

4. Soziale Verantwortung als wichtiger Bestandteil der Reputation und Glaubwürdigkeit pharmazeutischer Unternehmen: Empirie

4.1. Risikosensibilisierung und resultierende Wahrnehmung von Nachhaltigkeit in der pharmazeutischen Industrie (Fragestellung)

In den letzten 20-25 Jahren entwickelte sich nach Warsewa ein breiteres Umweltwissen, ein zunehmend schlechtes Gewissen und ein größeres Verantwortungsbewusstsein für „die Welt um uns“, unterstützt von einer wachsenden Risikosensibilität (53). Dies führt nach seiner Ansicht zu tendenziell verallgemeinerbaren Verhaltensnormen und –standards, die als „ökologische Korrektheit“ handlungs- und verhaltensrelevant geworden sind. Damit geht Warsewa weiter als andere Autoren, die „das Verhältnis zur Umwelt“ als eines, und bei weitem nicht als eines der bedeutendsten Entscheidungs- und Handlungskriterien, bewerten. Die Analyse der branchenübergreifenden wie auch branchenspezifischen Erwartungen bezüglich sozialer Verantwortung von ausgewählten Anspruchsgruppen deutet in die Richtung, dass sich auch eine „soziale Korrektheit“ zu bilden scheint. Erst die Beachtung dieser „Correctness“ verschafft dem Akteur Vertrauen und Glaubwürdigkeit bei seinen Anspruchsgruppen und letztendlich die in Kapitel 3.2. beschriebene langfristige „License to operate“.

Trifft diese allgemeine Entwicklung gegenwärtig zu, wenn man sie auf die pharmazeutische Industrie bezieht? Um dem nach zu gehen, wurde mit Finanzierung des pharmazeutischen Unternehmens Schering AG, Berlin, eine internationale, empirische Studie am Institut für Soziologie der Freien Universität Berlin durchgeführt. Folgende Kernfragen sind im Rahmen des Promotions-themas von Interesse:

- Wie ist es um das Vertrauen in die pharmazeutische Industrie und die Verantwortung der pharmazeutischen Industrie bestellt?
- Werden ökologischen Kriterien getrennt von sozialen Kriterien wahrgenommen?
- Welche Typenbildungen oder Gruppierungen haben Bestand? Ist die traditionelle Trennung der Anspruchsgruppen nach ökonomisch, ökologisch und sozial orientierten Gruppierungen bei Nachhaltigkeitsthemen sinnvoll?
- Gibt es Prototypen, die die Nachhaltigkeitsperspektiven von Sachs bestätigen?

4.2. Design der Umfrage „Perzeption von Nachhaltigkeit in der pharmazeutischen Industrie“

In den drei Ländern Deutschland, Italien und den USA wurden in der Zeit von November bis Dezember 2001 mittels Telefoninterviews 139 Ärzte, 99 Apotheker, 20 Analysten und 154 Verbraucher befragt.

Tabelle 7: Anzahl der Interviewten nach Land und Anspruchsgruppe

Anspruchsgruppe	Land/Anzahl			Total
	Deutschland	Italien	USA	
Arzt	47	45	47	139
Apotheker	38	33	28	99
Analyst	9	5	6	20
Verbraucher	59	47	48	154
Total	153	130	129	412

Die Auswahl der Länder entstand nach den Kriterien:

- Standort des auftraggebenden Unternehmens
- zweites Referenzland aus dem südeuropäischen Raum und
- USA als einer der bedeutendsten Märkte für pharmazeutische Produkte

Die Fallzahl der Analysten blieb die kleinste. Dies ist auf zwei Umstände zurückzuführen:

- Priorität sollte in der Studie Arzt, Verbraucher und Apotheker erhalten.
- Vertreter dieser Anspruchsgruppe zeigten eine besonders geringe Verfügbarkeit

Gesprächsgrundlage war ein Fragebogen mit 59 Fragen zuzüglich einiger demographischer Angaben. Die Interviewpartner wurden per Zufall ausgewählt. Die Telefongespräche hatten eine durchschnittliche Dauer von 25 Minuten.

Der Fragebogen entstand auf Basis der gegenwärtig in der Fachliteratur und in Fachkreisen beschriebenen Kriterien im sozialen, ökologischen und ökonomischen Kontext einer nachhaltigen Entwicklung (Anhang 2). Um möglichst zielsicher und verständlich die entscheidenden Kriterien berücksichtigen zu können, wurde vor Konzeption des Fragebogens ein interdisziplinärer

Roundtable veranstaltet. Zehn Experten und Expertinnen aus Finanzwirtschaft, Medizin, Mikrobiologie, Meteorologie, Pharmazie, Pflegewissenschaften, Philosophie, Sozialpsychologie, Soziologie und Statistik waren zu einem dreistündigen Diskurs eingeladen. Die Schwerpunkte der Diskussionsbeiträge flossen in den Fragebogen ein.

4.3. Methodik der Auswertung

Vorangestellt seien zwei rahmengebende Krisen, die sich in relativer Nähe (ein bis zwei Monate) zum Erhebungszeitraum ereigneten, und bei denen nicht ausgeschlossen werden kann, dass sie die per Zufall Befragten in ihrem Antwortverhalten beeinflusst haben könnten.

- Der Anschlag auf das World Trade Center in New York und das Pentagon in Washington, D.C. am 11. September 2001 erschütterte die Weltöffentlichkeit und veranlasste viele Menschen unter anderem über Sicherheit, Weltordnung und Risiken durch Wohlstandsgefälle zwischen den gesellschaftlich-ökonomischen Systemen nachzudenken.

- Der Pharmakonzern Bayer hatte sich international auseinander zusetzen mit einigen Todesfällen im Zusammenhang mit der Anwendung seines Cholesterinsenkers Lipobay aufgrund von Unverträglichkeiten in Kombination mit bestimmten anderen Medikamenten. Dadurch gewannen Themen wie Produktverantwortung von Unternehmen, Rolle und Position der Ärzte, sowie Angewiesen sein der Patienten auf Vertrauenswürdigkeit und Arzneimittelsicherheit mit einem Schlag hohe Publizität.

Da jedoch bei Feldstudien nicht vorhergesagt werden kann, wann welches Ereignis die empirische Erfassung beeinflussen könnte, wurde der Erfassungszeitraum November 2001 nicht verschoben. Vielmehr werden bei der Interpretation der Daten die Rahmenbedingungen als gegebenes situatives Umfeld benannt und als Grundstimmung in Kauf genommen.

Ob soziodemographische Unterscheidungen eine Rolle spielen bei der Bewertung der ermittelten Daten soll in dieser Arbeit nicht geprüft werden, da der Schwerpunkt der Auswertung in der Bildung möglicher Typen von Selbsteinschätzungen und Werthaltungen liegt. Lange spricht davon, dass Differenzierungen nach Alter, Geschlecht und Einkommen bezüglich umweltrelevanter Problemstellungen spätestens seit den ausgehenden achtziger Jahren keine nennenswerten Differenzierungen mehr ergaben und dies mit gewissem Abstand auch schon galt für die Unterscheidung nach Beruf, Bildung und Stel-

lung im Beruf (54). Vielmehr wird seit den frühen neunziger Jahren eine Mischung aus psychologischen und soziologischen Ausprägungen wie persönliches Wohlbefinden, Lebensstile, Kosten-/Nutzenabwägungen und Motivation in zahlreichen wissenschaftlichen Arbeiten zur typologisierenden Reaggregation verwendet aber in dem vorliegenden Untersuchungsrahmen nicht verfolgt. Mittels Häufigkeitsanalyse werden die Bedeutungen von Verantwortung und Vertrauen für die jeweiligen Anspruchsgruppen beschrieben.

Die Perzeption ökonomisch orientierter beziehungsweise sozial engagierter Anspruchsgruppen wird mittels der „Answer Tree Analyse“ (Answer Tree 2.0, SPSS Inc., 1998) untersucht. Die Verdichtung und Typologisierung der erhobenen Daten erfolgt nach dem Antwortverhalten, welches die deutlichste Trennung in den entsprechenden Gruppen hervorruft.

Abschließend wird durch eine weitere Analyse von Prototypen geprüft, ob aus der Gesamtmenge der Befragten mittels der Nachhaltigkeitsperspektiven von Sachs neue Aussagen zu Perzeptionstypen von Nachhaltigkeit gemacht werden können.

