

## De e-maildokter

Robert Mol. *De week van de emaildokter*; 45 columns. Zwolle: Bergboek, 2004. 186 pagina's, € 15. ISBN 90-77-668-22-5.

'Wijsheid en moed moet je hebben om te vernieuwen of te innoveren. Je moet lef hebben en niet bang zijn voor risico's. Robert Mol heeft die eigenschappen, een doordrammer is hij. En dat heeft hij nodig ook, want wie een subliem idee heeft, stuit op weerstand.'

Niet mijn woorden, maar die van de schrijver van het voorwoord van dit boekje. Mol beschrijft in 45 columns de weken van een dokter die via internet vragen van patiënten beantwoordt. En in die columns vermeldt hij tal van internetsites. Ik ga uit van hun betrouwbaarheid en integriteit. De vraag die de recensent moet beantwoorden is of de schrijver overtuigt.

'Efficiency is tegenwoordig, de 21e eeuw, nieuw. Bezuinigen is het verleden, de 20e eeuw, dus oud of beter gezegd: "Out!"' Mol werkt zo'n 60 tot 70 uur per week, maar zonder druk, omdat de e-mail geduldig is. Hij beschrijft dankbare, tevreden klanten, die snel en servicegericht worden geholpen. De klacht 'moe' resulteert voor hem in schildklieraandoeningen en leukemie; rugpijn in een foto waarop een wervelfractuur te zien valt. Hij weet zeker dat door het e-mailconsult een fors aantal kankergevallen in een vroeg stadium op te sporen zijn. 'Mijn cliëntvriendelijkheid is gebaseerd op snel terugbellen na binnenkomst van de e-mail, adequate vraagstelling en afhandeling, prettige nazorg en interesse tonen voor de patiënt via mijn stem.'

Mol noemt Nederland het matte zorgland, het land van de leuze 'Het gaat toch goed zo?' We berusten erin dat de babysterfte zo hoog is geworden als in de kranten van enige tijd geleden stond te lezen. Onze verzorgings- en verpleeghuizen zijn armoedig en Mol vindt het raadselachtig dat er niet veel meer klachten over komen. Wat is er leuker voor een journalist dan om opbeurende en positieve verhalen te schrijven? vraagt Mol zich af. Ik zou het niet weten. Mol is aanhanger van een

regel die hij toeschrijft aan Trijntje Oosterhuis: 'Each day is Valentine's day'. Maar het is niet waar dat iedere dag voor iedereen een vrolijke dag zou zijn: dat te menen getuigt van leven in een waan en geenszins van wijsheid en moed.

Of medisch advies geven via internet een subliem idee is – ik heb er, ook na het lezen van dit boekje, geen mening over. Maar het positivistisch simplisme dat Mol in dit boekje ten toon spreidt is naar mijn stellige overtuiging voor een arts, ook voor een e-maildokter een gevaarlijke opvatting.

*Ger van der Werf*

## De Vlaamse geneesmiddelenstrijd

Van Duppen D. *De cholesteroloorlog. Waarom geneesmiddelen zo duur zijn*. Berchem/Antwerpen: EPO, 2004. 264 pagina's, € 17. ISBN 90-6445-338-1.

Een gezonde argwaan tegen de farmaceutische industrie en haar praatjes is een vereiste voor elke praktiserende arts. Dirk Van Duppen, huisarts in het Vlaamse Deurne en werkzaam in een praktijk van Geneeskunde voor het Volk, schreef een boek dat deze argwaan tot ongekende hoogten doet stijgen. In dit boek houdt hij een aantal praktijken van farmaceutische industrieën tegen het licht. Het Belgische geneesmiddelenvergoedingssysteem zit merkwaardig in elkaar. Sommige middelen worden alleen vergoed als een bepaalde ziekte overtuigend is aangetoond, of als een laboratoriumbepaling een bepaalde grenswaarde overschrijdt. Terwijl andere, vaak duurdere, middelen uit dezelfde geneesmiddelengroep wél vergoed worden zonder dat er aan deze stringente eisen is voldaan.

De fabrikant van Zocor® heeft jarenlang het monopolie op de statinenmarkt in België weten te handhaven, en slaagde er zelfs in de generieke vormen van simvastatine uit te sluiten van vergoeding, in goed overleg met de minister van Volksgezondheid. Van Duppen en anderen trokken ten strijde in deze cholesteroloorlog, die nog niet is uitgewoed. De fabrikant bedenkt

nieuwe listen om haar marktaandeel te behouden en haar producten duur te verkopen. De nieuw aangetreden minister belooft beterschap, maar blijkt toch weer haantjes gedrag te vertonen.

Na dit eerste, persoonlijk getinte, hoofdstuk over de malafide praktijken rond de cholesterolverlagers beschrijft Van Duppen in een meer afstandelijke stijl de prijzen en winsten, het onderzoek en de ontwikkeling, de marketing en het nieuwe geneesmiddelenbeleid.

Hij laat zien hoe de prijs van geneesmiddelen totstandkomt – een fraai pleidooi voor de vrije marktwerking; vanuit de optiek van de fabrikant. Fabrikanten beweren dat de ontwikkelingskosten enorm zijn en dat geneesmiddelen daarom duur zijn. Maar de werkelijkheid is dat veel middelen niet ontwikkeld zijn door de industrie die het middel uitbrengt, maar ooit door wetenschappers bij toeval zijn ontdekt, of na noeste arbeid ontwikkeld zijn. Bovendien is 85% van de nieuw op de markt gebrachte middelen niet nieuw: een al jarenlang voorgeschreven middel heeft een nieuw jasje gekregen of een kleine cosmetische ingreep ondergaan. In plaats van rechtsdraaiende moleculen gaat het nu om linksdraaiende moleculen. Hoe zat dat ook al weer, hadden we niet al jaren terug in de gaten dat het interessant klinkt, maar in het algemeen in farmacologisch opzicht niets uit maakt? Verzin een iets andere indicatie, een andere toedieningsvorm en het patent op een bepaalde stof kan weer verlengd worden zodat goedkope generieke middelen niet op de markt kunnen komen.

Mondiaal gezien leveren maagmiddelen, cholesterolverlagers en antihypertensiva de industrie het meeste geld op. Met slechts een deel van dat bedrag kunnen effectieve en goedkope geneesmiddelen een groot deel van de voortijdige sterfte in het niet-westerse deel van de wereld terugdringen. Maar dat is geen interessante markt en daarom is er de afgelopen dertig jaar geen nieuw middel meer verschenen tegen tuberculose, een ziekte waaraan per jaar twee miljoen mensen overlijdt.

Net als Marcia Angell in haar boek *The truth about the drug companies* (zie H&W