

Individuelle Pharmawerbung erfolgreich

a -- Prosser H, Almond S, Walley T. Influences on GPs' decision to prescribe new drugs – the importance of who says what. Fam Pract 2003 (Februar); 20: 61-8

[\[LINK\]](#)

den Praktizierenden regelmässig unter-, der Einfluss von Fachliteratur hingegen überschätzt wird.

Peter Ritzmann

Kommentar: Peter Ritzmann

Studienziele

Es ist umstritten, wie Hausärztinnen und Hausärzte motiviert werden, Medikamente zu verschreiben, die neu auf den Markt kommen. Frühere Studien identifizierten unter anderem einen Einfluss durch Fachleute im Spital, die Pharmaindustrie und die Behandelten selbst. Welche Faktoren letztlich den Ausschlag geben, ein neues Medikament einzusetzen, ist Gegenstand der vorliegenden Arbeit.

Methoden

107 Allgemeinpraktikerinnen und -praktiker im Nordwesten Englands wurden in Telefoninterviews nach den Beweggründen für den Einsatz von 19 Medikamenten, die kurz vor Studienanfang auf den Markt gekommen waren, befragt. Mit einem semi-strukturierten Interview wurde versucht, zu eruieren, woher die Informationen über das Medikament stammten, in welchem Zusammenhang es eingesetzt wurde, und warum die Wahl gerade auf das entsprechende Medikament fiel.

Ergebnisse

Am häufigsten waren die Befragten durch Informationen der Pharmafirmen auf ein neues Medikament aufmerksam gemacht worden (49%). Dabei wurden häufiger Pharmaberaterinnen und -berater als Informationsquellen angegeben als Werbebroschüren oder gesponserte Veranstaltungen. Fast immer konnten mehrere Faktoren eruiert werden, die beim ersten Einsatz eines neuen Medikamentes eine Rolle gespielt hatten. In 39% wurde eine erste Verschreibung durch einen entsprechenden Besuch beeinflusst. Pharmakologische Aspekte wie ungenügender Therapieerfolg mit einem älteren Medikament oder Unverträglichkeiten wurden in 25%, Wünsche der Kranken in 22%, Empfehlungen durch Kolleginnen und Kollegen und lokale Leitlinien in je 15% angegeben.

Schlussfolgerungen

Hausärztinnen und -ärzte beziehen ihre Information über neue Medikamente in erster Linie direkt von der Pharmaindustrie. Individuelle Besuche beeinflussen in hohem Mass die Entscheidung, ein Medikament erstmals einzusetzen.

Es erstaunt wenig, dass die Damen und Herren, die uns die Pharmaindustrie ins Haus schickt, auch in der Zeit der «Evidence Based Medicine» einen grossen Einfluss auf unser Verschreibungsverhalten ausüben. Irgendwie muss sich dieser kostspielige «Service» für die Pharmaindustrie ja auszahlen. Ergänzt werden kann diese Kernaussage der Studie mit der Erkenntnis aus früheren Studien, dass der Einfluss der Pharmaindustrie von