4.4. Vertrauen in die pharmazeutische Industrie und Verantwortung

Wie bereits bei dem Bedarf der Anspruchsgruppen ausgeführt, nennt Bombassaro das Vertrauensverhältnis zwischen Akteur und Anspruchsgruppen als Grundbedingung für erfolgreiches Wirtschaften. Gleichzeitig besteht durch die geschäftlichen aber auch sozialen, gesellschaftlichen und ökologischen Beziehungen, die der Akteur mit den Anspruchsgruppen beziehungsweise dem Umfeld eingeht, eine Verantwortungspflicht. Bezogen auf die pharmazeutische Industrie wurde in der hier vorgestellten Studie unter anderem nach dem Vertrauen in und Verantwortung für die Sicherheit von Medikamenten gefragt. Dann wurden die Nennungen der Befragten einerseits bezüglich Vertrauensinstanzen und andererseits bezüglich Verantwortungsinstanzen zueinander in Beziehung gesetzt und anspruchsspezifisch ausgewertet. Die Auswertung nach Nationalität brachte keine signifikanten Unterschiede.

Abbildung 2: Verantwortung versus Vertrauen bei Sicherheit von Medikamenten aller Perspektiven

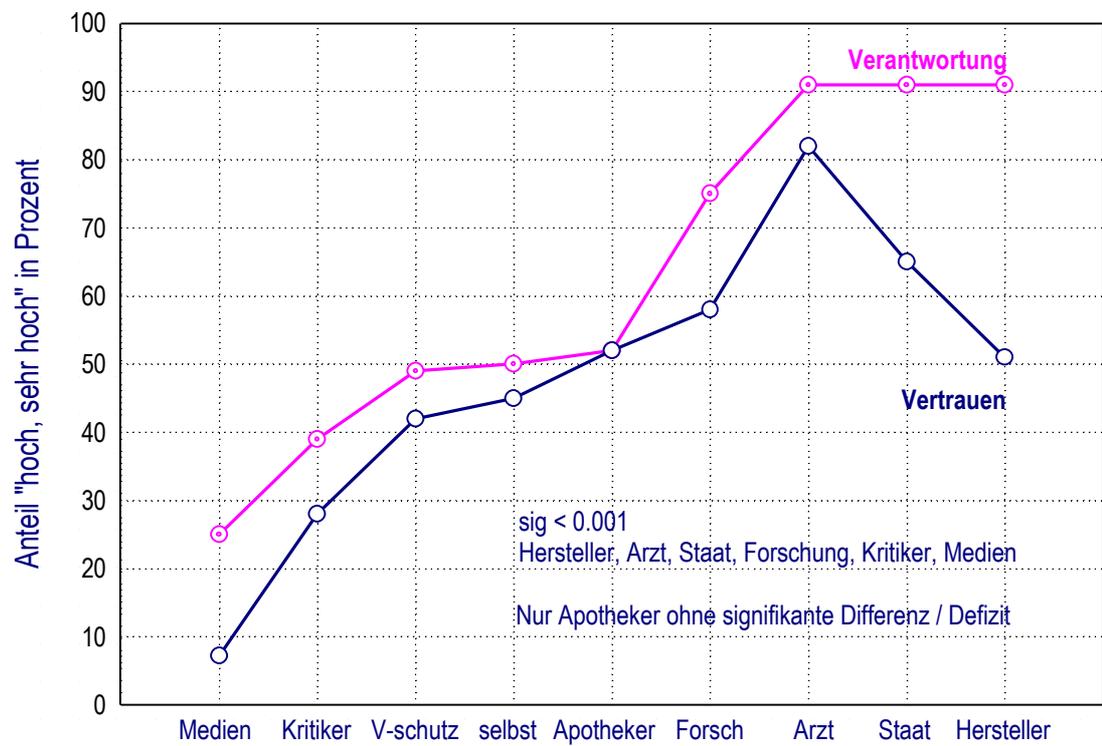


Abbildung 3: Verantwortung versus Vertrauen bei Sicherheit von Medikamenten aus Perspektive Arzt

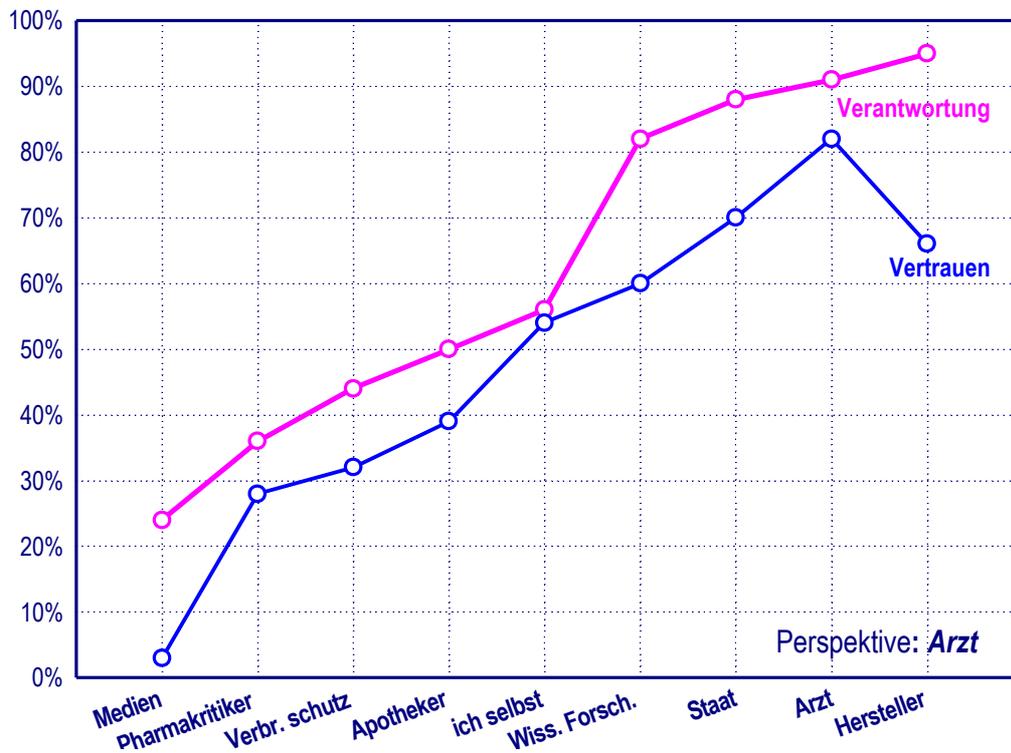


Abbildung 4: Verantwortung versus Vertrauen bei Sicherheit von Medikamenten aus Perspektive Apotheker

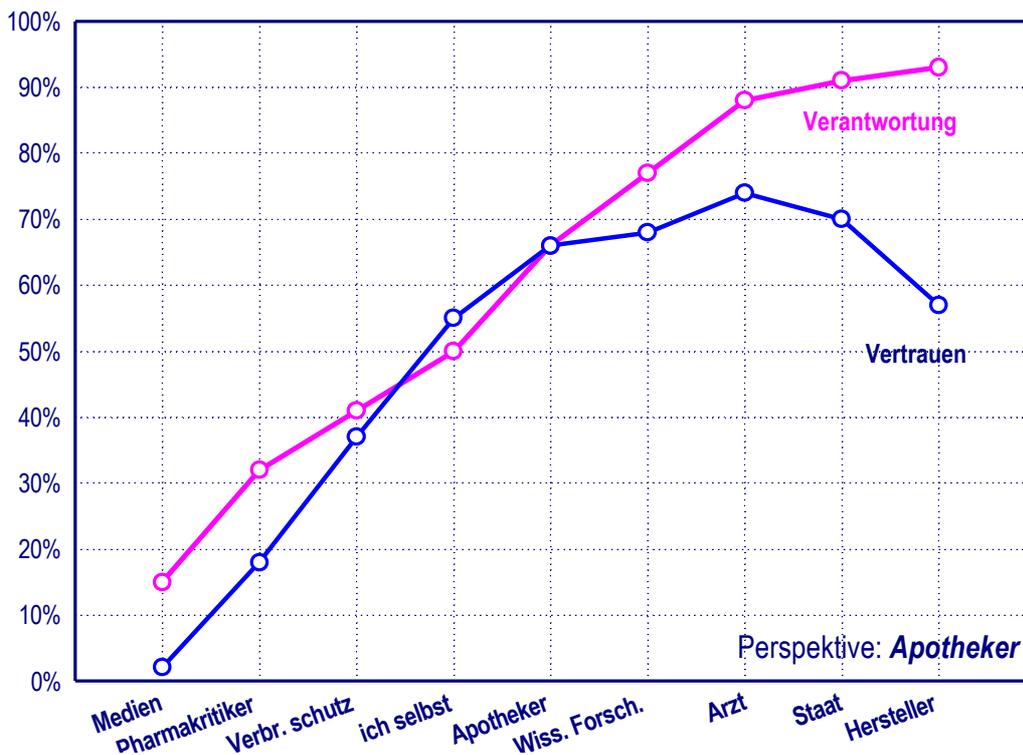


Abbildung 5: Verantwortung versus Vertrauen bei Sicherheit von Medikamenten aus Perspektive Analyst

