

Vertrauenswürdige Quellen

Anmoderation Katharina Mann / Simon Hülsbömer oder Cornelia Roch

Was gesund ist, verraten uns in vielen Tips und Werbeblöcken die Medien. Doch wie vertrauenswürdig sind derartige Informationen? Walter Kuhl aus der Redaktion *Alltag und Geschichte* ist für Radio Darmstadt dieser Frage nachgegangen.

Beitrag Walter Kuhl

Grundlage jeder journalistischen Tätigkeit ist die Recherche. Sollte sie zumindest sein. Nun fragt man und frau sich zurecht, auf welche Informationen, auf welche Quellen sich die Berichterstattung in den Medien stützt. Eine jüngst veröffentlichte repräsentative Umfrage in zehn Ländern ergab nämlich, daß gerade einmal etwas mehr als zwei Fünftel aller Deutschen ihren Medien über den Weg trauen. Damit liegen deutsche Medien weit abgeschlagen hinter denen aus Nigeria, Indonesien oder Indien.

An wen wendet sich deshalb ein bekanntes und in bürgerlichen Kreisen gern gesehenes Medi-

um, wenn es um Gesundheitspolitik und Pharmainteressen geht? Richtig: an den Verband der forschenden Arzneimittelhersteller, also der Lobbyorganisation der deutschen Pharmaunternehmen.

So hatte der

deutsch-französische Sender ARTE einen Interviewtermin mit der in Bielefeld ansässigen *BUKO Pharma-Kampagne* vereinbart, machte jedoch einen Rückzieher nach Rücksprache mit den wahren Experten für profitable Konzerninteressen.

PHARMA- BRIEF



Nr. 2/2006

März/April 2006

Rundbrief der BUKO Pharma-Kampagne

Mitglied von Health Action International

H 11838

ISSN 1618-0933

Falsche Fronten gegen Fälscher

Zweifelhafte Partner der WHO

Editorial

Liebe LeserInnen,

Die *BUKO Pharma-Kampagne* wird dieses Jahr 25 Jahre alt. Sie handelt unabhängig von Konzerninteressen und beobachtet kritisch die Geschäftsmethoden der Pharmaindustrie. Alle zwei Monate erscheint der *Pharma-Brief*, der uns einen kleinen Einblick in das Geschäft mit der Gesundheit gibt. So erfahren wir aus unseren überaus seriösen Medien beispielsweise nicht, daß das Pharmaunternehmen Pfizer auf den Philippinen ein blutdrucksenkendes Mittel verkauft, das dort siebenmal so teuer ist wie in Indien. Deshalb wollen die Philippinen nach Ablauf des Patentschutzes im nächsten Jahr dieses Medikament auch aus Indien importieren. Pfizer hat daraufhin nicht nur die staatliche Importfirma verklagt, sondern auch die Zulassungsbehörde des Landes. Medien, die über den Fall berichteten, wurde der Entzug der Werbung angedroht.

Dies ist eine althergebrachte und vor allem wirksame Methode, eine den Konzerninteressen dienende Presse zu erhalten. Natürlich gibt es auch andere, nicht so offensichtliche Methoden. So ist in medizinischen Fachzeitschriften das Ghostwriting weit verbreitet. Hierbei ergab eine Umfrage unter 72 freiberuflichen Medizinjournalistinnen und -journalisten in den USA, daß 80% von ihnen schon mindestens einen Artikel geschrieben hätten, der jedoch nicht unter ihrem Namen veröffentlicht wurde. Der Übergang von wissenschaftlichen Artikeln zu *public relations* ist fließend, und genau das ist gewollt. Es geht ja nicht um eine seriöse Abhandlung über Risiken und Nebenwirkungen, sondern ums Geschäft.

Als ein US-amerikanischer Schmerzexperte einmal einen Artikel eines Ghostwriters ablehnte, der über eine Studie berichtete, an welcher der Schmerzexperte selbst beteiligt gewesen war, reagierte die beauftragende Firma überrascht: Das sei ungewöhnlich.

Mehr hierzu, auch mit vielen interessanten Anregungen dazu, wie das Geschäft mit der Gesundheit tatsächlich funktioniert, findet sich im *Pharma-Brief* der *BUKO Pharma-Kampagne*. Zu beziehen über die Webseite www.bukopharma.de.

Abmoderation Katharina Mann / Simon Hülsbömer oder Cornelia Roch

Ein Beitrag von Walter Kuhl für Radio Darmstadt. Dieser Beitrag ist demnächst nachzulesen auf der Internetseite www.wkradiowecker.de.vu.

Radio Darmstadt ist ein lizenzierter nichtkommerzieller lokaler Hörfunksender mit einer geschätzten Reichweite von 350.000 potentiellen Hörerinnen und Hörern. Laut einer im Sommer 2000 durchgeführten Akzeptanzanalyse hören 7% der möglichen Hörerinnen und Hörer im Laufe eines 14-tägigen Zeitraums mindestens einmal Radio Darmstadt, vorzugsweise den morgendlichen Radiowecker und die Sendungen der Themenredaktionen (täglich von 17 bis 19 Uhr). Dem Sendeplatz der Redaktion *Alltag und Geschichte* wird darin bescheinigt, daß er ein "ausgesprochen anspruchsvolles Programm aufweise und mit politisch linksgerichteten und kritischen Inhalten überzeuge". Die Untersuchung ist in der Schriftenreihe der LPR Hessen als Band 13 erschienen (ISBN 3-934079-33-4). Eine repräsentative Umfrage im Frühjahr 2004 ergab hochgerechnet eine Reichweite von 30.000 HörerInnen innerhalb von 14 Tagen. Dies entspricht einer Verdopplung des "weitesten HörerInnenkreises" auf 14%.

Walter Kuhl c/o Radio Darmstadt, Steubenplatz 12, 64293 Darmstadt

<http://www.waltpolitik.de>

fon: (06151) 8700-192, fax: 8700-111

wql <at> radiodarmstadt.de

URL dieser Seite: http://waltpolitik.powerbone.de/pdf/rw_60507.pdf