



# Sponsoring van nascholing

F. Meulenberg | *Illustratie: Loes Vos*

**Het is bijna een natuurlijke reflex. Wie een congres, nascholing of refereeravond organiseert, stapt naar de farmaceutische industrie voor sponsoring. Is dat onontkoombaar of moet men sponsoring vanuit commerciële hoek per definitie van de hand wijzen? De discussie leeft al jaren en het lijkt een debat tussen de rekkelijken en de preciezen of, zo men wil, tussen pragmatici en dogmatici. Zie hier het vertrekpunt van een driehoeksgesprek met dr. Vigfús Sigurdsson, UMCU, Utrecht (VS) en dr. DirkJan Hijnen, Erasmus MC, Rotterdam (DJH).**

**VS:** “Ik vind sponsoring in alle gevallen onwenselijk. Dit geldt zeer zeker voor monosponsoring en in iets mindere mate voor multisponsoring. Wel ben ik een pragmaticus en begrijp ik dat het moeilijk is om nascholing te organiseren zonder sponsoring. Want zo zit de wereld in elkaar. Dus als het niet anders kan, dan lijkt mij sponsoring toegestaan, maar dan altijd dan in de vorm van de multivariant.”

Hijnen weet de impuls om een extreem tegenstandpunt te formuleren te onderdrukken.

**DJH:** “Daar kan ik natuurlijk een heel ongenueanceerde reactie op geven, maar als je er iets langer over nadenkt, zijn er heel veel aspecten die je zou moeten bespreken om te komen tot een genuanceerder antwoord.”

## BEÏNVLOEDING

**VS** heeft die visie al 10-15 jaar: “Ik ben van mening veranderd na lezing van het boek *The truth about the drug companies: how they deceive us and what to do about it* van dr. Marcia Angell (verschenen in 2004). Dit zou een verplicht boek moeten zijn voor alle artsen. Carla Bruijnzeel gaf het jaren geleden aan mij. Een schitterend en zeer overtuigend boek. Daarna heb ik een aantal boeken en artikelen over deze materie gelezen.”

**DJH:** “Ook bij mij staat dat boek in de boekenkast. Eveneens van Carla gekregen; bekende kost dus! Ik ben opgeleid door Carla en ik deel nu mijn werkkamer met Bing Thio; dus ik ken beide ‘kampen’ goed, want Bing behoort tot de ‘rekkelijken.’”

### **Wat is het grootste probleem bij sponsoring?**

**VS** neemt de bocht kort: “Door de sponsoring worden wij beïnvloed. Dit moeten we altijd tot het minimum beperken.”

**DJH** valt hem bij: “Het grootste probleem van sponsoring is, denk ik, inderdaad de beïnvloeding. Dat is natuurlijk een punt dat heel gevoelig ligt en waar media ook graag op duiken.

Denk bijvoorbeeld aan de recente media-aandacht rondom de sponsoring van nascholing van diëtisten.”

**Als jullie het boek van Angell kregen van Carla, is dat toch ook een manier om jullie te beïnvloeden?**

**VS en DJH:** “Absoluut! Carla stak haar mening dan ook niet onder stoelen of banken. De hele club in Utrecht kreeg dat boek...”

## ROLLEN EN MOLLEN

**DJH:** “Ik besef terdege dat sponsoring altijd leidt tot beïnvloeding. Bewust zijn van beïnvloeding betekent echter niet dat je minder beïnvloed wordt. Er is ook een verschil in rollen: het maakt verschil of iemand organisator is of bezoeker van nascholing. Als organisator heb je andere belangen dan als bezoeker van nascholing. Als organisator ben ik me bewust van beïnvloeding, maar zijn alle bezoekers van de nascholing die ik organiseer daar ook zo weloverwogen mee bezig? Want laten we wel wezen, als organisator besef je dat je toch min of meer wordt gebruikt door het bedrijf dat de nascholing sponsort. Als de industrie een *hot shot* uit het buitenland kan strikken, dan trekt dat publiek. Die wisselwerking zou je eigenlijk niet willen, maar zo werkt het. Dat geldt echt niet alleen voor de medische wereld, maar in de gezondheidszorg ligt dit allemaal extra gevoelig.”