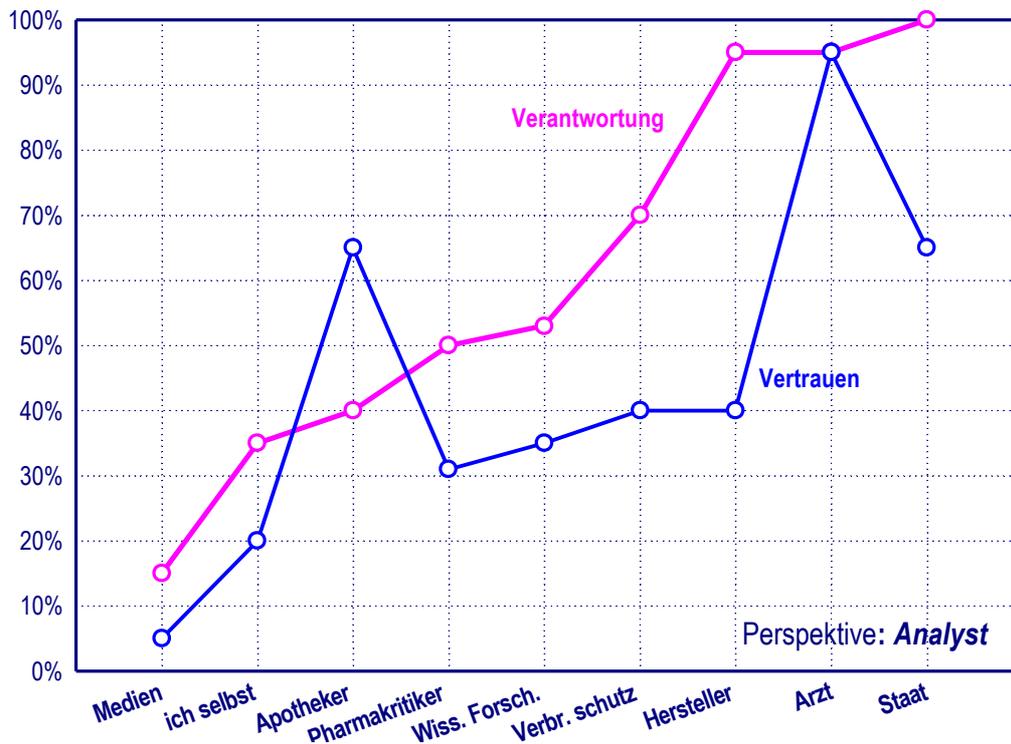
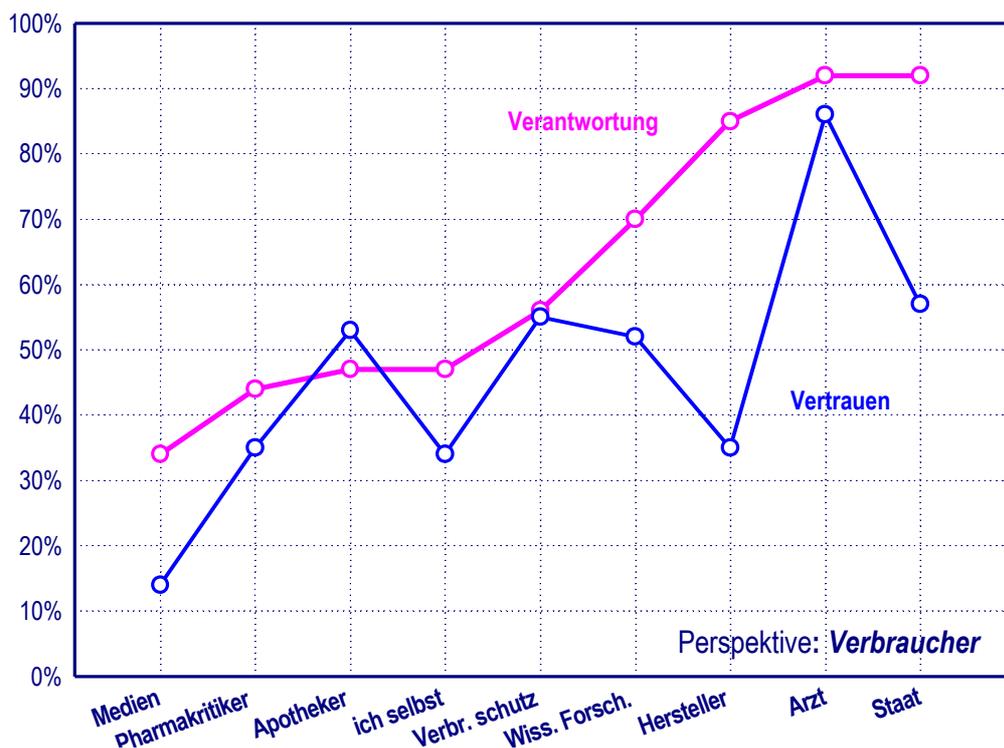


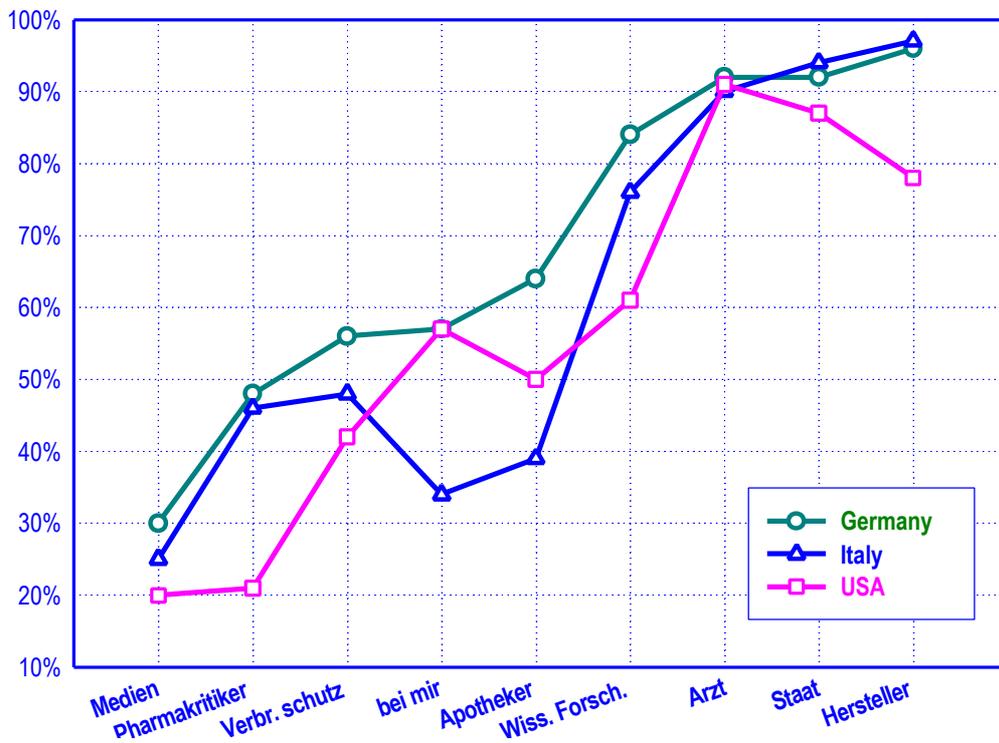
Abbildung 6: Verantwortung versus Vertrauen bei Sicherheit von Medikamenten aus Perspektive Verbraucher



