

## Abbildungen

- Abbildung 1 (S.30): Zahlreiche Benefits für Unternehmen mit nachweislich guter Sozial- und Ökoperformance. In: Kopp, R., Corporate Social Responsibility – Wohltätigkeitsveranstaltung oder Wertschöpfungstreiber?, imug Einsichten, imug Institut für Markt - Umwelt – Gesellschaft e.V., 2002, S. 7.
- Abbildung 2 (S.48): Verantwortung versus Vertrauen bei Sicherheit von Medikamenten aller Perspektiven
- Abbildung 3 (S.49): Verantwortung versus Vertrauen bei Sicherheit von Medikamenten aus Perspektive Arzt
- Abbildung 4 (S.49): Verantwortung versus Vertrauen bei Sicherheit von Medikamenten aus Perspektive Apotheker
- Abbildung 5 (S.50): Verantwortung versus Vertrauen bei Sicherheit von Medikamenten aus Perspektive Analyst
- Abbildung 6 (S.50): Verantwortung versus Vertrauen bei Sicherheit von Medikamenten aus Perspektive Verbraucher
- Abbildung 7 (S.52): „Wie stark sehen Sie die Verantwortung für die Sicherheit von Medikamenten bei...“  
(Kategorie „sehr stark“/„stark“)
- Abbildung 8 (S.52): „Wem vertrauen Sie, wenn es um die Sicherheit von Medikamenten geht?“  
(Kategorie „sehr stark“/„stark“)
- Abbildung 9 (S.53): „Beurteilen Sie Pharmaunternehmen auch in Bezug auf deren ökologisches Verhalten?“  
(nach Ländern)
- Abbildung 10 (S.54): „Wenn Sie ein Pharmaunternehmen bewerten, wie stark würden Sie dabei dessen soziale Verantwortung berücksichtigen?“  
(nach Anspruchsgruppen)
- Abbildung 11 (S.55): Perzeption der Ökonomie eines Pharmaunternehmens  
(O2.1>2.2>...)
- Abbildung 12 (S.57): Perzeption „Sozialer Verantwortung“ in der Pharmaindustrie  
(Anteil „sehr stark“ S6)
- Abbildung 13 (S.61): Ausprägung der Prototypen (n=412)
- Abbildung 14 (S.62): Perzeption der Wettkämpfer
- Abbildung 15 (S.62): Perzeption der Astronauten
- Abbildung 16 (S.63): Perzeption der Heimatler

**Tabellen**

- Tabelle 1 (S.76): Branchenübergreifende Kriterien für soziale Verantwortung. Teilweise entnommen aus: Ebs/ZEW: von Flotow, P., Häßler, R.-D. & Schmidt, J.: Umwelt- und Nachhaltigkeits-transparenz für Finanzmärkte - Stand und Perspektiven. Oestrich-Winkel, Institut für Ökologie und Unternehmens-führung an der European Business School e.V., 2002, S. 126-127.
- Tabelle 2 (S.35): Die wichtigsten Probleme in Deutschland. In: Kuckartz, U. im Auftrag des Umweltbundesamtes, Umweltbewusstsein in Deutschland 2002, S. 18.
- Tabelle 3 (S.36): Bedeutsamkeit politischer Aufgabenbereiche. In: Kuckartz, U. im Auftrag des Umweltbundesamtes, Umweltbewusst-sein in Deutschland 2002, S. 20.
- Tabelle 4 (S.77): Vergleichende Auswertung von Internetauftritten für die Zielgruppe „allgemeine Öffentlichkeit“
- Tabelle 5 (S.82): Vergleichende Auswertung von Internetauftritten für die Zielgruppe „Investoren“
- Tabelle 6 (S.33): Branchenspezifische Kriterien für soziale Verantwortung in der pharmazeutischen Industrie
- Tabelle 7 (S.45): Anzahl der Interviewten nach Land und Anspruchsgruppe
- Tabelle 8 (S.60): Prototyp Wettkampfperspektive  $\geq 15$  Fragen
- Tabelle 9 (S.60): Prototyp Astronautenperspektive  $\geq 17$  Fragen
- Tabelle 10 (S.60): Prototyp Heimatperspektive  $\geq 17$  Fragen

Tabelle 1

## Branchenübergreifende Kriterien für soziale Verantwortung

Kriterien nach intern	Kriterienauswahl der Institution...										Summe
	OECD	SustainAbility	WBCSD	KPMG	PWC Investoren	Imug	MORI Consumers	FTSE	ebs/ZEW		
Mitarbeiter						x	x				2
Sicherheit	x			x		x	x				4
Gesundheitsschutz	x			x							2
Arbeitsbedingungen/-rechte	x	x	x				x	x	x	x	6
Ausbildung/Weiterbildung	x									x	2
Zufriedenheit				x	x						2
Gleichberechtigung/Diversität	x			x				x			2
Gewerkschaftliche Organisation				x		x					2
Management											
Good Governance/soziale Standards		x				x		x	x	x	4
Korruption/Bestechung				x			x	x			3
Kriterien nach extern											
Anspruchsgruppen											
Kunden		x			x	x					3
Zulieferer		x	x	x	x	x					5
Kommunen		x	x	x	x	x					5
Supply Chain insgesamt								x			1
alle Anspruchsgruppen									x		1
Konventionen/Regelungen											
Menschenrechte			x	x		x	x	x			5
Kinderarbeit				x							1
Fairer Handel				x							1

Teilweise entnommen aus:

Ebs/ZEW: von Flotow, P., Häßler, R.-D. &amp; Schmidt, J.: Umwelt- und Nachhaltigkeitstransparenz für Finanzmärkte - Stand und Perspektiven. Oestrich-Winkel, Institut für Ökologie und Unternehmensführung an der European Business School e.V., 2002, S. 126-127.

