

Deutsch:

Die vorliegende Masterarbeit, aus dem Studiengang „Behavioral Ethics, Economics and Psychology“, gliedert sich in einen theoretischen und einen praktischen Teil.

In der theoretischen Einführung wird die Registrierung klinischer Studien im Allgemeinen und die Situation in Deutschland im Besonderen beschrieben und aus verhaltensökonomischer, ethischer und psychologischer Sicht betrachtet. Weiter wird das Konzept des Nudging mit besonderem Fokus auf staatliches Nudging behandelt. Schließlich werden die Möglichkeiten des Nudging durch eine staatliche Institution im Bereich der Registrierung klinischer Studien erörtert.

Die theoretischen Erkenntnisse werden im Rahmen einer randomisierten kontrollierten Studie angewendet und überprüft.

In der Studie wurden Studieneinträge identifiziert, die über einen längeren Zeitraum nicht weiter bearbeitet wurden. Diese wurden in 3 Gruppen randomisiert.

2 Gruppen erhielten E-Mails mit ausgewählten Nudges während eine Gruppe als Kontrollgruppe diente.

Nach 5 und 10 Wochen wurde ausgewertet, ob die Registrierung abgeschlossen wurde. Nach 5 Wochen waren in den Nudge-Gruppen signifikant mehr Studieneinträge registriert (9,2% & 11,9%) als in der Kontrollgruppe (4%). Auch nach 10 Wochen war der Unterschied noch signifikant (Nudge-Gruppen 12,4% & 13,5% vers. Kontrolle 7,5%).

Das Alter der Studieneinträge und die Art der Registrierung unterschieden sich in den registrierten Studien deutlich. Während in der Kontrollgruppe jüngere Studieneinträge zur Registrierung gebracht und mehr Studien prospektiv registriert wurden, waren die nach der Nudge-Mail registrierten Studieneinträge älter und es gab mehr retrospektive Registrierungen. Ob durch die Nudge-Mail tatsächlich mehr Studien registriert werden, soll durch weitere Auswertungen nach 6 und 12 Monaten beurteilt werden.

Die Ergebnisse der Studie deuten darauf hin, dass Nudging dazu beitragen kann, die Registrierung klinischer Studien zu fördern.

English:

This master thesis, written as part of a degree in „Behavioral Ethics, Economics and Psychology“, is divided into a theoretical and a practical part.

In the theoretical part, the registration of clinical trials in general and the situation in Germany in particular are described and examined from the perspectives of behavioural economics, ethics and psychology. The second part discusses the concept of nudging, focusing on governmental nudging. Finally, the possibilities of nudging by a governmental institution in the area of clinical trial registration are examined.

The theoretical findings are applied and tested in a randomised controlled trial. The study identified study entries that had not been followed up for an extended period of time. These were randomised into 3 groups. 2 groups received emails with selected nudges. One group served as a control group.

After 5 and 10 weeks, it was evaluated whether registration was completed. After 5 weeks, significantly more study entries were registered in the Nudge groups (9.2% & 11.9%) than in the control group (4%). The difference was still significant after 10 weeks (Nudge groups 12.4% & 13.5% vers. control 7.5%).

The age of the study entries and the type of registration differed significantly in the registered studies. While in the control group younger study entries were brought to registration and more studies were registered prospectively, the study entries registered after the nudge mail were older and there were more retrospective registrations. Whether more studies are actually registered as a result of the Nudge mail will be assessed by further evaluations after 6 and 12 months. The results of the study suggest that nudging can help to promote the registration of clinical trials.