

Dr. Christian Dreger
AstraZeneca

Wissen schaffen und weiter geben

*Es ist eine zentrale Aufgabe der pharmazeutischen Industrie, im Interesse der Patientinnen und Patienten neues Wissen zu generieren. AstraZeneca als das weltweit fünftgrößte Pharmaunternehmen gibt sich damit aber nicht zufrieden. Gemäß dem unternehmensinternen Leitbild „Der Patient im Mittelpunkt“ bemüht sich das Unternehmen auch, das neu gewonnene Wissen bei Fachleuten und PatientInnen zu verbreiten. Aus diesem Grund führt AstraZeneca gemeinsam mit der ABCSG die Fortbildungsinitiative **Experts on tour**[®] durch.*

Die Zusammenarbeit zwischen dem Unternehmen, das gerade im Bereich der Onkologie Schwerpunkte setzt, und der *Austrian Breast & Colorectal Cancer Study Group* hat sich in den letzten Jahren bei klinischen Studien, die den Patientinnen zugute kommen, bestens bewährt. Beispiele dafür sind die ABCSG-Studien 5, 8 und die noch laufende ABCSG-16 (S.A.L.S.A.).

AstraZeneca betrachtet es als eine seiner wesentlichsten Aufgaben, in der medizinischen Beratung ein Mittler zwischen den Forschungszentren und den Ärztinnen und Ärzten zu sein, welche die Erkenntnisse umsetzen. Das Unternehmen sieht es als einen Königsweg für alle ÄrztInnen im Bereich der Onkologie an, direkten Kontakt mit ExpertInnen zu haben, die für den Transfer medizinisch aktuellen Wissens in alle Regionen und Gebiete sorgen. Das entspricht der Strategie des Unternehmens, den Nutzen von Forschung und Entwicklung für die PatientInnen zu steigern. So ist es ein Anliegen, neue Erkenntnisse möglichst rasch an die interessierten Adressaten weiter zu geben, etwa die Bedeutung eines frühzeitigen Einsatzes von Aromatasehemmern, wie z.B. Anastrozol, in der Therapie.

Innovation, die den Patienten nicht erreicht, ist nutzlos

Neues Wissen erfordert und bedeutet Innovation. Eine Innovation, die den Patienten nicht erreicht oder nicht erreichen kann, ist allerdings nutzlos. Angesichts der zunehmenden Alterung der Gesellschaft und dem daraus resultierenden Bedarf an medizinischer Betreuung gewinnt die Vermittlung von Wissen um diese Innovationen an Bedeutung. Informationen darüber, wie man durch neue Therapien die großen Gesundheitsprobleme – Stichworte: Infektionen, Krebs, Herzkreislauf – lösen und durch Vorbeugung medizinisch unnötige Krankheiten, wie Fettleibigkeit, Diabetes, cholesterinbedingte Herzinfarkte und Schlaganfälle, vermeiden kann, sind heute und morgen das Gebot der Stunde.

Eine entscheidende Rolle spielt dabei die fachkundige Aufklärung über Medikamente, insbesondere über Medikamente mit hohem medizinischem Stellenwert, die z.B. im Kampf gegen Brustkrebs eingesetzt werden. Die Wirkung der Substanzen ist durch weltweite Studien belegt und in der Fachwelt voll anerkannt. Die Bereitschaft der PatientInnen, diese Medikamente auch tatsächlich zu nehmen bzw. sich verabreichen zu lassen, hält mit dieser Anerkennung allerdings bei weitem nicht mit. Die so genannte Compliance, also die Bereitschaft, ärztliche Ratschläge zu befolgen und notwendige Medikamente zu nutzen, bewegt sich auf einem immer noch Besorgnis erregenden, niedrigen Niveau. Ähnliches gilt für die Teilnahme an Gesundenuntersuchungen, welche Früherkennung von Krankheiten ermöglichen.

Diese Schwachstellen unseres Gesundheitswesens kann man nur durch enge Zusammenarbeit und verstärkte Information beseitigen. AstraZeneca wird sich dieser Aufgabe in Zukunft verstärkt widmen und im Bemühen um umfassende Lösungen die

Zusammenarbeit mit Verbänden, Kostenträgern und medizinischen Fachkreisen weiter intensivieren. Dies sollte eine Maxime in allen modernen Gesundheitssystemen zur Nutzensteigerung für PatientInnen sein. Ein maßgeblicher Schritt dazu ist in Österreich die Zusammenarbeit zwischen AstraZeneca und der ABCSG im ersten Projekt von **Experts on tour**[®] im Bereich des Mammakarzinomes.