

Rolf Schlömer\*

## Der Zahnarzt auf der Milka-Kuh?

### Zuckerindustrie und Zahnschäden

*In dem folgenden Beitrag beleuchtet die Vereinigung Demokratische Zahnmedizin das Verhältnis zwischen zahnmedizinischen Institutionen und Verbänden einerseits und der Zucker- und Süßwarenindustrie andererseits. Dabei wird deutlich, daß der Volksseuche Zahnkaries eine Präventionsstrategie entgegengesetzt werden soll, die den Interessen der Zahnärzteschaft und der Zuckerindustrie gleichermaßen Rechnung trägt. Kernstück dieses Interessenausgleiches auf Kosten der zahnkranken Bevölkerung ist die gemeinsam betriebene Propaganda einer »Selbstverschuldungslegende«: Die Zähne werden kariös, weil keine ausreichende Mundhygiene und Fluoridierung betrieben wird. So wird die Forderung der Zahnärzteschaft nach einer von den Krankenkassen zu finanzierenden Individualprophylaxe in den Praxen untermauert, während andererseits der Zucker- und Süßwarenkonsum aus der Schußlinie herausgehalten wird.*

*Die Vereinigung Demokratische Zahnmedizin kommentiert in diesem Beitrag auch einen Brief des umstrittenen damaligen Vorsitzenden des Landesverbandes Nordrhein im Freien Verband der Deutschen Zahnärzte, Eduard Knellecken. Die standespolitischen Thesen Knelleckens werden von der Vereinigung Demokratische Zahnmedizin abgelehnt und bekämpft. Dennoch scheint es uns angebracht, anhand der von Knellecken veröffentlichten internen Vorgänge die Zusammenarbeit zwischen Zahnärzteschaft und Zuckerindustrie darzustellen.*

Die Kariesprophylaxe steht auf drei Säulen: Der zuckerarmen Ernährung, der richtigen Mundhygiene und der Fluoridierung. So jedenfalls lehren es (noch) die deutschen Universitäten und verkünden es die Prophylaxe-Lehrmeister aus der Schweiz. Wer aber die Aktivitäten der zahnärztlichen Standesorganisationen in der Bundesrepublik beobachtet, muß seit längerem feststellen, daß eine der Säulen unter die Spitzhacke gekommen ist: Der Zahnkiller Zucker wird totgeschwiegen. Umsomehr wird die Werbetrömmel für Fluor gerührt und das Zähneputzen wird zur wichtigsten Übung der Nation erhoben.

Aktuelle Hintergrundinformation zu dieser Entwicklung hat die Öffentlichkeit dem Grabenkrieg zwischen den Zahnarzt-Funktionären zu verdanken. Nach kurzer Kampfpause hat Eduard Knellecken seine inter-

\* Mitglied der Vereinigung Demokratischer Zahnmedizin. Der Aufsatz ist eine überarbeitete Fassung aus: Der Artikulator, Nr. 8, März 1982.

nen Widersacher erneut angegangen. Interessantes kam ans Licht, als er einen Brief, gerichtet an Dr. O. Bruker, seinen langjährigen Gefährten im Streit gegen die Zuckerindustrie, an die nordrheinischen Zahnärzte verschickte. In diesem Brief ging es um einen Kooperationsvertrag der Kassen-Zahnärztlichen Vereinigung (KZV) Nordrhein mit der Zuckerindustrie und um die Karriere des Friedrich Römer, der vom Werbemann der Zuckerindustrie zum einflußreichen Prophylaxe-Funktionär in zahnmedizinischen Organisationen und Gremien aufgestiegen ist.

