

# Zähneputzen 4.0: Kontrolle und Spaß vereint

## TRENDS

### Was ist eigentlich ein Trend?

Ein Trend ist eine langfristige gesellschaftliche Wertewandelentwicklung. Das Gegenteil von einem Trend ist eine Mode: Diese ist kurzfristig und basiert auf Hypes und Entwicklungen an der Oberfläche. Bei der Gesundheit handelt es sich um einen von zwölf Megatrends, die das Trendgeschehen dominieren.<sup>1</sup> Diese Megatrends zeichnen sich dadurch aus, dass sie Auswirkungen auf ökonomische, ökologische, soziale und technologische Entwicklungen haben, die sich wiederum als Katalysatoren des Trends erweisen können.

*Doch Achtung:* Zu jedem Trend gibt es auch einen Gegentrend, also eine Entwicklung, die als Reaktion auf den eigentlichen Trend wichtiger wird und diesen zum Teil auch beeinflussen oder sogar ablösen kann – man denke an Fast Food, das neuerdings durch Fast Good abgelöst wird, also Lebensmittel, die sich schnell und convenient konsumieren lassen und trotzdem gesund sind.

<sup>1</sup> Laut Zukunftsinstitut, [www.zukunftsinstitut.de](http://www.zukunftsinstitut.de)

Ein wachsender Trend in der Gesundheitsbranche allgemein und der Dentalbranche im Speziellen sind sogenannte Mobile Health-Anwendungen. Sie bringen grundsätzlich zwei gegensätzliche Motive der Gesundheitsfürsorge und Prophylaxe zusammen: Kontrolle und Spaß. Kein Wunder, dass sich viele Entwickler daher im Bereich der Zahnmedizin austoben. Der folgende Beitrag führt die innovativen Ansätze anhand einer selbstverständlichen und zugleich fast schon mittelalterlich erscheinenden Tätigkeit vor: dem Zähneputzen.

**Autorin: Corinna Mühlhausen**

Zähneputzen gehört mit Sicherheit zu den wichtigsten und meistgehassten täglichen Routinen des Menschen im 21. Jahrhundert: Wenig unterstützt die Attitüde von Erfolg und Attraktivität so wie das blitzende Gebiss, gleichzeitig vergeht die Zeit selten langsamer als beim Rieseln der Sanduhr während der mehrmaligen täglichen Zahnpflege. Wie schön, dass sich nun eine ganze Vielzahl Entwickler um technische Innovationen und stylische sowie nachhaltige neue Produkte und Services in diesem Segment kümmern.

### Die smarte Zahnpflege der Zukunft

Das Internet of Things läutet nun nämlich eine ganz neue Ära bei der individuellen Betreuung von zahnmedizinischen Patienten ein: Da gibt es die Zahnbürste mit integrierter Kamera, die das Live-Bild aus der eigenen Mundhöhle auf das Smartphone-Display streamt, zahlreiche Apps zur digitalen Überwachung der empfohlenen Putzzeiten sowie selbstverständlich vernetzte Zahnbürsten, bei denen neuerdings eine innovative Positionserkennungstechnologie zum Einsatz kommt. In Kombination mit der Bildanalysefunktion des Smartphones kann der Nutzer dank künstlicher Intelligenz in Echtzeit verfolgen, wo er bereits geputzt hat und welche Bereiche des Kiefers noch weiterer Pflege bedürfen.



© sofiko14 – stock.adobe.com

### Let's have fun: Zielgruppe Kinder

Speziell um die Motivation von Kindern zum Zähneputzen geht es Unternehmen, deren Produkte ein drahtloser Aufsatz für den Griff von Kinderzahnbürsten ist, mit dem sich Computerspiele aktivieren lassen. Die Bewegungssensoren im Aufsatz sind drahtlos mit dem Handy oder Tablet verbunden. Nur wenn die Kinder wirklich putzen, und zwar jeweils 30 Sekunden links oben und unten sowie rechts oben und unten, kommen sie anschließend in den Spielen weiter. Da kämpft dann etwa eine Zahnfee mit punkig-pinken Haaren gegen kleine grüne Monster. Die nähern sich unerbittlich, aber solange die Zahnbürste an der richtigen Stelle schrubbt, kann sie die Eindringlinge mit ihrem Laserschwert besiegen ...

### Das Ich im Mittelpunkt

Auch bietet der internationale Markt eine neu entwickelte Zahnbürste, die ein AR-Bild aus der Mundhöhle auf das eigene Smartphone sendet, auf dem sich die Kinder dann selbst beim Putzen zusehen können. Sie sind dabei umgeben von einer digitalen Welt mit einem Gebiss, das widerspiegelt, wie gut sie beim Putzen vorankommen. Je besser sie ihre Sache machen, umso höher sind ihre Chancen, ein „böses Kariesmonster“ zu besiegen und digitale Trophäen zu gewinnen. Gesundheit wird hier ganz zum Spiel und die Compliance der in Bezug auf ihre Zähne oftmals eher demotivierten Kinder ganz nebenbei gesteigert.

„Der Trend **Dental Medutainment** macht aus der unangenehmen oder lästigen Zahnpflege einen selbstverständlichen Bestandteil des eigenen **Healthstyles**.“

### Fazit

Der Trend Dental Medutainment macht aus der unangenehmen oder lästigen Zahnpflege einen selbstverständlichen Bestandteil des eigenen Healthstyles. Dabei helfen zuallererst neue technologische Weiterentwicklungen: elektrische Zahnbürsten, die mittels Bluetooth mit dem eigenen Smartphone kommunizieren und jede Aktivität in einer der Vielzahl neuen Apps dokumentieren. Doch diese Mobile Health Anwendungen sind eigentlich nur der Startschuss zu einem ganzheitlich schönen und nachhaltigen Ansatz innerhalb der Zahnmedizin. Denn die vernetzte Technik hat gleichzeitig zu einem noch bewussteren Umgang der Patienten mit Zahnfleisch und Zähnen geführt. Wer schwarz auf weiß nachlesen kann, wie es um die eigene Mundhygiene steht – oder aber den Kampf gegen Ka-

riesmonster virtuell oder real zu verlieren droht –, der fragt auch stärker nach dem Design der Produkte, nach Kosten, Kommunikation und Marken.

In den nächsten Jahren werden wir erleben, dass Produkte, aber auch Services rund um die Zahngesundheit sich stärker als jemals zuvor an den Bedürfnissen und dem Werte-Set ihrer angestrebten Zielgruppen ausrichten müssen. Auch Zahnärzt\*innen und Dentalhygieniker\*innen werden künftig noch bewusster als eigene Marken wahrgenommen. Die Patient\*innen sind dabei auch offen für neue Bonifizierungsoptionen, mit denen sich ihre gute Zahnpflege bezahlt macht.



### Zur Person: Corinna Mühlhausen...

... hat sich als Journalistin und Trendforscherin auf den Gesundheitsmarkt spezialisiert. Ihr Grundthema ist der Healthstyle, also die Frage, was Patient\*innen dazu bewegt, sich eigenverantwortlich um Gesundheit und Wohlbefinden zu kümmern, was die Menschen eigentlich wirklich unter Gesundheit verstehen und welche Megatrends und Hypes die Entwicklung in der Gesundheitsbranche antreiben. Weitere Informationen unter: [www.trendcoach.de](http://www.trendcoach.de)

**Abb.:** Die aktuelle Publikation von Corinna Mühlhausen heißt *Health Report 2022* und ist im Februar 2021 im Zukunftsinstitut erschienen.