



Schöner lächeln

Ästhetische Zahnbehandlungen. Bleaching, Veneers und funktionelle oder ästhetische Anpassungen/Adaptionen sind auf dem Vormarsch. Doch nicht immer ist das ästhetisch Machbare medizinisch sinnvoll. Wie gehen Zahnärztinnen und Zahnärzte mit den Wünschen ihrer Patienten um, und wie schätzen sie die weitere Entwicklung ein?

AUTORIN: JUDITH JENNER

WER DEN US-WAHLKAMPF BEOBACHTETE,

konnte trotz aller politischen Unterschiede der Kandidaten eine Gemeinsamkeit feststellen: die perlweißen Frontzähne. Das berühmte Hollywood-Lächeln ist in den Vereinigten Staaten nicht mehr ausschließlich ein Privileg von Schauspielern. Wer in der Öffentlichkeit steht, möchte mit hellen und möglichst geraden Zähnen in die Kamera lächeln können. Auch in Deutschland wächst das Bewusstsein für schöne Zähne. Dr. Florian Göttfert von der Zahnarztpraxis Edel & Weiss in Nürnberg verzeichnet eine steigende Nachfrage nach ästhetischen und kosmetischen Behandlungen im Frontzahnbereich. „Das geht bei uns los bei der Versorgung mit Implantaten über vollkeramische Versorgungen bis hin zu individuell geschichteten, auf feuerfesten Stümpfen gesinterten keramischen Veneers“, erklärt der Zahnarzt. „Aber auch rein kosmetische Behandlungen, die nicht medizinisch begründet sind, wie Bleachings werden stark nachgefragt.“ Die Patienten, die in die Schönheit ihrer Zähne investieren möchten, kommen aus allen Altersgruppen und finden sich nicht nur in Spezialpraxen wie Edel & Weiss, die vor allem mit ihren ästhetischen Leistungen werben.

KEINE FRAGE DES ALTERS

Auch Dr. Ulrike Stern, Chefredakteurin von „Der Freie Zahnarzt“ und Vorsitzende des FVDZ-Landesverbands Rheinland-Pfalz, beobachtet dieses Phänomen. In ihrer Zahnarztpraxis im eher beschaulichen Ingelheim am Rhein

versorgt sie viele treue Stammpatienten – und dabei auch immer mehr Menschen quer durch die Generationen, die nach ästhetischen Lösungen fragen. Darunter seien beileibe nicht nur junge Patienten, die Hollywood und Instagram-Influencern nacheiferten, sondern auch Personen, deren private Lebensumstände sich in gewissen Alterszeitfenstern ändern und die sich ästhetischere Lösungen wünschen. „Die Natur hat uns eine bestimmte Ästhetik, gebunden an die Funktion der Zähne, vorgegeben. Bei allen Rekonstruktionen versuchen wir, die Natur so gut es geht zu simulieren“, stellt Stern klar. „Schließlich möchten alle Patienten, dass sie nach dem Zahnarztbesuch gut aussehen.“ Dieser Anspruch aber habe in den letzten Jahrzehnten deutlich zugenommen: „Die Versorgung mit zahnfarbenen Restaurationsmaterialien wird von vielen Patienten inzwischen auch außerhalb des Frontzahnbereichs gewünscht. Diese Versorgungen sind in Gestaltung und Ausführung zeitintensiver, die damit verbundenen Mehrkosten tragen die Patientinnen und Patienten gerne.“ Einige Gründe für die wachsende Nachfrage nach ästhetischen Behandlungen untersuchte die Zahnmedizinerin Charlotte Werdin 2018 in ihrer Dissertation. Sie geht darin der Frage nach, inwieweit der Medienkonsum und das darin vermittelte Schönheitsideal die Bereitschaft junger Menschen zwischen 18 und 25 Jahren zu einer Zahnaufhellung positiv beeinflussen. Ihr Ergebnis: Wer viel in den sozialen Medien wie Instagram unterwegs ist, wird immer wieder mit Bildern Prominenter oder Influencer mit makellosen Zähnen konfrontiert. Das erhöhe die Wahrscheinlichkeit, sich ebenfalls einer solchen Behandlung zu unterziehen.



UND RAUS IN DIE INSTAGRAM-WELT

Tatsächlich kooperieren einige Praxen gezielt mit Influencern, die ihre Vorher-Nachher-Bilder im Internet teilen und damit für die Behandlungen werben. Auch unter den Kunden von Dr. Florian Göttfert sind einige Instagram-Stars und Profi-Sportler. Unter anderem ihre Erfahrungsberichte haben die Praxis über Nürnbergs Stadtgrenzen bekannt gemacht.

Der Wunsch nach geraden, symmetrischen und möglichst hellen Zähnen ist aber weit älter als diese Verfahren, wie kulturhistorische Betrachtungen zeigen. „Es gibt kaum Völker auf der Welt, bei denen weiße, ebenmäßige Zahnreihen nicht als ein Zeichen von Gesundheit und Jugend zählen“, sagt Dr. Ulrike Stern. „Bei Frauen waren sie in der Evolution ein Zeichen der Fortpflanzungsfähigkeit, bei Männern von körperlicher Stärke. Zähne sind immer schon ein wichtiges Signal: Das ‚Zähne zeigen‘ im Tierreich als Drohgebärde ist beim Menschen mutiert zum Zähne-zeigen als Ausdruck der Vitalität und des Wohlstandes. Ein Lächeln, ein Lachen ist eine unschlagbare wortlose Kommunikation in vielen Lebenslagen.“ Zugleich ist es ganz natürlich, dass sich die Zähne wie auch der Rest des Körpers im Laufe des Lebens verändern. „Benutzung bedeutet Abnutzung. Habits oder stressbedingte Faktoren, um nur ein paar Beispiele zu nennen, können unsere Zahnästhetik negativ beeinflussen. Von Erkrankungen oder Unfällen, die mit Substanzverlust einhergehen, einmal ganz zu schweigen.“ Was als natürlicher Weg des Lebens den Älteren auch Trost sein könnte, wirkt vielen eher als

Ansporn, diesen Zeichen der Zeit mit allen Mitteln der Zahnmedizin entgegenzuwirken. „Wir wollen alle älter werden, aber nicht älter aussehen“, sagt die Zahnärztin.

EHRliche AUFKLÄRUNG ERFORDERLICH

Der Wunsch nach einer ästhetischen Zahnbehandlung muss nach Ansicht von Dr. Ulrike Stern primär vom Patienten ausgehen. Individuell abgestimmte zahnärztliche Beratung ist dann das A und O. Wie bei allen zahnärztlichen Therapien ist auch hier eine besonders intensive und sorgfältige Aufklärung erforderlich, die mit der Unterschrift des Patienten bestätigt wird, um allen Anforderungen gerecht zu werden.

