

Unterrichtsentwurf

zur Stunde „Arzneimittelwerbung und Ethik am Beispiel von Aspirin®“

im Rahmen der Reihe „Kranke Welt – Kranke Kinder. Arzneimittel und Gesellschaft“

*in Politik
an Realschulen/Gymnasien
für Klassen 5-7*

herausgegeben von Gesundheit und Dritte Welt e.V. Bielefeld

erstellt von Christiane Fischer und Kai-Uwe Dosch

Adresse:
Gesundheit und Dritte Welt e.V.
August-Bebel-Str. 62
33602 Bielefeld
Fon: +49 (0)521 60550
Fax: +49 (0)521 63789
Mail: info@bukopharma.de
Web: www.bukopharma.de

Konto:
Gesundheit und Dritte Welt e.V.
Kto.-Nr.: 105627
Sparkasse Bielefeld
BLZ: 480 501 61



Dieser Unterrichtsentwurf wurde mit finanzieller Unterstützung der Europäischen Union erstellt. Für den Inhalt ist allein Gesundheit und Dritte Welt e.V. verantwortlich; er gibt nicht den Standpunkt der Europäischen Union wieder.

Der Europäischen Union gehören 25 Mitgliedstaaten an, die beschlossen haben, ihr Know-how, ihre Ressourcen und ihr Geschick schrittweise miteinander zu verknüpfen. Über einen Zeitraum der Erweiterung von 50 Jahren haben sie gemeinsam einen Raum der Stabilität, Demokratie und nachhaltigen Entwicklung geschaffen, gleichzeitig aber kulturelle Vielfalt, Toleranz und Grundrechte des Einzelnen bewahrt. Die Europäische Union hat sich dem Ziel verschrieben, ihre Errungenschaften und Werte mit Ländern und Völkern außerhalb ihrer Grenzen zu teilen.

Didaktische Analyse:*Gesundheit und Krankheit in der Einen Welt*

Um den Gesundheitszustand der Menschen, auch der Kinder, ist es heute trotz zahlreicher internationaler Erklärungen nicht wesentlich besser bestellt als noch vor rund 20 Jahren. Gesundheit ist für alle (über-)lebenswichtig. Bestimmte Probleme betreffen sogar Kinder viel eher als Erwachsene. Hier gibt es einerseits die Kinderkrankheiten wie zum Beispiel die Masern (und deren Schutzimpfung). Andererseits sind junge Menschen viel eher in Unfälle verwickelt wie zum Beispiel Verkehrsunfälle. Und je älter sie werden, desto betroffener sind sie von Gesundheitsfragen: Welche Krankenversicherung schließen sie ab? Welchen Risiken im Beruf sind sie ausgesetzt? Wie werden sie sich selbst als Eltern von Kindern verhalten? Schon das Stichwort Krankenversicherung zeigt, dass Gesundheit und Krankheit nicht nur individuelle, sondern auch soziale Probleme darstellen. Jeden Tag sterben 40.000 Kinder weltweit an Krankheiten, die man größtenteils behandeln oder vermeiden könnte. Sie lassen das Überleben zur Kostenfrage werden, denn die für eine Behandlung unentbehrlichen Medikamente sind in armen Ländern noch immer unbezahlbar. Gesundheitsschutz ist vor diesem Hintergrund längst keine nationale Frage mehr. Eine bessere Gesundheit bedarf internationaler Strategien, aber auch persönlicher Handlungsoptionen.

