



WissensImpuls



# Telefonfortbildung

**Motivation fördern, Gesundheit zum Thema machen**

**Weg mit der Lösung – her mit dem Problem**

16.07.2021

# Agenda



WissensImpuls

- ▶ 1.) Was ist das Problem? Wie entsteht Motivation?
  - ▶ Diskrepanzen erzeugen
- ▶ 2.) Wie kann ich in der Gesprächsführung vorgehen?
  - ▶ Beispieltechnik: Dringlichkeitsskala
- ▶ 3.) Woran scheitert es noch?
  - ▶ Volition/Dranbleiben

## **Zusammenhang Arbeitslosigkeit und Gesundheit (Kroll et al., 2016):**

- ▶ Subjektiv schlechterer Gesundheitszustand
- ▶ ungünstigeres Gesundheitsverhalten (Ernährung, Bewegung, Suchtverhalten)
- ▶ Geringe Nutzung von Präventionsleistungen, aber erhöhte Inanspruchnahme kurativer gesundheitlicher Leistungen

## **Rollen der Agentur für Arbeit, Jobcenter (und Krankenkassen):**

- ▶ Gute Gesundheit wesentlich für dauerhafte Erwerbsfähigkeit, heutige Arbeitswelt verlangt stärkere Flexibilität und längere Erwerbsbiografien
- ▶ Prävention ist wirksamste Mittel zur Vermeidung von Erkrankungen bzw. Stärkung der Leistungs- und Beschäftigungsfähigkeit
- ▶ AA und JC haben Zugang zur Zielgruppe und können diese für die eigene Gesunderhaltung sensibilisieren

**ABER Motivationsentstehung = sehr komplexer, dynamischer Prozess**

# Stufen des Motivationsprozesses



WissensImpuls

PHASE 1 Absichtslosigkeit	PHASE 2 Absichtsbildung	PHASE 3 Vorbereitung	PHASE 4 Handlung	PHASE 5 Aufrechterhaltung
<ul style="list-style-type: none"><li>• IST-Zustand entspricht SOLL-Zustand (<b>Alles ist so, wie es sein soll, ich finde mich zurecht</b>)</li><li>• Fehlendes Problembewusstsein (<b>Wozu sollte ich was ändern? Ich sehe keinen Nutzen darin...</b>)</li><li>• Angst vor Veränderungen (<b>Ich bleibe lieber bei dem, was ich habe...Wer weiß, was da auf mich zu kommt...</b>)</li><li>• Forderungen von außen führen zum Widerstand (<b>Was soll das? Das ist meine Sache...</b>)</li></ul>	<ul style="list-style-type: none"><li>• Klient befindet sich zwischen den verschiedenen Handlungsoptionen (<b>Vielleicht so oder so...</b>)</li><li>• Abwägen der Vor- und Nachteile der Alternativen, noch kein Fazit (<b>Einerseits...Andererseits...Ja, aber...</b>)</li><li>• Finale Entscheidung kann auch lauten: <b>keine Veränderung! (Da habe ich doch keine Lust zu...Ich lass es lieber...)</b></li></ul>	<ul style="list-style-type: none"><li>• Vorteile einer Veränderung überwiegen immer mehr</li><li>• Konkrete Handlungsabsicht in absehbarer Zeit</li><li>• Erste Pläne werden geschmiedet</li></ul>	<ul style="list-style-type: none"><li>• Umsetzung der gefassten Pläne</li><li>• Beharrliches Verfolgen des Ziels</li><li>• Ausprobieren neuer Verhaltensweisen</li></ul>	<ul style="list-style-type: none"><li>• Zunehmende Selbstsicherheit</li><li>• Bewertung des Handlungsergebnisses durch den Handelnden</li><li>• Ist das Ziel nicht erreicht: a) Neuplanung, b) Anspruchssenkung</li></ul>

# Diskrepanzen erzeugen

Wenn **IST=SOLL** → keine Motivation vorhanden (**Absichtslosigkeit**)

- ▶ es braucht also **Diskrepanz** → Aber wie erreichen?

**PHASE 1 Absichtslosigkeit** (erkennbar an: Zurückweisung von Änderungsbedarf):  
Was tun? Durch **Fragen** Ambivalenzen erzeugen!



- ▶ 1. Steigerung des Problembewusstseins

- ▶ freundliches, aber hartnäckiges Nachfragen (am Ball bleiben, aber keine Richtung vorgeben)
- ▶ Vermittlung von Informationen (abwägen, wie viele Infos notwendig)
- ▶ **ACHTUNG:** Berater/in soll hier nicht bestimmen, was richtig und was falsch ist



- ▶ 2. Emotionales Erleben

- ▶ je positiver affektive Einstellung zu einem bestimmten Zielzustand ausfällt, desto schneller können bindende Ziele generiert werden, während negative Affekte die Motivation schwächen → Zeit nehmen, Emotionen zu vertiefen, auszumalen
- ▶ „*Sehnsucht nach Gesundheit (und Arbeit)*“

# Diskrepanzen erzeugen

**PHASE 2 Absichtsbildung** (erkennbar an: Äußerungen, die eine mögliche Verhaltensänderung andeuten, allerdings noch sehr ambivalent sind: „Einerseits-andererseits-Sätze“):

Was tun? Durch **reflektierendes Zuhören/vereinzelte Fragen** Ungleichheit zwischen IST und SOLL verstärken!

