

Die Deutsche Gesellschaft für Dentalhygieniker/Innen e.V. startet mit „Plaquebuster“ ein digitales Konzept zur Patientenbindung und Aktivierung während der Corona-Pandemie. Die neuartige digitale Plattform sieht sich dabei als Prototyp, der es Patienten ermöglicht, während der Wartezeit oder Behandlung vereinfacht Streamingdienste zu nutzen. Ermöglicht wird dies zudem durch die Bereitstellung von Tablets oder internetfähigen Fernsehern der teilnehmenden Zahnarztpraxen.

„Plaquebuster“: Patienten zum Streaming in die Praxen einladen

Die motivierende Kampagne „Plaquebuster“ der Deutschen Gesellschaft für Dentalhygieniker/Innen e.V. und der Client-Centric-Plattform soll gerade in Corona-Zeiten Patienten die Angst vorm Zahnarztbesuch nehmen und sie amüsant mit der Botschaft „Schau deine Serie jetzt einfach beim Zahnarzt weiter“ locken.

Das Konzept

Mit der fortschreitenden Digitalisierung der Gesellschaft und in Anbetracht der erheblichen Auswirkungen von

COVID-19 braucht es neue Impulse in der Dentalwirtschaft. Sylvia Fresmann, Vorsitzende der Deutschen Gesellschaft für Dentalhygieniker/Innen e.V. sagt: *„Dort, wo normale Aufklärung nicht mehr reicht, muss ein Mehrwert für Patienten geschaffen werden, der ihnen den Gang zum Zahnarzt vor allem amüsant und unkonventionell versüßt.“* Die Zahnarztpraxen bieten hierfür ihren großen und kleinen Patienten mit einem Tablet oder Smart-TV den technischen Rahmen. Der Patient muss sich dann nur noch über „Plaquebuster“ in sei-

nen favorisierten Streamingdienst mit eigenem Konto einloggen. Hierbei wird zu den deutschen Top-10-Streaminganbietern verlinkt und sich nach der Behandlung wieder ausgeloggt.

Der Hintergrund

Gerade Zahnarztpraxen sind systemrelevant und haben natürlich weiterhin auch im „Lockdown“ geöffnet. Doch viele Menschen scheuen den Zahnarztbesuch aus unbegründeter Angst vor Ansteckung.



Mit „Plaquebuster“ kann auch während der Behandlung die Lieblingsserie weitergeschaut werden.



Patienten können sich über „Plaquebuster“ einfach mit dem eigenen Konto bei ihrem favorisierten Streamingdienst einloggen.



„Da man hier am offenen Mund agiert und der Patient dann selbstverständlich keinen Mundschutz trägt, fühlen sich viele unwohl und schieben notwendige unterstützende PA-Therapien oder Prophylaxebehandlungen auf“, erklärt Fresmann. „Man fühlt sich verletzbar, was vielerorts schon während der ersten Corona-Welle Anfang des vergangenen Jahres zum Ausbleiben von Zahnarztbesuchen führte. Auch schwingt hierbei teilweise die generelle Angst vor einer Behandlung mit, die man nur mit einem vorgeschobenen Grund umgehen kann.“

Vom Insight zur Plattform und Kampagne

„Plaquebuster“ und die dazugehörige Kampagne spielen dabei mit den Folgen von Corona: Im Zeichen von #stayathome und den Apellen der Bundesregierung haben es sich die Deutschen zu Hause gemütlich gemacht und sich eingerichtet: Statt sozialer Kontakte, Sportveranstaltungen, Konzerten und andern Events wird in der Freizeit in den vier Wänden vor allem der Fernseher oder Computer genutzt. Die Streamingportale um Netflix, Disney+ und Co. profitierten stark davon und haben zweistelligen Zuwachs an Abonnements erhalten. Auf diese liebgewonnene Gemütlichkeit und Gewohnheit zahlt die Kampagne ein und ruft dazu auf, den heimischen Sessel doch mit dem Zahnarztstuhl zu tauschen, dort kann man schließlich die Lieblingsserie ab der letzten Minute

weiterstreamen. Darüber hinaus klärt die Kampagne über die Wichtigkeit der Prophylaxe und Mundgesundheit auf. Denn auf jeden Fall gilt: Die Zahnarztpraxen sind ein sicherer Ort – die Hygieneprotokolle sind und waren vor der Pandemie sehr gut. Aber auch die Behandlungsabläufe wurden den aktuellen Bedingungen angepasst – so sind Patienten und Mitarbeiter optimal geschützt. Außerdem ist eine gute Mundgesundheit bzw. -hygiene jetzt noch viel wichtiger, denn sie ist die Immunbarriere und schützt nachhaltig. Auch psychologisch ist der Griff zum Streaming gut: Es sorgt für eine positive Stimulation und Ablenkung während der Behandlung und entspannt so die Patienten mehr.

Die Bewerbung

Um Patienten darauf hinzuweisen, wurde eine Kampagne erstellt, die bekannte Filme passend zum Thema Zahngesundheit persifliert. Die bunten Motive werden vor Ort als Poster in den Praxen hängen, als Online-Banner und Printanzeigen gespielt.

Der Launch

Zum Start nehmen am Pilotprojekt 10 bis 15 Zahnarztpraxen in deutschen Großstädten, wie Berlin, Köln, Dortmund und Frankfurt am Main, teil.

„Das Konzept hat uns sofort angesprochen und wir begrüßen diese Form des Patientendialogs sehr. Der charmanten Einladung, zum Zahnarzt zu gehen,

folgt ein spannendes Angebot, den Aufenthalt noch angenehmer zu gestalten. Ich hoffe, es hilft uns in Corona-Zeiten, aber was es auf jeden Fall macht: die Angst während der Behandlung etwas zu dämpfen“, sagt Zahnarzt Dr. Torsten Strenger aus Dortmund. Die Zahnarztpraxen können sich als modernes Unternehmen präsentieren, die mit dem Zeitgeist gehen und ihre Patienten so überraschend ansprechen. Er führt fort: „Die Aktion der DGDH macht es einfach, teilzunehmen, denn ein iPad nutzen wir im Praxisalltag sowieso. Die Desinfektion und der Betrieb machen keinerlei Umstände – eine spannende Erweiterung unseres Praxisalltags. Die Poster sind im Wartebereich ein echter Hingucker und machen Spaß!“

Kontakt

Deutsche Gesellschaft für Dentalhygieniker/Innen e.V.

Fasanenweg 14
48249 Dülmen
fresmann@dgdh.de
www.dgdh.de