

Der Bestsellerautor John Le Carré war extra nach Bielefeld gekommen, um sich vor Ort über die BUKO Pharma-Kampagne zu informieren, die in seinem 2001 erschienenen Roman »Der ewige Gärtner« eine gewichtige Rolle spielt. Dort hieß die Pharma-Kampagne zwar »Hippo«, das Medieninteresse an der Nichtregierungsorganisation (NRO) war aber über Nacht gestiegen. »Heute ist die Pharma-Kampagne bundesweit bekannt«, berichtet Hedwig Diekwisch, »aber in Bielefeld führt sie ein Schattendasein.«

Die Krankenschwester und Soziologin hat gleich nach dem Abitur in Indien mit katholischen Ordensschwestern gearbeitet, später dann für das Komitee Cap Anamur in einem Flüchtlingscamp in Sierra Leone und in einem Krankenhaus in Vietnam. Seit 2000 ist sie bei der Pharma-Kampagne beschäftigt. Die NRO wurde 1980 von der Bundeskonferenz entwicklungspolitischer Aktionsgruppen in Hamburg beschlossen und im Januar 1981 im damaligen »Dritte-Welt-Haus«, dem heutigen Welthaus in Bielefeld eingerichtet; bis heute weltweit das einzige Büro. Zu den ersten Kampagnen gehörte die Forderung, kein Blutplasma aus der Dritten Welt und aus den Armutszonen der USA zu importieren. Im Fokus stand seinerzeit der sozial diskriminierende Aspekt, dass das »Blut der Armen für die Wohlfahrt der Reichen« eingesetzt wurde, wie es in dem Rowohlt-Taschenbuch »Bluternte« heißt. Wäre dieser Bluttransfer frühzeitig gestoppt worden, hätte auch die HIV-Infektion auf diesem Weg verhindert werden können.

Weitere Aktionen richteten sich gegen unhaltbare Werbeversprechen der Pharmaindustrie, den Export von Arzneimitteln, die in Deutschland keine Zulassung hatten, oder solche, die nicht halten, was sie versprechen, oder Wirkstoffe enthalten, die gefährlich sind. So enthielt ein Durchfallmittel einen nervenschädigenden Wirkstoff und ein Antibiotikum, das für seine Nebenwirkungen bekannt war. Nach dem Protest der Pharma-Kampagne bewarb die Firma das Arzneimittel zwar nicht mehr, verkaufte es aber noch jahrelang weiter.

### Arznei verkaufen, um jeden Preis

Die Geschichte der ersten Jahre der Pharma-Kampagne liest sich wie ein Krimi, der zwar mit John Le Carrés Thriller nicht mithalten kann, einem aber doch die Sprache verschlägt. Wie aus einem Lehrbuch lernen wir, dass Arzneimittel Produkte sind, die gewinnbringend verkauft werden sollen. Nicht mehr und nicht weniger. Ethische Aspekte scheinen kaum eine Rolle zu spielen. Das beginnt schon mit der Forschung. Zum Beispiel bei einer spezifischen Form der Schlafkrankheit, der Afrikanischen Trypanosomiasis. An dieser Infektionskrankheit sterben Tausende, nicht in Europa, sondern in Afrika. Für profitorientierte Forschung ist das nicht reizvoll.

Aber was konnte und kann die Pharma-Kampagne tun, um Missstände überhaupt zu erkennen, um sie dann öffentlich und damit auch streitbar zu machen? Das Zauberwort heißt »Transparenz«. Die ist aber schwer zu erreichen bei den hermetisch abgeriegelten Forschungslabors. Hier helfen Vorschriften der Europäischen Zulassungsbehörde, nach denen die pharmazeutische Industrie bei neuen Arzneimitteln Daten vorlegen muss, auf die unabhängige Wissenschaftler zurückgreifen können. Nur sind Daten nicht gleich Daten. Hedwig Diekwisch weist auf die zwingende Notwendigkeit von Rohdaten hin, die Versuchsreihen und klinische Studien abbilden und frei von nachträglichen Manipulationen sind.

Zur Transparenz gehört auch die Information, für was geforscht wird, wie das Medikament auf dem Markt kommt sowie die Zulassung und das Marketing, wobei es hier vor allem um Fragen des Patentschutzes geht. So kommt es nicht selten vor, dass an Universitäten mit öffentlichen Geldern geforscht wird, die Patente der daraus gewonnenen



Die Theatergruppe Schluck & Weg informiert spielend auf öffentlichen Plätzen.

FOTOS: BUKO-PHARMAKAMPAGNE

## Nah am Krimi

Die BUKO Pharma-Kampagne klärt über Machenschaften der Pharmaindustrie auf und bietet Verbraucherinnen und Verbrauchern unabhängige Informationen. Von Bernd J. Wagner



Die vier Frauen der BUKO Pharmakampagne: (v.l.n.r.) Anja Witteborg, Hedwig Diekwisch, Claudia Jenkes und Georga Fischer.

