

Prophylaxe auf Augenhöhe

PRAXISMARKETING Kinder gehören in den meisten Praxen zum üblichen Erscheinungsbild im Wartebereich und in den Behandlungszimmern. Und das ist gut so – denn eine sorgfältige Überwachung der Zahngesundheit von Anfang an ergibt nicht nur aus medizinischer Sicht Sinn. Jungen und Mädchen, die sich in der Praxis wohl und verstanden fühlen, halten ihrem Zahnarzt auch als Erwachsene die Treue – und sind damit ein bedeutender Wirtschaftsfaktor.



© SeventyFour/Shutterstock.com

Besonders gut geeignet, um die jüngsten Patienten ungezwungen an das Thema „Zahnarztbesuch“ heranzuführen, ist die Kinderprophylaxe. Dennoch führt gerade dieser Bereich nicht selten ein stiefmütterliches Dasein im Praxisalltag oder ist mit einer Reihe von Vorurteilen behaftet. Praxisinhaber halten diese oft für aufwendig, zeitintensiv und unrentabel. Dabei genügen meist wenige Kniffe und Kommunikationsregeln, um Kindern auf Augenhöhe zu begegnen.

Vertrauensbildung als Marketingmaßnahme

Zahnärzte, die Kinderprophylaxe in ihren Leistungskatalog aufnehmen, tun damit auch etwas für die Außenwirkung ihrer Praxis. Denn professionelle Zahnreinigung spielt nicht nur eine wichtige Rolle für den Therapieerfolg in der Parodontologie oder in der Implantologie. Kieferorthopädie ist beispielsweise ein Fachgebiet, das besonders für Kinder und Jugendliche relevant ist. Gerade Zahnschienen und Brackets bereiten oft Probleme bei der häuslichen Zahnpflege – ebenso wie das Wechselgebiss bei Schulkindern. Wer ein Prophylaxeprogramm anbietet, das auf die angebotenen Therapien abgestimmt ist, zeigt sich als moderne Praxis, die den Präventionsgedanken ernst nimmt. Darüber hinaus ist der Aufbau vertrauensvoller Beziehungen zu Kindern Patientenbindung auf lange Sicht. Es besteht eine Vielzahl an Möglichkeiten, den Zahnarztbesuch für Kleinkinder, Schulkinder oder Teenager mit alters-

gerechter Ansprache entspannt und positiv zu gestalten. Die professionelle Zahnreinigung ist im Allgemeinen nicht mit negativen Begriffen wie Angst oder Schmerz besetzt und deshalb eine ideale Basis für eine langjährige Bindung an die Praxis.

Erste Eindrücke und Perspektivwechsel

Bei etwa einem Drittel aller Patienten mit Zahnarztangst gehen negative Emotionen auf Ereignisse zurück, die diese als Kinder in einer Praxis erlebt haben. Dabei spielen oft Reize eine Rolle, die mit dem Erlebten in Verbindung stehen. Selbst Jahre danach genügen dann beispielsweise der Geruch von Desinfektionsmittel oder eine Praxismitarbeiterin in Arbeitskleidung, um die unangenehme Erinnerung zu wecken. Deshalb ist der erste Eindruck auch beim Zahnarztbesuch fast immer prägend. Bereitet sich das Team auf den Erstbesuch von Kindern sorgfältig vor, kann eine solche Entwicklung vermieden werden. Hilfreich für einen guten Start ist ein Perspektivwechsel – im wörtlichen Sinne. Die jüngsten Patienten sind kaum mehr als einen Meter groß. Wer sich auf das Experiment einlässt, im Empfangsbereich in die Hocke zu gehen, wird schnell feststellen, dass die Praxis durch Kinderaugen durchaus bedrohlich wirken kann. Die Anmeldung erscheint dann wie eine abweisende Festungsmauer, von der die Rezeptionskraft hinunterschaut. Läuft die Mitarbeiterin jedoch um den Tresen herum, um den Jungen

oder das Mädchen zu begrüßen, werden die meisten Kinder nicht verunsichert reagieren – insbesondere, wenn sie direkt mit ihrem Namen angesprochen werden. Ebenfalls bewährt haben sich spezielle Kindertreppen für die Rezeption, die eine Begegnung auf Augenhöhe ermöglichen.

Prophylaxe mit allen Sinnen

Nach einem gelungenen ersten Eindruck ist bei der professionellen Zahnreinigung selbst der Zeitfaktor eine der größten Herausforderungen. Beim Kindergartenkind beträgt die Aufmerksamkeitsspanne beispielsweise nur bis zu acht Minuten. Moderne Methoden wie das Pulver-Wasserstrahl-Verfahren ermöglichen eine zügige Reinigung. Darüber hinaus kann die Prophylaxefachkraft auf spielerische Weise die Konzentration der Kinder auf die bevorstehende Behandlung lenken. Im Blickpunkt steht dabei „Prophylaxe mit allen Sinnen“. Das Auge auf Spannendes zu richten, ist bei Kleinkindern meist eine gute Strategie. Denn auf diese Weise sind gerade sehr junge Kinder leichter zur Mitarbeit zu bewegen. Die Prophylaxefachkraft könnte ihre jungen Patienten zum Beispiel einen fiktiven blauen Elefanten in einem Acrylstab mit schwimmenden Glitzerteilchen suchen lassen. Ähnliche Ergebnisse erzielt sie mit Schneekugeln oder LED-Lampen mit wechselnden Farbeffekten. Bei etwas älteren Kindern eignen sich Tabletten, die Zahnbeläge anfärben, um den starken Eindruck visueller Effekte zu nutzen. Ebenfalls denkbar

sind altersgerechte Filme oder Videos über Plasmabildschirme, die bereits in vielen Praxen eingesetzt werden.

