

Sonderpublikationen und Werbebeilagen

Dürfen Rauchalternativen beworben werden?

Mit ganz vereinzelt Ausnahmen, welche die Regel bestätigen, können heute ohne Werbung keine Druckmedien überleben, nicht einmal diejenigen der FMH. Das ist grundsätzlich betrüblich, gerade bei Publikationen zur Fortbildung, da die Möglichkeit, dass es zu Interessenkonflikten kommen kann, à priori nicht von der Hand zu weisen ist. Umso mehr ist von Bedeutung, dass sich Herausgeber und Redaktion dieser Gefahr bewusst sind und alles daran setzen, Werbung und redaktionelle Inhalte klar gekennzeichnet zu trennen. Von der Leserschaft ist zu fordern, dass sie diese Trennung auch aktiv wahrnimmt.

Gerade in Zusammenhang mit einer kürzlich im Auftrag von PMI Science (Philip Morris International) erschienenen Information über den Versuch, den Schaden durch Konsum von Zigaretten mit Erhitzung an Stelle von Verbrennung von Tabak zu mindern, ist kritische Lektüre unabdingbar – eine Kritikfähigkeit, die wir indessen als bei unseren Lesern für absolut gegeben halten. Dass schädliche Bestandteile des Zigarettenrauches durch neue Methoden der kontrollierten Erhitzung von Tabak reduziert werden können, ist plausibel, wenn auch die vorliegenden Publikationen dazu aus der Feder von wissenschaftlichen Mitarbeitern der Firma stammen.

Wichtig ist hier, zu «lesen», was nicht steht:

- Im gegenwärtigen Zeitpunkt ist unklar, ob sich der reduzierte Schadstoffgehalt des neuen Produkts klinisch auswirken werde. Bis zum Erscheinen von Endpunktstudien werden Jahre vergehen, von anderen medizinischen Problemkreisen ist bekannt, dass nicht immer ein Zusammenhang zwischen Surrogatmarkern und Endpunkten besteht.
- Wechseln Zigarettenraucher ganz zur neuen Technologie oder werden sie «Doppelbenutzer»? Die Antwort muss derzeit offen bleiben und damit auch die Frage, ob wenigstens ein Teil der Zigaretten durch das neue Produkt ersetzt werde, was die Gesundheitsbelastung theoretisch reduzieren könnte, oder ob das neue Produkt zusätzlich zur üblichen Zigarettenmenge konsumiert werden wird.

- Korrekterweise wird nicht ausgesagt, dass der Konsum von erhitzten Nikotinprodukten die suchterzeugende Wirkung von Nikotin reduziere. Raucher suchen eben gerade den mit der Suchterzeugung assoziierten «Belohnungseffekt» von Nikotin. Somit wird sich das Konzept der Tobacco Harm Reduction kaum zur Reduktion der Rauchprävalenz behaupten.

Die allerwichtigste Frage lautet: Können sich als harmlos deklarierte Nikotinprodukte als Einstiegsdroge für bisherige Nichtraucher entpuppen? Die aktuelle gewaltige Plakataktion lässt leider befürchten, dass gerade Letzteres angestrebt wird, da der gesetzlich auferlegte Hinweis, dass Rauchen schädlich ist, auffallend klein gedruckt wird. Man muss sich fragen, ob hier eine Methode entwickelt wurde, die erlaubt, das Rauchverbot in Räumen und das Plakatverbot für Tabak in vielen Kantonen zu umgehen.

Wir sind uns bewusst, kritisches Lesen vorausgesetzt zu haben, wir werden das auch in Zukunft so halten.

▼ Dr. med. Hans Kaspar Schulthess,
Herausgeber «der informierte arzt»

2,5 Kernfortbildungscredits der SGAIM

«der informierte arzt» ist die einzige Fortbildungszeitschrift in der Schweiz, die Ihnen für Ihr Studium der Beiträge 2.5 Kernfortbildungscredits AIM/MIG verschafft! Wir freuen uns, dass die SGAIM das besondere Herausgeber-Konzept von «der informierte arzt» «Aus der Praxis für die Praxis» anerkennt.

Holen Sie sich Ausgabe für Ausgabe Ihre SGAIM-Kernfortbildungspunkte und füllen Sie den Fragebogen auf Seite 35 aus per Fax oder online unter www.medinfo-verlag.ch.

