

Kampagne will Früherkennung bei Mundkrebs durch gezielte Aufklärung verbessern

Regionale Aktion „Gemeinsam gegen Mundkrebs in Schleswig-Holstein“ verläuft erfolgreich/Lob vom DGZMK-Präsidenten.

■ Als „eine beispielhafte regionale Initiative zur gesundheitlichen Prävention im Bereich der deutschen Zahnmedizin“, lobt Prof. Dr. Dr. Henning Schliephake, Universität Göttingen, die letztes Jahr im April ins Leben gerufene Kampagne „Gemeinsam gegen Mundkrebs in Schleswig-Holstein“. „Diese regionale Präventionskampagne hat bundesweiten Modellcharakter“, stellt der Präsident der Deutschen Gesellschaft für Zahn-, Mund- und Kieferheilkunde (DGZMK) heraus; sie helfe, Tumore in der Mundhöhle früher zu erkennen und damit die Prognose und Lebensqualität Betroffener zu verbessern. Die Aufklärungskampagne „Gemeinsam gegen Mundkrebs in Schleswig-Holstein“ führe außerdem Medizin und Zahnmedi-



Priv.-Doz. Dr. Katrin Hertrampf

zin beispielhaft zusammen, so Schliephake.

Das Forscherteam besteht aus Priv.-Doz. Dr. Katrin Hertrampf, MPH, Prof. Dr. Jörg Wiltfang und Prof. Dr. Hans-Jürgen Wentz. Die Kampagne verknüpft eine Kombination von Massenmedien, wie Postern in Bussen und Bahnen, Faltblättern bei Ärzten, Zahnärzten und Apotheken sowie von Institutionen wie Stadtmissionen, Verbraucherzentralen, Gesundheitsämtern und Wohlfahrtsverbänden und anderen. Außerdem werden Ärzte und Zahnärzte direkt angesprochen.

Feinaufschlüsselung der Daten zur Tumorentität

„Die Idee entstand vor dem Hintergrund, dass die Standards in Diagnostik

und Therapie bei dieser Tumorentität sich kontinuierlich verbessert haben, die Betroffenen aber nach wie vor sich erst im fortgeschrittenen Tumorstadium vorstellen“, erläutert die Initiatorin, Priv.-Doz. Dr. Katrin Hertrampf. „So lag die Vermutung nahe, dass die Bevölkerung diesen Tumor nur ungenügend kennt und somit auch Anzeichen, Symptome, mögliche Risikofaktoren, aber auch Präventionsmöglichkeiten nicht bekannt sind.“ Das wollte Hertrampf gemeinsam mit ihren Mitstreitern ändern.

Dazu musste aufwendige wissenschaftliche Vorarbeit geleistet werden. Neben der Ermittlung des repräsentativen Kenntnisstandes der Bevölkerung zu dieser Erkrankung und einer Zielgruppenerhebung nebst qualitativer Analyse von Probanden daraus, zählte auch eine



Das begehbare Mundmodell sorgt regelmäßig für Aufsehen. (Foto: Hertrampf)

Feinaufschlüsselung der Daten zu dieser Tumorentität aus dem Krebsregister dazu. Zur weiteren Vorbereitung zählte die Einbindung von Zahnärzten und später auch Ärzten (wie HNO, Dermatologen oder Hausärzte) in die Kenntnisstandserhebung. „Bei den Zahnärzten schloss sich eine einjährige Schulungsintervention an, wo wir über verschiedene Medien zur Erkrankung und über die Durchführung einer standardisierten Mundschleimhautuntersuchung informiert haben. Nach dieser einjährigen Schulungsphase haben wir den Kenntnisstand der Zahnärzte erneut erhoben“, beschreibt Priv.-Doz. Dr. Hertrampf die umfangreichen Vorarbeiten, die sich über mehrere Jahre hinzogen.

Modell macht neugierig

Der Aufwand hat sich gelohnt, so das Fazit, nachdem mehr als die Hälfte der auf zwei Jahre vorerst angelegten Kampagnendauer verstrichen ist. „Inwieweit die messbare Wahrnehmung innerhalb der Bevölkerung jetzt schon einen ersten positiven Trend zeigt, wird die gerade laufende erste große Befragungswelle präsentieren.

