

## Medikamente bei Frauen und Männern

### Der kleine Unterschied

**Manche Arzneimittel wirken bei Männern und Frauen unterschiedlich. Das betrifft sowohl die erwünschten als auch die unerwünschten Wirkungen. Da dieser Aspekt bisher nur unzureichend untersucht ist, gibt es kaum Empfehlungen für die alltägliche Praxis.<sup>1</sup>**

Wenn Männer nach einer Operation mit starken Schmerzmitteln (Opiaten) behandelt werden, benötigen sie deutlich mehr Wirkstoff als Frauen in der gleichen Situation. Das liegt nicht etwa daran, dass Frauen Schmerzen besser ertragen können, sondern dass Opiate bei Männern nicht so stark wirken.

Dass Medikamente je nach Geschlecht mal stärker und mal schwächer wirken, lässt sich prinzipiell auf zwei Mechanismen zurückführen: Hormonelle Ursachen: Medikamente werden im Körper durch Enzyme chemisch verändert. Deren

Funktion wird unter anderem von Hormonen beeinflusst. Hormonelle Unterschiede und Schwankungen beeinflussen so die Wirkung von Medikamenten im Körper.

Verteilung im Körper: Wirkstoffe eines Medikaments werden nach der Einnahme nicht gleichmäßig im Körper verteilt. Manche verteilen sich besonders im Wasseranteil des Körpers, andere gelangen eher ins Körperfett. Männer- und Frauenkörper unterscheiden sich aber zum Beispiel im Anteil von Fettgewebe, Muskelmasse und Körperwasser. Bei Frauen schwankt der Wasseranteil

im Gewebe innerhalb des hormonellen Zyklus, also von Eisprung zu Eisprung.

Von manchen Arzneimitteln ist bekannt, dass diese Geschlechterunterschiede von Bedeutung sind, z.B. sind Frauen bei der Behandlung mit bestimmten Psychopharmaka stärker von gefährlichen Herzrhythmusstörungen bedroht. Aber zu den meisten Wirkstoffen fehlen solche Informationen. Neue Medikamente werden überwiegend an Männern getestet. Ob die Ergebnisse tatsächlich genauso für Frauen gelten, bleibt dabei offen. Dies haben die zulassenden Behörden bislang so hingenommen, zu Lasten der Frauen. Es gibt noch viel zu tun!

<sup>1</sup> DER ARZNEIMITTELBRIEF 2009; 43: 41-42  
Foto: Tres Delinquentes - Fotolia

## Deutsches Grünes Kreuz

### Gemeinnütziger Verein oder Werbeträger?

**Viele halten das Deutsche Grüne Kreuz für einen gemeinnützigen Verein, der Gutes für die Gesundheit tut. Was verbirgt sich jedoch hinter dem Firmengeflecht, auf das sich das Deutsche Grüne Kreuz stützt und über das es beträchtliche Gelder erhält?**

Der Name „Deutsches Grünes Kreuz“ (DGK) ist geschickt gewählt. Er erinnert an das Deutsche Rote Kreuz, das für seine humanitären Hilfeleistungen bekannt ist. Auch die Satzung des Deutschen Grünen Kreuzes verspricht Gutes. Der gemeinnützige Verein will sich für „Maßnahmen der Gesundheitsvorsorge und Gesundheitsaufklärung“ einsetzen.<sup>1</sup> Man sei „unabhängig“ und keiner „kommerziellen Gruppe“ verpflichtet.<sup>2</sup> Das klingt gut, aber stimmt es? Denn

das DGK finanziert sich durch kommerzielle Tochterfirmen: Unter dem Dach der DGK Förderer GmbH, die „Auftragsarbeiten des DGK“ organisiert,<sup>3</sup> schöpft der Verein Gelder ab. Dazu gehören u.a. der Verlag im Kilian GmbH, der Ratgeber und Kongressberichte verkauft, die EDV Tochter Pro Preventa GmbH, die Internetauftritte vermarktet, und die DGK Service GmbH, die solche Produkte verkauft, die das DGK empfiehlt.<sup>4</sup>

Ob der gemeinnützige Verein oder eine der kommerziellen GmbHs tätig wird, lässt sich oft nicht erkennen. Auf Kampagnen, Mitteilungen und Verkaufsangeboten findet sich immer dasselbe Markenzeichen: das Grüne Kreuz. Werbende Botschaften erscheinen dadurch als Information eines gemeinnützigen Vereins und werden so aufgewertet. Selbst auf den Bestellseiten des Internet-Shops der DGK Service GmbH prangt das Grüne-Kreuz-Logo und verleiht dem Angebot eine Art Gütesiegel.<sup>4</sup>

#### Zweifelhafte Angebote

So manches Angebot des DGK passt nicht zum Grundsatz des Vereins,

„Verantwortung für die eigene Gesundheit“<sup>3</sup> zu fördern. Beispielsweise fehlt für die vom DGK propagierte „individualisierte Optimierung des Mikronährstoffhaushaltes“<sup>5</sup> oder das empfohlene „individuelle Anti-Aging-Programm“<sup>5</sup> eine seriöse wissenschaftliche Grundlage. In einem Ratgeber des DGK-Verlages wird ein Hormongemisch mit Östrogen, Gestagen und sogar Androgenen oder DHEA und Pregnenolon empfohlen.<sup>6</sup> Wir halten das Anpreisen dieser Hormone, für die es in Deutschland keine Zulassung als „Anti-Aging“-Behandlung gibt, für höchst bedenklich. Aus großen Studien weiß man, dass Östrogen-Gestagen-Kombinationen, die in und nach den Wechseljahren eingenommen werden, das Risiko von Gefäßverschlüssen, Herzinfarkten, Schlaganfällen erhöhen.<sup>4</sup>

