

Lugten af tandlæge



AF RASMUS BENDTSEN, CAND.MERC. MED SPECIALE I DUFTMARKEDSFØRING FRA COPENHAGEN BUSINESS SCHOOL. HAR LAVET EN VIDENSKABELIG UNDERSØGELSE OM DUFTES INDVIRKNING PÅ TANDLÆGESKRÆK.

Læs mere om hvordan tandlægeskræk kan afhjælpes ved at ændre duften i klinikken på www.lunx.dk eller kontakt Rasmus Bendtsen på tlf. 3316 1453 eller info@lunx.dk.

»Det ville være godt, hvis det blev bedre - men det ville være bedre, hvis det blev godt.« Sådan sagde Piet Hein, og sådan føler cirka 2 millioner odontofobe danskere, når de skal til tandlægen.

»Værsgo' at tage plads, så kommer tandplejeren om et øjeblik.«

For mange starter besøget på tandklinik ofte sådan. Men for cirka 40 % af alle danskere er besøget begyndt aftenen eller dagene forinden (jf. figur: Den odontofobe påvirkning).

Odontofobi

Tandlægeskræk er en psykisk tilstand/lidelse, der kan komme til udtryk på forskellige måder og i forskellige grader, men fælles for alle odontofobe patienter er, at lidelsen påvirker dem i deres hverdag. Denne artikel tager udgangspunkt i en videnskabelig undersøgelse, hvori cirka 400 respondents forhold til tandlægeskræk analyseres. Undersøgelsen bygger på patienternes egne udsagn og oplevelser før, under og efter behandlingen.

Hvorfor vokser antallet af odontofobe patienter?

Uddannelsen af tandplejere, tandlæger og klinikassistenter har aldrig været bedre. Udstyret i klinikkerne og bedøvelserne har heller aldrig været bedre. Folk har aldrig haft bedre tænder. Alligevel er tendensen, at flere danskere får tandlægeskræk. Yderligere er der en svag indikation på, at der er ved at ske

et mindre skred i graden af tandlægeskræk - fra den lette kategori til mellemkategorien. Skyldes det, at vi er mere ømskindede end tidligere?

Muligvis, men derfor er det stadig et stort problem for de berørte. En ny afhandling ved Københavns Handelshøjskoles »Scent Lab« har sammen med fire tandklinikker i Jylland analyseret sammenhængen mellem dufte og tandlægeskræk og fundet, at duften i klinikken i høj grad fremprovokerer tandlægeskrækken.

Duftesansen - vejen til patienternes følelser

40 % af ens humør dannes ud fra indtryk, man får gennem næsen. Alligevel er duften i langt de fleste klinikker overladt til tilfældigheden. Nogle klinikker tænker måske over at undgå eugenol-udledningen, men mange andre faktorer er medvirkende til den ofte lidt sterile duft, der findes hos tandlæger og tandplejere.

Videnskaben har i mange år været klar over, at dufte har haft en central betydning for menneskers følelser og hukommelse. Mange kender dét at blive udsat for en duft, der minder dem om mormors kolonihavehus, en gammel ungdomskæreste eller en ferie. Dette skyldes, at lugtesansen er den sans, der bedst kan påvirke det ubevidste plan. Ting eller begivenheder man troede, man havde glemt, kan pludselig træde frem i bevidstheden, når man bliver udsat for en bestemt duft. Det er også det, der sker, når patienterne træ-

der ind i klinikken. Idet de bliver udsat for duften, vælder følelserne frem i dem. Følelser som er opstået ud fra tidligere oplevelser hos tandlægen, gode som dårlige. Odontofobe patienter vil fremprovokere tandlægeskrækken, i det øjeblik de træder ind i klinikken, da de ubevidst registrerer en luft, der minder dem om en negativ oplevelse. Ved at ændre duften i klinikken, kan den fremprovokerede angst således reduceres.

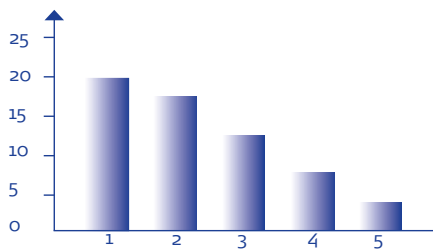
Lugten som negativt symbol!

