Beim Betreten einer Zahnarztpraxis ist der erste Eindruck geprägt von auditiver, visueller und olfaktorischer Wahrnehmung. Unsere Patienten haben bestimmte Erwartungen, bezogen auf die Freundlichkeit des Personals oder auf eine bevorstehende dentale Behandlung. Sie sind sensibilisiert und vor diesem Hintergrund manchmal ängstlich oder auch gestresst.

DH Sabrina Dogan
[Infos zur Autorin]

DH Julia Haas
[Infos zur Autorin]

Steigerung der Patientenadhärenz mit Wohlfühlambiente

DH Sabrina Dogan, DH Julia Haas, B.Sc., Stephanie Rinsche

Damit Patienten sich im Rahmen ihrer zahnärztlichen Behandlung wohlfühlen, ist es die Aufgabe des Praxisteams die Stimmungen der Patienten, durch Empathie, wahrzunehmen sowie diese aufzugreifen. So können wir für das individuelle „Wohlfühlambiente" sorgen mit dem Ziel, die Sinne unserer Patienten positiv zu beeinflussen und sie zu begleiten. Auf kreative Möglichkeiten, einfache Maßnahmen und deren zielführende Umsetzung, möchten wir in diesem Beitrag gerne näher eingehen.

Telefonat als erster auditiver Kontakt – Was hören Patienten?

Das erste Telefonat kann darüber entscheiden, ob ein Patient unsere Praxis besuchen wird oder nicht. Die „akustische Visitenkarte" hat demzufolge einen sehr großen Einfluss auf unsere Patienten und auch deren Kommunikation nach außen. Ist die Person am anderen Ende des Telefonhörers aufmerksam, freundlich, verständnisvoll und einfühlsam, wirkt dies professionell sowie einladend. Eine ruhige Stimme, gezielte kurze Rückfragen und kleine Hinweise zur Praxisphilosophie vermitteln eine gute Atmosphäre. Konzentrieren Sie sich im Gesprächsverlauf ausschließlich auf Ihren Patienten, versuchen Sie zu lächeln, während Sie sprechen. Dies vermittelt ein hohes Maß an Sympathie und Wertschätzung. Vermeiden Sie nach Möglichkeit Hintergrundgeräusche oder Warteschleifen. Eine individuelle Meldefloskel, die zum Praxiskonzept und zu Ihnen passt, wirkt authentisch, persönlich und harmonisch.

Was nimmt der Patient beim Betreten der Praxisräumlichkeiten wahr?

Bereits vor dem Betreten der Praxisräumlichkeiten, z. B. bei der Anfahrt mit dem PKW, mit öffentlichen Verkehrsmitteln oder beim Betreten des Treppenhauses, werden intuitiv alle Sinne aktiviert. Später im eigentlichen Behandlungsablauf folgen weitere zusätzliche Sinneswahrnehmungen. Unsere Patienten hören, sehen, riechen,

Profi-Praxistipp

Kunstblumenarrangements in der Zahnarztpraxis – hygienisch und pflegeleicht

Leuchtende Blüten, sattes Grün und schöne Gefäße bringen Flair in jede Praxis und hinterlassen einen angenehmen Eindruck bei den Besuchern: Sie wissen es zu schätzen, wenn ihre Ärzte Wert darauf legen, dass sie sich wohlfühlen. Auch das Praxisteam profitiert von einer ansprechenden Atmosphäre, in der es sich besser arbeiten lässt. Echte Blumen und Pflanzen müssen gepflegt werden: Blumen und Gestecke bestellen oder abholen, passende Vasen bereitstellen, Wasser wechseln und nach meist schon einer Woche den welken Strauß entsorgen. Grünpflanzen müssen regelmäßig gewässert und gedüngt werden sowie den richtigen Standort haben. Das alles kostet Zeit und nicht unerheblich viel Geld.
Eine Alternative hierzu sind hochwertige Kunstblumenarrangements und -pflanzen z. B. vom Kölner Blütenwerk. Sie sehen absolut natürlich aus und sind nur durch Anfassen von ihren echten Vorbildern zu unterscheiden. Kreativ und stilvoll arrangiert, werden die aufwendig gefertigten Pflanzendekorationen zu einem individuellen Aushängeschild. Der Vorteil: Sie sehen immer frisch aus. Da sie weder welken oder schimmeln, noch unangenehm riechen und Ungeziefer anziehen, sind die Blütenwerke für die Praxis zudem ein großer Pluspunkt in Sachen Hygiene. Besonders praktisch ist das „saisonale Blumenabo", bei dem die Blumenarrangements passend zur Saison ausgetauscht werden können.

