



**Zucker**

**frei!**

**Gegen Nuckelflaschenkaries.**

**Dr. Wahl-Preis 2008**

**Arbeit des Preisträgerteams:**

Birte Bittner, Landesarbeitsgemeinschaft für Jugendzahnpflege des Freistaates Sachsen e.V., Schützenhöhe 11, 01099 Dresden

Sandra Frenschkowski, Sächsisches Ministerium für Soziales, Albertstraße 10, 01097 Dresden

Prof. Dr. me.d. Karl-Ludwig Resch und Katharina Fuchs, Deutsches Institut für Gesundheitsforschung gGmbH, Lindenstraße 5, 08545 Bad Elster

# Kampagne gegen Nuckelflaschenkaries 2007

## Zuckerfrei! - Prävention und Früherkennung von Nuckelflaschenkaries

Manuskript zur Ausschreibung Dr. Wahl Preis

### Inhaltsverzeichnis:

1. Einleitung.....	2
2. Relevanz für Sachsen .....	2
3. Ziele und Zielgruppen .....	3
4. Durchführung .....	3
5. Stichprobe und Instrumente.....	4
6. Multiplikatoren.....	4
7. Ergebnisse.....	5
8. Diskussion .....	8
9. Schlussfolgerungen .....	10

## 1. Einleitung

Ausgehend von dem WHO-Programm »Health Targets« wurde in Deutschland im Jahre 2000 auf nationaler Ebene das Projekt »gesundheitsziele.de« initiiert mit dem Ziel, Gesundheitsziele zu entwickeln, im Sinne von verbindlichen Vereinbarungen der verantwortlichen Akteure im Gesundheitssystem. Sie sind ein Instrument der Gesundheitspolitik im Rahmen von Public-Health-Ansätzen, um Verbesserungen der Gesundheitssituation der Bevölkerung zu erreichen.

In Sachsen wurde der politische Wille zur Umsetzung dieses Konzepts auf Landesebene durch die Aufnahme in den Koalitionsvertrag 2004 offiziell dokumentiert. Seitdem wird die Realisierung systematisch entwickelt, unter aktiver Leitung des Sächsischen Staatsministeriums für Soziales und unter Supervision durch einen Steuerungskreis, dem hochrangige Vertreter wichtiger Akteure im Bereich Gesundheit angehören.

Im Rahmen des Gesundheitsziels »Gesund aufwachsen« wurde dabei »Mundgesundheit« als ein eigenständiges prioritäres Handlungsfeld definiert. Mundgesundheit fokussiert auf die Sorge über die Zunahme der frühkindlichen Karies und ihrer Sonderform, der Nuckelflaschenkaries. In Deutschland sind durchschnittlich etwa 10 % der Kinder im Alter von zwei bis drei Jahren von Nuckelflaschenkaries betroffen. Der Grundstock für diese (häufigste) chronische Erkrankung im Kleinkindalter wird nicht zuletzt durch die eigenen Eltern bzw. Betreuungspersonen gelegt. Unzureichendes Problembewusstsein gepaart mit den besten Absichten, dem Kind etwas Gutes zu tun, resultieren häufig in der Gabe von kariogenen Zubereitungen in der Nuckelflasche. Deshalb hat die Landesarbeitsgemeinschaft für Jugendzahnpflege des Freistaates Sachsen e.V. zusammen mit dem Sächsischen Staatsministerium für Soziales und weiteren Kooperationspartnern im Jahr 2007 eine Aufklärungskampagne »Zuckerfrei! - Prävention und Früherkennung von Nuckelflaschenkaries« gestartet, die im folgenden auch bezüglich ihrer Prozessqualität evaluiert wurde.

