

## Neue Marktforschung:

# Welche Kollegen beeinflussen Ihre Meinung?

*Medizinische Marktforschung ist meist blanker Unsinn, das weiß jeder. Wer sich schon einmal über die Zeitverschwendung, die nur zu oft absolut sinnfreie Fragerei dieser Institute geärgert hat, dem sei nun gesagt: Es gibt noch eine Steigerung!*

Einige Institute, darunter Medimed, ein in München ansässiges „Institut für medizinisch-pharmazeutische Information“ (Internet: [www.medimed-data.de](http://www.medimed-data.de)), gehen nämlich inzwischen ungeniert noch einen Schritt weiter. Warum mühsam medizinische Aspekte abfragen, von denen wir ohnehin kaum etwas verstehen, so das kecke Kalkül der Münchner. Lieber gleich ran ans Eingemachte: Welcher Arzt hört auf wen? Auf wen müssen wir uns konzentrieren? Und wenn wir nur ein paar Trottel mit 35 (!) Euro zu einer Antwort bewegen können – wenn sie denn auch was verschreiben, soll's uns Recht sein: Im Hause Medimed hält man sich jedenfalls nicht lang mit medizinischen Fragen auf. Mit einer noch nicht da gewesenen Impertinenz interessiert man sich in dem auf den ersten Blick seriös wirkenden Anschreiben nicht mehr für das Verschreibungsverhalten der Ärzte, sondern lieber gleich, wenn auch etwas verschwurbelt, für die „fachlichen Kommunikationsstrukturen“.

Was damit gemeint ist? Nichts anderes als: Hosen runter. Unverfroren bittet Medimed zunächst um eine Stellungnahme.

„Nennen Sie bitte diejenigen Experten im In- und Ausland, deren Leistungen ... Sie vertrauen bzw. respektieren und deren Empfehlungen Sie berücksichtigen“. Angeben darf der brave Medicus dann Nachname und Vorname des Kollegen, aber auch Klinik oder Praxis, Ort, Anzahl der Kontakte und, natürlich, den „Einfluss“. Dieser darf derweil noch auf einer Skala von „hoch“ bis „gering“ differenziert werden. Damit noch nicht

genug? Es geht noch dreister. „Denken Sie bitte darüber nach, welche Ärzte aus der Region Sie regelmäßig wegen ihrer Fachkenntnis ... kontaktieren. Nennen Sie bitte die Namen der Ärzte, die Sie persönlich kennen und mit denen Sie (regelmäßig) Fachthemen ... besprechen und dessen Empfehlungen Sie berücksichtigen“. Immer noch dabei, noch nicht abgeschreckt? Dann wird sicherheitshalber die gleiche Frage noch einmal zu Ärzten gestellt, „mit denen Sie ein Vertrauens- bzw. Freundschaftsverhältnis innerhalb Ihrer beruflichen Praxis verbindet“. Klar, da dürfen auch Ärzte, „deren Arbeit ... Sie in Fachzeitschriften, in der allgemeinen Presse oder im Internet verfolgen“, nicht fehlen. Und, ach ja, „bitte geben Sie auch an, über welchen Einfluss jeder einzelne verfügt“. Das gleiche dann bitte noch für Ärzte, „die Sie durch Vorträge und Weiterbildungsveranstaltungen kennen“.

Wer bis hierhin seine Kollegen mehr oder weniger unwillentlich an den Pranger stellte, wird dann, so die offensichtliche Annahme, auch vor einer Antwort auf die letzte Frage nicht zurückschrecken, die Frage aller Fragen nämlich, die nun wirklich die allerletzte Schamgrenze sprengt: „Nennen Sie bitte namentlich die Kollegen, an die Sie ... überweisen oder von denen Sie entsprechende Patienten überwiesen bekommen“.

Damit so etwas nicht Schule macht: Wir plädieren dringend, gerade auch im Hinblick auf die Ärzte, „mit denen Sie ein Vertrauens- bzw. Freundschaftsverhältnis innerhalb Ihrer beruflichen Praxis verbindet“: Ab in den Papierkorb mit solchen Unverschämtheiten!

HAART-Breaker