

Kommentar

Das Image der Pharmaindustrie

Von Enrique Prat *

Die Pharmaindustrie kämpft mit ihrem schlechten Ruf, ihr Image ist in den vergangenen Jahren weiter gesunken. Die Liste der Vorwürfe ist lang: Die Branche ist stark gewachsen und wirft die höchste Dividende ab, während gleichzeitig die Medikamentenpreise und ihr Anteil an den Gesamtausgaben steigen anstatt zu sinken. In der Wirtschaftskrise hat sie wenig zu fürchten: Krankheiten werden nicht weniger, eher mehr. Die Pharmaindustrie profitiert vom Anstieg von Krankheiten und erfindet auch neue dazu („Disease mongering“). Zwar ist sie forschungsintensiv, doch profitiert sie auch erheblich von der universitären Grundlagenforschung und kauft Patente um Spottpreise. Sie ist kaum um Transparenz bemüht und zeigt wenig Skrupel, angesehene Journale für Marketingzwecke zu missbrauchen.

Ist ihr schlechter Ruf gerechtfertigt? Ein Teil der öffentlichen Kritik an der Pharmaindustrie basiert auf Verdächtigungen, die bei näherer Betrachtung nicht haltbar sind. Andere Vorwürfe zeigen, dass die Pharmaindustrie mit ethischen Problemen konfrontiert ist, denen sie sich stellen sollte.

Woher rührt das immer größer werdende Misstrauen der Öffentlichkeit gegenüber der Pharmaindustrie? Da gibt es erstens ein Misstrauen der Patienten: Die Beziehung der Konsumenten zu Arzneimitteln ist ambivalent. Ein normaler Patient nimmt ein Arzneimittel in der Regel nur, weil er krank ist und gesund werden will, aber auch Angst hat, mehr zu leiden, wenn er die Medikamente nicht schluckt. Das Präparat wird er niemals als positiv besetztes



© Robert Glowka, IMABE

Konsumgut lieben, und die Pharmafirma spielt im Prozess der Genesung für den Patienten kaum eine glückliche Rolle. Da kommen keine Dankbarkeitsgefühle auf: In den Augen des Patienten profitieren sie ja ohnehin nur von seiner Not und seinen Ängsten. Die Medikamente, die er einnimmt, bringen dem Kapitalmarkt mehr Rendite als jedes andere Industrieprodukt. Wer weiß, wie viele Menschen sich an seinem Unglück bereichern.

Zweitens ist die Beziehung der Pharmaindustrie zur Ärzteschaft problematisch. Noch mehr als das Vertrauen des „Endverbrauchers Patient“ benötigt die Pharmabranche jenes des Arztes. An ihn richtet sie ihr Angebot, ihn informiert sie und versucht, ihn von den Vorteilen ihrer Produkte zu überzeugen. Der Arzt lässt sich oft durch die „Angebote“ der Arzneimittelproduzenten locken. Umgekehrt nutzt er mitunter auch seine starke Position aus und verlangt „Gegenleistungen“: Macht eine Firma nicht mit, kann sich der Arzt an die Konkurrenz wenden; macht sie mit, dann bestätigt sie ihren schlechten Ruf.

Ein drittes Problemfeld ist die negative Berichterstattung: In den letzten

Jahren war fast jeder Pharmakonzern in mindestens einen größeren Skandal involviert. Was Medien meistens interessiert, sind Flops und Pannen, die breitgetreten werden. Massenmedien berichten aber auch über Konflikte der Industrie mit den staatlichen Zulassungsbehörden und den Krankenkassen. Als Reaktion der Pharmabranche wird dem Bürger vermittelt, dass der Staat sie mit seinen Zulassungsvorschriften schikaniert und die Krankenkassen versuchen, die Medikamentenpreise ständig unter die Wirtschaftlichkeitsgrenze zu drücken. Sehr glaubwürdig ist diese Darstellung angesichts der Umsätze allerdings nicht.

Braucht die Pharmaindustrie einen guten Ruf? Die ökonomischen Signale aus der Branche selbst lauten: nicht unbedingt. Denn der Arzneimittelumsatz besteht offenbar unabhängig vom guten Ruf. Doch die Pharmachefs müssten wissen, dass sie nur so lange marktwirtschaftlich operieren können, wie sie um jene Verantwortung bemüht sind, die der Respekt vor den Nöten der Menschen erfordert, denen sie dienen soll. Sie müssten langsam fürchten, dass durch Verfehlungen einzelner Firmen staatlicher Handlungsbedarf entsteht, was zu Eingriffen in den marktwirtschaftlichen Freiraum führen würde.

Ethik-Kodices sind in erster Linie Mahnmale für die Firmen der Branche selbst, um sich an das Damoklesschwert rigider Regulierungen zu erinnern. Sie gehören aber zur Schutzstrategie der Interessen des Kapitals. Zur Verbesserung des Images werden sie allein aber nicht beitragen können. ❧❧

*) Prof. Dr. Enrique Prat ist Geschäftsführer von IMABE – Institut für medizinische Anthropologie und Bioethik in Wien.