## 2. Relevanz für Sachsen

Für die Zahngesundheit bei Kindern und Jugendlichen gibt es in Sachsen fundierte Zahlen durch standardisierte zahnärztliche Untersuchungen in Kindertageseinrichtungen und Schulen. Im Schuljahr 2006/2007 hatten Dreijährige zu 85 Prozent gesunde Zähne, zwei Jahre zuvor waren es fünf Prozent weniger, eine Entwicklung, die auf die Bemühungen Sachsens zur Verbesserung der Zahngesundheit zurück zu führen sind. Dennoch verzeichnet Sachsen eine Zunahme bei der frühkindlichen Karies und der Konzentration der Karies auf sozial benachteiligte Kinder.

Die Abteilung Kinderzahnheilkunde des Universitätsklinikums Dresden behandelt Jahr für Jahr eine steigende Zahl von Kindern mit frühkindlicher Karies. Waren es 2004 noch 622 Neuaufnahmen, registrierte man 2007 insgesamt 770 Neuaufnahmen. Innerhalb von drei Jahren erfolgte also eine Steigerung um 19 Prozent. Eine Behandlung unter Narkose war 2007 bei 219 Fällen notwendig, zu 15 Prozent häufiger als 2004.

### 3. Ziele und Zielgruppen

Die Ziele der Kampagne sind neben der Reduktion der Kariesprävalenz bei Kleinkindern, insbesondere der Nuckelflaschenkaries, auch eine umfassende Aufklärung über eine gesunde Ernährung und Lebensweise durch vorbeugende Verhaltensmaßnahmen für die Mundgesundheit von Anfang an. Des Weiteren zielt die Kampagne auf eine vertiefte interdisziplinäre Zusammenarbeit mit Hebammen, Gynäkologen und Pädiatern ab.

Mit der Kampagne sollen werdende Mütter und Väter, Großeltern, Eltern von Kleinkindern von bis zu sechs Jahren aller Lebenslagen im gesamten Freistaat angesprochen werden und eine hohe Durchdringung bei den Schwangeren erreicht werden.

### 4. Durchführung

Die Kampagne bestand aus fünf ineinander greifenden Komponenten. Im Teil 1 lief ein ca. 30 Sekunden langer Aufklärungsspot »Gegen Nuckelflaschenkaries« vor dem Spielfilmbeginn in allen 65 Kinos in Sachsen in den Sälen mit der größten Sitzplatzkapazität über einen Zeitraum von vier Wochen. In einer Länge von reichlich einer halben Minute wurde mit zwei Bildern Wissen über die Gefahren des Dauernuckelns mit gesüßten oder fruchtsauren Getränken vermittelt.

Aufklärungsspot > bitte hier klicken > <http://de.youtube.com/watch?v=wjmAFwRyaXE>

Es folgte ab April 2007 eine Plakataktion »Gegen Nuckelflaschenkaries« mit der Besonderheit der einmaligen interdisziplinären Zusammenarbeit von Zahnärzten, Pädiatern, Hebammen und Gynäkologen zur aktiven Informationsverbreitung des Themas und der Einbindung der Eltern in Aufklärungsgespräche. Gynäkologen, Pädiater und Hebammen wurden in Abstimmung mit dem jeweiligen Landesverbandsvorsitzenden durch persönliche Anschreiben über den Start der Aufklärungskampagne informiert und bekamen die Plakate mit der Bitte um Aushang zugesandt. Die Zahnärzte wurden über die Fachzeitschrift »Zahnärzteblatt Sachsen« informiert, in dem das Plakat als Einleger lag. Auf Anforderung erhalten die genannten Multiplikatoren weitere Plakate und Aufklärungsmaterial von der Landesarbeitsgemeinschaft für Jugendzahnpflege.

Im dritten Teil wurde ein leuchtend roter Aufkleber zum Einkleben in den Mutterpass entwickelt, er ist bedruckt mit »Bitte denken Sie an Ihren Zahnarztbesuch!«.

Die Hebammen klebten den Aufkleber mit dem Hinweis zum Zahnarztbesuch in jeden durch diese ausgeteilten Mutterpass ein und fordern die werdenden Mütter auf, sich zu Beratung, Untersuchung und ggf. für eine Behandlung an ihren Zahnarzt zu wenden.

