Die Bedeutung der Patientengefühle

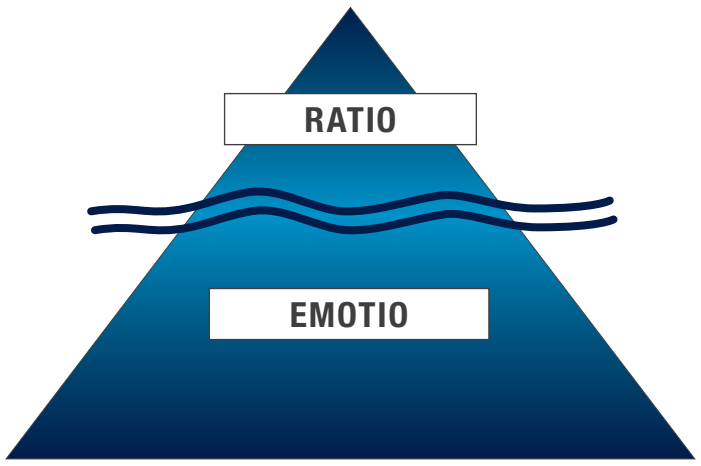
Menschen tun mitunter Dinge, die gegen jede Logik, aber von Emotionen und Vertrauen geprägt sind. Von Daniel Izquierdo Hänni, Valencia, Spanien.

■ Entscheidungen werden nur in den wenigsten Fällen rein rational gefällt, Emotionen beeinflussen das menschliche Denken und Handeln in einem weit höheren Maße, als einem oft bewusst ist. Und genau aus diesem Grund ist es wichtig, auch die Bauchgefühle der Patienten bewusster wahrzunehmen.

Der Nobelpreis für Wirtschaftswissenschaften ging 2017 an den US-Amerikaner Richard Thaler. Der Universitätsprofessor aus Chicago gilt als einer der Begründer der sogenannten „Verhaltensökonomie", welche erforscht, beschreibt und begründet, weshalb die Menschen manchmal Dinge tun, die gegen jede Logik sind. Prof. Thaler spricht dabei von „Econs", also jenen Menschen, die rein rational entscheiden und handeln, frei von Gefühlen und äußeren Einflüssen. Er sagt aber auch, dass es solche „Econs" im realen Leben kaum gibt und verwendet den berühmten Mr. Spock aus der Fernsehserie „Raumschiff Enterprise" als Beispiel. Wir alle sind vielmehr „Humans", Prof. Thalers zweite Kategorie, also Menschen, deren Entscheidungen von Emotionen mehr oder weniger stark mitbeeinflusst werden.

Gefühle in der Zahnmedizin

Von Gefühlen und Emotionen zu sprechen, ist gerade in der Zahnmedizin ein überaus vielschichtiges und wichtiges Thema. Einerseits geht niemand wirklich gerne zum Zahnarzt, und auch jene, die sich um ihre Mundgesundheit sorgen und mittels regelmäßigen Kontrollbesuchen vorbeugen, unterziehen sich lieber einer Kopfhautmassage beim Frisör als einer zahnmedizinischen Behandlung. Weiter kommt hinzu, dass das Vertrauensverhältnis zwischen Zahnarzt und Patient eine überaus wichtige, wenn nicht sogar alles entscheidende Rolle spielt. Und Vertrauen ist schließlich keine Kopfangelegenheit, sondern eben tiefstes Bauchgefühl.



Fokus Privatpatienten

Jeder weiß, dass bei einem Eisberg nur die Spitze über die Wasseroberfläche herausragt und dass der Großteil der Eisbergmasse unter der Meeresoberfläche liegt. Die Metapher des Eisbergs wird gerne von Psychologen, Pädagogen und Verkaufsprofis verwendet, wenn aufgezeigt werden soll, dass Gefühle und Emotionen die Entscheidungen von Prof. Thalers „Humans" – also von uns allen – nachhaltig beeinflussen.

Die Eisberg-Theorie ist auch in der Dentalpraxis entscheidend, spielen die (versteckten) Gefühle gerade in der von Vertrauen geprägten Beziehung zum Zahnarzt eine bedeutende Rolle.

Besonders relevant ist die Eisberg-Theorie bei kostspieligen Privatleistungen, bei denen der Patient einem komplexen Behandlungsplan zustimmen und entsprechend hohe Kosten akzeptieren soll. Wer eine solche Entscheidung mit rein rationalen und ausschließlich zahnmedizinischen Begründungen bewirken möchte, wird es nicht einfach haben. Gerade komplizierte Interventionen, wie etwa eine Implantatbehandlung, verlangen vom Patienten eine große Portion Vertrauensvorschuss: Warum soll ich x-tausend Euro ausgeben für eine Behandlung, für die es keine absoluten Erfolgsgarantien gibt?

