

zolin als Nasenspray-AL[®] 0,1% der Firma Aliud für 2,38 € angeboten (30% preiswerter als das ratiopharm-Spray). Noch günstiger sind lediglich die Tropfen von AL (2,03 €). Die Wahl zwischen Tropfen oder Spray hängt von der persönlichen Vorliebe ab. Unterschiede in der Wirkung bestehen nicht. Die Präparate von Aliud und Teva Generics enthalten das Konservierungsmittel Benzalkoniumchlorid. Wer auf konservierungs-

mittelfreie Präparate Wert legt, sollte in der Apotheke nachfragen.

NasenSpray-ratiopharm[®] ist – nur gelegentlich angewendet – eine gute Wahl gegen verstopfte Nase bei Schnupfen. Es gibt allerdings preiswertere Alternativen mit dem gleichen Wirkstoff.

- 1 Alle Preise für Erwachsene, 10 ml, 0,1%
- 2 Preisstand 15.3.2012
- 3 arznei-telegramm (2011) Nr. 42 S. 49. Tabelle ohne Anspruch auf Vollständigkeit

Sinupret[®] für die Nase?

Zuviel versprochen

Die Firma Bionorica bewirbt ihr Präparat Sinupret[®] als meist verkauftes Erkältungsmittel Deutschlands.¹ Das ist erstaunlich, denn Sinupret[®] ist gar nicht als Erkältungsmittel oder als „Medikament für die Nase“² zugelassen, sondern ausschließlich bei akuten und chronischen Entzündungen der Nasennebenhöhlen (Sinusitis). Was ist von dem Präparat zu halten?

Sinupret[®] gibt es schon seit 1934. Die Tabletten, Tropfen und Sirup enthalten Enzianwurzel, Eisen- und Gartensauerampferkraut sowie Hölunder- und Schlüsselblumenblüten. In der Werbung verspricht Bionorica viel: Sinupret[®] „löst den Schnupfen, öffnet die Nase und befreit den Kopf.“ Aber trotz intensiver Recherche fanden wir keine Studien, die den Nutzen bei der zugelassenen Anwendung gegen Entzündungen der Nasennebenhöhlen belegen.³ – Damit hat sich die wissenschaftliche Beweislage in den letzten 14 Jahren nicht verbessert.⁴

Versprechungen der Werbestrategen wie „hohe Wirksamkeit“ gegen lästige und schmerzhaftige Symptome des Infekts und sogar „ursächliche“ Wirkung, indem Sinupret[®] die Krankheitserreger (Viren und Bakterien) bekämpfe,² erachten wir daher als unbelegte Behauptungen auf dem Niveau von Waschmittelwerbung –

Werbung, die dem Anbieter jedoch hohe Verkaufszahlen beschert: Sinupret[®] stand im vergangenen Jahr mit mehr als 8,5 Millionen verkauften Packungen auf Rang 13 der meistverkauften Arzneimittel.

Gegen Schmerzen bei Entzündungen der Nasennebenhöhlen wirken Schmerzmittel wie Paracetamol oder Ibuprofen. Gegen die lästigen Atemstörungen durch eine verstopfte Nase helfen meist abschwellende Nasentropfen, beispielsweise mit dem Wirkstoff Xylometazolin (siehe auch S. 10 und GPSP 6/2007, S. 13). Wenn die Sinusitis mehrere Tage anhält oder gar chronisch geworden ist, sollten Sie zu Ihrem Arzt oder Ihrer Ärztin gehen.

- 1 Bionorica (2012) Werbung für Sinupret[®] in Pharm. Ztg. Nr. 157 (6) S. 411
- 2 Werbung auf der Website des Herstellers www.bionorica.de/atemwege/sinupret%C2%AE.html (17.2.2012)
- 3 arznei-telegramm (2012) Nr. 43, S. 22
- 4 arznei-telegramm (1997) Nr. 11, S. 115

Glosse

Promi-Effekte

Ganz ungebremt bleiben die Promis aus der Sportbranche oder Unterhaltungsindustrie, die sich für eine Schlankmacherpille oder wunderkräftige Gelenkschmiere ins Zeug legen. Sie dürfen uns weiterhin nahe bringen, warum sie auf dieses oder jenes Mittelchen setzen. Das hat einen schlichten Grund: Ihre Sprüche – im Werbedeutsch „Testimonials“ – rühren ja nicht von profunder Sachkenntnis her, sondern sind eher so was wie ein gut bezahlter Gefühlsausdruck. Da geht's eben darum, mit einer „Persönlichkeit eine Marke emotional zu besetzen“, wissen Werbestrategen¹ – und nicht etwa um persönliche Expertise in Sachen Nutzen und Risiken einer Pille oder Salbe... Ach so.

Expertise, das bedeutet, glaubwürdig zu sein und verantwortlich für die werbenden Botschaften, die man von sich gibt. So sieht das der Bundesgerichtshof. Daher gab er einem Kläger recht, der sich in Sachen Geldanlage erst auf den Ex-Verteidigungsminister Rupert Scholz und Professor für Finanzrecht, verlassen hatte und selbigen dann auf Schadenersatz verklagte.² Die Richter sahen das so: Gerade dessen Sachverstand habe „Einfluss auf die Investitionsentscheidung von potenziellen Anlageinteressenten“ nehmen können. Klar doch, wenn man dem Finanzexperten Scholz mehr glaubt als dem Schauspieler Manfred Krug.

Aber wie schön, dass sachferne Promis für Gelenkschmiere und Vitaminbomben munter weiter werben dürfen. Sie brauchen sich um die Inhalte und Folgen ihrer „Testimonials“ nicht zu scheren.

- 1 Peter Olsson, PerformancePlus
- 2 BGH Urteil vom 17. Nov. 2012, III ZR 103/10