

Inhaltsverzeichnis

Einleitung

Vorwort der ersten Ausgabe

7

Die Wahrheit...

Seltsames Marketing und Bestechung - Schlüssel der Konzerne

Der Aufbau des Buches

Teil 1 13

Kapitel 1 Wie ich wurde, was ich bin

Mein Steckbrief

Auf zu neuen Ufern...

Erste Berührung mit der Pharmazie

Erstes Verkaufstraining

Romantisches Zwischenspiel

Zeitschriftenverkauf auf römisch

Der einarmige Engel

Schweden – meine neue Heimat

Popstar JayVee

Teil 2 48

Kapitel 2 Grundlektionen im Marketing

Mein Einstieg in die Pharmaindustrie

Verkaufsquoten und Tricks

Show & Tell

Der Arzt als verlängerter Arm der Pharmaindustrie

Arzt-Profile

Arztgeschenke für die Praxis

Arzthelferinnen als Brücken zum Arzt
Zurück in Rom
Der Preis des Erfolgs
Vertretertraining á la Virapen

64 Kapitel 3 Einstieg ins Weltgeschäft

Wie kauft man „Meinungsführer“?
Was sind „Meinungsführer“?

69 Kapitel 4 Medikamente für jedermann?

Was sind Blockbuster?
Benoxyprofen - Der erste Blockbuster geht ins Rennen
Übertriebene Werbung
Chronologie der vertuschten Todesfälle

78 Kapitel 5 Schmerzmittel mit trauriger Geschichte

Vioxx® - wiederholte Geschichte?
Der Verträglichkeitsmythos
Vom Markt genommene Arzneimittel
Lehren aus der Geschichte

84 Kapitel 6 Marketingstrategien von Profis

Ärzte kaufen
Kongresse
Das Eli-Lilly-Jazzfestival
Finanzierung solcher Aktionen

88 Kapitel 7 Mein Prozac®-Krimi

Wirkstoff Fluoxetin
Übergewicht als Goldgrube

Das Zulassungsverfahren
Werdegang eines Medikamentes
Schwachstellen im Zulassungsverfahren
Pre-Marketing
Seeding Trials - Medikamentöse „Appetithappen“
Zulassung oder Entlassung
Der Druck erhöht sich
Ich „kaufe“ einen Psychiater
Hokusokus-Wissenschaft im Hotelzimmer
Preisverhandlung für Prozac®
Lifestyle-Drogen als Welterfolg

Kapitel 8 Das Geschäft mit der Depression

111

Was ist Depression?
Aufweichen von diagnostischen Grenzen
Medikamentenkonsum ohne Grenzen

Kapitel 9 Wie wissenschaftlich sind Zulassungsstudien? 118

Beispiel „Protokoll 27“
Manipulationsmöglichkeiten bei Studien
Von 11.000 auf 286
Behandlungsdauer und Langzeitwirkungen
Neugeborene auf Entzug
Nutzlose Hammermedikamente

Kapitel 10 Der große SSRI-Schwindel

126

Kapitel 11 Prozac® vor Gericht

130

Kapitel 12 25.000 – Meine Albtraumzahl

134

138 Kapitel 13 Fluctin® in Deutschland

Eli Lilly umgarnt das Bundesgesundheitsamt (BGA)
Fluoxetin für Kinder?!

143 Kapitel 14 Wer hochsteigt kann tief fallen...

Beförderung ins Nichts
Das bittere Ende
Virapen vs. Lilly
Mein Fall bei der Staatsanwaltschaft Schweden
Gesetzesänderung in Schweden

152 Kapitel 15 Die „Insulin-Schweinerei“

Neue Fährte im Pharmadschungel
Insulin – ein ethischer Anfang
Die „Human-Insulin Tarnkappe“
Medikamentenengpass
Zulassung des neuen Insulins
Patentiertes Insulin
Verdrängungswettbewerb
Fragwürdige Versprechen

162 Kapitel 16 „Off-Label-Marketing“

Das Geschäft mit Wachstumshormonen
Strafen in Millionenhöhe?

167 Kapitel 17 Hyperaktivität - eine erfundene Krankheit?

Werbung für eine Krankheit
Diffuse Indikation
Die Pharmaindustrie definiert Sozialstandards
Druck von Unten

Wie Kinder sind
Das Glück in der Pille
Die Straterra®-Katastrophe

Kapitel 18 Der Griff nach unseren Kindern	180
Kinder in der Rasterfahndung	
Per Fragebogen zur Sozialphobie	
Das Hokuspokus-Etikett	
Politik und Pharmaindustrie Hand in Hand	
Kapitel 19 Zyprexa ® - Der Tod ist Betriebsgeheimnis	187
Kapitel 20 Fragwürdige Informationen im Wartezimmer	191
Vertrauensmissbrauch als Marketingstrategie	
Teil 3	196
Kapitel 21 Was wir ändern könn(t)en	
Alternative Optionen für die Behandlung der Fachkraft	
Ursachensuche von und mit der Fachkraft	
Was unserer Psyche gut tut	
Kapitel 22 Lösungsvorschläge	204
Schlusswort	211
Anhang	216
Das kleine ABC der Pharmawelt	
Adressen	
Quellenangaben	
(Die Quellenkürzel finden Sie in Klammern hinter dem betreffenden Zitat im Text)	