



**TRANSPARENCY
INTERNATIONAL**
Deutschland e.V.

Die Koalition gegen Korruption.

Berlin, den 18. Juli 2006

Transparency International Deutschland e.V. reicht hiermit eine Beschwerde gegen die Firma Ratiopharm GmbH wegen Verletzung der OECD-Leitsätze für multinationale Unternehmen ein, insbesondere von Leitsatz VI. (*Bekämpfung der Korruption*), Leitsatz VII. (*Verbraucherinteressen*), Leitsatz IX. (*Wettbewerb*) und Leitsatz III. (*Offenlegung von Informationen*).

Inhaltsverzeichnis

1. Transparency International Deutschland e.V.
2. Ratiopharm GmbH
3. Marketingmethoden gegenüber niedergelassenen Ärzten
4. Marketingmethoden gegenüber Apotheken
5. Unerlaubte Werbung
6. Das Kommunikationsverhalten von Ratiopharm
7. Empfehlungen für die Befolgung der Leitsätze
8. Quellenverzeichnis / Anlagen

1. Transparency International Deutschland e.V.

Zur Beschwerde sind auch Nichtregierungsorganisationen legitimiert, sobald sie ein berechtigtes Interesse darlegen (Erläuterungen zu den Umsetzungsverfahren der OECD-Leitsätze, Ziff. 12).

Transparency International Deutschland e.V. mit Sitz in Berlin (TI-D) gehört zu ca. 80 nationalen Organisationen, die gemeinsam mit ihrer internationalen „Mutter“-Organisation sich der Bekämpfung von Korruption – in Politik und Wirtschaft, im nationalen wie internationalen Rahmen - verschrieben haben. TI bemüht sich, das öffentliche Bewusstsein für die schädliche Wirkung von Korruption zu schärfen sowie korruptionsfördernde Strukturen und Rahmenbedingungen in allen Lebensbereichen zu identifizieren und so zu verändern, dass Korruption gesellschaftlich geächtet und nachhaltig eingedämmt wird.

TI hat seit seiner Konstituierung 1993 erkannt, dass die Eindämmung der weltweit verbreiteten Korruption nur möglich sein wird, wenn Staat, Wirtschaft und Zivilgesellschaft zusammenarbeiten und sowohl nationale als auch internationale Instrumente zur Eindämmung der Korruption entwickeln und systematisch einsetzen. In Verfolgung dieser Ziele arbeitet TI mit zahlreichen nationalen und internationalen Unternehmen, Verbänden und Organisationen zusammen, einschließlich der EU, der UNO und der OECD. Begleitung und Monitoring der Umsetzung der OECD-Vereinbarungen zur Bekämpfung von Korruption gehört zu TIs wichtigsten Aufgabenbereichen.

Seit die OECD-Leitsätze in die revidierte Fassung von 2000 ein Kapitel zur „*Bekämpfung der Korruption*“ sowie drei weitere, zur Korruptionsvermeidung relevante Kapitel, nämlich die Kapitel „*Offenlegung von Informationen*“, „*Verbraucherinteressen*“, und „*Wettbewerb*“ aufgenommen haben, beteiligt sich TI-D als Nichtregierungsorganisation an der Arbeit der Deutschen Nationalen Kontaktstelle und setzt sich hierin aktiv für die Förderung der Beachtung der Leitsätze ein. Darüber hinaus arbeitet TI-D auch direkt mit der deutschen Wirtschaft, damit sie sich auf die global veränderten rechtlichen Standards und die zahlreichen Empfehlungen und Erwartungen für verantwortungsvolles unternehmerisches Verhalten angemessen einstellen kann.

2. Ratiopharm GmbH

Die Firma Ratiopharm GmbH, Ulm, ist der Stammsitz und die Zentrale der Ratiopharm-Gruppe. Laut ihrer website ist Ratiopharm auf die Entwicklung, die Herstellung und den Verkauf von eigenen, patentfreien Pharmaprodukten (Generika) spezialisiert. Ratiopharm ist neben dem Stammsitz in Deutschland mit Niederlassungen in 24 Ländern weltweit vertreten; die Produkte sind in 38 Ländern erhältlich. 2004 tätigte Ratiopharm Deutschland einen Umsatz von 673 Mio. Euro und beschäftigte 3.110 Mitarbeiter; die Ratiopharm-Gruppe hatte weltweit einen Umsatz von 1,459 Mrd. Euro und 5.306 Mitarbeiter, davon mehr als 1000 im Außendienst.

