
Heilung erwünscht! Wie die Medienkritik einen engagierten Film verreit

Von Karl N. Renner

Keine andere Fernsehdokumentation hat in letzter Zeit derart heftige Reaktionen ausgelöst wie Klaus Martens' Film „Heilung unerwünscht. Wie Pharmakonzerne ein Medikament verhindern“, ausgestrahlt unter anderem im Ersten am 19. Oktober 2009. Der Film schildert den Fall des Erfin-

ders Karsten Klingelhöller, der vor 20 Jahren seiner Freundin, die an Neurodermitis litt, mit einer Creme aus Avocadoöl und dem Vitamin B12 helfen konnte. Zwei Studien an der Ruhr-Universität Bochum bestätigten die Wirksamkeit dieses Mittels, daher ließ es Klingelhöller patentieren. Doch seine Versuche, das Patent in Zusammenarbeit mit einem der großen Pharmakonzerne zu vermarkten, scheiterten. Er ging darüber Bankrott. Die Pharmaindustrie, so die These des Films, wollte dieses Mittel nicht auf den Markt bringen, obwohl es wirksam ist und deutlich weniger Nebenwirkungen besitzt als die eingeführten Medikamente.

Dass Industrieunternehmen kein ausgeprägtes Interesse haben, fremde Erfindungen zu vermarkten, ist bekannt. Darüber beklagen sich die Erfinder aus allen Branchen. Und irgendwie ist das Verhalten der Industrie auch nachvollziehbar: Wer gibt schon gerne Geld für fremde Patente aus, wenn man viel Geld in die eigene Forschungs- und Entwicklungsabteilung gesteckt hat? Von der psychologischen Problematik ganz abgesehen, dass einer kleinen Garagenfirma das Gelingen sollte, was man selbst nicht schafft. Insofern enthält die umstrittene Dokumentation nichts Neues.

Genau diesen wirtschaftlichen Zusammenhang rückt die Süddeutsche Zeitung in den Mittelpunkt ihrer Programmankündigung vom 19. Oktober: „Millionen von Neurodermitis-Kranken könnte geholfen werden – doch die Pharmaindustrie blockiert das Medikament. Eine ARD-Dokumentation über Profitgier und ihre Folgen.“ Da die Pharmaindustrie ein bevorzugtes Objekt der öffentlichen Schelte ist, geht das nicht ohne Polemik ab, und der FOCUS legt am 20. Oktober nach: „Die Pharmaindustrie hat sich, zusammen mit der Ärzteschaft, einen pathologisch schlechten Ruf hart erarbeitet. Der ARD-Film erweckt den solide fundierten Verdacht, dass diese Lobbygruppen sinnvolle Medikamente torpedieren, die ihren Gewinninteressen zuwiderlaufen“

*Plötzlich diskutieren
Kritiker nicht mehr
über wirtschaftliche Motive
der Pharmaindustrie,
sondern über die Aussagekraft
medizinischer Studien*

Gut eine Woche später zählt dieses Argument nicht mehr. In der Ausstrahlung von ZAPP am 28. Oktober wird die Ankündigung der Süddeutschen als „völlig unkritisch“ zerrissen. Der Beitrag von ZAPP ist exemplarisch dafür, wie man den Film inzwischen überall diskutiert. Es geht nicht mehr um die wirtschaftlichen Motive der Pharmaindustrie, sondern um die wissenschaftliche Aussagekraft der medizinischen Studien, die Martens als Beleg in seinem Film verwendet. Diskutiert wird nicht mehr, inwieweit eine ökonomisch verfasste Gesundheitsindustrie die ethischen Aspekte des Heilens berücksichtigt. Diskutiert wird, ob die statistische Signifikanz der zitierten empirischen Studien hinreichend ist, um die positiven Effekte dieses Fallbeispiels zu belegen. Eine bemerkenswerte Themenverschiebung im öffentlichen Diskurs. Wie konnte es, trotz der eindeutig wirtschaftsjournalistischen Herangehensweise von Martens zu diesem Umbruch der öffentlichen Wahrnehmung des Filmes kommen?

Sucht man nach einer Antwort, tut man gut daran, sich an die Situation im letzten Herbst zu erinnern. Die Schweinegrippe ist das Thema dieser Tage. Die Schlagzeilen der BILD Zeitung verkünden Horrorszenerien mit Abertausenden von Toten. Öffentliche Gelder für Impfmittel in Millionenhöhe gehen an die Pharmaindustrie – doch kaum jemand will sich impfen lassen. „Testfall Schweinegrippe – Sind wir Versuchskaninchen der Pharmaindustrie?“, so nennt Frank Plassberg seine Sendung von „Hart aber Fair“ am 21. Oktober, und da die Dokumentation des WDR-Kollegen Klaus

Martens zwei Tage vorher lief, ist er als Gast mit eingeladen.

