



Unterschiedliche Persönlichkeitsprofile in der Praxis erkennen und verstehen

Wege zur Optimierung der Kommunikation mit dem Patienten

Der Umgang mit Menschen nimmt in der zahnärztlichen Praxis einen zentralen Stellenwert ein. Die Art und Weise, wie man auf die Wünsche und Bedürfnisse des Patienten eingeht, ist ein entscheidender Teil des Praxiserfolges. Das gesamte Praxisteam ist hierbei einzubeziehen. In dem Kurs „Persönlichkeitsprofile – sich selbst und ‚schwierige‘ Menschen besser verstehen“ an der Europäischen Akademie für zahnärztliche Fortbildung wurden von der Referentin Christine Rieder Strategien vorgestellt, wie man seine eigene Persönlichkeit einstufen kann und wie sich mit gezielter Gesprächstaktik Patienten unterschiedlichen Typs überzeugen und gewinnen lassen.

Zu Beginn des Kurses stellten die Teilnehmer eigene im Praxisalltag erlebte Konfliktsituationen vor. Trotz der Unterschiedlichkeit der einzelnen Menschen und Situationen lassen sich durchaus bestimmte Grundmuster in den Reaktionen erkennen. Grundlage hierfür ist, dass die Persönlichkeit eines Menschen und sein Wesen durch die in den verschiedenen Lebensbereichen und Situationen eingenommenen Rollen „hindurchwirkt“ (personare ist das lateinische Wort für „hindurchtönen“). Teilt man nun die Persönlichkeit in verschiedene Gruppierungen ein, so lassen sich daraus die unterschiedlichen Verhaltensmuster ableiten. Eine weit verbreitete und einfach in der Praxis anwendbare Einteilung stellt das DISG-Persönlichkeitsmodell dar. Hierin werden vier Typen unterschieden: der dominante Typ, der initiative Typ, der stetige Typ und der gewissenhafte Typ.

Der dominante Typ

Im Fokus einer dominanten Persönlichkeit steht die Ergebnisorientierung. Dominante Menschen sind Gestalter und fühlen sich herausgefordert, wenn Opposition oder Kon-

kurrenz überwunden werden muss. Der Status quo wird in Frage gestellt und klare Aussagen und Antworten werden bevorzugt.

In der Praxis treten dominante Patienten sehr bestimmt und selbstbewusst auf. Wichtig für den Zahnarzt und das Team bei solchen Patienten ist, dass man Alternativen und Wahlmöglichkeiten anbietet und den Patienten bei der Entscheidung mit einbezieht. Der Patient muss das Gefühl haben, er hätte den Eingriff bzw. die Behandlung selbst entschieden, dann wird er nachher auch etwaige Probleme besser akzeptieren. Im Gespräch sollten die Aussagen klar und prägnant sein und die Quintessenz kurz zusammengefasst werden.

Der initiative Typ

Der initiative Mensch ist spontan, positiv denkend und sehr extrovertiert. Er ist motiviert, andere zu überzeugen und auch in Gruppen die Aktivitäten zu übernehmen bzw. zu initiieren. Diese Menschen lieben es, in Gesellschaft zu sein und andere für eine Sache zu begeistern. Man erkennt in der Praxis solche Patienten an der Lockerheit und Freundlichkeit im Umgang mit anderen Menschen. Der Zahnarzt sollte im Gespräch vor allem für die Emotionen des Patienten Verständnis zeigen und in Konfliktsituationen beruhigend auf ihn einwirken, die Person in den Mittelpunkt stellen – nicht die Fakten. Auch bei der Vorstellung verschiedener Behandlungsalternativen sind weniger die „technischen“ Details von Interesse, als vielmehr die Erfahrungsberichte anderer Patienten und vor allem die Angabe von Referenzen.

Der stetige Typ

Der stetige Typ arbeitet gerne mit anderen Menschen zusammen, ist aber lieber Teammitglied als Teamleiter. Stetige sind gute Strategen, sie benötigen jedoch klare Abmachungen, ein berechenbares Umfeld und klar



vorhersehbare Abläufe. Die Eigenschaften Geduld und Zuhören sind beim stetigen Typ besonders ausgeprägt. Im Gegensatz zu den dominanten und initiativen Menschen ist der Stetige eher introvertiert und ruhig, gewinnt man ihn aber für sich, so zeichnet er sich durch Offenheit und Ehrlichkeit aus. Stetige Patienten sind dann die treuesten in der Praxis. Wichtig ist vor allem, den Patienten bei der Entscheidung über Behandlungsalternativen zu führen, wenn nicht sogar die Entscheidung abzunehmen. Der Lösungsvorschlag muss klar geschildert und Schritt für Schritt erklärt werden.

