



Die „Big Six“ der Zahnmedizin – Überlegungen zu Marketing und Ästhetik



Alessandro Devigus, Dr. med. dent.
Editor-in-Chief

Die „Big Five“ der afrikanischen Safari sind Löwe, Leopard, Nashorn, Elefant und Kaffernbüffel. Warum wurden ausgerechnet diese Tiere unter der Bezeichnung „Big Five“ zusammengefasst?

Der Begriff stammt aus der Jägersprache und wurde von den sogenannten „großen weißen Jägern“ zur Hochzeit der Großwildjagd im 19. und frühen 20. Jahrhundert verwendet, als berufsmäßige Jäger möglichst viele Trophäen in möglichst kurzer Zeit zu erbeuten versuchten. Alle, vom amerikanischen Präsidenten und anderen Staatsoberhäuptern bis zu den Mitgliedern europäischer Königshäuser, reisten nach Afrika, um ein großes, gefährliches Tier zu erlegen, weil dies ein Übergangsritus zum erfahrenen Reisenden war.

Die „Big Five“ galten schnell als die gefährlichsten Tiere bei der Jagd zu Fuß, und der Name blieb bis heute haften – obwohl mittlerweile eher durch die Objektivität von Kameras geschossen wird.

In unserem Beruf werden aus den „Big Five“ die „Big Six“, nämlich die sechs oberen Frontzähne, die in den letzten Jahrzehnten am ehesten zu einer

„Jagdtrophäe“ gemacht wurden. Diese Entwicklung war stark von sozialen und kulturellen Veränderungen beeinflusst. In den letzten 20 Jahren ist in vielen Ländern die Zahnmedizin des „Notwendigen“ auf dem Rückzug gewesen, während eine Zahnmedizin der „Wünsche“ mehr und mehr an Bedeutung gewinnt. Heute wird die Zahnmedizin weniger mit Schmerzen als mit Ästhetik in Verbindung gebracht. Doch leider werden ernsthafte Diagnostik und Behandlungsplanung inzwischen manchmal durch Marketing ersetzt.

Auf der Suche nach Informationen zu diesem Thema bin ich auf die Juliausgabe des *Journal of the California Dental Association* von 2013 gestoßen, die sich mit dem Thema Ethik im Rahmen der Zahnmedizin beschäftigte. Ich möchte Ihnen diese Ausgabe sehr empfehlen. Zu ihren interessantesten Aussagen gehören folgende:

- Wenn junge Zahnärzte zu Beginn ihrer Tätigkeit naiverweise annehmen, die Zahnmedizin sei „ein Geschäft wie jedes andere“, dann ist der Beruf in Gefahr.



- Ärzte und ihr Personal müssen lernen, dass Namen von Patienten und therapeutische Informationen grundsätzlich nicht in den sozialen Medien diskutiert werden dürfen.
- Gemäß dem *Dental Practice Act* müssen Fotos von Models, die keine Patienten sind, mit einem entsprechenden Hinweis versehen werden.
- Persönliche Informationen über die Patientinnen und Patienten müssen vertraulich behandelt werden, und die digitale Nachrichtenübermittlung

ist eindeutig ein Risiko bei der Erfüllung dieser Anforderung.

Die vollständige Ausgabe finden Sie online unter: https://www.cda.org/Portals/0/journal/journal_072013.pdf.

Ich wünsche Ihnen viel Freude bei der Lektüre.

Herzlichst, Ihr
Alessandro Devigus