Tabelle 4

3.5.1 Beispiele für die Darstellung sozialer Kriterien in der „online Kommunikation“ ausgewählter pharmazeutischer Unternehmen im Vergleich:

**für die allgemeine Öffentlichkeit**

für Investoren

<b>Unternehmen</b>	<b>Bayer</b>	<b>Bristol-Myers Squibb</b>	<b>Novartis</b>	<b>Novo Nordisk</b>	<b>Pfizer/Pharmacia</b>
<b>Kriterium</b>	<b>Einstieg: Konzern-Strat. Ausrichtung</b>	<b>Einstieg: über uns – Social Responsibility</b>	<b>Einstieg: Corporate Citi-zen oder About Novartis-Foundations-SD Founda-tion und andere</b>	<b>Einstieg: Sustainability</b>	<b>Einstieg: Global Com-pact Presseinfo</b>
<b>Branchenübergreifend</b>					
<b>Mitarbeiter</b>					
<b>Arbeitsschutz</b>	Über Responsible Care Programm	In Mission benannt; unter Social Performance auf der SD Seite; unter Social Responsibility: in der EHS Policy; Ver-antwortliches Wachstum verknüpft mit SD Seite; Foundation verlinkt mit SD; Fighting AIDS in Afri-ca über Foundation	In Guidelines benannt		
<b>Aus- und Weiterbildung</b>	Förderung der Bildung und Forschung insbeson-dere an Schulen, durch Stiftungen und Stipendien	Über Foundation: Science Education			
<b>Mitarbeiterzufriedenheit</b>		Award „Top Places to Work“		Commitment in Triple Bottom Line Statement	
<b>Chancengleichheit/ Diversity Umgang mit Minderheiten</b>		Diversity benannt in der Mis-sion; Diversity mit eigener Seite; Office of Culture and Diversity, Awards, Personal-zahlen intransparent; über Foundation „Global Women Health Education“	Über SD Foundation „Em-powerment of women im Gaza-Streifen	Als Key Issue selektiert; extra Seite; Equal Oppor-tunity Action Plan	Positionspapier

<b>Unternehmen Kriterium</b>	<b>Bayer Einstieg: Konzern-Strat. Ausrichtung</b>	<b>Bristol-Myers Squibb Einstieg: über uns – So- cial Responsibility</b>	<b>Novartis Einstieg: Corporate Citi- zen oder About Novartis- Foundations-SD Founda- tion und andere</b>	<b>Novo Nordisk Einstieg: Sustainability</b>	<b>Pfizer/ Einstieg: Global Com- pact Presseinfo</b>
<b>Familienfreundlichkeit</b>		Einstiegsseite: TOP 10 Best Companies for wor- king mothers			
<b>Arbeitsbedingungen, -rechte: Entlohnung/ Sozialleistung</b>					
<b>Management</b>					
<b>Corporate Governance</b>					
<b>Verpflichtung der Geschäftslei- tung</b>	Teilnahme an Global Compact; Philosophie zur Gesellschaftlichen Ver- antwortung; „in allen Län- dern nützliches und ange- sehenes Mitglied der Ge- sellschaft sein“	Teilnahme an Global Compact; über Mission link zur Umwelt=Zugang zur Sustainability Home- page; Social Policy sup- port als ein Ziel im SD Programm	HSE Guidelines Teilnahme an Global Com- pact		Mission und Values auf dritter Ebene der Seiten- hierarchie
<b>Code of Conduct</b>	Über Responsible Care: Einhaltung von Völker- recht/ Handelsrecht; Ver- meidung von Interessen- konflikten; Datenschutz - sicherheit				

<b>Unternehmen</b> <b>Kriterium</b>	<b>Bayer</b> <b>Einstieg: Konzern-Strat.</b> <b>Ausrichtung</b>	<b>Bristol-Myers Squibb</b> <b>Einstieg: über uns – So-</b> <b>cial Responsibility</b>	<b>Novartis</b> <b>Einstieg: Corporate Citi-</b> <b>zen</b> <b>oder About Novartis-</b> <b>Foundations-SD Founda-</b> <b>tion und andere</b>	<b>Novo Nordisk</b> <b>Einstieg: Sustainability</b>	<b>Pfizer/</b> <b>Einstieg: Global Com-</b> <b>pact Presseinfo</b>
<b>Anspruchsgruppen</b>					
<b>Engagement in Nachbarschaft</b> <b>und der Kommune</b>	Viel über Sponsoring	In Mission benannt; über Stiftung: lokale Community Initiativen:als allgemeines Ziel im SD Programm			
<b>Lieferantenbeziehungen</b>		In der Mission benannt; eigene Seite Supply Chain Management; Quest for suppliers		Questionaire on Supplier	
<b>Beziehung zu Stakeholdern</b>	Public Private Partner- ships	Online-Survey; Statistik über Anfragen; Definition und Nennung von Stakeholdern; External Advisory Group	Teilnahme am UNED Fo- rum	Key Issues werden mit externen Meinungsbild- nern diskutiert, regular consultancy	
<b>Menschenrechte</b>		Unter Social Performance auf der SD Seite		Extra Positionspapier	
<b>Kinderarbeit</b>	Über Global Compact: Abrinq-Stiftung	Unter Social Performance auf SD Seite			
<b>Internationale Sozialstandards</b>	Über Global Compact: bessere Arbeitsbedingun- gen für Landarbeiter und Kleinbauern	Unter Social Performance auf SD Seite			

