



Dr. Susanne Fath

Zahnärztin
Niedergelassen in eigener Praxis in
Berlin und Chefredakteurin des
Quintessenz Team-Journals.

Kreativität ist gefragt

Mit welchen Erwartungen kommen Patient heute eigentlich in eine Zahnarztpraxis? Sicher gibt es immer noch viele, die einfach ein meist schmerzhaftes Problem an den Zähnen haben und hoffen, dass ihnen dieses möglichst schnell und unkompliziert wieder genommen wird. Aber oft sind dann schon die Umstände, die zur Problembeseitigung erforderlich werden, sehr viel größer als erwartet. Seien das nun medizinische oder banale bürokratische Umstände ... Dann werden die Patienten immer zahlreicher, die von ihrem Zahnarzt nicht nur Schmerzbeseitigung bzw. Wiederherstellung/Erhaltung der Kaufähigkeit erwarten, sondern eben auch einen Partner in Fragen der Mundgesundheit, bei der Lösung ästhetischer Probleme und auch, wenn es um die Regelung der Bürokratie-Hürden vor einer Behandlung geht. Und viele Patienten wollen die Praxis als einen Ort erleben, wo es einfach „schön“ ist (wenn man mal von den unvermeidlich immer wieder vorkommenden unschönen Momenten während der Behandlung absieht ...).

Wie man diesen Erwartungen begegnet, war während des Zahnmedizin-Studiums jedenfalls kein Thema. Auch die Praxis-MitarbeiterInnen hatten dazu keine gezielte Ausbildung. Sicher gibt es den einen oder die andere, der/die schon in der „Lehrpraxis“ mit solchen Aufgaben vertraut gemacht wurde, aber die Regel ist das nicht. Also ist die eigene Kreativität gefragt! Von allen Beteiligten. Doch es gibt ja auch „VorreiterInnen“ – also Kollegen, die diesbezüglich bereits kreativ waren (und sind) und ihre Erfahrungen auch gerne weitergeben. Wie z.B. Martina Obermeyer, die Anregungen gibt, wie Sie in Ihrer Praxis Ihre ureigenen Vorstellungen realisieren können. Oder Florian Gierl und Dörte Urban-Seffert, die die Frage beleuchten, wie die Praxis-Atmosphäre für die Patienten „stimmig“ gemacht werden kann.

Natürlich gibt es für diese Fragen auch Fachleute. Ein ganz zentrales Thema ist z.B. der Umgang mit dem Telefon. Hier geht es oft nur um scheinbar bedeutungslose Details, die der Telefonpartner am anderen Ende aber hören kann – lassen Sie sich von Friedrich W. Schmidt inspirieren!

Wie können wir bestimmten Patienten-Gruppen ein aktuelles Thema vermitteln? Wie wäre es mit einem Informationsabend? Das macht zwar Arbeit, aber der Effekt besteht in Patientenbindung und sicherlich einer guten Außenwirkung. Und Spaß macht es auch noch, wie Jutta Klische mit ihrem Beispiel beweist.

Prophylaxe gehört nun mal heute einfach dazu ... Sie will organisiert sein, für heikle Fragestellungen brauchen wir wirkungsvolle Kommunikation und entsprechende Hilfsmittel. Und natürlich immer das entscheidende Quentchen Wissensvorsprung. Bedienen Sie sich!

Diese Ausgabe bietet aber noch mehr: Sehen Sie selbst, was für Sie an Interessantem bereitliegt. Ich hoffe, Sie werden reichlich fündig. Einen motivierenden Frühlinganfang wünscht Ihnen

Ihre