**VS** herkent die rolverdeling enigszins. “Als je een meeting organiseert via monosponsoring ben je overduidelijk niet goed bezig. Dan ben je echt een ‘mol’. Als deelnemer ben je daar minder mee bezig. Die organisator zegt immers impliciet: ‘Dit bedrijf is oké.’”

Naast de rol van organisator en bezoeker ziet DJH nog een derde variant: die van spreker op een congres of nascholing.

**DJH:** “Het grootste gevaar schuilt in gesponsorde nascholing waarbij een of meer producten van de sponsor(en) ter sprake komen. Ben je dan als spreker net zo kritisch als wanneer het een niet-gesponsorde bijeenkomst zou zijn? Bespreek je alle therapeutische opties, of focus je net iets meer op het product van de sponsor? Voor mezelf kan ik daar vrij duidelijk over zijn: ik blijf superkritisch en ga niets anders zeggen dan bij een niet-gesponsorde meeting. Hier kan ik nog heel lang over doorgaan, dus zeg het maar; hoeveel nuance wil je?”

## SPIEGELTJES EN KRAALTJES

*Is het überhaupt haalbaar om nascholing zonder sponsoring rond te krijgen? Zo ja, hoe?*

DJH: “Het is absoluut mogelijk. Nascholing zonder sponsoring heeft zo zijn consequenties: hogere inschrijfkosten voor de deelnemers, of minder ‘dure’ sprekers en/of minder aantrekkelijke locaties, en/of minder goede catering, et cetera, om de registratiekosten laag te houden.” Schouderophalend: “Als je iets organiseert, kan sponsoring heel prettig zijn; daarmee kun je de bezoekers net iets meer aanbieden dan droge blokjes kaas. Ook kun je daarmee bijvoorbeeld organisatorische taken verdelen of delegeren.”

VS: “Het meteen gaan zoeken naar sponsors is een pavlovreactie. Althans, zo zie ik het.”

DJH: “Het is zoveel gemakkelijker om het standpunt van Vigfús te verdedigen (‘Ik ben tegen sponsoring want er is altijd beïnvloeding’). Zullen we van standpunt ruilen, Vigfús?” Hij heeft ervaring met het organiseren van nascholing zonder sponsoring, zoals het jaarlijkse NVED-congres. “Overigens is dat een congres waar ik Vigfús nog nooit heb gezien...” Een sneer met een glimlach die Sigurdsson meteen countert. VS: “Jij mag mij nooit gezien hebben, maar ik ben wel degelijk een keer als deelnemer aanwezig geweest; al is dat jaren geleden.”

Hijnen vervolgt zijn betoog. DJH: “Al sinds de oprichting in 1999 staat de keuze voor niet-sponsoring niet ter discussie. Er zijn verschillende factoren die maken dat we de kosten van deze tweedaagse meeting laag kunnen houden: van oudsher zitten we in een relatief goedkope, en dus weinig sexy locatie. De meeting wordt volledig georganiseerd door onbetaalde bestuursleden: het is anno 2020 best bijzonder dat mensen zoveel vrije tijd steken in het organiseren van een congres zonder enige compensatie daarvoor. Zelfs bestuursleden betalen gewoon hun registratie en overnachting tijdens de meeting.”

Hij maakt een switch naar de Dermatologendagen, een bekend voorbeeld van gesponsorde nascholing: “Kijk voor de aardigheid eens naar de kosten van het congresbureau dat de Dermatologendagen organiseert. Sponsors hebben weliswaar geen enkele invloed op de inhoud van het wetenschappelijke programma, maar zij willen natuurlijk wel exposure. Die zit vooral in de contactmomenten tijdens de pauzes. Daarbij zijn de bezoekers van de Dermatologendagen natuurlijk relatief vrij in het beslissen of ze met de vertegenwoordigers van de sponsors praten. Met deze vorm van sponsoring heb ik weinig moeite.”