<b>Unternehmen</b>	<b>Bayer</b>	<b>Bristol-Myers Squibb</b>	<b>Novartis</b>	<b>Novo Nordisk</b>	<b>Pfizer/Pharmacia</b>
<b>Kriterium</b>	<b>Einstieg: Konzern-Strat. Ausrichtung</b>	<b>Einstieg: über uns – Social Responsibility</b>	<b>Einstieg: Corporate Citi-zen oder About Novartis-Foundations-SD Founda-tion und andere</b>	<b>Einstieg: Sustainability</b>	<b>Einstieg: Global Com-pact Presseinfo</b>
<b>Branchenspezifische Kriterien der pharmazeutischen Industrie</b>					
<b>Management nach intern</b>					
<b>Innovation</b>	Committment bei Personal (auch als Kreativität); se-parates F&E Kapitel; Ver-öffentlichung des Maga-zins „Research“	Subpage for the Pharma-ceutical Research Institute	Verschiedene Forschungs-Institute; Extra Publikation		
<b>Gentechnik</b>	Über Responsible Care: Leitlinie; Positionierung auf einer extra Seite	Als Leadership Expectati-on im SD Programm all-gemeines Ziel	Extra Seite über Biologische Sicherheit; Extra Publikation	Als Key Issue selektiert; extra Positionspapier	Eigene Subpage; Posi-tivbeispiele der Gen-technik
<b>Preispolitik für Entwicklungs-länder</b>	Gobal Compact: Medika-ment gegen Schlafkrank-heit kostenlos; Erfor-schung und Entwicklung von Malaria Medikament; Access to Medicine the-matisiert	Über Foundation: Interna-tional Health: Product do-nations; Intellectual Property unter Social Performance	Über Stiftungen und Pro-gramme bzw. Unterstützung der WHO in Sri Lanka rural community, Mali, Brasil; AIDS orphans; Medika-mente zur Behandlung von Malaria, Lepra	Auf Einstiegsseite Diabe-tes Projekt; als Key Issue benannt; extra Seite und extra Positionspapier	Unter Mission and va-lues: „...we fiercely defend our intellectual proper-ty..“; PI informiert über zahl-reiche Aktivitäten: Tra-choma Nordafrika, AIDS Südafrika, sozial schwä-cher Gestellte in USA
<b>Corporate Philanthropy Sponsoring</b>	Richtlinien formuliert; Kultur in Deutschland; insbesondere Spenden für Sport;	Bristol-Myers Squibb Foundation and Corporate Philanthropy Product Do-nations	13 Foundations und andere; auch für SD, für People and Environment; Social Sponsoring auch ü-ber regionale Verbände; Cultural Sponsoring Extra Publikation		Forschungsförderung
<b>Risikomanagment Zwischenfälle</b>		Proaktiver Umgang: AIDS in Africa			

<b>Unternehmen Kriterium</b>	<b>Bayer Einstieg: Konzern-Strat. Ausrichtung</b>	<b>Bristol-Myers Squibb Einstieg: über uns – So- cial Responsibility</b>	<b>Novartis Einstieg: Corporate Citi- zen oder About Novartis- Foundations-SD Founda- tion und andere</b>	<b>Novo Nordisk Einstieg: Sustainability</b>	<b>Pfizer/ Einstieg: Global Com- pact Presseinfo</b>
<b>Anspruchsgruppen extern</b>					
<b>Tierversuche</b>			Extra Seite über Tiere in der Forschung	Als FAK aufgebaut; als Key Issue selektiert; extra Positionspapier	
<b>Bioethik</b>					
<b>Sonstiges</b>	Starkes Engagement im Sport		Veröffentlichung von Benchmarks: Innovest, SAM, Storebrand; ethos Extra Publikation für Thema Corporate Citizen	Biodiversität extra Positi- onspapier	
<b>Zur Unternehmensethik (Korruption, Bestechung) (Ska) wurden keine Inhalte gefunden</b>					
<b>Mitgliedschaften</b>	Mitglied bei: Econsense WBCSD Global Compact Responsible Care	Mitglied bei: WEC Business for Social Responsibility; Global Environment Ma- nagement Initiative (GE- MI)	Mitglied bei: Global Compact	Mitglied bei: ICC Global Compact Global Reporting Inittati- ve, Convention on Biological Diversity, Partnerships: z.b.Genius, WBCSD, BSR	Global Compact
<b>Gesamteindruck</b>	Keine gute Hierarchisie- rung bezüglich Philoso- phie, Strategie, Respon- sible Care, Gesellschaftli- che Verantwortung, Betei- ligung an anderen Pro- grammen; in Personal und F&E sind die Aussagen aus Responsible Care und Gesellschaftlicher Ver- antwortung nicht integriert	Klare Strukturierung, SD-Programm besteht zu ca. 90 % aus Umweltzah- len	SD-Foundation ist sehr kommunikationslastig= viele Artikel, Symposien etc.; insgesamt kompaktes; se- lektives Konzept; Corporate Citizen umfasst hauptsäch- lich EHS und Soziales und erscheint repräsentativer als SD-Foundation	Sehr gut strukturiert, sehr deutlich auf SD ausge- richtet, keine so starke Betonung auf Sponsoring	Keine extra Subpage für Investoren, sehr knap- per und politischer Um- gang mit Infos, relativ klassisches Inhaltsver- zeichnis, keine große Transparenz; keine EHS Themen identifiziert



