

Artsen laken reclame inlegkruisjes

AREND VAN WIJNGAARDEN

GRONINGEN Drie artsen van het UMCG komen in actie tegen reclames voor inlegkruisjes.

Die reclames doen het voorkomen alsof een inlegkruisje de oplossing is, terwijl vrouwen juist hun blaas en bekkenbodemspieren moeten trainen, stellen de artsen. „In de reclames verliezen vrouwen die midden in het leven staan en actief zijn, als ze lachen of springen, ‘oeps’, wat urine. De oplossing is gelukkig nabij: inlegkruisjes. Zo springt, lacht en danst de vrouw weer onbezorgd, zonder dat iemand er iets van merkt”, schrijven huisarts-onderzoekers Anne Loohuis, Nienke Wes-

sels en Marco Blanker. „Wat ze er niet bij vertellen, is dat incontinentiemateriaal de oplossing niet is. Als je er niets aan doet, wordt het alleen maar erger.”

Ruim een kwart van de volwassen vrouwen heeft last van urineverlies, vooral na een bevalling of de overgang. Het is een taboe, maar krijgt door de reclames wel vrij veel aandacht. „Alleen niet op de manier die je zou wensen”, meent Loohuis.

Een producent van incontinentiemateriaal is Essity, voorheen bekend onder de namen SCA en Mölnlycke, met een grote fabriek in Hoogezand.

„Die reclame is alleen een middel om vrouwen te triggeren. In werkelijkheid werken we juist al jaren heel

veel samen met bekkenbodemtherapeuten”, zegt Wilma Venes van Essity: „Ik werk al 30 jaar bij Essity en de laatste 25 jaar doen we al pogingen vrouwen erop te wijzen dat incontinentiemateriaal alleen een hulpmiddel is, maar geen oplossing”, vervolgt ze. „We bieden een programma aan, we hebben een app ontwikkeld en bieden informatie-materiaal aan. Bijvoorbeeld posters voor op het toilet over hoe je goed moet plassen of poepen. Natuurlijk maakt onze reclame het heel mooi, om vrouwen aan te spreken. Maar daarachter zit wel degelijk onze boodschap: ‘leuk hoor dat incontinentiemateriaal, maar zorg vooral dat je er áf komt’.”

pagina 15