Die Kampagne wurde anschließend dokumentiert und evaluiert, wobei sich die Evaluation auf den zweiten Teil der Maßnahme, die Plakataktion, konzentrierte. So wurden sowohl die Multiplikatoren (Zahnärzte, Pädiater, Hebammen und Gynäkologen), als auch Eltern während der U 6- Untersuchung beim Kinderarzt dazu befragt. Im Rahmen dieser Multiplikatorenbefragung mittels Fragebogen, Telefoninterviews und der Elternbefragung, wurden die gewählten Multiplikatorenwege, die Akzeptanz der Maßnahme, das Informationsniveau zur frühkindlichen Karies, das Verhaltensmuster, sowie weitere Parameter abgefragt.

## 5. Stichprobe und Instrumente

Es wurde eine retrospektive Evaluation in Form einer Stichprobenbefragung von Multiplikatoren und Eltern durchgeführt. Ausgewertet wurde die Befragung von insgesamt 205 Ärzten. Dabei handelt es sich um 57 ausgefüllte Fragebögen von Gynäkologen, Pädiatern und Hebammen, eine Sammelmeldung von 50 Gynäkologen und 98 Antworten von Zahnärzten zu Teilen des Fragebogens im Rahmen einer Telefonbefragung der Landes Zahnärztekammer.

Angesprochen wurden 120 Gynäkologen zu den Stammtischen in Dresden, Leipzig und Zwickau (30). In Dresden wurde eine Sammelbefragung durchgeführt. Von den 70 Gynäkologen aus Leipzig und Zwickau wurden 5 Fragebögen zurück geschickt. Insgesamt entspricht das einem Rücklauf von 46% (55 Fragebögen). Von den 30 in Chemnitz zum Stammtisch der Kinderärzte ausgeteilten Fragebögen wurden 37% ausgefüllt. Von den 85 Bögen, die zur Jahrestagung der Kinderärzte in Dresden ausgegeben wurden, kamen 33% zurück. Bei den Pädiatern insgesamt liegen somit von 34% (39 Bögen) der Befragten Antworten vor. Bei den Hebammen erfolgte nach der Verteilung von 20 Fragebögen in Dresden ein Rücklauf von 65% (13 Fragebögen).

Die Befragung der Zahnärzte wurde innerhalb einer repräsentativen telefonischen Umfrage der Landes Zahnärztekammer vorgenommen. Es handelte sich hierbei ausschließlich um zwei Fragen zur Kenntnisnahme und Nutzung des Plakates. Dadurch sind von allen 98 Personen Antworten vorhanden.

Für die Elternbefragung wurden an insgesamt 100 Kinderärzte jeweils zehn Fragebögen und eine Anleitung zur Befragung verschickt. Zur Auswertung der Elternfragebögen konnten 327 gültige Fragebögen herangezogen werden. Damit wurde ein Rücklauf von knapp 33% erreicht. 319 (98%) der Fragebögen wurden dabei von den Müttern ausgefüllt.

## 6. Multiplikatoren

Landesweit konnte eine Vielzahl von Multiplikatoren über verschiedene Distributionswege erreicht werden. So wurden etwa 4900 Zahnärzte, davon 3800 mit eigener Praxis, mit Plakaten versorgt, mittels einer Beilage an alle Abonnenten des Sächsischen Zahnärzteblattes. Ca. 580 Hebammen bekamen das Plakat als Beilage zu einem Rundbrief des Sächsischen Hebammenverbandes. Ca. 360 Kinderärzte und ca. 490 Frauenärzte wurden direkt angeschrieben.

