

# Gestaltung trifft Funktionalität

Die Planung und Gestaltung einer Praxis unterliegt einigen Sachzwängen. Funktionalität hat bei der Erarbeitung eines Praxiskonzeptes oberste Priorität. Von Dipl.-Ing. Hartwig Göke, Düsseldorf, Deutschland.

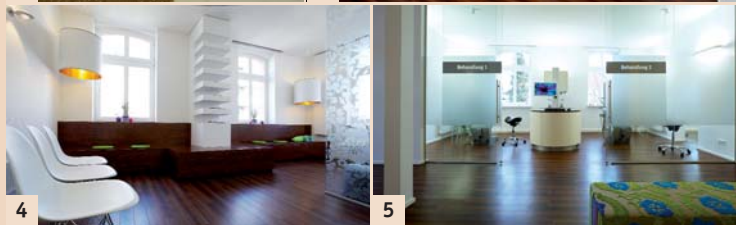
Ein weiterer Baustein für eine wirtschaftlich erfolgreiche Praxis ist die Gestaltung der Praxisräume, mit der sich der Betreiber darstellen kann.

leuchtung zusammen. Die Gestaltung der Räumlichkeiten ist immer von einem gewissen Zeitgeist geprägt, sollte aber vermeiden, allzu übertriebene

Gestaltungselement, in Kombination mit einem warmen Bodenbelag, in diesem Fall ein geöltes Echtholzparkett, ausgesprochen ansprechend (Abb. 1). Ganz deutlich wird hier ein Wohlbefinden zum Ausdruck gebracht, das, neben dem Aspekt der zeitlosen Gestaltung, perfekt die Individualität des Praxisbetreibers widerspiegelt.

Doch auch eine gewisse Übertreibung ist erlaubt. Diese zeigt sich in Teilbereichen und sorgt, wie bei dem hier gezeigten Röntgenraum, für Überraschung. Digitale Technik in wohlwühlender Atmosphäre präsentiert! (Abb. 2)

Von eminenter Bedeutung bei der Lösung der Gestaltungsproblematik ist ein schlüssiges Gesamtkonzept. Das Zusammenspiel der Faktoren Boden, Wand und Beleuchtung ergibt ein harmonisches Gesamtbild (Abb. 3–5). Auch hier steht die Individualität des Praxisbetreibers im Vordergrund. Wie die gezeigten Bilder überzeugend darstellen, ist die intensive Zusammenarbeit zwischen Arzt und Innenarchitekt, der Dialog zwischen Nutzer und Planer, ein Garant für eine erfolgreiche gestalterische Struktur aller Praxisbereiche. **ST**



Praxisgestaltung spiegelt immer die Persönlichkeit des Betreibers wider, emotionales Empfinden wird geweckt.

Eine optimale Praxisgestaltung ist sehr vielfältig und setzt sich aus den Bausteinen funktionelle Effizienz, Möblierung, Farbgebung und Be-

bene Gestaltungsaspekte einzubringen. Die Grundfarbe einer Praxis ist in vielen, wenn nicht sogar in den meisten Fällen, das klinische Weiss. Doch alle Vorbehalte gegen das „kühle“ Weiss sind meines Erachtens nicht mehr zu akzeptieren. Ist „weiss“ doch eine ideale Basis für Kunst als

# Die Frage nach der Identität

Was macht meine Praxis unverwechselbar? Von Peter Ippolito, Stuttgart/Zürich/Seoul.

Konsumenten in der heutigen Zeit hinterfragen die Leistungen der Produkte immer mehr. Dies gilt für den Kauf von Kleidung genauso wie für den anstehenden Arztbesuch. Der Patient ist kritischer, anspruchsvoller und selbstinformierter geworden. Für jeden Arzt stellt sich also zunehmend die Frage, wie er sich in einem Feld mit wachsender Auswahl und Vergleichsmöglichkeiten positioniert. Oder anders gesagt: Was macht meine Praxis unverwechselbar? Die Antwort ist eigentlich ganz einfach und deshalb so komplex: Sie benötigen eine tragfähige, relevante Idee, die alle Ebenen Ihrer Praxis durchzieht: Sie selbst, Ihr Team, Ihr Angebot, Ihre Abläufe, Ihre Kommunikation nach aussen, Ihre Kommunikation mit den Patienten und, last but not least, die Gestaltung Ihrer Praxisräume.

