

# Dentale Lokalanästhesie und deren Aufhebung

| Stefan Dietrich

Viele Patienten stören sich an dem Taubheitsgefühl in Lippen und Zunge nach der Behandlung mit einer dentalen Lokalanästhesie mit Vasokonstriktor. Diese Erfahrung hat auch die Berliner Zahnärztin Barbara Elsholtz gemacht. Ihre Erkenntnis deckt sich mit einer repräsentativen Umfrage des Meinungsforschungsinstituts GfK.<sup>1</sup> Demnach empfindet jeder zweite Patient dieses Gefühl als unangenehm. 23 Prozent der Befragten, die auf eine örtliche Betäubung verzichten, begründen dies sogar mit der störenden Gefühllosigkeit der Weichgewebe. Daher bietet Elsholtz das Präparat mit dem Wirkstoff Phentolaminmesilat zur Verkürzung der Weichgewebsanästhesie nach nicht chirurgischen Behandlungen allen Patientengruppen an. Im Interview verrät sie, wie sie die Serviceleistung ihren Patienten individuell anbietet und welchen Stellenwert dabei Menschenkenntnis hat.

*Frau Elsholtz, Sie haben bereits mehr als 100 Mal das Präparat OraVerse® appliziert. Woher kommt das große Interesse an der Enttäubung?*

Fast jeder Patient findet die Weichgewebsanästhesie lästig. Medizinisch ist sie nicht notwendig, wenn die Behandlung keinen Wundschmerz verursacht. Eigentlich könnte der Patient nach der Behandlung ungetrübt dem weiteren Tag nachgehen, aber stattdessen hat er das permanente Gefühl, dass die Lippe schief hängt oder die Zunge schwer wie Blei ist.

*Für welche Patienten ist OraVerse® besonders geeignet?*

Nicht richtig essen, sprechen oder lachen zu können, betrifft jeden Patienten, egal was er nach der Behandlung vorhat. Daher kann man die Zielgruppe nicht wirklich einschränken. Wir bieten die Enttäubung allen Patienten an, für die das Präparat zugelassen ist.

*Man könnte vermuten, dass vor allem sehr viel beschäftigte Geschäftsleute der Enttäubung sofort zustimmen!*

Das ist auch richtig, aber wir haben genauso begeisterte Nichtberufstätige, welche die Enttäubung wünschen. Ge-

nauso wie Geschäftsleute sagen Mütter oder auch Rentner, dass sie in den nächsten Stunden nicht das Taubheitsgefühl ertragen wollen. Sie wollen einfach ihrem normalen Alltag nachgehen, ohne ständig an den Zahnarztbesuch erinnert zu werden. Senioren treffen sich nach der Behandlung zum Romméspielen, Mütter gehen mit den Kindern auf den Spielplatz und die Geschäftsleute haben anschließend eine Präsentation. Sie vereint alle, dass das Taubheitsgefühl bei ihren Vorhaben stört. Darüber hinaus ist das Präparat auch für Kinder ab sechs Jahren und einem Gewicht von 15 Kilogramm zum Schutz vor Bissverletzungen geeignet.

*Die Patienten verstehen also schnell den Nutzen des Präparates?*

Ja, da reichen wenige Worte. Wir stellen OraVerse® während der Aufklärung zur Anästhesie und zu den Mehrkosten vor. Wir achten konsequent darauf, den Kunden nicht mit Informationen zu überfrachten. Der Wirkmechanismus ist ihm eigentlich egal. Für ihn zählt das Ergebnis. Wie auch in der Prophylaxe, sprechen wir nicht allgemein über die Vorteile, sondern über den konkreten Patientennutzen. Die

Patienten sollen sich zwar bewusst für die Leistung entscheiden, aber nicht ihre Gedanken in zu vielen Details verlieren.

*Sie bieten die Enttäubung also aktiv an?*

Einige Patienten fragen danach. Aber bei einer Füllung kann ich auch nicht darauf warten, dass der Patient aktiv nach Kunststofffüllungen als Alternative zu zuzahlungsfreien Füllmethoden fragt. Hier ist es als Zahnarzt meine Aufgabe, den Patienten zu beraten. Und weil ich meine Patienten kenne, traue ich mir auch zu, ihnen die Enttäubung zu empfehlen. Ich weiß, dass ich ihnen damit etwas Gutes tun kann, was sich auch auf unser Praxisimage überträgt – die Patienten meinen: „Die denken daran, dass für mich der Besuch hier angenehmer wird. Die haben mich verstanden und wissen, worauf es mir ankommt.“ Für uns ist es kein großer Aufwand, die Enttäubung kurz anzubieten.