Tabelle 5

3.5.2 Beispiele für die Darstellung sozialer Kriterien in der „online Kommunikation“ ausgewählter pharmazeutischer Unternehmen im Vergleich:  
für die allgemeine Öffentlichkeit  
**für Investoren**

Unternehmen	Bayer	Bristol-Myers Squibb	Novartis	Novo Group	Pfizer/Pharmacia
<b>Kriterium</b>	<b>Einstieg: Investor Relations-Konzern-Strategische Ausrichtung</b>	<b>Einstieg: Investors-Individual Stakeholder Resources-About our company-our commitment</b>	<b>Einstieg: Investor Relations-About Novartis-Foundations oder Investor Relations-Corporate Publications-links u.a. Corporate Citizens</b>	<b>Einstieg: Investoren</b>	<b>Finanzstatement auf Titelseite abrufbar</b>
<b>Branchenübergreifende Kriterien</b>					
<b>Mitarbeiter</b>					
<b>Arbeitsschutz</b>		Link zur SD Seite			
<b>Mitarbeiterzufriedenheit</b>		Award			
<b>Chancengleichheit/ Diversity</b>		Award Link zur Diversity Seite			
<b>Management intern</b>					
<b>Corporate Governance</b>	Unternehmensinterne Diskussion läuft derzeit		Full commitment, verschiedene Chartas		
<b>Verpflichtung der Geschäftsleitung</b>	Unter Ausblick und Ziele link zur Unternehmenspolitik und zur gesellschaftlichen Verantwortung (inhaltlich wie für allgemeine Öffentlichkeit)	Link zur Mission			

<b>Unternehmen Kriterium</b>	<b>Bayer Einstieg: Konzern-Strat. Ausrichtung</b>	<b>Bristol-Myers Squibb Einstieg: über uns – So- cial Repsonsibility</b>	<b>Novartis Einstieg: Corporate Citi- zen oder About Novartis- Foundations-SD Founda- tion und andere</b>	<b>Novo Nordisk Einstieg: Sustainability</b>	<b>Pfizer/ Einstieg: Global Com- pact Presseinfo</b>
<b>Anspruchsgruppen extern</b>					
<b>Engagement in Nachbarschaft und der Kommune</b>		Awards			
<b>Branchenspezifische Kriterien der pharmazeutischen Industrie</b>					
<b>Management intern</b>					
<b>Innovation</b>		Link auf die F&E Seite; „Miracles of Medicine“			
<b>Preispolitik für Entwicklungs- länder</b>		Fighting AIDS			
<b>Corporate Philanthropy Sponsoring</b>		Link zur Foundation	Über About Novartis zu Foundations		
<b>Zwischenfälle</b>		Fighting AIDS			
<b>Sonstiges</b>			Über Corporate Publications link zu Corporate Citizen		
<b>Gesamteindruck</b>	Ausrichtung nach den klassischen, konservati- ven Aussagen, wenig- stens link zu „Gesellschaft- liche Verantwortung“		Kaum links	Keine Verlinkung zu SD Themen; spezielles Fak- tenangebot für klassische Investoren	Keine Subpage für In- vestoren

**Abkürzungen in den Tabellen 1, 4 und 5:**

BSR	Business for Social Responsibility
Ebs	European Business School
EHS	Environment, Health and Safety
FAK	Fragen/Antworten Katalog
F&E	Forschung und Entwicklung
FTSE	Financial Times Stock Exchange
HSE	Health, Safety and Environment
ICC	International Chamber of Commerce
Imug	Institut für Markt – Umwelt – Gesellschaft e.V.
KPMG	Klynveld, Peat, Marwick und Goerdeler Wirtschaftsprüfer- gesellschaften-Verbund
MORI	Market and Opinion Research International
OECD	Organisation for Economic Cooperation and Development
PWC	PriceWaterhouseCoopers
SAM	Sustainability Asset Management
SD	Sustainable Development
UNED	United Nations Environment and Development
WBCSD	World Business Council for Sustainable Development
WEC	World Environment Center
WHO	World Health Organization
ZEW	Zentrum für Europäische Wirtschaftsforschung

## **Anhang 1: Prototypen, generiert aus dem Fragebogen in Anlehnung an Sachs**

### **Wettkämpfer**

Pharmaunternehmen arbeiten für den medizinischen Fortschritt/Lebensqualität; der Markt verlangt Neuentwicklungen, die großen Forschungsaufwand erfordern; jede Neuentwicklung ist ein hohes wirtschaftliches Risiko; nur forschende Pharmaunternehmen bringen Fortschritt; Gen- und Biotechnik bieten Möglichkeiten zur Behandlung schwerer Krankheiten; Bewertung eines Pharmaunternehmens nach seiner wirtschaftlichen Lage, der Größe des Unternehmens und seiner Preispolitik; Zielkonflikt, weil der Gesundheit der Menschen und den Aktionären verpflichtet; Gewinne von heute garantieren den Fortschritt von morgen; Aufwendige Neuentwicklungen bestimmen die Preise von Pharmaprodukten; Gewinnmaximierung hat für Pharmaunternehmen oberste Priorität; soziales Engagement gefährdet den Umsatz und erhöht die Kosten, sichert langfristig bessere Marktchancen; ökologisches Engagement gefährdet Gewinn und Marktanteile, sichert langfristig bessere Marktchancen.