### **Kooperationsvertrag zwischen Zucker und Zahn?**

In den Zahnärztlichen Mitteilungen (20/80) berichtete Hartlmaier unter der Überschrift »Vor neuem Zuckerkrieg?«, daß sich Vertreter des Verbandes Deutscher Zahnärzte »ein Herz faßten« und mehrere Gespräche mit Repräsentanten des Zuckergewerbes führten. Hartlmaier deutete Vereinbarungen in Sachen beidseitiger Öffentlichkeitsarbeit an, ohne diese jedoch näher zu erläutern. Knellecken holte dies jetzt genüßlich nach, indem er am Beispiel der KZV Nordrhein Passagen aus dem o.g. Vertrag mit der Zuckerindustrie veröffentlichte (siehe weiter unten »Dokument«). Lesenswerte Abschnitte enthielt auch der Vertragsentwurf, aus dem die Handschrift der Zuckerleute noch deutlicher herauszulesen ist. Was im Vorentwurf nicht zu halten war, wurde laut Knellecken Bestandteil mündlicher Vereinbarungen. Darin soll sich die Kassen-Zahnärztliche Vereinigung verpflichtet haben,

- a) im Rahmen ihrer Öffentlichkeitsarbeit alle Hinweise auf die allgemein schädigende Wirkung des Zuckers zu unterlassen,
- b) ihre Aufklärungsarbeit auf Zahnhygiene zu konzentrieren und
- c) weder den Zahnärzten noch der Presse oder der Öffentlichkeit irgendwelche Mitteilungen über den mit der Wirtschaftsvereinigung Zucker abgeschlossenen Kooperationsvertrag zu machen.

Nicht weniger interessant als die Veröffentlichung des Vertragstextes sind Knelleckens Recherchen über Friedrich Römer. Römer wird als einflußreicher Werbemann der Zuckerindustrie beschrieben, dessen Karriere mit detaillierten Angaben belegt wird. Danach sei Römer jahrelang Mitarbeiter der Werbeagentur Thompson in Frankfurt gewesen, der wichtigsten Werbeagentur der Zucker- und Süßwarenindustrie. Thompson gründete, laut Knellecken, vermutlich auch den »Verein für Zahnhygiene«, dessen Vorsitzender Friedrich Römer wurde. Geschäftssitz und Geschäftsräume hatte dieser Verein in den Räumen der Werbeagentur Thompson. Eine spätere Gründung der Zuckerwerber war der »Informationskreis Mundhygiene und Ernährung« (IME), der heute bei Zahnärzte-Verbänden und Universitäten bestens eingeführt ist.

Auf Römers Initiative wurde 1969 ein Ausschuß zur Koordinierung der Zahngesundheitserziehung gegründet, der neben dem BDZ und dem Deut-

schen Ausschuß für Jugendzahnpflege auch von Römers »Verein f. Zahnhygiene e.V.« getragen wurde. Erst unter dem Druck von Knelleckens Aktivitäten während dessen KZB-Amtszeit habe Römer formell bei Thompson gekündigt und sei mit seinem Verein aus den Räumen der ZuckerWerbeagentur nach Darmstadt umgezogen. Höhepunkt in Knelleckens Römer-Bibliographie: Auf einer Tagung des Planungsstabes für Öffentlichkeitsarbeit des Bundesverbandes der Deutschen Zahnärzte (BDZ) wurde ihm Römer als persönlicher Berater von Dr. Sebastian vorgestellt. Sebastian war damals Vorsitzender des Planungsstabes und ist heute Präsident des BDZ.

Nicht erwähnt hat Knellecken den weiteren Aufstieg Römers in der Landes Zahnärztekammer Hessen. Diese kürte ihn zum Leiter der »Pressestelle der Hessischen Zahnärzte«, die unter der gleichen Anschrift wie Römers »Verein für Zahnhygiene« in Darmstadt firmiert. Neben der Aufgabe, durch Verbindungen zur Presse eine »sachlich einwandfreie und möglichst zahnarztfreundliche Berichterstattung zu erreichen«, sieht Römer die Aufgaben der Pressestelle natürlich auch darin, »(die) Patienten über die wichtigsten Verhaltensregeln zur Vorbeugung gegen Zahnerkrankungen aufzuklären«. Ebenfalls bleibt bei Knellecken unerwähnt, daß Römer sich auch um höhere wissenschaftliche Weihen bemüht. Er ist einer der Schriftleiter der Zeitschrift »Kariesprophylaxe«, die mit ihrer Artikelauswahl ziemlich eindeutig auf der Propylaxe-Linie der Zucker- und Süßwarenindustrie und deren Sprachrohr »Informationskreis Mundhygiene und Ernährungsverhalten« (IME) liegt.