„Das Modell macht Menschen neugierig, und sie können sich auf unkonventionelle Weise über dieses Thema informieren“, stellt Katrin Hertrampf zufrieden fest. Das Modell wanderte durch Einkaufspassagen, Rathäuser und Kreishäuser u.a. in Lübeck, Kiel und Flensburg und stieß jedes Mal auf große Resonanz. Neue Standorte und Termine für 2013 sind bereits vereinbart. ◀◀

DGZMK Deutsche Gesellschaft für Zahn-, Mund- und Kieferheilkunde e.V.
Tel.: +49 2104 5056713
www.dgzmk.de

ANZEIGE

»» Aktuell, vielschichtig, crossmedial.

Sales Tool auf ZWP online – Informieren, kontaktieren, bestellen!

ZWP online iPad App

Spezialisten-Newsletter

Jetzt anmelden!

ZWP online auch als mobile Version verfügbar

Entdecken Sie noch mehr Vorteile von ZWP online!
Video Guided Tour ZWP online

www.zwp-online.info

FINDEN STATT SUCHEN. **ZWP online**

Fachdental Leipzig – Regionales Highlight für den Dentalmarkt

Aussteller präsentieren die IDS-Höhepunkte und setzen thematische Akzente in der CAD/CAM-Technologie, Praxishygiene und Ergonomie.

■ Jedes Jahr ist die Fachdental Leipzig das Highlight für die Dentalbranche in Ost- und Mitteldeutschland. Zahlreiche Besucher kommen jährlich nach Leipzig, um sich das Angebot der mehr als 200 Aussteller anzusehen. Am 7. und 8. September 2013 zeigt die Fachdental die neuesten Entwicklungen in Zahnmedizin und Zahntechnik. Dieses Jahr präsentieren die veranstaltenden Dental-Depots und Marktführer aus der Industrie die Höhepunkte der IDS. Ein Fortbildungsprogramm für Zahnärzte ergänzt das Angebot der Fachmesse.

Aktuelle Themen

Auf der Fachdental Leipzig können sich Zahnärzte von neuen Entwicklungen und Möglichkeiten in der CAD/CAM-Technologie überzeugen lassen und lernen, wie sie diese Technologie gewinnbringend in ihrer Praxis einsetzen können. Zu einem weiteren zentralen Thema hat sich die Praxishygiene entwickelt. Es werden Geräte präsentiert, die die automatisierte Instrumentenpflege aufgrund höherer Reinigungsvolumen wirtschaftlicher und effizienter machen. Der demografische Wandel hin zu einer alternden Gesellschaft und somit auch zu älter werdenden Patienten erfordert eine Verbesserung der



zahnmedizinischen Versorgung. Zudem wachsen die Bedeutung der Prävention und der Wunsch der Patienten nach Zahnersatzleistungen. Die Fachdental Leipzig stellt deshalb neue Materialien und Technologien vor, die neue Therapien in der Zahnersatzversorgung ermöglichen. In der Zahnmedizin stehen allerdings nicht nur der Patient, sondern auch die Zahnärzte und ihr Fachpersonal im Vordergrund. Eine ergonomische Gestaltung des Arbeitsplatzes und gut organisierte Arbeitsabläufe sind für die Gesundheit des zahnärztlichen Teams sehr wichtig und werden daher auch auf der Fachdental in Leipzig vorgestellt. Darüber hinaus ist der Dental Tribune Study Club live on stage. Das Forum, welches mitten in der Halle stattfindet, ist für alle Messebesucher kostenlos. Weitere Informationen gibt es unter: www.fachdental-leipzig.de ◀◀

Was der Patient weitergibt

Was macht einen erfolgreichen Zahnarztbesuch aus?

