



Anh Duc Nguyen
Zahnarzt und wissenschaftlicher Mitarbeiter Martin-Luther-Universität Halle-Wittenberg Universitätspoliklinik für Zahnerhaltung und Parodontologie.

Bleaching: Wie denkt die jüngere Generation in Zeiten von „Barbie – Der Film“?

Liebe Kolleginnen und Kollegen, am 5. und 6. Mai dieses Jahres bekam ich die Möglichkeit, im Rahmen der 20. Jahrestagung der DGKZ in München in einem Vortrag einen Überblick über aktuelle Bleachingverfahren in der Zahnarztpraxis zu geben. Bleaching scheint also auch mehr als 30 Jahre nach Einführung moderner Methoden in der Zahnmedizin ein relevantes Thema zu sein.

Die Frage, ob Zahnaufhellung bei jüngeren Menschen, der sogenannten „Generation Z“, die nach den Ergebnissen der Deutschen Mundgesundheitsstudie kaum noch Karieserfahrungen zeigt, noch ein wichtiges Thema ist, möchte ich gerne mit Ihnen im Spiegel aktueller Entwicklungen in Film und Social Media beleuchten. Es ist nicht verwunderlich, dass der Film „Barbie“ durch die gesellschaftskritische Beleuchtung eines Idealbildes nach kurzer Zeit schon zahlreiche Rekorde der Filmwelt gebrochen hat. Versetzt man sich zurück in seine eigene Kindheit oder die der eigenen Kinder, assoziiert man mit den Hauptfiguren Barbie und Ken das Idealbild eines bildschönen Pärchens mit allen Schönheitsidealen – einschließlich weißer, ebenmäßiger Zähne, das perfekte Lächeln. Scheint das Bild der perfekten „Barbie“ bzw. des perfekten „Ken“ aktuell zu bröckeln? Ist dahingehend auch eine Veränderung hinsichtlich der Nachfrage von Bleaching absehbar? Denkbar.

Diese Nachfrage oder das Bedürfnis sich mit diesem Thema zu beschäftigen, kann man auch in der Welt der Social-Media-Apps wie Instagram und TikTok sehen: Plattformen, die vermehrt durch die jüngere Generation oder vielleicht auch von Ihnen genutzt werden. Ob für die Repräsentation ihrer Praxis und Kommunikation mit Ihren Patienten, oder einfach dem passiven Scrollen zur Unterhaltung nach der Arbeit.

INHALT

03

Editorial

Anh Duc Nguyen

06

Digitaler Workflow: Planung und Umsetzung einer ästhetischen Korrektur

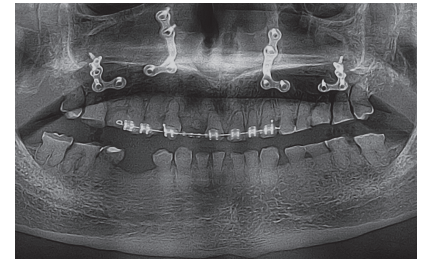
Dr. Shayan Assadi



12

Kompositrestauration bei Amelogenesis imperfecta – Fallbericht einer funktionellen und ästhetischen Rehabilitation eines jungen Patienten

ZÄ Annika Schulz



16

Ästhetische Rehabilitation der Oberkieferfront unter Erhalt der biologischen Breite

Dr. Toni Großgebauer, Dr. Marcus Striegel



Auch die Dentalindustrie ist mittlerweile vermehrt auf solche Apps als Möglichkeit der Werbung und Vermarktung ihrer eigenen Produkte aufmerksam geworden. Mir selbst sind bereits öfters beim Durchscrollen diverse Werbeanzeigen zum Thema Bleaching auf meinem Handy angezeigt worden. Hier wird professionell aufgearbeitet vermittelt, dass es sehr einfach zu sein scheint, die Zähne mit zahlreichen Produkten zu Hause aufzuhellen. Nutzern ohne fundiertes Hintergrundwissen erscheint die einerseits günstigere, schnellere und vor allem einfache Variante viel bequemer als der Gang zum Zahnarzt.

Gemäß der europäischen Richtlinie 2011/84/EU vom 20. September 2011 dürfen frei verkäufliche kosmetische Präparate, sogenannte OTC-Präparate („over the counter“), für die Eigenanwendung maximal 0,1 % Wasserstoffperoxid enthalten oder freisetzen. Es ist in sämtlichen auch hohen Konzentrationen nach wie vor das Bleichmittel der Wahl in der Praxis. Vor diesem Hintergrund wird klar, dass sich Fragen hinsichtlich der Wirkungsweise und vor allem der Sicherheit und Risiken solcher freiverkäuflichen Bleachingpräparate ergeben müssen.

