

Sildenafil-Generika bei Impotenz

Kampf um Marktanteile

Ganz zufällig wurde die erektionsfördernde Wirkung des Wirkstoffes Sildenafil (Viagra®) entdeckt – sozusagen als Nebeneffekt in klinischen Studien, die eigentlich prüfen sollten, wie gut Sildenafil den Blutdruck senkt. Für den Pfizer-Konzern war das ein Glücksfall, der ihm seit Verkaufsbeginn Ende der 1990er Jahre weltweit einen Umsatz von bislang etwa 18 Milliarden Euro beschert hat. Und dies, obwohl das Mittel aus eigener Tasche bezahlt werden muss – zwischen 10 und 15 Euro pro Tablette, je nach Dosis und Packungsgröße. Diese goldenen Hochpreis-Zeiten für die blauen Tabletten von Pfizer sind jetzt vorbei.

Seit Patentablauf Ende Juni 2013 haben andere Pharmahersteller mehr als fünf Dutzend Sildenafil-Generika in den Handel gebracht. Auch Pfizer selbst bietet inzwischen – neben dem weiterhin teuren Viagra® – das Generikum Sildenafil Pfizer® an – als weiße Tabletten und etwa zwei Drittel preiswerter. Einige Generikafirmen wie Hormosan, Stada oder Winthrop unterbieten die Pfizer-Preise deutlich.

Da Sildenafil nach wie vor verschreibungspflichtig ist, dürfen die Nachfolgebietter ihre neuen Präparate nicht direkt an den Mann bringen und diesen bewerben. Sie setzen daher auf Pressemitteilungen und Internetseiten wie „auch-da-gibts-was-von-ratiopharm.de“ (Ratiopharm) sowie auf Werbung bei den verordnenden Ärzten. Diese ist – zurückhaltend formuliert – gewiss Geschmackssache. Sie reicht von „Große Männer. Kleine Preise“ (Ratiopharm) bis hin zu „Kleiner Preis! Große Lust“ oder „Da steht der kleine Mann“ (Stada). Betroffene dürften solche Anspielungen wenig witzig finden, moniert prompt ein Brancheninfodienst.¹ Dagegen ist die Werbung von Hexal mit einem starr blickenden Gockel mit Viagra®-Blau gefärbtem Kamm und Kehlsack unter der Überschrift „Für uns Männer“ fast schon eine willkommene ironisierende Ausnahme.



Mit all diesen Marketingstrategien wollen sich die Firmen möglichst rasch möglichst viel vom Viagra®-Kuchen abschneiden. Für dubiose Methoden sind sie sich dabei nicht zu schade.

So waren Apotheker unangenehm überrascht, als ihnen die Firma TAD ihr Sildenafil-Präparat ohne Bestellung geliefert hatte – aber natürlich mit Rechnung. TAD musste die unbestellte Ware zurücknehmen.

Besser dran, aber ebenfalls verärgert, waren Ärzte, die von Ratiopharm unaufgefordert und per Boten – und damit am Rande der Legalität – Sildenafil-Musterpackungen erhielten. Im Überraschungspaket wurden sie zudem mit einem Playboy-Heft beglückt. Unseriöse Werbung ist für Lifestyle-Präparate weit verbreitet.

Schon vor einigen Jahren beanstandeten wir eine – ebenfalls nicht gerade seriöse – Werbung des Pfizer-Konzerns für Viagra® (GPSP 2/2006, S. 4).

¹ Müller A (2013) Apotheke adhoc vom 15. Juli

Sildenafil allerorten

Die extrem hohen Viagra®-Preise sind ein wesentlicher Grund dafür, dass dieses Potenzmittel das am häufigsten gefälschte Arzneimittel ist – und dabei lukrativere Profite als der Drogenhandel abwirft (GPSP 2/2013, Seite 9). Die Produktion von Sildenafil ist aber offensichtlich so simpel und billig, dass skrupellose Hersteller den Wirkstoff ohne entsprechende Deklaration vielen angeblich natürlichen Nahrungsergänzungsmitteln untermischen (siehe Gepantsches, Seite 24).