

Pharmakonzerne, Gewinnmaximierung und Gesundheit

Christian Kreiß

Fragestellung

Börsennotierte Konzerne können nur dann überleben, wenn sie ständig hohe, am besten steigende Gewinne erwirtschaften. Wenn die Gewinne sinken, sinkt der Aktienkurs. Dann droht eine Unternehmensübernahme oder eine Sanierung über Personalabbau, Kostenreduzierung usw. Sinkende oder gar ausbleibende Gewinne bedrohen die Existenz börsennotierter Unternehmen. Die Existenzberechtigung börsennotierter Konzerne besteht im Erwirtschaften ständiger hoher und auf Dauer steigender Gewinne.

Das gilt auch für börsennotierte Pharmakonzerne. Sie müssen alles tun, um ihre Gewinne zu maximieren. Was wäre also das Schlimmste, was gewinnmaximierenden Pharmakonzerne passieren könnte? Von Natur aus gesunde Menschen mit natürlicher Immunität ohne Angst.

Die Halbjahreszahlen von Pfizer

Am 28.7.2022 veröffentlichte Pfizer die Zahlen für das zweite Quartal 2022.¹ Die Zahlen von Pfizer sind besonders interessant, weil der US-Pharmakonzern den Covid-Impfstoff Comirnaty zusammen mit BioNTech entwickelte² und den Impfstoff vertreibt. Comirnaty bzw. die Covid-Impfung von BioNTech/ Pfizer ist der am häufigsten verwendete Impfstoff in Deutschland: Bis Ende Mai 2022 wurden laut Statista in Deutschland offiziell insgesamt etwa 180 Millionen „Impfungen gegen das Coronavirus (COVID-19)“ durchgeführt. Davon waren 132,6 Millionen von BioNTech/ Pfizer, also etwa 74 Prozent.³ Die Bruttogewinnmarge wird zwischen den beiden Impfstoffherstellern 50/50 geteilt.⁴

Pfizer erwirtschaftete im ersten Halbjahr 2022 bei einem Umsatz von 53,4 Milliarden US-Dollar (plus 60 Prozent gegenüber dem ersten Halbjahr 2021) einen Vorsteuergewinn von 20,5 Milliarden Dollar (+62%). Nach Steuern betrug der Gewinn 17,8 Milliarden (+70%). Impfstoffe, im Wesentlichen Comirnaty, machten 25,3 Milliarden bzw. 47 Prozent des Umsatzes aus. Also knapp die Hälfte des Umsatzes von Pfizer kommt momentan aus den Covid-Impfungen. Im Gesamtjahr sollen mehr als 50 Prozent des Konzernumsatzes aus Covid-Bekämpfungsmitteln stammen (32 Prozent Comirnaty und 22 Prozent das Medikament Paxlovid).⁵ Für Marketing, Vertrieb und Verwaltung⁶ gab Pfizer im ersten Halbjahr 5,6 Milliarden aus, für Forschung und Entwicklung 5,1 Milliarden.⁷

Patienten- versus Aktionärsinteressen

¹ https://s28.q4cdn.com/781576035/files/doc_financials/2022/q2/Q2-2022-PFE-Earnings-Release.pdf (Pfizer Quartalsbericht Juli 2022)

² <https://www.zusammengegencorona.de/impfen/impfstoffe-gegen-covid-19-comirnaty-r-von-biontech-pfizer/> 29.4.2022

³ <https://de.statista.com/statistik/daten/studie/1197550/umfrage/impfungen-gegen-das-coronavirus-nach-hersteller/>, eigene Berechnung

⁴ Pfizer Quartalsbericht Juli 2022, S.7

⁵ https://s28.q4cdn.com/781576035/files/doc_financials/2022/q2/Q2-2022-PFE-Earnings-Release.pdf, S.3f: Guidance für 2022

⁶ Selling, informational and administrative expenses:

https://www.pfizer.com/sites/default/files/investors/financial_reports/annual_reports/2019/our-performance/financial-guidance/index.html

⁷ https://s28.q4cdn.com/781576035/files/doc_financials/2022/q2/Q2-2022-PFE-Earnings-Release.pdf, S.21

