

## Aggressives Marketing

# Werbung per Steckbrief

Wie Dr. Matthias Rath seine fragwürdigen Vitaminpräparate als Heilmittel gegen Krebserkrankungen anpreist

**D**ieses Jahr ist die Universitätsklinik Münster ins Visier von Dr. Matthias Rath geraten. Dort muss sich Prof. Heribert Jürgens, Dekan der Fakultät und Direktor der Klinik und Poliklinik für Pädiatrische Hämatologie/Onkologie, gegen öffentliche Angriffe des deutschen Arztes wehren, der von einem Firmensitz in Holland fragwürdige Vitaminpräparate vertreibt.

Weil die Rathschen Produkte häufig so hoch dosiert sind, dass sie in Deutschland nicht als Nahrungsergänzungsmittel verkauft werden dürfen, als Arzneimittel aber keine Zulassung haben, kann sein Unternehmen nicht offen für sie werben; stattdessen vertreibt er sie über ein Netz privater „Berater“. Das Werbeverbot umgeht Rath, indem er regelmäßig auf Vortragsreisen geht. Außerdem verbreitet er seine Thesen in Büchern, Broschüren und auf Internetseiten.

Dieses Jahr verpackte Rath die Ankündigung seiner Vortragstour in wie Steckbriefe wirkende Plakate mit schweren Vorwürfen gegen den Kinderonkologen Jürgens. Zentrales Element der in fast drei Dutzend deutschen Städten eingesetzten Werbekampagne ist eine Strafanzeige, die Rath im Dezember 2003 bei der Staatsanwaltschaft Münster gegen Jürgens erstattet hatte – wegen „versuchten Totschlags“ und „Körperverletzung“. Mit ähnlichen Anzeigen hat Rath schon früher Prominente angegriffen.

## Krebs ist „kein Todesurteil“

Diesmal nutzt Rath das Schicksal eines an einem Osteosarkom erkrankten achtjährigen Jungen namens Dominik. Dessen Heilungsaussichten durch eine Kombination von Operationen und Chemotherapie liegen laut Jürgens bei

etwa 30 bis 40 Prozent. Rath verspricht hingegen öffentlich, dass Krebs „kein Todesurteil“ mehr sei. Davon beeindruckt haben die Eltern des Jungen im Herbst 2003, nach Abbruch einer bis dahin offenbar wirksamen Chemotherapie, eine vorgeschlagene Operation zur Entfernung von Lungenmetastasen abgelehnt. Stattdessen haben sie ihm weiter eine Rathsche „Zellular-Therapie“ verabreicht. „Durch den Verzicht auf die Operation würden die Überlebenschancen des Jungen deutlich reduziert“, sagt Jürgens. Deshalb hatte er beim zuständigen Familiengericht beantragt, den Eltern das Sorgerecht entziehen zu lassen – mit Erfolg.

Die „Steckbriefe“ gegen Jürgens stellen die Angelegenheit jedoch ganz anders dar. Raths Werbestrategie beruht auf einer Verschwörungstheorie: Angeblich organisieren Pharmaindustrie und von ihr bestochene Behörden und Vertreter der Hochschulmedizin einen globalen Pakt gegen Naturheilverfahren, um ihr „Geschäft mit der Krankheit“ betreiben zu können.

Weil Rath in seine Thesen immer wieder Berichte über tatsächliche Pannen und schwarze Schafe der Pharmabranche einstreut, entsteht die für Verschwörungstheorien typische Mischung aus Fakten und Halbwahrheiten. Kennzeichnend ist, wie Jürgens in dieses Konstrukt eingebunden wird. Raths Plakate unterstellen dem Kinderonkologen, dass er durch seine Therapien die Gesundheit des Jungen „vorsätzlich“ schädigen wolle; sogar der Tod des Kindes sei dabei einkalkuliert. Der Plan sei, den Fehlschlag anschließend Rath anzulasten, um ihn strafrechtlich verfolgen und seine Erfolge „zunichte machen“ zu können.

Jürgens reagiert darauf relativ gelassen: „Nur ein kleiner Teil der Leute nimmt Raths Behauptungen ernst.“ Die

Staatsanwaltschaft in Münster gehört nicht dazu. Die durch Raths Anzeige erzwungenen Ermittlungen gegen Jürgens hat sie bereits Anfang Januar 2004 mangels „Anfangsverdachts“ wieder eingestellt. In seiner Antwort an Rath macht der Staatsanwalt deutlich, wie er seine Motive einschätzt: Er schließe nicht aus, dass die Behauptungen, „als Werbemittel für Sie und die von ihnen entwickelten Behandlungsmethoden und Präparate eingesetzt werden sollen“. Mittlerweile hat Jürgens seinerseits Strafanzeige und Strafantrag gegen Rath wegen „Verdachts der falschen Verdächtigung und der qualifizieren Verleumdung“ gestellt.

## Wechselnde Internet-Portale

Der Angriff gegen Jürgens belegt, dass das Rathsche Marketing in den letzten zehn Jahren deutlich aggressiver geworden ist. Juristischer Gegenwehr ist der Mediziner bislang durch Wechsel seiner Botschaften und Internet-Portale immer wieder ausgewichen. In den 90er-Jahren hat Rath für seine Produkte vor allem mit der möglichen „Auslöschung“ von Herzinfarkten und anderen Gefäßkrankheiten geworben. Derzeit konzentrieren sich seine Aktionen auf „ein wirksames, nebenwirkungsfreies Naturheilverfahren, das die Krebskrankheit weltweit beseitigen“ soll.

Raths Attacken gegen die Pharmaindustrie lenken seine Kunden aber offenbar wirkungsvoll von der Tatsache ab, dass er es bislang vermieden hat, die Wirksamkeit seiner umstrittenen Mittel in guter klinischer Praxis entsprechenden Studien zu belegen. Die Krebsliga Schweiz kommt in einer in 2003 erstellten Analyse denn auch zu einer negativen Bewertung. Es gebe „keinen Beweis dafür, dass die von Matthias Rath verkauften, teilweise hoch dosierten und teuren Präparate der Krebsvorbeugung dienen, geschweige eine Heilung bei Krebs bewirken“.

Allerdings haben solche Analysen auf die meisten Anhänger der Verschwörungstheorie kaum Wirkung. Deren Denkschema ist: Wer Raths Thesen oder Produkte ablehnt, wird zu den gekauften Handlangern des Pharmakartells gezählt.

Klaus Koch