Der gewissenhafte Typ

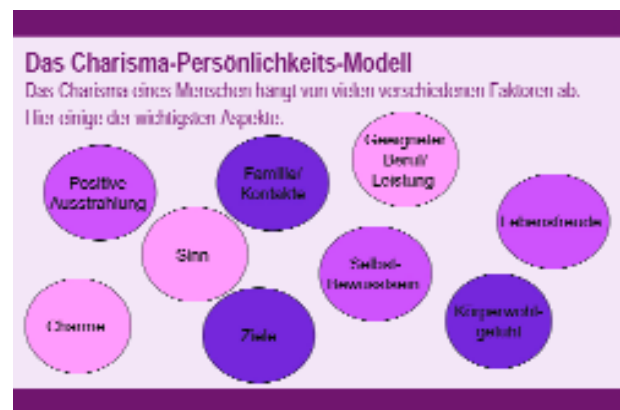
Gewissenhafte Menschen sind diplomatisch, wägen genau das Pro und Kontra ab und achten auf Präzision und Genauigkeit. Ordnungsliebe und Perfektionismus sind in dieser Gruppe häufiger vertreten. Daher sind gewissenhafte Menschen auch häufig kritische Patienten, die genau nachfragen und auf eine lückenlose, detaillierte Begründung Wert legen. Als Zahnarzt sollte man es vermeiden, sich auf eine Diskussion mit einem Gewissenhaften einzulassen, da er dazu neigt, rechthaberisch zu sein. Sachlichkeit bei der Vorstellung von Lösungsmöglichkeiten mit dem Erklären von Vor- und Nachteilen stehen hier bei der Gesprächsführung im Vordergrund.

Aus seinem eigenen Typ heraus die richtige Gesprächstaktik wählen

Entscheidend bei der Kommunikation mit dem Patienten ist nicht nur, auf die Bedürfnisse der einzelnen Typen einzugehen, sondern auch in Gesprächs- und Konfliktsituationen aus der Kenntnis seines eigenen Typs heraus sich selbst einzuschätzen und dementsprechend zu handeln. Ist man z.B. ein dominanter Typ, so sollte man sich beim Zusammentreffen mit einem anderen dominanten Typ bewusst zurücknehmen oder als gewissenhafter Typ sich nicht in Diskussionen mit einem anderen gewissenhaften Typ verzetteln. Nur durch gezielte Gesprächstaktik kann das Praxisteam auf den Patienten eingehen und überzeugen. Der Erfolg wird dann eine lang andauernde Patientenzufriedenheit sein.

Wege zur Selbsteinschätzung

Spannend wurde es dann im Kurs, als Fragebögen verteilt wurden, anhand derer man seinen eigenen Persönlichkeitstypus ermitteln und seine Reaktion in den eingangs geschilderten Konfliktsituationen analysieren konnte. In vielen Fällen stimmten Reaktionsweise und ermittelter Typ überein. Im letzten Teil des Kurses wurde neben dem DISG-Persönlichkeitsmodell auch das *Charisma-Persönlichkeitsprofil* vorgestellt (s. Grafik).



© 2005 Christine Rieder, professional image

Charisma stammt aus dem Altgriechischen und bedeutet übersetzt soviel wie „Aufmerksamkeit auf sich ziehen“. Charis war die Göttin der Anmut und Liebe. Charisma wird durch eine Reihe von Eigenschaften wie herzlich, begeisterungsfähig, leidenschaftlich, selbstbewusst, glücklich, attraktiv etc. bestimmt. Auf einer Skala von 1 bis 10 kann man die Ausprägung dieser Eigenschaften ankreuzen und damit den Grad des Charisma-Profiles ermitteln. Am Ende dieses Kurses, nachdem sich die Teilnehmer im Laufe des Kurstages kennen lernen konnten, wurde die Bewertung der eigenen Person anonym von jedem einzelnen Teilnehmer durchgeführt. So hatte man ein relativ objektives Feedback seines Charismas – zumindest was den ersten Eindruck seiner Person betraf.

Insgesamt vermittelte der Kurs recht plastisch die Grundlagen der Persönlichkeitsmodelle und bot die interessante Möglichkeit, seine eigene Persönlichkeit in der Selbstanalyse verstehen zu lernen. Bleibt nur noch der Schritt, dies auch in den entsprechenden Situationen in der Praxis umzusetzen ...

Prof. Dr. Albert Mehl,
München