Die Unternehmensmission von Pfizer ist nach eigener Aussage „to bring value to our patients and shareholders“.⁸ So sollte man meinen, dass Forschungs- und Entwicklungsausgaben für neue Präparate eine stark dominierende Rolle spielen. Denn nur aus F&E-Ausgaben heute können sinnvolle künftige Präparate entstehen. Das trifft aber interessanterweise nicht zu. In den ersten 6 Monaten 2022 machten die F&E-Ausgaben weniger als 10 Prozent vom Umsatz aus (9,6 Prozent). Für das Gesamtjahr sind knapp 12 Milliarden F&E vorgesehen. Das soll knapp 12 Prozent vom Umsatz entsprechen. Der Jahresüberschuss (Gewinn nach Steuern) war im ersten Halbjahr dreieinhalb Mal so hoch wie F&E. Für das gesamte Jahr schätzt Pfizer den Jahresüberschuss laut guideline auf 35 Milliarden oder 35 Prozent vom Umsatz. Das ist der bei weitem höchste Gewinn, den Pfizer jemals gemacht hat.

Von solchen Gewinnen und insbesondere von solchen Gewinnspannen (Nachsteuergewinn 35 Prozent vom Umsatz) können andere Unternehmen nur träumen. Die Covid-Impfpräparate, auf die der Umsatz- und Gewinnsprung 2021 und 2022 im Wesentlichen zurückgeht, scheinen äußerst lukrativ zu sein. Das zeigt auch der Aktienkurs von Pfizer, der 2021, als die Impfungen hochliefen, einen ziemlichen Jubelsprung gemacht hat.⁹ In diesem Zusammenhang könnte man die Frage stellen, wer welche Preise für welches Impfpräparat mit welchen Argumenten festlegt. Jedenfalls scheinen Pfizer/ BioNTech bei diesen Verhandlungen nicht den Kürzeren zu ziehen.

Bei der Unternehmens-Mission „Wert zu schaffen für Patienten und Aktionäre“ haben die Aktionäre im ersten Halbjahr offenbar die deutlich besseren Karten gezogen als die Patienten. Das war auch in den letzten fünf Jahren bis 2017 so. Die Gewinne waren immer erheblich höher als die F&E-Investitionen.¹⁰ Die Aktionäre scheinen dem Unternehmen deutlich mehr am Herzen zu liegen als die Patienten.

Das sieht man auch an anderen Zahlen. Im ersten Halbjahr hat Pfizer 4,5 Milliarden Dollar Dividenden ausbezahlt sowie 2 Milliarden Dollar für Aktienrückkäufe aufgewendet.¹¹ Die Aktionäre bekamen netto also 6,5 Milliarden Dollar ausgeschüttet. Das ist deutlich mehr als die gesamten Forschungs- und Entwicklungsausgaben (5,1 Milliarden Dollar) in diesem Zeitraum betragen.

Mehr Werbung oder mehr Forschung?

Auch für Marketing, Vertrieb und Verwaltung gibt Pfizer mehr Geld aus als für die Erforschung neuer Medikamente. Das war in der Regel auch in den letzten fünf Jahren so.¹² Leider wird in den Zahlen nicht ausgewiesen, wieviel tatsächlich für Werbung und Vertrieb ausgegeben wird. Ein Blick in die Geschichte zeigt, dass es der größte Anteil des Postens sein dürfte.¹³

⁸ Pfizer Quartalsbericht Juli 2022, S.1

⁹ <https://tradingeconomics.com/pfe:us>

¹⁰ https://s28.q4cdn.com/781576035/files/doc_financials/2018/AR/2018-Financial-Report.pdf sowie Pfizer Annual Report 2020

¹¹ Ebd. S.5

¹² Vgl. Pfizer Annual Report 2020 und 2018. Einzige Ausnahme 2021, als der F&E-Aufwand 13,8 Milliarden betrug und SI&A 12,7 Milliarden (Pfizer Annual Report 2021)

¹³ Ein Blick in die Geschichte zeigt, dass die Ausgaben für Marketing und Vertrieb in der Vergangenheit in der Pharmabranche praktisch immer erheblich höher waren als die Ausgaben für F&E, vgl. Angell, Marcia: Der Pharma Bluff. Wie innovativ die Pillenindustrie wirklich ist, KomPart: Bad Homburg 2005, S. 68, vgl. oder auch Goldacre, Ben: Die Pharma-Lüge. Wie Arzneimittelkonzerne Ärzte irreführen und Patienten schädigen, Kiepenheuer & Witsch: Köln 2013, S.349

Gewinn oder Gesundheit?