Während auf der Südhalbkugel der Erde noch immer viele Menschen an Mangelkrankungen wie Unterernährung oder an banalen Infektionskrankheiten sterben, werden die Menschen in Deutschland dank guter Lebensbedingungen und medizinischer Möglichkeiten immer älter. Der Griff zur Pille erscheint hier als schnelle und einfache Problemlösung. Sogar Befindlichkeitsstörungen und sexuelle Probleme werden zunehmend medikamentös behandelt und zu Krankheiten hochstilisiert. Immer mehr Kinder und Jugendliche schlucken Schmerzmittel, Vitaminpräparate oder Nahrungsergänzungsmittel. Arzneimittelwerbung hat in diesem Prozess eine Schlüsselrolle inne. Exemplarisch kann hier das genannte Spannungsfeld zwischen Gesundheitsversorgung und Gewinnstreben aufgezeigt werden. Werbetricks zu durchschauen, Werbeaussagen zu hinterfragen und den eigenen Arzneimittelkonsum kritisch zu überdenken ist wesentlicher Inhalt des vorliegenden Unterrichtsentwurfes zu „Arzneimittelwerbung und Ethik am Beispiel von Aspirin®“. Diese Stunde lässt sich mit wenig Aufwand auch in einen größeren Gesamtkontext einbetten. Auf den folgenden Seiten finden Sie Hinweise, wie Sie mithilfe weiterer Materialien eine ganze Unterrichtsreihe bzw. ein Unterrichtsprojekt konzipieren können. Eine umfangreiche Unterrichtsmappe der BUKO Pharma-Kampagne (Klasse 5-10) zum Thema Gesundheit, Arzneimittel und Eine Welt (Kranke Welt – kranke Kinder) enthält die meisten hier genannten weiterführenden Materialien. Sie kann gegen einen Unkostenbeitrag von 15,- Euro zzgl. Portokosten bei der Kampagne bestellt werden. Es existieren außerdem eine Unterrichtsmappe sowie ein Materialkoffer für Grundschulen und eine Unterrichtsmappe für die Klassen 11-13.

Einzelne Einheiten oder Materialien lassen sich auch gezielt auswählen und neu zusammensetzen. Die Inhalte können so an das spezifische Leistungsniveau der Klasse angepasst werden. Alle Materialien sind außerdem in verschiedene Richtungen anschlussfähig.

Die Unterrichtsvorschläge setzen eine betont schüler- und handlungsorientierte Methodik ein. Die SchülerInnen werden immer wieder zu eigenem Handeln aufgefordert, etwa kurze Theaterszenen zu entwickeln, Exkursionen zu unternehmen oder auch gestalterische Mittel auszuprobieren, um ihrer persönlichen Sichtweise Ausdruck zu geben und die Öffentlichkeit zu informieren.

Zugänglich wird das Thema Arzneimittelwerbung durch die Konzentration auf ein konkretes Medikament und seine potenziellen Probleme. Es handelt sich um das (wohl auch jedem Kind) bekannte Aspirin® (Acetylsalicylsäure). Erstens wird hier gerade das Selbstverständliche zum Fragwürdigen, zweitens betrifft es sowohl die Schülerinnen und Schüler in Deutsch-

land als auch in der ganzen Welt und drittens kann ein typisches Problem des Nordens und eines des Südens gezeigt werden.

Dazu können die Klassen über zwei Beispiele von Werbung für Aspirin® auf OHP-Folie verfügen. Die Abbildungen und Fotos werden durch einen begleitenden Informationstext ergänzt. Des Weiteren steht ein Arbeitsblatt für die Text- und Bildanalyse von Arzneimittelwerbung zur Verfügung.

Einordnung der Stunde... ...in eine Reihe:

Um einen Zugang zu der ganzen Bandbreite des Themas zu ermöglichen, kann der Unterrichtsinhalt als Reihe in mehrere Stunden gegliedert werden. Am Anfang steht hier die Frage nach den Ursachen von Krankheit, denn diese sind wie angedeutet nicht nur naturgegeben, sondern (direkt) menschengemacht oder (indirekt) umweltbedingt. An die Erkennung bestimmter Krankheiten schließt sich deren Behandlung an: Welche Medikamente gibt es, welche sind unentbehrlich und zu welchen haben PatientInnen in verschiedenen Teilen der Welt überhaupt Zugang. Welche Medikamente sollen PatientInnen dagegen nach Ansicht der Pharmaindustrie erwerben und wie vermarkten Arzneimittel-Firmen ihre Produkte. Arzneimittel stehen im Spannungsfeld zwischen dem Menschenrecht auf bestmögliche Gesundheitsversorgung und dem ökonomischen Interesse des Gewinnstrebens.

