

Aufgrund des wachsenden wirtschaftlichen Drucks auf zahnmedizinische Versorgungseinrichtungen sind Zahnärzte heute gefordert, durch fachliche Spezialisierung, Optimierung der zahnmedizinischen Behandlungsmethoden und Durchführung ergänzender Leistungsbilder ihr Angebot an die Patienten zu erweitern. Der Ausbau der praxisinternen Prophylaxeeinrichtungen, die Schaffung zusätzlicher Behandlungsräume, die Erweiterung auf Wellness- oder Kosmetikangebote sowie die Bildung von größeren Praxisgemeinschaften mit interdisziplinären Fachrichtungen seien diesbezüglich hier als Beispiele genannt.

# Corporate Design in Zahnarztpraxen

Autor: Dipl.-Ing. Marc Eichner

Marktanalysen zeigen jedoch, dass für Patienten nicht mehr überwiegend nur das fachliche Können und der Praxisstandort entscheidend für die Zahnarztwahl ist, sondern auch ein hohes Niveau bei Service, Dienstleistung und patientenfreundlichem Ambiente.

Die Zahnarztpraxis unterscheidet sich dahingehend nicht mehr wesentlich von anderen modernen Dienstleistungsunternehmen auf umkämpften Märkten mit hohem Konkurrenzdruck.

Unabhängig von den sich stets wandelnden wirtschaftlichen Randbedingungen bleiben jedoch fundamentale vertrauensbildende Maßnahmen das „A und O“ im sensiblen Verhältnis zwischen Zahnarzt und Patient. Ein solches Zeichen der Aufmerksamkeit des Zahnarztes gegenüber seiner Patienten ist unter anderem die Schaffung einer für sich selbst, sein Team und die Patienten gleichermaßen angenehmen und angemessenen Behandlungsatmosphäre in der Zahnarztpraxis.

Neben der Wahl des geeigneten Praxisstandortes, der fachlichen Kompetenz der Zahnärzte und einer ambitionierten Mitarbeiter-schaft, bildet die innenarchitektonische Ge-

staltung der Zahnarztpraxis den grundsätzlichen Rahmen für professionelles Arbeiten und das Wohlfühlklima für die Patienten. Insofern stellt eine ambitionierte Praxisgestaltung einen wesentlichen Marketingfaktor dar und verleiht dem Selbstverständnis des Zahnarztes und seiner individuellen Zuwendung an den Patienten Ausdruck. So gehen bei der individuellen Gestaltung eines Praxisausbaus oder einer Praxisumgestaltung die Aspekte: Funktion, Material, Farbe und Licht eine konzeptionelle Symbiose mit den Ansprüchen und Zielen des Zahnarztes ein, die im Idealfall für ihn ein Alleinstellungsmerkmal mit hohem Identifikationspotenzial darstellt:

Bauliche Veränderungen, sei es nun im Zuge einer Praxisneugründung, einer umfangreichen Praxisumgestaltung oder kleineren Maßnahmen, sind daher für den Zahnarzt als Chance mit großem Akquisition- und Reputationspotenzial zu sehen. Der Entwurf einer identitätsstiftenden, ganzheitlichen Gestaltung – dem Corporate Design – für die moderne Zahnarztpraxis versinnbildlicht in seinen Details und in seiner Gesamtheit den übergeordneten „roten Faden“ des Praxiskonzepts, die zahnmedizi-

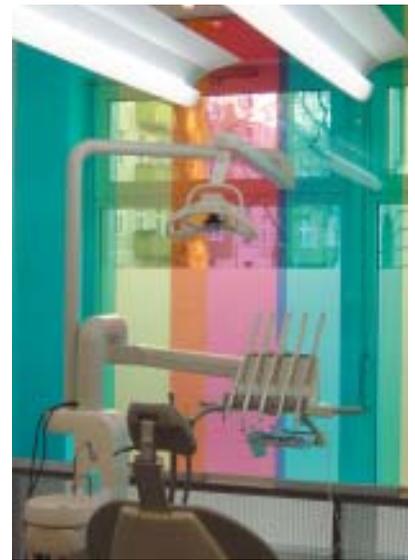


Abb. 1: Der funktionale Behandlungsraum.

nische Zielsetzung und den Anspruch des Zahnarztes.

Die Schaffung einer Corporate Identity – (engl.: „vereint, zusammengeschlossen“, „Firmenimage“) mit dem Ziel der Patientengewinnung und langfristigen Patientenbindung ist in gewisser Weise zu vergleichen mit dem klassischen „branding“ – der Schaf-