

# Überzeugungskraft und Rollenverständnis des Zahnarztes

| Lea Höfel



Für den Zahnarzt wird es immer wichtiger, seinen Patienten neue Methoden und Möglichkeiten in der Behandlung zu vermitteln. Die Zeiten, in denen – übertrieben ausgedrückt – für jedes Problem die Amalgamfüllung als Lösung angeboten wurde, sind lange vorbei. Von Veneers hat die Allgemeinbevölkerung zum Beispiel bisher wenig gehört und der Gedanke an ein sinnvolles Implantat lässt den einen oder anderen bloss auf dem Behandlungsstuhl zusammensacken.

**H**ier ist es wichtig, den Patienten von neuen und teilweise kostspieligen Methoden zu überzeugen, indem die Vorteile gegenüber veralteten Techniken verdeutlicht werden. Abgesehen vom fachlichen Wissen, über das Sie sicherlich stärker verfügen als ich, hängt der Erfolg Ihres Verhandlungsgeschicks überwiegend vom „Wie“ der Informationsvermittlung ab. Auch in Diskussionen mit Mitarbeitern im Praxisteam ist es durchaus hilfreich, die Fähigkeit zu besitzen, sich durchzusetzen und dabei seinen Gesprächspartner überzeugend mitzunehmen.

## Ehrliches Überzeugen

Der Begriff „Überzeugen“ wird häufig mit „Überreden“ und „übers Ohr hauen“ assoziiert. Allerdings hat jedes Gespräch, jede Gestik und jeder Gedankenaustausch im Grunde genommen einen manipulativen Charakter, da man bei dem Gegenüber etwas erreichen möchte. Man möchte vielleicht, dass der andere antwortet, dass er von seinem Standpunkt abrückt, dass er einen bemitleidet oder lediglich, dass er einem zuhört. Zu wissen, wie man auf den Gesprächspartner wirkt und was man genau möchte, hilft daher in erster Linie, dem Gespräch eine sinnvolle, zielorientierte Richtung

zu geben anstatt in Missverständnissen zu waten. Vorausgesetzt natürlich, man steuert den Verlauf nicht nur im eigenen Interesse, sondern berücksichtigt – in Ihrem Falle – auch die Wünsche der Patienten oder Mitarbeiter.

## Eigenes Rollenverständnis

Um zu überzeugen, müssen Sie sich im ersten Schritt Ihrer Rolle bewusst werden. Gegenüber dem Patienten sind Sie zwar der Zahnarzt, aber je nach Situation sind Sie in einem anderen Arzt-Patienten-Gefüge.

Im „Aktiv/Passiv“-Modell müssen Sie sich über Ihre Überzeugungskraft nicht allzu viele Gedanken machen. In Situationen, in denen gehandelt werden muss, wie zum Beispiel bei einer Ohnmacht oder wenn eine starke Blutung gestoppt werden muss, hat der Patient nicht viel zu sagen.

In dem Modell „Führung/Mitwirkung“ jedoch, wenn es um normale Behandlungen geht, möchte der Patient schon verstärkt informiert werden und mitreden. Ziel soll es sein, dass er gehorsam mitwirkt, also den Mund geöffnet hält



Arzt-Patienten-Modelle und zwischenmenschliche Professionalität.

oder vielleicht anfängt, Interdentalbürsten zu nutzen. Hier müssen Sie als Zahnarzt verstärkt in der Rolle des Handlungsanweisenden treten. Warum der Mund offen bleiben sollte, kann mit wenigen Worten erklärt werden, die nur von minimaler Gestik und Mimik begleitet sein müssen. Bei den Interdentalbürsten jedoch erwarten Sie von Ihrem Patienten eine Verhaltensänderung, die höheres informatives Engagement erfordert. Holen Sie in Ihren Erklärungen etwas stärker aus, nennen Sie die Vorteile und hinterlegen Sie diese eventuell noch mit wissenschaftlichen Fakten. Ohne eine gewisse aktive Körpersprache werden Sie den Patienten nicht mitreißen können. Hier braucht es also schon Fakten, Belege und persönliche Begeisterung.

Im „therapeutischen Arbeitsbündnis“ sind Fakten, Belege und persönliche Begeisterung ebenfalls gefragt. Sie befinden sich jedoch jetzt mit dem Patienten auf gleicher Ebene und sollten sich ihm in Sprache und Gestik versuchen anzupassen. Beispielsweise möchten Sie verschiedene Handlungsalternativen besprechen, z.B. Wurzelbehandlung oder Implantat; Sie möchten ihn für regelmäßige Air Flow-Besuche gewinnen oder verhandeln über die Folgebehandlungen nach einem operativen Eingriff. Sie erarbeiten also mit dem Patienten längerfristige und für ihn wohl zu überlegende Verhaltensänderungen. Der Patient weiß hier sehr wohl, dass der Zahnarzt Geld verdienen kann und ist misstrauisch, was die ehrenvollen Motive betrifft. Eine wirtschaftlich und menschlich positive Lösung erreichen Sie nicht von oben herab, Sie müssen sein Vertrauen gewinnen und glaubwürdig sein.