## **7. Ergebnisse**

### **7.1 Statistische Analyse der Multiplikatorenbefragung**

54 der 148 Multiplikatoren, von denen eine gültige Antwort vorliegt, haben das Plakat aufgehängt, das sind 36,5% der Erreichten und 21,6% der insgesamt angesprochenen Multiplikatoren. Anteilig haben mehr Zahnärzte das Plakat aufgehängt, als das bei den anderen Berufsgruppen der Fall ist. Eine plausible Begründung dafür könnte sein, dass die Nuckelflaschenkaries ein Problem aus dem Kompetenzbereich der Zahnärzte ist, sie früher oder später unweigerlich mit deren Auswirkungen konfrontiert werden und die Ausmaße des Problems deshalb möglicherweise am besten einschätzen können.

Gynäkologen, Pädiater und Hebammen (n=107) wurden zudem nach ihrer Einschätzung zum Sinn einer solchen Kampagne gefragt. Obwohl de facto weniger als ein Drittel der Erreichten (25 Multiplikatoren) – was nur einem Viertel aller Angesprochenen entspricht – das Plakat angebracht hat, erachteten 93%, also 98 Multiplikatoren, eine solche Aktion als „sinnvoll“ (n=64) oder „sinnvoll und wichtig“ (n=34). Sieben Befragte gaben an, die Kampagne für überflüssig zu halten. Zwei äußerten sich nicht.

### **7.2 Statistische Analyse der Elternbefragung**

Die 25 bis unter 29-jährigen Befragten bildeten mit fast 40% die größte Altersgruppe, gefolgt von den 30 bis unter 35-jährigen mit rund 32%. Knapp 13% der Befragten waren zwischen 20 bis unter 25 Jahren alt. Rund jede Zehnte war 35 bis unter 40 Jahren alt. Befragte unter 20 Jahren (2,8%) und über 40 (1,5%) kamen nur sehr wenig vor. Das mittlere Alter der ausfüllenden Elternteile lag bei 29 Jahren.

Etwa die Hälfte der Befragten (51%) waren mit dem ersten Kind zur Untersuchung, als sie den Fragebogen ausfüllten, 39% hatten bereits ein zweites Kind. 25 von 326 Befragten (7,6%) hatten drei Kinder und nur sieben Befragte hatten vier oder mehr Kinder. Mehr als jede zweite Befragte (58%) wurde befragt als ihr Kind sechs Monate alt war. 16% der Kinder waren zum Befragungszeitpunkt sieben Monate und jedes zehnte Kind war fünf Monate alt. 14% der Befragten gaben an, allein erziehend zu sein.

## Verwendung der Nuckelflasche

63% der befragten Eltern gaben an, ihrem Kind die Nuckelflasche anzubieten. Von diesen Eltern gab jede fünfte Wasser und Saft oder Saftschorle in die Nuckelflasche. Am häufigsten wird ungesüßter Tee genannt (49%). Gesüßten Tee gibt es nur bei etwa 5,5% der Eltern.

Die Eltern hatten die Möglichkeit, nicht aufgeführte Babynahrung zu benennen, die sie außerdem mit der Nuckelflasche geben. Hier spielt die Milch (Kuhmilch) mit 47% der Nennungen eine auffallend große Rolle.

Inhalt der Nuckelflasche	NNennungen	Anteil in %
Kuhmilch	55	47,0
Folgemilch	16	13,7
Babynahrung allg.	15	12,8
Anfangsmilch	13	11,1
Tee	5	4,3
Muttermilch	5	4,3
Pre-Nahrung	3	2,6
Brei	2	1,7
Sonstiges	2	1,7
Spezialnahrung	1	0,8

Tabelle 2: Sonstige Inhalte der Nuckelflasche

## Informationsstand der Befragten

Informationen zur NFK erreichten mehr als die Hälfte der Befragten (52%). Überdurchschnittlich gut erreicht wurden die 25 bis unter 30-jährigen mit über 56%. Noch mehr als jeder Zweite (51,4%) wurde in der Altersgruppe der 35 bis unter 40-jährigen Befragten erreicht. Die 20 bis unter 25-Jährigen wurden nur zu knapp 49% erreicht, die 30 bis unter 36-Jährigen nur zu 47,6%. Die über 40-jährigen und die unter 20-Jährigen sind in der Stichprobe nur geringfügig enthalten, so dass hier keine Aussagen zum Informationsstand gemacht werden können.

