

Reseptilääkkeitä markkinoidaan laittomasti kuluttajille

Lääkeyritykset käyttävät tunnepohjaista lähestymistapaa, pelottelevat sairauksilla ja ominaisuuksilla sekä ylidramatisoivat niitä ja niiden vaikutuksia. Yritykset myös saattavat kansalaiset turhaan ahdistuneiksi omasta terveydestään ja jatkuvaan itsensä testaamiskierteeseen sekä kehottavat hakeutumaan tarpeettomasti hoitoon.

Markkinoinnissa tarjotaan tietoa valikoivasti ja harhaanjohtavasti. Kansalaisten tietämättömyyttä käytetään hyväksi. Terveystilaa mittaavien testien rajat ovat mielivaltaisia. Markkinointikanavia ovat esimerkiksi internetsivut ja yleisötilaisuudet. Nettisivuista ei aina käy ilmi niiden takana oleva kaupallinen taho ja sivuja on lukuisia muita kuin sairauden nimisiä. Internet-sivuilta löytyy linkkejä lääkäreiden yksityisvastaanoitoille. Yleisötilaisuuksiin lähetetään kutsukirjeitä kotiin väestökisteristä poimittujen tietojen pohjalta. Niissä luennoivat maksetut asiantuntijat, jotka antavat haastatteluja myös eri medioille. Markkinointimateriaalin voi tilata myös kotiin. Reseptin saaneille tarkoitettuja potilasohjeita ja markkinointilehtisiä on tarjolla myös esimerkiksi lääkärien odotustiloissa.

Markkinointi keskittyy kalliisiin ja pitkäaikaiseen käyttöön tarkoitettuihin lääkkeisiin, joita käytetään epäselvissä tiloissa sairauden ja terveyden välimaastossa. Myös uusia lääkkeitä markkinoidaan, vaikka ei tiedetä, onko niiden pitkäaikainen käyttö turvallista. Vanhoista hyvistä lääkkeistä ei tarjota tietoa, vaikka uudet lääkkeet eivät aina ole parempia. Markkinoinnissa pyritään saamaan ensin lääkärit vakuuttuneiksi tilasta, jota tulisi lääkitä. Seuraavaksi vuorossa ovat potentiaaliset potilaat tai sitten molempia kohderyhmiä lähestytään yhtä aikaa.

Lääkeyritykset saavat tiedottaa toimivaltaisen viranomaisen hyväksymästä rokotuskampanjasta väestölle. Sellainen on myönnetty A-hepatiittikampanjaan, joka on virallisesti päättynyt. Silti markkinointia jatketaan. Myös muita rokotteita markkinoidaan kansalaisille. Ennen näkemättömässä mittakaavassa on esillä papilloomavirusrokotteen (HPV) markkinointi. Yritykset pyrkivät saamaan kuluttajia vaatimaan 450 euroa maksavaa rokotetta rokoteohjelmaan tai sairausvakuutusjärjestelmän korvattavaksi. Markkinoinnissa liioitellaan



Tiedote
18.3.2008

syöpävaaraa ja rokotteen antamaa suojaa sekä viestitään syövän ehkäisystä, vaikka tästä ei ole riittävästi tieteellistä näyttöä.

Lääkeyritykset käyttävät rahaa enemmän markkinointiin kuin lääkkeiden tutkimus- ja kehitystyöhön. Erityisesti kansalaisille suunnattu markkinointi kasvaa, koska se tuottaa taloudellista voittoa yrityksille ja sijoittajille enemmän kuin perinteinen lääkäreille markkinointi. Reseptilääkkeiden markkinointi kuluttajille on kuitenkin Suomessa lain mukaan kielletty.

Hyviä riippumattomia terveys-, sairaus- ja lääketiedon internet-sivuja ovat esimerkiksi kansalaisten terveyskirjasto www.terveyskirjasto.fi ja Kansanterveyslaitoksen rokottamista koskevat sivustot http://www.ktl.fi/portal/suomi/tietoa_terveydesta/rokottaminen/ ja http://www.ktl.fi/portal/suomi/terveyden_ammattilaisille/rokottaminen/

Suomen Kuluttajaliitto on julkaissut www-sivuillaan kansainvälisen kuluttajaoikeuksien päivän 'Reseptilääkkeiden markkinointi kansalaisille – kaipaavatko nykykäytännöt tarkennusta?' - [seminaarin esitykset](#).

Lue lisää seminaarista myös:

[Iltalehti](#)

[Taloussanomien](#)