



Der Patient steht im Mittelpunkt

Liebe Leserinnen, liebe Leser,

Konzepte sind wichtig, doch sind diese immer nur dann gut, wenn sie auch umgesetzt werden. Wir leben in einer Zeit der elektronischen Datenverarbeitung, die auch vor der dentalen Welt nicht Halt macht. Seit einigen Jahren ist das Thema CAD/CAM eines der zentralen Themen bei Veranstaltungen und auch in Publikationen. Wenn ich mir diese Ausgabe der Quintessenz Zahntechnik so anschau, wird mir wieder einmal klar, dass unserer Hände Arbeit immer noch einer der wesentlichen Faktoren für den interdisziplinären Erfolg ist. Das klingt so schön – interdisziplinär –, doch was nützen uns alle Konzepte dieser Welt, wenn die partizipierenden Partner nicht an einem Strang ziehen?

Eigentlich kann ich das Wort „Konzept“ nicht mehr ertragen, es ist ähnlich wie das Wort Basis, das in den Achtzigerjahren sehr beliebt war. Es geht bei allem, was wir tun, um ein Grundverständnis: die Notwendigkeit, dem Patienten einen Zahnersatz herzustellen, mit dem er, neben der Ästhetik, natürlich auch noch essen und sprechen kann. Wie der Patient, der zum Zahnarzt kommt und sagt: „Herr Doktor, Sie haben mir vor drei Wochen eine Prothese im Oberkiefer und eine Prothese im Unterkiefer angefertigt. Ich kann damit nicht essen und auch nicht sprechen!“ Darauf antwortet der Doktor: „Entschuldigen Sie, aber wenn Sie nun einen Unfall haben und dabei ein Auge verlieren, dann bekommen Sie ein Glasauge. Glauben Sie denn, dass Sie dann damit gucken können?“

Wir kennen diese Witze, genauso wie die zahlreichen Videoclips, bei denen das Thema Prothesen zur allgemeinen Belustigung beiträgt. Natürlich können wir darüber lachen, doch für den Patienten ist das nicht so witzig. Dieser hat sein Leben lang in die Solidargemeinschaft eingezahlt und was bekommt er dann am Ende seiner dentalen Karriere?

Am Ende interessiert es nur wenige, was mit einem Prothesenträger passiert. Stellen wir doch bitte den Patienten in den Mittelpunkt unseres Bestrebens, und zwar mit dem gleichen Engagement, wie in der wunderbaren Welt der Implantologie und Keramik. Dafür brauchen wir neben der Liebe zum Beruf das nötige Handwerkszeug und in diesem Heft gibt es viel davon.

Jedes bisschen, das wir uns mehr aneignen, kommt dem Patienten zugute und zuletzt auch uns, denn ein glücklicher Patient macht auch einen zufriedenen Zahnarzt. Doch neben allen Konzepten, allen Technologien gibt es noch wichtige andere Parameter, die zum Erfolg beitragen. Das Umfeld, in dem wir arbeiten, spielt hierbei eine wichtige Rolle. Dieses Umfeld wird geprägt durch den, der es kreiert und es lebt. Wir sind Service- und Dienstleistungsunternehmen. So ein Unternehmen sollte den unternehmerischen Geist, die Einstellung zum Beruf, widerspiegeln. All das gehört eben auch zu einem Behandlungskonzept und gehört hier ebenso in dieses Heft. In den vielen Jahren, in denen ich das Thema Totalprothetik verfolge, ist mir mehr und mehr bewusst geworden, wie viel ich lernen muss, um den Patienten bestmöglich zu versorgen. Es ist mir nicht möglich, ein einzelnes Konzept auf jeden Patienten anzuwenden. Jeder Patient hat eine andere Geschichte zu erzählen und jeder von ihnen hat einen anderen Habitus.



Kommt als Beispiel eine 90-jährige Patientin zu uns, die nicht mehr gut zu Fuß ist und gekennzeichnet durch ihre schwere Krankheit, vielleicht Parkinson. Nebenbei sind ihre alten Prothesen seit 17 Jahren in situ, an denen noch nie etwas verändert wurde. Was für ein Konzept passt hier?

Das ist zwar eine erfundene Geschichte, ist aber in Varianten durchaus denkbar, denn wie viele Patienten sagten schon: „Ich habe meine Prothesen nun schon 15 Jahre, es ist noch nie etwas daran gemacht worden und ich komme gut zurecht!“ Woher weiß der Patient, wie man gut zurechtkommt?

Helfen wir diesen Patienten, endlich wieder gut zurechtzukommen. Hierzu kann dieses Heft seinen Beitrag leisten. Alle Autoren sind engagierte Dentalisten mit Idealen, die nicht aufgegeben haben, weiter an einer Verbesserung für den Patienten zu arbeiten. Machen wird es ihnen nach, der Patient wird es uns danken und uns zudem auch noch weiterempfehlen. Eine bessere Werbung als Qualität gibt es nicht!

ZTM Jan Schünemann

