

Notwendigkeit und Anliegen des Masterstudienganges Consumer Health Care

Der Arzneimittelmarkt weist bekanntlich eine hohe Dynamik auf: Neue Produkte werden entwickelt und eingeführt, durch ihre Prüfung und Anwendung, aber auch durch die begleitende Forschung wird ständig neues Wissen generiert, das auf den Markt zurückwirkt. Der Wettbewerbsdruck unter den Marktteilnehmern, die um knapper werdende Ressourcen für die gesundheitliche Betreuung der Bürger konkurrieren, nimmt zu und wird durch die technischen Möglichkeiten der modernen Kommunikation und Informationsverarbeitung verschärft.

In dieser Situation steigen auch die Anforderungen an diejenigen, die auf diesem komplexen Markt agieren und Entscheidungen treffen müssen. Dabei ist nicht nur pharmazeutisch-medizinisches Wissen gefragt, sondern auch wirtschaftliches Denken auf der Basis des geltenden Rechts, das gleichzeitig zukunftsgerichtet sein muss. Absolventen einer universitären Ausbildung, die traditionsgemäß in einzelne Fächer gegliedert ist und bei zunehmender Spezialisierung wenig Freiraum für ein fächerübergreifendes Lernen lässt, spüren deshalb immer stärker, dass die durchlaufene Ausbildung nur bedingt Fähigkeiten für die Berufsausübung auf diesem spezifischen Sektor vermitteln kann, so dass die stärker erfahrungsgestützte Einarbeitungsphase immer länger wird. Aber auch erfahrene Mitarbeiter sehen sich den Herausforderungen einer immer schneller verlaufenden Entwicklung ständig aufs Neue ausgesetzt, weil die sich rasant entwickelnden technischen Möglichkeiten der Kommunikation auch neue Strukturen hervorbringen, die Bestehendes in Frage stellen.

Die Zusammenarbeit zwischen Marktteilnehmern, die zum Teil unterschiedliche Interessen verfolgen, auch wenn sie letztlich alle dem Verbraucher verpflichtet sein müssen, setzt Verständigungsfähigkeit und Kooperationswillen voraus. Beides wird dann besonders gut entwickelt sein, wenn man die Interessenslage der Partner und ihre Argumentationslinien kennt. Zu einer Konsensfindung beizutragen, die die unterschiedlichen Interessen der Beteiligten, einschließlich der Verbraucher, berücksichtigt, ist deshalb auch ein wichtiges Ziel des Studienganges. Die dazu unerlässliche Kommunikation, die mitunter auch firmenintern, etwa zwischen der Forschungs- und der Marketingsabteilung zu wünschen übrig lassen kann, muss demzufolge in der Einheit von Inhalt und Funktion bewertet und gestaltet werden. Dies wiederum lässt sich nur dann bewerkstelligen, wenn Vertreter unterschiedlicher Fachrichtungen und Tätigkeitsbereiche ihr Wissen zur Verfügung stellen und aufeinander zugehen.

Interdisziplinarität und Integration

Ein wesentliches Anliegen des Studienganges besteht deshalb in seiner Interdisziplinarität und der fächerübergreifenden Stoffvermittlung, die eine Diskussion von Erkenntnissen aus unterschiedlichen Blickwinkeln und mit unterschiedlichem Erfahrungshintergrund gestattet. Die so verstandene Interdisziplinarität hat zwangsläufig auch verschiedene Facetten: Sie ist zum einen dadurch gegeben, dass Lehrkräfte aus allen Gebieten gewonnen wurden, die für das Gesundheitssystem relevant sind. Sie kommen sowohl aus dem universitären bzw. akademischen Bereich als auch aus der Wirtschaft und von Behörden. Bezogen auf die Fachgebiete, sind neben der Medizin und Pharmazie vor allem die Wirtschaftswissenschaften, die Rechtswissenschaften, aber auch die Kommunikationswissenschaft zu nennen. Reflektiert wird dieser bewusst angestrebte Grad an Interdisziplinarität aber auch durch die unterschiedliche Zusammensetzung der Teilnehmer des Studienganges. Dabei soll die außerhalb des unmittelbaren Arbeitsalltags stattfindende Beschäftigung mit den verschiedenen gesundheitspolitischen, aber auch ökonomischen und kommunikativen Aspekten der Gesundheitsversorgung die Teilnehmer in die Lage versetzen, entsprechende Diskussions- und Verhaltensweisen in die berufliche Praxis zu übertragen. Um diesen Lernprozess zu forcieren, finden zusätzlich zu den traditionellen Lehrveranstaltungen so genannte „Debatten“ statt. Anhand verschiedener „Fälle“, die konkrete Fragestellungen aus dem Themenbereich der einzelnen Module aufgreifen, führen die Teilnehmer die Diskussion aus der Sicht einzelner Interessengruppen. Das Szenario sieht vor, dass dabei zunächst die Sicht derjenigen Interessensgruppe eingenommen wird, der man sich zugehörig fühlt bzw. mit der man sich weitgehend identifizieren kann. In einem späteren Stadium werden dann auch die Sichtweisen gewechselt, d. h. der Kassenvertreter soll aus der Sicht der Pharmazeutischen Industrie argumentieren und umgekehrt.