



Toelichting Gedragsregels sponsoring

Algemeen

Sponsoring, in de zin van financiële dan wel anderszins op geld waardeerbare ondersteuning, ongeacht of daar al dan niet een bepaalde tegenprestatie tegenover staat, komt in de zorg regelmatig en in verschillende vormen en contexten voor. Daarbij kunnen ook vergunninghouders en beroepsbeoefenaren betrokken zijn, die onder de Gedragscode Geneesmiddelenreclame (hierna: Gedragscode) vallen. Om te voorkomen dat dergelijke ondersteuning zou kunnen leiden tot ongewenste beïnvloeding van beroepsbeoefenaren, acht de CGR het van belang om aan te geven onder welke voorwaarden ondersteuning al dan niet is toegestaan.

De meeste vormen van (financiële) ondersteuning vallen reeds onder de Uitwerking normen gunstbetoon omdat zij betrekking hebben op het aanbieden van geschenken of gastvrijheid. Voor andere vormen van ondersteuning werd in de Uitwerking normen gunstbetoon verwezen naar de Gedragscode voor de Fondsenwerking in de Zorgsector. Omdat deze in de praktijk niet altijd de gewenste duidelijkheid bood, acht de CGR het van belang om aparte, duidelijke regels te stellen met betrekking tot die vormen van sponsoring die niet vallen onder de Uitwerking normen gunstbetoon.

De Gedragsregels sponsoring dienen door zowel de gesponsorde als sponsor in acht te worden genomen bij het vragen respectievelijk het geven van ondersteuning.

Ratio Gedragsregels sponsoring

Zoals ook in de Toelichting bij de Uitwerking normen gunstbetoon (nrs. 3.1 en 3.2) is aangegeven, bestaan er in de praktijk veel en diverse verhoudingen tussen vergunninghouders enerzijds en beroepsbeoefenaren anderzijds. Daarmee is op zichzelf niets mis, maar om mogelijke ongewenste beïnvloeding te voorkomen is het van belang “het kaf van het koren te scheiden”. Net als in de Uitwerking normen gunstbetoon met betrekking tot sponsoring van gastvrijheid wordt in de Gedragsregels sponsoring uitgegaan van de hoofdregel dat ondersteuning is toegestaan, mits aan een aantal eisen wordt voldaan. Deze eisen hebben kort gezegd te maken met het doel van de ondersteuning, met transparantie en met integriteit. De kern is dat keuzes in de zorg gebaseerd moeten worden op objectieve, medisch-inhoudelijke gronden, zonder dat persoonlijke (financiële) belangen van de betrokken voorschrijver of afleveraar een rol spelen.

Artikel 1. Definities

In het kader van deze Gedragsregels wordt voor alle vormen van ondersteuning de term “sponsoring” gebruikt, ongeacht (i) of er sprake is van een tegenprestatie en (ii) de kwalificatie die partijen er zelf aan geven. Dat betekent bijvoorbeeld dat het verstrekken van een bepaald geldbedrag zonder dat daar enige tegenprestatie tegenover staat (‘donatie’), in het kader van deze Gedragsregels ook als sponsoring wordt beschouwd. (Financiële) ondersteuning kan mogelijk leiden tot onoirbare beïnvloeding; de vraag of er al dan niet een tegenprestatie wordt verlangd is daarbij niet relevant.

Artikel 2. Reikwijdte

Artikel 2.1

De Gedragsregels Sponsoring zijn van toepassing op zowel sponsoring van beroepsbeoefenaren als sponsoring van samenwerkingsverbanden van beroepsbeoefenaren, zoals maatschappen of andere rechts- of

samenwerkingsvormen, waarin beroepsbeoefenaren actief zijn. Te denken valt bijvoorbeeld aan stichtingen opgericht door artsen ter bevordering van nascholingsactiviteiten, zorggroepen of samenwerkende huisartsen met of zonder apotheker met uitzondering van FT(T)O's. Ook in het geval waarin de beroepsbeoefenaren die gesponsord worden werkzaam zijn in dienstverband, en de feitelijke betaling van de sponsorgelden geschiedt aan de instelling die als werkgever van de beroepsbeoefenaar optreedt, zijn de sponsorregels van toepassing. Op grond van artikel 3 is sponsoring aan individuele beroepsbeoefenaren verboden tenzij het gaat om verlenen van financiële ondersteuning voor proefschriften.

