



Abb. 1

Die Einrichtung einer Zahnarztpraxis ist zum einen das Spiegelbild ihres Betreibers, zum anderen soll sie so konzipiert sein, dass sich die Patienten in dieser im Regelfall doch eher ungern besuchten Lokalität wohl und gut aufgehoben fühlen.

Somit muss die Ausstattung unbedingt verschiedenen Kriterien entsprechen: Sie sollte wohnlich, jedoch keinesfalls plüschig wirken, Sauberkeit in den Behandlungsbereichen vermitteln, persönlich, jedoch nicht exklusiv sein, dabei aber in jedem Fall auf dem neusten technischen Stand sein und gleichzeitig den Geschmack des Zahnarztes oder Kieferorthopäden widerspiegeln. Gar nicht so einfach!



Abb. 2



Abb. 3



Abb. 4

Weniger ist mehr – ausgewählte Eyecatcher in der Zahnarztpraxis

Autorin: Christine Kaps

Christine Kaps
[Infos zur Autorin]



Sinnvoll und empfehlenswert ist hier ein Einrichtungskonzept, das nicht zu „abgehoben“, zu stylisch oder unterkühlt wirkt, sondern schlicht, klassisch und zeitlos, und dabei das Stilbewusstsein des Praxisbetreibers und eine durchaus gut sichtbare

(Hoch-)Wertigkeit der Praxis vermittelt. Damit sich die Praxis nun trotz, oder gerade wegen der zurückhaltenden Ausstattung aus der zahlreich vorhandenen Zahl von Mitbewerbern hervorhebt, bedarf es einer sehr gut durchdachten Positionierung von einigen wenigen, aber hochwertigen Stil- und Gestaltungselementen, die durch ihre Präsenz eine Aufwertung der gesamten Einrichtung erzielen.

Ein besonderes Stück

Elemente, die in diesen Bereich fallen und sehr sicher die Aufmerksamkeit des Anwesenden, also des Patienten, auf sich ziehen, können Kunstobjekte sein oder alternativ auch das eine oder andere einzelne Möbelstück, ein echter Designklassiker z. B. aus der Bauhauszeit, geschickt platziert und präsentiert.

Der Vorteil des Möbels gegenüber dem Kunstobjekt liegt, neben seiner passiven Rolle als Blickfang in der Praxis, in der Möglichkeit der praktischen Nutzung, beispielsweise die Wagenfeldleuchte im Wartezimmer- oder Flurfenster, oder Stühle und Sessel im Wartezimmer, Vorwartebereich und auch in den Behandlungszimmern. Möglichkeiten gibt es hier genug, die Auswahl ist

Abb. 1: Le Corbusier LC2 Sessel – einzigartig in seiner visionären Präzision – ein Bauhaus-Klassiker. – **Abb. 2:** Grüner „Ei“-Sessel, von Arne Jacobson entworfen, ideal für Lounge- und Wartebereiche. – **Abb. 3:** „Schwan“-Sessel in Grün, ebenfalls von Arne Jacobson entworfen. – **Abb. 4:** „Victoria and Albert“-Sessel, 2000 vom Möbeldesigner Ron Arad entworfen.

groß, sei es der Pantone Chair, der Eames Chair oder der Swan Chair, der Barcelona Chair oder auch das Sitzelement LC2 von Le Corbusier.

Die Elemente können sich farblich wahlweise durch den Einsatz erdiger, gedeckter Bezugstoffe und/oder Leder nahtlos in die Praxiseinrichtung einfügen, oder sie können farblich völlig konträr gehen und so vollständig aus der Einrichtungsstruktur herausstechen – Eyecatcher sind sie in jedem Fall. Somit wird dem Stilelement Einzelmöbel eine aktive Rolle zugewie-

WHITEVISION

CORPORATE DESIGN AGENTUR
FÜR DEN GESUNDHEITSMARKT

Abb. 5

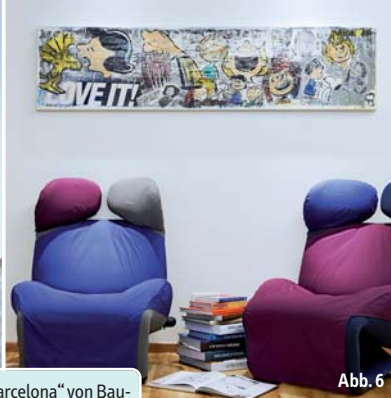


Abb. 6

Abb. 5: Sessel „Barcelona“ von Bauhaus-Direktor Ludwig Mies van der Rohe. – Abb. 6: Sessel „Wing“.

sen, der Designklassiker erhält eine Aufgabe im Praxisalltag. Der Praxisbetreiber nutzt das Möbel, um sich auszudrücken, es bringt Teile seiner Persönlichkeit und seine Lebenseinstellung dem Patienten nah, es ist für ihn stilbildendes Element. Ferner hilft es ihm, Akzente in seinen Praxisräumen zu setzen und inszeniert so seine Lebenswelt.