Damit ist Ratiopharm ein multinationales Unternehmen im Sinne der OECD-Leitsätze.

3. Marketingmethoden gegenüber niedergelassenen Ärzten

Wenn nicht ausdrücklich anders vermerkt, sind die Tatsachenbehauptungen und Zitate der folgenden Darstellung zwei Veröffentlichungen entnommen:

- Ratiopharm – Der Pharma-Skandal, Stern Heft 46/2005 (*Anlage 1*)
- Der Fall ratiopharm: Die unsauberen Methoden des Arzneimittelunternehmens, Monitor Nr. 542 am 19. Januar 2006, WDR-TV (*Anlage 2*)

Dem „Stern“ liegen nach eigenen Angaben als Grundlage für seinen Artikel „Tausende E-Mails, Schecks und geheime Protokolle“ vor. „Monitor“ hat „Hunderte von E-Mails, Honorarabrechnungen und geheime Protokolle ausgewertet“. Beide Veröffentlichungen kommen zu gleichen Ergebnissen.

Weitere Informationsquellen sind unter 8. Quellenverzeichnis / Anlagen aufgeführt.

Lt. den genannten Quellen nimmt die Firma Ratiopharm in Deutschland über ihren Außendienst systematisch durch Zuwendungen Einfluß auf das Verschreibungsverhalten niedergelassener Ärzte. „Stern“ und „Monitor“ belegen hierfür einen Zeitraum von 1993 bis Dezember 2005.

- Die Pharma-Referenten verteilen offenbar in großen Mengen Gratis-Medikamente, die die Ärzte an ihre Patienten weitergeben sollen. Ziel ist es, dass die Patienten künftig wieder nach dem gleichen Mittel verlangen. Der „Stern“ berechnet für das Jahr 2005 pro Außendienstler einen Wert von ca. 250.000 Euro (in Apotheken-Verkaufspreisen) an zu verteilenden Gratis-Medikamenten. Nach dem Arzneimittelgesetz (AMG § 47 (4)) sind in Deutschland als Gratismuster nur 2 Kleinpackungen eines Arzneimittels pro Arzt und Jahr erlaubt. Sie müssen vom Arzt schriftlich angefordert werden.
- „Stern“ und „Monitor“ berichten, dass als Gegenleistung für die Verschreibung von Ratiopharm-Produkten Geldzahlungen an Ärzte verbreitet seien. Diese Zahlungen sollen häufig als Honorare, z.B. für Gutachten, Patientenseminare oder das Durchführen von Studien getarnt sein. In jüngerer Zeit werden sie offenbar systematisch auf den „Umsatz“ mit Ratiopharm-Produkten bezogen, wobei die „Provisionssätze“ bis zu 2,5 % vom Apotheken-Verkaufspreis gehen. Ratiopharm-Mitarbeiter schätzen, daß „zwischen 500 und 1000“ oder sogar „über 1000“ Ärzte solche Umsatzbeteiligungen erhalten - obwohl die Annahme von Vorteilen aus Verordnungen den Ärzten in Deutschland berufsrechtlich untersagt ist. Die Wirkung dieses Systems ist beträchtlich. Die Kaufmännische Krankenkasse KKH hat bei einer Stichprobe von niedergelassenen Ärzten, die nach Informationen von „Monitor“ und „Stern“ Sonderzahlungen von Ratiopharm erhalten haben sollen, aufschlussreiche Ergebnisse festgestellt: Gegenüber seinem durchschnittlichen Marktanteil von rund 18 Prozent unter Generika-Herstellern erreichte Ratiopharm bei den Empfängern der Sonderzahlungen offenbar einen Anteil von rund 60 Prozent. (Anlage4).
- Ermöglicht wird die bevorzugte Verordnung und die genaue wertmäßige Erfassung der Verschreibungen von Ratiopharm-Produkten durch eine Software, deren Anschaffungskosten in Höhe von 1900 Euro dem Arzt von Ratiopharm angeblich erstattet werden. Die Software soll das Management der Arztpraxis, u.a. die Auswahl von kostengünstigen Medikamenten unterstützen. Dabei erscheint regelmäßig als preiswertestes Präparat ein Produkt von Ratiopharm auf dem Bildschirm, obwohl preiswertere gleichwertige Produkte auf dem Markt verfügbar sind. Deren Präsentation auf dem Bildschirm ist in der Software durch Arretierung der Preisliste bei den Ratiopharm-Produkten unterdrückt. Den verordnenden Ärzten wird also offenbar die Existenz preiswerterer Produkte systematisch verschwiegen. (Mitteilung des TI-Mitgliedes Dr. med. Peter S. Schönhöfer, Professor (em.) für klinische Pharmakologie, Mitherausgeber des unabhängigen Arzneimittel-Informationsorgan "arznei-telegramm" (ISDB)). Die Problematik der von Herstellern manipulierten Praxis-Software wird als so gravierend eingeschätzt, dass inzwischen vom Gesetzgeber eine Zertifizierungspflicht für entsprechende Software-Pakete eingeführt worden ist.

