

# PN WISSENSCHAFT & PRAXIS

## Mehr Erfolg in der ...

Fortsetzung von Seite 1

Patienten aus dieser experimentiellen Studie werden seit 30 Jahren zwei- bis vier-

petent erläutern zu können und entsprechend umzusetzen und an die Patienten weiterzugeben. Nur so versteht der Patient die Prophylaxe als sinnvolle Prävention, die ihn weitgehend vor invasiven Behandlungsmaßnahmen schützen kann und kostenaufwändige Therapien vermeiden hilft. Nur wenn die Ziele der Prophylaxe dem Patienten transparent und verständlich erklärt werden, wird dieser auch die Kosten der Prophylaxe als sinnvolle „Investition“ in seine Zahngesundheit einsehen.

Auch die immer höheren Eigenleistungen für die Versorgung kariöser Läsionen können den Patienten davon überzeugen, weitaus weniger Geld für die Erhaltung seines Gebisszustandes in Form von Prophylaxe zu bezahlen. Dieser Wissenstransfer kann durch praxisinterne sowie praxisexterne Fortbildungen geübt werden.

Ein professionelles Termin- und Recall-System ist Grundvoraussetzung. Im Recall-System wird der Patient zum Beispiel postalisch an seinen nächsten fest vereinbarten Prophylaxetermin erinnert. Dies sorgt für eine weitaus regelmäßige Teilnahme am Prophylaxeprogramm und erscheint dem Patienten zugleich als angenehme Serviceleistung der Praxis.

Die Hilfsmittel, die zur verbesserten Zahnpflege empfohlen werden, sollten direkt im Prophylaxeshop angeboten werden. Das gesamte Praxisteam ist informiert über die Anwendung, Bezeichnungen und Lagerung der Hilfsmittel. Eine Preisliste sollte erstellt und den Praxismitarbeitern für den schnellen und reibungslosen Verkauf zur Verfügung gestellt werden.

### Externe Kommunikation

Die externe Kommunikation kann sowohl direkt als auch indirekt erfolgen. Indirekt werden die Patienten

angesprochen durch Plakate im Wartezimmer und Aufsteller an der Rezeption. Auch eine Vitrine mit Prophylaxeartikeln im Wartezimmer erregt die Aufmerksamkeit der Patienten während ihrer Wartezeit. Eine Praxisbroschüre oder Praxiszeitung, die im Wartezimmer ausgelegt wird, kann die Patienten über die angebotene Prophylaxe informieren.

Mittels eines Internetauftritts oder einer Anzeige in den gelben Seiten kann zudem auf die Prophylaxeabteilung in der Praxis hingewiesen werden. Die externe Kommunikation sollte auch direkt erfolgen, um wirklich alle Patienten zu erreichen. Optimal wäre es,

dieses Gespräch in einem Besprechungsraum, außerhalb des Behandlungszimmers zu führen, sofern die Zeit dafür vorhanden ist. Sowohl Zahnarzt wie auch der Patient sollten auf einer Ebene sitzen. Eine weitere Voraussetzung für den Erfolg dieses Gesprächs ist es, dies ohne erkennenden Zeitdruck zu führen. Die Tür sollte geschlossen sein, sodass der Patient von der Hektik des Tagesgeschäftes nichts mitbekommt. Dem Patienten sollen die Vorteile und Nutzen der Prophylaxe erklärt werden, er muss erkennen, dass die regelmäßige Zahnreinigung zum lebenslangen Erhalt der natürlichen Zähne beiträgt und so wich-

tig ist wie regelmäßiges Duschen oder Baden.

Dieses Gespräch kann auch von einer versierten Mitarbeiterin geführt werden. Die kommunikative und fachliche Kompetenz des Behandlers ist dabei ebenso gefordert wie seine psychologische Kompetenz. Zahlreiche Faktoren müssen bei dem Gesprächsverlauf mit dem Patienten beachtet werden, um ihn zur Teilnahme an der Prophylaxe zu überzeugen.

Die Gesprächs- und Motivationsstrategie des Behandlers sollte variabel sein, da jeder Patient über eine unterschiedliche Auffassungsgabe verfügt. Der Behandler klärt den Patienten zunächst über das Präven-

tionskonzept und die damit verbundene Vermeidung von Karies und Zahnfleischerkrankungen auf. Dabei sollten möglichst wenig Fremdwörter und Fachausdrücke benutzt werden, um den Patienten nicht zu überfordern. Der Behandler oder die Mitarbeiterin werden am Verhalten des Patienten merken, ob dieser den Ausführungen zustimmt, diese anzweifelt oder ablehnt. Normalerweise sind unsere motivierten und gut aufgeklärten Patienten leicht zu überzeugen und bereit die Vorteile der Prophylaxe für sich zu nutzen.

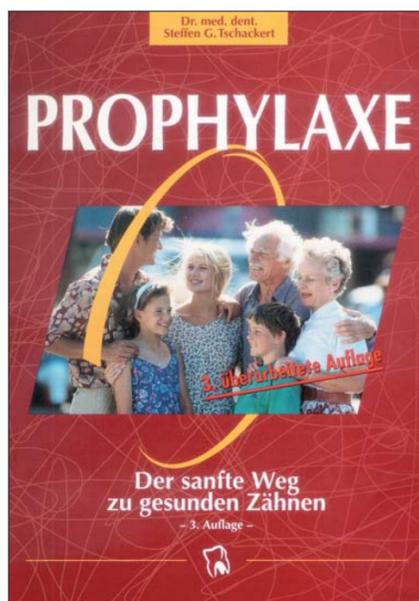
Zur weiteren Überzeugung

Fortsetzung auf Seite 4



Durch Plakate oder Aufsteller im Wartezimmer werden die Patienten indirekt angesprochen. Im Bild: ein Ratgeber für die schwangere Patientin.

mal im Jahr zum Recall einbestellt. Die Resultate nach dieser Zeit zeigen, dass der Gebisszustand der Patienten weitgehend stabil gehalten werden konnte. Diese Studie zeigt deutlich die Notwendigkeit der Prophylaxe und die Notwendigkeit eines Prophylaxeangebotes in der eigenen Praxis auf. Die Startvoraussetzungen, Maßnah-



Hilfsmittel Prophylaxeratgeber – meistverkaufter Ratgeber für Prophylaxe im deutschsprachigen Raum.

men und Abläufe, die geplant werden müssen, um zu ähnlichen Ergebnissen zu kommen, werden im Folgenden erläutert.

