



Denken ...

ist „out“, oder zählen Sie etwa zu jenen Übriggebliebenen des letzten Jahrtausends, die ein Flugzeug selbst steuern würden, statt dem Autopiloten zu vertrauen? Drehen Sie sich etwa noch um, wenn Sie Ihr Auto einparken, obwohl Ihre Einparkhilfe mit ihrem penetranten Piepsen das überflüssig macht? Haben Sie etwa noch einen Straßenatlas, statt sich von Ihrem „Navi“ ans Ziel bringen zu lassen?

Früher musste man Zeitung lesen, um sich eine Meinung zu bilden. Dabei konnte man relativ sicher sein, dass die Journalisten und Redakteure unabhängig waren. Diese Phase haben wir hinter uns, denn große Konzerne entscheiden nun mit ihren wohl finanzierten Werbeabteilungen, ob kritisch über etwas berichtet wird. Doch besser nicht, denn dem, der Kritik übt, entgeht das Anzeigengeschäft. Nun seien Sie nicht überkritisch, sondern sehen Sie die Vorteile für unseren Berufsstand: Gründen Sie eine Klinik, und machen Sie Werbung! Natürlich keine plumpe Werbung in der Rubrik „Anzeigen“. Nein, bezahlen Sie eine Werbeagentur dafür, dass über Sie im redaktionellen Teil einer Zeitung berichtet wird. Keine Sorge, wenn Sie nicht schreibbegabt sind – die „Profis“ Ihrer Werbeagentur übernehmen das Schreiben gern für Sie. Ihr Text kann dann sogar im Wissenschaftsteil einer Zeitung erscheinen. Das ist viel glaubwürdiger, weil vermeintlich sachlich korrekt und unabhängig. Was für ein Fortschritt!

Wir müssen nicht denken, sondern nur glauben. Die Sache hat allerdings einen Haken. Woher wissen Sie, dass Ihr teures, weil angeblich gutes Navigationssystem wirklich – unabhängig – getestet wurde? Woher wissen Sie, dass der Chirurg Ihrer Wahl wirklich der Beste ist und nicht nur mit Hilfe einer Werbeagentur auf der Bestenliste erschien? Aber das lässt sich doch überprüfen! Denn wenn Ihr Chirurg ein wirklicher Köhner ist, hat er die Erfolgsstatistik seiner in den letzten 20 Jahren operierten Patienten in einer unabhängigen, begutachteten wissenschaftlichen Zeitschrift veröffentlicht. Doch halt! Kann es nicht auch sein, dass seine mangelhaft operierten Patienten schon bald nach ihrer Operation einen anderen Behandler aufgesucht haben und daher in der Erfolgsstatistik gar nicht auftauchen? Es kann also sein, dass eine retrospektive Auswertung nicht die ganze Wahrheit wiedergibt, obschon sie nach bestem Wissen und Gewissen erstellt wurde.

Sie fragen sich wahrscheinlich nun, wo der Zusammenhang mit der Kieferorthopädie ist? Nehmen wir das Schwerpunktthema dieses Heftes: selbstligierende Brackets. Ja, sie verkaufen sich gut. Ob der Grund dafür objektive Vorteile für den Patienten und/oder den Behandler sind, wissen wir nicht. Ein Vorteil ist möglicherweise auch, dass man diese Brackets dem Patienten privat in Rechnung stellen kann. Und jeder Patient wird gern bezahlen, wenn er hört, dass mit diesen Brackets stabile Zahnbogenexpansionen mit runden Bögen ohne Kippungen möglich werden. Ja, er wird gern bezahlen, wenn er einen der zahlreichen Patientenberichte sieht, die zeigen, was für schöne Behandlungsergebnisse man mit selbstligierenden Brackets erreichen kann, obwohl die sich leider nicht wirklich selbst ligieren. Aber weiß der arme Patient, dass es bisher keine randomisierte, prospektive, multizentrische Studie über verschiedene selbstligierende und konventionelle Brackets gibt? Und auch dieses Schwerpunktheft wird Ihnen nur sehr begrenzt helfen, die Wahrheit zu diesem Thema zu finden.

Umso wichtiger ist es, dass Sie kritisch lesen, denn nach wie vor gilt: Denken

... ist erlaubt!

Prof. Dr. Rainer-Reginald Miethke

Prof. Dr. Paul-Georg Jost-Brinkmann