Wie der „Stern“ dokumentiert (*Anlagen 1 und 3*), wurden die Pharma-Referenten von der Firma offenbar ständig dazu angehalten, bei den Zuwendungen eine Gegenleistung der Ärzte abzusichern – sei es durch die softwaremäßige Erfassung der Verschreibungen, sei es durch „Verordnungsversprechen“ oder „Absprachen“. Da die Preise der Firma Ratiopharm teilweise höher liegen als die der Wettbewerber, entsteht den Krankenkassen und letztlich den Versicherten ein wirtschaftlicher Schaden. Dazu sagt Ingo Kailuweit, Vorstandsvorsitzender der KKH: „Wenn Ärzte zu ihrem eigenen wirtschaftlichen Vorteil teurere Medikamente als notwendig verordnen, muss eingeschritten werden. Die Preise für Arzneimittel sind überhöht, weil die Geldzahlungen an Ärzte in die Preisgestaltung der Pharmaunternehmen eingehen. Die Versicherten sind doppelt betroffen: Sie verlieren das Vertrauen in ihren Arzt und müssen die Zeche in Form steigender Kosten bezahlen“ (*Anlage 4*).

TI-D ist der Auffassung, dass die geschilderten Methoden, wenn sie sich bestätigen, gegen die OECD-Leitsätze verstoßen. Leitsatz VI. (*Bekämpfung der Korruption*) hält fest:

„Die Unternehmen sollten weder direkt noch indirekt Bestechungsgelder oder sonstige ungerechtfertigte Vorteile anbieten, versprechen, gewähren oder fordern, um einen Auftrag oder einen sonstigen unbilligen Vorteil zu erlangen oder zu behalten.“

4. Marketingmethoden gegenüber Apotheken

Wie im folgenden dargestellt, liegen TI-D aus mehreren Ländern Informationen über problematische Marketingmethoden gegenüber Apotheken vor. Das Grundmuster der in diesen Berichten geschilderten Vorgänge ist in allen Fällen das gleiche: Unternehmen der Ratiopharm-Gruppe bieten den Apotheken beim Kauf ihrer Produkte offenbar erhebliche Vergünstigungen an, z.B. Gratispackungen, Rabatte, Rückvergütungen („Kickbacks“) oder Geschenke; die Apotheken verkaufen (bzw. rechnen gegenüber den Krankenkassen ab) die Medikamente aber angeblich zum „Normalpreis“, d.h. sie geben die Zuwendungen nicht als Preisreduzierung weiter. Im Ergebnis erhöhen die Apotheken ihren Gewinn und Ratiopharm kann aufgrund des den Apotheken gebotenen Anreizes Marktanteile erobern. Die Patienten und die Krankenkassen bzw. –versicherungen werden dabei in doppelter Weise geschädigt: zum einen dadurch, dass die Preise der Ratiopharm-Produkte vom Hersteller überhöht kalkuliert und von den Apothekern zu diesen Preisen abgerechnet werden, zum anderen dadurch, dass die Apotheken veranlasst werden, verstärkt Ratiopharm-Produkte zu verkaufen, auch wenn diese teurer sind als entsprechende Konkurrenzprodukte. Auch die Wettbewerber von Ratiopharm werden geschädigt, indem sie im Markt verdrängt werden.