*De tijd dat de industrie spiegeltes en kraaltjes aanbood, lijkt lang geleden. Wat is in jullie herinnering een voorbeeld van een dergelijk cadeautje dat jullie is aangeboden?*

VS: “In het verleden heb ik veel pennen en boeken gekregen en heb ik ook wel uitbundige reizen meegemaakt. Bijvoorbeeld een reis naar de EADV in Nice in 1998, inclusief een luxe hotel, boottocht naar Monaco met een bezoek aan het casino, plus een groot feest in een kasteel. Alles werd betaald. De laatste tien tot vijftien jaar betreft het hooguit een goedkope pen met logo.”

DJH: “Ik heb die tijd niet meer echt meegemaakt. Etentjes of bijvoorbeeld waterskiën met de aios-club waren voor mij het

meest extreem. Voor mij in ieder geval geen luxecongressen op tropische locaties.”

*Dus betaalde vlieguren naar een ver buitenlands oord, met de industrie als reisbureau, zouden medisch specialisten categorisch moeten afwijzen?*

VS: “Ja, dat is in deze tijd niet goed te praten.”

## TEGENMAATREGELEN

*Het gangbare antwoord op mogelijke beïnvloeding bestaat uit ‘transparantie’. Biedt dat antwoord voldoende garantie?*

VS: “Dat is wel belangrijk, maar is niet zaligmakend. Er is namelijk geen garantie dat alles oké is. Neem bijvoorbeeld het Transparantieregister Zorg. De nuancering ontbreekt veelal. Als inkomsten voor bijvoorbeeld een adviesraad op een rekening komen waaruit men onderzoek financiert, dan staat dat niet zo geregistreerd in het Transparantieregister. Echter, hierin volledig willen zijn, leidt weer tot een toename van bureaucratie, waar ook niemand op zit te wachten.”

*Hoe zien jullie dan de rol van het Transparantieregister? Is dat een afdoende hulpmiddel, een wassen neus of een tussenfase totdat een betere oplossing in zicht komt?*

VS is uitgesproken in zijn mening: “Het is een wassen neus. Het wordt pas goed als alle sponsoring verdwijnt.”

DJH: “Ik ben het niet eens met het antwoord van Vigfús: ook zonder sponsoring is er beïnvloeding. Ik vrees dus dat ik het nooit helemaal eens wordt met Vigfús.”

*Aan het begin van een presentatie toont vrijwel iedere spreker een dia met een ‘disclosure’ (vermelding van eventuele strijdige belangen). Wat vinden jullie daarvan?*

VS: Het oogt allemaal heel netjes, maar het zegt weinig. Meestal verdwijnt deze dia heel snel uit beeld en er ontstaat nooit discussie over. Soms lijkt het een laconieke grap.”

*Is sponsoring van nascholing door de industrie wel eens gesprekstof binnen de maatschap of in de koffiekamer?*

DJH: “In Utrecht was dat veel vaker het geval, door de grote weerstand tegen sponsoring. In Rotterdam zien wij farma veel meer als partner, voor zowel nascholing als onderzoek.”

*Ben jij eenzelfde soort pragmaticus die Vigfús in ieder geval in zichzelf meent te herkennen?*

DJH: “Tot circa 2 jaar geleden speelde gesponsorde nascholing veel minder in mijn expertisegebied (constitueel eczeem). Sinds de introductie van nieuwe geneesmiddelen is er vanuit de farma veel meer interesse in het sponsoren van nascholing. Ik vind het leuk om klinische ervaringen uit te wisselen met collega’s, dus ik doe graag mee aan nascholing, ook al is die met monosponsoring. Ik snap het zwart-witonderscheid van mono- versus multisponsoring van Vigfús niet zo goed. Is het minder erg als twee farmaceuten iemand beïnvloeden dan als eentje dat doet?”

*Hoe rekbaar is een pragmaticus?*

DJH: “Rekbaar tot-ie scheurt!”

---

## CORRESPONDENTIEADRES

Frans Meulenberg

E-mail: f.meulenberg@nvdv.nl