



Pressekonferenz
Aktion zahnfreundlich e. V., Berlin
anlässlich der IDS Internationale Dental Schau
am 26.März 2009 in Köln

EINFÜHRUNG

Prof. Dr. Stefan Zimmer
1. Vorsitzender

Private Universität Witten/Herdecke
Leiter der Abteilung für Zahnerhaltung und Präventivzahnmedizin
Dekan der Fakultät für Zahn-, Mund- und Kieferheilkunde

Es gilt das gesprochene Wort

Die Aktion zahnfreundlich e. V. Deutschland verleiht, ebenso wie unsere internationale Dachorganisation, die Toothfriendly International sowie die nationalen Schwesterorganisationen in Japan, Südkorea, der Türkei und der Schweiz ein Logo, das den meisten der Anwesenden bekannt sein dürfte: das freundlich lächelnde und von einem aufgespannten Schirm beschützte „Zahnmännchen“.

Die Botschaft dieses Zahnmännchens versteht sich ohne viel Erklärung nahezu von selbst. Es zeigt an, dass Produkte, die dieses Logo tragen, gut für die Zähne sind. Hinter diesem freundlichen und allgemein verständlichen Logo verbirgt sich jedoch etwas, das den meisten Betrachtern auf den ersten Blick nicht in den Sinn kommt, nämlich ein gehöriges Maß an wissenschaftlicher Expertise. Diese wird repräsentiert durch Tests, die ein Produkt bestehen muss, bevor es das Logo erhalten kann. Ich spreche von der intraoralen Plaque-pH-Telemetrie, auf die mein Kollege Prof. Lutz Stößer noch eingehen wird.

Getestet werden nicht nur feste Lebensmittel wie Bonbons, Schokoladen, Kaugummis, Nahrungsergänzungsmittel und Arzneimittel, sondern auch Getränke. Mittlerweile gibt es eine zahnfreundliche, nicht laxierende Schokolade und den ersten zahnfreundlichen trinkfertigen Erfrischungs-Tee. Eines unserer künftigen Ziele besteht in der Ausweitung auf Baby-Tees, die als zahnfreundliches Getränk eine Rolle in der Prävention des Nursing-Bottle-Syndroms spielen könnten.

Aktuelle Daten und Fakten

Wenn heute das Zahnmännchen im Mittelpunkt steht, sprechen wir eigentlich über einen inzwischen erwachsenen Mann von 27 Jahren. Denn 1982 wurde das Zahnmännchen in der Schweiz „in die Welt gesetzt“ und ist seit 1985 in Deutschland bei der Aktion zahnfreundlich e. V. zuhause. Seine „Familie“ hat sich zu einem starken Verein entwickelt, dessen Rückgrat über 510 persönliche Mitglieder sind. Dazu zählen vor allem Zahnärzte und Ärzte, Wissenschaftler, Prophylaxefachkräfte, Ernährungsberater und Gesundheitsorganisationen, die uns vor Ort helfen, unsere gemeinsame Aufgabe und unser Ziele zu realisieren: die Zahn- und Mundgesundheit in Deutschland zu verbessern.

Über 30 nationale und multinationale Unternehmen (Süßwarenfirmer und Rohstoffhersteller, Pharma-, Oral-Care- und Dentalunternehmen) nutzen in Deutschland unser Signet: Unter 29 Markennamen sind weit über 100 unterschiedliche Produkte mit dem Zahnmännchen auf dem Markt. Mit einem gewissen Stolz dürfen wir feststellen, dass dieses Signet nicht nur zu den bekanntesten und am meisten verbreiteten Qualitätssiegeln gehört, sondern auch ein weltweit anerkanntes Beispiel für effektive Gesundheitskommunikation ist.

