

## Jeder Patient tickt anders

**PRAXISMANAGEMENT** Wie ein Fitnessmagazin – speziell für Patienten in einer Zahnarztpraxis geschrieben – zum Erfolg in der Patientenkommunikation beitragen kann und wie ein Magazin für Brautpaare Patienten glücklich macht.

Wenn Zahnärzte und ihre Teams es schaffen, sich in ihre Patienten hineinzufühlen und ihre Kommunikation auf die speziellen Bedürfnisse und Wünsche der Patienten auszurichten, kann aus der Zahnarztpraxis schnell ein Wohlfühlort werden. Selbst Angstpatienten können so zu wahren Fans eines Zahnarztbesuchs werden.

### Vom Smalltalk zur First-Class-Betreuung

Patienten möchten sich in der Zahnarztpraxis gut aufgehoben fühlen. Dafür gibt jeder im Team sein Bestes. Manche Prophylaxefachkraft etwa kennt die tiefsten Geheimnisse der Patienten und könnte ganze Familienromane schreiben. Mit ehrlichem Interesse am Patienten und dem Bedürfnis, nicht nur die Zähne zu reinigen, sondern den Menschen in den Fokus zu stellen, gelingt es, den Patienten eine Wohlfühlatmosphäre zu schaffen. Empathie bringen auch viele andere Teammitglieder in der Zahnarztpraxis ihren Patienten entgegen und sorgen so für ein kleines Wunder: Die Zahnarztpraxis wird vom Angstort zum Wohlfühlort. Der Patient fühlt sich verstanden und weiß, dass er hier jedem voll und ganz vertrauen kann. Das wird er auch gern im Bekannten- und Freundeskreis weiter erzählen. Ein besseres Mittel zur Patientenbindung und Neupatientengewinnung gibt es kaum.

### Vertrauen durch Empathie und Fachkompetenz gewinnen

Neben aller Empathie darf aber nicht die Fachkompetenz vernachlässigt werden. Lange Fachartikel mit vielen Fachbegriffen beeindrucken Patienten. Früher fanden sich in Zahnarztpraxen häufig Halbgötter in Weiß, die durch das Nutzen vieler Fachbegriffe einen weisen Eindruck auf ihre Patienten machten. Heute weiß man, dass ein solches Verhalten einschüchternd wirken kann. Der Patient von heute fühlt sich besser in einer Praxis aufgehoben, wenn ihm Verständnis entgegengebracht wird, der Zahnarzt auf seine Gefühle Rücksicht nimmt und vermittelt, dass er die Welt des Patienten kennt und versteht. Auch Aufklärungsgespräche, in denen genau erklärt wird, wie die Behandlung abläuft, sind wichtig, sollten aber nicht als Monolog stattfinden. Patienten zeigen sich zwar beeindruckt, gut aufgehoben fühlen sie sich wider Erwarten aber nicht. Das liegt daran, dass die vielen Fachbegriffe zwar erklären und erläutern, aber die Geschichten fehlen. Es sind die Geschichten, die das Gefühl der Menschen ansprechen und steuern. Tatsächlich kann kein

**goDentis** DKV  
Ihr Partner für Zahngesundheit und Kieferorthopädie

# Fitness

**Schweinehund überwinden**  
Diese Apps helfen dir dabei

**Fit durch gesunde Zähne**  
Wie schlechte Zähne die Leistung beim Sport beeinträchtigen

**Herzklopfen**  
Was Zähneputzen mit dem Herzen zu tun hat

**Müsliriegel & Co.**  
Das esse ich vor, während und nach einer Trainingseinheit

**Cheeseee...**  
Durch Bleaching zu größerem Wohlbefinden

Gesunde Zähne, gesunder Körper

godentis.de

Patient beurteilen, ob die geplante Behandlung sinnvoll ist. Aber jeder wird sagen, ob er oder sie sich wohlgeföhlt hat. Deshalb muss jede Erklärung auch Teil einer Geschichte, am besten Teil der Geschichte des zu behandelnden Patienten sein.

### Geschichten machen Helden

Zahnärzte, die ihre Patienten verstehen und sich in sie hineinversetzen, gewinnen schnell das Vertrauen der Patienten. Wenn etwa ein junger Manager durch ein professionell durchgeführtes Bleaching mehr Selbstbewusstsein erlangt und so seine Karriere vorantreiben kann, hat der Zahnarzt einen Helden erschaffen. Das Gefühl, seine Patienten individuell und persönlich zu unterstützen, können Zahnärzte verstärken, indem sie ihren Patienten ein Magazin passend zu deren persönlicher Geschichte bereitstellen. Mit dem Businessmagazin von goDentis etwa zeigen goDentis-Partnerzahnärzte ihren karrierebewussten Patienten auf unterhaltsame Weise, wie sie ihre Karriere unter anderem durch eine gute Zahngesundheit beeinflussen können.

