



Presseinformation

München, 8. November 2019

Marketing versus Profession

Patientinnen und Patienten wird von ihren Krankenkassen die Übernahme von Leistungen in Aussicht gestellt, die primär nicht auf Rezept verordnet werden können. Diese sogenannten Satzungsleistungen nach § 11 Abs. 6 des Sozialgesetzbuches V (SGB V) hätten erhebliche Auswirkungen auf den Wettbewerb innerhalb der gesetzlichen Krankenversicherung und zur privaten Krankenversicherung hin, nachzulesen im Forschungsgutachten für das Bundesministerium für Gesundheit (BMG) von *prognos*. „Beispielhaft ist hier die Osteopathie zu nennen, für die im Moment wieder vermehrt Patientinnen und Patienten in den Praxen vorstellig werden“, schreibt Dr. Gerald Qwitterer, Präsident der Bayerischen Landesärztekammer (BLÄK) im Leitartikel der November-Ausgabe des *Bayerischen Ärzteblattes*.

„So wird versucht, uns Ärztinnen und Ärzte von Krankenkassen für deren Marketingzwecke zu instrumentalisieren“, schreibt der BLÄK-Präsident. Satzungsleistungen zählten nicht zum tatsächlichen Versorgungsbedarf der Patientinnen und Patienten. Dieser sei – im Unterschied zu Satzungsleistungen – im SGB V mit WANZ (wirtschaftlich, ausreichend und zweckmäßig, darf das Maß des Notwendigen nicht überschreiten) definiert. Qwitterer weiter: „Wir Ärztinnen und Ärzte dürfen in unserer verantwortungsvollen Tätigkeit keinen ökonomischen Zwängen unterworfen sein. Mit unserer Profession ist es nicht vereinbar, Begehrlichkeiten nach Leistungen nachzukommen, für die es keine echte Indikation gibt, sei es seitens der Patienten oder der Krankenkassen.“

Ärztliche Profession bedeute auch Unabhängigkeit von der Pharmaindustrie. Das zunehmende Angebot gesponserter Fortbildungsveranstaltungen zeige, dass hier eine Beeinflussung von Ärztinnen und Ärzten nicht ausgeschlossen werden könne. Allein die Zahl von 77.000 von der BLÄK im vergangenen Jahr anerkannten Fortbildungsveranstaltungen zeige auf, wie wichtig es sei, aus dieser Menge sinnvoll auszuwählen. „Ich muss mein Bewusstsein dafür schärfen, wo Beeinflussung und Manipulation Raum greifen können. Auch im Sinne meiner eigenen Ressource Zeit und Gesundheit“, so Bayerns Ärzte-Chef abschließend.

Mehr zu „Marketing versus Profession“ lesen Sie in der November-Ausgabe 2019 des *Bayerischen Ärzteblattes* unter www.bayerisches-aerzteblatt.de.

Pressestelle

Bayerische Landesärztekammer
Pressestelle
Dagmar Nedbal
Mühlbauerstraße 16
81677 München
Telefon: 089 4147-268
Fax: 089 4147-202
E-Mail: presse@blaek.de
www.blaek.de