Bei aller Freude über das bisher Erreichte müssen wir aber auch feststellen, dass wir noch sehr, sehr viel mehr erreichen müssen. Selbstverständlich können wir nicht erwarten, dass sich zukünftig jeder Mensch gesund ernährt und bei Süßem ausschließlich Zahnfreundliches verzehrt. Aber nicht nur die Feststellung, dass unsere Bevölkerung immer dicker wird, gibt zu denken, sondern auch einige Fakten, die mit dazu beigetragen haben:

2008 wurden in Deutschland

- 3.697 Mio. Tonnen Süßwaren im Wert von
- 12.5 Milliarden € produziert und von
- 82,1 Mio. Menschen im Durchschnitt
- pro Kopf 31,27 kg
- im Wert von 112,42 € verzehrt.

In diesen Werten ist Kaugummi nicht enthalten. Allein dieser Marktbereich verbuchte für 2008 nicht nur ein Rekordvolumen von rund 623 Mio. € und zeigte für uns Zahnärzte ein eigentlich erfreuliches Ergebnis: zuckerfreie Produkte machen heute bereits 80 % des Kaugummi-Marktes aus. Eine Ursache für die steigende Beliebtheit von zuckerfreiem Kaugummi ist z. B. sein Zusatznutzen als Ergänzung zur täglichen Mundhygiene. Der Anteil an zuckerfreien Bonbons liegt mit rund 30 % (geschätzt) weit hinter dem Kaugummi zurück.

Nach vorsichtigen Schätzungen unserer Firmenmitglieder wurden im gleichen Zeitraum für rund 10 Mio. € zahnfreundliche Produkte produziert (incl. Kaugummi mit rund 4 Mio. €). Das heißt: im Durchschnitt gibt jeder Bundesbürger lediglich 13 Cent pro Jahr für zahnfreundliche Produkte aus.

Zuckerfrei? Häufig Irreführung der Verbraucher!

Sowohl für die Zahngesundheit als auch für die Allgemeingesundheit und damit auch für die zunehmenden Gewichtsprobleme ist es unerlässlich, den Zuckerkonsum zu reduzieren. Zuckerfreie Produkte leisten dazu einen wichtigen Beitrag. Aber was heißt eigentlich „zuckerfrei“? Nach dem Lebensmittelgesetz heißt „zuckerfrei“ eigentlich nur „frei von Rohrzucker“ (Haushaltszucker). Die „zuckerfreien“ Produkte können also durchaus Fruktose, Glukose, Laktose oder Maltose enthalten, die letztendlich auch zu Kariesschäden führen: Jede Form von Zucker wird von Bakterien im Zahnbelag in Säuren umgewandelt, die den Zahnschmelz zerstören, so dass die Bakterien in den Zahn eindringen können und Karies verursachen.

Der Verbraucher wird also mit Produktauslobungen wie „zuckerfrei“ sehr häufig an der Nase herumgeführt. Zwei Beispiele dazu: Mit der Aussage „ohne Zusatz von Kristallzucker“ wird ihm suggeriert, dass es sich um ein zuckerfreies – also (zahn-)gesunderes – Produkt handelt. Besonders schlimm wird es, wenn für Kinder ein „gesunder“ Fruchtbecher angeboten wird, der dreimal so viel Zucker enthält wie eine Cola. Darunter leiden dann nicht nur die Zähne der Kinder, sondern auch ihre Allgemeingesundheit und ihr Gewicht.

Nur bei rund zwei Prozent der zuckerfreien Produkte kann der Verbraucher absolut sicher sein, dass sie keinerlei Zahnschäden verursachen, weil diese mit dem Zahnmännchen ausgezeichnet sind! Dazu mehr von Prof. Lutz Stöber.

Für Rückfragen:

Prof. Dr. Stefan Zimmer

1.Vorsitzender Aktion zahnfreundlich e. V.

Universität Witten/Herdecke

Abteilung für Zahnerhaltung und Präventive Zahnmedizin

Alfred-Herrhausen-Str. 50,58448 Witten

T: +49-(0)2302-926663

F: +49-(0)2302-926667