

Werbung - Aufgepasst!

Das Bild zeigt eine Zeitungsanzeige für das Medikament Viagra®. Ja, Sie haben richtig gelesen, Sie sehen hier Werbung für ein Medikament, auch wenn das nicht namentlich genannt wird. Dafür gibt es einen Grund: Viagra® ist rezeptpflichtig, und das **Heilmittelwerbegesetz verbietet die öffentliche Werbung für rezeptpflichtige Medikamente**. Die Hersteller haben sich deshalb etwas einfallen lassen: „Disease Awareness Kampagnen“, auf Deutsch **„Krankheits-Bewusstmachungs-Kampagnen“**. Diese Art von Werbung soll auf Krankheiten aufmerksam machen und Menschen dazu bewegen, zum Arzt zu gehen.

Das Problem: Die vermeintliche Aufklärung suggeriert ein Kranksein, wo oft keine richtige Krankheit ist. Eine Zeitschrift für Pharma-Marketing macht daraus keinen Hehl und schreibt: „Das Bewusstsein der Patienten ist ein sehr wirkungsvolles Instrument zur Ausweitung des Marktes.“^a

Die Botschaft ist klar: **Nur wer immer „kann“, ist ein richtiger Mann.**

Diese Viagra®-Werbekampagne setzt willkürlich einen sexuellen Standard. „Abweichungen“ werden zum medizinischen Problem erklärt, für das Pfizer die richtige Tablette hat: „Hier kommt es darauf an, im entscheidenden Moment bereit zu sein und sich um Erektionsschwächen keine Sorgen machen zu müssen.“, so eine Pfizer Broschüre zur Kampagne.



Zur Kampagne gehört auch eine Webseite mit einem unverfänglichen Namen. Sie liefert eine bunte Mischung aus Beziehungsratgeber (das „Rätsel Mann“ und das „Mysterium Frau“), Tipps und Spielen. Immer wieder sind geschickt Hinweise eingeflochten, dass es Medikamente gegen Erektionsstörungen gibt. Über Email und Service-Telefon kann man zu einer scheinbar unabhängigen Beratungsstelle Kontakt aufnehmen, die jedoch unter anderem von Pfizer gesponsort wird.^d

„Fragen Sie Ihren Arzt.“

Erektionsstörungen als weit verbreitete Krankheit? Der Pharmahersteller Pfizer behauptete noch vor kurzem, 50% der Männer zwischen 40 und 70 Jahren wären von dieser „Krankheit“ betroffen^b – eine nicht haltbare Aussage. Inzwischen sind es laut Pfizer nur noch 20%. Aber, erstens müssen Männer nicht immer „können“ und zweitens haben sexuelle Probleme vielfältige Ursachen, z.B. Stress oder Beziehungsprobleme. Nur in seltenen Fällen handelt es sich um eine Krankheit, die man(n) mit Medikamenten behandeln muss.

Gesunde sind eine neue, schier unerschöpfliche Zielgruppe für die Pharmaindustrie: Man muss ihnen nur einreden, dass sie krank sind.

Die US-amerikanische Firma Pfizer ist der weltgrößte Arzneimittelhersteller: 2005 betrug sein Umsatz 51 Milliarden US-Dollar. **Die Firma nahm letztes Jahr mit Viagra® über 1,6 Milliarden Dollar ein.**^c

Quellen

^a www.pmlive.com

^b Pfizer auf der Webseite www.der-gesunde-mann.de im Jahr 2003

^c www.pfizer.com/pfizer/download/news/2005q4_earnfin5.pdf

^d <http://tsq-info.de/foerderkreis.php>