

nut beperkt (Perdok e.a., Ned. Tijdschr. Tandheelk., 95, no. 1, pag. 8-15, 1988). Een fabrikant die een oraal therapeuticum zo aanprijst, moet beslagen ten ijs komen. Is dit niet het geval, dan riskeert hij dat zijn wetenschappelijk getinte reclame als een boemerang werkt. Het onderzoek van Grossman en de reactie van Addy maken duidelijk dat Plax niet effectief is in het verwijderen van plaque en dat het door de fabrikant aangevoerde on-

derzoek op belangrijke punten tekortschiet. Het ontbreken van onderzoek van langere duur en de afwezigheid van klinische bewijzen ten aanzien van cariësreductie en vermindering van tandvleesontstekingen door middel van goed gecontroleerd, onafhankelijk onderzoek, gepubliceerd in een wetenschappelijk periodiek met peer review maakt het voor de tandarts moeilijk om zich achter dit produkt op te stellen.

Wij vragen ons af of de KOAGG/KAMA dit middel en de erbij behorende claims heeft beoordeeld en wat haar conclusies zijn over de toelaatbaarheid van deze vorm van reclame. Voor het Preventiecollege dat zich bezighoudt met de beoordeling van preventieve materialen en methoden in de tandheelkundige sfeer ligt hier een opgave om duidelijk te maken wat de objectieve waarde is van dit spoelmiddel. ■

Zoals bij een ieder onder u, viel er bij ons een paar weken geleden de eerste mailing van het pre-brush spoelmiddel Plax door de bus. Een verrassing was het dat er een onbekend spoelmiddel bleek te bestaan dat tandplaque losweekt, waardoor tandenpoetsen wordt vergemakkelijkt. De tekst op de envelop luidde daarom waarschijnlijk 'De Onthulling van het Geheim'. Met een wetenschappelijke nieuwsgierigheid bestudeerden wij de folder.

G.A. van der Weijden
J.P. Rodenburg
Vakgroep Parodontologie, ACTA

Een onthullend geheim

De tekst van de Plax-folder doet grote deskundigheid en betrouwbaarheid vermoeden. Zeker ook toen wij tot grote tevredenheid op de achterzijde referenties naar een aantal wetenschappelijke publicaties aantroffen, hetgeen blijk geeft van een onderbouwing van wat er in de folder vermeld staat. De tekst zorgvuldiger lezend constateerden wij dat de gerefereerde publicaties alleen slaan op waarheden als een koe. Het feit dat plaque gingivitis veroorzaakt en dat tandenborstelen alleen meestal niet voldoende is om plaque te verwijderen, was ons reeds bekend. In het gedeelte van de tekst waarin de mogelijke werking van Plax wordt beschreven, ontbreken alle referenties.

De foto's, waarvan de onderste de stralende glimlach is van iemand die gespoeld heeft met Plax toont een ander beeld dan de bovenste die niet heeft gespoeld voor het poetsen. Dit is echter niet verwonderlijk aangezien in de bovenste foto de plaque is gekleurd met plaque-indicator en in de onderste niet.

Om onze nieuwsgierigheid verder te bevredigen, was er een info-kaart mee gestuurd voor meer produktinformatie. Althans zo vermeldt de folder. De info-kaart bood echter alleen de mogelijkheid om een wachtkamerposter, patiëntenbrochures en een proefflesje Plax te bestellen. We bleven dus zitten

met onze brandende vragen over de samenstelling van het produkt Plax en de wetenschappelijke onderbouwing van de in de mailing gestelde werking.

Gegevens in archief

Twee weken hierna ontvingen wij opnieuw een mailing, dit keer een doos. De doos bevatte een fles Plax en een nieuwe folder. De tekst op de fles gaf nu in ieder geval duidelijkheid over de samenstelling van de rode vloeistof. De folder bevatte een gelijksoortige tekst als de vorige, maar nu uitgebreid met drie grafieken die de resultaten van wetenschappelijk onderzoek weergaven. Daar troffen wij de eerste literatuurverwijzing aan die de werking van het produkt zou onderbouwen. De referenties bleken echter niet te vinden op de achterzijde van de folder. Teleurgesteld werden folder en doos bij het oud-papier gestopt en de proeffles Plax kreeg een plaatsje op de wastafel. Uit gesprekken met collegae de volgende dag bleek dat wij voor de referenties op de onderzijde van de doos hadden moeten kijken. Dezelfde avond zijn we nog in de oud-papier hoop gedoken. Inderdaad, de onderzijde bevatte referentie nummer 8: 'Gegevens in archief'. Op de info-kaart hebben we toen de wachtkamerposter en patiëntenfolders aangestreept en verzocht om toezending van deze gegevens uit archief, ... waar we nog steeds op wachten.

Een uitgebreide folder werd deze zomer tijdens de internationale IADR-meeting in Dublin verstrekt. Ook hierin stond gedeeltelijk dezelfde tekst als in de Nederlandse versie. En, de uitgebreidere referenties, u raadt het al, waren niet gepubliceerd, maar 'Data on file'.

Wat zou je moeten doen om een nieuw tandheelkundig produkt op de markt te brengen? Allereerst is het belangrijk de tandheelkundige professie ervan te overtuigen dat het produkt werkt. In de eerste en tweede folder wordt gerefereerd aan een aantal wetenschappelijke artikelen waarmee een mogelijke werking wordt gesuggereerd. Echter het enige artikel dat de werking zou kunnen onderbouwen was niet gepubliceerd, maar in archief. De volgende stap is het op de markt brengen van het produkt. Nu stelt de tweede mailing aan u de vraag of u uw patiënt wilt vertellen dat de rode vloeistof bij het tandenpoetsen helpt tandplaque te verwijderen.

Een recent artikel gepubliceerd in het American Journal of Dentistry (2:157-160, 1989) concludeert het volgende: 'Het resultaat van deze studie geeft aan dat spoelen met Plax niet effectiever is dan spoelen met water om de effectiviteit van tandenpoetsen te vergroten'. Aan u de vraag, wilt u uw patiënten nu nog vertellen dat Plax werkt? ■