1. Stunde: Armut macht krank!

Selbstverständlich ist die Frage nach den Ursachen von Krankheit auch eine gesellschaftliche Frage, denn eine ihrer wichtigsten Ursachen ist die Armut – nicht nur im Süden, sondern auch im Norden der Erde. Demgegenüber steht das grundlegende Menschenrecht und besonders das Kinderrecht auf Gesundheit im Sinne eines Zugangs zu unentbehrlichen Arzneimitteln und einer notwendigen Gesundheitsversorgung. Zur Behandlung dieses Themas dienen Materialien zu Armut und Gesundheit weltweit wie auch zur Armut in Deutschland. Wir empfehlen außerdem den Film „Ghettokids“ (Deutschland 2002, 88 Minuten, zu beziehen über Landesmediendienste Bayern e.V.).

2. Stunde: Armutsursachen!

Armut kann vielerlei Ursachen haben, etwa Arbeitslosigkeit, Naturkatastrophen, Kriege oder Migration. Exemplarisch kann hier der Zusammenhang von Flucht, Armut und Krankheit dargestellt werden. Denn das Leben in Lagern oder fremden Gegenden bedeutet meist extreme physische und psychische Probleme, nicht selten auch den Verlust sämtlichen Besitzes. Wenn das Ziel der Flucht Deutschland heißt, dann betreffen diese Probleme der Migration auch unsere Schulen. Welche Gesundheitsschäden erleiden Kinder durch Armut und Krieg auf der südlichen Halbkugel? Welche Lebenssituationen und Alltagsprobleme machen Flüchtlingskinder krank? Wir schlagen als Medium den Film „Nie wieder Krieg! Kinder in Sierra Leone“ über Krieg und Flucht in Sierra Leone vor (Deutschland 2002, 21 Minuten, zu beziehen über Ärzte ohne Grenzen).

3. Stunde: Gesundheitsversorgung in Nord und Süd

Das deutsche Sozialsystem, insbesondere auch Krankenversicherung und Gesundheitsversorgung, stecken in Schwierigkeiten. Das gilt nicht nur für Deutschland, sondern auch für sehr viele andere Ländern im Norden und Süden der Erde. Wie sind diese Probleme zu beschreiben? Welche Gemeinsamkeiten und Unterschiede gibt es bei diesen Problemen in Nord und Süd? Welche Lösungen sind vorgeschlagen worden? Wie steht es mit der Erforschung und der Verteilung unentbehrlicher Arzneimittel in verschiedenen Ländern? Eine

Powerpoint-Präsentation, ein Arbeitsblatt und ein Faltblatt der BUKO Pharma-Kampagne geben Antwort auf diese Fragen (enthalten in der Unterrichtsmappe „Kranke Welt – kranke Kinder“).

4. Stunde: Arzneimittelwerbung, Wirtschaft und Recht

Arzneimittelwerbung hat nicht nur einen kommunikativen, sondern auch einen ökonomischen und juristischen Aspekt. Welche Inhalte müssen, welche dürfen in der Werbung für Medikamente vorkommen? Wie entscheiden sich KonsumentInnen von Medikamenten für ein Produkt und wie wird diese Entscheidung beeinflusst? Hier stehen Arbeitsblätter als Unterrichtshilfe zur Verfügung. Die Klasse kann eine Exkursion zu einer Apotheke unternehmen, deren Produktpalette oder Schaufensterwerbung untersuchen, deren Umsatz- und Gewinnstrategie erfragen und auch potenzielle ökonomisch-ethische Konflikte ansprechen wie den Verkauf irrationaler Medikamente. Arbeitsblätter zur Unterscheidung rationaler also sinnvoller Präparate und irrationaler, d.h. medizinisch unsinniger oder ungeeigneter Arzneimittel stehen bei der BUKO Pharma-Kampagne zur Verfügung (enthalten in der Unterrichtsmappe „Kranke Welt – kranke Kinder“).

5. Stunde: Arzneimittelwerbung und Ethik am Beispiel von Aspirin

Die hier hier ausgearbeitete und weiter unten vorgestellte Unterrichtsstunde schließt sich als letzte Stunde dieser Reihe an.