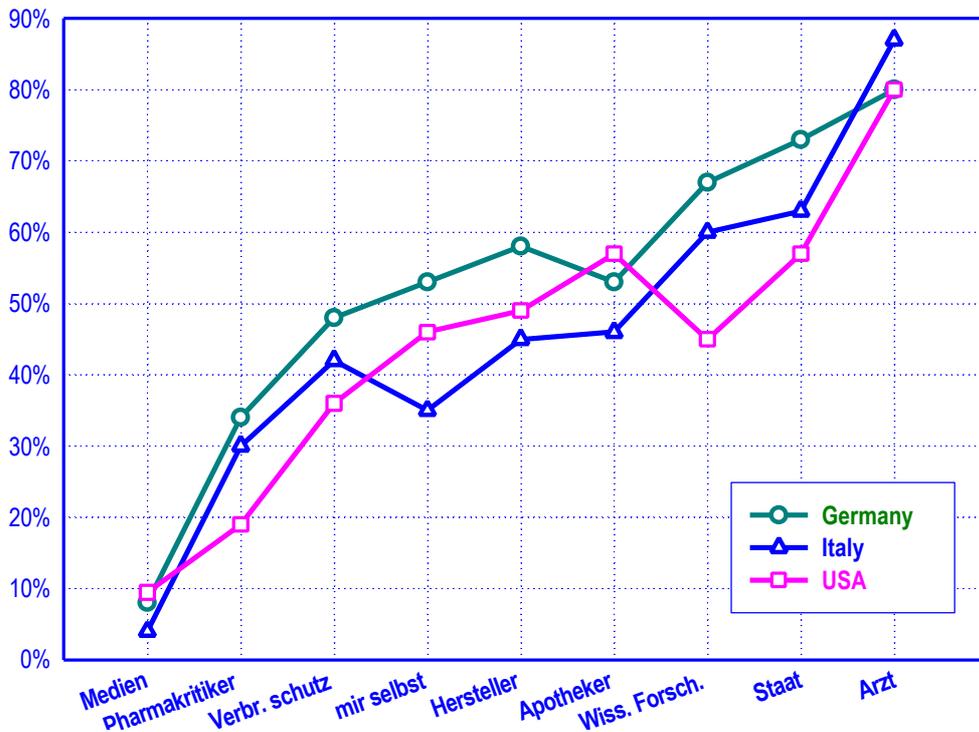
Die Interpretation der Abbildungen 2-6 fokussiert auf die stärksten Ausprägungen und Diskrepanzen. Diese finden sich bei den drei Vertrauens- beziehungsweise Verantwortungsinstanzen Arzt, Hersteller und Staat. Es ist auffallend aber nicht unbedingt überraschend, dass der Arzt bei der Beurteilung der Medikamentensicherheit sehr hohes Vertrauen bei allen Anspruchsgruppen genießt und ihm auch eine sehr hohe Verantwortung zugerechnet wird. Sowohl der Staat wie auch der Hersteller dagegen tragen nach Einschätzung aller Anspruchsgruppen zwar eine mindestens ebenso große Verantwortung, ihnen wird aber ein deutlich geringeres Vertrauen zuerkannt (bis ≥ 30 Prozent weniger Nennungen bei allen Anspruchsgruppen).

Diese Aussagen verknüpft mit der Einschätzung von 85 Prozent aller Befragten, dass es der pharmazeutischen Industrie „gut“ oder „sehr gut“ geht, verdeutlicht das Meinungsklima, in dem die pharmazeutische Industrie agiert und die hohen Ansprüche an die Unternehmensverantwortung (bezüglich der Sicherheit von Medikamenten) ohne eine vergleichbare Vertrauensbasis zu haben. Diese Situation ändert sich nicht im Ländervergleich. Hier gibt es diesbezüglich keine nennenswerten nationalen Unterschiede (Abb. 7-8).

**Abbildung 7: „Wie stark sehen Sie die Verantwortung für die Sicherheit von Medikamenten bei...“
(Kategorie „sehr stark“/„stark“)**



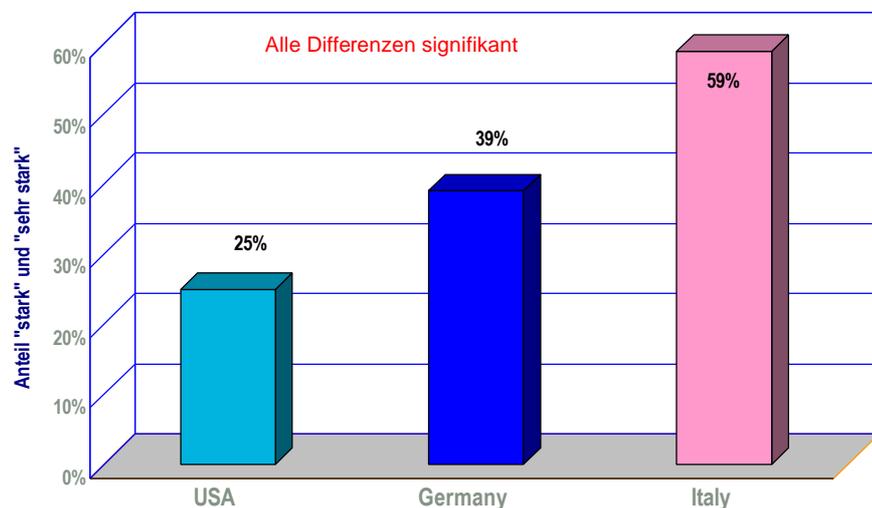
**Abbildung 8: „Wem vertrauen Sie, wenn es um die Sicherheit von Medikamenten geht?“
(Kategorie „sehr stark“/„stark“)**



Nicht auf die Sicherheit von Medikamenten sondern auf ökologisches Verhalten und soziale Unternehmensverantwortung bezogen, liegen die durchschnittlichen Prozentsätze bezüglich der Anspruchsgruppen bei circa 40 Prozent für ökologisches Verhalten und circa 65 Prozent für soziale Verantwortung und damit um 55 Prozent beziehungsweise um knapp dreißig Prozent tiefer. Im Ländervergleich gibt es bezüglich der ökologischen Verantwortung signifikante Unterschiede. Der Vergleich der Anspruchsgruppen zeigt bei der Bewertung der sozialen Verantwortung einen signifikanten Unterschied (Abbildung 9-10).

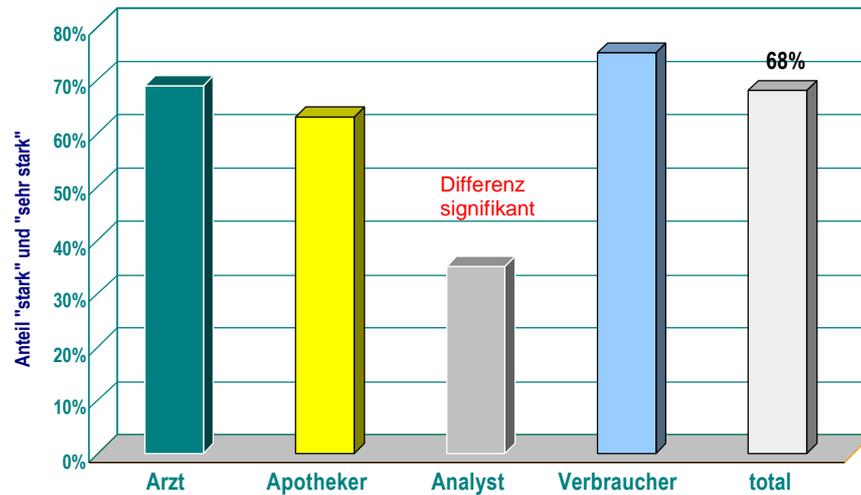
Bei der Beurteilung von Pharmaunternehmen gaben nur 25 % der US-amerikanischen Befragten an, dass deren ökologisches Verhalten für sie eine starke oder sehr starke Rolle spielt. In Deutschland waren es 39 %, in Italien immerhin 60 Prozent (Abbildung 9). Die Angaben bei den Anspruchsgruppen liegen im Durchschnitt bei knapp 40 Prozent. Die Analysten haben den niedrigsten Wert mit 21 Prozent, der jedoch aufgrund der kleinen Fallzahl in dieser Berechnung keine Signifikanz erzeugt.