Quellen der Informationen wurden von 52% konkret benannt und waren sehr heterogen. 43% der Befragten gaben Zeitschriften als Hauptinformationsquelle an, wobei Zeitschriften im Allgemeinen und Babyzeitschriften im Speziellen am häufigsten genannt werden. Zweitwichtigste Quelle (5%) sind die Informationen und Warnhinweise, die die Hersteller auf der Nuckelflasche veröffentlichen. 3,4% gaben den Zahnarzt als Informationsquelle an. Informationsbroschüren wurden von rund 3% als Quelle genannt. Die Apothekenzeitschrift bzw. der Kinderarzt wurden neun bzw. achtmal als Informationsquelle herangezogen. Fünf Nennungen erhielten Fernsehen und Radio und die Informationen auf den Nahrungsprodukten. Gespräche mit anderen Eltern, die Krankenversicherung und das Internet nannten vier Eltern als Quelle.

Nennungen	Anteil	Woher stammen Infos?
21	6,4%	Zeitschrift allg.
19	5,8%	Babyzeitschrift
18	5,5%	Elternzeitschrift
16	4,9%	Info auf Nuckelflasche
11	3,4%	Zahnarzt
10	3,1%	Broschüre allg.
9	2,8%	Apothekenzeitschrift
8	2,4	Kinderarzt
5	1,5%	Fernsehen+Radio/ Produktinfo
4	1,2%	Krankenversicherung/ Gespräche mit anderen Eltern/ Internet
3	0,9%	Arztpraxis/ Tagespresse/ Hersteller-Broschüre/ Werbung
2	0,6%	Hebamme/ Krankenhaus/ Babybuch/ Ratgeber/ Kita/ Diverses
1	0,3%	Apotheke/ Zeitschrift Zahnarzt/ eigene Erfahrung

Tabelle 3: Quelle der Informationen zu NFK (N=157), geordnet nach Anzahl der Nennungen

Neu waren die erhaltenen Informationen nur für 14 Befragte (4,3%). Die meisten und zwar mehr als jeder zweite Befragte (51,4%) gab an, sich schon immer so zu verhalten, jeder zehnte etwa (11%) gab an, nachdenklich geworden zu sein. 12 Befragte (3,7%) verhalten sich nach eigenen Angaben jetzt anders.

In der mit 129 Befragten am stärksten vertretenen Altersgruppe der 25 bis unter 30-jährigen geben 71% an, ihrem Kind die Nuckelflasche zu geben. Bei den 30 bis unter 35-jährigen Befragten sind es nur 55% und bei den 35 bis unter 40-jährigen nur 47%. Am häufigsten (77%) geben die Befragten der Altersgruppe der 20 bis unter 25-jährigen die Nuckelflasche. In der Altersgruppe der bis 19-jährigen geben sieben der insgesamt 8 Befragten die Nuckelflasche, doch dieses Ergebnis ist aufgrund der niedrigen Fallzahl weniger aussagefähig, genau wie die fünf Befragten über 40 Jahren, bei denen zwei angaben, die Nuckelflasche zu geben.

Alter in Jahren	15 - unter 20	20 - unter 25	25 - unter 30	30 - unter 35	35 - unter 40	Über 40
Anteil absolut	8	32	90	57	17	2
Anteil relativ	89%	76%	70%	54%	50%	40%

Tabelle 4: Gabe der Nuckelflasche absolut und relativ nach Alter (N=324)

Es geben 87% der Alleinerziehenden an, ihrem Kind die Nuckelflasche anzubieten. Gesüßten Tee geben 13% der Alleinerziehenden in die Flasche, jedoch nur 4,3% der Befragten, die angaben, nicht allein erziehend zu sein.