Artikel 2.2 a – gastvrijheid bij samenkomsten

De Gedragsregels sponsoring zijn niet van toepassing op de sponsoring door farmaceutische bedrijven van samenkomsten voor beroepsbeoefenaren (congressen, symposia, etc). Deze vorm van sponsoring is vanaf april 2005 al geregeld in het kader van artikel 12 van de Gedragscode en de Uitwerking normen gunstbetoon. Deze regels blijven onverkort van kracht.

Artikel 2.2 b – geschenken

Uit de definitie van sponsoring volgt dat ook het geven van geschenken als sponsoring kan worden gezien. In de Uitwerking normen gunstbetoon is bepaald dat het geven van een geschenk is toegestaan, mits dit geschenk van geringe waarde is en van betekenis kan zijn voor de beroepsuitoefening. Als het gaat om een geschenk dat niet aan deze voorwaarden voldoet, zal het geven c.q. ontvangen ervan aan de voorwaarden van de Gedragsregels sponsoring moeten voldoen.

Artikel 2.2 c – honorering van diensten

De honorering van diensten wordt geregeld in artikel 20 van de Gedragscode en de Uitwerking normen gunstbetoon en valt buiten de reikwijdte van de Gedragsregels sponsoring. De grens tussen het honoreren van dienstverlening en sponsoring zal niet altijd even duidelijk te trekken zijn. In het algemeen kan worden gesteld dat bij dienstverlening sprake is van een opdrachtgever/opdrachtnemer-relatie, de dienst/prestatie centraal staat en de betaling (honorering) daarvan een logisch gevolg is. Bij sponsoring daarentegen staat juist de (financiële) ondersteuning centraal en staat een mogelijke tegenprestatie mogelijk niet in verhouding tot de ondersteuning. Zo kan bij sponsoring weliswaar sprake zijn van een tegenprestatie in de vorm van bijv. samenwerking of positieve publiciteit, maar de verhouding tussen die tegenprestatie en de financiële ondersteuning is niet persé relevant. Bij sponsoring zal het initiatief doorgaans bij de gesponsorde liggen; de gesponsorde verzoekt in verband met een activiteit om (financiële) ondersteuning.

Artikel 2.2 d. en e. - advertenties en standhuur

Het plaatsen van advertenties tegen marktconforme tarieven wordt niet beschouwd als sponsoring in de zin van deze gedragsregels. Hetzelfde geldt voor het huren van standruimte tegen marktconforme tarieven. Indien de tarieven hoger zijn dan hetgeen marktconform kan worden geacht, levert de vergunninghouder met het "surplus" een financiële bijdrage aan de bijeenkomst of de betreffende uitgave. De Gedragsregels sponsoring zijn dan van toepassing.

Artikel 2.2 f. – sponsoring patiëntenorganisaties

Voor de sponsoring van patiëntenorganisaties door vergunninghouders heeft de CGR in 2005 reeds afzonderlijke gedragsregels opgesteld. Deze Gedragsregels sponsoring blijven onverkort van toepassing.

Artikel 3 Hoofdregel

Als uitgangspunt geldt dat sponsoring is toegestaan, mits wordt voldaan aan de voorwaarden die in de artikelen 4 t/m 8 worden gesteld.