### **Astronaut**

Soziale Verantwortung der Pharmaunternehmen in bezug auf Dritte Welt und Entwicklung sicherer Medikamente; Medikamente haben neben Nutzen auch Risiken; sozialverträgliche Preispolitik z.B. für Entwicklungsländer; Sponsoring von Entwicklungshilfeprojekten; Menschenrechte; Ethik (Vorsorge gegen Korruption, Bestechung); ökologisches Engagement wird honoriert; Öko-Engagement durch Filterung aller Abgase, Reinhaltung des Bodens, Klärung aller Abwässer; Minimierung des Ressourcenverbrauchs, Entsorgung nicht gebrauchter Medikamente, Teilnahme an unabhängigem „Öko-TÜV“; Engagement in Umweltfragen; Erforschung auch seltener Krankheiten; der Markt honoriert ökologisches Engagement.

### **Heimatler**

Soziale Verantwortung der staatlichen Stellen des Gesundheitssystems; Chancengleichheit; Umgang mit Minderheiten, Familienfreundlichkeit; Arbeitsschutz; Pharmaunternehmen bilden Wissensmonopole, die sie allein zu ihren Gunsten nutzen; Provozieren von Neuentwicklungen, die aber keinen wirklichen Fortschritt darstellen; Unterschiede in der ökologischen Verantwortung von Pharmaunternehmen; Bevorzugung eines gleichwertigen Medikamentes, dessen Hersteller ökologisch besonders engagiert ist; prompter Rückzug problematischer Medikamente; Herkunftsland des Unternehmens, Zwischenfälle mit Medikamenten; soziales Engagement; soziale Situation der Belegschaft; Öffentlichkeitsarbeit des Unternehmens; der Markt honoriert soziales Engagement; Bevorzugung von Produkten, deren Hersteller ökologisch und/oder sozial engagiert ist;

## Anhang 2: Fragebogen

## Soziale Verantwortung

Wie alle gesellschaftlichen Akteure trägt auch die Pharmaindustrie als Teil der Gesellschaft objektiv eine soziale Verantwortung (**SV**). Soziale Verantwortung kann verschiedene bedeuten und sie kann von den Pharmaunternehmen sehr unterschiedlich wahrgenommen werden.

Meine ersten Fragen beziehen sich auf diesen Komplex.

		sehr hoch	hoch	teil teils	gering	gar nicht
<b>S1</b>	Wie hoch schätzen Sie die <b>SV</b> der Pharmaunternehmen heute ein?	•	•	•	•	•
<b>S2</b>	Und wie hoch schätzen Sie die <b>SV</b> der Pharmaunternehmen in Bezug auf					
	Verbraucher <sup>1</sup>	•	•	•	•	•
	Handel <sup>2</sup>	•	•	•	•	•
	Ärzte <sup>3</sup>	•	•	•	•	•
	staatliche Stellen des Gesundheitssystems <sup>4</sup>	•	•	•	•	•
	Mitarbeiter der Pharmaunternehmen <sup>5</sup>	•	•	•	•	•
	Dritte Welt <sup>6</sup>	•	•	•	•	•
	Entwicklung sicherer Medikamente <sup>7</sup>	•	•	•	•	•
	Forschungen auch für seltene Krankheiten <sup>8</sup>	•	•	•	•	•
	Information für Ärzte <sup>9</sup>	•	•	•	•	•
	Information für Patienten <sup>10</sup>	•	•	•	•	•
		sehr hoch	hoch	teil teils	gering	gar nicht
<b>S3</b>	Und wie groß schätzen Sie die Unterschiede in der <b>SV</b> bei Pharmaunternehmen ein?	•	•	•	•	•
	Können Sie ein Pharmaunternehmen nennen, das nach Ihrer Meinung seine <b>SV</b> besonders ernst nimmt?	<hr/>				
	Können Sie ein Pharmaunternehmen nennen, das nach Ihrer Meinung seine <b>SV</b> sehr vernachlässigt?	<hr/>				
		ja	nein			
<b>S4</b>	Sind Pharmaunternehmen stärker als andere Unternehmen zur <b>SV</b> verpflichtet?	•	•			
<b>S5</b>	Würden Sie sich bei gleichwertigen Medikamenten für jene entscheiden, deren Hersteller sich sozial besonders engagieren?	ja, immer	manchmal	teil teils	selten	nie
		•	•	•	•	•
<b>S6</b>	Wenn Sie ein Pharmaunternehmen bewerten sollten, wie stark würden Sie dabei dessen <b>SV</b> berücksichtigen?	sehr stark	stark	teil teils	gering	gar nicht
		•	•	•	•	•
<b>S7</b>	Was meinen Sie: wie stark wird die <b>SV</b> eines Pharmaunternehmens von der Öffentlichkeit wahrgenommen?	sehr stark	stark	teil teils	gering	gar nicht
		•	•	•	•	•
<b>S8</b>	Wird besondere <b>SV</b> der Pharmaindustrie von der Öffentlichkeit positiv bewertet?	sehr stark	stark	teil teils	gering	gar nicht
		•	•	•	•	•
<b>S9</b>	Ist diese <b>SV</b> immer vorhanden oder nur nach einem "Zwischenfall"?	immer	nach Z.			
		•	•			

- S10** Denken Sie bei einem Medikament neben seinem Nutzen auch an ein Risiko?  
 • **sehr stark** • **stark** • **teil teils** • **gering** • **gar nicht**
- S11** Wer ist für Ihre Sicherheit bei Einnahme von Medikamenten verantwortlich?  
 • **Hersteller** • **Arzt** • **Apotheker** • **ich selbst** • **andere**

wenn "andere", welche ?