Das Team vermittelt Vertrauen

Die Psyche der Patienten muss daher bewusst angesprochen werden, sei dies über den persönlichen Umgang vor, während und nach jedem einzelnen Besuch in der Praxis, oder über das Vermitteln des Gefühls, bei dieser Behandlung genau in den richtigen Händen zu sein. Wichtig ist dabei: Dies ist eine gemeinsame Aufgabe des ganzen Praxisteams. Schließlich verbessert sich mein Bauchgefühl, wenn ich weiß, dass ich neben dem fachkompetenten Zahnarzt noch mit einer erfahrenen PA-Assistentin sowie einer überaus freundlichen Empfangsdame rechnen kann, die sich alle gemeinsam um mein Wohl kümmern.

Ratschlag: Motivation

Niemand geht „einfach so" zum Zahnarzt, jeder Patient hat seine Beweggründe, die – gerade bei komplexeren Behandlungen – häufig tiefer liegen, als oftmals angenommen. Im Gespräch bewusst auf die Gefühle und Emotionen der Patienten einzugehen, ist der beste Weg, um die wirklichen Motive für den Besuch beim Zahnarzt zu eruieren. Mag sein, dass ein solches Gespräch länger dauern wird als normalweise üblich, doch es ist zweifelsohne bestens investierte Zeit! Denn nur wer die Gefühlswelt seiner Patienten kennt und diese positiv zu beeinflussen vermag, wird diese nachhaltig von sich überzeugen und langfristig an seine Zahnarztpraxis binden.

Kontakt

Infos zum Autor

Daniel Izquierdo Hänni

Experte für Praxismarketing
und Patientenkommunikation
www.swissdentalmarketing.com

ANZEIGE

Referent I Dr. Andreas Britz/Hamburg

Unterspritzungskurse

Für **Einsteiger, Fortgeschrittene** und **Profis**

Online-Anmeldung/
Kursprogramm

www.unterspritzung.org

Kursreihe – Anti-Aging mit Injektionen
Unterspritzungstechniken: Grundlagen, Live-Demonstrationen, Behandlung von Probanden

Kursgebühr

Kursgebühr (beide Tage, inkl. Kursvideo als Link)

IGÄM-Mitglied	690,– € zzgl. MwSt.
(Dieser reduzierte Preis gilt nach Beantragung der Mitgliedschaft und Eingang des Mitgliedsbeitrags.)	
Nichtmitglied	790,– € zzgl. MwSt.
Tagungspauschale*	118,– € zzgl. MwSt.

*Die Tagungspauschale beinhaltet unter anderem die Pausenversorgung, Tagungsgetränke und ist für jeden Teilnehmer verbindlich zu entrichten.

Veranstalter

OEMUS MEDIA AG
Holbeinstraße 29 I 04229 Leipzig
Tel.: +49 341 48474-308
Fax: +49 341 48474-290
event@oemus-media.de
www.oemus.com

www.unterspritzung.org

Termine 2019 I 10.00 – 17.00 Uhr

12./13. April 2019	I	**Wien**
17./18. Mai 2019	I	**Düsseldorf**
20./21. September 2019	I	**Hamburg**
04./05. Oktober 2019	I	**München**

In Kooperation mit
IGÄM – Internationale Gesellschaft für Ästhetische Medizin e.V.
Paulusstraße 1 I 40237 Düsseldorf
sekretariat@igaem.de I www.igaem.de

Dieser Kurs wird unterstützt von

GALDERMA TEOXANE THE EXCELLENCE OF SWISS SCIENCE

Hinweis: Die Ausübung von Faltenbehandlungen setzt die medizinische Qualifikation entsprechend dem Heilkundegesetz voraus. Aufgrund unterschiedlicher rechtlicher Auffassungen kann es zu verschiedenen Statements z. B. im Hinblick auf die Behandlung mit Fillern im Lippenbereich durch Zahnärzte kommen. Klären Sie bitte eigenverantwortlich das Therapiespektrum mit den zuständigen Stellen ab bzw. informieren Sie sich über weiterführende Ausbildungen, z. B. zum Heilpraktiker.

Faxantwort an
+49 341 48474-290

☐ Hiermit melde ich folgende Person zu dem unten ausgewählten Kurs Anti-Aging mit Injektionen verbindlich an:

Titel, Name, Vorname

Die Allgemeinen Geschäftsbedingungen der OEMUS MEDIA AG (abrufbar unter www.oemus.com/agb-veranstaltungen) erkenne ich an.

E-Mail (Für die digitale Zusendung des Programms.)

Datum, Unterschrift

Stempel

DTG 3/19

Holbeinstraße 29 · 04229 Leipzig · Deutschland
Tel.: +49 341 48474-308 · event@oemus-media.de

OEMUS MEDIA AG

NSK

CREATE IT.

4+1 Aktion

Stellen Sie sich ihr individuelles Paket aus 5 Zi-Max Z Instrumenten zusammen. Der Gesamtpreis des Pakets verringert sich um den Preis des günstigsten Instruments im Paket. Diese Aktion gilt auch für Instrumente aus der Ti-Max und der S-Max M Serie.

QUALITÄT IN VOLLENDUNG

Ti-Max Z

Winkelstücke & Turbinen

NSK Europe GmbH

TEL.: +49 (0)6196 77606-0
E-MAIL: info@nsk-europe.de

FAX: +49 (0)6196 77606-29
WEB: www.nsk-europe.de