

februari/maart 2017

ONZE DRIE WAARDEN

EXPERT

Onze geloofwaardigheid berust op de vakkennis van onze 300 gespecialiseerde medewerkers, onze beproefde en doorzichtige werkmethode en onze veeleisende beroepsethiek.

ONAFHANKELIJK

Wij gaan prat op een totale onafhankelijkheid, zowel op financieel, politiek als ideologisch vlak. Onze standpunten en adviezen worden op geen enkele wijze ingegeven door externe druk.

DICHT BIJ U

Wij laten ons leiden door de consumenten in het algemeen en onze abonnees in het bijzonder. Wij luisteren naar hun wensen en noden en zorgen voor een snelle en aangepaste dienstverlening.

TEST AANKOOP

HOE ONS TE BEREIKEN

Hollandstraat 13, 1060 Brussel
Rekening: BE70 4300 7383 0125
van de Verbruikersunie Test-Aankoop

Telefonisch

02 542 32 00 bestellingen en abonnementen
02 542 32 32 voor advies, hulp en vragen
02 542 33 94 voor onze gezondheidslijn

Per e-mail

contact via onze website www.testaankoop.be

Bijdragen Test Gezond 6 nummers per jaar

1 jaar: € 56,40

2 jaar: € 101,52

Domiciliëring: € 4,70/maand

Losse nummers worden verkocht tegen de prijs vermeld op de cover.

Verantwoordelijke uitgever: Dominique Henneton

Niet voor commercieel gebruik

Elke weergave, aanhaling of gebruik met reclamedoelinden van onze artikels en van de gedeponeerde term "Beste Koop" is verboden, tenzij mits uitdrukkelijke toestemming.

De gezondheidsinformatie in dit tijdschrift is gebaseerd op recent wetenschappelijk onderzoek. In de medische wereld kan absolute zekerheid evenwel nooit worden gegarandeerd. Wij hopen toch uw behoefte aan nuttige en degelijke informatie te bevredigen. Het inwinnen van persoonlijk advies bij medisch personeel is altijd raadzaam.

4 VINGER AAN DE POLS

PRIKBORD GEZOND Monopolie-misbruik • Prijzen opticiens • Suiker in cereals • Energiedranken • Riziv en Test-Aankoop • Frisdrankautomaten • Kwikkvullingen • Gsm en virus • Pesticideresiduen

8 IN DE KIJKER

FLESVOEDING Eersteleefijds melk bevat te veel schadelijke stoffen.

10 TRAIN UW BREIN Geheugenspelletjes voor elke leeftijd.

11 VRUCHTENSAPPEN EN CO. Nectar, vruchtensap, limonade? Kent u de verschillen?

15 BIOSIMILARS Deze goedkopere kopieën van originele geneesmiddelen worden weinig voorgeschreven.

18 HOMEOPATHISCHE MIDDELEN Sommige staan op de lijst van geneesmiddelen terwijl hun doeltreffendheid niet is bewezen.

20 PSYCHOLOGISCHE PROBLEMEN Psycholoog, psychiater of psychotherapeut: tot wie moet u zich wenden?

24 BLOEDDRUKMETERS Hulp bij de keuze van een goed toestel.

26 COVERSTORY TANDPASTA Reken er niet op dat hij uw tanden witter maakt.

29 DE ONGEZOUTEN MENING Wat te denken over de hiv-zelftest?

30 SLAAPAPNEU Gerichte behandelingen bieden soelaas.

34 PROSTAATKANKER Doorgaans is de prognose gunstig, met of zonder behandeling.

38 OP DE VALREEP

UW VRAGEN Perineummassage • Probiotica tegen spruw • Cannabisolie en leukemie • Paroxetine



