DER ARZNEIMITTELBRIEF

Jg. 31, S. 88b; Ausgabe 11 / 1997

Unerfreuliches vom Arzneimittelmarkt: Wir ham den Kanal noch lange nicht voll …

Neue Produkte müssen offenbar nach Meinung der Pharmaindustrie angemessen präsentiert werden. So lädt die Firma Hoffmann-La Roche handverlesene, gutsituierte Ärzte zu einem abendlichen Vortrag über „Die T-Kanal-Blockade als neues Wirkprinzip bei Kalzium-Antagonisten“ ein. Nun ist man an solche Werbeveranstaltungen mit Imbiß, die (fast) jeder besuchen kann, ja schon nachgerade gewöhnt, und manchem Studenten oder AIP mit knapper Kasse ist es nicht zu verübeln, wenn er sich auf diese Weise durchfuttert. Ungewöhnlich an dieser pharmakokulinanschen Veranstaltung mit Blick auf den T-Kanal-Blocker Mibefradil (Cerate, Posicor) ist jedoch der luxuriöse Veranstaltungsort – das neue Hotel Adlon in Berlin – und die Großzügigkeit, mit der die Firma die doch eher wohlhabenden Gäste im Anschluß an den Vortrag noch zu einem ‚“festlichen Abendessen“ einlädt. Wer die dortigen Preise kennt, vermutet sofort, daß es sich um ein sehr kostbares Produkt mit hoher Rendite handeln muß (Posicor 50; 100 Tabl. 172,07 DM). Die Firma glaubt offenbar, daß ihre Gäste bereits sehr verwöhnt sind und sie sich schon etwas Besonderes einfallen lassen muß, um deren Aufmerksamkeit zu wecken. Wilhelm Busch wußte es: „Und sieh – bei näherer Betrachtung steigt mit dem Preise auch die Achtung“. Ob dieser Weg in Anbetracht der leeren Krankenkassen und der Zuzahlungspflicht bei Arzneimitteln der richtige ist?

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