Ifølge afhandlingen fandt hele 38 % af de odontofobe patienter, at lugten i klinikken var dårlig eller meget dårlig, hvorimod patienterne uden tandlægeskræk var mere indifferente. De reelle procentsatser er større, da nogle patienter påvirkes negativt af duften, uden de selv er klar over det. Duften af tandlæge er med til at udløse en angstlignende tilstand, så snart patienten træder ind i opgangen eller i klinikken. Da lugten af tandlæge ofte er den første stimulus, en patient møder, er den i høj grad blevet et negativt symbol. Det kan sammenlignes med en ikke-ryger, der træder ind i et tilrøget værts-hus. Næsten alle tandlæger påstår, at der ikke lugter specielt dårligt hos dem - det gør bartenderen også!

Udryd den stimuli der fastholder patientens fordom

Som en del af afhandlingen blev lugten hos fire tandlæger ændret i cirka to måneder. Den nye duft blev specielt udviklet af antropolog

Den odontofobe påvirkning



1 = Nervøs på selve dagen / 2 = Nervøs når jeg træder ind i klinikken
3 = Jeg får lyst til at afflyse/udskyde / 4 = Nervøs i dagene op til / 5 = Andet

og duftdesigner Joel Leonard Katz med henblik på at indgå i det oprindelige »sterile« miljø, der findes på de fleste klinikker. Det var ikke meningen, at duften helt skulle overdøve den oprindelige duft, men derimod blande sig med den, hvorved en helt ny duft fremkom. En del af opgaven bestod i, at patienterne ikke tidligere måtte have stiftet bekendtskab med duften, da de derved kunne have dannet sig en præference. Endvidere var det vigtigt, at niveauet af duften ikke blev for kraftig - den skulle blot ligge lige over det bevidste niveau.

Resultatet efter de to måneder var overraskende. Hvor det tidligere var fire ud af ti odontofobe patienter, som ikke kunne lide duften i klinikken, var tallet nu reduceret til en ud af ti odontofobe patienter, som ikke kunne lide duften. Endvidere fandt hele 57 % af alle patienter, at den nye duft var »god« eller »meget god«. Patienterne i de 4 klinikker blev bedt om at fortælle, om den nye duft mindede dem om tandlægen, og hele 80 % af de adspurgte gav udtryk for, at det gjorde den ikke. Afhandlingen konkluderede, at når duften, der fremprovokerer tandlægeskræk, ændres, vil tandlægeskrækken i væsentlig mindre omfang blive fremprovokeret. Dufte danner

følelser, og tandlægeskræk er en følelse (af angst).

Kan duft fjerne tandlægeskræk?

Nej, men det kan mindske tandlægeskrækken. Det vigtigste er stadig den menneskelige kontakt og tillid til tandplejeren. Duftens påvirkning af patienternes følelser har tidligere været overset, men det anbefales, at alle klinikker arbejder på at fjerne de stimuli, der fastlåser og fastholder patienterne i deres opfattelse af klinikken. Ved at fjerne de unødvendige negative påvirkninger, vil man skabe grobund for ændrede følelser hos patienterne og dermed ændret adfærd.

En stor del af oplevelsen hos tandlægen ligger i alt dét, der foregår uden for stolen. Mens der bruges store summer på inventar og nyt udstyr, bruges der i gennemsnit 1,4 kr. pr. kunde på patientens oplevelse uden for stolen. Til sammenligning bruger mobilbranchen 400 kr. pr. kunde om året. Der er store muligheder i at gennemtænke alt, hvad patienten oplever. Tiden med en plakat i loftet som kundepleje er slut - heldigvis er der mange, der har indset det.

En prototype af odontofobe patient

- Det er en kvinde i alderen 41-50 år
- Hendes tandlægeskræk startede i barndommen
- Hun har tidligere haft bøjle på
- Hun er ryger
- Hun betegner sin egen tandtilstand som dårlig
- Hun er meget tryk ved sin nuværende tandlæge
- Hun valgte sin nuværende tandlæge pga. tillid
- Hun går til tandlægen 2 gange årligt
- Hun har været patient på 1-2 forskellige klinikker de sidste 10 år
- Hun bryder sig ikke om den oprindelige tandlægelugt
- Hun kan godt lide den nye duft

Duften i klinikkerne blev ændret ved at udskifte de normale rengøringsmidler med nye tilsat duft. Endvidere blev der suppleret op med roomsprays og andre duftmedier. Den nye duft var designet til at blande sig med det oprindelige miljø, i stedet for blot at overdøve det. Dette betød, at duftniveauet blev holdt nede på et lavt niveau, som kun blev bemærket ved adspurg.

Duftdesigneren Joel Leonard Katz skabte den nye duft ud fra følgende 3 duftfamilier:

Rose, sandeltræ og cedertræ. Duftens blanding skulle virke afslappende og stressnedsættende.