Doch die Idee, die Kritik an der Impfkation mit den Aussagen dieses Films zu verbinden, funktioniert nicht sonderlich gut. Die Studiogäste kennen ihn nicht. Bis auf einen: Prof. Dr. Beda Stadler, Chef der Immunologie an der Universität Bern, mit einer bemerkenswerten Liste wissenschaftlicher Publikationen und einer ebenso bemerkenswerten Anzahl von Mitgliedschaften in industrienahen Beiräten und Stiftungen, außerdem noch bissiger Kolumnist in mehreren Schweizer Zeitungen¹. Er poltert los: „Herr Plassberg, was Sie hier abziehen, ist wirklich eine Schande. Wenn man hier so etwas produziert und tut, wie wenn ein blödes Avocadoöl mit etwas Vitamin B 12 drin, eine schwere Krankheit vom Erdboden verschwinden lässt, dann ist das Betrug.“ So eindrucksvoll diese Attacke ist: Auch Penicillin war zunächst einmal nichts anders als ein blöder Schimmelpilz, der Petrischalen verunreinigte und Bakterienkolonien zum Absterben brachte. Das besagt noch nichts über das Avocado-Mittel, aber wegweisende Innovationen können sehr trivial sein.

Plassberg reagiert auf die Attacke konsterniert, er verweist auf die wissenschaftlichen Studien, die die Wirksamkeit der Creme bestätigen, und kündigt an, diese im Faktencheck von „Hart aber Fair“ zu veröffentlichen. Damit ist Martens wirtschaftsjournalistische Herangehensweise aber passé. Ab diesem Zeitpunkt diskutiert man nur noch, ob die wissenschaftlichen Untersuchungen der Creme ausreichen, ihre Wirksamkeit zu belegen oder nicht.

Doch das ist noch nicht alles. Die Firma, die aus der Konkursmasse des Erfinders das Patent für Regividerm, das ist der Markenname der Vitamin B12-Salbe, erworben hat, kündigt an, dieses Mittel nicht wie zunächst geplant erst nächstes Jahr, sondern in Kürze auf den Markt zu bringen. Auch wenn man beim WDR bedauert, davon habe man nichts gewusst: der Verdacht der Schleichwerbung steht jetzt im Raum. Daher wird sehr schnell der Vorwurf laut, der Film sei nichts anderes als eine unlautere Vermarktungsstrategie für Regividerm.

Die Kritik am Film geht an seinem Thema vorbei

Versucht man die öffentliche Diskussion, die nun einsetzte, nachzuzeichnen, so dreht sie sich um zwei zentrale Argumente. Das sind zum einem die Vorwürfe, der Film und das Buch zum Film seien Bestandteil einer Marketing-Kampagne, und zum anderen sind das die Zweifel an der wissenschaftlichen Qualität der vorgelegten Studien.

Der Vorwurf, Martens habe mit seinen Publikationen Schleichwerbung für ein Medikament machen wollen, erscheint wenig plausibel, wenn man weiß, dass er seit Jahren Filme über die Machenschaften des Kölner Klüngels dreht. Journalisten, die über dieses Metier berichten, können sich keine Eskapaden leisten, sonst sind sie weg vom Fenster. Dennoch: Aufklären lässt sich ein derartiger Verdacht nur im Rahmen interner Untersuchungen der zuständigen Rundfunkanstalt. Wie der WDR auf Nachfrage bestätigte, kam die Sache dort im Februar vor den Rundfunkrat. Weitere Informationen waren nicht erhältlich, da es sich um den nicht-öffentlichen Teil der Sitzung handelte. Aber die Tatsache, dass Klaus Martens nach wie vor für den WDR tätig ist, ist ein deutliches Indiz dafür, dass dieser Verdacht entkräftet wurde.

Die Studien zu beurteilen, die zur Wirksamkeit des Heilmittels durchgeführt wurden, setzt solide Fachkenntnisse voraus und ist daher zunächst einmal eine Sache der Experten. Hier zitiert ZAPP den Pharmakologen, Prof. Schönhöfer, der sagt, die Probandenzahl sei zu gering, um die Wirksamkeit des Mittels überzeugend nachzuweisen. Das muss man zunächst einmal akzeptieren. Dennoch sind diese Studien damit nicht vom Tisch. Erinnert man sich nämlich daran, dass dieser Film kein wissenschaftsjournalistischer, sondern ein wirtschaftsjournalistischer Beitrag ist, dann ist die Tatsache, dass es sich bei diesen Untersuchungen um explorative Studien handelt, ganz anders zu bewerten. Denn die entscheidende Frage lautet dann nicht mehr: Be-

gen diese Studien die Wirksamkeit des umstrittenen Mittels? Sondern: Reichen die Ergebnisse dieser Studien aus, um weitere Untersuchungen zu rechtfertigen, die für eine wirtschaftliche Verwertung des Mittels notwendig sind?