Betrachtet man die Inhaltsstoffe einiger Produkte genauer, nutzen diese oft andere Mechanismen, um einen Aufhellungseffekt verfärbter Zähne zu erzielen. Zwei davon möchte ich Ihnen kurz vorstellen.

So bewirbt ein Produkt mit aggressiver Werbung die sofortige Zahnaufhellung durch einfaches Auftragen eines Gels mithilfe eines Pinsels, ähnlich dem Lackieren von Fingernägeln. Der Hauptwirkstoff hierbei ist das uns Zahnärzten bekannte Hydroxylapatit, Hauptbestandteil unserer Zahnhartsubstanz. Doch diese Wirkung ist begrenzt, da die Hydroxylapatitauflagerungen nur ein bis zwei Wochen stabil sind. Andere Produkte umgehen die Nutzung von H_2O_2 und ermöglichen einen Bleich-effekt durch die Integration von Natriumchlorit, einem bekannten Bleichmittel der Industrie. Ähnlich dem H_2O_2 erfahren auch hier verfärbende Substanzen Oxidationsreaktionen, um diese farblos zu machen. Leider entzieht Natriumchlorit dem Schmelz und Dentin viel Flüssigkeit und macht diese spröde und brüchig.

Gerade aber diese Einschränkungen und Nebenwirkungen werden in der Regel auf den Social-Media-Plattformen nicht vermittelt. Daher denke ich, dass wir als Zahnärzteschaft beim Thema Bleaching weiterhin aktiv sein müssen, unsere Patienten professionell betreuen und die Durchführung von Bleichmaßnahmen und vor allem die Diagnostik und die wichtigen Aufklärungsaufgaben nicht aus der Hand geben sollten. Lassen Sie uns nicht nur durch die „rosarote Brille“ von Social Media schauen, denn das Thema Bleaching scheint trotz aller gesellschaftskritischen Beleuchtungen zum Thema „Schönheitsideal“ weiterhin vor allem auch in der jungen Generation hochaktuell zu sein und wird nachgefragt.

Ich hoffe, ich konnte Ihnen damit ein paar Einblicke und Anregungen geben und wünsche Ihnen und Ihrem Team mit Blick auf das Jahresende erholsame Feiertage und einen angenehmen Jahreswechsel.

Mit vielen lieben Grüßen

Ihr

Anh Duc Nguyen

Zahnarzt und wissenschaftlicher Mitarbeiter

Martin-Luther-Universität Halle-Wittenberg

Universitätspoliklinik für Zahnerhaltung und Parodontologie

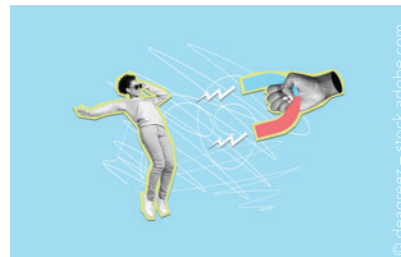


INHALT

20

Employer Branding: Die Bedeutung und Vorteile einer Arbeitgebermarke – auch in der Zahnarztpraxis

Ana Pereira



24

Weniger Technik – mehr Haltung: Die systemische GesprächsfÜHRUNG in der Zahnarztpraxis

Petra Motte

28

Qualität über Quantität: Gewinnerpraxis lebt für ganzheitliche Ästhetik

Marlene Hartinger



32

Markt

36

Event

42

Events + Impressum

PROTECT



MIT ZINNFLUORID – DAMIT SCHMERZEMPFLINDLICHKEIT GEZIELT BEKÄMPFT WIRD!

Tiefe, gezielte Reparatur* und Rundumschutz bei Dentinhypersensibilität

EMPFEHLEN SIE DIE NR.1-MARKE¹

und helfen Sie, die Schmerzempfindlichkeit Ihrer Patient:innen effektiv zu reduzieren.*

Jetzt registrieren
und kostenlose
Produktmuster
anfordern.



* Eine Schutzschicht wird auf den schmerzempfindlichen Bereichen der Zähne gebildet und reicht in eine Tiefe von rund 17 µm (in Labortests). Regelmäßige Anwendung, 2 x täglich, liefert anhaltenden Schutz vor Schmerzempfindlichkeit.

1. Gemäß einer im Jahr 2023 durchgeführten Studie mit 300 Zahnärzt:innen in Deutschland, gefragt nach Markenempfehlungen für Zahnpasten im Bereich Schmerzempfindlichkeit. Sensodyne umfasst die gesamte Produktfamilie.

© 2023 Haleon oder Lizenzgeber. Marken sind Eigentum der Haleon Unternehmensgruppe oder an diese lizenziert. GlaxoSmithKline Consumer Healthcare GmbH & Co. KG ist Teil der Haleon Unternehmensgruppe.