Deutschland

Die nachstehende Darstellung folgt ebenfalls den Veröffentlichungen von „Stern“ und „Monitor“ (*Anlagen 1 und 2*).

Im Jahre 2002 wurde die so genannte Aut-idem-Regel eingeführt, nach der Apotheker auch ein anderes, gleichwertiges Medikament abgeben können als jenes, das auf dem Rezept steht. Seitdem umwirbt Ratiopharm verstärkt die Apotheker. Das Hauptinstrument ist die Vergabe von Gratismedikamenten – angeblich bis zu einem

Verhältnis von einer Gratispackung auf eine bezahlte Packung. Die Apotheken rechnen diese gratis erhaltenen Waren aber gegenüber den Krankenkassen zum normalen Preis ab. Der Gesundheitsökonom Karl Lauterbach bezifferte den Schaden, der den Krankenkassen durch die Abrechnung der Gratis-Packungen und weiterer Rabatte entsteht, auf zwei bis drei Milliarden Euro pro Jahr.

In internen Mitteilungen wird der Außendienst angeblich aufgefordert, Gratispackungen und Rabatte gezielt einzusetzen, um die Apotheker zum Verkauf der Ratiopharm-Produkte zu motivieren bzw. zu verpflichten („keine Leistung ohne Gegenleistung“). Offenbar mit Erfolg: Das Institut NDC Health ermittelte z.B., dass die Ärzte von März 2004 bis Februar 2005 1,2 Millionen Mal Simvastatin-ratiopharm verschrieben, die Apotheker aber mehr als 2 Millionen Packungen verkauften: ein Überhang von 73 %. Wolfgang Schmeinck, Vorstandschef des BKK Bundesverbandes, bemerkt zu dem System: „Der größte Schaden entsteht für die Krankenkassen dadurch, dass die Apotheker statt eines wirklich günstigen Generikums ein relativ teures Generikum abgeben.“

Belgien

In Belgien wurden Methoden der dortigen Tochtergesellschaft von Ratiopharm - ratiopharm Belgium s.a./n.v., Brüssel - beobachtet, die nahezu identisch sind mit den in Deutschland praktizierten.

Die folgenden Informationen sind dem weblog von Dr. Dirk van Duppen entnommen. Herr van Duppen ist Arzt, Autor des Buches „La Guerre des Médicaments – Pourquoi sont-ils si chers ?“ (Der Krieg um die Medikamente – warum sind sie so teuer?) und führendes Mitglied der NGO Geeneskunde voor het Volk / Médecine pour le peuple. Diese NGO setzt sich für Reformen im belgischen Gesundheitssystem ein und betreibt selber in 11 belgischen Städten Ärztehäuser mit insgesamt 53 Medizinerinnen. Die „Weblog Dirk Van Duppen“ erscheint auf der flämischsprachigen website der NGO und bringt jeweils aktuelle Nachrichten und Hintergrundinformationen aus dem belgischen Gesundheitswesen.

Unter dem 23. Mai 2005 (*Anlage 5*) gibt van Duppen einen Artikel der Tageszeitung „De Morgen“ vom 24. März 2005 mit der Überschrift „Zes doosjes peperdure maagzuurremmer plus zes doosjes gratis“ (Sechs Packungen teure Magensäurehemmer plus sechs Packungen gratis) wieder. Darin wird berichtet, dass der Generikahersteller Topgen den Apothekern anbietet, beim Kauf von 6 Packungen des magensäurehemmenden Medikamentes Omepratot weitere 6 Packungen gratis zu liefern. Diese würden von den Apotheken zum vollen Preis an Patienten und Krankenkassen weiterberechnet. Van Duppen ergänzt diese Information durch die Mitteilung, dass die Firma Ratiopharm nun dem Beispiel von Topgen folgt und beim Kauf von 2 Packungen ihres Magensäurehemmers Omeprazole 2 Gratispackungen anbietet. Beim Kauf von 4 Packungen des Medikamentes EVA 3x21 liefere sie eine Gratispackung.

