

Lobhudelei des Rodlers

Wie Merck sein Rheumamittel Vioxx in den Markt drückte

Um sein Rheumamedikament Vioxx zu einem Blockbuster zu machen, gab der US-Pharmakonzern Merck mehr Geld für Werbung aus als Budweiser für Bier oder Pepsi für Cola: über 100 Millionen Dollar pro Jahr. „Das jetzt wegen seiner Nebenwirkungen vom Markt genommene Vioxx war eines der am aggressivsten vermarkteten Arzneimittel“, sagt Wolfgang Becker-Brüser vom industriekritischen „Arznei-Telegramm“.

Auch in Deutschland strömten Heerscharen von Pharmareferenten in die Praxen, um die Ärzte für das Mittel zu begeistern. In Fachzeitschriften wurden zahlreiche Anzeigen geschaltet. Professoren ließen sich in fast schon euphorisch klingenden Artikeln in Zeitungen für Ärzte zitieren oder hielten produktfreundliche Vorträge.

Doch nicht nur die Ärzte, auch die Patienten selbst wollte das Unternehmen mit seiner PR-Kampagne erreichen. „Merck glaubt, direkte Konsumentenwerbung ist wichtig, weil sie Patienten dazu ermutigt, mit ihren Ärzten über ihre Krankheit und eine mögliche Behandlung zu sprechen“, heißt es im Merck-Jahresbericht 2001. In den USA, wo direkte Werbung für verschreibungspflichtige Arzneimittel seit 1997 erlaubt ist, gewann der Konzern zum Beispiel die Schlittschuhlegende und Goldmedaillengewinnerin Dorothy Hamill als Imageträgerin.

In Deutschland ist direkte Konsumentenwerbung für verschreibungspflichtige Medikamente zwar nach dem Heilmittelwerbegesetz verboten. Dennoch lief auch hier zu Lande eine gut geölte PR-Maschinerie an. Auffällig ist, dass sich der an Arthrose leidende

Rennrodler Georg Hackl („Hackl-Schorsch“), 37, wiederholt positiv über Vioxx äußerte – und zwar fast immer im gleichen Wortlaut: „Unser Mannschaftsarzt hat mir den so genannten Cox-2-Hemmer Vioxx mit dem Wirkstoff Rofecoxib empfohlen. Und das hilft.“ Vor ganz besonders harten Trainingsphasen nehme er das Medikament sogar vorbeugend, erzählte Hackl: „Dann kann ich mich auch wirklich darauf verlassen, dass die Arthrose-Schmerzen ausbleiben.“

Eine solche Lobhudelei des Spitzensportlers erschien zum Beispiel in der Zeitschrift „Super Illu“. Und auch die „Bunte“ beschäftigte sich mit Hackls Arthrose. Die Illustrierte druckte zudem ein Interview mit Wolfgang Bolten, dem Chefarzt der Klaus-Miehlke-Klinik für Rheumatologie und Rehabilitation in Wiesbaden, in dem dieser Vioxx anpreist: „Das erste dieser bahnbrechend neuen Arthrose-Medikamente in Deutschland!“

Bolten, der mehrfach auf Symposien, die von der deutschen Merck-Tochter MSD gesponsert waren, Vorträge hielt, beteuert auf Nachfrage, er habe die Vor- und Nachteile von Vioxx stets ausgewogen dargestellt. Und Rodler Hackl, der von der Marktrücknahme vollkommen überrascht wurde, versichert, er habe erst danach davon erfahren, dass Vioxx Herzinfarkte oder Schlaganfälle auslösen kann.

Zur Frage, ob Hackl von MSD für die positive Vioxx-Darstellung tatsächlich Geld erhalten hat, schweigen alle Beteiligten. MSD bestätigt lediglich: „Herr Dr. Bolten ist auf MSD-Pressekonferenzen als Referent und Herr Georg Hackl als Betroffener aufgetreten.“

In den USA war Merck von der Arzneimittelaufsichtsbehörde FDA schon im Herbst 2001 wegen Werbung, die „falsch, unausgewogen oder irreführend“ sei, abgemahnt worden.

Hackls Fazit aus der ganzen Affäre ist ebenso treffend wie klar: „Medikamente“, seufzt er, „sind eben doch kein Weizenbier!“

VERONIKA HACKENBROCH

jahrelang vorzuenthalten wäre absolut unethisch.

SPIEGEL: Wollen Sie damit sagen, die Industrie muss Risiken wie bei Vioxx eingehen?

Vasella: Je nach klinischem Bedarf und klinischer Bedeutung eines Produktes wird man kürzer oder länger prüfen. Noch einmal – jeder Patient muss sich darüber im Klaren sein, wenn er ein Medikament schluckt: Jede Arznei birgt Risiken. Es gibt kein Medikament ohne Nebenwirkungen. Und es wird nie einen einzig richtigen Weg der Zulassung geben.

SPIEGEL: Müssten die Pharmakonzerne nicht schon aus eigenem Interesse auf eine intensivere Überwachung ihrer Massenprodukte achten? Ein Fehlschlag mit einem Milliarden-Hit kann einen Konzern die Existenz kosten.



Merck-Fabrik in Lansdale, Pennsylvania
Noch kein Übernahmekandidat

Vasella: Ganz sicher. Nicht nur die Massenprodukte, jedes Medikament sollte auch nach der Zulassung permanent auf Nebenwirkungen hin überprüft werden. Den Zulassungsbehörden sollten diese Daten auch regelmäßig und zeitgerecht übermittelt werden. Da ist eine Art TÜV für Medikamente angebracht.

SPIEGEL: Bringt der Vioxx-Rückzug die Strategie der großen Pharmafirmen, sich auf wenige Medikamente mit Milliardenumsätzen zu verlassen, ins Wanken?

Vasella: Vor fünf Jahren hieß es, wer keine solchen Blockbuster hat, der wird zu Grunde gehen. Jetzt heißt es, wer sie hat, bekommt erst recht Probleme. Die Wahrheit ist: Man braucht Produkte, die dem Patienten einen Vorteil bringen, und davon wollen wir dann natürlich möglichst viel verkaufen.

SPIEGEL: Der Börsenwert von Merck ist um mehr als 30 Milliarden Dollar eingebrochen. Ist das Unternehmen jetzt ein Übernahmekandidat?

Vasella: Nein, trotz des dramatischen Einbruchs noch lange nicht. Der Verlust am Kapitalmarkt hat ja seine Ursachen. Und die werden natürlich auch von möglichen Interessenten gesehen – und nüchtern bewertet.

INTERVIEW: HEIKO MARTENS



Vioxx-Patient Hackl

Von der Marktrücknahme überrascht

PETER WIDMANN