- S12** Wie stark sehen Sie die **Verantwortung** für die **Sicherheit von Medikamenten** bei
- |   | sehr stark | stark | teil teils | gering | gar nicht |
|---|------------|-------|------------|--------|-----------|
| <i>dem Hersteller</i> 1                     | •          | •     | •          | •      | •         |
| <i>dem verschreibenden Arzt</i> 2           | •          | •     | •          | •      | •         |
| <i>dem Apotheker</i> 3                      | •          | •     | •          | •      | •         |
| <i>den staatlichen Zulassungsbehörden</i> 4 | •          | •     | •          | •      | •         |
| <i>Wissenschaft und Forschung</i> 5         | •          | •     | •          | •      | •         |
| <i>Arzneimittelkritikern</i> 6              | •          | •     | •          | •      | •         |
| <i>Verbraucherschutz</i> 7                  | •          | •     | •          | •      | •         |
| <i>den Medien</i> 8                         | •          | •     | •          | •      | •         |
| <i>bei sich selbst</i> 9                    | •          | •     | •          | •      | •         |

- S13** Wem **vertrauen** Sie, wenn es um die **Sicherheit von Medikamenten** geht?
- |   | sehr stark | stark | teil teils | gering | gar nicht |
|---|------------|-------|------------|--------|-----------|
| <i>dem Hersteller</i> 1                     | •          | •     | •          | •      | •         |
| <i>dem verschreibenden Arzt</i> 2           | •          | •     | •          | •      | •         |
| <i>dem Apotheker</i> 3                      | •          | •     | •          | •      | •         |
| <i>den staatlichen Zulassungsbehörden</i> 4 | •          | •     | •          | •      | •         |
| <i>Wissenschaft und Forschung</i> 5         | •          | •     | •          | •      | •         |
| <i>Arzneimittelkritikern</i> 6              | •          | •     | •          | •      | •         |
| <i>Verbraucherschutz</i> 7                  | •          | •     | •          | •      | •         |
| <i>den Medien</i> 8                         | •          | •     | •          | •      | •         |
| <i>sich selbst</i> 9                        | •          | •     | •          | •      | •         |

- S14** Können Verbraucher heute bei der Entwicklung von Medikamenten mitwirken/mitreden?  
 • **ja** • **nein**

- S15** Soziales Engagement von Pharmaunternehmen kann vieles bedeuten. Wie wichtig sind Ihnen dabei die folgenden Punkte?

	sehr wichtig	wichtig	weniger wichtig	unwichtig
Sozialverträgliche Preispolitik z.B. für Drittländer	•	•	•	•
Sponsoring von Entwicklungshilfeprojekten	•	•	•	•
Menschenrechte	•	•	•	•
Chancengleichheit	•	•	•	•
Umgang mit Minderheiten	•	•	•	•
Familienfreundlichkeit	•	•	•	•
Ethik (Vorsorge gegen Korruption, Bestechung)	•	•	•	•
Arbeitsschutz	•	•	•	•

<b>Kritiker meinen ...</b>	<b>... stimmen Sie zu?</b>				
	<b>ja, sehr</b>	<b>ja</b>	<b>teils teils</b>	<b>eher nein</b>	<b>keines- falls</b>
<b>S16</b> <i>Pharmaunternehmen bilden Wissensmonopole, die sie allein zu ihren Gunsten nutzen.</i>	•	•	•	•	•
<b>S17</b> <i>Auch Ärzte werden von den Pharmaunternehmen weder objektiv noch ausreichend informiert.</i>	•	•	•	•	•
<b>S18</b> <i>Wissen und Information der Ärzte reichen nicht aus, die Flut der Medikamente zu überblicken.</i>	•	•	•	•	•
<b>S19</b> <i>Die Information der Ärzte über Pharmaprodukte sollte durch unabhängige Experten erfolgen.</i>	•	•	•	•	•
<b>S20</b> <i>Der Pharmamarkt braucht ein verlässliches Qualitätssiegel für seine Produkte.</i>	•	•	•	•	•
<b>S21</b> <i>Pharmaunternehmen sollten mehr Hotlines für Ärzte und Patienten einrichten.</i>	•	•	•	•	•
<b>S22</b> <i>Patienten und Ärzte können Nutzen und Risiken einer Therapie nicht sicher abwägen.</i>	•	•	•	•	•
<b>S23</b> <i>Durch Publikationen in Fachzeitschriften manipulieren Pharmaunternehmen Krankheitsbilder.</i>	•	•	•	•	•
<b>S24</b> <i>Apotheken sollten bei gleichwertigen Medikamenten nur das jeweils billigste ausgeben.</i>	•	•	•	•	•
<b>S25</b> <i>Pharmaunternehmen provozieren Neuentwicklungen die aber keinen wirklichen Fortschritt darstellen.</i>	•	•	•	•	•
<b>Pharmaunternehmen meinen ...</b>	<b>... stimmen Sie zu?</b>				
	<b>ja, sehr</b>	<b>ja</b>	<b>teils teils</b>	<b>eher nein</b>	<b>keines- falls</b>
<b>S26</b> <i>Wir arbeiten für den medizinischen Fortschritt und die Verbesserung der Lebensqualität.</i>	•	•	•	•	•
<b>S27</b> <i>Der Markt verlangt nach Neuentwicklungen, die einen großen Forschungsaufwand erfordern.</i>	•	•	•	•	•
<b>S28</b> <i>Mit jeder Neuentwicklung gehen die Pharmaunternehmen ein hohes wirtschaftliches Risiko ein.</i>	•	•	•	•	•
<b>S29</b> <i>Nur forschende Pharmaunternehmen bringen Fortschritt für den Patienten.</i>	•	•	•	•	•
<b>S30</b> <i>Gen- und Biotechnik bieten Möglichkeiten zur Behandlung schwerer Krankheiten.</i>	•	•	•	•	•