## **8. Diskussion**

### **Grundsätzliches**

Die Evaluation musste sich aus finanziellen und organisatorischen Gründen auf Stichproben beschränken, die nur teilweise als repräsentativ bezeichnet werden können („convenience samples“). Die Auswahl der Kinderärzte ist durch die Methode einer Zufallsauswahl durchaus geeignet, valide Ergebnisse zu erzeugen. Jedoch konnten nur Fragebögen aus spontanem Rücklauf ausgewertet werden, gezieltes Nachfassen war nicht möglich. Aus diesen Gründen müssen die Ergebnisse mit Vorsicht interpretiert werden, sie können zumindest quantitativ kein exaktes Bild zeichnen. Dennoch lassen sich einige interessante Trends erkennen, die für weitere Entscheidungen zu diesem Themenbereich durchaus hilfreich sein können.

### **Distribution der Plakate**

Die verschiedenen Distributionswege sollten technisch jeweils 100% der entsprechenden Multiplikatorengruppen erreicht haben. Aus den Antworten wird allerdings deutlich, dass der Weg über eine Beilage einer Aussendung eines Fachverbands eher dazu führt (31%), dass das Plakat aufgehängt wurde, als wenn es im Rahmen der Kampagne direkt zugesendet wurde (21%).

### **Multiplikatoren**

Die Tatsache, dass im Rahmen der U-Untersuchungen des Säuglings vor allem im Zeitraum vor dem Erscheinen der ersten Zähne gerade Kinderärzte einen besonders guten und verlässlichen Zugang zu nahezu allen Müttern haben, legt die Überlegung nahe, eventuell in künftigen Kampagnen besonders auf diese Zielgruppe zu fokussieren (ev. ergänzend auf Hebammen).

Bemerkenswerterweise konnten neben den Hebammen auch die Gynäkologen dafür gewonnen werden, in den Mutterpass einen leuchtend roten Hinweis »Bitte denken Sie an Ihren Zahnarztbesuch!« einzukleben. Die befragten Gynäkologen maßen dieser Aktion noch höhere Bedeutung bei als der Plakataktion. Sie läuft daraufhin seit September 2007 flächendeckend und ist beispielgebend für ein vorbildliches interdisziplinäres Zusammenwirken. Jeder seit diesem Zeitpunkt in Sachsen herausgegebene Mutterpass enthält diesen Aufkleber.

### **Endzielgruppe**

Die Befragung der „Endzielgruppe“, also Mütter, Väter, Großeltern, andere Verwandte etc. zeigte, dass fast immer die Mutter das Kind beim Kinderarzt zur U-Untersuchung vorstellt. Für künftige Kampagnen kann deshalb einigermaßen verlässlich geschlossen werden, dass zumindest für die Befragung direkt die Mütter angesprochen werden können.

Mehr als zwei Drittel der Mütter, die befragt werden konnten, waren zwischen 25 und 35 Jahren alt. Die Analyse ergab einen klaren linearen Trend einer Abnahme des Einsatzes der Nuckelflasche mit zunehmendem Alter der Mutter. Im Hinblick auf eine künftige Kampagne könnte deshalb eine gestalterische und inhaltliche Orientierung besonders auf die jüngeren Mütter in Betracht gezogen werden. Bemerkenswert auch, dass »Informiert sein« wohl nicht mit richtig Handeln gleichgesetzt werden kann. So geben z.B. in der Altersgruppe der 25 bis unter 30-jährigen 56% an, gut informiert zu sein, dennoch setzen 70% die Nuckelflasche ein.

Auffällig auch, dass Alleinerziehende besonders häufig die Nuckelflasche einsetzen. Überlegungen könnten deshalb auch dahin gehen, diese Zielgruppe gegebenenfalls in künftigen Kampagnen besonders anzusprechen.