BLUE SAFETY
Die Wasserexperten

BLUE SAFETY ist Premium Partner beim Deutschen Zahnärztetag.

In dem Bereich Praxishygiene umfassend beraten lassen.
Geld sparen. Rechtssicherheit gewinnen.

09. + 10.11. id Frankfurt
Stand B29 +
Stand vor Saal Harmonie

Sichern Sie sich Ihre Sammeltasse!

PREMIUM PARTNER
DEUTSCHER ZAHNÄRZTETAG

Vereinbaren Sie jetzt eine kostenfreie
Sprechstunde Wasserhygiene für Ihre Praxis.

Fon **00800 88 55 22 88**
www.**bluesafety.com**/Messen

Checkliste/Anregungen

Wohlfühlen in der Zahnarztpraxis

- ☑ Bieten Sie Ihren Patienten ein Taschentuch an, wenn es notwendig ist?
- ☑ Ist eine geeignete Lippenpflege vorhanden, die bei Bedarf zum Einsatz kommen kann?
- ☑ Ist das Mundspülwasser angenehm temperiert? Schmeckt es beim Umspülen unangenehm nach Blut oder angenehm nach einer erfrischenden, kühlenden, antiseptischen Mundspüllösung?
- ☑ Darf der Patient, bezogen auf den Geschmack der zum Einsatz kommenden Prophylaxematerialien (z. B. Prophylaxepaste, Lack, Fluid, Gel), mitentscheiden und seine geschmacklichen Vorlieben äußern?
- ☑ Wird die Patientenaufklärung in einer freundlichen, wertschätzenden, adressatengerechten Form und Sprache umgesetzt?
- ☑ Werden Hilfsmittel und/oder Bilder zur Beratung eingesetzt?
- ☑ Ist die „Tell – Show – Do"-Methode[3] etabliert und wird sie erfolgreich umgesetzt? (Fokus intraorale Anwendung: Hören – Sehen – Anfassen – Fühlen – Tasten)
- ☑ Werden Mehrwert und positiver Nutzen der häuslichen Mundhygiene für die Mundgesundheit und die daraus resultierende allgemeine Gesundheit verständlich gemacht, um die bestmögliche Adhärenz unserer Patienten zu erreichen?
- ☑ Werden die Behandlungen durch motivierende Gesprächsführung (Motivational Interviewing – MI) begleitet, um intrinsische Motivation zu erreichen und somit die gewünschte Verhaltensveränderung herbeizuführen?
- ☑ Werden nach der Behandlung ein Handspiegel und ein Wellnesstuch angeboten?
- ☑ Gibt es kleine, individuelle und nützliche Geschenke, die positiv an den Aufenthalt in der Praxis erinnern?

tasten und schmecken so gesehen ihren Besuch in der Zahnarztpraxis. Je mehr Sinne zusammen agieren, desto prägender wird beispielsweise der „erste Eindruck" sein. So werden verschiedene Emotionen geweckt, denn Informationen gelangen durch unsere Sinnesorgane ins Gedächtnis. Die Lernmethode Tell – Show – Do „Erzählen – Zeigen – Selbst tun"[3] kann über diesen Weg 90 Prozent der vermittelten Informationen transportieren.

Visuelles Marketing – Was sehen Patienten?

Auf freundliches Praxispersonal kommt es an, das gepflegt auftritt sowie höflich und „mit einem Lächeln auf den Lippen" agiert. Zuvorkommende Gesten, wie das Abnehmen der Jacke, welche dann in die Garderobe gehängt wird, oder Personen mit Handicap zu stützen und langsam ins Behandlungszimmer zu geleiten, Senioren einen Arm anzubieten oder der gestressten Mutter mit Kinderwagen die Tür zu öffnen, sind angebracht und aus Patientensicht erwünscht.
Auch die Dekoration inklusive der gesamten Einrichtung einer Zahnarztpraxis kann im Sinne des Healing-Environment-Konzepts[2] ausgerichtet sein. Ein liebevoll gestaltetes Ambiente, helle Farben, Naturtöne, Bilder (der Natur) und persönliche Deko-Elementen schaffen ein Umfeld mit Charme und viel Wohlfühlatmosphäre. Die Zahnarztpraxis – überspitzt formuliert, verglichen mit einem Schaufenster – sorgt so für viele Impressionen und einen bleibenden positiven Eindruck. Für viele Zahnarztpraxen sind auch der Wiedererkennungswert und ein einheitliches Erscheinungsbild mittlerweile selbstverständlich. Die Corporate Identity in der Praxis umzusetzen, bedeutet Arbeit und braucht Kreativität, an deren Entwicklung das ganze Praxisteam beteiligt sein kann. Ein

Abb. 1

Abb. 2

Abb. 1 und 2: Entsprechende Produkte können in der Praxis vor, während und nach der Behandlung für eine positive Atmosphäre sorgen.

stimmiges Logo, eine passende Visitenkarte, die strukturierte Homepage und eine entsprechende Innenraumgestaltung vermitteln unseren Patienten Stabilität. Die Umsetzung stärkt zusätzlich den Zusammenhalt im Team, in der Summe also eine Win-win-Situation für alle.

