

TGAM-Compliance-Regeln – Code of Conduct

1. Präambel

Die TGAM verpflichtet sich zur kontinuierlichen Reflexion möglicher Interessenkonflikte mit dem Ziel, diese zu vermeiden. Sie verpflichtet sich zur Transparenz im Umgang mit Fremdmitteln.

„Interessenkonflikte sind definiert als Gegebenheiten, die ein Risiko dafür schaffen, dass professionelles Urteilsvermögen oder Handeln, welches sich auf ein primäres Interesse beziehen, durch ein sekundäres Interesse unangemessen beeinflusst werden.“

Dabei ist ein Interessenkonflikt ein Zustand und nicht – wie häufig angenommen – das Ergebnis einer Handlung oder ein verzerrtes Urteil oder eine verzerrte Bewertung. Ein Interessenkonflikt kann materieller, psychologischer oder sozialer Art sein und hat nichts damit zu tun, ob sich eine Person beeinflusst fühlt oder nicht. Es ist hinlänglich wissenschaftlich dargestellt, dass wir Informationen dafür oder dagegen mit entsprechendem Bias wahrnehmen. Zum Beispiel behandeln wir Untersuchungen, die der vorteilhaften Entscheidung oder unseren Schlussfolgerungen entgegenlaufen, anders als Daten, die uns bestätigen. Wir nehmen Widersprüche weniger stark wahr, prüfen sie strenger, akzeptieren sie widerwillig und/oder geben ihnen weniger Gewicht. Dieses Phänomen wird auch als „motivierte Evaluation von Evidenz“ bezeichnet und ist in unterschiedlichen Erscheinungsformen auch als „Self Serving Bias“, „Wish Bias“ und „Confirmation Bias“ beschrieben worden.

Die TGAM und ihre Proponent*innen bekennen sich zum Streben nach Integrität und Compliance mit den im Folgenden formulierten Verhaltensstandards.

Integrität bezeichnet die Konsistenz von Handeln, Werten, Prinzipien, angewandten Methoden und Maßnahmen, Erwartungen und Resultaten. In der Ethik wird Integrität als eine eigenständige Qualität aufgefasst, die sich in einem intuitiven Verständnis von Ehrlichkeit und Aufrichtigkeit mit Blick auf die Motive des eigenen Handelns zeigt. Integrität in der Vereinsführung innerhalb der TGAM zeigt sich demnach in der Orientierung und Ausrichtung von Entscheidungen an reflektierten Werten und Prinzipien, die sich dann konsistent in Handlungen wiederfinden.

Der Begriff „Compliance“ bedeutet so viel wie Normen und Regeln einzuhalten; „Corporate Compliance“ zielt im Allgemeinen – über die Einhaltung gesetzlicher und regulatorischer Normen hinaus – auf Beachtung des „Soft Law“ (nicht rechtsverbindliche Selbstverpflichtungen und Leitlinien), sowie von internen Regeln und Verhaltensstandards.

Integritätsmanagement geht weiter und zielt – basierend auf einem Bekenntnis zur Einhaltung moralischer Grundwerte – auf eine Ausrichtung von Entscheidungen und Handlungen an unternehmenseigenen Werten und Prinzipien. Integritätsmanagement ist dabei in erster Linie intrinsisch motiviert.

2. Agenden der TGAM

Die TGAM befasst sich entsprechend ihrer Vereinsziele mit der Stellung der Allgemein- und Familienmedizin innerhalb des Gesundheitssystems, mit Aus- und Weiterbildung, Qualitätssicherung und Forschung. Um wirksam zu werden, muss sie in der Öffentlichkeit in Erscheinung treten. Sie muss Positionen vertreten, Weiterbildung anbieten, Forschung fördern und deren Umsetzung betreiben. Dafür müssen finanzielle Mittel bereitgestellt werden. Damit ist die TGAM derzeit, wie die meisten anderen Institutionen und Fachgesellschaften auch, auf öffentliche Gelder, Mitgliedsbeiträge und die Zusammenarbeit mit privaten Sponsoren unter klar definierten Voraussetzungen und Kautelen angewiesen.