**Abbildung 9: „Beurteilen Sie Pharmaunternehmen auch in Bezug auf deren ökologisches Verhalten?“
(nach Ländern)**



Soziale Verantwortung wird bei der Bewertung von Pharmaunternehmen nach den Angaben der Anspruchsgruppen und auch landesspezifisch stärker berücksichtigt. Eine starke oder sehr starke Berücksichtigung nennen durchschnittlich 68 Prozent der Befragten aus den Anspruchsgruppen Arzt, Apotheker oder Verbraucher. Dagegen gaben nur 33 Prozent der Analysten eine entsprechende Bewertung ab. Dieser Unterschied ist signifikant (Abbildung 10). Im Ländervergleich sind keine Unterschiede feststellbar.

**Abbildung 10: „Wenn Sie ein Pharmaunternehmen bewerten, wie stark würden Sie dabei dessen soziale Verantwortung berücksichtigen?“
(nach Anspruchsgruppen)**

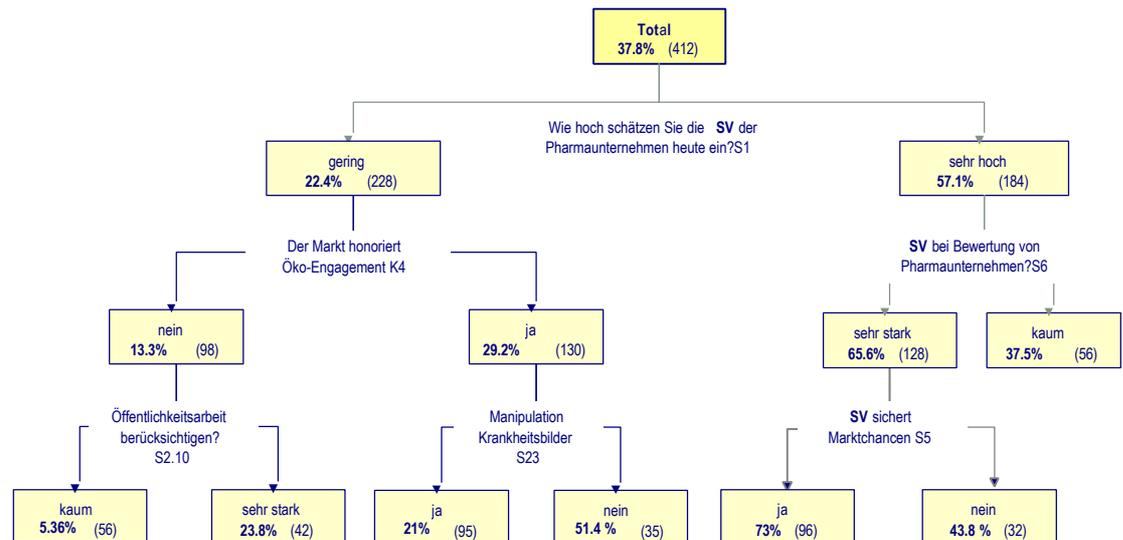


Die bisher ermittelten Aussagen sind die ersten Puzzlesteine des zu Beginn des Kapitels 4 erfragten Interpretationsrahmens. Auffallend ist, dass es keine eindeutig wiederkehrenden Ausprägungen bezüglich der Anspruchsgruppen oder Länder und deren Einschätzungen von ökologischer und sozialer Bedeutung in bezug auf pharmazeutische Unternehmen gibt. Daher werden mittels „Answer Tree Analyse“ von zwei Gruppierungen (anspruchsrgruppen- und länderübergreifend) untersucht, die Gruppe der „ökonomisch Orientierten“ und die Gruppe der „sozial Engagierten“.

4.5. Perzeption ökonomisch orientierter Anspruchsgruppen

Die Gruppe der „ökonomisch Orientierten“ wurde gebildet aus allen Befragten, die bei dem Fragenkomplex Ökonomie zur Bewertung der pharmazeutischen Industrie primär ökonomische Kriterien, wie wirtschaftliche Lage (1. Priorität), Herkunftsland (2. Priorität) und Größe des Unternehmens (dritte Priorität) angaben. Die stärksten Trennungsoptionen im Antwortverhalten, die mit der „Answer Tree Analyse“ ermittelt werden konnten, ergeben eine kohärente Wahrnehmung der Kriterien „Bedeutung der sozialen Verantwortung“, „ökologisches Engagement“, „Sicherung der Marktchancen durch soziale Verantwortung“, „Bedeutung Öffentlichkeitsarbeit“ und „Manipulation von Krankheitsbildern“ (Abbildung 11).

Abbildung 11: Perzeption der Ökonomie eines Pharmaunternehmens *
(O2.1>2.2>...)



*Legende für Kästchen:

Prozentsatz = Anteil der Befragten von absoluter Zahl, die ökonomische Kriterien präferieren
 Absolute Zahl in Klammern = Anzahl der Befragten, die darüberstehende/s Kriterium/Frage in entsprechender Ausprägung gewählt haben
 Ziffer hinter Kriterium = Korrespondierende Frage im Fragebogen (Anhang 1)

Von den insgesamt 412 Befragten bevorzugten 37,8 Prozent die ökonomischen Aspekte. Die erste, stärkste Trennung wird durch die Frage erreicht „Wie hoch schätzen Sie die soziale Verantwortung der Pharmaunternehmen heute ein?“ Das bedeutet hier, von einer Gesamtmenge von 412 Befragten mit knapp 38 prozentigem Anteil ökonomisch Orientierter, antworten 228 der Befragten mit einem Anteil von 22,4 Prozent ökonomisch Orientierter mit „gering“, beziehungsweise 184 der Befragten mit einem Anteil von 57,1 Prozent ökonomisch Orientierter mit „sehr hoch“.

Die zweitstärkste Trennung erfolgt in der Untergruppe „Soziale Verantwortung der Pharmaunternehmen gering“ durch die Stellungnahme zur Behauptung „Der Markt honoriert ökologisches Engagement von Pharmaunternehmen“. 98 Befragte mit einem Anteil von 13,3 Prozent ökonomisch Orientierter antworten mit „Nein“. 130 der Befragten mit einem Anteil von 29,2 Prozent ökonomisch Orientierter antworten mit „Ja“.

In der Untergruppe „Soziale Verantwortung der Pharmaunternehmen sehr hoch“ erfolgt die zweitstärkste Trennung durch die Frage „Wenn Sie ein Pharmaunternehmen bewerten würden, wie stark würden Sie dabei soziale Verantwortung berücksichtigen?“ 56 Befragte mit einem Anteil von 37,5 Prozent ökonomisch Orientierter antworten mit „kaum“ und 128 Befragte mit ei-

nem Anteil von 65,6 Prozent ökonomisch Orientierter antworten mit „sehr stark“.

Bei der drittstärksten Trennung spielen folgende Fragen eine Rolle:

- „Wie hoch schätzen Sie die soziale Verantwortung der Pharmaunternehmen in bezug auf Information für den Patienten?“
- „Stimmen Sie den Kritikern zu, die meinen, dass durch Publikationen in Fachzeitschriften Pharmaunternehmen Krankheitsbilder manipulieren?“
- „Würden Sie sich bei gleichwertigen Medikamenten für jene entscheiden, deren Hersteller sich sozial besonders engagieren?“

Dazu verweise ich auf die Abbildung für die entsprechenden Trennstärken und die Anzahl der Befragten.

Zwei Beobachtungen sollen an dieser Stelle zusammenfassend gemacht werden:

Zum einen fällt auf, dass die Kriterien, die große Trennschärfen erlauben, eine Mischung aus Aspekten sozialer Verantwortung, ökologischem Engagement, Kommunikation und Vertrauenswürdigkeit sind, und zwar bei einer Grundmenge von Befragten, die zu knapp 40 Prozent ökonomische Kenngrößen priorisieren. Dabei ist die Definition der Anspruchsgruppen, wie sie zur Befragung vorgenommen wurde, nicht mehr von Relevanz.

Zum anderen werden bei Verkettung der Trennungsschritte, die das stärkste Trennungsvermögen ergeben haben, Antwortmuster erkennbar, die es erlauben könnten, als Argumentationsleitfäden zu fungieren.

