



Forum für Umwelt und
gerechte Entwicklung e.V.

in Kooperation mit der
BUKO Pharma-Kampagne

Damit Sie nicht alles
schlucken müssen!
www.bukopharma.de



Das Geschäftsverhalten deutscher Pharmakonzerne in Indien

Gesprächsrunde über die neue Pharma-Kampagne-Studie

Wann: 18. Dezember 2010, 11.00 Uhr

Wo: FUGe-Büro Hamm (Widumstr. 14)

In Kooperation mit der BUKO Pharma-Kampagne organisiert FUGe Hamm eine Gesprächsrunde über das Geschäftsverhalten deutscher Pharmakonzerne in Indien mit Experten des Institute of Public Health Bangalore sowie Dr. Christiane Fischer und Interessierten. Die Grundlage der Gesprächsrunde, die am Samstag, den 18. Dezember ab 11 Uhr in der Widumstraße 14 stattfindet, sind die Ergebnisse einer neuen Studie der BUKO Pharma-Kampagne. In differenzierter Weise beschäftigt sich die Studie mit den Aktivitäten von Bayer, Baxter und Boehringer in Indien. Schon lange prangert die Pharmakampagne das Geschäftsverhalten der deutschen Konzerne in Indien an, vor allem, weil die dort vertriebenen Medikamente nicht dem Bedarf der Bevölkerung entsprechen oder die Patente der Konzerne es verhindern, generisch günstig produzierte Vergleichspräparaten für die armen Bevölkerungsteile bereitzustellen.

Diese Kritik an deutschen Pharmaunternehmen ist Jahrzehnte alt. Es mag sich daher schon eine Resistenz gegen diesen als Pauschalkritik verunglimpften Befund entwickelt haben. Nun aber stellt die BUKO Pharma-Kampagne eine erschütternde Studie vor und spricht von „mangelhafter Unternehmerverantwortung deutscher Pharmaindustrie in den Ländern des Südens“.

Hauptkritikpunkt der Studie ist der Vorwurf, Bayer, Baxter und Boehringer führten in Indien zwar zahlreiche klinische Studien durch, erforschten aber lieber neue Anwendungsbereiche ihrer Blockbuster als sich solchen Erkrankungen zu widmen, die in armen Ländern vorherrschen. Die Studie belegt dies mit etlichen Zahlen:

70 Prozent des Arzneimittelsortiments des Familienunternehmens Boehringer Ingelheim sind irrational, d.h. nicht bedarfsorientierte Mitteln. Zudem sei kein einziges Präparat des Herstellers unentbehrlich. Andererseits hebt die Studie positiv hervor, dass das Unternehmen auf strikte Patentdurchsetzung im Fall von Nevirapine verzichtet. Nevirapine ist ein wichtiges Anti-Aids-Medikament, das in Indien generisch günstig produziert werden kann, was den Zugang für Länder insbesondere im südlichen Afrika sichert.

Bei Bayer hingegen seien zwar immerhin 64 Prozent der in Indien verkauften Produkte rational (= bedarfsorientiert), die aggressive Patentpolitik des deutschen Unternehmens blockiere allerdings den Zugang armer Menschen zu innovativen Krebsmitteln. Mit 47 Prozent rationalen Produkten und 39 Prozent unentbehrlichen Mitteln verfüge das Pharmaunternehmen Baxter über ein recht gutes Sortiment, so die Studie. Viele dieser Produkte sind in Indien aber ohne generische Alternative, so zum Beispiel einige der Antibiotika-Infusionslösungen. Daher bestimmt das in diesem Präparat konkurrenzlose Unternehmen den hohen Preis und schließt die arme Bevölkerung vom Zugang praktisch aus.

Alle drei genannten Unternehmen entfalten in Indien beachtliche Marketing-Aktivitäten, von der Direktwerbung bei Apotheken und Ärzten bis hin zu zahlreichen sogenannten „Partnerschaften“ mit Gesundheitseinrichtungen und öffentlichen Institutionen. Baxter etwa finanzierte 2010 den World-Haemophilia-Day in Indien. Bayer ist als Hersteller eines umstrittenen Diabetes-Mittels Partner eines Diabetes-Aufklärungs-Projekts. Und auch in Sachen Verhütung präsentiert sich das deutsche Unternehmen als Marktführer: So sponserte Bayer den 2010 in Indien ausgetragenen World Contraception Day und nutzte ihn für ihr Produktmarketing. Der Eintritt ist frei.

Diese Veranstaltung wird von der Europäischen Akademie Nordrhein-Westfalen e.V. gefördert.

Marcos A. da Costa Melo (02381-41511, dacostamel@fuge-hamm.de) steht für Rückfragen zur Verfügung.