

Pharma-Marketing

Anmoderation Katharina Mann / Viktoria Thumann

Gesundheit ist ein Geschäft. Hintergründiges zu den Methoden der Pharmaindustrie und ihrer weitverzweigten Lobby veröffentlicht der *Pharma-Brief* der BUKO Pharma-Kampagne. Walter Kuhl aus der Redaktion *Alltag und Geschichte* hat die jüngste Ausgabe für Radio Darmstadt gelesen.

Beitrag Walter Kuhl

Mit Mißtrauen gehen immer mehr Menschen zum Arzt oder zur Ärztin ihrer Wahl. Oftmals fühlen sie sich wie eine Massenware abgefertigt. Dabei werden ihnen Mittelchen verschrieben, deren Sinn ihnen auch nach sorgfältiger Lektüre des Beipackzettels verborgen bleibt. Das soll nicht heißen, daß die moderne Medizin Quacksalberei ist. Aber eine gesunde Portion Mißtrauen ist durchaus angebracht. Denn das Gesundheitssystem ist zunächst einmal ein Geschäft. Die Gesundheit ist eine Ware wie jede andere auch und wird im wahrsten Sinne des Wortes auch entsprechend "behandelt".

Zu welch dubiosen Methoden die Vertreter der Pharma-Industrie zuweilen greifen, ist in der Juni-Ausgabe des *Pharma-Briefs* der BUKO Pharma-Kampagne nachzulesen: Der US-amerikanische Pharmakonzern Merck, der nichts mit dem gleichnamigen Darmstädter Ableger zu tun hat, mußte im September letzten Jahres das Rheuma-Medikament Vioxx® vom Markt nehmen. Allein in den USA war dieses Medikament für mehr als 88.000 schwere Herz-Kreislauf-Erkrankungen verantwortlich; vermutlich starb etwa ein Drittel der Erkrankten an den Folgen der Medikamenteneinnahme. Paradoxe Weise, so der *Pharma-Brief*, nahm die Verschreibung von Vioxx® in dem Moment rasant zu, nachdem erste Sicherheitsbedenken an die Öffentlichkeit gelangt waren.

In einem Untersuchungsausschuß des US-Kongresses kam zutage, wie dieses paradoxe Ergebnis zustande kam. 3000 Vertreterinnen und Vertreter des Konzerns schwärmten aus, um Ärztinnen und Ärzte zu beeinflussen. Dabei wurde nichts dem Zufall überlassen. Die Dauer des Händedrucks zur Begrüßung wurde mit drei Sekunden genauso vorgegeben wie die Größe der Happen, die beim gemeinsamen Essen in den Mund genommen werden durften. Daß auch Gestik und Mimik trainiert wurden, mag nur den- oder diejenige überraschen, die von den subtilen manipulatorischen Mechanismen der Körpersprache noch nichts gehört haben.

Selbstverständlich ging es bei den angeblichen Fachgesprächen auch um Inhalte. Eine Studie, in der die Bedenken gegen Vioxx[®] klar beschrieben wurden, durfte mit den Ärztinnen und Ärzten nicht diskutiert werden; dies galt als klare Verletzung der Firmenpolitik. Weiterhin beschäftigte Merck Drittfirmen mit der Beschaffung von Daten, um herauszufinden, wieviele Medikamente von Merck und von Konkurrenzfirmen die von den Vertreterinnen und Vertretern besuchten Ärztinnen und Ärzte verschrieben hatten. Erfolgreiche Vertriebsleute erhielten einen Bonus für ihre gewinnbringende Art.

Das Untersuchungskomitee des US-Kongresses stellte fest, daß es nicht beurteilen könne, ob die Methoden des US-Konzerns Merck besser oder schlechter oder einfach nur genauso sind wie die anderer Pharmafirmen auch. Zwar bezog sich der Ausschuß auf fehlende Vergleichsdaten, aber wir können wohl sicher davon ausgehen, daß der US-Konzern mit seinem profitträchtigen Auftreten nicht alleine dasteht. Das läßt tief blicken und fördert nicht gerade das Vertrauen in eine effektive Gesundheitsversorgung. Aber die soll ja ohnehin immer weiter abgebaut werden, weil die Versorgung der Pharmaindustrie der gesamten Kapitalistenklasse zu teuer wird.

Angesichts dessen ist es schon bemerkenswert, daß die bundesdeutsche Gewerkschaft Bergbau Chemie Energie in einer Studie klären ließ, wie der *Innovationsstandort Deutschland* gestärkt werden könne. Allerdings ging es hierbei nicht darum, mehr *gute* Medikamente zu verschreiben, sondern mehr *neue* und damit auch profitable Arzneimittel. Bei Innovationen und Patenten geht es schließlich darum, einen Markt abzustecken. Ob sie dann auch etwas taugen, fragen wir besser nicht unsere Ärztin oder unseren Apotheker. Umfragen haben nämlich ergeben, daß 90% der befragten Ärztinnen und Ärzte keine anerkannten internationalen Fachzeitschriften lesen. Sie vertrauen lieber dem dreisekündigen Händedruck und den Werbeflyern der Pharmaindustrie.

Nachzulesen in der Juni-Ausgabe des *Pharma-Briefs* der BUKO Pharma-Kampagne, zu beziehen über www.bukopharma.de.

Abmoderation Katharina Mann / Viktoria Thumann

Ein Beitrag von Walter Kuhl für Radio Darmstadt. Dieser Beitrag ist demnächst nachzulesen auf der Internetseite <http://www.wkradiowecker.de.vu>.

RadAR-Radiowecker

Radio Darmstadt

Erstausstrahlung: Sonntag, 10. Juli 2005, 8.20 Uhr

Wiederholung: Dienstag, 12. Juli 2005, zwischen 6.00 und 8.00 Uhr

Seite : 3

Redakteur: Walter Kuhl

Thema: Pharma-Marketing

Radio Darmstadt ist ein lizenzierter nichtkommerzieller lokaler Hörfunksender mit einer geschätzten Reichweite von 350.000 potentiellen Hörerinnen und Hörern. Laut einer im Sommer 2000 durchgeführten Akzeptanzanalyse hören 7% der möglichen Hörerinnen und Hörer im Laufe eines 14-tägigen Zeitraums mindestens einmal Radio Darmstadt, vorzugsweise den morgendlichen Radiowecker und die Sendungen der Themenredaktionen (täglich von 17 bis 19 Uhr). Dem Sendeplatz der Redaktion *Alltag und Geschichte* wird darin bescheinigt, daß er ein "ausgesprochen anspruchsvolles Programm aufweise und mit politisch linksgerichteten und kritischen Inhalten überzeuge". Die Untersuchung ist in der Schriftenreihe der LPR Hessen als Band 13 erschienen (ISBN 3-934079-33-4). Eine repräsentative Umfrage im Frühjahr 2004 ergab hochgerechnet eine Reichweite von 30.000 HörerInnen innerhalb von 14 Tagen. Dies entspricht einer Verdopplung des "weitesten HörerInnenkreises" auf 14%.

Walter Kuhl c/o Radio Darmstadt, Steubenplatz 12, 64293 Darmstadt

<http://www.waltpolitik.de>

fon: (06151) 8700-192, fax: 8700-111

wql <at> radiodarmstadt.de

URL dieser Seite: http://www.waltpolitik.powerbone.de/pdf/rw_50710.pdf