

Unter der Spitze des Eisbergs: PatientIn im Visier Rezension Walter / Kobylinski

Gelesen von Gudrun Kemper



Caroline Walter, Alexander Kobylinski: *Patient im Visier*.
Hamburg, Hoffmann und Campe 2010. ISBN 3-455-50151-3

Verschiedene Zeitschriftenartikel und auch eine Reihe von Büchern wie [Marcia Angells](#) "Pharmabluff" haben in den letzten Jahren bereits die Strategien von Pharmaunternehmen unter die Lupe genommen. Die Veränderung unserer Humanmedizin hin zum Gesundheitsmarkt wird als innovative Qualitätsoffensive verpackt. Verschiedene Beteiligte wirken dabei mit, während unser über einen Zeitraum von mehr als 100 Jahren aufgebautes Sozialversicherungssystem ohne demokratisches Einverständnis Gefahr läuft, zum Auslaufmodell zu werden. Caroline Walter und Alexander Kobylinski legen mit [Patient im Visier](#) eine Bestandsaufnahme vom Gesundheitsmarkt aus der Welt, in der wir leben, vor. In aufwändiger Kleinarbeit haben sie ein Teilsegment analysiert. Mit ihrem Buch gewähren sie Einblick in aggressive, verbotene Werbestrategien für hochpreisige verschreibungspflichtige Medikamente in Deutschland. Sie untersuchen die gegenwärtige Lage von PatientInnen auf dem Arzneimittelmarkt, Forschungsumgebung und Medikamentenkonsum im Zusammenspiel von Medizin, Kassen, Medien, Politik und Pharma.

Spannend

... wie im Krimi werden Muster sichtbar, die übertragbar sind, sich beständig in Variationen wiederholen und die wir alle kennen müssen:

Was bedeuten Artikel zu verschreibungspflichtigen Medikamenten in Medien wirklich? Welche Rolle übernehmen Ärzte auf Pressekonferenzen, Kongressen und Werbeveranstaltungen, die Agenturen im Auftrag der Pharmaindustrie zur „Information“ von Fachwelt, Öffentlichkeit und in den letzten Jahren verstärkt auch für PatientInnen ausrichten? Wie werden gesetzliche Regelungen des Heilmittelwerbegesetzes wirksam umgangen? Wie werden Erkrankungsraten über Werbeaktionen hoch gepusht? Warum werden Telefonsprechstunden geschaltet? Wie halten spezielle Krankenschwestern, die im Auftrag der Pharmaindustrie arbeiten, chronisch Kranke im Medikamentenkonsum „hilfreich“ bei der Stange? Welche Rolle spielen „Prominente“ und TV-ModeratorInnen des öffentlich-rechtlichen Fernsehens bei den Roadshows im Medikamentenmarketing? Wie umgarnen Pharmakonzerne Patientenorganisationen? Was läuft in kommerziellen Gesundheitsportalen und Internetforen ab? Wie funktioniert der Verkauf von Hoffnung über Medikamente bei unheilbaren Krankheiten? Warum gibt es so viele Missstände bei der Arzneimittelforschung in Deutschland? Wozu dient „Therapietreue“ (Compliance)? Warum werden in Deutschland Medikamente, gegen die Bedenken bestehen, zugelassen, während sie in den USA verboten bleiben? Was wissen Ärzte über neue Medikamente? Und warum verordnen sie diese? Kann man im Internet noch gesundheitsbezogene Informationen abrufen? Wie funktioniert die Lobbyarbeit im Europäischen Parlament? Wie vertreten EU-Patientenorganisationen die Interessen von Patientinnen? Unter anderem diesen Fragen geht „Patient im Visier“ nach.

Zum Beispiel Brustkrebs

Ein Kapitel befasst sich auch mit der Arbeit der europäischen Europa Donna-Organisation. Karin Jöns, Mitglied des Europäischen Parlaments von 1994 bis 2009, berichtet über ihre Erfahrungen mit der Organisation. Sie stehe heute auf dem Standpunkt, dass Europa Donna vor allem den Zweck habe, neue Absatzmärkte besonders in osteuropäischen Ländern zu öffnen, lesen wir.

Und die Politik?

