

Diagnostics Imaging Strategies for Patients with Stable Chest Pain and  
Intermediate Risk of Coronary Artery Disease: Comparative Effectiveness  
Research of Existing Technologies:

---



Coordinator: Marc Dewey

---

# Follow-Up Strategies

Viktoria Wieske



# Structure

---

- Central Issues
- How to Perform Follow-Up Survey
- Advertisement During Follow-Up Period
- Examples for Advertisement
- Summary

---

# Central Issues

# Central Issues

---

- How to perform the Follow-Up survey?
- How to achieve best possible return in this pragmatic RCT?
- Which actions can be taken during Follow-Up?

# Significance of Follow-Up

---

- Primary endpoint: MACE
  - Follow-Up is essential
  - **That is what it is all about!!!**

---

# How to Perform Follow-Up Survey

# Mandatory Information for Follow-Up

---

- Detailed contact information in advance
  - Phone number AND email AND address
  - Additional contact persons
    - Life partner or relatives AND
    - Referring physician
- Contact information must be written down and kept in patient data



# Follow-Up Procedure - „3 x 3“

---

- 3 steps reaching the patient
  - Email → letter → phone interview
- 3 levels acquiring information
  - Patient → contact person → referring physician
- 3 options answering FU-survey
  - Patient alone
  - Patient with proxy on site
  - Patient with proxy on phone

# When to Contact Patients?

---

- Follow-Up contact
  - FU1: 12 months after recruitment
  - Final FU
- Advertisement at strategic times
  - Christmas, easter, other holidays, patient`s birthday

# When to contact Referring Physicians?

---

- Follow-Up contact if necessary
- Advertisement during whole study period
  - Frequent information about DISCHARGE
  - Special packages to dedicated referring physicians