Auch Dr. Jana Lo Scalzo geht an zahnästhetische Arbeiten erst nach ausführlicher Beratung mit den Patienten heran. Die Patienten in ihrer zahnärztlichen und kieferorthopädischen Praxis in Berlin-Kreuzberg entscheide sich – ob alt oder jung – auch bei einer Karies üblicherweise für die unsicht-

bare Kunststoff- oder Keramikfüllung, trotz Zuzahlung. Einige wollen aber mehr, wünschen sich hellere oder geradere Zähne. Ihnen bietet Lo Scalzo auch Bleaching oder keramische Veneers zur Verkleidung des Zahns an – mit einem intensiven Aufklärungsgespräch: „Ich möchte genau wissen, was den Patienten an seinem Zahn stört. Ist es die Farbe? Die Stellung?“, erläutert sie. „Dann versuche ich, durch minimalinvasive Behandlungen die Patienten zu behandeln, also vielleicht eine Füllung zu polieren oder eine alte zu erneuern.“

RAUCHER HABEN SCHLECHTE KARTEN

Erst wenn das nicht den gewünschten Erfolg bringt, zieht sie ein Bleaching oder eine Verschalung in Betracht. Die Voraussetzungen dafür müssten aber stimmen. Einem Kettenraucher würde sie eher zu einer Rauchentwöhnung raten, bevor sie ihm die Zähne chemisch bleicht, sagt sie. Der Erfolg wäre sonst vielleicht nur ein halbes Jahr statt ein bis vier Jahre sichtbar. Auch denen, die mit den Zähnen knirschen oder pressen, macht sie klar, dass damit die Veneers in Gefahr sind. An acht bis 15 Jahren Haltbarkeit wäre in dem Fall nicht zu denken. Um der Erwartungshaltung des Patienten gerecht werden zu können, werden Abläufe detailliert besprochen und, soweit möglich, für den Patienten visualisiert. Dies kann im direkten Verfahren im Mund mittels spezieller Materialien wie speziellen Wachsen oder provisorisch gefrästen Formteilen geschehen, oder indirekt an angefertigten Situationsmodellen. Darüber hinaus gibt es heutzutage

computergestützte Verfahren zur phototechnischen Simulation. Aufwendige oder umfangreiche Restaurationen sind sowohl seitens der Materialanforderungen als auch des damit verbundenen Zeitaufwandes automatisch mit einem erhöhten finanziellen Aufwand verbunden. Ein transparenter Therapieplan mit den geschätzten Kosten ist auch hier eine Selbstverständlichkeit. Damit verbunden auch immer der Hinweis, dass die Beteiligung kostenerstattender Stellen wie etwa Zusatzversicherungen je nach Vertrag eingeschränkt bis gar nicht stattfindet.

ALIGNER AUS DEM INTERNET

Der Wunsch nach schönen Zähnen und die damit verbundenen Kosten lassen Patienten im Internet nach vermeintlich günstigeren Lösungen suchen. Zahlreiche mehr oder weniger erfolversprechende Bleaching-Methoden werden dort angeboten. Auch Aligner können bei verschiedenen Online-Anbietern geordert werden. Anbieter wie das Berliner Start-up Dr. Smile werben nachdrücklich für die herausnehmbaren Zahnschienen, die leichte bis mittelschwere Fehlstellungen korrigieren sollen.

KOMMENTAR VON DR. JOACHIM HÜTTMANN

Wieviel Markt verträgt das Gesundheitswesen?

Die Corona-Pandemie ist eine Herausforderung für das Gesundheitswesen, für die Wirtschaft und für die gesamte Gesellschaft. Die öffentliche Debatte hat zeitweise den Charakter eines Glaubenskrieges angenommen, in dem nicht mehr Fakten bewertet und Schlussfolgerungen abgewogen, sondern Ängste geschürt und Panik verbreitet wird (einerseits vor dem Virus und andererseits vor den Maßnahmen zum Schutz vor dem Virus). „Follow the science“ tragen einige als Banner vor sich her, verkennen dabei aber, dass Wissenschaft politische Entscheidungen nicht ersetzen kann und darf. Wer die Statements der (tatsächlichen und teilweise selbst ernannten) Fachleute über die letzten Monate verfolgt hat, wird eklatante Widersprüche erkennen.

„Follow the science“

Es ist die Aufgabe der gewählten Volksvertreter, daraus Schlussfolgerungen zu ziehen und der Exekutive entsprechende Vorgaben für staatliches Handeln zu machen.

„Follow the science“ gilt auch in der Medizin. „Ausübung der Zahnheilkunde ist die berufsmäßige auf zahnärztlich wissenschaftliche Erkenntnisse gegründete Feststellung und Behandlung von Zahn-, Mund- und Kieferkrankheiten“, heißt es im Zahnheilkundengesetz. Und weiter: „Die Ausübung der Zahnheilkunde ist kein Gewerbe“. Viele Staaten finanzieren ihr Gesundheitssystem aus Steuermitteln. Der Vorteil: Der einzelne Arzt muss nicht darauf achten, dass die Behandlung kostendeckend erfolgt oder gar „Gewinn“ abwirft. Ist das wirklich so? Die tatsächlichen Verhältnisse in diesen Ländern wirken eher abschreckend. Am Ende muss nämlich jede Behandlung, jedes Medikament, jedes Hilfsmittel bezahlt werden. Die Frage ist: direkt oder indirekt; nachvollziehbar oder anonym?

Alles dem freien Markt überlassen?

Also überlassen wir alles dem freien Markt? Der mündige Patient weiß schließlich am besten, wofür er sein Geld ausgibt! Beispiele gibt es auch dafür und sie laden nicht zur Nachahmung ein. Denn am Ende bleiben auch hier die Kosten unbehandelter Erkrankungen und deren mittelbare Folgen an allen hängen. Wie so oft, sollte man auch hier das Eine tun und das Andere nicht lassen. Der deutsche Mittelweg hat sich als akzeptable Lösung erwiesen: Die Gemeinschaft definiert eine Grundversorgung, die „solidarisch“ finanziert wird, indem es dafür eine Pflicht zur Versicherung gibt (das muss keine Pflichtversicherung sein!). Was darüber hinausgeht, wird der Eigenverantwortung überlassen.



Fazit

Es kommt auf die Balance an. Gesundheit ist kein Gut wie jedes andere. Die Kunst besteht darin, Markt dort zuzulassen, wo er für den effektivsten Einsatz von Ressourcen sorgt. Zugleich aber müssen Monopole verhindert und es muss allen Menschen in unserem Land der Zugang zu moderner Medizin und Zahnmedizin ermöglicht werden.

Nach der Zahnarztbehandlung unterstützt ORI-HEX Forte den Heilungsprozess



Die Vorteile von **ORI-HEX Forte** auf einen Blick

- Ergänzt die tägliche Zahnpflege
- Besonders angenehmer Geschmack
- Beseitigt Mundgeruch und schützt langanhaltend
- Bekämpft Bakterien, die Zahn- und Zahnfleischprobleme verursachen
- Unterstützt Heilungsprozesse nach Zahnarztbehandlungen
- Beugt Plaque und Zahnstein vor und stärkt das Zahnfleisch
- Ohne Alkohol, ohne Farbstoffe, verfärbt nicht die Zähne

Tel. 0 85 42 - 89 87 0-0 · Fax -11
info@oridima.de · www.oridima.de

 **ORIDIMA**
KOMPETENT HANDELN

Die meisten arbeiten mit Partner-Praxen zusammen. Die Zahnärzte und Kieferorthopäden nehmen einen ersten, unverbindlichen 3D-Scan der Zähne. Dann erstellen sie einen persönlichen Behandlungsplan. Im weiteren Verlauf übernehmen die Kunden die Behandlung überwiegend in Eigenregie mit den vorfertigten Schienen. Nur wenn Probleme auftauchen, holen sie sich über die Hotline oder einen Partnerzahnarzt Rat. Zahnmedizin aus dem Internet ist äußerst kritisch zu sehen. „Das kann gut gehen, muss es aber nicht“, sagt Göttfert. Bei Edel & Weiss mussten schon einige Patienten kieferorthopädisch nachbehandelt werden, bei denen diese Behandlungen nicht den erwünschten Erfolg zeigten. „Das ist dann sehr ärgerlich für den Patienten, der die Behandlung doppelt zahlen muss“, sagt der Zahnarzt. Das Thema ist inzwischen auch im Bundestag angekommen: Die FDP-Fraktion hat einen Antrag gestellt, der „gewerbliche Aligner-Behandlungen ohne vollumfängliche zahnheilkundliche Begleitung durch approbierte Kieferorthopäden oder Zahnärzte unterbinden“ soll. Am 17. Mai hat es hierzu eine Anhörung im Bundestag gegeben. Hierbei haben sich die Bundeszahnärztekammer (BZÄK) und die Kassenzahnärztliche Bundesvereinigung (KZBV) zum Thema „Patientensicherheit bei Aligner-Behandlungen“ für den Vorrang der Patientensicherheit bei ausnahmslos allen Behandlungen ausgesprochen, auch dann, wenn diese durch gewerbliche Anbieter angeboten werden. Entsprechende gesetzliche Regelungen werden gefordert.