## Ökologie der Pharmaindustrie

Wir haben gelernt, die industrielle Produktion, unseren Konsum, unser Freizeitverhalten, usw. unter dem Gesichtspunkt der Ökologie zu sehen. Ich würde nun gern auf Ihre persönliche Einschätzung des ökologischen Verhaltens der Pharmaindustrie zu sprechen kommen?

**U1** Beurteilen Sie Pharmaunternehmen auch in Bezug auf deren ökologisches Verhalten?

	sehr stark	stark	teil teils	gering	gar nicht
	•	•	•	•	•

**U2** Wie stark schätzen Sie die Unterschiede in der ökol. Verantwortung von Pharmaunternehmen?

	sehr stark	stark	teil teils	gering	gar nicht
	•	•	•	•	•

*Können Sie ein Pharmaunternehmen nennen, das seine ökol. Verantwortung besonders ernst nimmt?*

*Und eines, das sie sehr vernachlässigt?*

**U3** Welche **Note** geben Sie der Pharmaindustrie insgesamt für ihre ökol. Bemühungen?

	1	2	3	4	5
	•	•	•	•	•

**U4** Belastet die Pharmaindustrie die Umwelt mehr oder weniger als andere Industrien?

	mehr	gleich	weniger		
	•	•	•		

**U5** Achten Sie bei einem Medikament auch darauf, von welchem Hersteller es stammt?

	ja, immer	manchmal	selten	nie	
	•	•	•	•	

*welche Pharmahersteller fallen Ihnen spontan ein?*

**U6** Würden Sie bei gleichwertigen Medikamenten das bevorzugen, dessen Hersteller bekanntermaßen ökologisch besonders engagiert ist?

	ja, immer	manchmal	teils teils	selten	nie
	•	•	•	•	•

**U7** Meinen Sie, dass der Markt ökologisches Engagement von Pharmaunternehmen honoriert?

	sehr stark	stark	weniger stark	gering	gar nicht
	•	•	•	•	•

**U8** Die Öffentlichkeit nimmt ökologisches Engagement von Pharmaunternehmen wohl verschieden stark wahr. Wie stark, meinen Sie, tun das

	sehr stark	stark	weniger stark	gering	gar nicht
--	------------	-------	---------------	--------	-----------

	•	•	•	•	•
<i>Ärzte</i> 1	•	•	•	•	•
<i>Apotheker</i> 2	•	•	•	•	•
<i>Patienten / Verbraucher</i> 3	•	•	•	•	•
<i>Aktionäre</i> 4	•	•	•	•	•
<i>Analysten / Börsenmakler</i> 5	•	•	•	•	•
<i>Politische Parteien</i> 6	•	•	•	•	•
<i>Öffentlichkeit insgesamt</i> 7	•	•	•	•	•



**U9** Öko-Engagement eines Pharmaunternehmens kann vieles bedeuten. Wie wichtig sind Ihnen dabei die folgenden Punkte?

		sehr wichtig	wichtig	weniger wichtig	unwichtig	
	<i>Filterung aller Abgase</i>	1	•	•	•	•
	<i>Reinhaltung des Bodens</i>	2	•	•	•	•
	<i>Klärung aller Abwasser</i>	3	•	•	•	•
	<i>Minimierung des Verbrauchs von Ressourcen</i>	4	•	•	•	•
	<i>Entsorgung nicht gebrauchter Medikamente</i>	5	•	•	•	•
	<i>Totaler Verzicht auf Tierversuche</i>	6	•	•	•	•
	<i>Prompter Rückzug problematischer Medikamente</i>	7	•	•	•	•
	<i>Teilnahme an unabhängigem "ÖKO-TÜV", Zertifizierung nach internationalen Normen</i>	8	•	•	•	•

**U10** entfallen

**U11** Und welche Punkte halten **Sie** noch für wichtig?

1 \_\_\_\_\_

2 \_\_\_\_\_

3 \_\_\_\_\_

**U12** Abbau und Ausscheidung eingenommener Medikamente können zu Problemen führen. Wen würden Sie hierzu befragen?

		ja	nein	
	<i>Beipackzettel</i>	1	•	•
	<i>verschreibenden Arzt</i>	2	•	•
	<i>medizinisches Personal</i>	3	•	•
	<i>Apotheker</i>	4	•	•
	<i>Hotline des Herstellers</i>	5	•	•
	<i>und wen außerdem?</i>	6		

