

Beratungsaktive Praxen nutzten ZDF-Kampagne

Autor_ Manfred Kern

Kontakt:

Arbeitsgemeinschaft für Keramik in
der Zahnheilkunde e. V.
E-Mail: info@ag-keramik.de

Abb. 1 Beim Außendreh in der Universität des Saarlandes thematisierte Prof. Pospiech die Belastbarkeit von Zirkonoxidkeramik. 10 Tonnen Drucklast pro cm² hält das Gerüst aus.

Foto: AG Keramik

Abb. 2 Adhäsivbefestigte Keramikteilkronen können oftmals substanzverzehrende Metallkronen verhindern – ein Statement zur Substanzschonung mit Keramik von Prof. Weber, Universität Tübingen, hier mit dem ZDF-Moderator. Foto: ZDF

Abb. 3 Die Patientenbroschüre, aufgelegt vom ZDF und kostenlos erhältlich, ist der Wegweiser zur Zahnerhaltung und Behandlung mit Keramik, redigiert von den Professoren Kunzelmann, Pospiech, Weber und Wiechmann sowie Drs. Basting und Wiedhahn. Foto: ZDF

Die Wirkung der ZDF-Aufklärungskampagne „Biss bald – Zähne mit Zukunft“ zur Mundhygiene und zur vollkeramischen Restauration mit Fernsehsendungen im ZDF und 3sat, die im Zeitraum November und Dezember 2003 ausgestrahlt wurden, hat das Emnid-Meinungsforschungsinstitut in einer repräsentativen Umfrage bei niedergelassenen Zahnärzten untersucht. 9.700 Zahnärzte hatten an der ZDF-Aktion teilgenommen, die Patientenbroschüren sowie Aktionsposter in der Praxis ausgelegt und Patientenberatungen durchgeführt. Dabei fanden über 150.000 Broschüren ihren Weg zum Patienten.

Trotz der kurzen Laufzeit der Aktion wurde für 43 % der Zahnärzte, die an der ZDF-Kampagne teilgenommen hatten, dies ein Begriff für eine gelungene Medienarbeit mit dem Ziel, die Bevölkerung vom hohen Wert gesunder Zähne zu überzeugen und über biologisch verträgliche Therapielösungen zu informieren. Der empirische Wert ist insofern herausragend, weil während der Aktion die Wahrnehmungsfähigkeit der Zahnärzteschaft von der lautstarken, medialen Overtüre zum Gesundheitsmodernisierungsgesetz und zur Praxisgebühr doch sehr stark in Anspruch genommen wurde.

Die Patientenbroschüre unter dem Logo „Biss bald“, herausgegeben vom ZDF und unterstützt von Sirona, wurde von 78 % der Zahnärzte, die diese Information in ihrer Praxis ausgelegt hatten, mit guten Bewertungen versehen. Mit der Durchschnittsnote 2,1 lag die Broschüre etwas über der Bewer-

tung der ausgestrahlten Fernsehsendungen. Dies zeigt, dass Zahnärzte Printmedien eine höhere Überzeugungskraft zuordnen, weil komplexe Sachthemen – und Zahnbehandlungen zählen dazu – in gedruckter Form klarer dargestellt werden können. Fernsehsendungen lösen eher spontane Handlungen beim Publikum aus, so wie hier die Konsultation des Zahnarztes.

Unmittelbare Auswirkungen der ZDF-Aktion auf das Nachfrageverhalten der Patienten nach Behandlungen hatten 12 % der teilnehmenden Praxen beobachtet. Nachgefragt wurden neben Prophylaxemaßnahmen auch Angebote zu Keramikversorgungen und Zahnersatz.

Dass Keramik voll im Trend der Patientenwünsche liegt, bewies die Aussage der befragten Zahnärzte; 26 % der Praxen verzeichneten eine Steigerung der Nachfrage nach vollkeramischen Restaurationen gegenüber dem Vorjahr. Besonders von der Nachfrage profitierten jene Praxen, die die ZDF-Aktion spontan angenommen und den Patienten eine ausführliche Beratung angeboten hatten. Damit belegt Emnid erneut die bekannte Tatsache, dass qualifizierte Beratungsgespräche in hohem Maße Zustimmung der Patienten für höherwertige Leistungen, wie sie Keramikversorgungen sind, auslösen.

Wie die Kampagnen-Organisation „Biss bald“ mitteilte, stehen noch Patientenbroschüren des ZDF den Zahnärzten kostenlos zur Verfügung. Faxabruf 0 91 31/91 92-6 97. _

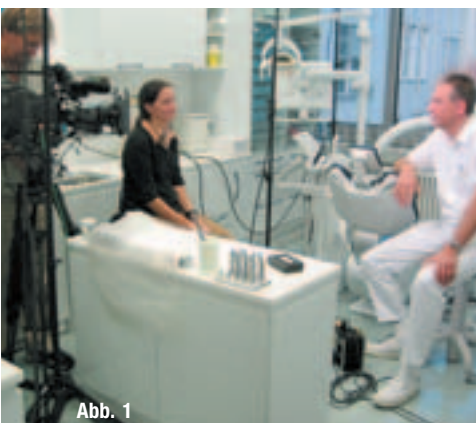


Abb. 1



Abb. 2

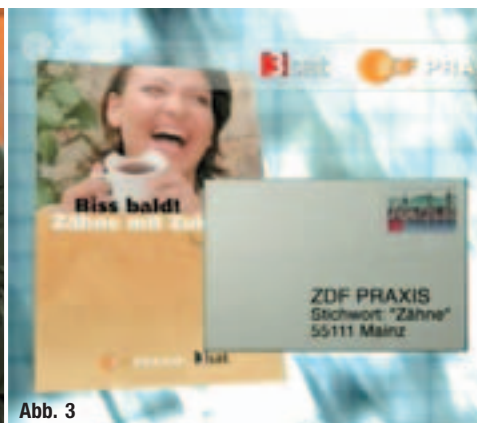


Abb. 3