IN ZUKUNFT NOCH EINFACHER

In einer Arbeitsgruppe des Freien Verbands Deutscher Zahnärzte beschäftigt sich Jana Lo Scalzo mit der Zukunft der Zahnmedizin. Sie geht davon aus, dass der Wunsch nach ästhetischen Lösungen noch stärker zunehmen wird. Ein

Thema, das sie schon heute in der Praxis beschäftigt, ist die Rot-Weiß-Ästhetik, also der Übergang von Zahnfleisch zu Zähnen: „Wenn sich über einem Zahn das Zahnfleisch aufgrund einer Parodontitis bereits zurückgezogen hat, entsteht leicht der Eindruck, er wäre länger“, erklärt sie. Eine Zahnfleischtransplantation durch einen fachlich versierten Kollegen kann zu einem ebenmäßigen Erscheinungsbild beitragen.

Zudem ist sie überzeugt, dass fehlende Zähne immer stärker durch Implantate ersetzt werden. Knochenaufbauende Maßnahmen werden sich verfeinern und ermöglichen, dass Implantate leichter platziert werden können. Auch digitale Vermessungen des Gebisses werden sich stärker verbreiten. Für die Patienten hat das den Vorteil, dass weniger Abdrücke genommen werden müssen.

Der Fokus auf die Ästhetik wird auch in der Zahnmedizin zukünftig einen noch breiteren Raum einnehmen. Neue Verfahren werden dazu beitragen, dass die natürliche Vorgabe und die mögliche Restauration weiter miteinander verschmelzen werden.

Doch wo ist die Grenze? Wird es eine geben?

Selbst in der ganz jungen Generation ist nicht jedem und jeder der gesellschaftliche Drang zur Perfektion geheuer. „Ich finde es sehr problematisch, dass Instagram, nicht nur im Zahnbereich, bestimmte ästhetische Normen vorgibt“, schreibt Victoria Poliakova, Mitglied des Studierendenparlaments (siehe Seite 26). Die individuelle Form, Farbe und Stellung der Zähne gäben doch einem Gesicht Charakter, so wie Augen oder Nase. „Der ästhetische Anspruch sollte es sein, die individuellen Merkmale zu betonen und gleichzeitig das Gesicht/Lächeln auszubalancieren“, findet Poliakova. Vielleicht bleibt das Hollywood-Lächeln ja doch eine amerikanische Angelegenheit.



„Wir ringen um jeden Millimeter Knochen“

Chirurgische Prothetik und Epithetik. Wer durch einen Unfall oder eine Krebsoperation Teile seines Gesichtes verloren hat, will meist nur zwei Dinge: wieder schlucken und reden können. Das Aussehen ist fast Nebensache. FVDZ-Bundesvorstand Dr. Frank Wuchold kümmert sich in seiner Erfurter Praxis um Patienten, die Rekonstruktionen im Kiefer-, Nasen- oder Augenbereich brauchen. Über eine Arbeit ohne Blaupausen und zwei Wünsche an Kollegen.

AUTORIN: MARION MEYER-RADTKE



DFZ: Herr Dr. Wuchold, Sie behandeln regelmäßig Patienten, bei denen es auch in ästhetischer Hinsicht um weit mehr geht als um verfärbte Zähne oder ein paar Zahnlücken. Was haben die Leute hinter sich, wenn sie zu Ihnen kommen?

Dr. Frank Wuchold: Meist sind das Patienten, bei denen ein Tumor in der Mundhöhle entfernt wurde, und bei denen dadurch ein Defekt zwischen dem harten Gaumen und der Kiefer-

höhle entstanden ist. Wenn in der Klinik das Karzinom entfernt wurde, kommen die Patienten zu mir, damit ich mit dem prothetischen Verschluss beginnen kann. Das sind die einfachen Fälle.

Was sind dann die schwierigeren Fälle?

Manchmal müssen bei der Tumorentfernung auch umfangreiche Teile des Gaumendachs weggenommen werden, was bis zu zwei Drittel des Oberkiefers

sein kann. Manchmal ist die Nase mitbetroffen oder das Auge. Einmal hatte ich einen Patienten, der wegen einer Entzündung beim Hautarzt war. Der Pickel wurde weggenommen, kam aber wieder. Am Ende stellte sich heraus: Es war ein Plattenepithelkarzinom, und die Nase musste entfernt werden. Der Chirurg rief mich an und fragte: Kannst du auch eine Nase machen? Dann sitzt du da und musst dir was einfallen lassen.

Dafür gibt es kein Lehrbuch. Du musst dir selbst überlegen: wie mache ich das jetzt?

Und was haben Sie sich einfallen lassen?

Früher wurden Ersatznasen am Brillengestell festgemacht. Aber das sieht total künstlich aus. Ich arbeite hier ganz eng mit einem Epithetiker zusammen, der die Gesichtsteile nachbildet und dabei jedes Detail beachtet bis hin zu Hautkolorit und Hautstruktur. In diesem Fall musste im Oberkiefer ohnehin eine totale Prothese gemacht werden. Da habe ich gesagt: Passt mal auf, dann machen wir an die Prothese einen Magneten, der die Nasen an der Stelle der Nasenwurzel hält. Das hat wunderbar geklappt. Die Nase sitzt fest, der Patient kann gut atmen, und es sieht ganz natürlich aus. Manchmal ist neben der Nasennebenhöhle auch das Auge mitbetroffen.

In solchen Fällen setzen wir eine Opturator-Prothese ein, in die der Epithetiker einen Magneten einarbeitet, und an diesem Magneten befestigen wir das künstliche Auge dann zusätzlich. Das haben wir vor ein paar Jahren zum ersten Mal gemacht, und im Nachhinein hat sich das als eine super Idee erwiesen, weil das viel besser hält als nur die üblichen Implantate in der Augenhöhle. Rein optisch sieht man auf

EIN UN- GLAUBLICHER ZUGEWINN AN LEBENS- QUALITÄT

den ersten Blick gar nichts, erst auf den zweiten Blick merkt man, dass sich das Auge nicht bewegt.

Wie genau läuft die Zusammenarbeit zwischen den Epithetikern, der Klinik und Ihnen?

Ich arbeite über einen Kooperationsvertrag mit der Mund-, Kiefer- und Gesichtschirurgischen Klinik in Erfurt zusammen und übernehme nach Tumoroperationen die rekonstruktiven Arbeiten, also sowohl die chirurgische Prothetik als auch den Einsatz von Epithesen. Epithetiker sind Zahntechniker und Zahntechnikerinnen, die sich auf die Nachbildung von Gesichtsteilen spe-

zialisiert haben. Im ganzen Bundesgebiet gibt es nur ungefähr 50 von ihnen. In Erfurt habe ich Glück: Wir haben eine lange Tradition chirurgischer Prothetik, deshalb arbeite ich mit einem Epithetiker aus der Stadt zusammen.

