DER ARZNEIMITTELBRIEF

Jg. 36, S. 64; Ausgabe 08 / 2002

Offener Brief

Vier deutschsprachige unabhängige Arzneimittelzeitschriften und Mitglieder der International Society of Drug Bulletins (ISDB), arznei-telegramm, DER ARZNEIMITTELBRIEF, PHARMA-BRIEF und pharmakritik haben aus Sorge um die Folgen einer Lockerung des Werbeverbots für rezeptpflichtige Arzneimittel gemeinsam folgenden „Offenen Brief“ an die zuständigen Mitglieder im Europäischen Parlament, an die Bundesministerin für Gesundheit und an die Mitglieder des Gesundheitsausschusses des Deutschen Bundestages geschrieben.

Sehr geehrte Damen und Herren,

die Europäische Union plant, das Werbeverbot für rezeptpflichtige Arzneimittel zu durchlöchern. Die Pharmaindustrie soll zukünftig auch Laien direkt ”informieren” dürfen. Der Entwurf der EU-Kommission würde bei zunächst drei Krankheiten (Diabetes, Asthma und AIDS) Laienwerbung für rezeptpflichtige Arzneimittel möglich machen. Die EU-Kommission versucht den Eindruck zu erwecken, es ginge nur um die Weitergabe von ”Information”, nicht um die Werbung.

Die *unabhängigen* Arzneimittelzeitschriften bezweifeln, daß die Pharmaindustrie eine zuverlässige Informationsquelle für Patientinnen und Patienten darstellen könnte. Für einen vernünftigen Umgang mit Arzneimitteln ist *unabhängige* Information eine unabdingbare Voraussetzung.

Industriegesteuerte Information oder gar Laienwerbung für rezeptpflichtige Arzneimittel ist ein Schritt in die falsche Richtung. Bislang ist sie nur in den USA und Neuseeland erlaubt. Die Folgen: Irrationale Verschreibungspraxis (Wunschverschreibungen) und extrem steigende Arzneimittelausgaben, ohne daß die Qualität der Versorgung verbessert worden wäre. In den USA verstieß 1998 über die Hälfte aller TV-Pharmaspots gegen die gesetzlichen Bestimmungen.

Die Initiative zur Änderung der EU-Regeln für Werbung geht eindeutig von der Pharmaindustrie aus. Sie setzt sogar scheinbar unabhängige Patientenorganisationen für ihre Interessen ein. Jüngstes Beispiel ist die Studie von International Alliance of Patients‘ Organisations (IAPO), die sich für das ”Recht” der Industrie einsetzt, Laien mit Informationen zu versorgen. Die IAPO wurde von ca. 30 Pharmafirmen gegründet und finanziert.

Die Umfrage wurde hauptsächlich bei IAPO-Mitgliedern durchgeführt und von einer Werbeagentur und von einer Consulting-Firma gesponsert. Umfrageergebnis: die Patienten vertrauen Ärzten und Apotheken nicht. Die Originaldaten stützen aber diese Aussage nicht: 60% der Patienten haben hohes Vertrauen in ihren Arzt, weitere 33% trauen ihm manchmal oder je nachdem. Leider ist nicht erkenntlich, ob auch gefragt wurde, ob Patienten der Information der Pharmaindustrie vertrauen. Berichtet wird darüber nicht.

Diese Publikation ist urheberrechtlich geschützt. Vervielfältigung sowie Einspeicherung und Verarbeitung in elektronischen Systemen ist nur mit Genehmigung der Herausgeber des ARZNEIMITTELBRIEFS gestattet.

In diesem Zusammenhang ist eine Studie der britischen Consumers‘ Association aufschlußreich (Hunter, M.: Brit. Med. J. 2002, **324**, 1416). Nur ein Viertel der befragten Patienten glaubt, daß die Pharmaindustrie ausgewogene und umfassende Informationen und Therapien zur Verfügung stellen würde. Über 80% meinten, daß die Firmen ihre Werbung auf die gewinnträchtigsten Medikamente konzentrieren würden. Über die Hälfte der Befragten befürchtete, daß die Firmen versuchen würden, gesunde Menschen zu überzeugen, nicht existente Krankheiten zu haben.

Schon heute wird von den Firmen das Verbot der Laienwerbung oft umgangen. Als Beispiel kann der Werbespot der Firma Pfizer genannt werden, der bei der Fußballweltmeisterschaft regelmäßig in die Abendsendungen von Sat I und Eurosport eingeblendet wurde: Der Fußballstar Pelé riet den Zuschauern, bei Erektionsstörungen den Arzt aufzusuchen. Die Firma wurde als Initiator des Werbespots genannt.

Werbung zielt auf Produktpromotion, nicht auf Verbesserung der Versorgung. Desinformation über konkurrierende Therapieoptionen verschlechtert die Patientenversorgung. Als Information bezeichnete Werbung bedroht die Qualität. Patienten und Patientinnen müssen aber informiert, nicht beworben werden. Gute Information ist auch ohne Gesetzesänderung möglich und findet teilweise auch schon statt. Mehr unabhängige Information ist nötig, dazu bedarf es aber der Förderung unabhängiger Informationsstellen für Fachleute und Verbraucher(innen).

Ein Träger der unabhängigen Arzneimittelinformation können auch die Packungsbeilagen sein, wenn Design, Lesbarkeit und Informationsgehalt zwischen Herstellern und Aufsichtsbehörden besser abgestimmt wäre. Hier müssen europäische Initiativen verstärkt werden.

Wir möchten Sie bitten, Ihren Einfluß geltend zu machen und dafür zu sorgen, daß auch in der europäischen Gesetzgebung das Werbeverbot für rezeptpflichtige Arzneimittel verankert bleibt und nicht aufgeweicht wird.

Diese Publikation ist urheberrechtlich geschützt. Vervielfältigung sowie Einspeicherung und Verarbeitung in elektronischen Systemen ist nur mit Genehmigung der Herausgeber des ARZNEIMITTELBRIEFS gestattet.