# Workflow Follow-Up

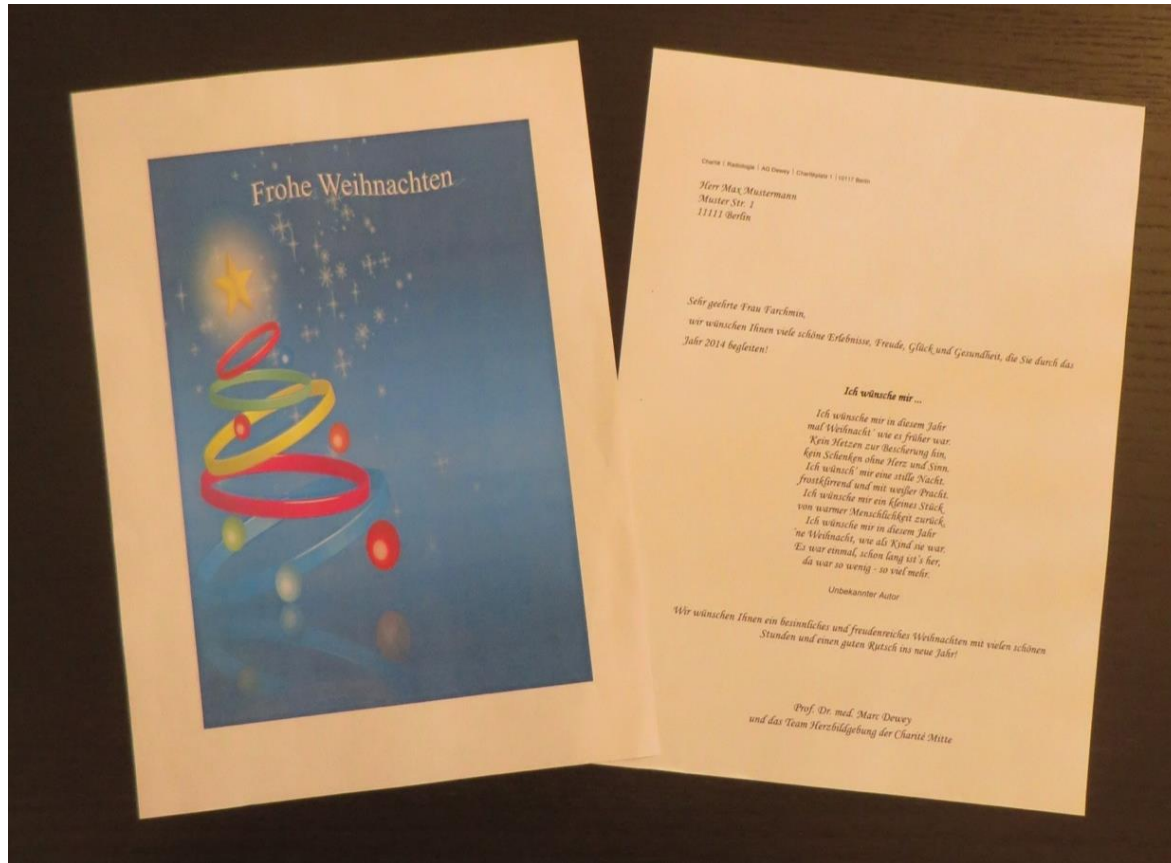
---



---

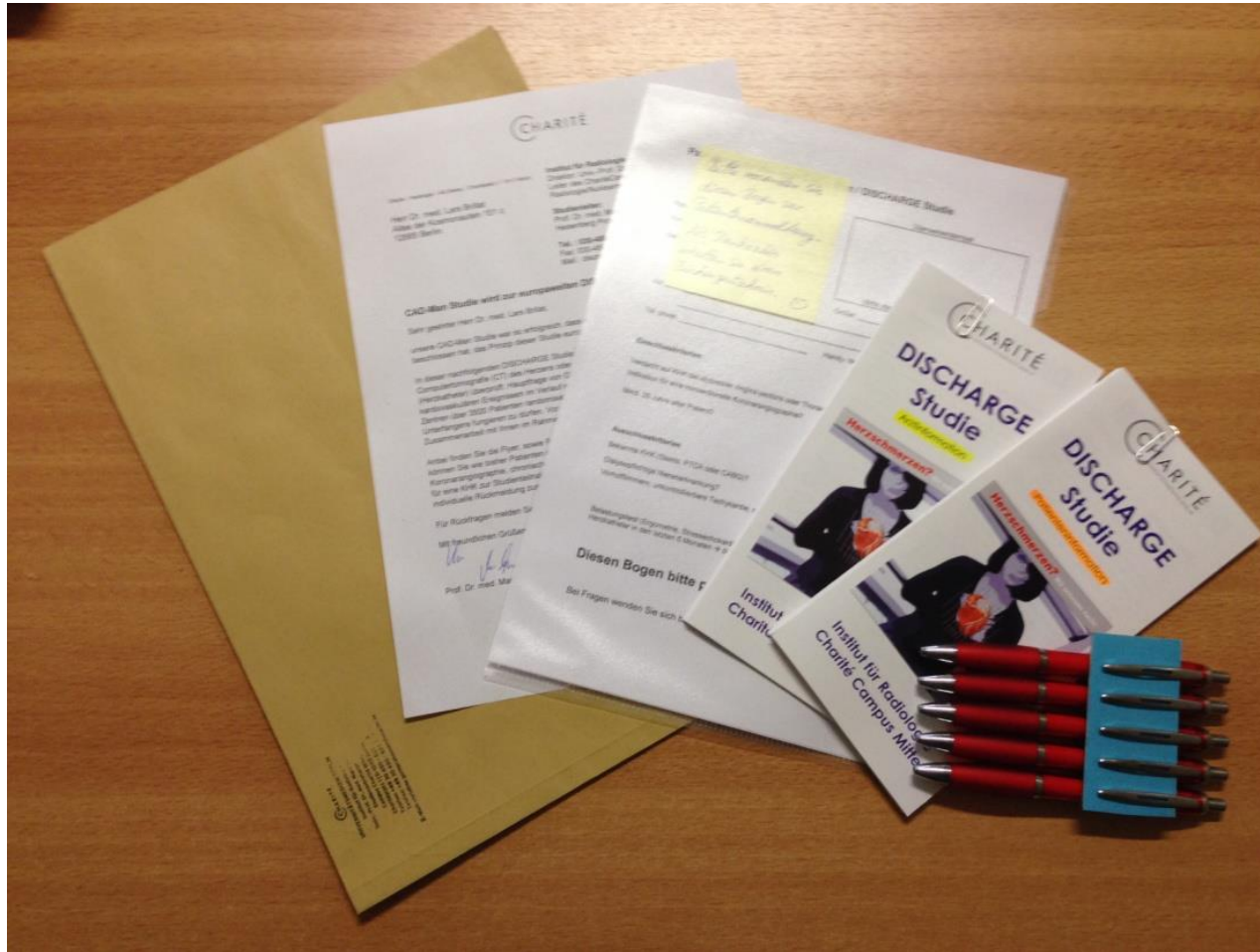
# Examples for Advertisement

# Christmas Letters for Patients



- Cover letter
- Christmas greetings
- Poem

# Christmas Package for Referring Physicians I



- Cover letter
- Flyer
- Pen
- Transfer forms



# Christmas Package for Referring Physicians II

Abgeliefert sind die Flyer, sowie FAX-Übersetzungsinformationen zur DISCHARGE Studie, denn können Sie wie bisher Patienten mit klinischer Indikation für eine konventionelle Koronarangiographie, chronischen Thoraxschmerzen und intermediärer Prästadiowahrscheinlichkeit für eine KHK zur Studienaufnahme überweisen. Wir werden Ihnen zu jedem Patienten eine individuelle Rückmeldung zusenden.

Für Rückfragen melden Sie sich bitte unter **030 450 527 264**.

Mit freundlichen Grüßen  
*Vor*   
Prof. Dr. med. Marc Delwy

*Bitte die weitere Nummer mit der mich ich wird sehr freuen!*



