

REDACTIONEEL GEDEELTE

ADVERTENTIE-POLITIEK

Op de Algemeene Vergadering te Zwolle heeft ook de wijze van adverteeren een punt van bespreking op het programma uitgemaakt en bleek uit de langdurige discussies, dat deze materie nog niet zoo heel eenvoudig was. Dit was te opmerkelijker, omdat onmiddellijk bleek dat iedereen het eens was over het principe, dat het geregeld adverteeren uit den booze is en ook voor de toekomst niet kan worden geduld.

De moeilijkheid was een formule te vinden, waarbij uitzonderingsgevallen niet in verdenking zouden komen. Ten slotte sprak de vergadering als haar oordeel uit, dat in het algemeen het voor de leden der maatschappij niet oirbaar is anders te adverteeren dan bij vestiging, verhuizing, afwezigheid en verandering van spreekuur.

De trouvaille zit hier in de uitdrukking „in het algemeen”, waaruit blijkt dat uitzonderingen denkbaar zijn en dat men in die gevallen rekening zal moeten houden met plaatselijke gebruiken.

Wij gelooven dat èn de bespreking èn deze uitspraak voor de toekomst van groot nut zullen zijn.

Door de *bespreking* staat vast dat *niemand* wenscht te tornen aan het sinds jaar en dag geldende beginsel, dat geregeld adverteeren niet oirbaar is. Bij de sterke stijging van het aantal tandartsen is het zonder meer duidelijk dat de verleiding bij de jongeren nu en dan groot moet zijn om het eens met de advertentie te probeeren. Juist voor hèn is hier de bescherming door een verbod hoog noodig, omdat — eenmaal dit pad verlatende — de een den ander zou moeten volgen,

en wij dan terug zouden keeren tot het „minzaam aanbevelend” van vroeger eeuwen. Dat dit in *ieder opzicht* voor patiënt en tandarts achteruitgang zou beteekenen, achten wij in confesso.

Bij de thans geldende gewoonten zullen de adverteerende vakgenooten zich aandienen als behoorende en zich gevoelende bij de zwakke broeders, die den strijd om het bestaan niet op normale wijze kunnen voeren en juist daardoor zullen zij direct zijn gesignaleerd.

Ook de *uitspraak* van de vergadering lijkt ons gelukkig, omdat vooropstellende dat adverteeren niet toelaatbaar is, zij toch voldoende ruimte heeft gelaten om grensgevallen afzonderlijk te beoordeelen en zoodoende gevaarlijk formalisme te vermijden.

Behalve echter de advertentiepolitiek van den tandarts tot het publiek, is er nog een andere waarmede wij te maken hebben en wel die van den fabrikant in tandheelkundige artikelen tot den tandarts, zooals die gevoerd wordt door middel van advertenties in vakbladen en door circulairen. En ook deze methoden mogen wel eens onder de oogen worden gezien.

In de allereerste plaats komt daarvoor natuurlijk in aanmerking de reclame, gemaakt voor tandmiddelen en tandborstels.

Dat men het publiek daarbij van allerlei wijsmaakt is zeer te betreuren, maar stemt volkomen overeen met wat andere fabrikanten zich ten opzichte van de goedgelovige menigte veroorloven. Maar dat men ook aan de tandartsen circulairen zendt en advertenties plaatst in hunne vakbladen, waarbij het zelfs den minst critischen lezer moet opvallen, dat men hem niet alleen aanziet voor wel zèer naief, maar ook voor zèer onwetend, is verbazingwekkend en ergerlijk. Wàt men bijv. ook voor standpunt moge innemen ten opzichte van de mondhygiëne, vast staat in ieder geval dat wij helaas geen enkel poeder en geen enkele pasta kennen, die ten opzichte van cariesprophylaxe ook maar èenige verdienste heeft. (Hierbij schakel ik voorloopig Andresen's middel uit). En wanneer wij nu advertenties en circulairen te slikken krijgen, waarin een

fabrikant — du haut de sa grandeur — ons komt vertellen, dat hij het vraagstuk heeft opgelost en dit staft met bewijzen, die afwisselen tusschen het kinderlijke en het leugenachtige, dan spijt het ons alleen dat wij na die lezing niet dien fabrikant tegelijk met zijn product en zijn circulaire in de prullemand kunnen laten verdwijnen.

Onze schrijftafel ligt op het oogenblik vol met dergelijke fraaiigheden. Zoo bijv. een in het Hollandsch gestelde circulaire van „The Antidolor Mfg. Co.”, die ons komt vertellen dat *Dr. Waite's anaestheticum* nu het ideaal is van alle injectievloeistoffen. Men vestigt onze aandacht op het feit dat deze injectievloeistof reeds 25 jaar bij duizenden en duizenden ampullen in Amerika en Engeland verkocht wordt! Napijn is absoluut uitgesloten!!!

Men vraagt zich dus met de noodige verbazing af, waarom in de afgelopen 25 jaar nog pogingen zijn aangewend om deze sublieme vloeistof door andere te vervangen en waarom men ons — lang voor wij de Novocaine leerden kennen — uit Amerika en Engeland niet iets van de zegeningen van dit middel verteld heeft.

Wanneer men dan verder nog verneemt, dat wij bij afname van 12 dozen *gratis* een geïllustreerde uitgave van „*Dr. Waite's New Blocking*” ontvangen, dat speciaal voor ons in het Hollandsch is vertaald, dan krijgen wij tranen van dankbaarheid in de oogen, dat wij op deze wijze eindelijk zullen worden ingewijd in de geheimen der geleidingsanaesthesie, die dan vermoedelijk ook sinds 25 jaren in Amerika en Engeland is gevonden en toegepast!

Wij zouden den fabrikant en den Hollandschen vertaler willen vragen: Gesteld al, dat een tandarts bereid is om een — hem volkomen onbekende — vloeistof bij zijn patiënten in te spuiten, begrijpt gij dan niet dat deze reclame hem onmiddellijk noopt het nog ongeopend pakket zonder verder verwijl te vernietigen?

Wij weten momenteel geen middel om van deze ergernis en tijdverspilling af te komen en hopen daarom dat inderdaad

een weinig begrip de heeren deze laatste vraag bevestigend zal doen beantwoorden.

Intusschen kan het wellicht zijn nut hebben, wanneer de tandartsen — als de gelegenheid zich voordoet — aan heeren fabrikanten en hunne vertegenwoordigers hun oordeel over deze en dergelijke reclame op duidelijke wijze zouden te kennen geven !

N.