

Fragen und Antworten

Ziele setzen und erreichen

| Dr. Lea Höfel

An dieser Stelle können unsere Leser der langjährigen ZWP-Autorin Dr. Lea Höfel Fragen im Bereich Psychologie in Bezug auf Patienten, das Team und sich selbst stellen. Die Fragen und Antworten finden Sie dann redaktionell aufbereitet hier wieder. In dieser Ausgabe der ZWP geht es um die Frage, wie Ziele erreicht werden. Psychologin Dr. Lea Höfel antwortet.

Meine Praxis läuft relativ gut, aber sie hat sich seit Jahren nicht verändert. Ich würde gern ein erweitertes Leistungsspektrum in Richtung ästhetische Zahnheilkunde hineinbringen, komme aber an dieser Stelle nicht recht voran. Mehrere Ansätze, mich in diese Richtung zu bewegen, haben nicht funktioniert. Entweder wollen die Mitarbeiter etwas nicht, manchmal setze ich meine Ideen nicht um oder ich befürchte, meine bisherige Zielgruppe zu verlieren. Ich habe starke Zweifel, wie das neue Konzept funktionieren soll. Wie können wir es schaffen, die Vision einer Praxis mit neuem Schwerpunkt umzusetzen?

Bei Ihrem Wunsch nach einer neuen Praxiskonzeption spielen Ziele und Veränderungsbereitschaft eine große Rolle. Zu beiden Bereichen gibt es Unmengen von Büchern, Tipps und Handlungsanweisungen, wie vorgegangen werden sollte. Aus meinem psychologisch orientierten Blickwinkel heraus gehe ich immer gerne von der genauen Wortwahl in der Fragestellung aus und erarbeite daraus einen individuellen Handlungsplan. Lassen Sie uns deshalb Ihre Frage genauer anschauen.

Ziele

Sie wissen momentan, was Sie nicht möchten: Ihre Zahnarztpraxis in der Form, wie sie bisher geführt wurde. Dieser Ausgangspunkt ist gut und gleichzeitig brauchen Sie ein Ziel.

Ich frage Sie:

Was verbinden Sie mit der ästhetischen Zahnheilkunde? Sind Sie fasziniert von den Möglichkeiten? Möchten Sie Schönheit modellieren? Ist die Arbeit leichter, interessanter, schneller, sorgfältiger oder sichtbarer als Ihr bisheriger Tätigkeitsschwerpunkt? ...

Zu Beginn dürfen Sie sich deshalb entscheiden, wie Sie sich das Praxiskonzept in Zukunft vorstellen. Sie schreiben anfangs, dass Sie gern ein erweitertes Leistungsspektrum in Richtung ästhetische Zahnheilkunde in Ihre Praxis bringen möchten. Dann gehen Sie dazu über, es „neues Konzept“ zu nennen und am Ende hat Ihre Praxis gar einen neuen Schwerpunkt. Hier bitte ich Sie, für sich selbst die Frage zu beantworten, welche Rolle die ästhetische Zahnheilkunde spielen soll. Sehen Sie sie als Erweiterung oder als Schwerpunkt? Das letztendliche Konzept richtet sich nach Ihrer Entscheidung.

Sie zweifeln momentan noch, wie das neue Konzept funktionieren soll. Das ist verständlich, da Sie noch gar kein Konzept haben. Auch dass Ihre Ansätze, sich in diese Richtung zu bewegen, bisher noch nicht sehr erfolgreich waren, hängt möglicherweise damit zusammen, dass Sie gar nicht wussten, wo Sie genau hinmöchten.

Nehmen wir an, Sie haben sich nun entschieden, welchen Stellenwert die Ästhetik einnehmen wird. Sie können jetzt mit Zahlen jonglieren, indem Sie genau sagen, wie viele Patienten in welcher Altersklasse Ihnen wie viel Umsatz bringen werden. Das ist ein sinnvoller Anfang. Trotzdem kenne ich viele Menschen, die diese exakte Zielplanung einhalten und doch nie dorthin kommen. Was ihnen fehlt, ist das Ziel-Gefühl.

Ich frage Sie: Was verbinden Sie mit der ästhetischen Zahnheilkunde? Sind Sie fasziniert von den Möglichkeiten? Möchten Sie Schönheit modellieren? Ist die Arbeit leichter, interessanter, schneller, sorgfältiger oder sichtbarer als Ihr bisheriger Tätigkeitsschwerpunkt? Sind Sie mit den Ergebnissen zufriedener, gelassener, motivierter oder glücklicher? Wählen Sie für sich, was Ihnen persönlich diese Arbeit an gefühlten Vorteilen bringt. Sollte es das Geld sein, können Sie sich dieselben Fragen dazu stellen. Es ist nicht das Geld an sich, das glücklich macht, sondern das, was Sie damit machen können und wie Sie sich in der Folge fühlen. Sie erreichen Ziele erst dann, wenn die richtigen Gefühle damit verbunden sind.