...in ein Projekt

Daneben bietet sich auch ein fächerübergreifender oder fächerverbindender Unterricht, etwa als Klassenprojekt, an. Hier kann ein konkretes Thema, nämlich Arzneimittelwerbung, in mehreren Fächern bearbeitet werden. Es berührt nicht nur die nahe liegenden naturwissenschaftlichen Fächer Biologie, Chemie und Physik, sondern auch die gesellschaftswissenschaftlichen Fächer Politik und Geografie. Die Medizin hat eben nicht nur etwas mit der Natur des Menschen zu tun, sondern auch mit seiner Kultur, mit verschiedenen Bewertungen und Verbreitungen von bestimmten Krankheiten. Daraus ergibt sich auch der Bezug zu den Fächern Deutsch, Religion und Kunst, in denen es oft um soziale Kommunikation und Ethik geht.

Deutsch

Werbung kann besser verstanden werden, wenn ihre RezipientInnen sie selbst umgestalten. Dies kann zum einen durch einen neuen Text geschehen und zum anderen durch eine Szene. Ein Text wird auf zwei Arten umgestaltet, entweder durch Information statt Werbung („Erkältet? Geht von selbst wieder weg!“) oder durch negative statt positive Werbung („Nehmen Sie dies. Dann sterben sie eher.“). Eine Szene stellt eine Aussage spielerisch dar, die entweder einfach aus der Werbebotschaft übernommen wird, um die Problemsituation nachzuvollziehen sowie die spielerischen Fertigkeiten zu üben, oder die verändert und umgestaltet wird, um eigene Erfahrungen und Haltungen zu verarbeiten. Als Vorlage für kurze Theaterszenen existieren Texte der Straßentheatergruppe „Schluck und weg“ (enthalten in der Unterrichtsmappe „Kranke Welt – kranke Kinder“).

Naturwissenschaften

Bei Medikamenten gilt der Grundsatz: Keine Wirkung ohne Nebenwirkung. Die Nebenwirkung kann sogar zur unbeabsichtigten oder beabsichtigten Hauptwirkung werden. Ein Fall von Missbrauch nicht durch den/die KonsumentIn, sondern durch den/die ProduzentIn liegt vor, wenn fragwürdige Nahrungsergänzungsmittel als Arzneimittel mit spezieller Heilwirkung

beworben und vertrieben werden. Hier besteht die Täuschung in der fehlenden erwarteten Wirkung des Mittels selbst. Bekannt und gefährlich sind besonders Dr. Rath's Vitaminpräparate als angebliche Allheilmittel gegen Krebs, AIDS u.a. Zivilisationskrankheiten. Hier stehen Arbeitsblätter zur Unterscheidung von Medikamenten und Nahrungsergänzungsmitteln zur Verfügung (enthalten in der Unterrichtsmappe „Kranke Welt – kranke Kinder“).

Gesellschaftslehre

Arzneimittelwerbung hat nicht nur einen kommunikativen, sondern auch einen ökonomischen und juristischen Aspekt. Welche Inhalte müssen, welche dürfen in dieser Werbung vorkommen? Wie entscheiden sich KonsumentInnen von Medikamenten für ein Produkt und wie wird diese Entscheidung beeinflusst? Hier stehen ebenfalls Arbeitsblätter als Unterrichtshilfe zur Verfügung (enthalten in der Unterrichtsmappe „Kranke Welt – kranke Kinder“). Die Klasse kann eine Exkursion zu einer Apotheke unternehmen, deren Produktpalette untersuchen, deren Umsatz- und Gewinnstrategie erfragen und auch potenzielle ökonomisch-ethische Konflikte ansprechen wie den Verkauf irrationaler Medikamente.