Auch andere Patientengruppen kommen bei goDentis-Partnerzahnärzten nicht zu kurz. Sportlich begeisterte Patienten kommen mit dem neuen Fitnessmagazin auf ihre Kosten. Hier geht es nicht nur darum, welche Fitnessübungen den Körper stählen, sondern auch, wie schlechte Zähne die Leistung beim Sport beeinträchtigen können. Patienten, die die Tipps befolgen, stehen beim nächsten Wettkampf vielleicht schon auf dem Siegereppchen. Und im Interview mit dem Sportreporter danken sie dann nicht nur ihrem Trainer und ihrer Familie, sondern auch ihrem Zahnarzt. Zahnärzte, die mit einem Fitnessstudio in der Nähe kooperieren, können mit dem Fitnessmagazin außerdem neue Patienten für ihre Praxis gewinnen.

**Storytelling ist das zentrale Element einer guten Patienten-kommunikation**

Wenn Zahnärzte diese Geschichten erzählen, verändert sich auch ihr Patienteninformationsmaterial. Besser funktioniert die Informationsvermittlung, wenn Patienten bei ihren Interessen-gebieten abgeholt werden. Zahnärzte und ihre Teams müssen sich in ihre Patienten hineinversetzen und herausfinden, was die Patienten wirklich interessiert. Geschichten erzählen, von Journalisten oft auch Storytelling genannt, ist das zentrale Steuerelement in jeder Patientenkommunikation. Mit der richtigen Ansprache fühlen sich Patienten als Menschen in besten Händen. Zahnärzte, die ihre Patienten in jedem Kommunikationsmittel die Hauptrolle spielen lassen, zeigen Empathie.

Wer das Feld der Erklärungen verlässt, findet viele Anlässe, um etwa die Vorteile einer guten Individualprophylaxe herauszustellen. Sei es für Sportler,

Karrierebewusste, Jugendliche, Kinder oder Senioren.

**Qualitätspartner unterstützt Zahnärzte**

Genau das macht goDentis. Als Gewinner des „Digital PR Awards“ in der Kategorie „Digital Storyteller“, vergeben von mynewsdesk, hat goDentis auf das Bedürfnis der Patienten reagiert und das Patienteninformationsmaterial entsprechend angepasst. Für jede Zielgruppe gibt es ansprechendes Informationsmaterial.

Ein Fitnessmagazin – speziell für Patienten in einer Zahnarztpraxis – ist das aktuelle Produkt von goDentis, Deutschlands größtem Qualitätspartner für Zahnärzte und Kieferorthopäden. Ab diesem Sommer können goDentis-Partnerzahnärzte das Magazin neben vielen anderen Magazinen auf [www.godentis-markt.de](http://www.godentis-markt.de) kostenlos bestellen. Junge, sportbegeisterte Menschen erfahren hier etwa, wie ein Fehlbiss die sportliche Leis-

tung beeinträchtigen kann. Auch Themen wie Bleaching und ein Fitnessprogramm für Knochen, Muskeln und Zähne sind Bestandteil des Magazins und holen die Leser da ab, wo ihre Interessen liegen.

Zahnärzte, die noch kein Qualitätspartner von goDentis sind, können sich im Internet unter [www.godentis.de/jetztinformieren](http://www.godentis.de/jetztinformieren) über die Vorteile und Leistungen der Partnerschaft informieren und einen Beratungstermin vereinbaren.



Infos zur Autorin

**INFORMATION**

**goDentis Gesellschaft für Innovation in der Zahnheilkunde mbH**

Scheidtweilerstraße 4  
50933 Köln  
Tel.: 0221 5784492  
[www.godentis.de](http://www.godentis.de)

ANZEIGE

- \* Bei entsprechender Indikation
- \*\* Anwendung z. B. mit Ultraject®, Uniject® K, Uniject® K Vario oder Uniject® VA Edelstahl. Siehe Gebrauchsinformation
- 1 Fachinformation Ultracain® D ohne Adrenalin. Stand April 2017.
- 2 Fachinformation Ultracain® D-S, D-S forte. Stand Dezember 2018.
- 3 Kämmerer PW. Oral Surg Oral Med Oral Pathol Oral Radiol. 2012; 113: 495–499.
- 4 Kämmerer PW, Scholz M. Intraligamentäre Anästhesie mit adrenalinfreiem Articain. ZWP. 6/2017.
- 5 Daubländer M et al. Differenzierte Lokalanästhesie – ein praxisnaher Leitfaden. Dental Magazin. 2016; 34(8): 42–47.

