

5. Unternehmerisches Handeln in der Pharmaindustrie unter Einbeziehung der Wahrnehmung von Anspruchsgruppen

Schlussbetrachtung

Zusammenfassend ergeben sich eine Reihe von verdichteten Resultaten, welche die in Kapitel 1.2. gestellten Zielfragen beantworten und daher Aussagen für die zukünftige Positionierung der pharmazeutischen Industrie möglich machen. Zur besseren Übersichtlichkeit habe ich die Resultate gesellschaftlichen Einflusskategorien zugeordnet. Diese ergaben sich aus der Häufigkeit und Relevanz, mit der sie in der Literatur und bei meinen Recherchen auftraten. Für meine Zusammenfassung identifizierte ich die relevanten Einflusskategorien: Werte, Handlungsrahmen, Betroffenheit und Motivation.

In der Auswertung werde ich mich schwerpunktmäßig auf die Aspekte der sozialen und gesellschaftlichen Verantwortung konzentrieren.

Werte

- Vertrauen und Glaubwürdigkeit sind mehr denn je elementare Werte für ein Unternehmen und seine Anspruchsgruppen. Für die pharmazeutische Industrie ist es eine große Herausforderung, von den Anspruchsgruppen eine sehr hohe Verantwortung zugeteilt zu bekommen, aber nur ein um bis zu 50 Prozent reduziertes Vertrauen zu erhalten bei zusätzlicher Einschätzung, dass die Pharmabranche gut bis sehr gut verdient (siehe empirische Daten).
- Die menschliche Gesundheit bzw. Gesunderhaltung ist ein zentraler, unumstrittener Wert, der eng mit weiteren gesellschaftlichen Wertvorstellungen verknüpft ist. Gerade deshalb wird die soziale Verantwortung, deren Praktizierung von pharmazeutischen Unternehmen erwartet wird, zunehmend eingefordert werden. Denn ein global agierender Konzern trifft weltweit auf beträchtliche Unterschiede bezüglich Verteilung von und gleichberechtigtem Zugang zu Arzneimitteln, Entwicklungsstatus und bezüglich medizinischer Wissenswelten.

Handlungsrahmen

- Es gibt eine international anerkannte allerdings sehr abstrakte Definition des Begriffes Nachhaltige Entwicklung und eine ganze Reihe von Subinterpretationen. Letztere sind stark geprägt von den jeweiligen Systemen (Be-

triebswirtschaft, Finanzwirtschaft) beziehungsweise gesellschaftlichen Gruppierungen (Anspruchsgruppen), von denen sie entwickelt wurden.

- Anhand der Internetauftritte beispielhafter pharmazeutischer Unternehmen lassen sich nur sehr begrenzt strategische Ansätze für unternehmerisches Handeln gemäß nachhaltiger Kriterien ableiten. Am häufigsten wurden Beiträge zu Sponsoring, Förderung und Kooperationen genannt. Zu kritischen Themen, wie es den Erwartungen ausgewählter Anspruchsgruppen entspricht, gibt es auf den untersuchten Internetseiten vergleichsweise zurückhaltende Angebote. Der Nachhaltigkeitsgedanke wird immer noch tendenziell der Ökologie zugeordnet.
- Neben einer „Ecological Correctness“ in den hochindustrialisierten Ländern, das heißt einer allgemeinen, wenn auch nicht priorisierten Akzeptanz von Ökologie als eine bekannte Größe, die alle Menschen betrifft, bilden sich auch immer deutlicher Elemente einer „Social Correctness“ heraus. Hierzu gehören schon heute ohne Frage Kriterien wie Zugang zu Arzneimitteln, Menschenrechte und Korruption. Weitere pharmaspezifische Kriterien werden von den betreffenden Unternehmen im Durchschnitt eher reaktiv und defensiv angesprochen.
- Auf der Metaebene der weltanschaulichen Einstellungen über die Gestaltung der Gegenwart und Zukunft können signifikante, landeskulturell bedingte Unterschiede aufgezeigt werden.

Betroffenheit

- Wichtige Komponenten bei der Wahrnehmung von Nachhaltigkeit sind drei unspezifische und ein pharmaspezifisches Kriterium, das den Grad der Betroffenheit und damit die Relevanz des Themas bestimmt: Das persönliche Bedürfnis nach Sicherheit, die persönliche Lebenslage, der persönliche Gesundheitszustand und der Wunsch nach „guter Nachbarschaft“.

Motivation

- Gewohnheiten ändern sich nur, wenn sie vorteilhaft für den Betroffenen sind: Für die unternehmerische Seite bedeutet das, erst eine neue Entwicklung oder eine strategische Korrektur vorzunehmen, wenn Marktanteile vergrößert werden können oder ein anderer Wettbewerbsvorteil erzielt werden kann. Nachhaltige Entwicklung wird von den meisten Pharmaunternehmen noch nicht als Wettbewerbsfaktor für den Markt anerkannt.

Für Individuen muss Bereitschaft zur Veränderung ebenfalls gekoppelt sein mit einem Zusatznutzen. Dies gilt zumindest für die Berücksichtigung ökologischer Kriterien in der Lebensführung und dem persönlichen Verhalten. In der soziologischen Fachliteratur wird festgestellt, dass es bisher keine Anhaltspunkte dafür gibt, dass Ökologie ein primäres Ziel für Individuen darstellt.

Die in dieser Arbeit vorgestellten empirischen Ergebnisse bieten bezüglich der Einflusskategorien Werte, Handlungsrahmen und Betroffenheit folgende weiterführende Resultate an:

- Der Markt nimmt Ökonomie, soziale Verantwortung und Ökologie stets als kohärent wahr und zwar fast unabhängig von der Anspruchsgruppenzugehörigkeit. Dies zeigen insbesondere die „Answer Tree Analysen“. Ökonomisch Orientierte nutzen Kriterien der sozialen Verantwortung für ihre Bewertung. Sozial Engagierte orientieren sich an Fragen zur Ökologie.
- Weiche Faktoren profilieren die Maxime der „reinen“ Ökonomie. Dies bedeutet, dass Aussagen zu sozial-gesellschaftlichem und ökologischem Engagement den „Wert des Gewinns“ ins richtige Licht rücken helfen.
- Das Management von Zwischenfällen mit Arzneimitteln spielt eine priorisierte Rolle bei der Wahrnehmung sozialer Verantwortung. Damit kommt auch dem Krisenmanagement eines pharmazeutischen Unternehmens eine herausragende Bedeutung zu.