Das heißt, die Klinik hat einen Tumorpatienten – und wann kommen Sie ins Spiel?

Ich bespreche mich schon vor der Tumoroperation mit den Kollegen. Wir ringen dann geradezu um jedes Millimeterchen Knochen. Die Kollegen müssen natürlich möglichst alles vom Tumor wegnehmen. Ich wiederum brauche eigentlich jeden Zahn und jedes Stück Kiefer für den Wiederaufbau. Das klingt wie auf dem Basar, ist aber natürlich eine Absprache im Konsil, um für die Patienten das Bestmögliche zu erreichen.

In welchem Zustand kommen die Patienten dann zu ihnen?

Das hängt vom Ausmaß des Tumordefektes ab. Sofern Nase oder Auge nicht betroffen sind, wirkt es von außen meist gar nicht so dramatisch. Die Lippen sind meist noch intakt. Aber durch den intraoralen Defekt, das Loch im Gaumen, können die Menschen nicht mehr schlucken, also auch nicht essen und sprechen. Die Klinik ruft bei uns an, kurz bevor der Patient entlassen wird. Dann steht der Patient morgens um acht, halb neun bei uns in der Praxis. Ich forme den Defekt ab, und dieser Abdruck geht sofort in die Zahntechnik zum Epithetiker, und am Nachmittag, gegen 17 Uhr, kann ich die Obturator-Prothese einsetzen. Es ist jedes Mal ein unbeschreiblicher Moment, wenn die Leute merken, sie können wieder schlucken, und dann begreifen: Sie können auch wieder reden – das ist so ein unglaublicher Zugewinn an Lebensqualität.

Aber immer funktioniert das nicht so schnell, oder?

Das, was ich hier beschrieben habe, ist nur eine Erstversorgung mit einer Interimsprothese. Die Tumorbehandlung muss erst vollständig abgeschlossen sein, bevor ich die definitive prothe-



Postoperativer Defekt zwischen hartem und weichem Gaumen nach einer Tumorentfernung.

tische Arbeit planen kann. Chemotherapie und Bestrahlung müssen erst beendet sein, die Schleimhaut muss ausgeheilt sein. Je nach der Beschaffenheit des Tumors kann sich das hinziehen, mal über ein halbes Jahr, mal über anderthalb Jahre. In dieser Zeit müssen wir die Prothese immer wieder gut anpassen, um den Komfort zu erhalten beziehungsweise sogar zu verbessern. Und wenn wir zusätzlich Nase oder Auge und die Haut ringsum ersetzen müssen, dann sind umfangreiche Kombinationsarbeiten notwendig, die lange dauern und erst beginnen, wenn die Klinik die Tumorbehandlung als abgeschlossen ansieht.

Wird das eigentlich auch entsprechend vergütet oder ist das eher eine Arbeit aus Nächstenliebe?

(lacht) Nein, das wird wirklich nicht adäquat vergütet. Aber es nicht zu machen, weil es nicht angemessen honoriert wird, wäre inhuman und ist für mich unvorstellbar. Für die Menschen sind diese Rekonstruktionsmaßnahmen immens wichtig! Ich hatte mal einen Patienten, der kam durch Zufall und sehr spät zu mir in die Praxis. Seine Tumoroperation lag schon ein Dreivierteljahr zurück, und seitdem hatte er nur eine Sonde, über die er ernährt wurde. Dann habe ich ihm eine Interimsversorgung eingesetzt, und er konnte es gar nicht fassen, dass er auf einmal wieder sprechen, essen und trinken konnte.



Defektprothese oder Obturatorprothese, die während des Heilungsverlaufs getragen wird.

Auch die Situation im Mund verbesserte sich schlagartig, weil die Schleimhäute wieder richtig befeuchtet wurden. Man konnte von Tag zu Tag zusehen, wie sich sein Zustand verbesserte. Der Patient ist heute noch bei mir, und er fällt mir immer noch jedes Mal um den Hals, wenn wir uns sehen.

Wie oft sind Sie in Ihrer Praxis mit der chirurgischen Prothetik beschäftigt?

Im Schnitt etwa einmal pro Woche. Wobei wir nicht jede Woche neue Patienten haben, sondern die Patienten ja mehrfach zu uns kommen. Oft leider

auch deshalb, weil sich ihre Hauszahnärzte nicht an die Prothesen herantrauen. Wenn ich die Kollegen anrufe und erkläre, dass der Patient einen Teil des Kiefers rekonstruiert bekommen hat, lehnen etliche die Nachversorgung ab. Einerseits verstehe ich das. Viele Kollegen und Kolleginnen haben das das letzte Mal im Studium gesehen und sind einfach unsicher.

Andererseits würde ich sagen: Alle haben doch große Routine im Umgang mit normalen Prothesen, und wenn es nur darum geht, mal die Fräse in die Hand zu nehmen, um eine Druckstelle zu entfernen, oder darum, dass ein Körnchen unter die Rekonstruktion gerutscht ist – damit könnte man den Patienten einige Unannehmlichkeiten und Wege ersparen. Manche fahren zwei Stunden, um in meine Praxis zu kommen.

Was würden Sie sich noch wünschen?

Wenn wir die Sensibilität für Mundhöhlenkarzinome erhöhen könnten. Das ist die fünfthäufigste bösartige Tumorart beim Menschen. Viele Patienten haben wahre Odysseen hinter sich. Wenn jeder Zahnarzt bei der Routinekontrolle ganz aufmerksam die Schleimhäute kontrollieren würde und den Mundboden, könnte das viel bewirken. Das sind drei Sekunden und würde helfen, Karzinome früher zu entdecken.

Die Edition
für 40.990,- €*

Signo T500+

3 JAHRE
GARANTIE*
OHNE AUFPREIS

MORITA

über 20.000,- €* gegenüber LVP sparen
sofort lieferbar – solange der Vorrat reicht*
www.morita.de/t500-plus



reddot award 2019
best of the best

Design by
STUDIO F-A-PORSCHE

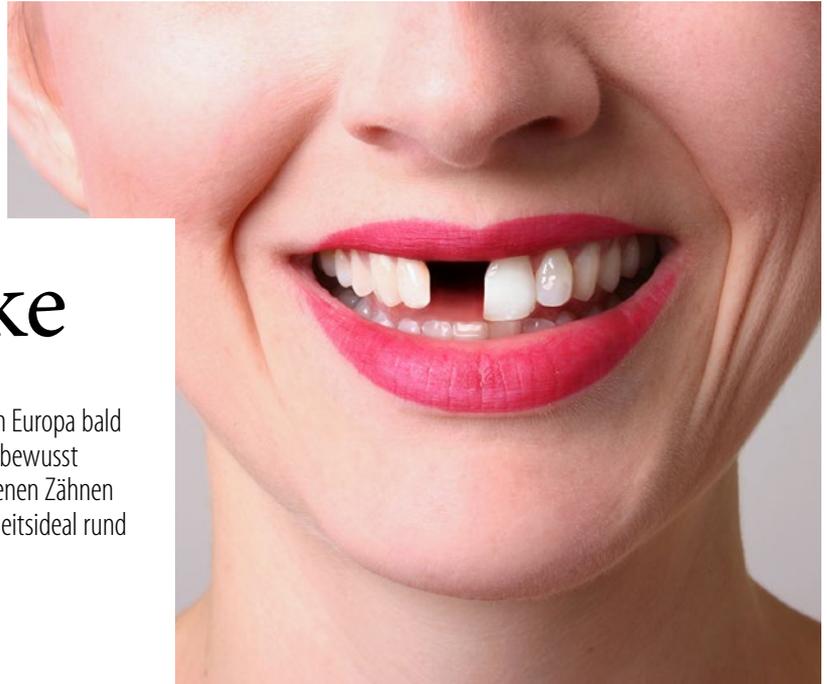


* zzgl. ges. MwSt. Umfang und Bedingungen des Angebots zur Signo T500+*
www.morita.de/t500-plus

Mut zur Lücke

Schönheit. Wie perfekt ist noch schön? Werden wir in Europa bald alle dem Hollywood-Modell nacheifern oder uns selbstbewusst dagegenstellen? Oder grenzt man sich mit naturbelassenen Zähnen schon bald sozial aus? Ein Versuch, das aktuelle Schönheitsideal rund um Zähne zu verstehen.