### **Inhalt der Nuckelflasche**

Ungesüßter Tee ist Inhalt jeder zweiten Nuckelflasche. Bei den offenen Antworten zu sonstigen Inhalten der Nuckelflasche ist die Kuhmilch mit 47% am häufigsten genannt, ein weiteres Drittel gibt hier Anfangs- und Folgemilch und Babynahrung allgemein an. Eine klare Aussage ist aus den genannten Inhalten der Nuckelflaschen nicht abzuleiten, da nicht immer das genaue Produkt benannt wurde. Experten sind sich jedoch einig, dass das Dauernuckeln, wenn nicht Wasser oder reine Milch in der Flasche ist, immer kariogen sein kann. Bezogen auf die Kariogenität ist bei 83% der genannten Nuckelflascheninhalte Kariogenität nicht auszuschließen und 2% sind sicher kariogen, da Glucose o.ä. zugesetzt wird. Aus den Antworten der Mütter und der Inhalte der Nuckelflaschen ergibt sich nun ein Bild, dass das Wissen zur Nuckelflaschenkaries möglicherweise doch bescheidener ist als von den Müttern selbst eingeschätzt. Dafür sprechen auch die Inzidenzen der frühkindlichen Karies am Universitätsklinikum Dresden.

Bei den Zahnärzten ließ sich eine hohe Akzeptanz der Kampagne beobachten. Vorstellbar ist, dass Mütter während oder in den ersten Monaten nach der Schwangerschaft beim Zahnarzt (rechtzeitig) für die Thematik sensibilisiert werden können.

Gynäkologen und Hebammen werden wohl vornehmlich vor, während und im engeren zeitlichen Umfeld nach einer Geburt konsultiert, weniger in den darauf folgenden Monaten. Dies bestätigen auch freie Kommentare von Hebammen. Damit stellt sich die Frage, ob sich die Probleme und Interessen der (werdenden) Mütter nicht möglicherweise vorrangig auf die Geburtsvorbereitung konzentrieren und somit ein Plakat zur Nuckelflaschenkaries nicht oder nur nachrangig wahrgenommen wird.

Am verlässlichsten ist wohl im Säuglings- und Kleinkindalter der Besuch junger Eltern – auch ohne konkrete Gesundheitsproblematik des Säuglings - beim Kinderarzt, vor allem im Rahmen der sog. U-Untersuchungen.

Allerdings wäre zu klären, inwieweit ein derartiges, thematisch nicht primär mit dem Arzttermin assoziiertes Plakat registriert und reflektiert wird. In dieser Hinsicht kamen nützliche Anregungen von den Multiplikatoren, wie die Endzielgruppe besser erreichbar sein könnte. Die Aufklärung über Medien, d.h. über Fernsehen, Radio, Tageszeitungen und Elternzeitschriften, die Aufklärung durch öffentlich präsentierte Plakate in Supermärkten, Apotheken, Drogerien sowie das Durchführen von Aktionstagen in Kinderkrippen, -gärten, Drogerien, Apotheken, Buchläden etc. stehen dabei ganz oben. Persönliche Ansprache durch Kinder- und Zahnärzte, die Mitgabe von Informationsmaterial und farbige, mehrsprachige Flyer, die sich ausführlicher damit beschäftigen, was Zucker enthält, sind weitere Optionen. Hilfreich wäre, wenn für Kleinkinder nur zuckerfreie Getränke zu kaufen wären bzw. wenn Wasser als Flüssigkeitszugabe für Kinder propagiert würde.

## 9. Schlussfolgerungen

Eine sehr positive Auswirkung zeichnete sich schon im Verlauf der Kampagne ab. Seit September 2007 klebt in jedem in Sachsen ausgeteilten Mutterpass der Aufkleber »Bitte denken Sie an Ihren Zahnarztbesuch!«. Die Kassenärztlichen Vereinigungen in Dresden, Chemnitz und Leipzig haben sich dieser Aktion angeschlossen und kleben ihn in jeden Mutterpass, der durch die Gynäkologen an die Schwangeren verteilt wird. In der Folge berät der Zahnarzt die über den Hinweis durch die Hebamme oder Gynäkologen aufgeforderte Schwangere über ihre eigene Zahnvorsorge sowie die des ungeborenen Kindes.

