TIPP

Bei einem Blick in das Regal der Zahnpflegemechanismen, beispielsweise in unseren Drogerien oder im Supermarkt, wird schnell die komplette und unüberschaubare Vielfalt der auf dem Markt befindlichen Zahnpflegeutensilien deutlich. Wo noch vor einigen Jahren eine kleine Palette bestehend aus verschiedenen Zahnpasten und Handzahnbürsten zu finden war, stehen die Endverbraucher (auch die Patienten) nun direkt im Produktdschungel. Durch dieses doch sehr große Angebot, das gleichermaßen visualisiert, dass die Thematik der Zahnpflege im Alltag wohl einen bestimmten Stellenwert eingenommen hat, sind die Patienten häufig auch etwas überfordert. Wer die Wahl hat, hat die Qual – oder?

Sabrina Dogan
[Infos zur Autorin]

Anne Bastek
[Infos zur Autorin]

Durchblick im Produktdschungel der häuslichen Zahnpflegehilfsmittel

Mundhygiene ist mehr als Zähne putzen

DH Sabrina Dogan, DH Anne Bastek

Prophylaxefachkräfte werden „gefühlt täglich" mit neuen Produkten aus dem Bereich Zahnpflege konfrontiert. Unsere Patienten bringen uns, nicht selten begeistert, ihre neuen Errungenschaften aus dem Dschungel der Zahnpflegeutensilien mit in die Praxis. Sie sind häufig sehr stolz darauf, dass sie diese „News" beim Einkaufen oder in der TV-Werbung entdeckt haben. Aber die Zeit ist schnelllebig und wir fragen uns häufig, wie wir den Überblick behalten können.

Professionelle Beratung in der Zahnarztpraxis

Das ist manchmal leichter gesagt als getan. Eine professionelle Beratung, verknüpft mit adressatengerechter Kommunikation bezüglich der individuellen und häuslichen Mundhygienehilfsmittel, ist für Präventionsfachkräfte Praxisalltag. Dennoch ertappen auch wir uns manchmal „im Kreislauf der Praxisroutine" und stellen uns im Nachgang einer Beratung oder bei gezieltem Nachhaken der Patienten die Fragen:

- Was konnten wir professionell vermitteln?
- Was wird unser Patient bis zur nächsten Präventionsbehandlung umsetzen?
- Wie und wo können die von uns empfohlenen Produkte käuflich erworben werden?

In jedem Fall sollten alle mündlich formulierten Empfehlungen schriftlich an unsere Patienten weitergegeben werden. Hier können wir auf einen Ausdruck in Papierformat oder, der Umwelt zuliebe, auf digitale Tools zurückgreifen. Gewisse Basics lassen sich kurz, knapp und verständlich festhalten. Hier sind einige Beispiele exemplarisch für die Formulierung zur Empfehlung einer

© RomanR/Shutterstock.com

Mundspüllösung und ihrer Anwendung dargestellt:

- Die Mundspüllösung wird unterstützend zur täglichen Zahnpflege empfohlen.
- Sie ergänzt das bereits bestehende Zahnpflegesortiment und dient nicht als Ersatz der mechanischen Zahnpflege.
- Sie sollte zweimal täglich, unverdünnt und gemäß der Herstellerangaben, verwendet werden. Dabei muss die vom Hersteller angegebene Dosierung (Menge zum Einmalgebrauch) und Zeit (Dauer der einmaligen Anwendung in Sekunden oder Minuten angegeben) beachtet werden.
- Ein Nachspülen mit Wasser wird nicht empfohlen.
- Die Mundspüllösung ist in der Drogerie/Apotheke/im Supermarkt/im praxisinternen Prohylaxeshop/online zu erhalten.

Welche individuellen Bedürfnisse haben die Patienten?

An jedem Zahn hängt ein Mensch und er ist ein Gewohnheitstier. Manchmal stellen demnach auch neue Zahnpflegeabfolgen, Zahnpflegeprodukte und damit verknüpft ein anderer Geschmack oder ein anderes Mundgefühl eine Herausforderung dar. Schmeckt die Zahnpasta nicht oder nicht gut genug bzw. nicht wie immer, kann dies die Zahnpflegeroutine erheblich beeinträchtigen. Auch die Motivation zum „Zahnpflegeritual" kann negativ beeinflusst werden. Den Aspekten, offen sein für Neues/Veränderungen, für einen neuen Geschmack, die Machbarkeit, den Zeitfaktor und den käuflichen Erwerb stehen ganz individuelle oder finanzielle Grundvoraussetzungen gegenüber.

Fakt aber ist, erkennen die Patienten den Mehrwert sowie den eigenen Nutzen der professionellen Arbeit des Prophylaxeteams und der daraus resultierenden Empfehlung, wird sich ganz automatisch die Adhärenz, die Motivation und das Preissegment positiv verändern. Hier ist es die Aufgabe der Prophylaxeprofis, den „Teamgedanken" zu fokussieren, denn die Patienten sind Teil unseres Teams. Gemeinsam und mit gegenseitiger Wertschätzung lassen sich Ziele formulieren und einfacher erreichen.