Unter dem 23. September 2005 (*Anlagen 6 und 7*) wird in dem weblog berichtet, dass ab 1. Oktober in Belgien das System „voorschrift op stofnaam“ (Verschreibung eines Wirkstoffes) in Kraft tritt. Dieses sieht vor, dass - ähnlich wie unter der deutschen Aut-idem-Regel - der Apotheker aufgrund der ärztlichen Verschreibung eines Wirkstoffes das konkrete Medikament selber auswählen kann. Wie in

Deutschland haben die Pharmahersteller sich auf diese neue Situation eingestellt und umwerben verstärkt die Apotheken. Laut van Duppen bietet Ratiopharm beim Kauf von 4 Packungen eines Antibiotikums (Amoxicilline oder Ciprofloxacin) eine Gratispackung an. Er zitiert die Werbebotschaft der Firma an die Apotheker: „Het seizoen van de antibiotica gaat opnieuw starten. Daarom bieden wij dit antibiotica-gamma aan: 4 kopen één gratis...“ (Die Saison der Antibiotika beginnt wieder. Darum bieten wir an: 4 kaufen, 1 gratis...).

In dem Bericht heißt es weiter, dass Ratiopharm beim Cholesterinsenker Simvastatine auf 2 bezahlte Packungen eine Gratispackung gibt. Dabei liege der Verkaufspreis für das Ratiopharm-Produkt mit 69,63 EUR deutlich über dem günstigsten Wettbewerbspreis (54,10 EUR bei Sandoz). Die staatliche Absicht bei der Einführung des „voorschrift op stofnaam“-Systems – nämlich dass vom Apotheker preisgünstige Medikamente ausgewählt werden sollen – werde also durch die Angebote der Firma Ratiopharm konterkariert.

Kanada

TI-D liegt eine Reihe von Zeitungs- und Zeitschriftenartikeln sowie Rundfunkmeldungen vor, die über einen Pharma-Skandal in Kanada berichten, in den die kanadische Tochtergesellschaft von Ratiopharm – ratiopharm Canada, Mississauga – verwickelt ist.

Laut der National Post vom 4. Juni 2003 (*Anlage 8*) kamen die Vorgänge durch Recherchen der Montrealer Tageszeitung La Presse an die Öffentlichkeit. La Presse hatte im Februar 2003 berichtet, dass Generikahersteller ca. 500 Mio. C-\$ jährlich an illegalen Zuwendungen für Apotheker in Kanada aufwenden würden. In Quebec hätten 85% der Apotheker solche Zuwendungen erhalten, die zwischen 30 und 50% des Wertes der Arzneimittel ausgemacht hätten. In der Folge gingen Konsumenten, eine NGO und das staatliche Health Insurance Board von Quebec gerichtlich gegen mehrere Generikahersteller - darunter Ratiopharm - vor, um Schadenersatz zu fordern. Der Vorwurf lautete – so weiter die National Post - , dass infolge der in verschiedenen Formen (Geldzahlungen, Gratismedikamente, Urlaubsreisen, Häuser, Autos, Geschenkgutscheine etc.) gewährten illegalen Rabatte die Hersteller ihre Preise inflationierten, die Rabatte aber von den Apothekern nicht weitergegeben wurden. Dadurch würden in klarer Verletzung des Code of Ethics der Apotheker das Krankenkassensystem und die Patienten geschädigt. Die National Post fügt hinzu, dass Ende Mai die Junior-Gesundheitsministerin von Quebec zurückgetreten sei, da sie bei ihrer früheren Tätigkeit als Apothekerin auch Zuwendungen angenommen hätte.

Die in Montreal erscheinende Tageszeitung The Gazette berichtet am 26. Februar 2005 (*Anlage 9*) über eine noch laufende interne Untersuchung des Quebec Order of Pharmacists (Apothekervereinigung von Quebec), die bis dahin bei ca. 800 der fast 1.600 Apotheker in Quebec Kickback-Zahlungen nachweisen konnte. Das Health Insurance Board habe Schadenersatzklagen von über 50 Mio. C-\$ gegen 4 Pharmahersteller, darunter Ratiopharm Inc., eingereicht.

TI-D ist der Ansicht, dass die geschilderten Verhaltensweisen gegenüber den Apotheken, wenn sie sich bestätigen, eine Verletzung des OECD-Leitsatzes VI. (*Bekämpfung der Korruption*) darstellen.

