



Wer interessiert sich noch für mich?

Prof. Dr. Christoph Benz

Vizepräsident der Deutschen Gesellschaft für Alterszahnheilkunde e.V.
Oberarzt Poliklinik für Zahnerhaltung, Ludwig-Maximilians-Universität, München

Ich bin gerade 50 geworden. Alle „Nuller“-Geburtstage belasten das Gemüt, aber die 50 ist besonders schlimm. Ab 50 ist man nämlich tot, tot für alles, was irgendwie angesagt oder cool wäre. Jedenfalls wird mir die Wirtschaft nichts mehr davon präsentieren, denn ihre „werberelevante Zielgruppe“ endet mit 49. Trauriger Anlass für neurotische Selbstbetrachtungen: Habe ich das iPad beim Verkaufsstart wirklich nur verpasst, weil ich zufällig zu spät im Laden war, oder war es nicht doch schon meine Konsum-Apoptose, die die Beine lähmte? Sollte ich jetzt nicht wenigstens darum kämpfen, Freude an der Werbung für Prostatapillen, Inkontinenzeinlagen oder Prothesenhaftcremes zu entwickeln? Immerhin ist das vermutlich das letzte Mal, dass überhaupt noch einer von den jungen Kreativen aus der Werbebranche an mich denkt.

Kürzlich bot eine bettpflichtige Krankheit Gelegenheit zu schauen, mit was TV-Verantwortliche ihre werberelevante Zielgruppe so alles verwöhnen: Soaps, Container, Castings, Frauentausch, Kinder- und Hundeerziehung im Vollrausch, Auswandern ohne Geld und Konzept. Bereits nach dem ersten Tag dämmerte die Erkenntnis: Meinen die mit „14 bis 49“ vielleicht gar nicht das Alter, sondern den Intelligenzquotienten? Nun eigentlich hat uns der Ex-RTL-Chef Helmut Thoma schon vor zwei Jahren im Nachrichtenmagazin DER SPIEGEL aufgeklärt: „Wir überlegten damals, Anfang der Neunzigerjahre, einfach, wer unser RTL-Programm schaute. Und das waren vor allem die 14- bis 49-Jährigen. Deshalb machten wir die der werbetreibenden Wirtschaft schmackhaft. Es gab ja keinen Maßstab. Die Grenzziehung war reine Willkür.“ Wer wird sich da nicht über die vermeintlichen Profis in der Werbung amüsieren, die auf Thoma'ss Schimäre reingefallen sind wie die sprichwörtliche Oma auf das Haustür-Schnäppchen. Aber wie sieht es mit uns aus? Bedient nicht ein Thema „Zahnmedizin 50+“ genau

das gleiche Trugbild, nur halt von der anderen, der „alten“ Seite her? Braucht man ab 50 wirklich schon eine andere Zahnmedizin? Nicht nur Alterszahnmediziner würden dies wohl vehement bestreiten – ich als doppelt Betroffener übrigens auch. Für mich ist die Zahl 50 eher ein Symbol, ein Symbol, mit dem einer Gesellschaft im Jugendwahn möglichst schonend die Zukunft angedeutet werden soll: „Ihr kennt doch alle jemanden mit 50, der sich noch nicht völlig aufgegeben hat, also so schlimm wird es gar nicht mit der Demografie!“ Schlimm wird es wirklich nicht, aber unsere Gesellschaft altert, und zwar mehr, als es die Zahl 50 suggeriert. Dabei ist es gerade für die Zahnmedizin so einfach: Die neuen fitten Alten – nennen wir sie 50+ – brauchen keine andere Zahnmedizin und sie brauchen auch keine Kompromissbehandlungen. Was sie brauchen, ist alles, was wir an modernen Konzepten zu bieten haben. Dringend renovierungsbedürftig ist dabei die zahnmedizinische Schlüsseldisziplin, die Prophylaxe. Kinder motivieren wir gerne mit pauschaler Angst; das funktioniert bei lebenserfahrenen Älteren jedoch nicht mehr. Hier müssen andere Aspekte aufgegriffen werden, wie z.B. die individuelle Risikoanalyse (insbesondere Parodontitis, nicht immer nur Karies!), die Bisphosphonatproblematik mit dem Ziel eines entzündungsfreien Mundes und die Auswirkungen der Mundgesundheit auf die allgemeine Gesundheit.

Worum wir uns in jedem Fall bemühen müssen, ist, die Schönheit im Alter zu sehen. Gelebtes Leben mag Patina entstehen lassen, aber Patina begründet keinen Behandlungsbedarf.

Ihr Prof. Dr. Christoph Benz