Artikel 4 Integriteit

De essentie van de Gedragscode is dat moet worden voorkomen dat vergunninghouders en beroepsbeoefenaren bij hun onderlinge verkeer zich op onoirbare wijze jegens elkaar verplicht zouden voelen. Tegen deze achtergrond moeten de in dit artikel opgenomen “ethische” uitgangspunten worden gelezen. Waar het om gaat is dat de integriteit, de onafhankelijkheid en het imago van alle bij sponsoring betrokken partijen niet in het geding komen.

Artikel 5. Doelstelling

Artikel 5 bevat belangrijke, cumulatieve, voorwaarden met betrekking tot de doelstelling van de sponsoring. Partijen bij de sponsorafspraken moeten aannemelijk kunnen maken dat:

1. de sponsoring innovatieve en/of kwaliteitsverbeterende activiteiten ondersteunt, en
2. de sponsoring directe of indirecte verbetering van zorg aan patiënten of de bevordering van de medische wetenschap tot doel heeft, en
3. de betreffende activiteiten niet of niet volledig op andere reguliere wijze worden gefinancierd.

Voor de goede orde wordt erop gewezen dat dezelfde regels gelden als het gaat om donaties (sponsoring zonder tegenprestatie). Zo is een donatie, bijv. een financiële bijdrage aan een kliniek of andere medische instelling ter bevordering van (een bepaald) onderzoek zonder dat daar een tegenprestatie tegenover staat, toegestaan, mits dat doel in lijn is met het bepaalde in dit artikel en duidelijk wordt vastgelegd. Ook moet de donatie niet leiden tot (persoonlijke) bevoordeling omdat er uit andere bron al voldoende financiering voorhanden dan wel beschikbaar was. In dit verband wordt ook verwezen naar de toelichting bij artikel 6 over transparantie.

Ad 1. Innovatieve en/of kwaliteitsverbeterende zorg

Met deze voorwaarde komt tot uitdrukking dat sponsoring is toegestaan indien zij is gericht op “extra” zaken: innovatieve en/of kwaliteitsverbeterende activiteiten die zonder sponsoring niet of moeizaam van de grond zouden komen. Of sprake is van een ‘sponsorfähige’ (zorg)activiteit moet telkens aan de hand van de omstandigheden van het geval worden bepaald. Het tijdsgewricht is daarbij een belangrijke, maar voortdurend veranderende factor. Voortschrijdend inzicht en ontwikkelingen in de praktijk moeten goed in het oog worden gehouden. Immers, een bepaalde (zorg)activiteit kan op moment X voor sponsoring in aanmerking komen, maar zoveel navolging krijgen dat men kan spreken van een ‘best practice’. Daarmee gaat deze activiteit tot de reguliere zorg behoren. Sponsoring zal dan alleen nog zijn toegestaan indien aannemelijk kan worden gemaakt dat voor deze reguliere zorg geen of geen volledige reguliere financiering voorhanden is (zie onder ad 3.).

Ad 2. Verbetering van zorg aan patiënten of bevordering van medische wetenschap

In artikel 5.1.b van de Gedragsregels sponsoring is bepaald dat sponsoring directe of indirecte verbetering van zorg aan patiënten of bevordering van de medische wetenschap tot doel moet hebben. Te denken valt bijvoorbeeld aan de (reeds genoemde) financiële ondersteuning van (een bepaald) wetenschappelijk onderzoek in een instelling. Alleen als aannemelijk kan worden gemaakt dat uiteindelijk de patiënt langs directe of indirecte weg baat kan hebben bij de sponsoring of door de sponsoring de wetenschap kan worden gediend, is deze toegestaan. Overigens zal vrijwel altijd aan deze eis zijn voldaan als het gaat om een innovatieve of kwaliteitsverbeterende activiteit zoals bedoeld in art. 5.1.a.

Ter illustratie: het sponsoren van een laptop waarmee patiëntjes op de afdeling Kinderoncologie op afstand kunnen communiceren met hun omgeving kan op

indirecte wijze de zorg verbeteren, en het sponsoren van onderzoek naar een zeldzame genetische afwijking worden gezien als een bijdrage aan de medische wetenschap die op termijn de zorg en dus de patiënt ten goede kan komen.