Doch auch über das Gehör entspannen sich Kinder und Teenager sehr effektiv. Die Praxismitarbeiter können die Eltern ermutigen, die Lieblingshörbücher oder Lieblingsmusik ihrer Sprösslinge auf dem MP3-Player mit zur Behandlung zu bringen oder eine altersgerechte Auswahl vor Ort zur Verfügung stellen. Überraschende Ergebnisse erzielen die Prophylaxefachkräfte darüber hinaus, indem sie den Geschmacks- und Geruchssinn der Kinder stimulieren. Einige Hersteller bieten Prophylaxepulver in unterschiedlichen Geschmacksvarianten an. Wenn die Jungen und Mädchen vor der Behandlung das Pulver probieren oder daran riechen, ist die Neugier auf die folgende Behandlung geweckt. Unmittelbar „fühlen“ können die jungen Patienten die Prophylaxe, wenn sie den Pulver-Wasserstrahl vor der Zahnreinigung auf dem eigenen Handrücken ausprobieren dürfen. Kinderprophylaxe als sinnliches Erlebnis ist eine wirkungsvolle Möglichkeit, um Vertrauen aufzubauen, denn die Kinder können sich auf die Behandlung einstellen und haben nicht das Gefühl, die Zahnreinigung einfach über sich ergehen lassen zu müssen.

Die richtigen Worte als Schlüssel

Kinder verhalten sich auch bei der professionellen Zahnreinigung kooperativer, wenn die zuständige Mitarbeiterin ihnen die wesentlichen Schritte und den Zweck der Behandlung erklärt. Hierbei existieren für die unterschiedlichen Altersgruppen angepasste Ansatzpunkte. Kleinkinder und Schulkinder sprechen meist auf ein bildhaftes Vokabular an und mögen es, wenn es der Prophylaxefachkraft gelingt, fachliche Inhalte fantasievoll zu „verpacken“. Wenn es also um die Beseitigung von Belägen geht, würde bei kleinen Jungen beispielsweise eine Geschichte von Bakterienmonstern, die mit Strahlenpistolen vertrieben werden, gut ankommen – bei Mädchen wäre eine Variante von der Zahnfee, die ihren Rittern die weiße Rüstung wiedergibt, möglicherweise noch besser geeignet. Vorgänge, die Kinder aus ihrem Alltag kennen, bieten ebenfalls eine ergiebige Basis für das Gespräch. Zum Beispiel wenn die Prophylaxemitarbeiterin erklärt, dass sie den Belag von Zähnen entfernt, wie die Eltern des

Kindes im Winter den Schnee vom Gehweg schieben.

In einer Zahnarztpraxis schlummert jede Menge Potenzial für die Kommunikation mit Kinderpatienten. Tauschen die Mitarbeiter gute Erfahrungen mit bestimmten kindgerechten Begriffen mit ihren Kollegen aus, entsteht mit der Zeit ein ständig wachsender Wortschatz, von dem alle profitieren. Dem Einfallsreichtum sind dabei keine Grenzen gesetzt. So wird das Ätzel zum Zahnschampoo, der Aufbisskeil zum Zahnkissen, das Prophylaxepulver zum Zaubersand oder die Intraoralkamera zum Zahnfernsehen.

Bei der Kommunikation mit Teenagern geht es eher darum, die heranwachsenden Patienten an die Eigenverantwortlichkeit für ihre Zahngesundheit zu erinnern. In dieser Gruppe sorgen altersbedingte Interessensverschiebungen oft dafür, dass Jugendliche die Zahnpflege phasenweise vernachlässigen. Zielführend sind hier Argumente, die sich auf die berufliche Zukunft oder das erwachende Interesse für das andere Geschlecht beziehen. Die Aussicht, dass ein strahlendes Lächeln für bessere Chancen beim Bewerbungsgespräch und in der Liebe sorgt, verfehlt nur selten die angestrebte Wirkung.

Fazit

Wer Kinder und Jugendliche über die Prophylaxe langfristig an seine Praxis bindet, ist fachlich und wirtschaftlich auf einem erfolgreichen Weg. Deshalb lohnt es sich, über Sprache, Eigeninitiative und den spielerischen Umgang mit kindlicher Neugier einen Zugang zu jeder Altersgruppe zu finden und so Vertrauen aufzubauen.

INFORMATION

Yvonne Haßlinger

y.hasslinger@text-and-image.de
www.text-and-image.de



Infos zur Autorin

Jeder Preis ein Volltreffer

Für weltmeisterliche Leistungen in Praxis und Labor bietet **minilu.de**:

- über 45.000 Markenartikel
- super Sonderangebote
- 24 Stunden Lieferzeit
- vereinfachte Retourenabwicklung

Jetzt portofrei* bestellen!



Werde meine Freundin!

*bei Bestellung direkt über minilu.de

minilu.de
... macht mini Preise