Unter Sponsoring versteht man ganz allgemein die Förderung von Einzelpersonen, einer Personengruppe, Organisationen oder Veranstaltungen durch eine Einzelperson, eine Organisation oder ein kommerziell orientiertes Unternehmen in Form von Geld-, Sach- und Dienstleistungen, die verknüpft sind mit der Erwartung, den Eigeninteressen des Gebers/der Geberin zu dienen. (Quelle: <https://www.bmbwf.gv.at/Themen/HS-Uni/Hochschulsystem/Drittmittel/Richtlinien-Sponsorvertr%C3%A4ge.html>)

Sponsoring soll dem Zweck dienen, ausreichend finanzielle Mittel für eine wirksame Arbeit der Fachgesellschaft bereitzustellen. Es fördert damit die Entwicklung der Allgemeinmedizin insbesondere im Sinne von wissenschaftlicher Tätigkeit, Fortbildung und

Qualitätssicherung auf der erforderlichen breiten Basis.

Durch geeignete Regeln im Umgang mit Fremdgeldern soll eine inhaltliche Beeinflussung von TGAM-Aktivitäten im Sinne der Interessen von Sponsoren verhindert werden, und zwar in einer transparenten Art und Weise. Die jeweiligen Interessen der Sponsoren müssen kritisch überprüft und reflektiert werden. Es werden schriftliche Vereinbarungen über Leistungen, Nicht-Leistungen und Gegenleistungen mit Sponsoren abgeschlossen. Diese Verträge sind auf der Homepage der TGAM zu veröffentlichen, damit die Regeln transparent werden und mögliche Vorwürfe der Beeinflussung proaktiv entkräftet werden.

Wegen der Bedeutung des Sponsorings für die Fortbildung, die Leitlinienerstellung, die Erstellung ethischer Normen und die Formulierung politischer Forderungen muss die TGAM ihre Integrität und Glaubwürdigkeit durch stringente Regelungen zu Interessenkonflikten sicherstellen.

Die TGAM hat im Sinne von Qualitätssicherung und Patient:innensicherheit besonderes Augenmerk auf Transparenz, Seriosität und Unabhängigkeit gegenüber Sonderinteressen aller Art zu wahren. Das Markenzeichen „TGAM“ soll einen hohen Vertrauensindex darstellen.

Die TGAM beachtet folgende Richtlinie:

Die Durchführung wissenschaftlicher Studien, die Erarbeitung von Leitlinien, Handlungsempfehlungen und Patient*inneninformationsfolder, die Durchführung von Lehre und Beratungstätigkeiten im Namen oder mit Unterstützung der TGAM ist gebunden an die Erfüllung der TGAM-internen Kriterien. Die nachfolgenden Regeln betreffen grundsätzlich alle Sponsoren.

3. Code of Conduct

1. Bezahlte wie unbezahlte Interessenkonflikte müssen im Rahmen von Vorträgen, Publikationen und Beratungstätigkeiten entsprechend den internationalen Gepflogenheiten bei angesehenen Organisationen (z. B. FDA) und hochwertigen medizinischen Journalen (z. B. NEJM) deklariert werden. Es gilt hier der übliche Zeitraum der letzten 3 Jahre.
2. Maximale Transparenz muss auch durch Nennung von Sponsoren und Partnern bei Veranstaltungen und auf Druckwerken gut sichtbar gewährleistet sein; sie darf keinesfalls nur auf Begleitmedien zu finden sein.
3. Veranstaltungen oder Aussendungen zu Produkten, die den Eindruck von Produktmarketing erwecken könnten, sind grundsätzlich unzulässig. Expertisen zu Wirkstoffen, Methoden oder Produkten fallen in das Wirkungsgebiet der Gesellschaft, sie müssen belegbar unabhängig von Interessen der Herstellerfirmen erstellt werden.
4. Vortragende, die im Auftrag der TGAM etwa bei Kongressen, Beratungstätigkeiten und anderen Fortbildungsveranstaltungen auftreten, werden ausschließlich durch die TGAM honoriert. Referent*innen und andere Expert*innen sowie Themen für Veranstaltungen und andere Aktivitäten der TGAM werden ausschließlich von der TGAM ausgewählt. Direktzahlungen von Sponsoren an Expert*innen der TGAM sind nicht gestattet, wenn diese im Auftrag und/oder Namen der TGAM auftreten.
5. Fremdmittel für Forschung, Lehre und Beratertätigkeiten im Auftrag der TGAM fließen in ein zentral verwaltetes Budget der Fachgesellschaft. Entscheidungen über die Verwendung von Mitteln werden ohne jegliche Sponsorenbeteiligung getroffen. Allein die Fachgesellschaft und die Geldwerber*innen (z. B. Forscher*innen) sollen über die Daten verfügen und über die Publikationsart entscheiden.
6. Entscheidungsstrukturen innerhalb der TGAM sollen finanzielle und inhaltliche Verantwortung trennen, wenn es um Akquise und/oder Verwendung von Fremdmitteln geht. Der Vorstand kann sich hierbei von einem Beirat für Fördermittel aus den Reihen der Mitglieder beraten lassen – auch diese haben dann etwaige Interessenskonflikte offen zu legen.
7. Die Offenlegung potenzieller Interessenkonflikte der Gesellschaft und der stimmberechtigten Vorstandsmitglieder sowie Leiter*innen ständiger Arbeitsgruppen der TGAM ist einzuhalten. Alle potenziellen Interessenkonflikte der Gesellschaft und der genannten Proponenten werden auf www.tgam.at veröffentlicht.
8. Ziel ist letztendlich die Freiheit von Mitteln, die potenzielle Interessenkonflikte begründen können. Es soll durch mögliche Alternativen zu Akquirierung von notwendigen Geldern für TGAM-Aktivitäten (z. B. Spendengütesiegel) die generelle Unabhängigkeit von Sponsoren mit potenziellen Eigeninteressen, die den Zielen der TGAM nicht entsprechen, erreicht werden.
9. Eine Überprüfung bezüglich vorliegender Interessenkonflikte sowie die Reevaluation und Anpassung dieser Leitlinien und ihres Code of Conduct an o.g. Ziele sollte in regelmäßigen Abständen, spätestens aber innerhalb des ersten Jahres nach der Wahl eines neuen Präsidiums stattfinden.

