

20.

JAN 2014

Fotolia.com

CHEFSACHE

Ein guter Auftakt

Du hast eine Praxis übernommen und willst mit Deinen Bestandspatienten ein erstes Mal in Kontakt treten? Dann ist der Patientenbrief das Richtige für Dich. Erfahre hier, wie Du ihn am besten gestaltest.



Die Oralchirurgen Dr. Jan Christoph Uekermann und Dr. Heidrun Fritze haben den Schritt gewagt und im Oktober 2012 eine Praxis in der Ulmer Innenstadt übernommen. Um sich bei den Patienten erst einmal als neue Praxisinhaber vorzustellen, haben sich die beiden intensiv mit dem Thema Patientenbrief auseinandergesetzt.

„Bei unserer Praxisübernahme hatten wir einiges an Glück. So hat unser Abgeber bereits im Vorfeld seine altersbedingte Praxisübergabe und uns als Übernehmer in einem ersten Brief an die Patienten wohlwollend angekündigt. Unser Begrüßungsschreiben ging danach gleich schon viel einfacher von der Hand“, sagt Uekermann mit erleichterter Miene.

Verteiler prüfen - und abspecken

Von der Gründungsphase berichten die beiden Existenzgründer sehr gerne: Sie war spannend, wenn auch extrem anstrengend. „Die von uns übernommene Patientenkartei war sehr groß, daher mussten wir erst einmal den Adressverteiler auf Effizienz hin prüfen und abspecken. Die Entscheidung fiel zugunsten derjenigen Patienten, die in den letzten fünf Jahren die Praxis aufgesucht hatten. Nur diese haben wir angeschrieben“, erzählt Fritze über die ersten Schritte in Richtung Patientenbrieferstellung.

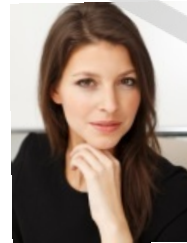
Als nächster Handlungsschritt stand der Export der Patientendaten aus der Praxis-Software in Excel an, um die Daten anschließend nach gewissen Kriterien filtern zu können. Ein praktischer Tipp, der Kosten einspart: Familien solltest Du immer unter einer Adresse zusammenfassen, damit an einen 4-Personen-

Haushalt nicht vier Briefe, sondern nur einer versendet werden. Eine Prüfung auf Vollständigkeit der Daten und Löschung der Rückläufer vorangegangener Schreiben (etwa Abgeberabschiedsbrief) ist ebenfalls sinnvoll.

Das große Formulieren

Uekermann: „Für die Serienbrieferstellung haben wir die Daten genau sortiert und um die persönliche Anrede ergänzt. Gerade die personalisierte Ansprache der Patienten war uns besonders wichtig. Für die inhaltliche Gestaltung des Briefes haben wir uns erst einmal zurechtgelegt, was uns überhaupt zu sagen wichtig ist: Vita, Philosophie, Alleinstellungsmerkmale und vieles mehr.“

Blogger

**Nadja Alin Jung**Diplom-Betriebswirtin,
BdZA-BeiratNadja Alin Jung ist
Gründerin und
Geschäftsführerin des
Unternehmens "m2c |
medical concepts &
consulting".

Rubriken

AUS DEM AUSLAND

STUDENTISCHES

PRO & CONTRA

STATEMENT

CHEFSACHE

KOLUMNE

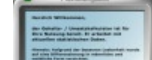
letzte Einträge

 CHEFSACHE 20.01.2014
Ein guter Auftakt KOLUMNE 17.01.2014
Hauptsache Stempel STUDENTISCHES 15.01.2014
**Mit viel Spaß durch die
Prothetik** KOLUMNE 10.01.2014
Was mit Krankheit ist ...

meistgeklickt

**Ameloblastisches
Fibroodontom**[mehr](#)

NACHRICHT 17.01.2014

**Kostenloser Gehaltsrechner
hilft beim Kalkulieren**

Dann ging das große Formulieren los: "Im oberen Absatz sind wir noch einmal auf die Übernahmegegebenheiten eingegangen. Gerade hier sollte man dem Patienten die ersten Fragen beantworten können: Warum wird die Praxis übernommen? Ab wann ist der neue Behandler in der Praxis anzutreffen? Behandelt der Abgeber noch übergangsweise mit?", weiß Uekermann aus eigener Erfahrung.