Religion

Der Umgang mit Krankheit und der Gebrauch von Arzneimitteln haben aber auch einen individuellen ethischen Aspekt. Krankheit kann entweder nur als Störung oder auch als Warnung und Begleitung angesehen werden: So können Leid, Krankheit und Schmerz als Notwendigkeit angenommen oder als Übel nicht wahrgenommen, verdrängt und unterdrückt werden. Stresssituationen, Konsumorientierung, Fortschrittsglaube und Machbarkeitswahn führen zu der Haltung: Gegen eine Krankheit gibt es immer eine Behandlung durch Medikamente. Andere Problemlösungen wie eine nichtmedikamentöse Behandlungsform, liebevolle Pflege oder ein gesunder Lebensstil werden zunehmend verdrängt oder ignoriert. Als Einstieg können Fotos oder Texte aus Massenmedien dienen, die die Thematik betreffen. Zur Erarbeitung bietet sich ein zunächst offenes, sodann stärker gelenktes Unterrichtsgespräch an.

Kunst

Die Werbung stellt einen weiteren wichtigen Anwendungsbereich der künstlerischen Gestaltung dar. Die Grafik einer (überdimensionalen) Medikamentenschachtel bietet hier wegen ihrer Dreidimensionalität und ihrer Rationalität eine besondere Herausforderung. Damit die SchülerInnen sich auch kritisch mit dem Inhalt auseinandersetzen, wird vorgeschlagen, die Werbeaussage zu verfremden – entweder zu einer realistischen Information oder zu einer negativen Botschaft. Zum üblichen Verfahren der Farbstiftzeichnung kommt das Messen, Schneiden, Falzen und Kleben der Pappe zu einer Schachtel hinzu.

Ziele der Stunde

Ziele der Reihe bzw. des Projekts:

Die Schülerinnen und Schüler sollen komplexe Problemfelder kennen lernen und grundlegende Zusammenhänge des Themas Gesundheit und Krankheit in der Einen Welt verstehen lernen. Darüber hinaus sollen junge Menschen ihre eigene Teilhabe erkennen, ihre eigenen krank oder gesund machenden Verhaltensweisen wie Ernährung, Zigaretten- oder Medikamentenkonsum hinterfragen. Schließlich geht es darum, Handlungsansätze aufzuzeigen, wie im persönlichen Leben oder im gesellschaftlichen Umfeld krank machende Bedingungen beeinflusst und gegebenenfalls sogar verändert werden können.

Grobziel:

Die SchülerInnen sollen den potenziellen Konflikt zwischen dem ethischen Prinzip der Gesundheitsversorgung und dem ökonomischen Prinzip des Gewinnstrebens verstehen.

Feinziele:

- Die SchülerInnen sollen das Menschenrecht der Gesundheitsversorgung als ethisches Prinzip in der Politik beurteilen können.
- Die SchülerInnen sollen Werbung für Arzneimittel als ökonomische Handlung und als appellativen Text auf Absicht und Folge hinterfragen können.
- Die SchülerInnen sollen Gebrauchsanweisungen für Arzneimittel als informierende Texte verstehen und mit Werbung als appellativen Texten vergleichen und beurteilen können.
- Die SchülerInnen sollen den Kauf von Arzneimitteln als eigene ökonomische Handlung reflektieren können.

Lehrer-Information

Das Reye-Syndrom

Das Reye-Syndrom erscheint nie alleine. Eine Erkältung, Grippe oder andere Virusinfektion geht ihm immer voraus.

Plötzlich wird aus dem einfachen Schnupfen oder Husten eine sehr schwere Krankheit. Zuerst müssen die Kranken sich nur erbrechen (Stadium 1). Doch dann wissen sie nicht mehr, wo sie sind, verlieren die Orientierung (Stadium 2) und schließlich auch das Bewusstsein (Stadium 3). Weiter bekommen sie Krämpfe und Erstarrungen (Stadium 4). Am Ende steigt der Blutdruck besonders stark an (Stadium 5).

Schon in den 1960er Jahren wurde entdeckt, dass manche Kinder, die an einer Virusinfektion erkrankt waren (Erkältung, Grippe, Windpocken) nach einiger Zeit plötzlich gefährliche Gehirnschäden und Leberverfettung entwickelten. 20-30 % der betroffenen Kinder starben. Vor etwa 20 Jahren konnte nachgewiesen werden, dass Acetylsalicylsäure – das die Kinder zur Linderung ihrer Symptome eingenommen hatten – ein Auslöser für dieses so genannte Reye-Syndrom ist. Besonders Kinder und Jugendliche bis ungefähr 12 oder 14 Jahre sind häufig betroffen, Erwachsene dagegen sehr selten.

