

Und anderswo ...?

Antoine de Torrenté

Krebs und Desinformation

Fragestellung

In den kommenden Jahren wird die Zahl der Krebsfälle infolge Bevölkerungsüberalterung stark ansteigen. Diese heutigen und zukünftigen Krebspatienten stellen einen immensen «Markt» dar. Sie müssen gescreent, behandelt und begleitet werden und sind in Bezug auf ihre Erkrankung, die in der Öffentlichkeit noch immer als «schlimm» gilt, häufig verunsichert und ängstlich. Auf dem «Krebsmarkt» in den USA ist es speziellen Krebszentren gestattet, über Presse, Zeitschriften, Radio, Fernsehen und natürlich Internet an diese Patienten direkte Werbung zu richten («direct-to-consumer advertisement»). Dies wirft selbstverständlich ethische Fragen auf: Sind diese Informationen vertrauenswürdig? Wird der Behandlungsnutzen übertrieben dargestellt? Werden die Risiken verharmlost? In der nachfolgenden Studienzusammenfassung wurde der Wahrheitsgehalt der Werbung von Krebszentren (von denen 59% gewinnorientiert waren) untersucht.

Methode

Von einem spezialisierten Unternehmen (Kanta Media New York) wurden alle Werbeanzeigen, die in 269 Zeitschriften veröffentlicht, sowie alle Werbespots, die auf 44 TV-Kanälen ausgestrahlt worden waren und >115 000 000 Personen erreichten, erfasst. Es wurde ein Kodierungssystem mit 4 Unterpunkten entwickelt, um Anzeigen- und Spot-Inhalt objektiv einordnen zu können: (1.) Art der klinischen Dienstleistung; (2.) Qualität der Information; (3.) Emotionalität der Anzeigen; (4.) Patientenstatements.

Resultate

Es wurden 409 Werbeanzeigen und -spots von 103 Krebszentren analysiert. 59% der Zentren waren gewinnorientiert. In 88% der

Fälle handelte es sich um Werbung für Behandlungs-, in 18% für Screening-Methoden und in 13% für Nachbetreuungsangebote. Der Behandlungsnutzen wurde in 27%, die Risiken lediglich in 2% der Anzeigen und Spots hervorgehoben. Emotionale Aussagen fanden sich in 85% der Anzeigen und Spots. In 61% davon war vom Überleben, in 41% vom Kampf gegen die Krankheit die Rede oder es wurde den Patienten Angst gemacht (30%). Die Patientenstatements waren hauptsächlich so gewählt, dass sie den Erfolg der beworbenen Methoden bestätigten.

Probleme und Kommentar

Es wurde weder Internet- noch Radiowerbung analysiert. Dies ist die erste Studie über Werbung, in welcher der Informationsgehalt häufig stark verzerrt wird. Aufgrund dessen werden bei den Patienten falsche Hoffnungen geweckt. Zum Beispiel: «Ihre letzte Hoffnung», «wir arbeiten mit den fortschrittlichsten Techniken und bieten Ihnen innovative Therapien», «wir erzielen aussergewöhnliche Ergebnisse» usw. Denn wenn an die Emotionen statt an den Verstand appelliert wird, kommt die Botschaft natürlich viel leichter an. Die Befürworter dieser Art von Werbung führen an, dass die Bevölkerung ein Recht darauf habe, über Behandlungs- und Screening-Methoden informiert zu werden. Glücklicherweise haben viele Ärzte diesbezüglich starke ethische Bedenken. Patienten, oftmals schwer krank, mit Informationen zu ködern, die häufig fast Lügen gleichkommen, nur um Umsatz zu machen, ist nicht wirklich mit dem Eid des Hippokrates vereinbar. Würden die Handlungen der Menschheit und insbesondere einiger Ärzte auf Ehrlichkeit beruhen, wäre die Welt um einiges besser ...

Vater LB, et al. Ann Int Med. 2014;160:813.

Herzfrequenz und Prognose bei Herzinsuffizienz und Vorhofflimmern (VHF)

>2000 Patienten mit VHF und einer Ejektionsfraktion (EF) von <50% zu Studieneinschluss wurden zunächst ein Jahr lang beobachtet. Nach einer Behandlungsoptimierung wurden 840 Patienten erneut untersucht. 22% litten weiterhin unter VHF. Nach 3,6-jährigem Follow-up und der Bereinigung um bestimmte Faktoren (Diabetes, Alter, Geschlecht, Behandlung) bestand zwischen den Patienten mit VHF und denen mit Sinusrhythmus hinsichtlich des Überlebens kein Unterschied. Eine erhöhte Herzfrequenz hatte bei Sinusrhythmus eine geringere Überlebensrate zur Folge, nicht jedoch bei VHF. Bei VHF wird eine verringerte EF durch eine erhöhte Herzfrequenz kompensiert. Klingt logisch, aber bis zu welcher Frequenz?

Cullington D, et al. JACC Heart Fail. 2014;2:213.

Enger Spinalkanal: epidurale Steroidinjektionen?

Epidurale Steroidinjektionen sind eine häufige Behandlungsmethode gegen die Symptome einer Spinalkanalstenose. Bisher wurde ihre Wirksamkeit jedoch in keiner umfassenden Studie bestätigt. 400 Patienten erhielten entweder eine epidurale Injektion mit Triamcinolon + Lidocain oder Lidocain allein. 6 Wochen später bestand zwischen beiden Gruppen kein signifikanter Unterschied auf der Invaliditätsskala. Spart man sich die Steroidinjektion, spart man sich auch ihre systemische Wirkung ...

Friedly JL, et al. N Engl J Med. 2014;371:11.

Nikotinpflaster für Schwangere?

Rauchen schadet der fetalen Entwicklung, was zahlreichen Frauen auch bewusst ist. Die Zigarettensucht ist jedoch schwer besiegt. Könnten Nikotinpflaster eine Hilfe für Schwangere sein, die mit dem Rauchen aufhören wollen? 403 schwangere Raucherinnen zwischen der 9. und 20. SSW wurden randomisiert und erhielten bis zur Entbindung Nikotinpflaster oder Placebo. Zwischen den beiden Gruppen gab es keinen Unterschied: 5,5 vs. 5,1% hatten mit dem Rauchen aufgehört. Gar nicht so einfach! Und E-Zigaretten? Eine entsprechende Studie steht noch aus ...

Berlin I, et al. BMJ. 2014;348:g1622.

Rotes Fleisch und Brustkrebs

In der Nurses' Health Study wurde nach 12-jährigem Follow-up festgestellt, dass die im jungen Erwachsenenalter verzehrte Menge an rotem Fleisch eine Zunahme von Brustkrebs bei Frauen vor der Menopause zur Folge hat. Das Follow-up wurde auf 20 Jahre ausgeweitet. 89 000 Krankenschwestern im Durchschnittsalter von 36 Jahren füllten einen Fragebogen zu ihren Ernährungsgewohnheiten aus. 2800 Krebsfälle wurden beobachtet. Der Genuss von rotem Fleisch einmal pro Tag gegenüber einmal pro Woche hatte einen Anstieg der Krebsrate um 1,2 Punkte zur Folge, was signifikant ist. Schlechte Nachrichten für die Hühner, deren Verzehr anscheinend zur Verringerung der Krebsfälle beitrug ...

Farvid MS, et al. BMJ. 2014;348:g3437.