5. Unerlaubte Werbung

Nach Berichten des „Pharmaceutical & Healthcare Newsletter“ von Baker & McKenzie ist die spanische Tochtergesellschaft von Ratiopharm – Ratiopharm Espana, S.A., Madrid – mehrfach der unerlaubten Werbung überführt worden. Baker & McKenzie bezeichnet sich auf ihrer website als der Welt führende globale Anwaltsfirma mit mehr als 3000 Rechtsanwälten in 38 Ländern.

Im Newsletter vom Januar 2005 wird berichtet (*Anlage 10*), dass im September 2004 gegen Ratiopharm Espana von der Jury der Vereinigung für die Selbstregulierung kommerzieller Kommunikation eine Strafe von 6000 EUR wegen Verletzung des „Spanish Code of Ethics for the Promotion of Medicines“ verhängt wurde, weil die Firma in einer Werbekampagne für ihr Produkt Pravastatina Ratiopharm EFG nicht – wie gesetzlich vorgeschrieben – eine Übersicht der Produkteigenschaften gegeben habe. Ratiopharm Espana sei auch bereits im Jahre 2003 in einem ähnlichen Fall verurteilt worden.

Im Newsletter vom Mai 2006 wird berichtet (*Anlage 11*), dass die Firmen Ratiopharm Espana, S.A. und Ibadefarma, S.L. vom Provinzgericht in Madrid kürzlich zur Zahlung von 300.506,05 EUR an 2 Wettbewerbsfirmen als Schadensersatz für die Verletzung von Rechten am geistigen Eigentum verurteilt wurden. Nach dem Bericht stellte das Gericht fest, dass Ratiopharm Espana bei den Pillen die Farbgebung eines gut eingeführten Wettbewerbsproduktes nachahmte sowie in einer Werbekampagne unrichtige Aussagen machte. Die Firma habe sich dadurch des unlauteren Wettbewerbes schuldig gemacht und sowohl die Ärzteschaft als auch die Patienten irregeführt. Zudem kritisierte das Gericht die Firma dafür, eine gerichtliche Verfügung aus dem Jahre 1999 verletzt zu haben, die den sofortigen Verkaufstop des mit der Farbgebung des Wettbewerbsproduktes versehenen Medikamentes angeordnet hatte.

Dass der Einsatz unerlaubter Werbung in der Ratiopharm-Gruppe sich nicht nur auf Spanien beschränkte, zeigt ein Schreiben aus der Estonian State Agency of Medicines (estnische staatliche Arzneimittelagentur) aus dem Jahre 1999 (*Anlage 12*). Darin wird ein Auszug aus der website der Agentur wiedergegeben, auf der Verletzungen von Werbevorschriften sowie Vorfälle unethischer Promotion von Arzneimitteln veröffentlicht wurden. Unter dem Datum 6.4.1999 ist dort die Firma Ratiopharm GmbH & Co wegen Verletzung des Advertising Act aufgeführt.

TI-D ist der Ansicht, dass die geschilderten Verhaltensweisen die OECD-Leitsätze VII. (*Verbraucherinteressen*) und IX. (*Wettbewerb*) verletzen. Im Leitsatz VII. heißt es u.a.:

„Die Unternehmen sollten bei ihren Beziehungen zu den Verbrauchern faire Geschäfts-, Vermarktungs- und Werbepraktiken anwenden und alle zumutbaren Maßnahmen treffen, um die Sicherheit und Qualität der von ihnen angebotenen Güter oder Dienstleistungen zu gewährleisten. Sie sollten insbesondere 4. von täuschenden, irreführenden, betrügerischen oder unfairen Darstellungen, Auslassungen und sonstigen Praktiken absehen;“

Der Leitsatz IX hält u.a. fest:

„Die Unternehmen sollten im Rahmen der geltenden Gesetze und Regulierungen ihre Geschäftstätigkeit nach den Regeln des Wettbewerbs ausüben. Die Unternehmen sollten insbesondere 2. ihre gesamte Geschäftstätigkeit unter

Beachtung aller geltenden wettbewerbsrechtlichen Bestimmungen ausüben und dabei auch relevante wettbewerbsrechtliche Bestimmungen der Länder berücksichtigen, deren Wirtschaft durch etwaige wettbewerbswidrige Praktiken Schaden zu erleiden droht;“