AUTORIN: ANJA FRANCESCA RICHTER



Mutig sein, was heißt das genau? Für Alessandro Michele, Chef-Designer der italienischen Luxus-Modemarke Gucci, sieht die Sache ziemlich einfach aus: Es reicht schon, Zähne zu zeigen. Richtig, niemand muss sich in reißende Fluten stürzen und zwei weiße Haie gleichzeitig abwehren, um unerschrocken daherkommen. Auch bedarf es keiner Reise in ein wegen seiner politischen Lage hochgefährliches Land, um Furchtlosigkeit unter Beweis zu stellen.

Geht es nach Michele, präsentieren „die Mutigen, die Gescheiten, die Schönen“ ihre Zähne – und zwar so, wie sie die Natur eben schuf: leicht verfärbt und mit zwei großen Lücken, weil die Eckzähne viel zu weit rechts beziehungsweise links stehen. Mit einem solchen Foto – extremer Fokus auf Mund, Lippen, Zähne – und dem entsprechenden Slogan warb das Modehaus im Jahr 2019 für einen Lippenstift. So weit, so ungewöhnlich. Denn wenn eines so gar nicht in das Bild einer Kosmetik-Kampagne passen will, dann doch das vermeintlich Fehlerhafte.

Der Top-Designer der römischen Milliardenmarke führt ein Paradoxon vor

Augen: Auf der einen Seite stellt er verfärbte Zähne als schön dar. Auf der anderen Seite warnt Michele potenzielle Kundinnen, rät ihnen, besser eine ordentliche Portion Selbstbewusstsein mitzubringen, wenn sie trotz wenig wohlgeratener Zähne Lippenstift tragen wollten. Wie passt das zusammen? Bis heute gefühlt eher: wenig. Eine Signalwirkung scheint von der Gucci-Kampagne bislang nicht ausgegangen zu sein. Wer durch Zeitschriften blättert oder – insbesondere US-amerikanische – TV-Serien sieht, entgeht gerade so der Gefahr, ob all der strahlend weißen Zähne geblendet zu werden.

Ein Supermodel wie Gigi Hadid, das für Chanel, Versace und Prada modelte, mag ungeschminkt „gewöhnlich“ daherkommen, wie vereinzelt Kommentare in den sozialen Medien verlauten lassen. Und auch so manches deutsche Werbegesicht fällt womöglich wegen einer zu großen Nase auf oder wegen zu eng stehender Augen. Nicht der Norm entsprechende Zähne aber? Kaum vorhanden – und fast kein Wunder: Jeder dritte Deutsche achtet beim ersten Date zuallererst auf schöne

JEDER DRITTE DEUTSCHE ACHTET BEIM ERSTEN DATE ZUERST AUF DIE ZÄHNE

Zähne, wie eine repräsentative Forsa-Umfrage im Auftrag der Versicherungsgruppe CosmosDirekt ergeben hat.

HER MIT DEM AUFHELLER

Und so bilden Prominente wie Jürgen Vogel oder die Musiker Elton John, Seal und Vanessa Paradis mit XXL-Lücken und spitzen Eckzähnen die Ausnahme von der Schönheitsregel. Die US-Schauspielerin Dakota Johnson sorgte vor zwei Jahren für Verwirrung im Internet: Was nur war mit der Lücke zwischen ihren Schneidezähnen passiert? In der Talk-Show von Jimmy Fallon (durchschnittlich eine Million Zuschauer) sah sich die 31-Jährige mehr oder weniger gezwungen, den Grund zu erklären:

Durch den Verzicht auf ihre Zahnspange, die sie seit ihrem 13. Lebensjahr permanent an den Rückwänden ihrer Zähne getragen hatte, schloss sich die Lücke von selbst – und, ja, auch sie „vermisste“ ihr Markenzeichen. Ihre Fans hatten sich anscheinend intensiv mit Johnsons Verlust beschäftigt, schlägt Google doch mehr als 3,7 Millionen Ergebnisse für die Suchanfrage „dakota johnson teeth gap fixed“ vor. Bleibt die Frage: Finden die Fans es schade, dass die Schauspielerin zumindest in Sachen Zähne nun aussieht wie gefühlt jede zweite Frau in den USA? Oder wünschen sie sich, selbst mehrere Tausend Dollar in die Hand nehmen zu können, um dieses vermeintliche Ideal ebenfalls zu erreichen? Das Interesse an Selbstoptimierung scheint jedenfalls ungebrochen, auch in Europa: Im Jahr 2020 gab es laut Statistischem Bundesamt in der deutschsprachigen Bevölkerung ab 14 Jahre rund 3,54 Millionen Personen, die Zahncreme mit Aufheller-Effekt verwendeten – und das mehrmals am Tag. Auch in Österreich zeigten sich bei einer Umfrage ein Jahr zuvor nur 15 Prozent der Befragten „sehr zufrieden“ mit der Farbe ihrer Zähne.

DURCHSCHNITT ALS MANGEL

Und damit fangen die „Probleme“ erst an. Im Jahr 2018, errechnete das Statistische Bundesamt einmal mehr, belief sich das Volumen des globalen Clear-Aligner-Markts auf rund 1,95 Milliarden US-Dollar. Für die folgenden zehn Jahre, konkret bis 2027, werde mit einem Wachstum auf knapp 7,67 Milliarden US-Dollar gerechnet. Die steigende Selbstoptimierung hat Giovanni Maio vom Lehrstuhl für Bioethik an der Albert-Ludwigs-Universität in Freiburg schon im Jahr 2009 in einem Artikel für die Schweizer Monatsschrift für Zahnmedizin als problematisch beschrieben: „In einer Kultur, in der so viele Gebisse nach ästhetischen Gesichtspunkten medizinisch modifiziert werden, wird am Ende auch das durchschnittliche Gebiss als mangelhaft empfunden werden. Wenn das Ideal nämlich zur Norm gemacht wird, dann ist die Abweichung vom Ideal bereits auffällig.“ Zahnärztin

Sabine Köhler aus Aachen gibt ihm in der Apotheken Umschau indirekt recht: „Der Druck zur Selbstoptimierung macht vor der Zahnreihe nicht halt. Medizinisch gesehen, kann aber auch eine optisch nicht harmonische Zahnreihe von der Natur in ihrer Funktionalität sehr gut adaptiert sein.“ Dabei scheint der Wunsch nach optischer Vollkommenheit tief im Menschen verwurzelt. Nicht nur, dass schon Babys sich symmetrischen Gesichtern eher zuwenden. Schon im Alten Ägypten legten Frauen und Männer Wert auf ein ansehnliches Äußeres, und wenn ein Zahn flöten ging, wurde er eben mit Golddrähten oder Seidenfäden am nebenstehenden befestigt, wie Dr. Dániel Szalontai von der Zahnklinik „Gelencsér Dental“ im ungarischen Hévíz auf seiner Homepage schreibt. Auch George Washington soll eine geschnitzte Elfenbeinprothese mit menschlichen und tierischen Zähnen verwendet haben – wenn auch vielleicht nicht nur aus Gründen der Eitelkeit. Noch zu Lebzeiten des US-Präsidenten fertigte Alexis Duchâteau 1774 in Frankreich die ersten Porzellan-zähne an; 15 Jahre später ließ sein Landsmann Nicolas Dubois ein verbessertes Verfahren patentieren.

