



MERCK



Die leisen Lobbyisten

Arzneimittelhersteller umwerben angehende Ärzte, beeinflussen Professoren und schließen Kontrakte mit Universitäten. Nun begehren Medizinstudenten auf gegen die Verquickung mit Big Pharma.

VON INA BRZOSKA (TEXT) UND KATRIN RODEGAST (FOTOCOLLAGEN)

Der Anästhesist Joachim Boldt war mal eine ganz große Nummer in der deutschen Spitzenmedizin. Chefarzt am Klinikum Ludwigshafen, bei Kongressen und an der Uni Gießen als hervorragender Redner bekannt. Leider tischte er seinem Publikum oft Unfug auf, wahrscheinlich des Geldes wegen.

Joachim Boldts Name stand vor allem für das Medikament Hydroxyethylstärke (HES), ein Blutplasma-Ersatzmittel, hergestellt aus Mais- oder Kartoffelstärke. Er hatte dazu etliche Studien verfasst – und dabei angeblich herausgefunden, dass HES ein echtes Wundermittel sei. Es helfe, den Kreislauf von Patienten auch bei großem Blutverlust zu stabilisieren und Transfusionen zu vermeiden. Toll, lobte Boldt sinngemäß, richtig klasse das Zeug, bitte merken für die Arbeit im Krankenhaus oder in einer Praxis.

Hätten ein paar seiner Kollegen vor zwei Jahren nicht mal genauer hingeschaut, würde Boldt vor deutschen Medizinstudenten wohl noch immer propagieren, wie bedeutsam HES doch sei. Es wäre vielleicht auch unter der Decke geblieben, dass der Herr Doktor Zuwendungen von HES-Herstellern bekam, wie es später der Internetdienst Retraction Watch dokumentierte. Doch so flog auf, dass Boldt fleißig fälschte und HES in Wahrheit nicht nur half, sondern potentiell auch Schaden anrichtete. Der Mann verlor seinen Job als Chefarzt, seine Professur, seinen guten Ruf.

Der Fall Boldt entlarvte aufs Peinlichste den Wissenschaftsbetrieb, und er wirft Fragen auf: Wie unabhängig ist die Medizin eigentlich? Wie frei sind die Professoren, die da im Hörsaal stehen und Ärzte ausbilden? Zum Beispiel an der Uni Köln, die jedes Jahr eine sechsstellige Summe von Bayer bekommen soll und vertragliche Details, wenn überhaupt, dann nur zögerlich offenlegt. Fühlen sich die Profs der Freien Universität Berlin nur ihrem Fach und den Studenten verpflichtet oder auch dem Unternehmen Sanofi-Aventis, mit dem die Uni einen Kooperationsvertrag schloss? Wie gehen Lehrende und Doktoranden an der Uni Mainz damit um, dass das Darmstädter Pharmaunternehmen Merck Projekte der Hochschule bezuschusst?

Ohne Drittmittelfinanzierung, zum Beispiel Geld aus der Industrie, argumentieren die Hochschulen, stünde es schlecht um den wissenschaftlichen Fortschritt. Das mag sein. Aber es *darf* nicht sein:

dass Pharmafirmen die Agenda staatlicher Hochschulen bestimmen. Und dass sie dies im Verborgenen tun. Was genau wäre dann eigentlich noch Hochschule an der Hochschule? Das Grundgesetz garantiert die Freiheit von Forschung und Lehre, aber an den medizinischen Fakultäten haben sich private Herren eingeschlichen; der Begriff »Transparenz« ist wohl ein Affront für sie.

Die Weltgesundheitsorganisation (WHO) jedenfalls beobachtet die Verquickung zwischen Lehre und Industrie mit Sorge. Und was tut sich? Wenig.

Die Berliner Charité ist einer der Vorreiter und hat ein Seminar eingerichtet, das die Sorge der WHO ernst nimmt. »Advert retard«, zu Deutsch »Langanhaltende Werbung«, heißt das Wahlpflichtfach. Studenten sollen lernen, wo sie dem Einfluss der Pharmaindustrie ausgesetzt sind und wie sie damit umgehen können. Leiter des Seminars ist der Mediziner Peter Tinnemann, 44, ein legerer Typ, mit Shorts, Sandalen und rasierter Glatze.