Vertrauensbildung wird groß geschrieben

„Im mittleren Absatz haben wir den Patienten über unseren beruflichen Werdegang und die einzelnen Stationen unserer Ausbildung, ebenso wie über unsere Spezialisierung, informiert. Uns war es wichtig, dass der Patient etwas über unsere Erfahrung, Qualifikation und unsere generelle Behandlungsphilosophie erfährt. Vertrauensbildung wird hier groß geschrieben“, erklärt Uekermann weiter.

Fritze fügt hinzu: „Die zwischenmenschliche Ebene sollte jedoch in keinem Fall zu kurz kommen. Wir haben noch einige Worte über unseren herzlichen Bezug zu der Stadt Ulm ebenso wie über das übernommene Praxis-Team geschrieben. Der Patient möchte schließlich nicht nur kompetent behandelt werden, sondern sich auch bei dem Übernehmer menschlich gut aufgehoben und wohl fühlen.“

Verweis auf die Homepage

Lass auch in keinem Fall aus, auf Deine neue Homepage einzugehen beziehungsweise sollte diese zum Zeitpunkt der Brieferstellung noch nicht fertig gestellt sein, zumindest eine Web-Visitenkarte zu nennen und den Patienten zum Besuch einzuladen. Gleiches gilt für den Praxis-Flyer. Sollte es mit der Erstellung zeitlich passen, ist ein Flyer im Patientenbrief eine perfekte Lösung, sich dem Patienten vom ersten Moment an richtig zu präsentieren.

Das nur am Rande: Am Briefende empfiehlt es sich immer, eine digitalisierte handschriftliche Signatur einzufügen, um ihm eine persönliche Note verleihen. Entscheidend ist jedoch nicht nur der Inhalt des Briefes, sondern auch seine Optik.

Ein Gesicht zu dem neuen Namen

Nur: Wie sollte ein professionell gestalteter Brief aussehen? In jedem Fall solltest Du Praxis-Briefpapier, das Dein Logo ziert beziehungsweise in Corporate Design gestaltet ist, verwenden. Die Fußzeile sollte alle wichtigen Daten wie Deine neue Homepage-Adresse und Deine E-Mail-Adresse beinhalten. Besonders einprägsam ist es für den Patienten, wenn ein Foto von Dir mit abgebildet ist, sollte der Flyer noch nicht fertiggestellt sein. Das gibt dem Patienten gleich ein Gesicht zu dem neuen Namen.

„Beim eigentlichen Versand des Briefes haben wir uns dann klar für einen externen Dienstleister entschieden. Mehrere tausend Briefe selbst zu kuvertieren stand für uns in keinem Kosten-Nutzen-Verhältnis, ganz abgesehen vom Nerv-Potenzial, dass eine solche Aktion in der generell schon stressigen Gründungsphase mit sich bringt. Ebenso haben wir bei der Auswahl von Briefpapier und Umschlag bereits im Vorfeld genau auf die Grammatik geachtet um erhöhte Portokosten später zu vermeiden“, sagt Fritze.

„Bei uns kam es zudem noch dazu, dass wir genau auf die Zeitschiene des Versands der Briefe achten mussten. Da unsere Praxis für Umbauarbeiten kurze Zeit geschlossen war und das Telefon somit nicht besetzt, sollten die Briefe erst dann die Patienten erreichen, wenn alles abgeschlossen und der Empfang wieder besetzt war. Denn wenn der Patient den Brief erhält und direkt zum Hörer greift, macht ein geschalteter Anrufbeantworter nicht den besten ersten Eindruck“, erklärt Uekermann abschließend.

Die Chance richtig nutzen

Unser Fazit: Beim Patientenbrief kommt es darauf an, die Chance zur ersten Kontaktaufnahme mit dem Patienten richtig zu nutzen und die Praxisübernahme auf diese Weise so fließend wie möglich zu gestalten. Ziel ist, den Patienten neugierig zu machen, ihn zu einem Besuch in der Praxis zu bewegen und durch den rechtzeitigen Versand so wenig Patienten wie möglich zu verlieren.

Autorin Nadja Alin Jung

Co-Autoren Dr. Jan Christoph Uekermann und Dr. Heidrun Fritze

www.zahnarzt-im-gindele.de

Mehr zum Thema



POLITIK 22.10.12 / 16:12
SPD will den Patientenbrief



mehr



16.01.2014

**App warnt vor Handysucht -
und sammelt Daten**

mehr