EXTRAWEIß FÜR DIE HOCHZEIT

Fast 250 Jahre und unzählige Entwicklungsschritte weiter profitieren Menschen auf der ganzen Welt von der Möglichkeit, ihre Zähne zu optimieren – egal, ob minimal-invasiv und für den Laien kaum erkennbar oder so extrem wie nur möglich, in der sämtliche Zähne künstlichen Ersatz finden. Selbst das augenscheinlich schon ziemlich makellose Gebiss von Kate Middleton soll der französische Zahnarzt Didier Fillon vor ihrer Hochzeit mit Prinz William im Jahr 2011 auf Hochglanz gebracht haben, wie die britische Zeitung Daily Mail berichtete. Ein Kollege Fillons, Bernard Touati, ließ wiederum die Times wissen, dass die Zähne der heutigen Herzogin so ansprechend aussähen, weil sie eben nicht vollkommen seien, nicht „absolut auf Linie gebracht wurden“.



Fragt sich: Was darf es am Ende sein? Der Trend zu mehr Natürlichkeit (graue Haare, ein paar Pfunde mehr, zu dem einen oder anderen Pickel stehen), der sich in Teilen der Gesellschaft abzeichnet, scheint bei Zähnen noch nicht anzukommen – vielleicht auch, weil sie nicht nur für Ästhetik, sondern auch für Gesundheit und Körperpflege stehen. Gesetzlich Krankenversicherte wählen bei einer Krankenzusatzversicherung zu 77 Prozent eine Zahnzusatz-Police, wie eine repräsentative Forsa-Umfrage im Auftrag der Gothaer-Versicherung aus diesem Jahr zeigt. Alessandro Michele jedenfalls scheint seinen Wunsch nach mehr Vielfalt in der Mode und damit der Welt der künstlich inszenierten Makellosigkeit nicht aufzugeben. Die Lippenstift-Kampagne von 2019 setzt er bis heute fort: Erst Anfang Mai waren auf dem Instagram-Kanal von Gucci weitere Bilder von geschminkten Mündern zu sehen. „Ich liebe es, dass die Menschen, die den Lippenstift tragen, keine perfekten Zähne haben“, kommentierte eine Nutzerin eines der Fotos, 392 andere stimmten ihr mit einem „Like“-Klick zu. Und die meisten Revolutionen fangen bekanntermaßen im Kleinen an.

Influencer und der schöne Schein

AUTORIN: MARION TREU

Blüten in den sozialen Medien. Das Thema „perfekt weiße und gerade Zähne“ ist längst auch in den sozialen Medien angekommen. In einer Welt, in der mit Filter und Bildbearbeitungsprogrammen jeder noch so kleine, vermeintliche Makel ausgemerzt wird, ist ein „Hollywood“-Gebiss nicht nur eine Selbstverständlichkeit. Es ist ebenso normal, viel in dieses vermeintlich perfekte Äußere zu investieren. Firmen wie Dr. Smile werben mit und über sogenannte Influencer für ihre Produkte.



So hat man sich beispielsweise die Dienste der Moderatorin Annemarie Carpendale (ProSieben) gesichert. Diese hat sich zusammen mit ihrem Ehemann Wayne und dem gemeinsamen Sohn eine treue Instagram-Community aufgebaut. Über 600.000 Menschen folgen dem bekannten TV-Gesicht. Annemaries Lächeln ist vermeintlich nur deshalb so schön und strahlend, weil sie mit transparenten Schienen mögliche Fehlstellungen korrigiert. Dem Zuschauer wird vorgegaukelt: Gerade Zähne bedeuten Selbstbewusstsein, bedeuten Erfolg. Die Kollaboration der Protagonisten ist inzwischen so erfolgreich, dass es auch TV-Spots oder Werbung bei Strea-

ming-Anbietern mit Annemarie Carpendale gibt. Und für Zahnwerbe-Nachfolgerinnen wird mit Kollaborationen auch direkt gesorgt. So wirbt nun auch eine Teilnehmerin der Casting-Show „Germany's Next Topmodel“ für den Anbieter.

SATTE EINKÜNFTE FÜR INFLUENCER-WERBUNG

Auch zahlreiche Ehefrauen und Partnerinnen von bekannten Fußballern arbeiten mit verschiedenen Firmen zusammen. Von Veneers über Bleaching – nahezu jede Verschönerungsmöglichkeit der Zähne wird in Instagram-Stories erzählt und



SELBST DER ZAHNARZT-BESUCH DES KINDES WIRD INSZENIERT

beworben. Ina Aogo, Frau des ehemaligen Nationalspielers Dennis Aogo, spricht offen über ihre Veneers, selbst wenn etwas schief geht, abbricht und sie plötzlich einen Sprachfehler entwickelt, weil sie mit der Zunge anstößt. Selbst der Zahnarztbesuch des Kindes (4) wird inszeniert und gezeigt, meist via Storyfunktion bei Instagram. Cathy Hummels, Ehefrau von Dortmund-Verteidiger Mats Hummels, weist auf einem Kinderfoto auf ihre damals nicht perfekten, ihrer Meinung nach viel zu großen Zähne hin. Etwas, das inzwischen der Vergangenheit angehört.

AB WANN IST MAN EIN INFLUENCER?

Die Bezeichnung stammt vom englischen Wort „to influence“ (beeinflussen) ab. Seit den 2010er Jahren werden Persönlichkeiten so genannt, die online in den sozialen Netzwerken (Instagram, YouTube, Facebook, Twitter, TikTok) sehr präsent sind und auf ihren Plattformen immer wieder Produkte oder Erlebnisse promoten bzw. bewerben. Die Prominenten, Blogger, Sportler, Beauty-Experten haben meist eine sehr große Followerzahl. Für die Firmen, die in die Influencer zum Teil sechs- bis siebenstelligen Summen investieren, ist es wichtig, dass eine hohe Identifikation mit dem Produkt vorliegt und es immer wieder auf der jeweiligen Plattform erscheint. In Deutschland sind derzeit die Zwillinge Lisa und Lena mit 15 Millionen Followern sehr erfolgreich. Auch Bianca Claafßen – genannt Bibi – von Bibis Beauty Palace (Schminktutorials) kann sich mit sieben Millionen Followern ihre Werbepartner aussuchen.

International sind besonders Kim Kardashian und ihre Halbschwester Kylie Jenner mit jeweils über 210 Millionen Followern zu regelrechten Mega-Influencern geworden. Neben ihren eigenen Marken bewerben sie meist Schönheits- oder Ernährungsprodukte, wofür sie Millionen-Summen kassieren.



BFS
health finance

HealthTech mit Herz und Hirn.

Wir verbinden die Vorteile der Digitalisierung mit Menschlichkeit und schaffen so innovative Leistungen und Services, die Ihnen den Praxisalltag erleichtern. Zum Beispiel professionelles Factoring, innovative Software-Schnittstellen und exklusive Events.