CHARITÉ - UNIVERSITÄTSMEDIZIN BERLIN  
Charitéplatz 1 | 10117 Berlin | Telefon +49 30 450-00 | www.charite.de

Patientenanmeldebogen CAD - Man / DISCHARGE Studie

Übersetzerstempel

Bitte verpacken Sie diesen Bogen zur Paketversandung. Als Deutscher erhalten Sie einen Rückportochein.

(Bitte stampfen für Rückportochein)

Größe: \_\_\_\_\_ cm    Gewicht: \_\_\_\_\_ kg

Handy-Nr.: \_\_\_\_\_

**Einschlusskriterien**

Verdacht auf KHK bei atypischer Angina pectoris oder Thoraxschmerzen mit klinischer Indikation für eine konventionelle Koronarangiographie?  ja  nein  D

Med. 30 Jahre oder Patient?  ja  nein  D

**Ausschlusskriterien**

Bekannte KHK (Stents, PTCA oder CABG)?  ja  nein  D

Dialysepflichtige Nierenkrankung?  ja  nein  D

Vorhofflimmern, unkontrollierte Tachykardie, oder andere Nicht-Sinus Rhythmus?  ja  nein  D

Beistandsmittel (EKGmetrie, Strahlenschutz, CT-Scopographie oder Stress-MRT) oder Herzschrittmacher in den letzten 6 Monaten -> bitte als Anlage beifügen!