Das Reye-Syndrom kann zwar z.B. durch Infusionen und Transfusionen behandelt, doch nicht völlig geheilt werden. ExpertInnen warnen deshalb davor, Kindern Aspirin® zu verabreichen. Als Kinder-Arznei wurde es in Deutschland vom Markt genommen. Stattdessen sollen Eltern auf sichere Schmerz- und Fiebermittel wie Paracetamol und Ibuprofen ausweichen.

Quellen: Rote Liste 2006. Arzneimittelverzeichnis für Deutschland; Pschyrembel Klinisches Wörterbuch. 260. Aufl. 2004

Hinweis: Website von Aspirin® Deutschland: <http://www.aspirin.de> und hier speziell zur Produkthistorie: <http://www.aspirin.de/produkte/produkthistorie.html> (sehr lesenswert unter werbeanalytischen Aspekten); Website von Bayer Brasilien: <http://www.bayer.com.br> und hier speziell zu Aspirina infantil®: <http://www.bayer.com.br/ContentCC/produtos.nsf/DocsBySubject/2F8EF985EDD8DC0F03256B6B005D2CFA?OpenDocument>

Die Firma Bayer vermarktet Aspirina infantil® nach wie vor in Brasilien und vielen Ländern Lateinamerikas. Zwar findet sich auf der Produkt-Website inzwischen der Warnhinweis, dass bei grippeähnlichen Symptomen vor Einnahme des Medikamentes durch Kinder ein Arzt konsultiert werden sollte. Das Arzneimittel wird aber immer noch gezielt als Schmerz- und Fiebermittel für Kinder beworben. Der zugehörige Werbeslogan lautet: Aspirina infantil®. Lebe jeden Moment. Ohne Schmerz.

Mögliches Tafelbild

„Bayer Aspirin®“		
	gegen was?	für wen?
Werbung:	gegen Erkältung?	für Kinder?
Gebrauchs-anweisung:	nur gegen Schmerzen und Fieber!	nur für Erwachsene!

Unterrichtsstunde - Verlaufsplan

Phase	Geplantes Lehrer-Verhalten	Erwartetes Schüler-Verhalten	Interaktionsform	Medium
Einstieg	zeigt Namen „Bayer Aspirin®“	äußern Spontanreaktionen (z.B. ,gegen Schmerzen und/oder Erkältung, für Erwachsene und/oder Kinder...‘)	Lehrer-Impuls Schüler-Beiträge	Projektor
	initiiert Problematisierung (,welche Frage stellen?’)	schlagen Fragestellung vor (z.B. ,gegen was und für wen genau?’)	gelenktes Unterrichts- Gespräch	Tafel
	initiiert Strukturierung (,wie Frage beantworten?’)	schlagen Vorgehensweise vor (z.B. ,Text lesen...‘)		
Erarbeitung	zeigt Werbung „Bayer Aspirin®“ (aus Deutschland und Brasilien), verteilt Blatt (Tricks der Arzneimittelwerbung), stellt Aufgaben (Fragen möglichst beantworten)	bearbeiten Aufgaben, präsentieren Resultate, stellen Rückfragen (Wirkstoff?, Risiko?)	Lehrer-Impuls arbeitsteilige Gruppen- Arbeit Schüler-Beiträge	Projektor Arbeits-Blatt Heft Tafel
	verteilt Blatt (Gebrauchsanweisung), stellt Aufgaben (Fragen vollständig beantworten)	lesen, bearbeiten Aufgaben, präsentieren Resultate, (,gegen Erkältung?, für Kinder?’) stellen Rückfragen (,Reye-Syndrom?’)	Lehrer-Impuls	Arbeits-Blatt
	trägt Erklärung vor (,Reye-Syndrom’)	schlagen Schlussfolgerung vor (z.B. ,immer Gebrauchsanweisung vor Gebrauch lesen’)	Einzel-Arbeit arbeitsteilige Gruppen- Arbeit Schüler-Beiträge Lehrer-Impuls	Heft Tafel
Sicherung	initiiert Bewertung		gelenktes Unterrichts- Gespräch	



Nehmen Sie dies.

