

# Persönlichkeit und Kommunikation in der Zahnarztpraxis

## Teil II: Metaprogramme der Motivation

Autorin\_Dr. Lea Höfel

**\_Patienten in der Zahnarztpraxis** zeigen ein weites Spektrum an Verhaltensweisen, Persönlichkeitszügen, Vorlieben und Reaktionen. Nicht immer findet sich auf die Schnelle der richtige Zugang, sodass eine Einigung auf einen guten Behandlungsweg erschwert wird. Möglicherweise kann es zu Missverständnissen kommen, falschen Erwartungen und Unzufriedenheit mit dem Behandlungsergebnis. Der Zahnarzt hat das Gefühl, sein Bestes zu geben – der Patient hat das Gefühl, vom Besten noch weit entfernt zu sein. In der heutigen Folge „Persönlichkeit und Kommunikation“ geht es um die Einschätzung der „Motivationsprogramme“, nach denen jeder Mensch individuell seine Umgebung wahrnimmt, Wichtiges herausfiltert und Entscheidungen und Reaktionen einleitet. Wie schon in der letzten Ausgabe formuliert, haben sich dafür in der zahnärztlichen Tätigkeit die Metaprogramme bewährt, weil man diese auf recht schnellem und unkompliziertem Weg erkennen kann. Es werden hier nicht alle Formen aufgelistet, sondern jene, die im Gespräch mit Patienten in der Zahnarztpraxis die Kommunikation erleichtern (für einen tieferen Einblick siehe „Wort sei Dank“ von S.R. Charvet). Um zu vermeiden, Menschen in Schubladen zu stecken, sollte im Hinterkopf behalten werden, dass es kaum einen Persönlichkeitszug in seiner Reinform gibt. Die Zuordnung zu den Metaprogrammen ist keine Schwarz-Weiß-Zuordnung, sondern eine Tendenz. Keines der Programme ist besser als das andere und sollte somit vollkommen wertfrei beobachtet werden. Mit die-

ser Zielstellung steht der Analyse der menschlichen Psyche nichts mehr im Weg.

### **\_Motivation**

Haben Sie sich schon einmal gefragt, wodurch Sie sich motivieren lassen? Und was könnte den Patienten dazu bewegen, sich im ersten Schritt freiwillig zum Zahnarzt zu begeben und in den nächsten Schritten eine erfolgreiche Zahnbehandlung durchführen zu lassen? Ohne Motivation würde auf der Welt recht wenig passieren. Welche Mechanismen führen also dazu, dass man sich für manche Dinge begeistern kann und sie voller Energie durchzieht, und was lässt den Funken erlöschen?

### **\_Weg von – Hin zu**

Bei diesem Metaprogramm handelt es sich um ein sehr starkes Motivationsmittel. Es heißt, dass es im Leben zwei große Motivatoren gibt, und das sind große Ängste oder große Ziele. Menschen, die sich eher von großen Ängsten treiben lassen, gehören zu den „weg von“ Menschen. Sie wissen genau, was sie nicht wollen und was vermieden werden sollte. In vielen Bereichen des Lebens kann es hilfreich sein, Probleme im Voraus zu erkennen und zu beseitigen oder unter Zeitdruck am besten arbeiten zu können. In der Zahnarztpraxis wird es schwierig, wenn der Patient nur sagen kann, was er nicht möchte. Prioritäten setzen gehört nicht zu den Stärken dieser Personen, da sie sich schnell von echten oder ima-

ginativen Schwierigkeiten ablenken lassen. Von der Körperhaltung her schütteln diese Menschen oft den Kopf oder heben abwehrend die Hände.

Menschen, die eher „hin zu“ auf Ziele orientiert sind, nicken hingegen öfter und schließen ihre Umgebung in die Gestik mit ein. Sie wissen genau, was sie haben wollen und lassen sich im Gespräch gern auf Zukunftsvisionen und Resultate ein. Auf ihre Umgebung wirken diese Leute manchmal etwas weltfremd und gedanklich weit voraus, sodass es nötig sein kann, sie im Beratungsgespräch regelmäßig auf die bevorstehenden Behandlungsschritte zurückzuführen.

