

DER ARZNEIMITTELBRIEF

Zs. B.
1375

ZB MED. ges
International Society
of Medical Journalists



Gegründet von
H. Herxheimer, M. Schwab,
H.-W. Spier
Herausgeber
D. von Herrath, W. Thimme

Schriftleitung
D. von Herrath, W.-D. Ludwig,
W. Oelkers, J. Schuler, W. Thimme
Mitarbeiter
A. Michalsen, M. Döring

Jahrgang 37
Nr. 10
Berlin
Oktober 2003

Wes Brot ich ess, des Lied ich sing: Die Kontamination der ärztlichen Fortbildung aus kritischer medizinjournalistischer Sicht

Zusammenfassung: Ärzte und Industrie sind aufeinander angewiesen. Beide Seiten wollen innovative Pharmakotherapie. Die Motivation ist jedoch sehr unterschiedlich: Die einen wollen mit sparsamem Einsatz der immer knapper werdenden Mittel mehr Gesundheit für ihre Patienten erreichen, die anderen müssen mehr Umsatz erzielen für ihre Aktionäre. Wir Ärzte dürfen uns nicht mit den Interessen der Industrie kontaminieren lassen. Wir müssen ihre Vorgehensweisen kennen, um sie unterlaufen zu können und unseriose Werbestrategien unwirksam werden zu lassen. In Großbritannien und in den USA gibt es große Artikelserien zu diesem Thema; warum in Deutschland nicht? Sind Kontamination und Vorteilsnahme bei uns weiter fortgeschritten? Dann verlören die Ärzte zu Recht ihren guten Ruf!

Morgens gegen neun beginnt der Kongreß. Immer wieder beschallt ein Lautsprecher mit einer emphatisch klingenden Frauenstimme alle Foyers. Die Dame dankt den Sponsoren der Tagung – mehrere Pharmafirmen werden namentlich genannt – und weist auf den Standort ihrer Ausstellungsstände hin.

Würde sich die Arzneimittel- und die Apparateindustrie mit solchen Ständen begnügen, wäre wenig dagegen einzuwenden. Aber auf Fortbildungs- und Forschungskongressen beobachtet man dasselbe wie beim größten Teil der medizinischen Presse: die Werbebotschaften beschränken sich schon lange nicht mehr auf deutlich kenntlich gemachte Anzeigen und Ausstellungsstände; vielmehr durchdringen sie heimlich den redaktionellen Teil der meisten Fachblätter wie auch die Vortragssäle und Seminarräume der Fortbildungsveranstaltungen. Erst kamen die von Firmen finanzierten Beilagen und die „Satelliten-Symposien“, aber bald wurde die Vernetzung objektiver Informationen mit Marketing immer enger.

Ein Beispiel für viele ist der alljährliche Deutsche Ärztekongreß in Berlin. Er ist, wie andere, seit langem durchsetzt mit Vortragsreihen von Pharma- oder Apparatefirmen, die früher bereits im Programm als solche gekennzeichnet und dadurch zu unterscheiden waren von denen mit großem Engagement und kritischem Sachverstand unabhängig vorbereiteten Sitzungen. Im diesjährigen Programm steht nur unter drei Sitzungen „Mit freundlicher Unterstützung durch...“. Erst als die Ärzte die Vorträge hinter sich gebracht hatten, etwa jene unter dem seriösen Titel „Leitlinien der Hypertonietherapie 2003“, dankte der Moderator dem Sponsor. Das hinterließ bei den Hörern ein ungutes Gefühl und die skeptische Frage, ob sie wohl objektive oder durch Interessen gefärbte Informationen erhalten hatten, denn hier wurde z.B. die große amerikanische ALLHAT-Studie (1) in Grund und Boden kriti-

Inhalt dieser Ausgabe

Wes Brot ich ess, des Lied ich sing: Die Kontamination der ärztlichen Fortbildung aus kritischer medizinjournalistischer Sicht	73
Ximelagatran und Azetylsalizylsäure zur Sekundärprophylaxe nach akutem Myokardinfarkt: Die ESTEEM-Studie	76
Die CHRISTMAS-Studie testete bei herzinsuffizienten Patienten Carvedilol gegen Plazebo.	76
Orale, nicht aber die transdermale „HRT“ erhöht das Thromboembolie-Risiko	77
Die britische Million Women Study bestätigt Assoziation von „HRT“ und Brustkrebs.	77
Behandlung des idiopathischen hypereosinophilen Syndroms mit Imatinib	78
Tamoxifen zur Behandlung der „physiologischen“ und der Pubertäts-Gynäkomastie	79
Schwere, zum Teil tödliche Hyperkaliämien bei mit Spironolacton plus ACE-Hemmern behandelten Patienten mit Herzinsuffizienz	79
Leserbrief	
Medroxyprogesteron nach Myomexstirpation und Kinderwunsch	80

Dosisangaben ohne Gewähr!

siert. Weil sie ergab, daß die preiswerten Diuretika genauso gut sind wie die teuren Antihypertensiva-Innovationen?

Bei der altehrwürdigen Berliner Medizinischen Gesellschaft wenig später wiederum heftige Polemik gegen die Studie, kaum verhüllte Werbung für bestimmte Substanzen, und auch hier wurde erst am Ende der Sponsor genannt. Beschwert hat sich offenbar keiner, eine ernst zunehmende Diskussion fand nicht statt, und alle strömten hinterher dankbar zum Buffet.

Mediziner werden von Anfang an einer „Pharma-Sozialisati-on“ unterzogen. Schon während des Studiums nehmen die Arzneimittelhersteller sie an die hilfreiche Hand. Ein hübsches buntes Heftchen mit dem Titel „Studentenservice“ bietet ihnen „mit Nett-Netter-Novartis“-Grüßen nützliche Dinge zu besonders günstigen Preisen oder sogar kostenlos an: vom Stethoskop über firmennahe Broschüren bis zum Anatomieatlas. Das fördert Wohlwollen und dämpft Kritiklust. PR-Leute nennen so etwas „Landschaftspflege“. Damit der ärztliche Nachwuchs pflegeleicht bleibt, umwirbt ihn die Industrie auch während der Weiterbildung mit Einladungen, Literatur und Reisezuschüssen.

Es folgt lebenslange Aufmerksamkeit und Zuwendung – das läßt sich auch im Plural formulieren - für die verordnenden Ärzte und ganz besonders für die Meinungsführer, leitende Ärzte und Hochschullehrer, von denen die Fortbildung wesentlich getragen wird, jedenfalls nach außen hin. Denn das, was Fortbildungswillige für gesicherte wissenschaftli-