6. Das Kommunikationsverhalten von Ratiopharm

Die Fragwürdigkeit ihrer Marketingpraktiken scheint der Firma Ratiopharm durchaus bewußt gewesen zu sein. Darauf dürfte z.B. das verbreitete Vorgehen, die oben beschriebenen Geldzahlungen an Ärzte als „Honorare“ (für Studien, Gutachten, Seminare etc.) zu deklarieren, hindeuten. Auch im Apotheken-Marketing wurde offenbar vertuscht: Laut „Stern“ mailte die Geschäftsführerin Frau Siebert am 23. Juli 2003 an den deutschen Apotheken-Außendienst: „... Für diese Aktion gilt absolutes Faxverbot...“ und fordert, „... gar nichts, aber auch gar nichts Schriftliches da (zu) lassen (*in den Apotheken*)“.

Hinsichtlich der vom „Stern“ erhobenen Vorwürfe zeigte Ratiopharm wenig Bereitschaft zur Aufklärung. Z.B. wollte Ratiopharm auf konkrete Fragen des „Stern“ zur Rabattpolitik gegenüber den Apotheken „wegen des hohen Wettbewerbsdrucks in unserer Branche keine Auskunft geben“. (*Anlage 1*) In einer 20-zeiligen Stellungnahme auf der Website von Ratiopharm wurden die vom „Stern“ dokumentierten Methoden pauschal als „Einzelfälle aus der Vergangenheit, die bereits abgestellt wurden“ bezeichnet (*Anlage 13*). Umso erstaunlicher sind die anschließenden Ereignisse in der Firma Ratiopharm: Sieben Tage nach der „Stern“-Veröffentlichung trennte sich das Unternehmen von seinem Chef Claudio Albrecht und dem Finanzgeschäftsführer Peter Prock; ein Zusammenhang mit dem „Stern“-Bericht wurde allerdings bestritten. Neuer Vorsitzender der Geschäftsführung der Ratiopharm GmbH wurde Dr. Philipp Daniel Merckle, der Sohn des Ratiopharm-Gründers. Laut „FAZ“ kommentierte er diese Vorgänge so: „Die Folgen der bisherigen Führung sind mir in vielem zutiefst zuwider.“ (*Anlage 14.*) Zu den „Stern“-Vorwürfen äußerte er: „Wir befinden uns in der ungunstigen Situation einer Schande.“ (*Anlage 2*)

TI-D ist der Ansicht, dass das Kommunikationsverhalten von Ratiopharm den OECD-Leitsatz III. (*Offenlegung von Informationen*), insbesondere Ziffer 5, verletzt. Dort heißt es:

„5. Die Unternehmen werden dazu angehalten, ergänzende Informationen, namentlich

folgender Art, mitzuteilen:

- a) für die Öffentlichkeit bestimmte Erklärungen über Grundsätze bzw. unternehmerische Verhaltensregeln, einschließlich von Informationen über die Unternehmenspolitik in Sozial-, Ethik- und Umweltfragen, sowie andere Verhaltenskodices, zu denen sich das Unternehmen bekennt. Darüber hinaus können auch Angaben über das Datum der Annahme derartiger Erklärungen, die Länder und die Unternehmensteile, für die sie gelten, sowie die vom Unternehmen im Hinblick auf diese Erklärungen erzielten Ergebnisse gemacht werden;
- b) Informationen über Systeme des Risikomanagements, die Einhaltung rechtlicher Bestimmungen sowie die Beachtung von Selbstverpflichtungen und Verhaltenskodices;“

7. Empfehlungen für die Befolgung der Leitsätze

Der Leitsatz VI enthält vor allem in den Ziffern 3., 4. und 5. Vorgaben für die multinationalen Unternehmen, wie sie die Korruption wirksam bekämpfen können. Ebenso enthält der Leitsatz III. – wie im Kapitel 6 zitiert – Vorgaben für die Offenlegung von Informationen. Aufgrund dieser Vorgaben fordert TFD die Firma Ratiopharm zu folgenden Maßnahmen auf:

- Entwicklung und Umsetzung eines Regelwerkes (Code of Conduct) zur Korruptionsvermeidung und -verhütung,
- Information und Verpflichtung der Mitarbeiter, Einführung von Schulungsprogrammen und Disziplinarverfahren,
- Einführung von Kontrollsystemen zur Aufdeckung von Korruption und Verhinderung von Täuschungspraktiken,
- Offenlegung der getroffenen Maßnahmen.