### External – Internal

Externale Menschen brauchen die Unterstützung und Meinung von anderen Menschen. Sie fragen gern nach, verlangen Feedback und können ihre eigenen Entscheidungen und Resultate schwer einschätzen. Ohne ständige Unterstützung lässt ihre Motivation zur Zahnbehandlung schnell nach, da sie selbst kaum einschätzen können, ob Weg und Ziel richtig sind. Wenn man sich im Gespräch vom Gegenüber stark beobachtet fühlt, hat man es wahrscheinlich mit einer externalen Person zu tun, da diese jede Reaktion des Gesprächspartners analysiert. Auch ein fragender Gesichtsausdruck kann auf Externalität hinweisen.

Der interne Gesprächspartner hingegen fokussiert eher auf sich selbst. Bevor er etwas sagt, hält er oft kurz inne und geht innerlich seine Überzeugungen durch. Er hat eine aufrechte Körperhaltung, da er sich im Gegensatz zum externalen Kol-

legen nicht am Gegenüber „anlehnen“ möchte. Sollte man im Gespräch das Gefühl bekommen, dass der Patient viele Informationen sammelt, um sie dann für sich selbst zurechtzulegen, weiß man, dass das seine Art ist, selbstbestimmt zu entscheiden. Da diese Personen selbst keinen Wert auf Rückmeldung legen, wird man als Zahnarzt von diesen Patienten recht wenig Feedback erhalten.

### Proaktiv – Reaktiv

Proaktive Menschen beginnen bildlich gesprochen mit der Zahnbehandlung, bevor sie zur Praxistür hereingekommen sind. Sie denken nicht weiter über Vor- und Nachteile nach und erwecken im Gegenüber oft das Gefühl der Überraschung. Sie beginnen, bevor jemand anderes überhaupt auf die Idee gekommen ist, anzufangen, und nehmen dabei auch wenig Rücksicht auf Absprachen. Sie können schlecht abwarten, bis der Zahnarzt mit der Behandlung anfängt und haben noch weitere Tagespunkte geplant, die eine Verzögerung im Ablauf unmöglich macht.

Reaktive Menschen, die durchaus auch gelegentlich inaktiv genannt werden, überlegen und planen viel, bevor sie handeln – wenn sie das überhaupt je tun. Sie können viel Zeit damit verbringen, auf einen glücklichen Zufall zu warten. Wenn jemand anderes die Initiative ergreift, können sie sich durchaus anschließen. Lieber wäre es ihnen jedoch, noch eine genauere Analyse durchzuführen. Diese Patienten sollten immer wieder zum Handeln und Entscheiden aufgefordert werden, da ansonsten eine lange Wartezeit möglich sein kann.



## \_Optional – Prozedural

Optionale Menschen möchten gern alles neu erfinden und bisher unentdeckte Möglichkeiten erforschen. Sie sind immer auf der Suche nach Optimierungsmöglichkeiten, auch wenn sie sich selbst wenig daran halten. Es wäre nicht verwunderlich, wenn der Patient dem Zahnarzt neue Wege aufzeigen möchte, Implantate zu setzen. Vielleicht hat er auch eine originelle Idee, wie eine gewinnbringende Patientenbefragung durchgeführt werden kann. Regeln und Vorschriften sind hierbei nebensächlich. Die Aufgabe ist es hier, den Patienten nicht nur zu einer Behandlungsidee zu verhelfen, sondern diese auch durchzuführen, ohne zwischenzeitlich etwas Neues zu erarbeiten. Die Körpersprache ist oft mitreißend und zeugt von Begeisterung. Der Patient scheint in Gedanken dauernd neue Möglichkeiten gegeneinander abzuwägen, die er dann an passender oder unpassender Stelle hervorbringen muss.