Arzneimittel aber den Firmen gehören. Oder der Patentschutz den kostengünstigen Einsatz in ärmeren Regionen unmöglich macht. Die Pharma-Kampagne ist heute Teil eines weltweiten Netzwerks von unabhängigen Expert\*innen, Pharmakolog\*innen und Ärzt\*innen, das es überhaupt erst ermöglicht, die Informationsflut zu bewältigen, einzuschätzen und in Forderungen und Kampagnen umzusetzen.

### Werbeverbot für Rezeptpflichtiges gerettet

»Information« und insbesondere »Informationspflicht« sind weitere Zauberwörter, die auch von der pharmazeutischen Industrie eingesetzt werden, um ihre Interessen zu vertreten. Vor dem Hintergrund, dass es für rezeptpflichtige Arzneimittel in Europa ein Werbeverbot gibt, berichtet Hedwig Diekwisch über den Versuch der Pharmaindustrie, dieses Verbot über die Europäische Kommission zumindest teilweise aufzuheben. Verbunden wird dieses mit dem wunderbaren Begriff »patient empowerment«. Die Patienten sollen also durch Informationen der Hersteller befähigt werden, sich für das richtige Arzneimittel zu entscheiden. Dieser »Informationspflicht« der Hersteller stellt die Pharma-Kampagne unabhängige Arzneimittelinformationen gegenüber.

Die NRO startete auch eine Kampagne, die verhindern soll, dass Deutschland das Werbeverbot einschränkt. Hedwig Diekwisch brachte vor dem Bundestagsausschuss für Ge-

sundheit die Einwände der Pharma-Kampagne vor. Zudem arbeitete die NRO europaweit mit anderen Organisationen zusammen, um Einfluss zu nehmen. Mit Erfolg. Das Gesetz kam nicht zur Abstimmung, sondern verschwand still und leise in der Schublade. »Man muss wachsam bleiben«, warnt Hedwig Diekwisch.

Auch Verbraucher\*innen müssen wachsam bleiben. Vor allem dann, wenn sie krank sind und Unterstützung bei Selbsthilfegruppen suchen. Auch hier sind Gruppen bekannt geworden, die von pharmazeutischen Firmen unterstützt werden. Informationspflicht und sich informieren wollen ist stets von Interessen geleitet, die nicht unbedingt zusammenpassen müssen.

An Verbraucher\*innen richtet sich der »Pharma-Brief«, mit dem die BUKO Pharma-Kampagne möglichst viele Menschen informieren möchte. Wie wichtig diese Aufgabe ist, zeigt eine Befragung, die an Bielefelder Schulen durchgeführt worden ist. Auf die Frage, welche Schmerzmittel bekannt seien, wurden sehr viele genannt. Ein Hinweis darauf, dass auch Jugendliche bereits häufig, manche vielleicht schon regelmäßig, Arzneimittel »konsumieren«. Die Antwort auf eine weitere Frage wird Erstaunen hervorrufen. Auf die Frage, wem sie bei Arzneimitteln am meisten vertrauten, gaben sehr viele die Pharmaindustrie an, weil sie sich damit am besten auskennt. Wohlgemerkt: Ein Produkt, das gewinnbringend verkauft werden soll.

An Jugendliche, aber auch an Erwachsene, richtet sich die ehrenamtliche und wohl älteste politische Straßentheatergruppe »Schluck & weg«, die heute von der Regisseurin und Theaterpädagogin Barbara Frey geleitet wird. Das Theater ist ein weiterer Weg die Themen der Pharma-Kampagne öffentlich zu machen.

### Lob vom weltberühmten Autor

Und das alles passiert in Bielefeld! In einem kleinen Büro im Welthaus Bielefeld an der August-Bebel-Straße. Vor allem in den Gründungsjahren gab es Versuche der Pharmaindustrie, gegen diese Kampagne vorzugehen. Mal wurde ihr vorgeworfen, dass sie »im Sinne der Ostblock-Strategie gegen Multis in der Dritten Welt« agiere, mal wurde auf die

Evangelische Kirche Druck ausgeübt, die Förderung der Pharma-Kampagne einzustellen. »Bis heute sind wir aber niemals verklagt worden«, berichtet Hedwig Diekwisch, »weil wir großen Wert auf wissenschaftlich-korrektes Arbeiten legen und unsere Quellen offenlegen.« Bedroht worden, wie die Hippo-Aktivistin in John Le Carrés Thriller, sei sie aber noch nie.

Der weltberühmte Autor dankte in seinem Roman fast überschwänglich der Pharma-Kampagne in Bielefeld. Sie sei eine »finanziell unabhängige, personell unterbesetzte Vereinigung vernünftiger, hochqualifizierter Menschen, deren Ziel es ist, die Misstaten der pharmazeutischen Industrie, insbesondere deren Geschäfte mit der Dritten Welt, ans Licht zu zerren. Sollte Ihnen danach sein, überweisen Sie ihnen doch bitte etwas Geld, damit sie ihre Arbeit fortsetzen können.« Und wer mitarbeiten will, der oder die kann das in der Koordinierungsgruppe oder beim Straßentheater.

### » Info »

Bernd J. Wagner ist Historiker und Mitarbeiter des Stadtarchivs.

RICHTIG GUTE PFLEGE

...bei Ihnen zu Hause

Altundjung Süd-West e.V.  
Ambulante Pflege und soziale Dienstleistungen

Anzeige