### Interne Kommunikation

Erfolg für die konsequente und ständige Umsetzung der Prophylaxe ist die Motivation des Patienten, aber vor allem auch die Motivation des Praxisteams. Die Fähigkeit des Teams ist gefordert, die Inhalte und Ziele der Prophylaxe kom-

ANZEIGE

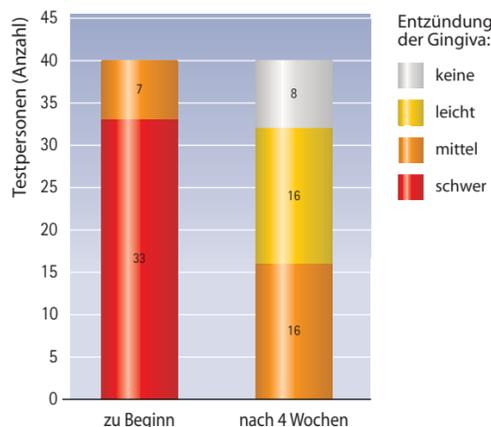
# Paro-Klassiker

## Dentosmin® P



### Chlorhexidingel 1 % zur professionellen Parodontitistherapie

- Seit Jahrzehnten bewährtes Arzneimittel
- Einfach anzuwenden wie eine Zahnpasta
- Pastöse Konsistenz erlaubt intensives Einbürsten
- Hohe Akzeptanz beim Patienten durch angenehmen Minzgeschmack



Verteilung der SBI-Werte vor und nach vierwöchiger Anwendung von Dentosmin® P

Quelle: G. Haas, T. Meyer, B. Willershausen: Überprüfung der Effektivität einer chlorhexidinhaltigen Zahnpasta auf den Entzündungsgrad der Gingiva, Dtsch Zahnärztl Z 59, S. 168-171 (2004)



### Weitere Infos? Ärztemuster?

Tel. 0203/99269-0  
 Fax 0203/299283  
 E-Mail: info@hagerwerken.de  
 Internet: www.hagerwerken.de  
 Postfach 100654 · D-47006 Duisburg



Dentalprodukte weltweit  
 Dental Products Worldwide

**Dentosmin® P**, Wirkstoff: Chlorhexidinbis(D-gluconat)  
**Zusammensetzung:** Arzneilich wirksamer Bestandteil: 1 % Chlorhexidinbis(D-gluconat). Sonstige Bestandteile: Calciumpyrophosphat (Putzkörper), Hyetellose, Saccharin, Glycerol 85 %, gefälltes Siliciumdioxid, Parfümöl, Farbstoff E 131 (Patentblau V), Methyl-4-hydroxybenzoat (Ph.Eur.), gereinigtes Wasser. **Pharmazeutischer Unternehmer:** Hager & Werken GmbH & Co. KG, Ackerstr. 1, 47269 Duisburg. **Anwendungsgebiet:** Zur Hemmung der Plaque-Bildung bei eingeschränkter Mundhygienefähigkeit; zur vorübergehenden unterstützenden Behandlung bei plaquebedingter Gingivitis; bei parodontalchirurgischen Eingriffen. **Gegenanzeigen:** Nicht anwenden bei schlecht durchblutetem Gewebe, bei Überempfindlichkeitsreaktionen gegenüber dem Wirkstoff Methyl-4-hydroxybenzoat, bei erosiv-desquamativen Veränderungen der Mundschleimhaut, bei Wunden und Geschwüren oder bei einem der sonstigen Bestandteile. In der Schwangerschaft und Stillzeit nur unter besonderer Vorsicht anwenden. **Wechselwirkungen:** Chlorhexidinbis(D-gluconat) ist unverträglich mit Seifen und anderen anionischen Substanzen. Mit Boraten, Dicarbonaten, Carbonaten, Chloriden, Citraten, Phosphaten und Sulfaten bildet Chlorhexidinbis(D-gluconat) Salze, die auskristallisieren können. Inaktivierung von Chlorhexidinbis(D-gluconat) durch Saccharose. Deaktivierung des Wirkstoffs durch Polysorbit-80, unlösliche Magnesium-, Zink- und Calciumsalze. **Nebenwirkungen:** Gelegentlich bräunliche Ablagerungen auf der Zunge, den Zahnoberflächen und an Restaurationen (entfernbar durch abrasive Zahnpasten); Geschmackseinträchtigungen, Taubheitsgefühl der Zunge, Zungenpapillen, in Einzelfällen auch desquamative Veränderungen der Mundschleimhaut. Selten Überempfindlichkeitsreaktionen gegen Chlorhexidinbis(D-gluconat). In Einzelfällen schwerwiegende allergische Reaktionen nach lokaler Anwendung von Chlorhexidinbis(D-gluconat).

miradent ist exklusiv in Zahnarztpraxen und Apotheken erhältlich. Weitere Informationen erhalten Sie unter [www.miradent.de](http://www.miradent.de)