An einem warmen Spätsommertag sitzt er in seinem kleinen Büro an der Charité in Mitte, zwischen regenbogenfarbenen Aufklebern von Patientenschutzorganisationen und pharmakritischen Broschüren. Der Mediziner hat seit Jahren Kontakt zur WHO und drängte auf die Einrichtung des »Advert retard«-Seminars; nun kommen jede Woche 20 Teilnehmer zusammen.

Tinnemann bereitet die Studenten darauf vor, wie sie später, wenn sie Ärzte sind, von Arzneimittelvertretern belagert werden. Wohl rund 15 000 Pharmareferenten ziehen mit ihrem Bauchladen voller Produkte durch die Lande. Rund 20 Millionen Mal pro Jahr besuchen sie Kliniken und Praxen. Sie reden wenig über Nebenwirkungen oder Kosten, ziehen selten den Vergleich zu anderen bereits bewährten Therapien, es geht nur um eines: das eigene Produkt zu platzieren. »Die Studenten müssen begreifen, dass sehr viele gutgeschulte Verkaufsprofs am Werk sind«, sagt Seminarleiter Tinnemann.

Einer der Seminarteilnehmer ist Fridolin Steinbeis, 23, Medizinstudent im sechsten Semester. Er möchte später in Lehre und Forschung Karriere machen. Der Vortrag des Institutsdirektors einer Uni-Klinik, der den Teilnehmern des »Advert retard«-Kurses präsentiert wurde, hat ihn besonders beeindruckt. Der Pharmakologe

hatte auf einem Industriekongress über ein blutdrucksenkendes Mittel referiert.

»Hätte ich nicht gewusst, dass er vom Hersteller für den Vortrag Geld erhalten hat, wäre ich sofort überzeugt gewesen«, sagt Steinbeis. So habe er ein komisches Bauchgefühl gehabt. Wieso benutzte der Professor zum Beispiel Folien eines Herstellers und keine eigenen? Warum wurde der Wirkstoff, um den es ging, nur mit positiven Eigenschaften beschrieben, warum wurden mögliche Nebenwirkungen verschwiegen?

Damit die angehenden Ärzte die Tricks der leisen Lobbyisten besser durchschauen, arbeiten sie Lehrbücher für Pharmavertreter durch. Außerdem vergleichen sie medizinische Zeitschriften, die keine Anzeigen drucken, mit denen, die auch vom Geld der Pharmaindustrie leben. Manchmal leisten die Studenten detektivische Arbeit und forschen in den Kliniken und Universitäten nach: Welche Nebentätigkeit üben die Dozenten aus, wer bezahlt sie dafür, wer weiß davon im Klinikalltag? »Da sind dann doch viele Studenten sehr überrascht«, sagt Tinnemann.

Den Ärzten passt die Schnüffelei natürlich gar nicht. Meist hören Tinnemann und seine Studenten folgende Argumente: Man informiere sich bei Herstellern, bleibe dabei aber objektiv. Als gestandener Mediziner könne man sich sein Urteil schließlich selbst bilden. Etwas, das auch die meisten Hochschulprofessoren von sich behaupten würden. Gerade sie werden von der Pharmaindustrie aber gezielt umworben. Honorare für Studien oder Vorträge sind dabei nur kleine Leckerli am Rande. Vielmehr zielt die Einflussnahme aus der Industrie darauf, einen langfristigen und engen Kontakt aufzubauen, im Zuge dessen der Professor die Distanz verlieren soll. Und es deutet vieles darauf hin, dass das oft genug gelingt.

So haben wissenschaftliche Untersuchungen in den USA gezeigt, dass häufige Besuche von Pharmareferenten sich zum Beispiel auf das Verschreibungsverhalten von Ärzten auswirken. Je mehr Produkte mit Geschenken und Gefälligkeiten beworben werden, desto schneller und öfter werden sie auch verordnet. Umso erstaunlicher, dass bisher nur Studenten und einige wenige Lehrende auf die Einrichtung von Veranstaltungen wie dem »Advert retard«-Seminar drängten, unter anderem in Hannover, Leipzig, Aachen oder Heidelberg – bislang allerdings ohne Erfolg. Warum? Was eigentlich spricht dagegen, pharmakritische Seminare fest in der Prüfungsordnung aller angehenden Ärzte zu verankern?