**Ultracain® D ohne Adrenalin.**  
**Wirkst.:** Articaingydrochlorid. **Zusammens.:** Arzneil. wirks. Bestandt.: 1 ml Injektionslösung enth. 40 mg Articaingydrochlorid. **Sonst. Bestandt.:** Na-chlorid, Wasser f. Injekt.-zw., Na-hydroxid u. Salzsäure 36 % (zur pH-Einstellung). **Anw.-geb.:** Infiltrations- u. Leitungsanästhesie i. d. Zahnheilkunde. Eignet sich vor allem für kurze Eingriffe an Pat., d. aufgrund bestimmter Erkrankung (z. B. Herz-Kreislauf-Erkr. od. Allergie gg. d. Hilfsst. Sulfit) kein Adrenalin erhalten dürfen sowie z. Injekt. kleiner Volumina (Anwendung i. d. Frontzahregion, im Ber. d. Gaumens). **Gegenanz.:** Überempfindl. geg. Articain od. and. Lokalanästhetika v. Säureamid-Typ. Schwere Stör. d. Reizbildungs- od. Reizleitungssystems am Herzen (z. B. AV-Block II. und III. Grades, ausgeprägte Bradykardie), akut dekompens. Herzinsuff., schwere Hypotonie. Intravenöse.-Anw. kontraindiziert. **Vorsichtsmaßn. u. Warnhinw.:** Strenge Indikat.-stellg. b. Pat. m. Cholinesterasemangel, (cave verlängerte/u. U. verstärkte Wirkung). Bes. Vorsicht b. Angina pect., Arteriosklerose, Störg. d. Blutgerinnung, schw. Nieren- od. Leberfunktstörg., anamnest. bek. Epilepsie. Injektion in entzündetes Gebiet sollte unterbleiben. Von Inj. in entzünd./infiz. Gebiet wird abgeraten. Dos. so niedrig wie mögl. halten. Injekt. sorgf. i. 2 Ebenen aspirieren, um intravasale Injekt. z. vermeiden. Das AM ist nicht geeignet für länger dauernde Eingriffe (über 20 Minuten) sowie für größere zahnärztlich-chirurgische Eingriffe. Solange keine Nahrung aufnehmen, bis Wirk. abgeklungen ist. Betreuer kl. Kdr. auf Risiko von Weichteilverletzungen hinweisen (verläng. Taubheitsgefühl). Enthält Natrium (< 1mmol/23 mg). Additive Wirkg. am kardiovask. System u. ZNS bei Komb. verschiedener Lokalanästhetika. Reaktionsvermögen! **Schwangersch. u. Stillz.:** Strenge Nutzen-Risiko-Abwägung. Bei kurzfrist. Anw. Unterbrechung des Stillens i. d. R. nicht erforderlich. **Nebenw.:** Immunsyst.: nicht bek.; allerg./allergiejähnl. Überempfindl.-reakt. (ödemat. Schwellig, Entzündg. a. d. Injekt.-stelle, Rötung, Juckreiz, Konjunktivitis, Rhinitis, Gesichtsschwellung, Angioödem, Glottisödem m. Globusgef. u. Schluckbeschw., Urtikaria, Atembeschw. bis anaphylakt. Schock). **Nerven:** häufig Parästhesie, Hypästhesie, gelegentl. Schwindel, Häufigk. nicht bek. (dosisabhängig) ZNS-Störg. (Unruhe, Nervosität, Stupor, Benommenh. b. Bewusstseinsverlust, Koma, Mskzittern und –zucken bis generalis. Krämpfe, Nervenläsionen (Fazialisparese, Vermind. d. Geschmacksempfindl.)) **Augen:** nicht bek. Sehstörungen, i. Allg. vorübergeh. **Herz/Gefäße:** nicht bek.: Hypotonie, Bradykardie, Herzversagen, Schock (u. U. lebensbedrohli.). **GI:** häufig Übelk., Erbrechen. **Verschreibungspflichtig.**  
**Sanofi-Aventis Deutschland GmbH**, 65926 Frankfurt am Main.  
**Stand:** April 2017 (SADE.AREP.17.06.1652)

**OHNE FÜR ALLE. <sup>\*,1</sup>**

**Lokalanästhesie pur – mit Ultracain® D ohne Adrenalin:**  
**Machen Sie sich frei von allem, was Sie nicht brauchen.**



**Ultracain® D ohne Adrenalin bietet Ihnen:**

- + Mehr Individualität – auch für den Einsatz bei Risikopatienten<sup>1,2</sup>
- + Tiefe Wirkung bei Standardeingriffen mit kurzer Anästhesiedauer<sup>1,3</sup>
- + Für alle drei gängigen Spritzentechniken geeignet<sup>\*\*4,5</sup>