So tiefgreifend die aufgezeigten Missstände auch sind, auf gesundheitspolitischer Ebene wurde mitnichten grundlegend für Abhilfe gesorgt. Vielmehr ist das Gegenteil der Fall. Auf europäischer Ebene sind die Lobbyisten weiter am Werkeln, und die politischen Stellschrauben stehen wohl kaum versehentlich auf Gesundheitsmarkt – und nicht auf Gesundheit oder Medizin. Mehr Deregulierung und die Aushebelung des Werbeverbots für verschreibungspflichtige Medikamente stehen, wie auch Walter/Kobylnski recherchiert haben, ganz oben auf Tagesordnung und Wunschliste der Pharmalobby.

„Taktik des Verschweigens“

Studien werden geschönt, Risiken verschwiegen. Transparenz ist grundsätzlich unmöglich, denn Profite und nicht Gesundheitsinteressen geben die stets bestimmende Richtung vor. Wer denkt, die Pharmaindustrie hat sich verändert, wird allen „ethischen“ Vorzeigekindern zum Trotz enttäuscht. Nichts hinzugelern seit Contergan? Doch – die Methoden sind verfeinert worden. Marketing zielt auf Profite, nicht auf PatientInnenwohl. Ob marketingstrategische Aufweichung des Heilmittelwerbegesetzes bereits heute oder Methoden, die Randbereiche gesetzlicher Vorgaben erreichen oder überschreiten, der Druck auf Konsum bei PatientInnen wird erhöht. Chronisch kranke Menschen, besonders solche mit lebensbedrohlichen Erkrankungen wie z.B. Krebs, stehen im Zentrum der Marketinginteressen. Walter/Kobylnski zeigen, wie längst ein Punkt erreicht ist, an dem auch die industrielle Produktion von für den Menschen lebenswichtigen Arzneimitteln aus dem Ruder läuft.

Ein wichtiges Buch – Warum?

Viele verstehen den Wechsel von der Medizin zum Gesundheitsmarkt in ganzer Tragweite bisher nicht wirklich. Das Buch erklärt, wie Medizin zum Teil des Medikamentenmarketings geworden ist. Patientenorganisationen sind in den vergangenen Jahren bei den ethischen Indikationen in eine Art Dienstleistungsverhältnis eingetaucht. „Aber warum gibt es keine Aufklärungsveranstaltungen von unabhängigen Krebsgesellschaften oder staatlichen Institutionen, die mit öffentlichen Geldern finanziert sind und ausgewogen informieren könnten? Warum überlässt man diese Lücke den Pharmakonzernen, die solche Veranstaltungen offenbar ausnutzen?“, fragen die Autoren nach. Ja, warum ist das so? Mit der Lektüre wächst das Verständnis für Zusammenhänge, und eine Neuorientierung wird möglich.

„Patient im Visier“ von Walter/Kobylnski bleibt trotz erschreckender Zustände immer sachlich und neutral. Das Buch ist eine wichtige Orientierungshilfe für alle, die verstehen wollen, was passiert, und die nach Wegen suchen, zumindest sich selbst in Sicherheit zu bringen.

Weiterlesen:

Bukopharma: [☑ Schöne neue Pharmawelt \(Pharmabrief spezial 2010\)](#)

Über Breast Cancer Action Germany

Wir sind eine unabhängige Gemeinschaft von Frauen, die sich im Kontext Brustkrebs engagieren. Wir wollen die bestmögliche Behandlung für alle, die von dieser schweren Erkrankung betroffen sind. Wir wollen aber auch, dass die Forschung über die Ursachen von Brustkrebs und über die Möglichkeiten der Primärprävention endlich grundlegend verbessert wird.

Wir sind ein kreatives, privat finanziertes Low-Budget-Projekt, das grundsätzlich jegliche Finanzierung im Interessenkonflikt ablehnt und insbesondere keine Pharmagelder annimmt. Lesen Sie dazu unsere Leitlinie, entsprechend der [☑ Richtlinie zur Einwerbung von Drittmitteln von Breast Cancer Action](#).



Dieser Text wurde von Breast Cancer Action Germany ([☑ www.bcaction.de](#)) unter einer Creative Commons Lizenz veröffentlicht. Sie dürfen den Inhalt ausschließlich zu den folgenden Bedingungen vervielfältigen und verbreiten: Namensnennung, keine kommerzielle Nutzung, keine Bearbeitung. (Weiteres siehe [☑ http://creativecommons.org/licenses/by-nc-nd/2.5/deed.de](#))