Patienten professionell abholen und führen

Hiermit ist natürlich nicht nur das Abholen und Begleiten aus dem Wartebereich der Zahnarztpraxis in die Behandlungsräumlichkeiten gemeint. Vielmehr liegt es am kompletten Team, die Patienten mitsamt ihrer Grundsituation oder allen dazugehörigen grundlegenden Bedürfnissen (persönlich, menschlich, intraoral) im Fokus zu behalten. Aktives Zuhören, einfaches, gezieltes kurzes Nachhaken oder die Fragen „Was wünschen Sie sich?", „Haben Sie ein bestimmtes Hauptanliegen?" fokussieren die Belange unserer Patienten und können zu einer angenehmen Atmosphäre beitragen. Das Miteinander und die Priorität der Zufriedenheit sind Motivationsbooster für alle Beteiligten.

Umgang mit Produktnews und neuen Zahnpflegemechanismen

Hier sind regelmäßiger Austausch, Netzwerk und Teamwork gefragt. Als Fachkräfte und Prophylaxeprofis sollten wir immer bestens informiert sein, idealerweise, noch bevor bestimmte Produktnews in die Regale der Drogerien wandern. Das erfordert Motivation, Eigeninitiative, Netzwerkpflege und vieles mehr. Sich für Neues zu öffnen, ist dabei nicht immer einfach und manchmal zeitintensiv, im Sinne einer bestmöglichen Patientenbetreuung aber unerlässlich.

Die Autorinnen empfehlen, alle Produkte erst einmal selbst oder im Kreise

der Familie zu testen. Hier bekommt man immer ein sehr ehrliches und ungefiltertes Feedback, das manchmal auch sehr vielfältig ausfällt. Das kann bedeuten, nur, weil einem selbst eine Zahnpasta mit Vanillearoma nicht gefällt oder schmeckt, kann aber genau dieses Aroma für einen anderen bei der Zahnpflege ein Motivationsbooster sein. Letztlich macht es wenig Sinn, eigene Vorlieben bei der Zahnpflege auf alle Patienten in der Zahnarztpraxis zu übertragen, sondern gemeinsam mit diesen passende, individuelle und zielführende Zahnpflegeutensilien auszuwählen. Empfehlenswert ist hier in jedem Fall die Tell – Show – Do-Methode. Auch ein Geschmackstest vor Ort oder eine Probeanwendung kann hilfreich sein.

Informationen zu neuen Produkten

Direkter und persönlicher Austausch ist von großem Vorteil. So kann im Laufe vieler Jahre ein Netzwerk aufgebaut werden, das immer mit Rat und Tat zur Seite steht. Auch Firmenkontakte sind hierbei äußerst wichtig, denn wer könnte besser und schneller über neue Präventionsprodukte informieren, als die Hersteller oder der Vertreiber selbst? Auch die Interaktion im Kreise von Fachpersonal, unter Gleichgesinnten oder in verschiedenen Berufsverbänden fördert einen Informationsfluss auf professioneller Ebene und bereichert sehr. Ganz automatisch kommt man in Gesprächen (persönlich, via Telefon oder digital) zu den Fragestellungen „Hast Du das schon gesehen?", „Kennst Du das schon?", „Hast Du das schon ausprobiert?" oder „Ein Patient hat mir neulich diese neue Zahnpasta mit in die Praxis gebracht. Was hältst du davon?" Und genau dieses Zusammenspiel ist nötig, um selbst immer auf dem aktuellen Stand sein zu können. Nur im Team lassen sich Ziele erreichen, und durch den gemeinsamen Austausch profitieren schließlich alle. Zusätzlich kann der Up-to-date-Status und eine professionelle Weitergabe gezielter Informationen genutzt werden, um Patienten „zum Fan zu machen".

Kontakt

Sabrina Dogan
Dentalhygienikerin
Zahnärzte Praxis Mauer
Dr. Wolfgang Hoffmann,
Dr. Kai-Lüder Glinz,
Dr. Philipp-André Schleich
Sinsheimer Straße 1
69256 Mauer
sabrinaliebler82@web.de

Anne Bastek
Dentalhygienikerin
Dr. Gereon Lentz
Jägerpfad 2
69118 Heidelberg
annebastek@web.de

SEMINARE FÜR DAS PRAXISTEAM

UPDATE

QM | DOKUMENTATION | HYGIENE

2023

Unna · Trier · Mainz · Warnemünde · Leipzig · Konstanz · Hamburg · Essen · München · Wiesbaden · Baden-Baden

www.praxisteam-kurse.de

© BalanceFormCreative/shutterstock.com

OEMUS MEDIA AG

Holbeinstraße 29 · 04229 Leipzig · Deutschland · Tel.: +49 341 48474-308 · event@oemus-media.de