Bei dieser Analyse kann folgende Verkettung abgeleitet werden:

Hohe SV von Pharma → Starke Bewertung von SV → SV sichert Marktchancen (96 Befragte mit einem Anteil von 73 Prozent ökonomisch Orientierter)

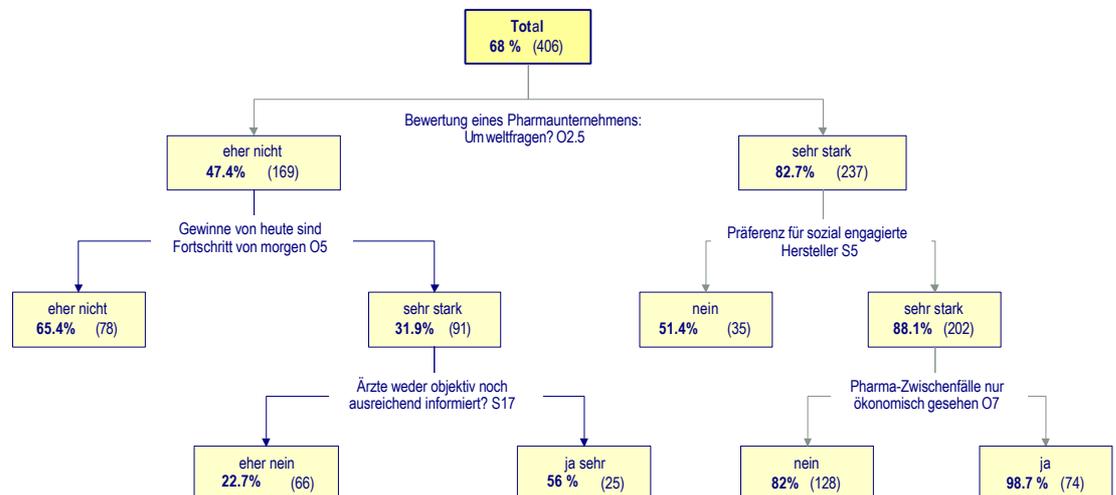
Mit dieser Verkettung kann circa 25 Prozent der Befragten (96) im Antwortverhalten beschrieben werden, wovon fast Dreiviertel ökonomische Kriterien bevorzugen. Dies gibt Anhaltspunkte darüber, welche Aspekte mit welcher Priorität bei der Wahrnehmung ökonomisch Orientierter eine Rolle spielen.

4.6. Perzeption sozial engagierter Anspruchsgruppen

Eine zweite Gruppierung wurde gebildet aus den „sozial engagierten“ Befragten. Diese Gruppierung beantwortete die Frage „Wenn Sie ein Pharmaunternehmen bewerten sollten, wie stark würden Sie dabei dessen soziale Verantwortung berücksichtigen?“ bei einer Ausgangszahl von 406 mit einem Anteil von 68 Prozent mit „sehr stark“. Die stärksten Trennungskriterien nach der

„Answer Tree Analyse“ waren Ökologie, Fortschritt, soziales Engagement und Verhalten bei Zwischenfällen (Abbildung 12).

Abbildung 12: Perzeption „Sozialer Verantwortung“ in der Pharmaindustrie *
(Anteil „sehr stark“ S6)



*Legende für Kästchen:

Prozentsatz = Anteil der Befragten von absoluter Zahl, die soziale Kriterien präferieren
Absolute Zahl in Klammern = Anzahl der Befragten, die darüberstehende/s Kriterium/Frage in entsprechender Ausprägung gewählt haben
Ziffer hinter Kriterium = Korrespondierende Frage im Fragebogen (Anhang 2)

Bei einer Ausgangszahl von 406 Befragten mit 68 prozentigem Anteil sozial Engagierter war das erste, trennschärfste Kriterium das „Engagement in Umweltfragen bei der Bewertung eines Pharmaunternehmens“. 169 Befragte mit einem Anteil von 47,4 Prozent sozial Engagierter beziehen das ökologische Engagement „eher nicht“ in eine Bewertung ein. 237 Befragte mit einem Anteil von 82,7 sozial Engagierter tun dies „sehr stark“. Das nächste, trennscharfe Kriterium in der Befürwortergruppe (82,7 prozentiger Anteil sozial Engagierter) ist die Präferenz für sozial engagierte Hersteller. 202 Befragte mit einem Anteil von 88,1 Prozent sozial Engagierter antworten mit „sehr starker Präferenz“. Ein drittes Trennkriterium in dieser Untergruppe ist dann noch die erfragte Zustimmung, ob „Medien nach einem Pharma- Zwischenfall mehr die ökonomischen Folgen für den Hersteller als die Probleme der Patienten diskutieren“. Eine Anzahl von 74 Befragten mit einem Anteil von 98,7 Prozent sozial Engagierter stimmt mit „ja“.

Wie bei den „ökonomisch Orientierten“ lässt sich auch hier aus der „Answer Tree Analyse“ eine Verkettung derjenigen Kriterien aufzeigen, die in den jeweiligen Untergruppen zu den größten Trennschärfen geführt haben:

Engagement in Umweltfragen → Präferenz für sozial engagierte Hersteller
 → Pharmazwischenfälle von Medien mehr ökonomisch gesehen.

Am Ende der Verkettung sind es 74 Befragte mit einem Anteil von 98,7 Prozent sozial Engagierter, die von diesen priorisierten Kriterien ihre Wahrnehmung des sozialen Engagements pharmazeutischer Unternehmen prägen lassen.

4.7. Vergleichende Bewertung der Answer Tree Analyse

Sowohl bei den „ökonomisch Orientierten“ als auch bei den „sozial Engagierten“ Untergruppen ist eine Kohärenz verschiedener Kriterien aus dem ökologischen, sozialen und ökonomischen Bereich zu beobachten. So spielt bei den „ökonomisch Orientierten“ die soziale Verantwortung bei der Wahrnehmung und Beurteilung pharmazeutischer Unternehmen eine starke Rolle. Ein Erklärungsversuch kann sein, dass inzwischen die Missachtung sozialer Verantwortung von den Befragten als ökonomisches Risiko gesehen wird.

Bei den „sozial Engagierten“ spielt das ökologische Engagement eines pharmazeutischen Unternehmens eine bedeutende Rolle. Dass „Gewinne der Pharmaunternehmen den Fortschritt von morgen garantieren“, findet bei der weiteren Untergruppierung weniger Zustimmung (78 Befragte mit einem Anteil von 65,4 Prozent sozial Engagierter stimmen mit „eher nicht“ verglichen mit 91 Befragten mit einem Anteil von 31,9 Prozent sozial Engagierter, die mit „sehr stark“ antworten) und wird nur von solchen Befragten als positives wie negatives Kriterium genannt, die Engagement in Umweltfragen nicht bei der Bewertung pharmazeutischer Unternehmen berücksichtigen.

Die „Answer Tree Analyse“ gibt Hinweise darauf, dass Muster der Wahrnehmung nicht unbedingt dadurch zu erfassen sind, dass die klassischen „Anspruchsgruppen“ bezogen auf Produkt (Verbraucher, Ärzte, Apotheker) und Profit (Analyst) herangezogen werden. Vielmehr gibt es Kriterien, die anspruchsrgruppenübergreifend und vernetzt gültig sind gemäß eigener Betroffenheit und der Bedürfnisse nach Sicherheit, Vertrauen und verantwortungsvollem Umgang mit Mitmenschen und Umwelt.

4.8. Prototypen gemäß den Nachhaltigkeitsperspektiven nach Sachs

Eine weitere Analyse soll prüfen, ob die Befragung es zulässt, Prototypen zu bilden, die die beschriebenen Nachhaltigkeitsperspektiven nach Sachs darstellen können (Abschnitt 2.5.2.). In einem zweiten Schritt wird hinterfragt, ob die in dieser Arbeit behandelten Gruppierungen (Akteur, Arzt, Apotheker, Verbraucher, Analyst) diesen Perspektiven zugeordnet werden können, wie es in Abschnitt 2.6. theoretisch angenommen wurde.

Hierzu werden drei Prototypen gebildet: Der Astronaut, der Wettkämpfer und der Heimatliche. Jeder Prototyp wird beschrieben durch ein ausgewähltes Set an Fragen des bereits bekannten Fragebogens (Anhang1 und 2). Dabei werden nur solche Ausprägungen der Antworten berücksichtigt, die sehr stark oder stark sind (im Fragebogen mit den Antwortoptionen „sehr stark“, „stark“/ „sehr hoch“, „hoch“/ „sehr wichtig“, „wichtig“/ „ja, sehr“, „ja, schon“ usw.).

Um eine relativ starke Ausprägung des jeweils umrissenen Prototypen zu erhalten, wird je Typus eine möglichst hohe Mindestanzahl an Antworten mit treffender Ausprägung definiert (Wettkämpfer ≥ 15 , Astronaut ≥ 17 , Heimatler ≥ 17 zustimmende Antworten). In dieser Analyse wurde die Mindestanzahl so bestimmt, dass circa 40 Prozent der Antwortbögen je Gruppenbildung erfasst sind. Die Grenzziehung sollte einerseits eine klare Selektion von prototypischen Ausprägungen gewährleisten, andererseits aber hinreichende Gruppengrößen ermöglichen.