Natürlich machen wir auch Patienten das Leben einfacher. Unter anderem mit unserer gratis Patienten-App, unserem 24-monatigen zins- und gebührenfreien Ratenplan und der Möglichkeit eines 6-monatigen Zahlungsaufschubs.

Rufen Sie uns einfach an: 0231 - 987 782 7005
Mehr Infos unter [meinebfs.de](https://www.meinebfs.de)





Werbung lassen sich Influencer und Social-Media-Persönlichkeiten gut und teuer bezahlen. Amira Pocher, Ehefrau von Comedian Oliver Pocher, plauderte im Podcast ihres Mannes darüber, dass einige Firmen bis zu 250.000 Euro für Influencer-Werbung ausgeben würden. Ihr selbst sei eine ähnliche Summe angeboten worden von einer Firma, die Bleaching via LED-Schiene und Smartphone verkauft. Amira Pocher war die erste Instagram-Persönlichkeit, die sich kritisch positionierte. Sie prangerte an, dass Produkte teilweise aus China und völlig ohne Wirkung, dazu überbeuert via Social Media verkauft werden sollten. Zumal die Produktwerbung sehr merkwürdige Blüten treibt, wenn beispielsweise ein Reality-Star anfängt, seine Veneers zu bleichen.

Gerade die Firma mit der Smartphone-LED-Schiene streute ihre Influencer-Werbung breit: Bibi von Bibis Beauty Palace und Laura Müller (Ehefrau von Michael Wendler) wurden für die junge Zielgruppe eingekauft, Dieter Bohlen für die 50+-Bleaching-Kunden. Wer einigen Influencern auf Instagram folgt, hatte gar keine andere Möglichkeit als das Produkt wahrzunehmen, weil er ständig darauf hingewiesen wurde.

„INSTAGRAM SMILE“ HAT „HOLLYWOOD-LÄCHELN“ VERDRÄNGT

In den USA ist das Thema „Veneers“ bei den Influencern bereits seit Jahren sehr beliebt. Die Beauty-Bloggerin Ashley Strong aus Alaska ließ vergangenes Jahr ihre komplette Community dabei sein, als ihre völlig gesunden Zähne mit Veneers versehen wurden. Ein Eingriff, gestreamt auf YouTube, von dem sie selbst sagt, er sei völlig überflüssig gewesen, aber sie sei eben eine sehr ästhetische Person. Eine Erklärung, warum man seit einigen Jahren auch vom „Instagram smile“ statt vom „Hollywood-Lächeln“ spricht. Zudem funktioniert in den USA die Geschichte auch umgekehrt: Es gibt tatsächlich eine Liste mit den 125 einflussreichsten Zahn-Influencern.

Nahezu alle Zahnärztinnen und Zahnärzte, die eben dieses perfekte Lachen verheißen. Es kommen dort inzwischen Patientinnen in die Praxen mit der klaren Vorgabe, sie möchten Zähne wie Schauspielerin Margot Robbie („Once upon a Time in Hollywood“) oder Kate Middleton haben. Was Ende der 1990er Jahre die Frisur von Jennifer Aniston war, sind nun die Zähne bekannter Persönlichkeiten.

Es gibt allerdings auch Influencer, die sich ernsthaft mit dem Thema Zahngesundheit auseinandersetzen. So teilte Scarlett Gartmann-Reus, Ehefrau von BVB-Spieler Marco Reus, offen ihre Probleme. Die kleine Tochter weigerte sich beharrlich, sich die Zähne putzen zu lassen. Trotz Anleitung einer Mama, die es vormachte, hatte das Mädchen offenbar überhaupt keine Lust, die Milchzähne zu säubern. Die Instagram-Story zog sich über mehrere Tage, Frau Reus bekam Tipps ihrer Follower – von Zahnputzteufelchen am Spiegel bis Zahnputz-Lieder. Von einem anschließenden Werbedeal – der auf allen Plattformen stets mit dem Wort „Anzeige“ oder „Werbung“ gekennzeichnet werden muss – war nichts zu sehen. Ob das ehemalige Model die Möglichkeit dazu gehabt hätte, ist nicht bekannt.

NICHT PERFEKTES GEBISS ALS MARKENZEICHEN

Ein Protagonist, der bei der kompletten Bewegung „Instagram-Lachen“ gegensteuert ist Schauspieler Jürgen Vogel. Dessen nicht perfektes Gebiss mit großen Abständen zwischen den einzelnen Zähnen ist zu seinem Markenzeichen geworden, und auch damit lässt sich Geld verdienen. Ein schwedischer Mundhygieneartikel-Hersteller sicherte sich die Dienste des Schauspielers zur Bewerbung von Interdentaltbürsten. Begründung: Jürgen Vogels Zähne seien nicht schön im landläufigen Sinn, aber gesund. Und nur darauf käme es an. Die Schweden setzten damit auf eine kleine Gegenbewegung zu den immer gleichen, weißen Werbegebissen.

MIT UNS IST IHRE PRAXIS-IT ABGESICHERT



Jetzt Praxis-Check
anfordern unter
www.fightcybercrime.de

Synchronizing Healthcare

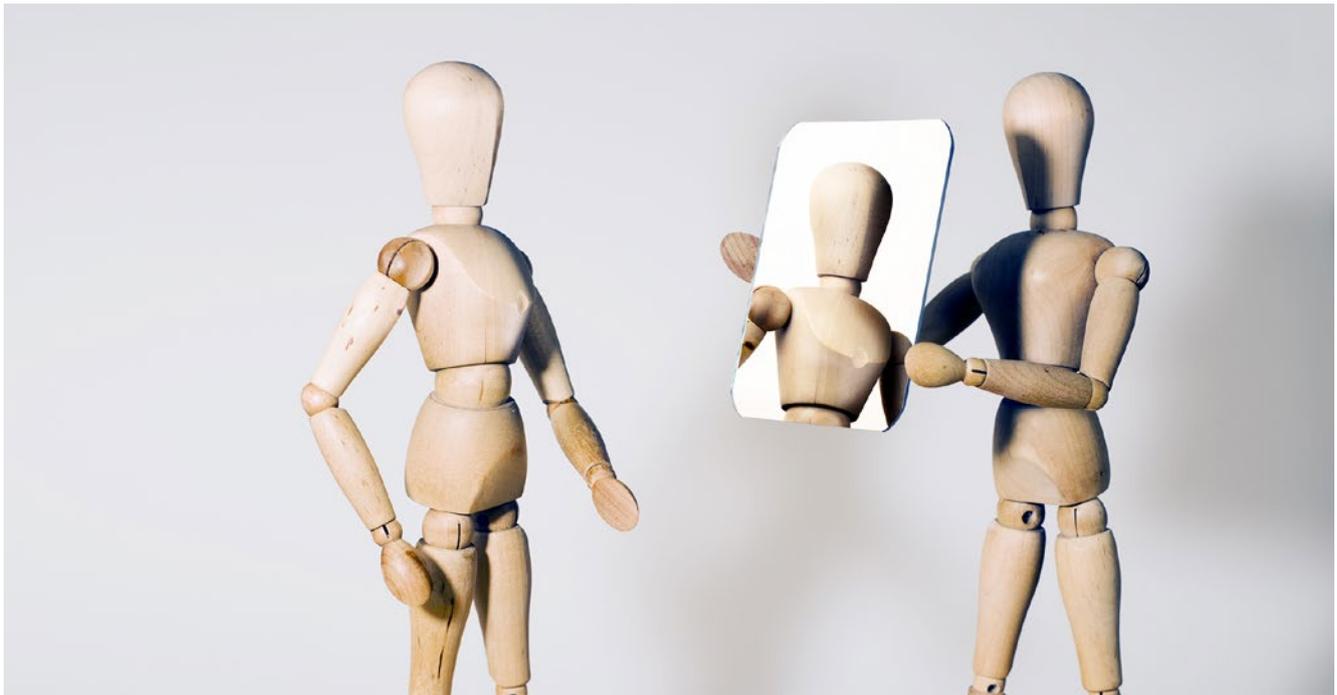


CompuGroup
Medical

„Individuelle Schönheit bewahren“

AUTOREN: VICTORIA POLIAKOVA UND MORITZ MARTIN

Statements von Studierenden. Was ist schön und was nicht? Bei dieser Frage gehen die Meinungen unterschiedlicher Generationen gerne mal auseinander. Aber wie sieht es unter Zahnärztinnen und Zahnärzten aus? Sind auch hier die Vorstellungen von Ästhetik im Wandel? Was meint der Nachwuchs? Wir haben zwei Studierende der Zahnmedizin gefragt.



