

Niederländische Kohortenstudie:

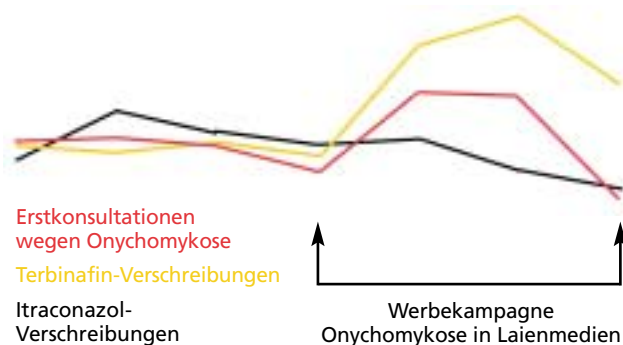
Marketing in Laienmedien fördert Verschreibungen durch den Hausarzt

Die Autoren ahnen schon Schlimmstes: Würden gleichzeitig mehrere Firmen Werbekampagnen in den Laienmedien starten, um den Umsatz von Präparaten gegen kosmetische Leiden, die mit frei verkäuflichen Mitteln nicht zu behandeln sind, anzukurbeln, wären Allgemeinpraktikerinnen und -praktiker schnell so überlastet, dass ihnen die Zeit für ernsthaftere Probleme ihrer Patienten fehlte.

Ihre Befürchtungen stützen sie auf eine Erhebung im Rahmen der niederländischen Forschungsdatenbank für Allgemeinpraxis. Diese umfasst über 470 000 Patienten mit einem Follow-up von 1,5 Millionen Patientent Jahren. Sie verglichen die Erstkonsultationen wegen Onychomykose und die Verschreibungen für zwei Antimykotika während der Jahre 1996 bis 1999 und 2000 bis 2002. Die Versuchsanordnung hatte ihnen die Firma Novartis, Hersteller von Terbinafin (Lamisil®), geliefert, die im Mai 2000 in den Niederlanden eine landesweite «Informationskampagne» gestartet hatte, zu der auch Fernsehspots gehörten, die den Leuten den Rat gaben, bei Veränderungen

der Nägel ihren Allgemeinpraktiker aufzusuchen. Die Niederländische Allgemeinpraktiker-Gesellschaft wehrte sich gegen die Kampagne, da sie ein unwichtiges Gesundheitsproblem betreffe. Im Mai 2002 entschied jedoch ein Gericht, dass die Novartis-Kampagne nicht gegen das Verbot der Werbung für rezeptpflichtige Medikamente verstosse, da Terbinafin nicht spezifisch genannt werde. Die Firma stoppte die Kampagne im Juli 2002.

Ihren Zweck hatte die Marketingoffensive bis dahin erreicht: Die Zahl der Terbinafin-Verschreibungen verdoppelte sich nach Kampagnenbeginn gegenüber dem Vormonat (von 7,7 auf 15,2 Verschreibungen pro 1000 Personenjahre), und die Rezepte für das Konkurrenzpräparat Itraconazol (Sporanox®) gingen zurück. Parallel dazu nahm die Zahl der Erstkonsultationen wegen Onychomykose in den untersuchten 150 Allgemeinpraxen deutlich zu (Abbil-



dung). Da Terbinafin in den niederländischen Allgemeinmediziner-Richtlinien zur Therapie der Onychomykose direkt empfohlen wird, war der Effekt der Marketingbemühung auch ohne Nennung des Präparats vorhersehbar. Dass sich auch andere Firmen dieses Vorgehens bedienen, ist Ihnen sicher nicht entgangen. Entsprechende Studien erübrigen sich, die Kurven dürften ähnlich verlaufen.

(Quelle: British Medical Journal 2004; 328: 931)

H.B.

Unabhängige Zertifikate für Hausärzte in Deutschland

Gütesiegel für Arztpraxen

Mehr Qualitätsbewusstsein, Transparenz und Sicherheit für deutsche Hausarztpraxen und Versicherte will der unabhängige Verein «Stiftung Praxistest» mit einer Zertifizierung ermöglichen. Die von der Bertelsmann-Stiftung und dem Verein TO-PAS – einer Vereinigung europäischer Wissenschaftler für Qualitätsmanagement im Gesundheitswesen – gegründete interessenneutrale Institution hat kürzlich den ersten 30 Arztpraxen die drei Jahre gültigen Zertifizierungsurkunden überreicht. Das Gütesiegel gibt Hausärzten die Möglichkeit, die gute Organisation ihrer Praxen nach aussen zu dokumentieren. Für

die Patienten soll das Zertifikat die Transparenz im Gesundheitssystem erhöhen. Stiftung Praxistest versteht sich als eine weder den Ärzteverbänden noch den Kassen verpflichtete Instanz. Ihr Gütesiegel bestätigt, dass die jeweiligen Praxen ein akkreditiertes Qualitätsmanagementsystem anwenden und dem vom Verein definierten Qualitätsstandard genügen. Untersucht und extern bewertet werden die fünf Bereiche Sicherheit, Infrastruktur, Patienten und Mitarbeiter, Informationen und Finanzen. Konkrete Beispiele sind etwa die Verfügbarkeit von Patienteninformatoren, die Prä-

ventionsaktivitäten, die Aus- und Weiterbildung der Mitarbeiter, Erreichbarkeit und Wartezeiten, der Schutz der Intimsphäre, die Verfügbarkeit respektive Lagerung von Notfallmedikamenten oder das Beschwerde- und Fehlermanagement. Die Praxen werden aus mehreren Perspektiven begutachtet: Ein Selbstassessment des Arztes wird ergänzt durch Befragungen von Patienten und Mitarbeitern. Kernstück des Prozesses ist der Besuch eines unabhängigen und speziell ausgebildeten «Visitors» in der Praxis.

U.B.