Dann bekommen Sie das.

Wenn Sie Aspirina Infantil kaufen, dann erhält Ihr Kind ‚Die Abenteuer des Thermometerchens‘

Brasilien 1996

Tricks der Arzneimittelwerbung

Suche in Zeitungen, Zeitschriften oder Illustrierten nach Arzneimittelwerbung. Wähle eine Anzeige aus, die dich besonders anspricht und schau sie dir genauer an. Versuche folgende Fragen zu beantworten:

1. Beschreibe das Aussehen der Anzeige! Beinhaltet sie ein Foto oder Bild? Wie werden die Bildelemente eingesetzt, welche Informationen vermitteln sie? Wie groß ist der Textanteil, was sagt er aus? Welche Farben werden verwendet? Was springt dir besonders ins Auge?
2. Welches Medikament preist die Anzeige an?
3. Welchen Wirkstoff enthält das Mittel?
4. Welche Versprechungen macht die Werbung?
5. Welche Attribute werden dem Arzneimittel zugeschrieben (zuverlässig, natürlich usw.)?
6. Wird etwas darüber ausgesagt, wann die Wirkung des Mittels eintritt?
7. Werden Risiken des Mittels erwähnt?
8. Werden alternative Behandlungsmethoden erwähnt? Wenn ja, in welcher Weise?
9. Welche Gefühle spricht die Anzeige an?
10. Spricht die Anzeige gesellschaftliche Ideale an, greift sie Stereotypen oder Merkmale des heutigen Zeitgeistes auf?
11. Mit welchen Tricks arbeitet die Werbeanzeige (Vorher-Nachher-Vergleich; Zitate von angeblich seriösen Experten; persönliche Erfahrungsberichte oder sonstige)?
12. Welche Absichten stecken hinter der Anzeige? Was will diese Werbung erreichen?
13. Was könnten PatientInnen tun, um die Werbetricks zu entlarven? Was würdest du tun, um dir zu diesem Medikament ein möglichst ausgewogenes Urteil bilden zu können?



Gegen jedes Wehwehchen eine Pille?
Foto: Jörg Schaaber

GEBRAUCHSANWEISUNG*„BAYER ASPIRIN® PLUS C“**Wirkstoff:*

Acetylsalicylsäure

Zusammensetzung:

1 Brausetablette Aspirin plus C enthält:

Wirkstoff:

400 mg Acetylsalicylsäure, 240 mg Ascorbinsäure (Vitamin C);

Sonstige Bestandteile:

Natriumhydrogencitrat.

*Anwendungsgebiete:*leichte bis mäßig starke Schmerzen;
Fieber, auch bei Erkältungskrankheiten.*Gegenanzeigen:*

[...]

Aspirin plus C sollte jedoch bei Kindern und Jugendlichen mit fieberhaften Erkrankungen nur auf ärztliche Anweisung und nur dann angewendet werden, wenn andere Maßnahmen nicht wirken. Sollte es bei diesen Erkrankungen zu langanhaltendem Erbrechen kommen, so kann dies ein Zeichen des Reye-Syndroms, einer sehr seltenen, aber häufig lebensbedrohlichen Krankheit sein, die unbedingt sofortiger ärztlicher Behandlung bedarf.

Wird während längerer Anwendung von Aspirin plus C eine Schwangerschaft festgestellt, so ist der Arzt zu benachrichtigen. Bei regelmäßiger Anwendung höherer Dosen sollte ein frühzeitiges Abstillen erwogen werden. Aspirin plus C sollte längere Zeit oder in höheren Dosen nicht ohne Befragen des Arztes angewandt werden. Schwindel und Ohrenklingen können besonders bei Kindern und älteren Patienten Symptome einer Überdosierung sein. In diesen Fällen ist der Arzt zu benachrichtigen.

[...]