

Informieren – nicht belehren!

Die Informationsgesellschaft hat auch ihre Nachteile: Überinformation. Wo der Patient früher noch mit einem Kurzhinweis auf die Hintergründe einer Behandlungsform zufrieden war, steht heute manchmal der Informationskollaps.

Reinhard Bröker/Freising

■ **Da ist der überinformierte Patient**, der mit siebenunddreißig ausgedruckten Seiten aus dem Internet dem Praxisteam zu Leibe rückt, da ist die gefürchtete Doppelnamen-Patientin, die auf jeden Hinweis eine einschränkende Entgegnung parat hat, und da ist der ganz „normale“ Patient, der einfach nur mehr Informationen braucht, um seine Entscheidungsfindung zu unterstützen.

Der durchschnittliche Beratungsaufwand pro Patient dürfte sich in den letzten Jahren verdoppelt haben. Und nicht nur, weil erklärungsbedürftige Behandlungen zugenommen haben, oder weil der tatsächliche oder vermeintliche Kostendruck beim Patienten die Frage nach tatsächlich oder vermeintlich günstigeren Therapieformen zur Kommunikation und Information zwingt – beim Patienten ist auch ein schleichendes Misstrauen gegenüber dem

Arzt, seinen Behandlungs- und Honorar-modalitäten entstanden, das über ein Mehr an Informationsnachfrage seinen Ausdruck findet.

Auch die Ausdifferenzierung des zahnärztlichen Behandlungsfeldes, die Ausweitung ästhetischer Fragen, die Sensibilität hinsichtlich der Werkstoffe, bis hin zur Patientenerwartung, dass der (Zahn-) Arzt gleichsam eine Gewissensverwandtschaft mit dem Patienten haben müsse, die starke Inanspruchnahme psychologischer Aspekte, alle diese Aspekte auf der Nachfrageseite des Patienten begünstigen auf der Angebotsseite Informationsformen, die im Idealfall schriftlich fixiert viele mündlichen, zeitlich aufwendigen Informationsformen überflüssig machen: Gedruckte Praxisinformationen.

Und so versuchen viele Praxen – und das ist immer ein mutiger und anerkannter Versuch – über Faltblätter (Folder, wie es dann neudeutsch heißt) dem Patienten Informationen an (und in) die Hand zu geben, die dem Patienten weiterhelfen und die das Praxisteam gleichzeitig entlasten. So jedenfalls die Theorie.

Wozu genau und wie verbreiten?

Bevor Sie mit der Erstellung der Praxisinformation beginnen, sollten Sie sich darüber klar werden, was Sie genau mit dem Faltblatt bezwecken.

Eine Anfahrtsskizze z.B. auf einem Faltblatt, das faktisch nur an Patienten gegeben wird, die schon in die Praxis ge-

kommen sind, ist wenig sinnvoll – sie wissen ja, wo die Praxis liegt!

Wenn der Praxisfolder allerdings verschickt wird, wenn ein Patient das erste Mal einen Termin telefonisch vereinbart, dann ist eine Anfahrtsskizze natürlich durchaus sinnvoll.

Soll das Faltblatt die Beratung vorbereiten, die Beratungszeit minimieren, oder wollen Sie auf eine bestimmte Spezialqualifikation hinweisen und diese bewerben? Die Frage nach dem Zweck klärt die Inhalte, die Sie vermitteln. Auflisten, was alle Zahnärzte machen, bringt nicht viel. Aber zu sagen, was Sie besonders gut können und was Ihnen besonders am Herzen liegt, stellt Ihren Wettbewerbsvorteil besonders heraus. Wenn Sie ein tolles Team haben, schreiben Sie über Ihr tolles Team! Wenn Sie viel Geld in ein innovatives Equipment gesteckt haben, stellen Sie die Vorteile für den Patienten heraus!

Überlegen Sie gut, wie Sie Ihre Informationen ausgeben wollen. Es macht einen großen Unterschied, ob Sie das Faltblatt neben den Zeitschriften im Wartezimmer auslegen (wo die Exemplare bald irgendwo zum Ärger des Teams landen), an der Empfangstheke, auf einem eigens dafür beschafften Displayständer oder durch persönliches Überreichen ausgeben.

Grafik und Druck

Bedenken Sie, ob Sie den Folder selbst, von einer Person in Ihrem Team oder mit Unterstützung einer professionellen



▲ Broschüre Prophylaxeshop, Titelseite Format 12x12.