In den geschickt positionierten Designklassikern spiegeln sich sowohl die Architektur des Ganzen als auch die Individualität des Menschen hinter der Praxis, hinter dem Beruf, wider und geben den Räumen Persönlichkeit. Kam noch vor wenigen Jahren der mehr oder weniger akzentuierte Einsatz der Designklassiker hauptsächlich im Aufenthaltsbereich der Privatpatienten zum Einsatz, hat hier eine deutlich sichtbare Veränderung, durchaus parallel zum Gesundheitsbewusstsein der Patienten, stattgefunden.

War es bis vor Kurzem ein durchaus vertrautes Bild, dass private Wartezimmer ausschließlich mit Le Corbusiers LC2 Sesseln und Sofa bestückt waren, während der Patient im allgemeinen Wartebereich auf den typischen, stoffbezogenen Wartezimmerstühlen oder im besten Fall auf Freischwingern mit Lederbezug Platz nahm, so ist heute in den meisten Fällen eine weniger deutliche Abgrenzung zu verzeichnen.

Hochwertige Designsprache – ob Kasse oder privat

Die Gründe für diese Gleichsetzung sind vielfältig: Inzwischen zählen durchaus auch die kassenversicherten Patienten zu den potenziellen Kunden, die Sonderleistungen, welche privat abgerechnet werden, in Anspruch nehmen möchten. Zusätzliche Behandlungen müssen Patienten verkauft werden und dazu sollte, unter anderem auch, das Ambiente stimmen. Zudem ist der Wettbewerb innerhalb der Ärzteschaft groß – allerorts werden Praxen neu eröffnet, vergrößert, renoviert oder umgebaut. Somit ist es für den Praxisbetreiber wichtig, eine gewisse Wertigkeit zu vermitteln, ohne sich kleiner oder größer darzustellen. Der Patient darf nie den Eindruck haben, die teure Einrichtung mitbezahlen

zu müssen, oder genau gegenteilig, das Gefühl haben, eher in einem Krämerladen statt in einer Praxis zu stehen. Dies gelingt im Einrichtungsbereich sehr zielsicher durch eine klare, strukturierte, eher zurückhaltende Einrichtungslinie und den Einsatz einzelner Stilelemente in den verschiedenen Praxisräumen und im Empfangsbereich. Und in der Zahnarztpraxis ist es wie überall: „Das Auge isst mit“, heißt hier im übertragenen Sinn, dass die Einrichtung dem Patienten nicht nur gefallen, sondern auch eine gewisse (Hoch-)Wertigkeit vermitteln sollte, da er unbewusst von der Einrichtung auf das handwerkliche Können, also die zu erwartende Leistung, des Praxisbetreibers schließt.

Fazit

Somit ist die Einrichtung einer Praxis immer eine Gratwanderung zwischen Qualität und Quantität, mit dem Ziel, genau das richtige, ausgewogene Maß an Praxisambiente zu treffen. Bei der Gestaltung der Räume sollte nicht zu dick auftragen werden, man sollte aber auch nicht zu verspielt oder gar kitschig wirken. Zurückhaltung im Großen und der gezielte Einsatz einzelner charmanter Designmöbel verleihen der Praxis Ausstrahlung und Wertigkeit und zeugen so von einer sicheren Hand des Betreibers in Fragen des guten Geschmacks. Ein weiterer positiver Nebeneffekt ist der nachweisliche Werterhalt der Designklassiker – die Originale gewinnen trotz einer gewissen Abnutzung im Laufe der Jahre an Wert und Vintage-Charakter hinzu. Besser kann es doch eigentlich – für alle Beteiligten – gar nicht laufen! ◀

kontakt

GÖKE PRAXISKONZEPTE
Collenbachstraße 45
40476 Düsseldorf
Tel.: 0211 8628688
Fax: 0211 8628699
info@goeke-praxiskonzepte.de
www.goeke-praxiskonzepte.de



EI ≠ EI



ANDERS ALS DIE ANDEREN

IHRE PRAXIS IST BESONDERS.
WIR SORGEN DAFÜR, DASS JEDER
DAS BEMERKT.

CORPORATE DESIGN INNENARCHITEKTUR
WEB DESIGN FOTOGRAFIE
BROSCHÜREN TEXT & KONZEPTION

WHITEVISION CORPORATE DESIGN AGENTUR
ZUR GIESSEREI 8 76227 KARLSRUHE
T 0721.91 43 78-78 INFO@WHITEVISION.DE

WWW.WHITEVISION.DE