Give-aways und Patientenratgeber

Die sogenannten Give-aways sind nicht nur kleine positive Überraschungen für den Patienten, sondern auch wichtige Erinnerungstützen. Zudem wird darüber oft noch mehr geredet bzw. ein witziges oder schön gestaltetes Mitgabegeschenk auch rumgezeigt. So sind Lippenpflege-
stifte insofern sinnvoller als Zahnseide, als dass sie öffentlich benutzt

werden und somit eine größere Reichweite entfalten können. Gibt es ein Give-away, welches Nützlichkeit, Seriosität und Sympathie in sich vereint? Insbesondere für hochwertige Leistungen (z.B. Zahnimplantate) wurde ein Patientenratgeber in Buchform entwickelt, der ohne großen Aufwand in Herausgeberschaft publiziert wird. Ein hochwertig gedrucktes Taschenbuch zur Implantologie oder ästhetischen Zahnmedizin mit dem Namen des Zahnarztes als Herausgeber auf dem Cover und der Praxis auf den ersten Seiten. Das Buch trägt damit nicht nur die Kompetenz des Zahnarztes in der seriösesten Form weiter, sondern lässt dem Patienten auch eine hohe Wertschätzung zuteil werden. Die Erfahrung zeigt, dass ein solches Buch eine große Zirkulation im Freundes- und Verwandtenkreis erfahren kann. Mehr Infos beim nexilis verlag unter: www.nexilis-verlag.com

Ist der Patient mit seinem Zahnarztbesuch zufrieden, wird er im besten Fall im Bekannten- oder Verwandtenkreis davon berichten. Denn Positives wird längst nicht so oft kundgetan wie negative Erfahrungen. Die fachlich überzeugende Leistung sollte dabei die Basis sein. Abgesehen von der erfolgreichen Behandlung, die der Patient nur bedingt beurteilen kann, sind es im Nachhinein meistens die „weichen“ Faktoren, die in der Schilderung seines Besuches vorkommen: die sympathische Begrüßung durch das Praxispersonal, das Anbieten von Kaffee oder Wasser im Wartezimmer oder das freundliche Auftreten auf Augenhöhe. Wahr ist, dass die Mund-zu-Mund-Empfehlung für die meisten Praxen noch am bedeutendsten ist, um Neupatienten zu gewinnen. Aber was von dem, was berichtet wird, bleibt beim Empfänger hängen?



Infos zum Unternehmen

Designpreis 2013

360grad-Praxistour zu gewinnen: Die Bewerbung um „Deutschlands schönste Zahnarztpraxis“ lohnt sich!

Die OEMUS MEDIA AG sucht auch in 2013 die Zahnarztpraxis mit Charakter und Wohlgefühlgarantie: Durch ungewöhnliche Farbgebung, raffinierte Formsprache, hochwertige Materialien und ein durchdachtes Lichtkonzept. Dabei muss es nicht immer modern-innovativ zugehen, auch ein interessanter Stilmix und die gelungene Umsetzung von klassischer Eleganz können überzeugen. Einladen sollen die Räume zum Ankommen und Entspannen, vielleicht sogar zur Inspiration. Doch nicht nur die Patienten sollen sich in der Zahnarztpraxis bestens aufgehoben fühlen – auch die Praxisinhaber und das gesamte Praxisteam können von der richtigen Arbeitsatmosphäre profitieren. Die OEMUS MEDIA AG stiftet für „Deutschlands schönste Zahnarztpraxis“ in 2013 einen ganz besonderen Preis: Die Gewinnerpraxis erhält eine exklusive 360grad-Praxistour im Wert von 3.500 Euro. Der virtuelle Rundgang bietet per Mausclick die einzigartige Chance, Praxisräumlichkeiten, Praxisteam und Praxiskompetenzen informativ, kompakt und unterhaltsam zu präsentieren. So können sich die Nutzer bequem mithilfe des Grundrisses oder von Miniatur-Praxisbildern durch Empfang, Wartebereich oder

Behandlungszimmer bewegen – als individuelles Rundum-Erlebnis aus jeder gewünschten Perspektive. Gleichzeitig lassen sich während der 360grad-Praxistour auch Informationen zu Praxisteam und -leistungen abfragen. Ebenso möglich sind Direktverlinkungen zu Webinhalten.

Gewinnen Sie mit der 360grad-Praxistour Patienten: Einfach, preiswert und modern – bequem abrufbar mit allen PCs, Smartphones und Tablets. Ideal zur Ergänzung Ihres professionellen Praxisauftritts im Internet.