Duftmarketing

Wie kann die olfaktorische Wahrnehmung positiv beeinflusst werden? Einen besonderen Stellenwert im multisensualen Marketing nehmen Düfte ein. Von allen Sinnesreizen erreichen Düfte die wichtigen Areale des Gehirns ungefiltert und direkt.[1] Düfte können wahre Wunder bewirken, denn sie haben einen direkten Draht zur Seele. Spezifische Düfte wecken Erinnerungen. Sie können so positive Emotionen auslösen und dazu beitragen, dass wir uns wohlfühlen oder uns beruhigen. Sie wirken auf Körper, Geist und die persönliche Stimmung. Viele Patienten nehmen den Geruch in der Zahnarztpraxis als medizinisch, chemisch sowie unangenehm wahr und verknüpfen diesen gleichermaßen mit vergangenen, negativen zahnmedizinischen Behandlungen. Hier lässt sich durch eine gezielte Auswahl an Duftstoffen und dem regelmäßigen Lüften der Praxisräumlichkeiten Abhilfe schaffen.

Checkliste für die Zahnarztpraxis

Zuerst sollte ein Anamnese-Check-up erfolgen: Ist eine Allergie, Unverträglichkeit oder Atemwegserkrankung bestätigt (Duftstoffe, Aromen, Kontaktallergie, Asthma bronchiale)?

Welche Düfte sind geeignet?
- Kamille und Lavendel (beruhigend, erholend, entspannend)
- Zitrone, Zitronengras, Limette, Orange, Mandarine, Grapefruit (erfrischend, aufmunternd)
- Vanille (macht glücklich)
- Eukalyptus, Fichtennadel (belebend)
- Düfte für Herren: Leather and Wood, Leather and Cookies
- Düfte für Damen: Cotton Fields, White Orchid
- Düfte für Kinder: Unicorn, Feenzauber, Happy Minions

Fazit

Ein auf die Wünsche und speziellen Bedürfnisse unserer Patienten ausgelegtes Praxiskonzept führt durch kleine, einfache, zielgerichtete Maßnahmen zu einer kontinuierlichen Verbesserung der Qualität mit dem Ziel, unsere Patienten zufriedenzustellen und langfristig an die Praxis zu binden. Diese Zufriedenheit wird reflektiert, ebenso auch mit der Außenwelt kommuniziert. Für das Praxisteam bringt dieses erhöhte Maß an positiver Adhärenz gleichermaßen einen positiven Arbeitsalltag mit sich. Stressfaktoren wie Unzufriedenheit, Unsicherheit oder Angst werden minimiert, Freude am Arbeitsplatz, Motivation, positive Energie und die Zufriedenheit aller Beteiligten sind die Ziele.

Literatur

Kontakt

Sabrina Dogan
Dentalhygienikerin
Praxis f. Zahnheilkunde Mauer
Sinsheimer Straße 1
69256 Mauer
Tel.: 06226 1200

Julia Haas B.Sc.
Dentalhygienikerin,
wissenschaftl. Mitarbeiterin
praxisHochschule –
University of Applied Sciences
Neusser Straße 99
50670 Köln
j.haas@praxishochschule.de

Stephanie Rinsche
Blütenwerk
Rethmann & Rinsche OHG
Paul-Nießen-Straße 3
50969 Köln
info@bluetenwerk.de
www.bluetenwerk.de

ANZEIGE

dent-o-care
Die ganze Welt der Prophylaxe

Neues Design!
Dent-o-Care Online-Shop!

www.dentocare.de

- **24 Stunden bequem bestellen**
- **Einfach und übersichtlich**
- **Über 2.000 Prophylaxe-Artikel**
- **Faire Preise**
- **Schnelle und zuverlässige Lieferung**

Prophylaxe-Neuheiten
Herbst 2018

Jetzt reinschauen!

www.dentocare.de

Dent-o-care Dentalvertriebs GmbH
Rosenheimer Straße 4a
85635 Höhenkirchen
Telefon: 08102 - 7772888