4

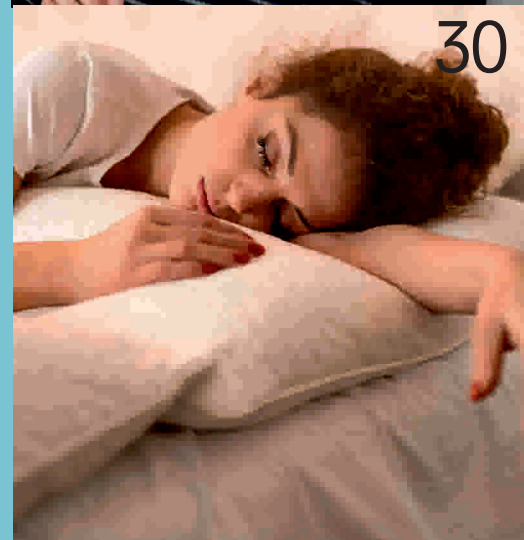


11

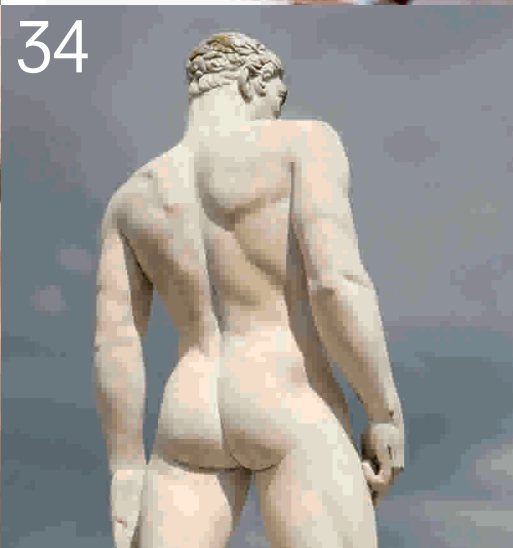


20

Jaak Beckers
voorzitter van de toekomstige
Koepel voor Psychotherapie



30



Karel Jooken
eindredacteur

Loze beloften

Droomfabriek aan diggelen

De marketingmachine van sommige fabrikanten belooft de hemel op aarde om maar meer te verkopen. Onze analyses leveren een minder rooskleurig beeld op.

Beloften, altijd weer die beloften ... Multinationals in de voedings- en farmaceutische industrie zitten er niet om verlegen. De slogans en afbeeldingen op hun producten creëren hoge verwachtingen. Wittere tanden in enkele dagen, beweren heel wat tandpasta's waarvan alleen de naam al doet vermoeden dat ze daadwerkelijk magische krachten bezitten. Of wat dacht u van “white now triple power gold” of “white luxe perfection”? Voeg daar nog een paar reclamecampagnes aan toe waarin fotomodellen met een hagelwit gebit u hypnotiseren met hun stralende glimlach ... en u bent verkocht.

Helaas moeten we u uit uw droom doen ontwakken want geen enkele van de door ons geteste tandpasta's kon zijn belofte houden. Ze reinigen weliswaar de tanden correct en verwijderen vlekken, maar geen enkele slaagde erin de tanden een tintje witter te maken dan de oorspronkelijke kleur. Een vergelijkbare marketingstrategie vinden we ook bij heel wat voedingsproducten. Tijdens uw aankopen in de supermarkt hebt u zeker al gezien dat de verpakking van vele drankjes vol kleurrijke afbeeldingen van sappig fruit staat, die u doen vermoeden dat die brouwsels allemaal een boost zijn voor de vitamine- en vezelaanvoer. Maar een blik op de ingrediëntenlijst geeft veelal een heel ander beeld. Sommige drankjes met fruit op de verpakking bevatten slechts een zeer minieme dosis ervan. Ontdek in dit nummer hoe u de echte vruchtensappen, die voor 100 % uit fruit bestaan, kunt vinden. Zo mogelijk nog verontrustender is hoe sommige in de apotheek verkochte homeopathische middelen het hebben geschopt tot officieel erkend geneesmiddel. Hoe kunnen ze de naam “geneesmiddel” waardig zijn wanneer hun doeltreffendheid nooit door ernstige studies werd aangetoond? Als dit alles iets aantoont, dan wel dat consumentenbescherming nog sterk voor verbetering vatbaar is: productetikettering moet helder en ondubbelzinnig zijn, reclame mag niet misleiden en het juridisch kader moet strakker worden. Wij zijn er, niet alleen om dat streefdoel te verwoorden, maar ook om het op alle mogelijke manieren te helpen realiseren.