### **Kooperation oder Komplizenschaft?**

Kooperationsvertrag zwischen Zuckerindustrie und einer Kassen-Zahnärztlichen Vereinigung, ein Mann aus der Zuckerwerbung in zahnärztlichen Gremien und zahnmedizinischen Organisationen, eine offensive Zuckerverharmlosungs-Kampagne des IME mit Unterstützung der Wissenschaft und Verbände — worum geht es eigentlich dabei? Die Interessen der Zucker- und Süßwarenindustrie sind klar: 1981 wurden an über 300.000 Verkaufsstellen Süßigkeiten im Wert von über DM 11 Mrd. vertrieben. Diesen Umsatz gilt es zu steigern, obwohl die BRD in der EG bereits die Spitzenposition im Zuckerverbrauch hält. Schon jetzt verzehrt der Durchschnittsbürger mehr als die doppelte Menge an Fabrikzucker pro Tag und Jahr, wie sie die Ernährungswissenschaftler im ersten »Ernährungsbericht« 1969 der Bundesregierung für gesundheitlich noch unbedenklich bezeichnet hatten: nämlich 60g am Tag.

Es gilt aber nicht nur riesige Umsätze zu verteidigen, sondern auch satte Zuwachsraten zu sichern. Dies ist Sache der Werbung, die zweigleisig vorgeht: Da gibt es einmal die in vielen Fällen nahezu kriminelle Produktwerbung für Süßigkeiten, die unter stillschweigender Billigung des Gesund-

heitsministeriums mit der Unwissenheit und Unbefangenheit vor allem der Kinder manipuliert. Zum anderen sind es notwendige Public-Relations Aktionen, die auf das Lager der potentiellen Zuckergegner abgestimmt sind. Darunter sind auch Aktionen einzuordnen, wie der Vertrag mit einer Kassen-Zahnärztlichen Vereinigung, Gründung von Mundhygiene-Organisationen oder auch die von Knellecken aufgedeckte süßlich-klebrige Karriere des Friedrich Römer.

Inhaltlich zielen diese Aktionen der Süßwaren-Industrie darauf ab, zu verhindern, daß Zucker und Süßigkeiten in der Öffentlichkeit als zahnschädigend dargestellt werden. Da die zahnschädigende Wirkung jedoch gründlich untersucht und unumstößlich erwiesen ist, mußte die Zuckerindustrie eine besondere, hauseigene Kariesätiologie entwickeln: Zahnkaries wird nicht etwa durch Zucker verursacht, sondern dadurch, daß die Leute die Zuckerreste nach dem Verzehr nicht gleich mit der Zahnbürste beseitigen. Und weiter besagt die Logik der Zuckerindustrie: Zahnkaries könnte durch den Zucker erst gar nicht entstehen, wäre das Trinkwasser endlich fluoridiert und der Zahnschmelz widerstandsfähiger.

Diese Perversion des Präventions-Gedanken ist durchgängig herauslesbar aus den Informationsblättern, die vom IME den Zahnärzten zur Patientenaufklärung angeboten werden. Hinweise auf Ernährung sind dort entweder auf der letzten Seite untergebracht oder es wird im Nebensatz nebulös vom »Nahrungszucker« gesprochen, der am Zahn haften bleibt. Der Laie wird mit dem »wissenschaftlichen Experiment« beruhigt, daß »ein völlig belagfreier Zahn durch Zucker ... nicht geschädigt werden kann«. Daß »völlig belagfreie« Zähne nur in Reagenzgläsern existieren und nicht in Mundhöhlen, wird natürlich verschwiegen.

Was das IME in einer »Standortbestimmung auf der Basis wissenschaftlicher Erkenntnis« über den Zucker herausgefunden hat, sollten besonders die Wissenschaftler aus der Schweiz und der BRD lesen, die das Zuckerinstitut »IME« durch ihre Unterstützung in zahnärztlichen Kreisen erst salonfähig gemacht haben.