Dem Pharmakologen Bruno Müller-Oerlinghausen entringt diese Frage erst einmal einen Seufzer. »Viele Hochschulen denken, dass solche neuen Ansätze ihrem Ruf schaden, sie wollen nicht industrie-feindlich daherkommen, sie brauchen ja das Geld«, sagt er dann. Schon mehrfach referierte Müller-Oerlinghausen im »Advert retard«-Seminar und zeigte den Studenten Wege zu einer objektiven, unabhängigen Arzneimittelinformation auf. »Sie müssen gegen die Meinungsmanipulation der Pharmaindustrie widerstands-



fähiger werden«, sagt er. Zwölf Jahre stand Müller-Oerlinghausen der Arzneimittelkommission vor, einem Gremium, das Pillen und Therapien bewertet. Dabei lernte er: »Die Naivität der Mediziner gegenüber der Industrie ist erschreckend.«

Was auch daran liegen mag, dass die Studenten schon früh an der Uni eingullt werden, indem die Firmen ihnen kleine, harmlose Annehmlichkeiten im harten Klinikalltag bereiten, sie bezahlen Fortbildungen und gutes Essen, und anders als fordernde Patienten ist der Pharmavertreter stets höflich und zuvorkommend. So vermittelt Big Pharma den angehenden Ärzten ein positives Bild ihrer Tätigkeit.

Wie wichtig ein besseres Wissen über den Einfluss der Industrie ist, zeigen Schätzungen des Pharmakologen Gerd Glaeske,

nach denen 40 Prozent aller neuen Produkte Schein-Innovationen sind – Pillen, die als innovativ gepriesen werden, aber keinen Zusatznutzen bringen, sondern manchmal sogar unerwünschte Nebenwirkungen haben.

Nicht selten waren macht- oder geldhungrige Ärzte willfährige Helfer, die Medikamente anpriesen, die nie auf dem Markt hätten verkauft werden dürfen. Da war zum Beispiel das Schmerzmittel Vioxx, dessen Nebenwirkungen geschönt wurden, bis Patienten reihenweise einen Schlaganfall oder einen Herzinfarkt erlitten. Oder der Cholesterinsenker Lipobay, der in Wechselwirkung mit anderen Pillen Muskelschäden bei Patienten verursachte.

»Das größte Problem sehe ich bei den Studien, die von der Industrie finanziert werden«, sagt Müller-Oerlinghausen. Noch immer sei es üblich, dass Forscher im Verbund mit dem pharmazeutischen Geldgeber nicht alle Daten offenlegten, publiziert werde nur der Teil, der allen Beteiligten ins Konzept passe. Dabei haben etliche Untersuchungen in den USA und in Deutschland ergeben, dass gesponserte Studien meist zugunsten der Hersteller ausfallen.

Verschärft werde das Problem wohl durch die immense Autorität der Weißkittel, die in den Praxen und gerade in den strengen Hierarchien der Klinik zu selten in Frage gestellt werde, sagt der Pharmakologe. »Zeit zur kritischen Reflexion fehlt in der Hektik dann auch noch.« Und wer meist ungefragt tun darf, was er will, bringt selbst wohl sehr wenig Willen zur Veränderung auf. »Der Arzt ist kein Revolutionär«, bilanziert Müller-Oerlinghausen.

Für die Studentin Clara Winter, 25, sind die mangelnde Aufklärung und das fehlende Wissen über die Macht der Lobbyisten schlicht ein Skandal. Die Tochter eines Allgemeinmediziners kam aus Dresden an die Charité, um ihre Doktorarbeit zu schreiben, in der sie Interessenkonflikte zwischen Ärzten und Arzneimittelherstellern untersucht. »Dass Kugelschreiber oder Kalender Werbezwecken dienen, ist jedem klar«, sagt sie. »Dass Dozenten aber ihre gutdotierten Nebentätigkeiten oft gar nicht offenlegen, finde ich erschreckend.« Niemand habe den Durchblick, wo der Einfluss der Pharmaindustrie anfangen und wo er aufhören sollte. »Das müssen wir ändern, allein schon im Interesse der Patienten.«