Auch andere Empfehlungen wecken Zweifel. Etwa die, Selen einzunehmen. Dadurch soll die Häufigkeit von Prostatakrebs „ganz erheblich“<sup>6</sup> sinken. Dies entspricht aber nicht dem Kenntnisstand aus seriösen aktuellen Studien: Mit Selen lässt sich Prostatakarzinomen nicht vorbeugen. Personen, die an Hautkrebs erkrankt waren, erlitten sogar vermehrt Rückfälle.<sup>4</sup> Wer Selen lange einnimmt, hat ein höheres Risiko, Diabetes zu bekommen. (GPSP 1/2009, S. 3-4) Genau genommen müsste der Verein vor vielen der von ihm oder seinen Tochterfirmen propagierten Produkten und Methoden warnen. Tut er aber nicht!

### Unter falscher Flagge

In weiten Bereichen arbeiten Tochterfirmen des DGK wie Werbeagenturen. Sie lassen sich Aktionen von anderen Firmen bezahlen, weisen diese aber nicht als Sponsoren aus, verschleiern also finanzielle Zusammen-

hänge und deren Größenordnung. Als die Modedesignerin Jette Joop in Fernsehwerbespots des DGK zur Impfung gegen HPV aufrief: „...deshalb schütze ich meine Tochter schon heute vor dem Virus, das den Krebs verursachen kann. Tun Sie es auch.“<sup>7</sup> blieben die Geldgeber unerwähnt.

Der Hersteller des HPV-Impfstoffes gehörte zu den Sponsoren der Aktion mit sechstelligem Budget.<sup>8</sup> Und bei der mit dem grünen Kreuz geschmückten *Initiative ‚zeigt her eure Füße.‘* mit dem eingängigen Slogan: *Es gibt sie. Die einfache Therapie gegen Fuß- und Nagelpilz*, handelte es sich um eine Werbeaktion für ein Pilzmittel der Firma Janssen-Cilag. So macht sich das DGK zum verlängerten Arm der Hersteller von Arzneimitteln und Nahrungsergänzungen.<sup>4</sup>

### Allgegenwärtiger Meinungsbildner

Das DGK ist stolz auf seinen Einfluss. Nach eigenen Angaben erreicht es im Jahr mehr als eine Milliarde Exemplare Tageszeitungen und bis zu 1.500 Radiosendungen. Jährlich entstehen etwa 200 TV-Beiträge in Zusammenarbeit mit dem DGK. Als Folge dieser Kooperation wurden in Fernsehserien wie „In aller Freundschaft“ z.B. verschreibungspflichtige Mittel gegen die Alzheimererkrankung erwähnt. Solche Art von Schleichwerbung soll inzwischen abgestellt worden sein – zumindest in den öffentlich rechtlichen Medien.<sup>9</sup>

Wir vermissen eine eindeutige Trennung von Mitteilungen des Vereins



und Angeboten der angeschlossenen (nicht gemeinnützigen) GmbHs. Diese verschaffen sich durch Verwendung des Markensymbols des DGK einen Vorteil gegenüber anderen kommerziellen Mitbewerbern. Ohnehin scheinen die Unterschiede zwischen den Teilen des Firmenverbands hauptsächlich auf dem Papier zu existieren. Ehemalige Mitarbeiter des DGK bestätigen die enge Verflechtung.<sup>10</sup> Die wirtschaftlichen Ziele des Firmenverbandes des DGK sind derart dominant, dass die Gemeinnützigkeit des DGK fraglich erscheint. Auf viele Informationen aus dem Hause des Grünen Kreuzes ist – so finden wir – kein Verlass.

1 Satzung des Deutschen Grünen Kreuzes,

<http://dgk.de/das-dgk/satzung.html>

2 <http://dgk.de/das-dgk/der-verein.html>

3 DGK: „Die medialog GmbH“ <http://dgk.de> → das DGK → Tochterunternehmen

4 *arznei-telegramm* 2009; 40: S. 53-54; siehe auch GPSP 5/2007, S. 8-9

5 <http://dgk.de/individuelle-praevention.html>

6 Schmitt, R. Homm, F.: *Handbuch Anti-Aging & Prävention*, Verlag im Kilian 2009; Seite 116 und 169

7 Jette-Joop-Spot: Gebärmutterhalskrebs, [www.youtube.com/watch?v=8OfR01cO8WM](http://www.youtube.com/watch?v=8OfR01cO8WM)

8 Achenbach, A.: *Financial Times Deutschland*, 2.10.2008

9 Pressemitteilung: ARD-Intendanten: Harte Maßnahmen gegen Schleichwerbung, Stand 12.9.2005; auch Download mit Dokumentation beachten; [www.ard.de/intern/pressexservice/-/id=8058/nid=8058/did=343938/clkprk/](http://www.ard.de/intern/pressexservice/-/id=8058/nid=8058/did=343938/clkprk/)

10 Die fragwürdigen Geschäfte des Deutschen Grünen Kreuzes. Report Mainz 20.7.2009 [www.swr.de/report/-/id=233454/nid=233454/did=4965152/1s2zoda/index.html](http://www.swr.de/report/-/id=233454/nid=233454/did=4965152/1s2zoda/index.html)