



## Auch E-Mails sind Geschäftsbriefe

Die kostengünstige, elektronische Post ist noch immer das Stiefkind der Kommunikation. Häufig werden E-Mails nicht wie normale Geschäftspost behandelt. Zahnärzte sollten sich bewusst machen, dass die Nichteinhaltung der Netiquette ein schlechtes Licht auf die Praxis werfen kann.

„E-Mails sind noch immer das Stiefkind der Kommunikation“, sagt Kerstin Schulz von DENTCOLLEGE. Die PR-Frau unterstützt Zahnärzte bei ihrer Öffentlichkeitsarbeit und hat die Erfahrung gemacht, dass elektronische Post häufig nicht wie normale Geschäftspost behandelt wird. Absenderangaben fehlen, die Betreffzeile bleibt leer und der Briefabschluss enthält ein sparsames MfG oder sogar nur den Nachnamen. „Dabei ist die E-Mail im Kontext der täglichen Praxiskommunikation oft lediglich das elektronische Pendant zum gedruckten Geschäftsbrief“, so Schulz. Ärzte sollten sich bewusst machen, dass E-Mails ohne eindeutigen Absender und Betreff ein schlechtes Licht auf die Praxis werfen. Häufig führen sie sogar zu ärgerlichen Missverständnissen, falschen Informationen und zum Verlust von Patienten oder Geschäftspartnern. „Eine kleine Checkliste hilft, E-Mails geschäftstüchtig zu machen“, meint die PR-Frau. Allerdings sollten neben den Inhabern auch alle Mitarbeiter der Praxis die Spielregeln kennen, die beim Mailen zu beachten sind. Von der korrekten Bezeichnung des Absenders und der Betreffzeile hängt ab, ob der Empfänger die Mail überhaupt liest. Deshalb darf die Absenderangabe nicht nur aus der Mailadresse bestehen, sondern man fügt einen Absendernamen hinzu. Dieser wird dann direkt vor der Mailadresse angezeigt. Wer als Arzt mit einer Adresse wie ks@gmx.de mailt, wirkt unseriös oder unbeholfen. Die Mailadresse sollte eindeutige Rückschlüsse auf die vorhandene Praxishomepage zulassen, beispielsweise info@praxis-mustermann.de. Der Betreff kann kurz, muss aber ausgefüllt sein. Bei einer Terminanfrage sollte

genau das in der Betreffzeile stehen. Manchmal notieren Patienten selbst keinen Betreff. Dann ist bei der Antwort darauf zu achten, einen Betreff zu ergänzen. Anderenfalls bekommt die Antwortmail aus der Praxis ein spärliches „Aw:“, aus dem für den Empfänger nicht hervorgeht, worum es sich handelt. Ganz irritierend sind E-Mails mit kryptischer Absenderadresse und ohne Betreff. „Die am besten gleich löschen!“, rät Kerstin Schulz.

Egal, wie kurz oder lang eine E-Mail ist – unter dem Text sollte der vollständige Absender stehen, wie es in gedruckten Geschäftsbriefen oben, unten oder am Rand gängige Praxis ist. Zum Absender gehören Vor- und Nachname, Name der Praxis und die Praxisadresse. Sinnvollerweise auch die Telefonnummer, E-Mail und Homepage, damit der Empfänger die Seriosität der E-Mail notfalls überprüfen kann. Bei Erstkontakten ist das durchaus üblich. Mailt man mit derselben Person über den Tag verteilt mehrmals hin und her, kann als stillschweigende Abmachung gelten, Absenderangaben nicht ständig zu wiederholen. Alternativ lässt sich das Mailprogramm so einstellen, dass jede verschickte E-Mail automatisch eine Absendersignatur erhält.

„Auch auf fehlerhafte Texte macht sich der Empfänger immer einen Reim“, beschreibt PR-Frau Schulz den letzten beachtenswerten Punkt für eine korrekte E-Mail. Wer in der Orthografie nicht ganz sattelfest ist, dem empfiehlt sie, E-Mail-Texte bei eingeschalteter Rechtschreibprüfung in einem Schreibprogramm zu verfassen. Mehr Hintergrundinformationen über Öffentlichkeitsarbeit in der Zahnarztpraxis finden Sie unter [www.dentcollege.de/themen/praxis-pr/praxis-pr-insider-zahnarztpraxis.htm](http://www.dentcollege.de/themen/praxis-pr/praxis-pr-insider-zahnarztpraxis.htm)

**Quelle: DENTCOLLEGE**