### Passende Signale senden

Besonders im therapeutischen Arbeitsbündnis ist es wichtig, sich der eigenen Wirkungsweise bewusst zu sein, damit sich der Patient angenommen und wohlfühlt. Hilfreich sind hier einige Regeln des Neurolinguistischen Programmierens, das (trotz seines gelegentlich schlechten Rufes) sehr zu einem gelungenen Kommunikationsverlauf für beide Seiten beiträgt.

Spiegeln Sie ruhig ein wenig die Körpersprache Ihres Gegenübers. Fasst er sich häufig ins Haar, schadet es nicht, wenn Sie sich auch die Haare aus der Stirn

streichen. Legt er die Hände auf den Tisch und Sie verstecken Ihre hinteren Stuhl, haben Sie wenige Übereinstimmungen. Ist er anfangs aufgeregt und hektisch in den Bewegungen, können Sie dies erst einmal kurz übernehmen, damit Gemeinsamkeiten entstehen. Wenn Sie dann Ihre Bewegungen allmählich ruhiger werden lassen, wird Ihr Klient mitgehen und sich auch gleich gelassener fühlen.

Nennt der Patient Sätze wie „Ich sehe den Nutzen nicht“ oder „Das kann ich mir nicht vorstellen“, so antworten Sie am besten auch auf dem visuellen Kanal, also zum Beispiel „Lassen Sie uns das gemeinsam anschauen“. Jetzt mit einer auditiven Antwort zu reagieren, zum Beispiel „Wie hört sich das für Sie an?“, bedeutet, dass Sie in einer Fremdsprache reden, auf die er jetzt nicht reagieren möchte. Passen Sie sich an, und das Gespräch wird einen Verlauf nehmen, der für alle zufriedenstellend ist.

### Fazit

Erfolg in der Praxis hängt stark davon ab, wie selbstbewusst der Zahnarzt ist, und das im Sinne von „Welche Rolle habe ich gegenüber meinem Team und meinen Patienten?“ Sobald er sich seiner Rolle bewusst ist, führt der nächste Schritt zum Gelingen über die Beobachtung der Gesprächspartner. Was möchte der andere? Wie redet er und wie bewegt er sich? Daraufhin können Gemeinsamkeiten herausgearbeitet werden und die jeweiligen Interessen gewinnbringend aufeinander abgestimmt werden. Die Mischung aus beruflichem Know-how und zwischenmenschlicher Professionalität ist also auch in der Zahnarztpraxis gefragt und notwendig.

## autorin.

### Dipl.-Psychologin Lea Höfel

Studium der Psychologie an der Universität Leipzig, zzt. Promovendin zum Thema „Experimentelle Ästhetik“. Internationale Veröffentlichungen und Tagungsbeiträge zu kognitiven Grundlagen der Ästhetik und Psychologie in der Zahnheilkunde.

Zusätzliche Ausbildungen: Entspannungstrainerin und Journalistin, Heilpädagogisches/Therapeutisches Reiten.

Jetzt können  
Zahnärzte  
auf drei zählen.

## CHARLY XL

- ▶ Für die engagierte, anspruchsvolle und zukunftsorientierte Praxis
- ▶ Für die Ein- oder Mehrbehandlerpraxis
- ▶ Für karteiloses Arbeiten
- ▶ Für Praxen mit QM und Umsetzungen der RKI-Richtlinien
- ▶ Für Praxen, denen Controlling wichtig ist
- ▶ Ab 11.895,- Euro

## CHARLY S

- ▶ Für die engagierte, zukunftsorientierte Praxis
- ▶ Für den Einstieg in die digitale Welt
- ▶ Für Ein- und Mehrbehandlerpraxen
- ▶ Ab 7.622,- Euro

## CHARLY XS

- ▶ Für die schnelle, präzise und einfache Abrechnung
- ▶ Für Praxen, die nicht mehr digitalisieren wollen
- ▶ Für Praxen mit maximal 2 Arbeitsplätzen
- ▶ 160,- Euro Monatspauschale

Gerne sagen wir Ihnen, welche Version von Charly am besten zu Ihnen passt. Rufen Sie einfach Frau Koumelli unter 070 31.46 18 74 an oder surfen Sie bei [www.solutio.de](http://www.solutio.de) vorbei.

Charly auf der Messe:

**Infodental Mitte Frankfurt**

10. November 2007, Halle 5.0, Stand B 50



**CHARLY**

DIE SOFTWARE VON SOLUTIO