**Diesen Bogen bitte per Fax an 030 450 527 922 !!!**

Bei Fragen wenden Sie sich bitte an Tel. 030 450 527 264





# Package for Referring Physicians (Proposal II)



- Cover letter
- Flyer
- Pen
- Mouse pad

---

# Summary

# Summary I

---

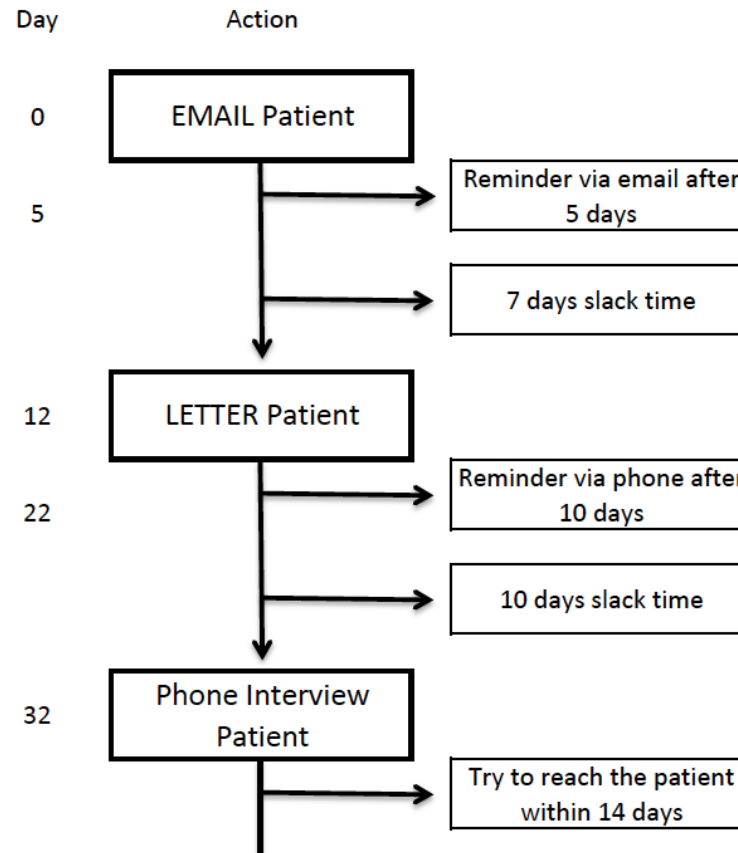
- **Mandatory: detailed contact information**
  - Phone + email + address
  - Patient + contact person + referring physician
- **Follow-Up procedure**
  - „3 x 3“ (3 steps/levels/options)
  - FU1 + Final FU
  - Advertisement at strategic times

# Summary II

---

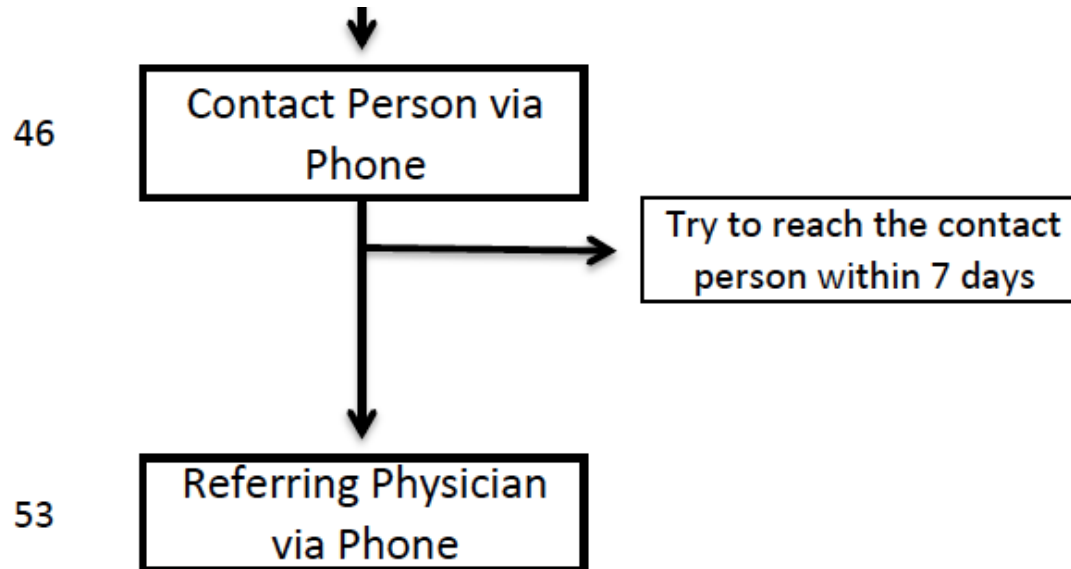
- Approval for advertisement necessary
  - Contact: [adriane.napp@charite.de](mailto:adriane.napp@charite.de)
- Good point in time
  - Begin / mid of follow-up
  - Pre-christmas season, easter, patient`s birthday

# Outlook & Discussion



# Outlook & Discussion

---



# Outlook & Discussion