Diese Zahlen führen zu der grundlegenden Frage nach dem Interessenkonflikt bei Pharmaunternehmen zwischen Gewinnstreben und Gesundheit. Was geschieht, wenn Pharmakonzerne zwischen Gewinn und Gesundheit wählen müssen? Werfen wir dazu einen Blick in die jüngere Wirtschaftsgeschichte.

Ein gewisses Aufsehen erregte der Fall „Paroxetin“ von GlaxoSmithKline (GSK) ab 2004. GSK wusste durch interne Studien, dass Paroxetin keinen Nutzen bei der Behandlung von Depressionen bei Kindern erbringt. In einem internen Dokument von GSK heißt es: „Es wäre wirtschaftlich inakzeptabel, einen Vermerk über die Unwirksamkeit aufzunehmen, denn das würde das Profil von Paroxetin unterminieren.“¹⁴ Umgangssprachlich ausgedrückt: Ein Hinweis auf die Wirkungslosigkeit des Medikaments würde die Umsätze – zu Recht – einbrechen lassen. Denn wer gibt seinem Kind schon ein Medikament, von dem der Hersteller selbst sagt, dass es wirkungslos ist? Dennoch wurde Paroxetin allein in Großbritannien ein Jahr nach diesem internen Memo 32000 Mal an Kinder verschrieben. Auch in insgesamt neun weiteren Studien in den Folgejahren konnte durch GSK keine Wirksamkeit des Medikaments bei Kindern festgestellt werden.¹⁵

Doch nicht nur, dass Paroxetin keine Wirkung bei der Behandlung von Depressionen hatte, es hatte besorgniserregende Nebenwirkungen, insbesondere eine Erhöhung der Suizidgefahr, was GSK durch interne Studien wusste, jedoch nicht nach außen mitteilte: „Bei GSK wusste man, dass das Medikament Kindern verschrieben wurde, und man kannte das Risiko, hatte sich jedoch entschieden, diese Information nicht weiterzugeben.“¹⁶

Peter Göttsche berichtete Ähnliches zu dem Medikament Celecoxib von Pfizer, das seiner Ansicht nach erheblich mehr Schaden als Nutzen stiftete und seiner Einschätzung nach viele Leben kostete. So schrieb er in seinem 2013 erschienen umfangreichen Buch: „Pfizer fuhr damit fort, sein Produkt zu schützen Anstatt das Leben der Patienten.“¹⁷

Paroxetin und Celecoxib waren sicherlich besonders schlimme Fälle. Allerdings kommen viele unabhängige Forscher, die sich mit der Gesundheitsbranche beschäftigen zu dem Ergebnis, dass Gewinne in der Regel für die Pharmakonzerne das Wichtigste sind und dass man (fast) alles tut, um die Gewinne zu maximieren.

Gewinne und Pharmaforschung

So schrieb Marcia Angell bereits in ihrem 2004 erschienenen Buch *The Truth About the Drug Companies. How They Deceive Us and What to Do About It*: „Ich wurde Zeuge, wie die Unternehmen im Laufe der Zeit über die Durchführung der Forschung eine Kontrolle gewannen, die am Anfang, als ich neu bei der Zeitschrift war, unerhört gewesen wäre. Immer bestand das Ziel eindeutig darin, die Karten so zu zinken, dass die Produkte des Unternehmens gut aussahen. [...] Dies führte unter anderem zu einer immer industriefreundlicheren Ausrichtung in der medizinischen Forschung – also gerade da, wo eine solche Ausrichtung nichts zu suchen hat.“¹⁸

¹⁴ Goldacre a.a.O., S. 89.

¹⁵ Goldacre a.a.O., S. 89.

¹⁶ Goldacre a.a.O., S. 91.

¹⁷ Göttsche, Peter C.: *Tödliche Medizin und organisierte Kriminalität. Wie die Pharmaindustrie das Gesundheitswesen korrumpiert*, Riva: München 2014, S. 258.

¹⁸ Angell a.a.O., S. 29 und S. 35.