Diese Frage lässt sich beantworten, ohne Spezialist zu sein. Mit eindeutigen Ergebnis. So ziehen Stücker u. a., die an der Uni Bochum die ersten Untersuchungen durchführten, folgendes Fazit: „The results of this clinical trial provide evidence that the recently developed vitamin B12 cream containing avocado oil has considerable potential as a well-tolerated, long-term topical therapy of psoriasis.“ Veröffentlicht wurde das nicht irgendwo, sondern in der Zeitschrift *Dermatology* (2001: 147). Einer international anerkannten Fachzeitschrift für klinische Forschung und Grundlagenforschung in der Dermatologie. Noch bemerkenswerter ist, wie sich im Film verantwortliche Mitarbeiter von Pharmafirmen zur Qualität der Salbe äußerten. Dr. Schettler, von Whyett Pharma in Münster sagt, er habe das Mittel vorgeschlagen. Der Konzern wolle es nicht, weil es nicht ins Konzept passe. Er würde es machen. Dr. Knirsch von Merck darf zu diesem Thema nichts sagen, der Konzern erlaubt es ihm nicht. Aber er hat die erhaltenen Proben an seinen Sohn weitergegeben, der sie mit gutem Erfolg benutzt, um seine Neurodermitis zu lindern.

Doch seit dem denkwürdigen Auftritt von Prof. Stadler spielt diese Argumentation in der öffentlichen Diskussion keine Rolle mehr. Warum? Fest steht: Wie bei der Schweinegrippe geht es auch hier um sehr viel Geld. Eine Studie, die PricewaterhouseCoopers zum erwartbaren wirtschaftlichen Ertrag von Regividerm erstellt hat, spricht von einem Marktvolumen von knapp eine Milliarde Dollar. Dass in einem solchen Umfeld Lobbyisten am Werke sind, liegt auf der Hand. Doch all den Verschwörungstheorien, die zu Regividerm inzwischen im Netz grassieren, soll hier keine weitere hinzugefügt werden. Viel wahrscheinlicher ist, dass Prof. Stadler die Gunst der Stunde gekonnt genutzt hat, um mit einem Red Herring von der Schweinegrippe abzulenken.

Dass damit auch die Diskussion um die Verwendung von Vitamin B12 zur Behandlung von Neurodermitis vom Tisch war, war vermutlich nur ein angenehmer Nebeneffekt.

Es ist peinlich, wie die Medienkritik elementare Recherche- regeln missachtet

Peinlich allerdings, wie die Avantgarde der deutschen Medienjournalisten in ihren Beiträgen zum Film von Martens auf diese PR-Aktion abgefahren ist und wie sie dabei die elementarsten journalistischen Regeln missachtet hat. Dass man Quellen auf ihre Glaubwürdigkeit überprüfen sollte, scheint hier überflüssig zu sein – und das in diesem Umfeld.

So beruft sich Stefan Niggemeyer in seinem Blog zum „Wundersalbenmassaker“² zunächst auf den „anonymen (sic!) Pharma-Blogger ‚Hockeystick‘“ und dann auf den Blog „Principien“ von David Beckwermert, der seine Stellungnahme zu Martens Film folgendermaßen beginnt: „Ich habe den Beitrag nicht gesehen [...] würde dazu aber doch ganz gerne mal etwas schreiben.“³

ZAPP⁴ vergisst beim Filmausschnitt mit dem denkwürdigen Auftritt von Beda Stadler einen Hinweis auf dessen Nebentätigkeiten und überlässt das letzte Wort der Sendung Thomas Schwennesen, der hier als Vertreter des Deutschen Neurodermitis Bundes firmiert. Darüber hinaus ist er aber noch Vorsitzender von zwei weiteren Selbsthilfeorganisationen und Inhaber des Projekt Media Verlags⁵. Dass auf der Homepage des Deutschen Neurodermitis Bundes eine eindeutige Empfehlung des Neurodermitis-Mittels Elidel zu finden ist, das von Novartis auf den Markt gebracht wurde, kann da nicht mehr überraschen.⁶ Dabei wäre ZAPP auf diesen Patientenfunktionär gar nicht angewiesen gewesen, denn bereits vier Tage vor der Sendung war die nüchtern argumentierende Erklärung der „Psoriasis Selbsthilfe Arbeitsgemeinschaft“ im

Netz, die mit der Kritik an Martens nicht zurückhält, aber dennoch zum Ergebnis kommt: „Man merkt, dass der Autor mit viel Engagement und Herzblut einen Fall darstellt, den er selbst unerträglich findet. Der Beitrag engagiert sich für die Sache der Patienten und klärt auf.“¹]

¹ http://www.immunology.unibe.ch/wiki/Files/cv_beda_stadler_2008.pdf

² <http://www.stefan-niggemeier.de/blog/das-wundersalbenmassaker/>

³ <http://principien.de/2009/10/21/die-supersalbe-regividerm/>

⁴ http://www3.ndr.de/sendungen/zapp/archiv/medien_wirtschaft/salbe102.html

⁵ <http://www.schwennesen.de/>

⁶ http://www.neurodermitis-bund.de/im_fokus.php

⁷ <http://www.psooriasis-selbsthilfe.org/component/content/article/36/68.html>



Prof. Dr. Karl N. Renner

ist seit 1995 Professor für Fernsehjournalismus am Journalistischen Seminar der Universität Mainz. Er hat zuvor als freier

Filmautor und Fernsehjournalist für den Bayerischen Rundfunk und das Magazin EINS PLUS WISSENSCHAFT von ARD EINS PLUS gearbeitet.