

Markt

300 Millionen Euro

Verkauf Air Berlin nimmt mit dem Teilverkauf der österreichischen Tochter Niki 300 Millionen Euro ein. Käufer der 49 Prozent sei der Air-Berlin-Grossaktionär Etihad, teilte die Berliner Fluglinie gestern mit. Etihad hält 29 Prozent an Air Berlin. (sda)

Aktien Top

Swatch I	311.6	+4.56%
Perrot Duval Hold.	46.9	+4.22%
Tornos Hold. N	2.95	+3.87%

Aktien Flop

Swissmetal Hold.	0.06	-14.29%
CI Com S.A.	3.02	-11.18%
Addex Therap.	1.86	-9.71%

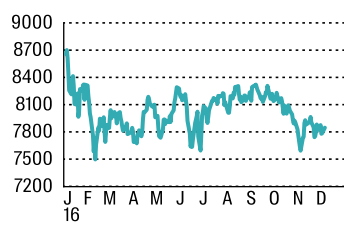
Devisen und Gold

Dollar in Franken	1.0095	-0.68%
Euro in Franken	1.0833	+1.16%
Gold in Fr. pro kg	37608	-1.09%

Zinssätze in %

Geldmarkt	02.12.	Vortag
Fr-Libor 3 Mt.	-0.747	-0.75
Fr-Libor 6 Mt.	-0.676	-0.678

SMI +0.79%
7845.68



Ohne Gewähr. Quelle: vwd group 06122016

«Die Schweizer bilden eine solide Stütze für den Tourismus.»

Schweiz-Tourismus-Sprecher Markus Berger freut sich über mehr Hotelübernachtungen von inländischen Gästen. 13



Zahnärzte empfehlen – ja, was denn nun?

Gesundheit In der Schweiz buhlen viele Zahnpasta-Marken um Kunden. Die Ratschläge von Zahnärzten können deren Absatz ankurbeln. Welche Zahnpasta die richtige ist, hängt auch vom Alter ab.

Maurizio Minetti

maurizio.minetti@luzernerzeitung.ch

Ein Herbstmorgen in einer Luzerner Kindergartenklasse. Die Zahnärztin erklärt den Kindern, was sie beim Zähneputzen beachten müssen. Bei einem Kind entdeckt sie Verfärbungen. Sie fragt die anwesende Mutter: «Verwendet das Kind Elmex-Zahnpasta?» Als die Mutter bejaht, rät die Ärztin, künftig Candida zu nehmen.

Solche Aussagen von Zahnärzten fallen immer wieder, auch bei Erwachsenen. Was steckt dahinter? Kann tatsächlich von gewissen Marken abgeraten werden? Oder lassen sich Zahnärzte gar von Herstellern einspannen? Nachfragen bei Wissenschaftlern, Zahnärzten, Dentalhygienikerinnen und Verantwortlichen der Schulzahnpflege zeigen: Offiziell gibt es keine Empfehlungen für einzelne Marken. Jeder Zahnarzt, jede Zahnärztin macht aber eigene Erfahrungen und so kann es vorkommen, dass sie von gewissen Zahnpasten abraten – und andere wiederum empfehlen.

Ständiger Kontakt mit Zahnärzten

In der Schweiz gibt es zahlreiche Zahnpasta-Marken, die zum Teil zu internationalen Grosskonzernen gehören. Dass diese um Zahnmediziner und Dentalhygieniker buhlen, versteht sich von selbst. Empfehlungen würden aber immer unabhängig erfolgen, betonen Zahnärzte. Gratismuster oder andere kleine Geschenke spielen da also offenbar keine Rolle. Die Hersteller selbst sehen es auch so: Bei der Migros-Tochter Mibelle, welche die Candida-Zahnpasta herstellt, heisst es: «Wir sind in ständigem Kontakt mit Zahnmedizin-Professoren und mit zahlreichen Zahnärzten in der Schweiz.» Ausserdem kooperiert Mibelle mit Universitäten, Dental-Hygienikerinnen und der Schulzahnpflege. Kooperieren heisst in diesem Fall auch, dass Produktmuster oder Broschüren verteilt werden. «Durch die Zusammenarbeit möchten wir die neusten Erkenntnisse aus der Zahnmedizin in unsere Produkte einfließen lassen», sagt eine Mibelle-Sprecherin.

Auch Elmex-Hersteller Gaba macht kein Geheimnis um die Nähe zur Zahnärztenschaft. Man unterhalte «intensive Kontakte zu Universitätsinstituten und praktizierenden Zahnärzten.» Dies sorgt für einen regen Wissensaustausch zwischen Wissenschaft und Praxis und garantiert die Weiterentwicklung der Produkte gemäss den Bedürfnissen der Zahnärzte und der Patienten. Sollten Zahnärzte Elmex empfehlen, erfolge dies unabhängig und «basierend auf der anerkannten Produktqualität und dem über Jahrzehnte hinweg belegbaren Kundennutzen», sagt eine Sprecherin.

Gaba mit Sitz in Therwil gehört seit 2004 zur amerikanischen Colgate-Palmolive-Gruppe. Gaba und Colgate beherrschen laut Schätzungen der Wettbe-



Welche Zahnpasta ist die beste? Auf diese Frage gibt es viele Antworten.