Veränderungsbereitschaft

Mit dem richtigen Gefühl kommt die Veränderungsbereitschaft von alleine. Viele Menschen schrecken vor Veränderungen zurück, weil sie befürchten, dass etwas schiefgehen könnte. Sie schreiben, dass Ihre Praxis bisher relativ gut lief – könnte es sein, dass Sie Bedenken haben, dass sich das zum Negativen ändert? Sie scheuen sich davor, Ihre bisherige Zielgruppe zu verlieren. Hier kann ich nur wieder raten, das erhoffte Ziel auszuschmücken und zu fühlen. Was gewinnen Sie dazu? Der Mensch lebt sehr nach Gewohnheiten und ist häufig froh, wenn alles wie am Schnürchen läuft. Das Gehirn weiß genau, was es zu tun hat, alles läuft automatisch ab. Jetzt kommen Sie Ihrem Gehirn auf einmal mit neuen Ideen und damit mit neuen neuronalen Verknüpfungen. An diesem Wendepunkt kann es durchaus passieren, dass Ihre Synapsen wieder in das alte Feuermuster zurückfallen möchten.

Richten Sie Ihr Gehirn auf die neue Praxis hin aus, dann geht auch auf zellulärer Ebene die Veränderung leichter. Machen Sie die Bilder in Ihrem Kopf größer, baden Sie in dem Gefühl. Synaptische Verbindungen reorganisieren sich leichter, wenn das Ziel lohnenswert erscheint.

Auch die Motivation und Veränderungsbereitschaft Ihrer Mitarbeiter hängt entscheidend von Ihnen ab. Solange Sie nicht wissen, wo es hinget, werden Ihre Mitarbeiter kaum mitkommen. Hinterlassen Sie jedoch Spuren auf einem neuen Weg, kann Ihr Team besser folgen.

Sollten Sie dennoch Zweifel an der Richtigkeit Ihrer Entscheidung haben, etwas zu verändern, zitiere ich abschließend Steve Jobs. Er sagte in seiner Stanford Rede: „Wenn heute der letzte Tag in meinem Leben wäre, würde ich das tun, was ich mir heute vorgenommen habe zu tun? Und jedes Mal, wenn die Antwort ‚Nein‘ war für meh-

rere Tage hintereinander, wusste ich, ich muss etwas verändern.“ Sie haben häufig genug „Nein“ gedacht – gehen Sie nun zielorientiert mit einem „Ja“ in Ihre Praxis der ästhetischen Zahnheilkunde.

Schreiben Sie uns Ihre Fragen!E-Mail: zwp-redaktion@oemus-media.de**kontakt.****Dr. Lea Höfel**

Tel.: 08821 7304633

Mobil: 0178 7170219

E-Mail:

hoefel@psychologie-zahnheilkunde.dewww.psychologie-zahnheilkunde.de

ANZEIGE

Lupenbrillen

2,7 bis 6-fache Vergrößerung

- ★ ultraleicht
- ★ individuelle Anpassung
- ★ formschön
- ★ funktional

PRODUKTNEUHEIT (o. Abb.)
starVision HD 3,5
 TTL Galileisch

starVision Expert Zeiss

- ★ von 4,0 bis 6,0 - fache Vergrößerung

starVision EX1

- ★ leichte Lupenbrille (56g)
- ★ 3 x fache Vergrößerung

starVision SV2

- ★ ultraleichte Lupenbrille (28g)
- ★ 2,7 x fache Vergrößerung

- ★ Modisch sportliche Eleganz
- ★ Hochauflösende Optiken von Zeiss
- ★ 2,7 bis 6,0-facher Vergrößerung
- ★ Bester Tragekomfort
- ★ Leichteste Lupenbrille mit 28g
- ★ Produkt des Jahres 2010 der Referenten
- ★ **Adaptierbar mit starLight nano**
- ★ **Empfohlen von den Referenten:**
 Prof. Dr. Alexander Gutowski
 Prof. Dr. Marc Hürzeler
 Dr. Otto Zuhr

starLight nano

(Beleuchtungseinheit mit Lichtquelle, 1 Akku, Ladegerät sowie Zubehör)

Durch das minimale Gewicht von **starLight nano** und **starVision** sind die beiden Instrumente im gemeinsamen Einsatz die ideale Ergänzung.