Literatur

1. Lo B, Field MJ, Hrsg. Conflict of interest in medical research, education, and practice. Washington, D.C.: National Academies Press; 2009.
2. Lichter AS, McKinney R, Anderson T, Breese E, Butler D, Campbell E et al. Harmonizing Reporting on Potential Conflicts of Interest: A Common Disclosure Process for Health Care and Life Sciences. NAM Perspectives 2012; 2(11). doi: 10.31478/201211b.
3. Müller W. Empfehlungen der AWMF zum Umgang mit Interessenkonflikten bei Fachgesellschaften [GMS Mitteilungen aus der AWMF; 7:Doc8; ISSN 1860-4269] 2010. doi: 10.3205/awmf000206.
4. Institut für Qualität und Wirtschaftlichkeit im Gesundheitswesen (IQWiG). Offenlegung von Beziehungen | IQWiG.de; 2022 [Stand: 17.11.2022]. Verfügbar unter: <https://www.iqwig.de/sich-einbringen/offenlegung-von-beziehungen/>.
5. AWMF. Positionspapier der Arbeitsgemeinschaft der Wissenschaftlichen Medizinischen Fachgesellschaften (AWMF e.V.) zur Qualitätssicherung wissenschaftlich basierter Fortbildungen und Transparenz möglicher Interessenkonflikte sowie Sicherung einer von Sponsoren unabhängigen Durchführung von Kongressen; 2022 [Stand: 17.11.2022]. Verfügbar unter: https://www.awmf.org/fileadmin/user_upload/dateien/stellungnahmen/2022/202202_AWMF_Papier_Sponsoring_final.pdf.
6. Rothman DJ, McDonald WJ, Berkowitz CD, Chimonas SC, DeAngelis CD, Hale RW et al. Professional medical associations and their relationships with industry: a proposal for controlling conflict of interest. JAMA 2009; 301(13):1367–72. Verfügbar unter: <https://pubmed.ncbi.nlm.nih.gov/19336712/>.
7. Allianz für Integrität - UN Global Compact Netzwerk Deutschland. Integrität in Unternehmen - ein Praxiskatalog; 2022 [Stand: 17.11.2022]. Verfügbar unter: https://www.transparency.de/fileadmin/Redaktion/Aktuelles/2022/Afn_Integritaet_in_Unternehmen_20221017_v5_web.pdf.
8. The AGREE Research Trust. AGREE Tools; 2014 [Stand: 17.11.2022]. Verfügbar unter: <https://www.agreetrust.org/resource-centre/>.
9. Sturm. Diethard. Positionspapier zum Sponsoring von Fortbildungen - DEGAM; 2015 [Stand:17.11.2022]. Verfügbar unter: https://www.degam.de/files/Inhalte/Degam-Inhalte/Sektionen_und_Arbeitsgruppen/Sektion_Fortbildung/Positionspapier%20DEGAM-Sektion%20Fortbildung%20Sponsoring_final.pdf.