Methodisch ist zu berücksichtigen, dass der Fragebogen nicht primär für die Abfrage der Sachs-Perspektiven entwickelt worden ist. Die Zusammenfassung von Fragen, die eine Perspektive repräsentieren sollen, wurde nach Befragung, sozusagen in Form einer nachträglichen Selektion, vorgenommen. Dabei wurden solche Fragen zusammengefasst, die bei entsprechender Ausprägung der Antwort am plausibelsten der jeweiligen Perspektive zugeordnet werden konnten.

4.8.1. Der Wettkämpfer, der Astronaut, der Heimatler

Der Wettkämpfer

Den Prototypen der Wettkampfperspektive verkörpern die Befragten, die mindestens 15 der 16 ausgewählten Fragen⁶ zustimmend beantwortet haben.

⁶ Die selektierten Fragen für die Wettkampfperspektive sind: s26, s27, s28, s29, s30, o2.1, o2.3, o2.9, o3.1, o5, o6, o8, k1, k2, k5, k6.

Das trifft für 46,6 Prozent in dieser Gruppe zu bezogen auf die insgesamt 412 Befragten.

Tabelle 8: Prototyp Wettkampfperspektive ³ 15 Fragen

	Häufigkeit	Prozent von
kein Wettkämpfer	220	53,4
Wettkämpfer	192	46,6
Gesamt	412	100,0

Der Astronaut

Den Prototyp der Astronautenperspektive verkörpern die Befragten, die mindestens 17 der 18 ausgewählten Fragen⁷ zustimmend beantwortet haben. Das trifft für 39,1 Prozent dieser Gruppe zu bezogen auf die insgesamt 412 Befragten.

Tabelle 9: Prototyp Astronautenperspektive ³ 17 Fragen

	Häufigkeit	Prozent von
kein Astronaut	251	60,1
Astronaut	161	39,1
Gesamt	412	100,0

Der Heimatler

Den Prototypen der Heimatperspektive verkörpern die Befragten, die mindestens 17 von 18 ausgewählten Fragen⁸ zustimmend beantwortet haben. Das trifft für 37,9 Prozent in dieser Gruppe zu bezogen auf die insgesamt 412 Befragten.

Tabelle 10: Prototyp Heimatperspektive ³ 17 Fragen

	Häufigkeit	Prozent von
kein Heimatler	256	62,1
Heimatler	156	37,9
Gesamt	412	100,0

⁷ Die selektierten Fragen für die Astronautenperspektive sind: s2.6, s2.7, s10, s15.1, s15.2, s15.7, s15.3, u7, u9.1, u9.2, u9.3, u9.4, u9.5, u9.8, o2.5, o2.6, o5, k4.

⁸ Die selektierten Fragen für die Heimatperspektive sind: s2.4, s15.4, s15.5, s15.6, s15.8, s16, s25, u2.1, u6, u9.7, o2.2, o2.4, o2.7, o2.8, o2.10, k3, k7, k8.

4.8.2. Interpretation der drei Perspektiven mit „Answer Tree“

Mit der Answer Tree Analyse kann nun geprüft werden, ob eine Perspektive Bestand hat, wenn man innerhalb der Sortierkriterien Anspruchsgruppen, Länder und der anderen beiden Perspektiven nach den trennstärksten Kriterien sucht.

Auffallend sind folgende Beobachtungen:

- Die Perspektiven sind miteinander verwoben (wie auch durch die Analysen in Abschnitt 4.7 beschrieben). Daher entsprechen die Antworten der Fragebögen häufig mehr als einem Typ und es entstehen Mischtypen. Der kleinere Anteil der ausgewerteten Fragebögen lässt sich den jeweiligen Prototypen „in Reinform“ zuordnen. (Abbildung 13, 14, 16)
- Die Anspruchsgruppe ist nur in einem Analysebaum, nämlich dem der Wettkampfperspektive, ein Trennkriterium und dann auch erst in zweiter Ebene.
- Die prototypische Analyse der Astronautenperspektive liefert eine deutlich signifikante Trennung nach Nationalitäten. (Vergleiche dazu Abbildung 9)

Abbildung 13: Ausprägung der Prototypen (n=412)

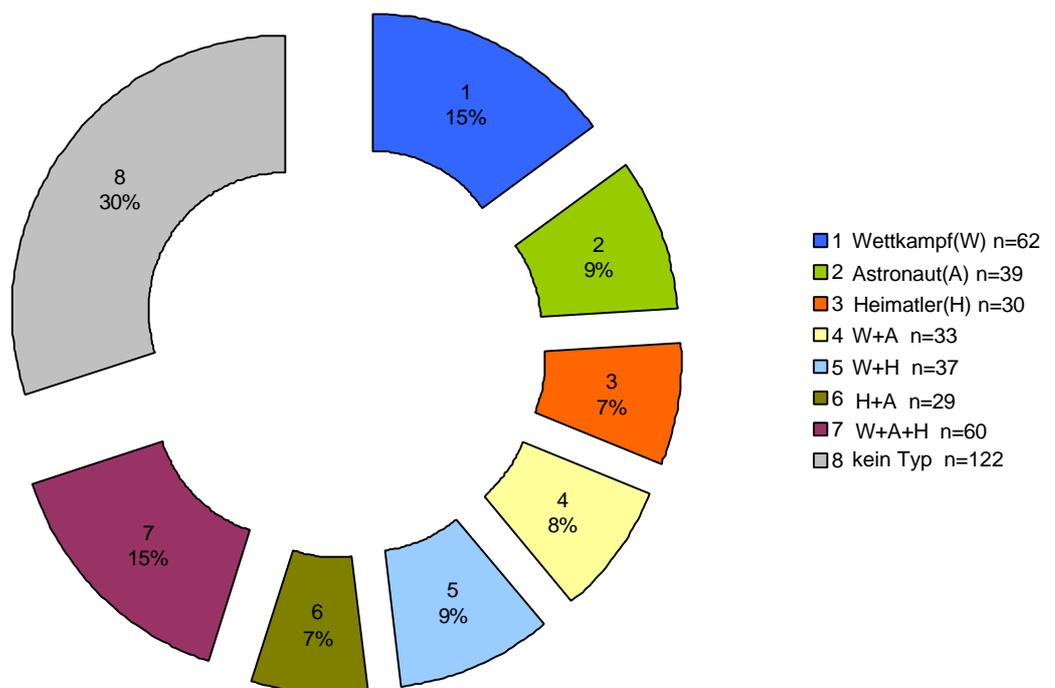
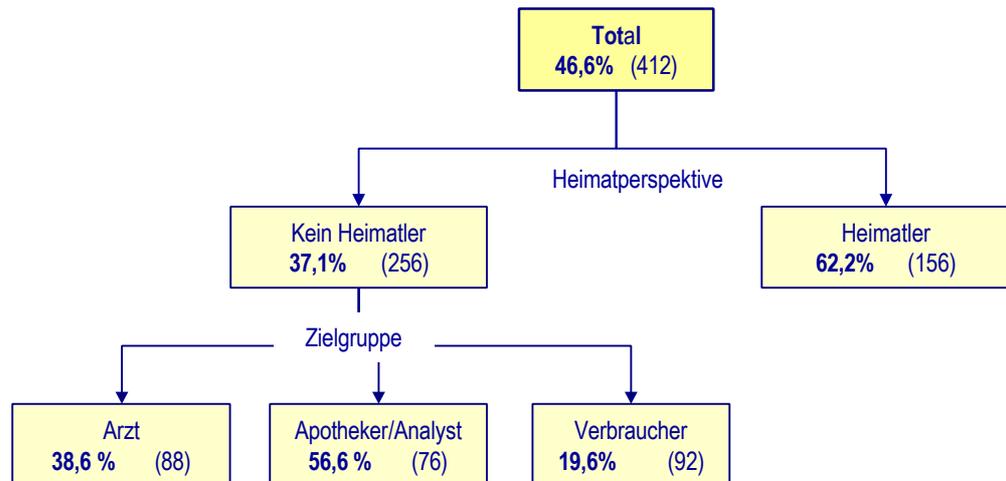


