

Die Beziehung zwischen der Finanzierung einer Zeitschrift und den in ihren Artikeln publizierten Empfehlungen für Arzneimittel

Becker A, Dörter F, Eckhardt K, Viniol A, Baum E, Kochen MM, Lexchin J, Wegscheider K, Donner-Banzhoff N.

The association between a journal's source of revenue and the drug recommendations made in the articles it publishes.

Canadian Medical Association Journal 2011; 183: 544–548

Abteilung für Allgemeinmedizin, Präventive und Rehabilitative Medizin, Universität Marburg (Becker, Dörter, Eckhardt, Viniol, Baum, Donner-Banzhoff); Abteilung Allgemeinmedizin, Universität Göttingen (Kochen); School of Health Policy and Management York University, Toronto, Ontario/Canada (Lexchin); Institut für Medizinische Biometrie und Epidemiologie, Universität Hamburg (Wegscheider)

Frei verfügbar unter:

<http://www.cmaj.ca/content/183/5/544.long>

Hintergrund

Der Einfluss der Pharmazeutischen Industrie auf Publikation und Inhalt wissenschaftlicher Arbeiten ist evident. Die meisten deutschen Ärzte vertrauen für ihre Fortbildung auf medizinische Zeitschriften. Wir untersuchten den Einfluss pharmazeutischer Werbung auf die Medikamentenempfehlung in Artikeln von elf verschiedenen auf die Fortbildung fokussierten deutschen Zeitschriften.

Methoden

Wir führten eine Querschnittstudie mit allen Ausgaben von elf Zeitschriften durch, die häufig von Hausärzten gelesen und 2007 publiziert wurden. Dabei wurden die Ausgaben nach Werbeanzeigen und redaktionellen Aussagen zu vorher festgelegten Medikamentengruppen durchsucht. Jeder Artikel wurde auf einer fünfstufigen Skala eingestuft – je nach der Stärke der Aussagen für oder gegen den Einsatz der Präparate. Wir überprüften Unterschiede in den Einstufungen, getrennt für

- kostenlose Streuzeitschriften, die ausschließlich durch Werbeeinnahmen finanziert werden,
- gemischt finanzierten Blätter und
- solchen Zeitschriften, die ausschließlich durch Abonnementsgebühren bezahlt werden.

Wir prüften auch, ob Werbung und Empfehlungen für spezifische Medikamente in einem bestimmten Zeitraum parallel erschienen.

Ergebnisse

In Bezug auf die ausgewählten Arzneimittel identifizierten wir 313 Ausgaben mit mindestens einer Werbung und insgesamt 412 Artikel mit entsprechenden Empfehlungen. Streuzeitschriften sprachen wesentlich häufiger positive Empfehlungen für die überprüften Medikamente aus als gemischt finanzierte und diese wiederum häufiger als durch Abonnements finanzierte Zeitschriften. Das gleichzeitige Erscheinen von Werbung und Empfehlung zu einem Präparat in derselben Ausgabe einer Zeitschrift zeigte keine konsistente Beziehung.

Schlussfolgerungen

Kostenlose Blätter sprachen fast nur positive Empfehlungen zum Gebrauch der betreffenden Medikamente aus, während die Abonnement-Zeitschriften öfter gegen deren Gebrauch votierten. Ärzte sollten sich dieser Verzerrung bewusst sein, wenn sie Fortbildungszeitschriften lesen.

Korrespondenzadresse

Prof. Dr. Erika Baum
Erika.Baum@staff.uni-marburg.de