**U13** Abgesehen vom Patienten selbst, wer sollte um die sachgerechte Einnahme der Medikamente bemüht sein?

		ja	nein	
	<i>verschreibender Arzt</i>	1	•	•
	<i>medizinisches Personal</i>	2	•	•
	<i>Apotheker</i>	3	•	•
	<i>Hotline des Herstellers</i>	4	•	•
	<i>und wer außerdem?</i>	5		

## Ökonomie der Pharmaindustrie

Das höchste Gut des Menschen, seine Gesundheit, stellt "den Markt" der Pharmaindustrie dar. Das unterscheidet sie von anderen Industriezweigen. Dennoch unterliegt sie ökonomischen Gesetzen wie diese.

		sehr gut	gut	befried.	teils teils	schlecht
<b>01</b>	Wie schätzen Sie die derzeitige wirtschaftliche Lage der Pharmaindustrie insgesamt ein?	•	•	•	•	•
<b>02</b>	Wenn Sie ein Pharmaunternehmen bewerten sollten, wie stark würden Sie die folgenden Gesichtspunkte berücksichtigen?					
		sehr stark	stark	teil teils	gering	gar nicht
	<i>seine wirtschaftliche Lage</i> 1	•	•	•	•	•
	<i>Herkunftsland</i> 2	•	•	•	•	•
	<i>Größe des Unternehmens</i> 3	•	•	•	•	•
	<i>Zwischenfälle mit Medikamenten</i> 4	•	•	•	•	•
	<i>Engagement in Umweltfragen</i> 5	•	•	•	•	•
	<i>Forschung auch bezüglich seltener Krankheiten</i> 6	•	•	•	•	•
	<i>Soziales Engagement</i> 7	•	•	•	•	•
	<i>Soziale Situation der Belegschaft</i> 8	•	•	•	•	•
	<i>Preispolitik</i> 9	•	•	•	•	•
	<i>Öffentlichkeitsarbeit des Unternehmens</i> 10	•	•	•	•	•
<b>03</b>	Als Aktiengesellschaft sind Pharmaunternehmen der Gesundheit des Menschen <b>und</b> den Aktionären verpflichtet: Ist das für Sie ein Zielkonflikt?	<b>ja, immer</b>	<b>ja, manchmal</b>	teil teils	selten	nie
	wenn "ja,..." warum?					
		ja, sehr	ja, schon	teils teils	selten	nie
<b>04</b>	Pharmaunternehmen sponsern medizinische Fachtagungen. Finden Sie das problematisch?	•	•	•	•	•
<b>05</b>	"Die Gewinne von heute garantieren den Fortschritt von morgen", stimmen dem Sie zu?	•	•	•	•	•
<b>06</b>	"Aufwendige Neuentwicklungen bestimmen die Preise von Pharmaprodukten" stimmen Sie zu?	•	•	•	•	•
<b>07</b>	Bei einem Pharma-Zwischenfall <sup>1</sup> diskutieren die Medien mehr die ökonomischen Folgen für den Hersteller als die Probleme der Patienten. Ja?	•	•	•	•	•
<b>08</b>	Gewinnmaximierung hat auch für Pharmaunternehmen oberste Priorität.	•	•	•	•	•

<sup>1</sup> zuletzt z.B. Cholesterinsenker LIPOBAY, Statine

Zum Schluss würde ich gern von Ihnen erfahren, wie Sie mögliche **Konflikte zwischen Ökonomie, Ökologie und sozialer Verantwortung** für ein Unternehmen sehen.

Wie stehen Sie zu den folgenden tendenziellen Aussagen für ein Pharmaunternehmen?

	ja	teils teils	nein	im Gegenteil
<b>K1</b> <b>Soziales</b> Engagement gefährdet den Umsatz und erhöht die Kosten	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
<b>K2</b> <b>Ökologisches</b> Engagement gefährdet Gewinn und Marktanteile	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
<b>K3</b> Der Markt honoriert <b>Soziales</b> Engagement von Pharmaunternehmen.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
<b>K4</b> Der Markt honoriert <b>Ökologisches</b> Engagement von Pharmaunternehmen.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
<b>K5</b> <b>Soziales</b> Engagement ... sichert langfristig bessere Marktchancen.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
<b>K6</b> <b>Ökologisches</b> Engagement ... sichert langfristig bessere Marktchancen.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
<b>K7</b> Ich würde immer Produkte bevorzugen, deren Hersteller <b>sozial</b> engagiert sind.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
<b>K8</b> Ich würde immer Produkte bevorzugen, deren Hersteller <b>ökologisch</b> engagiert sind.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

Haben Sie vielen Dank für Ihre Geduld, Sie haben uns mit Ihren Auskünften sehr geholfen.

Darf ich zum Schluss bitte noch einige Daten zu Ihrer Person erfragen?

Geschlecht  männlich  weiblich

Ihr Alter \_\_\_\_\_

In welchem Land wurden Sie geboren? \_\_\_\_\_

Ihre Nationalität heute? \_\_\_\_\_

In welchem Bundesland leben Sie heute? \_\_\_\_\_

Ihr derzeitiger Beruf? \_\_\_\_\_

Sind Sie z.Z. berufstätig? \_\_\_\_\_

in welcher Branche? \_\_\_\_\_

Ihre Schulbildung?  Haupt  Real  Abitur  Studium

Wo leben Sie heute?  Land  Kleinstadt  Großstadt