- ▶ Fokus auf positiven Argumenten des Kunden/der Kundin (!) FÜR eine Veränderung
- ▶ Achtung: Keinen Druck erzeugen! Kundin/Kunde hat immer die Freiheit zurückzurudern!
- ▶ Selbstwirksamkeit steigern: Bekräftigen, Stärken, frühere Erfolge thematisieren



# Diskrepanzen erzeugen und entwickeln

## Change-talk anstoßen

### Change-talk-Beispiele (Aussagen der Kundin/des Kunden):

*„Es wäre schön, wenn ich mir nicht mehr so viel Sorgen machen müsste“*

*„Ich müsste mich mehr bewegen, um meine Rückenschmerzen zu lindern.“*

*„Ich will ja mit dem Rauchen aufhören, aber...“*

Es gibt verschiedene Techniken, um Change-talk beim Gegenüber anzustoßen.



# Beispieltechnik: Dringlichkeitsskala

- ▶ Skalierungsarbeit ist meist sehr gewinnbringend → vage Gefühle werden greifbar gemacht (sie erscheinen plötzlich objektiv)
- ▶ **ACHTUNG:** nicht mit der 0 arbeiten → Wert 0 ist etwas Absolutes, sogar „keine Fähigkeiten/Wichtigkeit“ klingt da noch besser als Null



**ACHTUNG: Mit den Skalenwerten muss gearbeitet werden!**

# Beispieltechnik: Dringlichkeitsskala

## Beispiel:

**B:** Auf einer Skala von 1 (unwichtig) bis 10 (sehr wichtig): Wie wichtig ist es Ihnen, abzunehmen?

**K:** Nicht so wirklich wichtig, vielleicht so ne 4.

**B:** Wieso ordnen Sie sich so ein? Warum denn **schon** eine 4?

**K:** Na ich bin manchmal schnell außer Atem und kann nicht mehr so gut mit meinen Kindern toben.

**B:** Es ist Ihnen also wichtig, mit Ihren Kindern spielen zu können.

**K:** Ja, na klar.

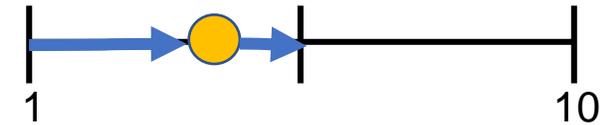
**B:** Was müsste passieren, damit Sie sich für 5 oder gar 6 entscheiden – anstelle von 4?

**K:** Wenn meinen Kindern nicht mehr hinterherlaufen kann, wenn sie mal wieder weglaufen oder ich noch mehr Schmerzen bekomme.

**B:** Sie haben also schon gewichtsbedingte Schmerzen.

**K:** Ja, manchmal habe ich Rückenschmerzen und komme schlecht aus dem Bett.

...



**Kundin/Kunde muss selbst (!) Wünsche, Vorteile, Notwendigkeiten oder Fähigkeiten für eine Veränderung aussprechen**  
**Rolle Beraterin/Berater: Passende Fragen stellen, Vertiefen, Verstärken durch Reflektion**

# Woran scheitert es noch? Volition/Dranbleiben!



WissensImpuls

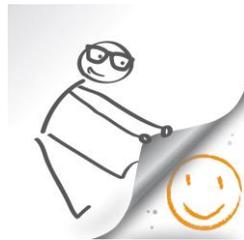
Jemand macht etwas nicht, obwohl man sich ganz sicher ist, dass er prinzipiell möchte und motiviert ist → dann liegt das Problem vielleicht im Bereich Volition

## Volition bzw. Handlungskontrolle (Kuhl, 1983)

### 1) Aufmerksamkeitskontrolle:

*„Verdammt, heute wollte ich ja Laufen! Hab das total vergessen.“*

→ daher Sachen aufschreiben, Erinnerung im Handy/Kalender, Klebepunkt aufs Handy; sich von „Versuchungen“ ablenken



### 2) Emotionskontrolle:

*„Bin nicht in Stimmung, um Laufen zu gehen“*

→ Emotionen selbst steuern, positive Emotionen hervorrufen, z.B. mit Freunden zum Sport verabreden

# Woran scheitert es noch? Volition/Dranbleiben!



## 3) Motivationskontrolle:

*„Heute habe ich überhaupt keine Lust zu Laufen“*

→ Ziel mit Positivem verbinden, um motiviert zu bleiben, z. B. beim Laufen Hörbuch hören (und nur dann!)

## 4) Umweltkontrolle:

*„Statt zu Laufen habe ich heute 3 Stunden Serien geschaut“*

→ z. B. Süßigkeiten nicht im Haus haben, weniger Kontakt zu rauchenden Personen



## 5) Sparsame Informationsverarbeitung:

*„Ich weiß nicht, ob ich besser joggen oder walken gehen soll, beides hat Vor- und Nachteile“*

→ Nicht bis in Unendlichkeit abwägen und Informationen sammeln – Stichtag setzen, an dem Entscheidung fällt, z.B. Ernährung (für welche Richtlinie entscheide ich mich)



# Vertiefende Angebote



WissensImpuls

- ▶ Seminar „Gesundheitsorientierte Beratungsgespräche“ Langversion oder Kurzversion
- ▶ Vertiefungsseminare, z.B. Umgang mit psychischen Problemen, Umgang mit Widerstand
- ▶ Coaching, z.B. zu Anliegen wie „Ich möchte ohne Befürchtungen auch Themen wie Alkohol ansprechen können.“
- ▶ Bei Interesse und für weitere Informationen:  
<https://www.wissensimpuls.de/seminare/> oder per Mail an [geisler@wissensimpuls.de](mailto:geisler@wissensimpuls.de)



WissensImpuls

**VIELEN DANK FÜR IHRE  
AUFMERKSAMKEIT!**

WissensImpuls  
Reisewitzer Str. 80  
01159 Dresden

Tel: +49 351 274991 - 0

Fax: +49 351 274991 - 90

E-Mail: [info@wissensimpuls.de](mailto:info@wissensimpuls.de)

16.07.2021