*Wie präsentieren Sie das Präparat im Gespräch?*

So individuell die Behandlung für jeden unserer Patienten ausfällt, so individuell kann ich OraVerse® anbieten.

Patienten, die dem Luxus nicht abgeneigt sind, biete ich Luxus an – sowohl finanziell als auch kommunikativ: „Wäre es nicht klasse, wenn das Taubheitsgefühl weg ist, wenn Sie ins Büro kommen? Da habe ich etwas ganz Besonderes für Sie.“ Wenn ich im Gespräch mit einer jungen Mutter feststelle, dass sich die Oma heute um ihr Kind kümmert und sie nach der Behandlung ihren freien Nachmittag genießen will, bietet sich an, den Aspekt „Ich gönne mir etwas“ aufzugreifen: „Soll ich Ihnen heute zusätzlich etwas Gutes tun? Ich Sorge dafür, dass die Betäubung schneller nachlässt und Sie den Tag ungestört genießen können!“

**Das hört sich sehr individuell an. Ist das nicht aufwendig?**

Individualität muss nicht aufwendig sein. Zwei persönliche Sätze genügen da. Wir kennen doch unsere Patienten sowieso aus den bisherigen Behandlungen. Ansonsten lässt sich auch ein allgemeiner Ansatzpunkt finden.

**Stellen die Patienten häufig Rückfragen?**

Meistens stehen die Patienten der Leistung sehr offen gegenüber und möchten sich davon überzeugen – zu verlockend ist das Versprechen. Gelegentlich fragt der eine oder andere, ob das Mittel Nebenwirkungen hat oder wie es um die Verträglichkeit steht. Auch ob die Spritze weh tut, fragen sich manche.

**Und, können Sie die Patienten beruhigen?**

Meine Antwort fällt da sehr schlicht aus: Der Wirkstoff ist in der Medizin und Zahnmedizin gut untersucht, und auch die Art sowie Frequenz von Nebenwirkungen ist gering. Dann erwähne ich, dass das Präparat für Kinder ab sechs Jahren und 15 Kilogramm Körpergewicht zugelassen ist. Natürlich schmerzt die zweite Injektion auch nicht, weil das Weichgewebe ja noch betäubt ist.

**Wie halten Sie es mit den Kosten?**

Finanzierung ist immer eine Einzelfallbeschreibung. Für meine Patienten verzichte ich als Entgegenkommen auf die Honorarkosten und berechne nur die reinen Materialkosten. Dies kommuniziere ich auch den Patienten. Ein Zahnarztbesuch ist meist immer schon sehr teuer, da immer weniger von den Kassen erstattet wird. Der Patient wünscht sich eine optimale Behandlung und ist dann auch gern bereit, dies selbst zu tragen. Im Vergleich kauft man sich wesentlich öfter ein Auto und zahlt dies auch nicht aus der Hosentasche mal nebenbei, da muss man seinen Patienten entsprechend auch entgegenkommen und dies auch so kommunizieren. Jedoch muss dies jede Praxis für sich selbst entscheiden und seine eigenen Erfahrungen sammeln.

**Sind die Patienten zufrieden?**

Unsere schon. Sie berichten davon, dass

das Taubheitsgefühl bereits nach etwa 30 bis 60 Minuten verschwunden ist. Das ist am Ende auch das beste Leistungsargument. Wer die Leistung einmal zu schätzen weiß, fragt sie beim nächsten Mal selbstständig nach.

**Vielen Dank für das Gespräch.**

**Quelle:**

1 Im Auftrag der Sanofi-Aventis Deutschland GmbH befragte die GfK (Gesellschaft für Konsumforschung) 1.000 Männer und Frauen im Alter ab 14 Jahren in Deutschland. Erhebungszeitraum Dezember 2013.



Barbara Elsholtz  
Infos zur Interviewpartnerin

## kontakt.

**Sanofi-Aventis Deutschland GmbH**

Potsdamer Straße 8  
10785 Berlin  
Tel.: 030 2575-0  
medinfo.de@sanofi.com  
www.sanofi.de

ANZEIGE

## 1. Leipziger Dental Charity Golfcup

zu Gunsten des Myelin Projekts

am 14.06.2014

GolfPark Leipzig Seehausen



www.förderkreismyelinprojekt.de

**Ort:**

GolfPark Leipzig  
Bergweg 10, 04356 Leipzig

**Startgebühr:**

100 € zu Gunsten des Myelin Projekts, im Preis enthalten sind Halfway und Abendveranstaltung mit Buffet

**Veranstalter:**

Förderkreis Myelin Projekt,  
Kontakt über Zahnarzt Carsten Huss

**E-Mail:**

kontakt@foerderkreismyelinprojekt.de

**Sponsoren:**