„360grad-Praxistour“ (Imagevideo)

Und so gehts

Schicken Sie uns Ihre Unterlagen bis zum 1. Juli 2013. Enthalten sein sollten die Eckdaten Ihrer Praxis sowie Angaben zum Architekten, zum Konzept bzw. der Praxisphilosophie, ebenso der Grundriss sowie zum Druck freigegebene Bilder Ihrer Praxis auf Fotopapier und in digitaler Form. Das Bewerbungsformular finden Sie auf: www.designpreis.org

OEMUS MEDIA AG

Stichwort: ZWP Designpreis 2013
Tel.: +49 341 48474-120
zwp-redaktion@oemus-media.de

Unkompliziert endodontisch aufbereiten

Erfolgreiches Team: 1-Feilen-System One Shape® und Endomotor ENDOAce®.

Die Produktgruppe der 1-Feilen-Systeme wird zurzeit von den reziprok laufenden NiTi-Systemen inklusive der notwendigen Spezialendomotoren beherrscht. Jetzt beweist MICRO-MEGA mit dem One Shape® System, dass 1-Feilen-Systeme aus NiTi auch einfacher gehen.

Volle 360° Rotation, asymmetrischer Querschnitt und einzigartige Architektur der Schneiden kennzeichnen das Instrument. „Nach entsprechender protokollgerechter Vorsondierung und gegebenenfalls Anlegen eines Gleitpfades mit G-Files wird tatsächlich nur ein einziges Instrument eingesetzt, um den Wurzelkanal aufzubereiten“, freut sich Dr. Gruner, Area Manager für MICRO-MEGA in Deutschland und Österreich.

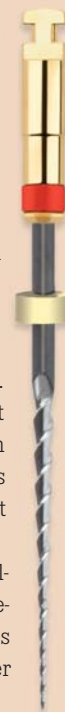


„MICRO-MEGA One Shape in der Anwendung“ (Video)

One Shape® ist in der Größe ISO 25 und in den Längen 21, 25 und 29 mm erhältlich. Der aktive Teil der Feile ist 16 mm lang. Die Konizität von 6 Prozent sorgt für eine erfolgreiche Aufbereitung bis hin zum Apex und ermöglicht eine effektive Spülung.

Die Feile kann mit bis zu 4 Ncm Torque eingesetzt werden. One Shape® wird in Blistern mit fünf sterilen, einzeln verpackten Instrumenten angeboten, sodass die Feilen sofort einsatzbereit sind.

Es empfiehlt sich der Einmalgebrauch. Dadurch wird die Materialermüdung des Instrumentes vermieden und die Sicherheit der Behandlung erhöht.



Starker Partner: Endomotor ENDOAce®

One Shape® ist optimal einsetzbar auch in Kombination mit dem MICRO-MEGA Endomotor ENDOAce®. Er verfügt über eine integrierte Längenmessung, Torque-Control und Geschwindigkeitskontrolle. Dabei stehen verschiedene Auto-Stop-Einstellungen zur Wahl. Neun individuell belegbare Programmplätze für behandlerdefinierte Sequenzen und 14 voreingestellte Programme werden für komfortables Arbeiten angeboten. ◀



Infos zum Unternehmen

MICRO-MEGA

Tel.: +49 30 28706056
www.micro-mega.com

ANZEIGE



BriteVeneers® to go

Das Vollkeramik Instant Veneersystem in drei Farben, Größen und Formen.



Formen	Größen
I trapezförmig OK	L, M, S
I rechteckig OK	L, M, S
I quadratisch OK	L, M, S



BriteDent GmbH
Brühl 4, 04109 Leipzig | Tel.: 0341/9600060
info@brite-veneers.com | www.brite-veneers.com

Faxanwort

0341 48474-600

Ja, ich möchte Informationsmaterial anfordern!

Stempel

Name | Vorname

E-Mail-Adresse (Bitte angeben!)

Stempel



DEUTSCHE
GESELLSCHAFT
FÜR ORALE
IMPLANTOLOGIE

10. Internationaler Jahreskongress der DGOI



19.–21. September 2013
Hotel Sofitel Munich Bayerpost
München

In Kooperation mit:



Implantologie: Technik & Medizin

Die Bedeutung moderner Zahntechnik für das chirurgische und prothetische Vorgehen in der Implantologie



Information & Anmeldung: www.dgoi.info

Deutsche Gesellschaft für Orale Implantologie (DGOI)

Bruchsaler Straße 8 · 76703 Kraichtal · Tel. 07251 618996-0 · Fax: 07251 618996-26 · mail@dgoi.info