Die Frage »Welche Rolle spielen Zucker und zuckerhaltige Speisen für die Entstehung von Karies?« wird dort abschließend folgendermaßen beantwortet:

»Bedeutsam sind auch folgende Faktoren: Zuckerhaltige Lebensmittel, die gleichzeitig Fett enthalten (z.B. Schokolade, fetthaltige Backwaren, Milchspeiseeis, Marmelade auf Butterbrot), haben einen gewissen Schutzeffekt, da an den Zähnen und zuckerhaltigen Speisestückchen ein schützender Fettfilm entsteht. — Zuckerhaltige Getränke spülen ihren Zucker buchstäblich 'mit sich selbst weg.'«

Es ist gewiß unverdächtig, wenn eine konservative Berufsgruppe wie die Zahnärzte wohlwollend bis ermunternd den Aktivitäten eines Industriezweiges gegenübersteht. Aber wenn sich angesichts einer Zucker- und

Süßwarenwerbung, die auf verbotenen und einseitig aufgearbeiteten Informationen basiert und mit wissenschaftlichen Erkenntnissen manipuliert, eine »Kooperation« zwischen Zucker- und Süßwarenindustrie und gesetzlichen Instituten der Zahnärzteschaft entwickelt, ist das Betrug an der Gesundheit der Bevölkerung. Mit derartiger Komplizenschaft ist ein neues Stadium im Verfall der zahnärztlichen Berufsethik erreicht.

Es ist erklärte Politik des Freien Verbandes, die Mundhygiene »abrechnungsfähig« zu machen und damit über die Individualprophylaxe in den Praxen die Kassen kingeln zu lassen. Dieser — vorerst allerdings gescheiterte — Zugriff auf weitere Versicherungsgelder erforderte eine leicht »frierte« Prophylaxe-Strategie, die Mundhygiene und Fluoridierung in den Vordergrund stellt und die ursachenorientierte Aufklärung der Bevölkerung in den Hintergrund rückt. Streitereien oder gar Prozesse mit der Zucker- und Süßwarenindustrie lenken da nur den Blick ab vom Goldesel Mundhygiene und stören die standespolitischen Schachzüge. — Für die Versicherten in der BRD hat es katastrophale Folgen, wenn sich Zuckerindustrie und Zahnärzteschaft auf den gemeinsamen Nenner »Mundhygiene und Fluor« einigen. Regelmäßige Mundhygiene und Fluoridierung sind zwar unerläßliche Bestandteile der Kariesprophylaxe, jedoch würde sich wenig an der Kariesstatistik ändern, wenn nicht die Zahl der zuckerhaltigen Zwischenspeisen reduziert wird. Alle seriösen Wissenschaftler sehen darin die Hauptursache für den Zahnverfall und sind sich einig in der Feststellung, daß es ohne Zucker auch keine Karies gibt. Erreicht werden soll dies nicht durch die Einführung einer spartanischen Lebensweise, sondern durch Aufklärung und Erziehung zum gesundheitserhaltenden Umgang mit Süßigkeiten. Voraussetzung ist der Kampf gegen die Werbemethoden und Infiltrationspraktiken der Zucker- und Süßwarenindustrie. Um diese Aufklärung zu verhindern und Riesenumsätze zu sichern, hat die Zucker- und Süßwarenindustrie alle Register gezogen. Dies überrascht nicht, denkt man beispielsweise an die Werbung der Zigaretten- oder Spirituosenindustrie, oder an Methoden der Beruhigungstee-Hersteller. Seltenheitswert hat jedoch eine so offene Allianz zwischen denen, die sich durch die Verursachung einer Krankheit bereichern und denen, die nicht nur an der Beseitigung der Zahnschäden verdienen, sondern in der Öffentlichkeit noch als Vorkämpfer der Kariesprophylaxe angesehen werden.

