

Schöne Praxen sind erfolgreicher

Eine schöne Praxis, dies wird jeder bestätigen können, ist eine sehr angenehme Sache. Man fühlt sich wohl, ist stolz, arbeitet ohne Frage entspannter. Patienten loben die angenehme Atmosphäre und Kollegen schauen ein wenig neidisch auf den attraktiven Arbeitsplatz. Jedoch steht eine Frage für jeden Behandler im Raum, die nahezu wichtigste, weit vor den Faktoren des reinen Wohlfühlens: Ist eine finanzielle Investition in ein hochwertiges Praxisdesign tatsächlich rentabel? Nützt mir als Investor der finanzielle Aufwand wirklich?

Während andere Branchen wie die Gastronomie die Attraktivität der Innenarchitektur schon seit Jahrzehnten selbstverständlich für sich nutzen, wird die Designpraxis in Deutschland teilweise noch als „nicht notwendig“ oder „unrentabel“ angesehen.

Seit einigen Jahren, auch mit fortlaufend entstehenden attraktiven deutschen Praxen, bestätigt sich eine Vermutung mehr und mehr: Schöne Praxen sind erfolgreicher.

Nicht nur die Patientenzahlen wachsen in diesen Praxen, auch die Bereitschaft zu mehr, höherwertigen und aufwendigeren Behandlungsmethoden seitens der Patienten steigt. Nicht nur in verwöhnten Großstädten, sondern auch in suburbanen Gebieten ziehen behagliche Praxisräume Patienten in ihren Bann und lassen Angstpatienten zu Dauergästen werden, die sich auf ihre regelmäßige Prophylaxe freuen. Aus eigenen Projekten und aus Gesprächen mit erfolgreichen deutschen Pra-

xisdesignern kann ich das Fazit ziehen, dass die Erfolgserwartungen jedes bisherigen Bauherrn erfüllt, nahezu immer aber auch übertroffen wurden. Mehr Patienten als gedacht, größere Akzeptanz höherwertiger Behandlungsmethoden, bessere Etablierung regelmäßiger Prophylaxe – ja, es funktioniert. Das Geheimnis liegt in dem positiven Gesamteindruck des Patienten, der einen Vertrauensvorschuss mit sich bringt. Einer perfekt geplanten und attraktiv wirkenden Praxis wird weit mehr Professionalität und Modernität in den Behandlungsmethoden zugetraut. Des Weiteren existiert der sogenannte „weiche“ Faktor: Der Patient fühlt sich so wohl, ist so beeindruckt von den Räumlichkeiten, dass er sich nicht nur freut, wiederzukommen, sondern den Namen der Praxis noch nach außen weiterträgt. In mehreren unserer Projekte brachte allein dieses Verhalten in den ersten Monaten über hundert neue Patienten in die Praxen – für alle völlig unerwartet. Eine Zahnärztin sagte zu mir: „Selbst wenn ich die angenehmen Aspekte der neuen Praxis weglasse und die Rentabilität isoliert betrachte – es hat sich definitiv gelohnt.“

Beim Blättern und Erkunden des aktuellen Supplements ZWP spezial wünsche ich Ihnen deshalb nicht nur positive Anregungen und das Finden überzeugender Anbieter, sondern auch das gute Gewissen, bei der Planung eines anstehenden Umbaus oder einer Verschönerung in Ihren Praxiserfolg zu investieren.



Jakob P. Koschdon,
Praxisdesign & Innenarchitektur,
KoschdonFrankfurt