Abbildung 14: Perzeption der Wettkämpfer *

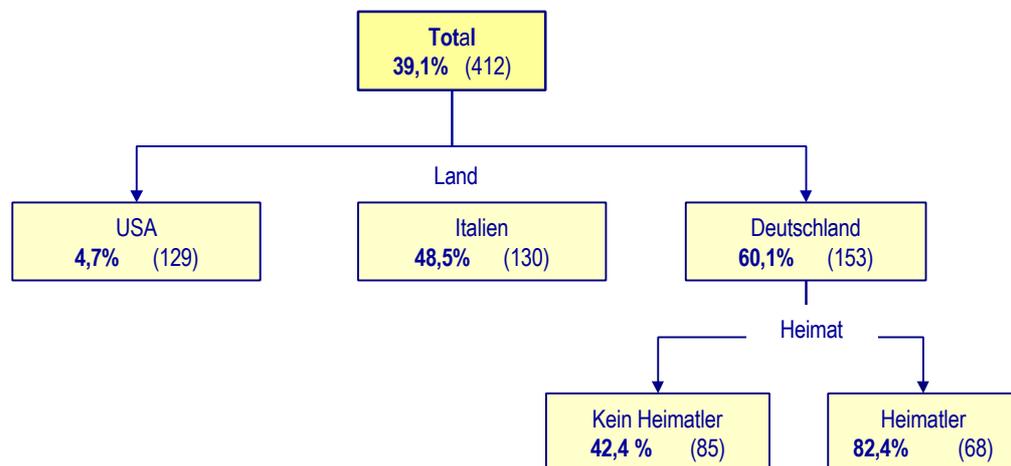


*Legende für Kästchen:

Prozentsatz = Anteil der Befragten von absoluter Zahl, die der Wettkampfperspektive zugeordnet sind

Absolute Zahl in Klammern = Anzahl der Befragten, die darüberstehendes Kriterium in entsprechender Ausprägung repräsentieren

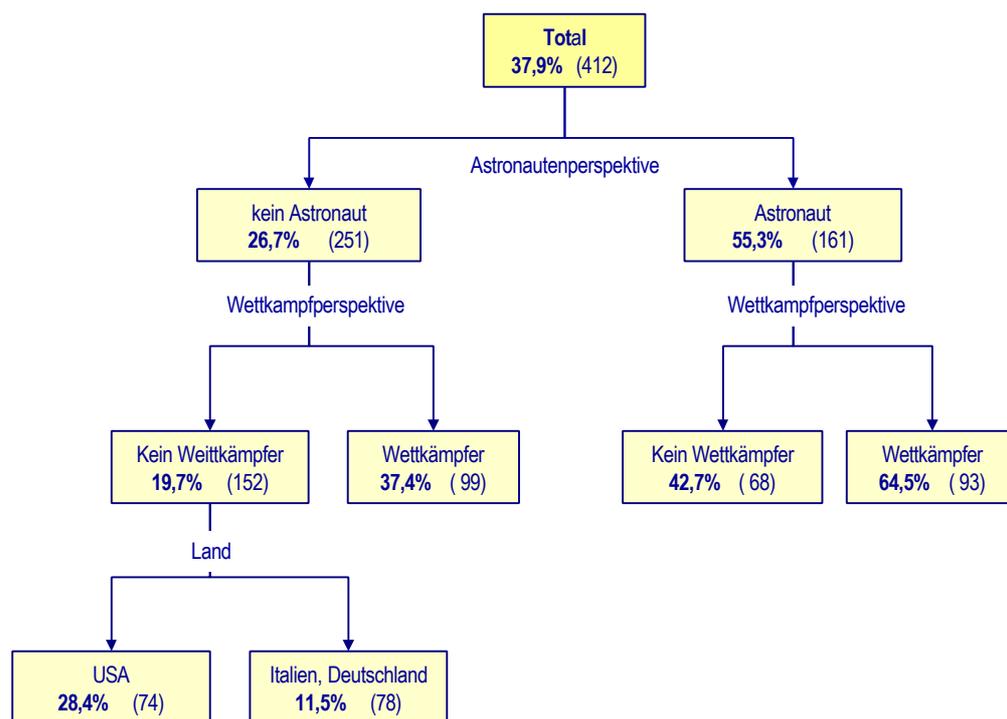
Abbildung 15: Perzeption der Astronauten *



*Legende für Kästchen:

Prozentsatz = Anteil der Befragten von absoluter Zahl, die der Astronautenperspektive zugeordnet sind

Absolute Zahl in Klammern = Anzahl der Befragten, die darüberstehendes Kriterium in entsprechender Ausprägung repräsentieren

Abbildung 16: Perzeption der Heimatler *

*Legende für Kästchen:

Prozentsatz = Anteil der Befragten von absoluter Zahl, die der Heimatperspektive zugeordnet sind

Absolute Zahl in Klammern = Anzahl der Befragten, die darüberstehendes Kriterium in entsprechender Ausprägung repräsentieren

Sachs selbst spricht von „drei Diskursen,... die Grundorientierungen im Idealtyp darstellen“ (13). Die monotypische Ausprägung einer dieser drei Grundorientierungen trifft nur für relativ kleine Gruppen zu (Wettkämpfer 15%, Astronaut 9% und Heimatler 7%). Immerhin 30 Prozent der Fragebögen lassen sich gar nicht einordnen. Der restliche Anteil von insgesamt 39 Prozent verteilt sich auf „Mischtypen“, die nicht bestimmten Anspruchsgruppen zugeordnet werden können (mit einer Ausnahme).

Damit bestätigen die Ergebnisse, was in Abschnitt 4.7 mittels der Gruppierung „ökonomisch Orientierter“ und „sozial Engagierter“ als anspruchgruppen-unabhängige Kohärenz von ökonomischen (entspricht Wettkämpfer), ökologischen (entspricht Astronaut) und sozial-gesellschaftlichen (entspricht Heimatler) Aspekten ermittelt wurde.

Im Fokus der Betrachtung steht für diese Arbeit die Frage, wie spezifisch die thematisierten Anspruchsgruppen den Sachs-Perspektiven zugeordnet werden können. Die in Abschnitt 2.6 theoretisch durchgeführten Zuordnungen können gemäß der obigen analytischen Resultate nicht bestätigt werden. Eine

Ausnahme sind Analysten und Apotheker, sofern sie der Wettkampfperspektive zuzuordnen sind und die Kriterien der Heimatperspektive nicht erfüllen (Abbildung 14): Von den insgesamt 119 befragten Apothekern und Analysten (Tabelle 7) ist dies für 43 Teilnehmer zutreffend. Das entspricht einem Anteil von 36 Prozent. Dies korrespondiert mit dem Ergebnis in Abschnitt 4.4, wonach die Analysten eine signifikant geringere Bewertung der sozialen Verantwortung von Pharmaunternehmen angeben im Vergleich zu anderen Anspruchsgruppen.

Bemerkenswert sind bezüglich der Kohärenz von Perspektiven noch zwei Ergebnisse:

- Erstes starkes Trennkriterium bei den Wettkämpfern ist die Heimatperspektive (Abbildung 14). Dieses deutet auf eine ausgeprägte und signifikante Kohärenz dieser beiden Perspektiven hin.
- Der Analysebaum der Heimatperspektive zeigt die beiden anderen Perspektiven Astronaut und Wettkämpfer als trennstärkste Kriterien und zwar in genannter Reihenfolge (Abbildung 16). Was in der Abbildung 13 ausgewiesen ist als 15 prozentiger Anteil von ausgewerteten Fragebögen, die allen drei Perspektiven zuzuordnen sind, tritt hier wieder zum Vorschein mit gleicher Fallzahl (n=60).

Ein weiteres Ergebnis ist bezüglich nationaler Ausprägung erwähnenswert:

- Bei der Astronautenperspektive ist das trennstärkste Kriterium die Nationalität (Abbildung 15). Die Befragten aus den Vereinigten Staaten von Amerika (n=129) sind zu 95 Prozent nicht in diese Perspektive einzuordnen. Die Auswertung in Abschnitt 4.4 zur Beurteilung von Pharmaunternehmen in bezug auf deren ökologisches Verhalten wies ebenfalls ein signifikant schwächeres Interesse seitens der US-amerikanischen Befragten aus.

Diese Ergebnisse können nicht den Auswertungsrahmen erschöpfen, den die Analysen bieten. Auf weitere Interpretationen soll aber an dieser Stelle nicht eingegangen werden.