Diese Maßnahmen sollten sich auf alle – inländische wie ausländische - Teile des multinationalen Unternehmens beziehen.

Laut Presseberichten hat die neu bestellte Geschäftsführung einen „Neuanfang“ angekündigt und angeblich Schritte zur Änderung der beschriebenen Praktiken unternommen. Falls die Geschäftsführung der Meinung ist, bereits eine grundlegende Abkehr von den lange benutzten Methoden bewirkt oder zumindest eingeleitet zu haben, sollte sie dies überzeugend darlegen und die Einführung entsprechender Regeln, Verfahren und Mitarbeiterschulungen belegen.

8. Quellenverzeichnis / Anlagen

- Website von Ratiopharm: www.ratiopharm.de
- Mitteilung des TI-Mitgliedes Dr. med. Peter S. Schönhöfer, Professor (em.) für klinische Pharmakologie, Mitherausgeber des unabhängigen Arzneimittel- Informationsorgan "arznei-telegramm" (ISDB)
- Websites von Geeneskunde voor het Volk / Médecine pour le peuple: <http://www.gvhv.be/nl> bzw. <http://www.gvhv.be/fr>
- *Anlage 1:* Ratiopharm – Der Pharma-Skandal. Stern Heft 46/2005
- *Anlage 2:* Der Fall ratiopharm: Die unsauberen Methoden des Arzneimittelunternehmens. Monitor Nr. 542 am 19. Januar 2006, WDR-TV
- *Anlage 3:* Pharma- Skandal – „In vielem zutiefst zuwider“. Stern Heft 48/2005
- *Anlage 4:* KKH-Stichprobe: Überprüfte Ärzte verordneten dreimal mehr Ratiopharm-Produkte – Kailuweit fordert von Staatsanwalt Wiederaufnahme von Ermittlungen. Presseerklärung der KKH Kaufmännische Krankenkasse vom 18. Januar 2006, www.kkh.de
- *Anlage 5:* Aanbod van Ratiopharm voor apothekers: voor peperdure maagzuurremmer, twee doosjes kopen, twee gratis verkrijgen. weblog von Dirk Van Duppen, 23. Mai 2005

- *Anlage 6:* „Het seizoen van de antibiotica gaat opnieuw starten. Daarom bieden wij dit antibiotica-gamma aan: 4 kopen één gratis...“. weblog von Dirk Van Duppen, 23. September 2005
- *Anlage 7:* Voorschrift op stofnaam de oplossing? Firma's bieden apothekers forse kortingen... . weblog von Dirk Van Duppen, 23. September 2005
- *Anlage 8:* Drug makers accused of bribing pharmacists. National Post, 4. Juni 2003, Toronto Edition
- *Anlage 9:* Pharmascience aims to block kickbacks probe: Lawyers seek to overturn October injunction. Pharmacy owners are under investigation for possible breaches of their **code of ethics**. The Gazette, 26. Februar 2005, Final Edition
- *Anlage 10:* Resolution on the promotion of medicines: generics and reminder advertising. Baker & McKenzie, Pharmaceutical & Healthcare Newsletter, Januar 2005
- *Anlage 11:* Unfair advertising of a generic medicinal product and violation of the intellectual property rights related to the specific medicinal product „Prozac“. Baker & McKenzie, Pharmaceutical & Healthcare Newsletter, Mai 2006
- *Anlage 12:* Estonian Violations of advertising regulations and ethical principles of drug promotion. e-mail von: Estonian State Agency of Medicines kristin@sam.ee, <http://www.essentialdrugs.org/edrug/archive/199906/msg00026.php>
- *Anlage 13:* Stellungnahme: Stern-Artikel vom 10. November 2005. Website von ratiopharm: www.ratiopharm/Pressecenter/Pressestexte aktuell/9. November 2005
- *Anlage 14:* Generika – Ratiopharm-Chef Albrecht geschäft. Frankfurter Allgemeine Zeitung, 18. November 2005



Dr. Hansjörg Elshorst
(Vorsitzender)



Shirley van Buiren
(Leiterin AG Monitoring OECD-Leitsätze)