VICTORIA POLIAKOVA, 6. SEMESTER, UNIVERSITÄT ERLANGEN

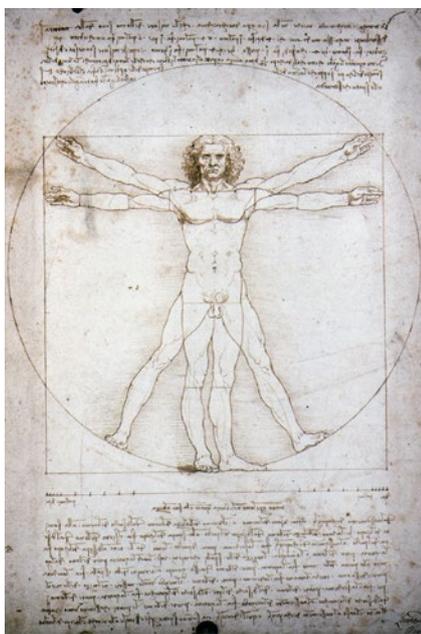
„Die Ästhetik ist ein zentraler Punkt in der Zahnmedizin, dem meiner Meinung nach zu wenig Aufmerksamkeit im Studium gewidmet wird. Die Anforderungen an die Ästhetik sind gewachsen. Ich denke, dass es unter anderem darauf ankommt, wie man sozialisiert wurde und in welchem Umfeld man groß geworden ist und mit welchen Schön-

heitsidealen. Viele Menschen aus Großstädten legen Wert auf strahlend weiße Zähne, während andere eher natürliche Ergebnisse bevorzugen. Das Bewusstsein für ein schönes Lächeln ist jedoch hoch. Wenn ich mit Menschen meines Alters über Zähne spreche, sind sie sich stets ihrer ‚Makel‘ bewusst. Viele artikulieren, dass sie sich eine weißere Farbe oder eine Korrektur der Zahnstellung wünschen.“

Konsumierende werden hinter Licht geführt

„Sicherlich beeinflussen die sozialen Medien unsere Wahrnehmung der Ästhetik. Das gilt nicht nur für den Zahnbereich. Influencerinnen und Influencer werben ständig für Homebleaching-Systeme oder Zahnkorrekturschienen. Meistens werden diese Systeme zu Hause angewendet, und keine Zahnmedizinerin und kein Zahnmediziner kontrolliert das Ergebnis.“

Wir wissen als Konsumierende nicht mal, was das genau für Materialien sind, die verwendet werden. Oft sind die Sachen ziemlich überteuert. Ich weiß nicht, wo sie bestellt werden. Aber wenn sie aus China kommen, bekommen sie einfach ein neues Label drauf und werden fünfmal so teuer verkauft. Wir als Konsumierende werden hinters Licht geführt und tragen womöglich noch gesundheitliche Schäden davon. Ich finde es sehr problematisch, dass Instagram, nicht nur im Zahnbereich, bestimmte ästhetische Normen vorgibt. Vor allem junge Leute lassen sich davon sehr stark beeinflussen. Der Trend geht im plastisch-chirurgischen Bereich zu einer kleinen geraden Nase, vollen Lippen, ausgeprägten Wangenknochen. Das vermeintlich perfekte Hollywood-Lächeln ist nur das i-Tüpfelchen.“



© Cameraphoto/ akg-images / picture alliance

Medizinisch-künstlerische Ästhetik in der Zahnmedizin

„Charakteristische Gesichtsmerkmale, zu denen die Zähne zwangsläufig gehören, werden ausradiert, und es entstehen viele ‚normschöne‘ Personen, die aber ihre individuelle Schönheit verloren haben. Diese verzerrte Wahrnehmung der Anatomie führt eventuell zu psychischen Problemen und riskanten Behandlungen.

Die Zahnstellung und -form sowie die Farbe geben dem Gesicht einen Charakter. Genauso wie die Augen, die Nase und jeder noch so subtile Gesichtszug. Der ästhetische Anspruch sollte es sein, die individuellen Merkmale zu betonen und gleichzeitig das Gesicht/Lächeln auszubalancieren. Wir sollten ein Bewusstsein für diese Problematik schaffen und mit einem medizinisch-künstlerischen Ansatz an die Ästhetik in der Zahnmedizin herangehen, statt verzerrte Schönheitsideale zu unterstützen.“

MORITZ MARTIN, 9. SEMESTER, UNIVERSITÄT ULM

„Ich persönlich hatte bisher, im Vergleich zu anderen Themen, relativ wenig Berührungspunkte mit dem Thema Zahnästhetik. Grund dafür ist sicherlich auch, dass es im Studium logischerweise eine untergeordnete Rolle spielt und nur teilweise beleuchtet wird. Im Rahmen von Workshops und Seminaren wird man jedoch beispielsweise in der Abteilung der Zahnerhaltungskunde und Parodontologie ins polychromatische Schichten bei FZ-Füllungen am Phantomkopf eingeführt. Ebenso lernt man im vorklinischen Studienabschnitt das Verblenden von bei-



Victoria Poliakova

spielsweise NEM-Kronen/Brücken und befasst sich auch damit, bis zu welchem Punkt die Krankenkasse beispielsweise eine vestibuläre Verblendung bezahlt. Auch die ästhetische Bewertung, etwa von Modellgussprothesen, wird beleuchtet. Im theoretischen Teil wurde während einer Vorlesung einmal angeschnitten, was für psychische Auswirkungen eine als mangelhaft empfundene Zahnästhetik haben kann.“

Keramiken ins natürlich ins Bild einfügen

„Persönlich empfinde ich schöne, gut geschichtete FZ-Keramiken (Veneers usw.) als ästhetisch ansprechend. Jedoch sollten diese nicht zu hell sein, sondern sich natürlich ins Bild einfügen. Meinem Empfinden nach kommt es leider zu häufig vor, dass zum Beispiel zu helle FZ-Kronen eingliedert werden und so ein disharmonisches Gesamtbild entsteht, was natürlich negativ auffällt.“



noch
besser



Instrumente sicher handhaben:
mit dem Bohrerständer STERI-SAFEwave

- Kombination FG/WST
- optimale und validierte Wiederaufbereitung
- rutschfester Stand

Jetzt bestellen!
busch-dentalshop.de

10%

zusätzlich zur attraktiven
E-Shop Rabattstaffel erhalten!*



Rabatt Code:
DFZ10

busch-dentalshop.de

* Dieser Rabattcode kann einmalig bis zum 31.12.2021 und nur im online Shop Warenkorb angewendet werden. Busch & Co. GmbH & Co. KG, Engelskirchen