

## Persbericht

### Eén op vier bijt op zijn nagels

#### Belgische uitvinding tegen nagelbijten komt op de Europese markt

**Uit een recente studie met 1000 personen uitgevoerd door het onderzoeksbureau Ipsos, blijkt dat één op vier personen nagelbijt. Jongeren tussen 21 en 25 zijn het meest vatbaar. Maar liefst 42% onder hen, nagenoeg één op twee, kampt met deze vieze gewoonte. Een nieuwe aanpak moet deze cijfers doen dalen.**

#### Aantal nagelbijters zwaar onderschat

Nagelbijten is een slechte gewoonte die meestal al vanaf jonge leeftijd wordt ontwikkeld, vaak door het gedrag van de ouders te kopiëren. **Jochen Roef**, psycholoog en persoonlijkheidsexpert: *“Het volwassen worden’, is een typische periode waarin op korte tijd veel verandert. Je moet zoeken bij wie je je gelijken vindt, je eigen mening leren bepalen, autonoom zijn en voor jezelf opkomen. Daarbij komt vaak een gevoel van onzekerheid kijken. Een coping mechanisme zoals nagelbijten kan dan een reflex zijn om met die onzekerheid om te gaan.”* Het exacte aantal nagelbijters bleef tot nog toe moeilijk te achterhalen. Een nieuwe studie uitgevoerd bij de Franse bevolking brengt verheldering. Maar liefst 26% van de 1000 bevroegde personen bijt op zijn nagels. Mannen bijten vaker op hun nagels dan vrouwen: 29% mannen tegenover 21% vrouwen. Opmerkelijk is ook dat het percentage het hoogst ligt in de leeftijdsgroep 21 tot 25 jaar, met maar liefst 42%. Deze verrassende cijfers zijn ongetwijfeld ook geldig voor de andere Europese landen.

#### Nagelbijten is onhygiënisch en schadelijk voor het imago

62% van de nagelbijters wil liefst zo snel mogelijk van hun vieze gewoonte af. En gelijk hebben ze, want nagelbijten is echt wel onhygiënisch. Op handen en nagels zitten veel ziekteverwekkers. Nagelbijters brengen die keer op keer in de mond en verspreiden zo bacteriën en virussen naar het mondslijmvlies. Uit het Belgische luik van het onderzoek door Ipsos in opdracht van Oystershell Laboratories blijkt echter ook dat nagelbijten samengaat met een negatief imago. 88% van de bevolking vindt nagelbijten onhygiënisch, 75% van de nagelbittende jongeren is onzeker en toont haar of zijn handen liever niet te opvallend en 64% geeft toe zelf zenuwachtig te worden van het nagelbijten. **Jochen Roef** kan zich daarin vinden: *“In een nieuwe omgeving is lichaamstaal heel belangrijk. Nagelbijten kan in zo’n situaties op verschillende manieren geïnterpreteerd worden. Mensen zien het als onzekerheid of krijgen het gevoel dat nagelbijters iets te verbergen hebben. Anderen zien nagelbijten dan weer als een kinderlijke reactie. Of ze krijgen de indruk dat ze de zaken niet onder controle hebben. De meeste mensen knappen ook af op onverzorgde handen. Die geven een negatieve indruk. Koppel dat aan situaties zoals bv. vrienden maken, daten of solliciteren, en we hoeven er zeker geen tekeningetje bij te maken: nagelbijten schaadt het imago.”*

#### Hoe aanpakken?

Uit eerder onderzoek bij 80 nagelbijters aan de Universiteit van Haifa bleek al dat er twee efficiënte therapieën zijn om te stoppen met nagelbijten: **gedragstherapie** en **aversietherapie**.

Aversietherapie is een bekende techniek waarbij aversie wordt gekoppeld aan iets wat voordien bevredigend schonk. Het aanbrenge van een bittere stof op nagels zorgt

ervoor dat de nagelbijter gestraft wordt telkens hij of zij bijt. Wat eerst voldoening gaf, wordt nu afgestraft.

Gedragstherapie werkt daarentegen niet of nauwelijks met een systeem van straffen om gedrag af te leren, maar met positieve opvolging om een gedragsverandering aan te leren.

De farmaceutische productontwikkelaar Oystershell Laboratories (Gent) heeft op basis van deze bevindingen een **baanbrekende behandeling** ontwikkeld die de twee therapieën combineert in één product: Raylex®. Het product zit in een hippe pen die men aanbrengt op de nagel en die in tegenstelling tot de gekende bittere nagellakjes in de nagel zelf doordringt. De bittere pompelmoessmaak van Raylex® doorbreekt de bijtreflex en maakt een onbewuste gewoonte heel even bewust. Voor de positieve bekrachtiging is er dan weer een jonge, dynamische app die de nagelbijter tijdens de behandeling helpt met tips, weetjes en opvolging.

Omdat zoveel jongeren onzeker zijn over nagelbijten en omdat het vaak ook helemaal geen onderwerp is, brengt Raylex® zijn boodschap met een positieve imagocampagne. De humoristische, knipogende reclamespot van het prijswinnende agentschap Boondoggle is momenteel te zien op televisie en in cinemazalen. Voor de imagocampagne werd ook de 21-jarige wereldkampioen freestyle kitesurf, Christophe Tack ingeschakeld. Christophe Tack is de geknipte “coole gast” om samen met 100 nagelbijters gedurende 18 dagen de uitdaging aan te gaan om te stoppen met nagelbijten.

Uit een studie van onderzoeksbureau Ipsos blijkt immers dat herinnering en positieve bekrachtiging de allerbelangrijkste ingrediënten zijn om te stoppen. In een test slaagde **91% van de Raylex® gebruikers al na 7 dagen** om te stoppen met nagelbijten. Om deze vieze gewoonte definitief over boord te gooien, raadt men aan om de behandeling minstens 18 dagen vol te houden. (Raylex® is enkel verkrijgbaar in de apotheek.)

## **Bijlage**

### *Fact and Figures (infographics)*

## **Bronnen**

- *Ipsos onderzoek bij 1000 respondenten: Nail biting - Survey in France (representative for Europe), iOmnibus research – November 2014. Prepared for: Oystershell.*
- *Ipsos onderzoek: Raylexconcept, communicatie en product test - Kwalitatief rapport onderzoek mei/2013*
- *Dufrene B.A., Watson T.S., Kazmerski J.S. (2008). Functional Analysis and Treatment of Nail Biting: Behavior Modification, 32, 6, 913-927*
- *Onderzoek Koritzky G., Yechiam E. On the value of nonremovable reminders for behavior modification: an application to nail-biting (onychophagia).*
- *Reclamespot: zie homepage op website: <http://www.raylex.com/nl-be>*

**Meer info**

Evelyne Verdeyen  
International Brand & Business Development Manager  
Oystershell NV

+32 9 377 24 85  
evelyne.verdeyen@oystershell.com  
www.oystershell.com

**Over Oystershell**

Oystershell Laboratories is een Belgisch farmaceutisch bedrijf dat gespecialiseerd is in innovatieve gezondheidsproducten voor consumenten. Oystershells missie is om nieuwe gezondheidsproducten te ontwikkelen die wetenschappelijke vooruitgang combineren met grotere consumententevredenheid. ([www.oystershell.com](http://www.oystershell.com))