Sie fährt fort: „Deshalb werden klinische Prüfungen heute von der Pharmaindustrie geplant und von Wissenschaftlern eigentlich nur noch als reine Auftragsarbeit ausgeführt. Dabei ist es gleichgültig, ob die Prüfungen an Lehrkrankenhäusern oder in Arztpraxen stattfinden. Das finanzierende Unternehmen behält die Daten für sich, und bei Studien, an denen mehrere Einrichtungen beteiligt sind, bekommen unter Umständen nicht einmal die Wissenschaftler selbst alle Daten zu sehen.“¹⁹ Ein Fachausdruck dafür ist Publikations-Bias, also einseitige Veröffentlichung von gewinnfördernden Studien.

Marcia Angell ist nicht unbekannt. Sie war bis zum Jahr 2000 Chefredakteurin des New England Journal of Medicine, einer der bedeutendsten medizinischen Fachzeitschrift der Welt, wo sie 20 Jahre arbeitete.

Zu einem ähnlichen Ergebnis kommt der britische Arzt Ben Goldacre: „Das bedeutet, die Belege, auf denen unsere Entscheidungen in der Medizin basieren, werden systematisch verfälscht, um den Nutzen der verwendeten Medikamente aufzubauschen. [...] Das ist wissenschaftliches Fehlverhalten in großem Stil, auf internationaler Ebene.“²⁰

Gewinne und Marketing

Die Werbeausgaben der Pharmaindustrie sind enorm hoch, in der jüngeren Geschichte waren sie normalerweise weit höher als die Investitionen in Forschung und Entwicklung neuer Medikamente. So kommt Ben Goldacre in seinem 2012 erschienene umfangreichen, gut recherchierten Buch zu dem Ergebnis: „Ein Viertel der Pharmaausgaben fließt ins Marketing, zweimal so viel wie in Forschung und Entwicklung, und das Geld dafür liefern wir über unsere Medikamente. Wir bezahlen für Arzneimittel den enormen Aufschlag von 25%, damit viele Milliarden Euro jährlich für die Herstellung von Materialien ausgegeben werden können, die Ärzte gezielt verwirren und die evidenzbasierte Medizin untergraben.“²¹

Fazit

Der dänischer Medizinforscher Peter Gøtzsche, langjähriger Direktor des Nordic Cochrane Centers sowie Professor für klinisches Forschungsdesign und Analyse an der Universität Kopenhagen kam 2013 zu dem Ergebnis: „Wenn Journalisten mich fragen, was ich von den ethischen Standards der Pharmaindustrie halte, antworte ich oft mit einem Scherz, oder ich sage, ich hätte keine Antwort, weil ich nicht beurteilen könne, was nicht existiert. Der einzige Standard der Branche ist das Geld, und der Wert eines Menschen hängt davon ab, wie viel Geld er einbringt.“²²

Zum Autor:

Prof. Dr. Christian Kreiß, Jahrgang 1962: Studium und Promotion in Volkswirtschaftslehre und Wirtschaftsgeschichte an der LMU München. Neun Jahre Berufstätigkeit als Bankier, davon sieben Jahre als Investment Banker. Seit 2002 Professor für BWL mit Schwerpunkt Investition, Finanzierung und Volkswirtschaftslehre. Autor von sieben Büchern: Gekaufte Wissenschaft (2020); Das Mephisto-Prinzip in unserer Wirtschaft (2019); BWL Blenden Wuchern Lamentieren (2019, zusammen mit Heinz Siebenbrock); Werbung nein danke (2016); Gekaufte Forschung (2015); Geplanter Verschleiß (2014); Profitwahn (2013). Drei Einladungen in den Deutschen Bundestag als unabhängiger Experte (Grüne, Linke, SPD). Zahlreiche Fernseh-, Rundfunk- und Zeitschriften-Interviews, öffentliche Vorträge und Veröffentlichungen. Mitglied bei ver.di und Christen für gerechte Wirtschaftsordnung. Homepage [www.menschengerechtwirtschaft.de](http://www.menschengerechsetwirtschaft.de)

¹⁹ Vgl. Angell a.a.O., S. 115.

²⁰ Goldacre a.a.O., S. 110.

²¹ Goldacre S.349

²² Gøtzsche a.a.O., S. 80f.