Ad 3. geen (volledige) reguliere financiering

Wanneer voor de activiteiten waarvoor sponsoring wordt gevraagd volledige reguliere financiering bestaat (door bijvoorbeeld overheid, zorgverzekeraar, instelling en/of subsidiegever), betekent sponsoring additionele financiering, die tot een besparing leidt en dus mogelijk tot persoonlijke bevoordeling van de gesponsorde. In die gevallen is sponsoring niet toegestaan. Sponsoring is wel toegestaan als er geen, of slechts voor een deel reguliere financiering bestaat. Het sponsorbedrag mag slechts de niet door reguliere financiering gedekte kosten betreffen.

Zaken die behoren tot de normale praktijk- of bedrijfsvoering moeten uiteraard door de betrokken hulpverlener of instelling zelf worden gefinancierd (bijvoorbeeld de vervanging van een verouderd computersysteem of de inrichting van de praktijkruimte). Ondersteuning voor de aanschaf, onderhoud etc. van dergelijke zaken zou rechtstreeks leiden tot een besparing en dus een bevoordeling van de gesponsorde. Ook bijvoorbeeld de financiering van regulier gefinancierde arbeidsplaatsen moet onder dit artikel worden meegenomen. Als, bijvoorbeeld van overheidswege, budget beschikbaar is voor reguliere praktijkondersteuning bij huisartsen, kan hiervoor geen sponsoring door een vergunninghouder worden verkregen.

In artikel 5.2 wordt duidelijk gemaakt dat vragen of geven van ondersteuning niet mag zijn ingegeven door persoonlijk winstbejag of rechtstreekse commerciële doeleinden. Deze voorwaarde houdt nauw verband met de algemeen geformuleerde integriteitseis uit art. 3 sub d. De enkele omstandigheid dat sponsoring op enig moment kan leiden tot een persoonlijk of commercieel voordeel, staat aan de toelaatbaarheid niet per se in de weg. Waar het om gaat is dat zowel de vrager als gever van ondersteuning tot primair oogmerk hebben om de zorg aan patiënten te verbeteren dan wel de medische wetenschap vooruit te helpen.

Artikel 6 Transparantie

Transparantie is essentieel. Daarom is bepaald dat alle afspraken, alsmede de gegevens waarop deze zijn gebaseerd, vooraf schriftelijk worden vastgelegd. Dit voorkomt dat de sponsoring plaatsvindt zonder dat er concrete en duidelijke afspraken zijn gemaakt over het te sponsoren project/activiteit (incl. alle relevante financiële aspecten) en de rechten en verplichtingen van beide partijen. Ook in geval van een donatie is het van belang om een en ander schriftelijk vast te leggen, zoals bijv. het doel van de donatie en het feit dat er geen tegenprestatie tegenover staat.

Artikel 7 Geen exclusiviteit

Een bewuste beperking tot één sponsor kan de onafhankelijkheid van de gesponsorde in gevaar brengen en is dus niet toegestaan. Wel kan in het kader van een specifiek kortlopend project (bijv. ondersteuning van een *pilot*project voor een bepaalde innovatieve vorm van zorg) exclusiviteit worden afgesproken. Structurele exclusiviteit moet echter worden voorkomen.

Artikel 8 Tegenprestatie

Sponsoring mag niet leiden tot ongewenste beïnvloeding van het voorschrijf-, inkoop- of aflevergedrag van de gesponsorde. Uiteraard kan sponsoring leiden tot een zekere 'spin off', zoals een grotere naamsbekendheid en/of beter imago van een bedrijf. Het direct of indirect koppelen van het sponsoren aan het inkopen of voorschrijven van bepaalde geneesmiddelen is echter uit den boze. Invloed van een sponsor op het beleid of activiteiten hoeft niet per definitie ongewenst te zijn. Wel moet iedere (schijn van) ongewenste beïnvloeding worden vermeden.