Ein weiteres Resultat aus der Kampagne ist eine engere Zusammenarbeit mit dem Sächsischen Hebammenverband und dem Ausschuss Prävention der Sächsischen Landesärztekammer.

Das zentrale Ergebnis der Kampagne ist die Notwendigkeit, dass die zahnärztlichen Früherkennungsuntersuchungen beim Zahnarzt Eingang in das Kinderuntersuchungsheft finden sollten. Voraussetzung dafür ist eine Zusammenarbeit mit Kinderärzten, die die U6 und U7-Untersuchungen nutzen sollen, um die Eltern zum ersten Zahnarztbesuch des Kindes zu motivieren. Die Aufklärung über frühkindliche Karies soll in den Händen der Zahnärzte liegen. Durch einen künftigen Hinweis im Kinderuntersuchungsheft auf einen möglichst frühzeitigen Zahnarztbesuch bereits beim Durchbruch der ersten Milchzähne und durch die dann erfolgende Vorstellung des Kleinkindes beim Zahnarzt ist dieser durch Aufklärung eher in der Lage, über Folgen der Nuckelflaschenkaries umfassend zu informieren.

# ANLAGE

## B. Besondere Befunde im Schwangerschaftsverlauf

27. Behandlungsbedürftige Allgemeinerkrankungen, ggf. welche \_\_\_\_\_

- |                                    |   |
|------------------------------------|---|
| 28. Dauermedikation                | 42. Anämie  |
| 29. Abusus                         | 43. Harnwegsinfektion   |
| 30. Besondere psychische Belastung | 44. Indirekter Coombstest positiv                               |
| 31. Besondere soziale Belastung    | 45. Risiko aus anderen serologischen Befunden                   |
| 32. Blutungen vor der 28. SSW      | 46. Hypertonie (Blutdruck über 140/90)                          |
| 33. Blutungen nach der 28. SSW     | 47. Eiweißausscheidung 1%<br>(entsprechend 1000 mg/l) oder mehr |
| 34. Placenta praevia               | 48. Mittelgradige - schwere Ödeme                               |
| 35. Mehrlingsschwangerschaft       | 49. Hypotonie   |
| 36. Hydramnion                     | 50. Gestationsdiabetes  |
| 37. Oligohydramnie                 | 51. Einstellungsanomalie  |
| 38. Terminunklarheit               | 52. Andere Besonderheiten<br>ggf. welche _____                  |
| 39. Placenta-Insuffizienz          |   |
| 40. Isthmozervikale Insuffizienz   |   |
| 41. Vorzeitige Wehentätigkeit      |   |

## Terminbestimmung

Zyklus \_\_\_\_\_ / \_\_\_\_\_ Letzte Periode \_\_\_\_\_

Konzeptionstermin (soweit sicher): \_\_\_\_\_

Schwangerschaft festgestellt am: \_\_\_\_\_ in der \_\_\_\_\_ SSW

Berechneter Entbindungstermin:

Entbindungstermin (ggf. nach Verlauf korrigiert):

## Kommentar

Bitte denken Sie  
an Ihren  
Zahnarztbesuch!



**Zucker**

**frei!**



**Gegen Nuckelflaschenkaries.**

Aktion des Sächsischen Staatsministeriums für Soziales & der Landesarbeitsgemeinschaft für Jugendzahnpflege des Freistaates Sachsen e. V.  
als Kinospot in Sächsischen Filmtheatern zu sehen – [www.LAGZ-Sachsen.de](http://www.LAGZ-Sachsen.de) – +49 351 · 8 06 63 30