

Gezielte Information steigert die Lebensfreude – und die Prämien

Von allen Plakatwänden wurden wir vor Monaten nach Migräne gefragt. Diejenigen, die sich angesprochen fühlten, wurden an den Arzt verwiesen. Warum? Pfizer kennt die Antwort.

Von allen Wänden und in vielen Bedürfnisanstalten leuchten WC-Schüsseln zwischen roten Fauteuils. Es geht um ein häufiges Symptom: die Reizblase. Was dies ist, wissen die Angesprochenen nicht. Sie werden an den Arzt verwiesen. Warum? Pfizer offeriert heute das wohl bestdokumentierte Präparat zur symptomatischen Behandlung von Beschwerden bei echter Reizblase.

Von allen Wänden wird zur Lösung der schwachen Erektion eine Arztkonsultation empfohlen. Wann eine Erektion schwach ist, bestimmen die Männer. Zur Abklärung müssen sie zum Arzt. Die

Verschreibung von Viagra wird dort sicher mit Nachdruck eingefordert. Pfizer lässt grüssen.

Wie Viagra, Reizblase und Kopfschmerzen klinisch auch zusammenhängen können und so die Krankenversicherungsprämien steigen lassen, möchte ich Ihnen ganz im Geist der aktuellen Werbetrends nicht verraten. Aber das haben Sie bestimmt schon herausgefunden. Oder doch nicht? Dann fragen Sie doch Ihren ... ähem ... Pharmareferenten.

Mehr über zufällige Gesundheitsförderung erfahren Sie bei Hollon MF. Direct-to-consumer advertising: a haphazard approach to health promotion. JAMA 2005;293:2030-3.

*Dr. med. Max Giger,
Mitglied des Zentralvorstandes der FMH*