Bild: Getty

werbskommission rund die Hälfte des Schweizer Zahnpasta-Marktes. Angesprochen auf den Vorwurf, Elmex könne Verfärbungen hervorrufen, sagt die Gaba-Sprecherin: «Elmex enthält keine Inhaltsstoffe, die Verfärbungen verursachen.» Die Wirksamkeit von Elmex werde durch sehr viele wissenschaftliche Studien belegt. Tatsächlich kann laut Experten kaum behauptet werden, dass die Anwendung von Produkten bekannter

Zahnpastamarken Verfärbungen verursacht. Das Entstehen von Verfärbungen ist von vielen Faktoren abhängig wie etwa vom Konsum von Kaffee, Tee und Rotwein und natürlich vom Rauchen. Ausserdem können auch externe Einflüsse wie die Einnahme von Medikamenten oder pharmazeutischen Mundspülungen Verfärbungen verursachen. Gegen Verfärbungen helfen Spezial-Zahnpasten. Eine davon heisst «Black Is White» und

wird vom Krienser Dentalhygiene-Spezialisten Curaden hergestellt. Speziell: Diese Zahnpasta ist schwarz; Aktivkohle saugt die Partikel auf, die zu Verfärbungen führen. Allerdings ist diese Zahnpasta auch teurer als herkömmliche.

Die Wissenschaft selbst empfiehlt nicht einzelne Marken, heisst es etwa beim Zentrum für Zahnmedizin der Universität Zürich. Auch die Schweizerische Zahnärzte-Gesellschaft und der Berufs-

verband der Dentalhygienikerinnen der Schweiz empfehlen grundsätzlich keine spezifischen Produkte. Allerdings streichen die Verbände Produkteigenschaften heraus, die für die Zahnpasta wichtig sind. Dazu gehört vor allem der Fluoridgehalt (siehe Box).

Inhaltsstoffe wichtiger als Marke

Für den Luzerner Zahnarzt Jürg Eppenberger ist der Fluoridgehalt eines von zwei wichtigen Kriterien. «Bei der Auswahl sollte man ausserdem darauf achten, dass die Zahnpasta eine geeignete, schwache Schmirgelwirkung hat», sagt Eppenberger. Fachleute sprechen hierbei vom RDA-Wert (Relative Dentin-Abrasion), der aber auf der Paste in der Regel nicht deklariert ist. «Je höher der RDA-Wert, desto mehr wird abgeschmirgelt. Sogenannte Raucherzahnpasten mit hohem RDA-Wert sollten niemals regelmässig zum Zähneputzen verwendet werden», rät Eppenberger. Gemäss der Schweizerischen Zahnärzte-Gesellschaft muss darauf geachtet werden, dass die Zahnpasta einen mittleren abrasiven Wert hat (RDA 40 bis 80). Ist der Wert zu hoch, kann der Zahnschmelz verletzt werden. Achtet man auf den abrasiven Wert und den Fluoridgehalt, spielt die Marke laut Fachleuten keine grosse Rolle. Präferenzen gibt es dennoch: Eppenberger zum Beispiel empfiehlt in der Regel Zahnpasten von Elmex oder Colgate.

Hauptsache Fluorid, aber nicht zu viel

Tipp Der Fluoridgehalt sei bei Zahnpasten das wichtigste Kriterium, sagen Wissenschaftler und Verbände unisono. Fluorid ist an der Knochenbildung und am Knochenwachstum beteiligt; es härtet nicht nur Knochen, sondern auch den Zahnschmelz. Eine ausreichende Versorgung des Körpers mit Fluoriden kann das Auftreten von Karies zudem deutlich mindern.

Laut der Zahnärzte-Gesellschaft sind heute mehr als 90 Prozent der Zahnpasten, die in der Schweiz verkauft werden, mit Fluoriden versehen. Seit den Sechzigerjahren sei der Kariesbefall bei Schweizer Schulkindern unter anderem dank der Auswirkung der Fluoride

um 90 Prozent zurückgegangen. Bei Erwachsenen mit erhöhtem Kariesrisiko sollte zusätzlich einmal pro Woche ein Fluoridgel verwendet werden, rät die Zahnärzte-Gesellschaft. Für Kinder unter 6 Jahren bestehe normalerweise kein Mangel an Fluoriden. Für die Kleinen empfiehlt sich daher Kinderzahnpasta (ab dem ersten Milchzahn) und später eine fluoridierte Zahnpasta (spätestens ab 6 Jahren).

Allerdings gibt es auch Zahnpasta-Hersteller, die bewusst auf Fluorid verzichten. Dazu gehört Weleda aus Arlesheim (Basel-Land). Fluorid könne leicht überdosiert werden, was negative Effekte wie erhöhte Knochenbrüchigkeit und

Zahnfluorose auslösen könne, sagt ein Weleda-Sprecher. Als anthroposophisch inspiriertes Unternehmen beziehe Weleda auch aus der Geisteswissenschaft Rudolf Steiners stammende Aspekte in die Produktentwicklung ein. Da Fluoride von Natur aus in verschiedenen Nahrungsmitteln wie etwa Fisch, Getreide, Milch, Nüssen und in Wasser enthalten seien, sei oft die individuell benötigte Dosis an Fluorid durch die Nahrung bereits erreicht.

Der Luzerner Zahnarzt Jürg Eppenberger weiss jedoch aus seiner Praxis, dass bei Patienten, die Pasten ohne Fluorid verwenden, viel häufiger und rascher Karies entsteht. (nim)