

Rezeptpflicht für Johanniskraut - ein Aprilscherz?

Berlin (bb) - Zum 1. April 2009 hat das Bundesgesundheitsministerium (BMG) erstmals ein neues Konzept von Staatsfürsorge vorgestellt, bei dem der Staat ohne entsprechenden verfassungsrechtlichen Auftrag seinen Bürgern eine medikamentöse Selbstbehandlung verweigert, damit diese sich medizinischen Standardprozeduren unterwerfen. Die Konzeption schlägt sich modellhaft in der am 1.4.2009 in Kraft getretenen „5. Verordnung zur Änderung der Arzneimittelverschreibungsverordnung“ nieder. Dort wird geregelt, dass bislang rezeptfreie Arzneimittel aus Johanniskraut (*Hypericum perforatum*), die als Arzneimittel zur Behandlung „mittelschwerer depressiver Episoden“ zugelassen sind, nur noch gegen Rezept abgegeben werden dürfen.



Zur Begründung der Verschreibungspflicht führt das BMG jedoch nicht - wie weltweit üblich - substanzbedingte Risiken an, zum Beispiel unerwünschte Nebenwirkungen, Einnahmekomplikationen oder toxische Wirkstoff-Gefahren. Vielmehr soll die Behandlung einer mittelschweren Depression deshalb nicht mittels Selbstmedikation erfolgen, so das Ministerium, weil eine „medizinisch sachgerechte Therapie von Depressionen mit Arzneimitteln dazu beitrage, Suizide zu verhindern“. Mit der Johanniskraut-Rezeptpflicht soll also die putative Selbstmordgefahr von Menschen mit mittelschwerer Depression abgewendet werden.

Die komplexe Argumentation und potentielle Konsequenzen dieses - aus früheren, eigentlich überwundenen Staatsmodellen bekannten - Fürsorge-Modells wird an einem fiktiven Beispiel deutlich: „Apotheken dürfen ab 1.4.2xxx keine Verbands-Pflaster mehr verkaufen. Kunden könnten nämlich mit solchen Pflastern Wunden behandeln, aus denen sich eine lebensbedrohliche Blutvergiftung („Sepsis“) entwickelt. Da solche Wunden aber ärztlich versorgt werden sollten, um das Sepsis-Sterberisiko zu senken, wird der freie Pflasterverkauf untersagt.“

Kommentar Heilpflanzen-Welt.de: Wem auch immer solche sozialistische Volksbeglückungspolitik (die Gesundheitsministerin Ulla Schmidt war vor ihrer SPD-Mitgliedschaft Führungskader des maoistisch ausgerichteten Kommunistischen Bund Westdeutschlands) dienen mag - der Integration der Heilpflanzen-Anwendung in die moderne Medizin nützt sie jedenfalls nicht. Heilpflanzen-Welt.de fordert deshalb die Gesundheitspolitiker auf, die Verschreibungspflicht wieder an international gültigen Standards zu orientieren, die phytotherapeutische Behandlung als integralen Bestandteil der modernen Arzneimitteltherapie angemessen über die Kostenträger zu erstatten und die Wahlfreiheit bei Therapieverfahren wieder herzustellen.

Heilpflanzen-Welt.de ist das größte deutschsprachige Internet-Angebot zu Heilpflanzen und Komplementärmedizin. Das Spektrum der Informationen reicht von wissenschaftlichen Neuigkeiten oder fundierte Beratungstexten über Heilpflanzen-Monographien oder professionelle Pflanzenfotos bis hin zu zahlreichen online publizierten unverzichtbaren Grundlagenwerken der Naturheilkunde. Das reichweitenstarke Portal erreicht neben allgemein an Naturheilkunde und Heilpflanzen interessierten Besucherinnen und Besucher auch viele Health Professionals aus allen Bereichen der Komplementärmedizin.

Über multiMEDvision GbR:

multi MED vision (mMv) - die Berliner Medizinredaktion - ist ein Pressebüro mit den Themenschwerpunkten Medizin & Gesundheit, Komplementärmedizin, Medical Wellness, Zahnmedizin, Veterinärmedizin, Ernährung und IT im Gesundheitswesen. Das mMv-Team besteht aus Fachmedizin-Journalisten, Mediziner, Fotografen, Grafikern, Kommunikationsexperten, Multimedia- und Internetspezialisten. mMv liefert als Internet-Fullservice-Agentur zudem alles für qualifizierte, erfolgreiche Internet-Auftritte Notwendige aus einer Hand - vom Konzept, über Design, Texte oder Abbildungen bis hin zur Programmierung und Realisierung kompletter Web-Auftritte. mMv kümmert sich auch um die on- und offline Web-Promotion, macht also Websites bekannt und generiert so Besucher. Exklusiv bietet mMv (entsprechend der medizinischen Großverlage) auch anwendungssichere Technologien zur Suchmaschinen-Optimierung oder Techniken der Geolokalisierung an. Die Kunden: Fach- und Publikumsmedien, Institutionen des Gesundheitswesens, Forschungseinrichtungen, pharmazeutische und medizintechnische Hersteller.