Der prozedural orientierte Mensch hingegen bevorzugt klare Strukturen und möglichst wenige Überraschungen. Es gibt tendenziell den einen richtigen Weg, der dann auch nie wieder hinterfragt zu werden braucht. Wenn man diesen Patienten einmal dazu bringt, einen vorgeschlagenen Behandlungsweg zu beginnen, wird man ihn vor dem Ende nicht mehr aufhalten können. Prozeduren haben einen klaren Start und ein klares Ende. Eine Abweichung vom Plan wird als Beleidigung gesehen. Fragt der Zahnarzt, warum der Patient eine Behandlung möchte, wird der Patient mit dem wie antworten. Der Zahnarzt sollte hier von Anfang an ganz genau wissen, welche Abfolge geplant ist. Warum dies der beste Plan ist, interessiert nicht.

## \_Gleichheit – Unterschiedlichkeit

Menschen, die nach Gleichheit streben, sind wenig begeistert von neuen Ideen, Veränderungen und Unbekanntem. Da es in der (Zahn-)Medizin jedoch immer wieder zu neuen Erkenntnissen und Behandlungsmöglichkeiten kommt, haben diese Patienten ein Anpassungsproblem. Amalgamfüllungen werden bevorzugt, denn da weiß der Patient wenigstens, was er bekommt. Üblicherweise sind diese Patienten treue Kunden, da sie bis zum Tod des Zahnarztes keine neue Zahnarztpraxis besuchen werden.

Menschen der Unterschiedlichkeit haben jedes Mal eine Überraschung parat. Möglicherweise sehen sie anders aus, geben eine neue Wohnadresse an, bevorzugen auf einmal einen anderen Behandlungsplan oder sind kurz vor dem Umzug in den Regenwald. Bei diesen Patienten sollte man nie davon ausgehen, dass sie beim aktuellen Zahn-

arztbesuch noch derselben Meinung sind wie beim letzten Mal.

## \_Ausblick

Sie haben jetzt eine überschaubare Anzahl an motivationalen Metaprogrammen kennengelernt. Sie sind mit ein wenig Übung und Neugierde schnell in der Lage, diese Muster an sich selbst und anderen Menschen analysieren zu können. Dabei geht es nicht darum, sie nach gut oder schlecht zu bewerten, da jedes Programm in gewissen Situationen hilfreich sein kann. Vielmehr helfen die Erkenntnisse dabei, sich auf den Gesprächspartner einzustellen, komplexe Verhaltensweisen zu verstehen und im weiteren Verlauf eine zielorientierte und adressatengerechte Kommunikation zu führen. Auf Metaprogramme der Informationsverarbeitung und passende Gesprächstechniken wird in den nächsten beiden Ausgaben der cosmetic dentistry eingegangen, sodass sich der Kreis von Persönlichkeitsanalyse und Kommunikation bezogen auf die zahnärztliche Tätigkeit wieder schließen kann.

### \_Autorin

cosmetic  
dentistry



#### Dr. Lea Höfel

Diplom-Psychologin, Buchautorin „Zahnarztangst? Wege zum entspannten Zahnarztbesuch“. Internationale Veröffentlichungen und Tagungsbeiträge zu den Themen „Kognitive

Grundlagen der Ästhetik“ und „Psychologie in der Zahnmedizin“.

Zusätzliche Ausbildungen:

NLP-Master & -Coach, Entspannungstrainerin, Journalistin, Reittherapeutin

#### Kontakt

Dr. Lea Höfel

Tel.: 08821 9069021

hoefel@psychologie-zahnheilkunde.de

www.weiterbildung-zahnheilkunde.de

Infos zur Autorin



# SDS

## SWISS DENTAL SOLUTIONS AG



Keine Patienten verlieren –  
**Weiß implantieren!**

SDS 2.0



Das erste reversibel verschraubbare Keramik-Implantat, welches die Anforderungen der anspruchsvollen Implantologen und Prothetiker erfüllt.

\* Implantat incl. Heilschraube

Infos zu 1 – 10 unter  
[www.swissdentalsolutions.de/de/sds20.html](http://www.swissdentalsolutions.de/de/sds20.html)

SDS Deutschland GmbH • Hotline: +49 7531 9413980 • [info@swissdentalsolutions.de](mailto:info@swissdentalsolutions.de)