Wir wollen nicht hoffen, daß ein Mann aus der Zigarettenwerbung die Öffentlichkeitsarbeit der hessischen Ärzte über den Lungenkrebs macht. Wir können uns auch noch schlecht vorstellen, daß den Schnapfsfabrikanten ein Deal mit den Internisten gelingt. Stimmen aber Knelleckens Behauptungen über Friedrich Römer und die Absprachen zwischen Zuckerindustrie und der KZV Nordrhein, dann ist die Aufsichtsbehörde gefordert, die Vereinbarkeit solcher Absprachen mit dem gesetzlichen Auftrag der zahnärztlichen Körperschaften zu überprüfen.

## Dokument

*Vereinbarung zwischen der Kassen-Zahnärztlichen Vereinigung Nordrhein, vertreten durch den Vorstand, und der Wirtschaftsvereinigung Zucker*

### Präambel:

Im Interesse einer sachlichen Aufklärung der Bevölkerung zur Verhinderung von Zahnerkrankungen sind die Parteien übereingekommen, in Zukunft soweit als möglich zusammenzuarbeiten. Insbesondere werden die Parteien in der Öffentlichkeit gegenseitige Angriffe vermeiden. In diesem Sinne und zur Beendigung des Rechtsstreites 7 K 3482/78 Verwaltungsgericht Düsseldorf wird folgendes vereinbart:

1. Das Verfahren vor dem Verwaltungsgericht Düsseldorf wird durch Vergleich der Parteien beendet. Die Kosten werden gegeneinander aufgehoben.
2. Die KZV-Nordrhein wird ihre Aussagen in sachlicher Form und unter Berücksichtigung gesicherter Erkenntnisse der medizinischen Fachwelt machen. Soweit es Zahnerkrankungen betrifft, wird die KZV — sofern und soweit in diesem Zusammenhang Zucker angesprochen ist — ihre Öffentlichkeitsarbeit in sachlicher Form und unter Berücksichtigung gesicherter Erkenntnisse der medizinischen Fachwelt betreiben, wobei der Aspekt unzureichender Zahnpflege berücksichtigt wird.
3. Die Wirtschaftsvereinigung Zucker wird ihre Aussagen in sachlicher Form und unter Berücksichtigung gesicherter Erkenntnisse der medizinischen Fachwelt machen.
4. Die Parteien kommen überein, sich mindestens einmal jährlich zu treffen, um einen Gedankenaustausch über die beidseitigen Werbe- bzw. PR-Maßnahmen durchzuführen. Bei dieser Gelegenheit werden die Parteien prüfen, ob und inwieweit eine gemeinsame Arbeit im Interesse der Zahngesundheit durchführbar ist.

### *Vertragsentwurf der Zuckerindustrie*

1. Das Verfahren vor dem Verwaltungsgericht Düsseldorf wird durch Vergleich der Parteien beendet: Die Frage der Kostenlast wird vorläufig offengelassen.
2. Die KZV-Nordrhein unterläßt im Rahmen ihrer Öffentlichkeitsarbeit Aussagen, die bei dem medizinischen Laien den Eindruck erwecken könnte, daß der Verzehr des Zuckers die Entstehung von allgemeinen Körperschäden und/oder Krankheiten verursacht. Soweit es Zahnerkrankungen betrifft, wird die KZV — sofern und soweit in diesem Zusammenhang der Zucker angesprochen ist — ihre Öffentlichkeitsarbeit in sachlicher Form und unter Berücksichtigung gesicherter Erkenntnisse der medizinischen Fachwelt betreiben, wobei der Aspekt der unzureichenden Zahnpflege besonders berücksichtigt wird.
3. Die Wirtschaftsvereinigung Zucker wird auch in Zukunft jegliche extrem unsachlichen Werbeaussagen für Zucker unterlassen. Sie wird ihre Aussagen in sachlicher Form und unter Berücksichtigung gesicherter Kenntnisse der medizinischen Fachwelt machen.
4. Die Parteien kommen überein, sich mindestens einmal jährlich zu treffen, um einen Gedankenaustausch über die beiderseitigen Werbe- bzw. PR-Maßnahmen durchzuführen. Bei dieser Gelegenheit werden die Parteien prüfen, ob und inwieweit eine gemeinsame Arbeit im Interesse der Zahngesundheit durchführbar ist.