Die Idee informiert alles. Es geht also nicht darum, in Einzelmassnahmen zu denken: das neue Logo, die Verschönerung der Praxis, die Praxisbroschüre bleiben kurzatmig, wenn sie nicht alle einer gemeinsamen Botschaft folgen.

Was bedeutet das für die Innenarchitektur der Praxisräume jenseits guter organisatorischer Abläufe? Zunächst die Erkenntnis, dass die Räume

der Diskretion, wenn ich mich anmelde? Kann ich mich im Wartezimmer etwas zurückziehen oder finde ich dort auch einen kommunikativen Platz, an dem ich alles überblicke? Gibt mir die Praxis Raum für mein mulmiges Gefühl, bevor ich das Behandlungszimmer betrete? Was sehe ich vom Behandlungsstuhl aus? Was sehe ich nicht? Wo werde ich beraten? Wie werde ich verabschiedet?

Natürlich funktioniert all dies nur, wenn die Botschaft an Ihre Patienten durchgängig und relevant ist. Bunte Fische an der Wand beruhigen zwar im besten Fall die Nerven Ihrer Patienten, bleiben aber, ausser der Arzt ist passionierter Aquarianer, eher



weissraum Zahnarztpraxis – mehrfach ausgezeichnet.

Ippolito Fleitz Group wurde gemeinsam mit Skalecki Marketing & Kommunikation beauftragt, für die Praxis die Innenräume zu gestalten sowie ein Naming und die visuelle Kommunikation als integrierten Auftritt zu entwickeln. (Fotos: © Zoovy Braun)

auch gebaute Kommunikation sind. Sie haben hier die Chance, Ihren Patienten gleichzeitig auf verschiedenen Ebenen Ihre Aussage näherzubringen. Kommunikation im Raum in Form von grafischer Gestaltung, Bildern oder Texten kommuniziert direkt mit dem Patienten, während Grundaussagen des Raumes, wie Präzision, Hygiene, aber auch Lebensnähe, eher unbewusst wahrgenommen werden.

## Wie sieht der Patient die Praxis?

Jenseits dessen, was Sie den Patienten erzählen möchten, ist jedoch mindestens genauso wichtig, wie der Patient Ihre Praxis wahrnimmt. Gute und erfolgreiche Gestaltung ist immer auch konsequent aus dem Blickwinkel der Nutzer heraus entwickelt. Gefordert ist eine klare Choreografie des Praxisbesuchs: Wie betrete ich die Praxis? Was sehe ich zuerst? Wie werde ich empfangen? Welche Aussage macht der Raum? Habe ich ein Gefühl

belanglos. Gute Kommunikation bindet Ihre Patienten ein, holt sie bei ihren Bedürfnissen und Bedenken ab und schafft etwas (Weiter-)Erzählbares über die eigentliche Qualität der Behandlung hinaus. Behandlungsangebot, Praxisgestaltung und Kommunikation werden Teil eines Ganzen und doch etwas ganz Unverwechselbares: Ihre Identität. **ST**



Peter Ippolito

Ippolito Fleitz Group – Identity Architects  
Stuttgart | Zürich | Seoul  
Tel.: +49 711 993392330  
www.ifgroup.org

# Vom Geben und Nehmen: Praxisführung 3.0

Neues ZWP-Thema ab sofort auf ZWP online.

Inhaber einer Zahnarztpraxis müssen heutzutage nicht nur unternehmerischen Scharfsinn besitzen, sondern auch als Führungskraft mit Managerqualitäten glänzen. Hier setzt das neue ZWP-Thema „Praxisführung 3.0“ auf www.zwp-online.info an.

Die Führung einer Zahnarztpraxis ist in den letzten Jahren durch zahlreiche gesetzliche Änderungen nicht gerade einfacher geworden. Galt es vor vielen Jahren, Personal einzustellen und auf zahlreiche Patienten zu hoffen, haben sich heute die Aufgaben der Praxisführung bzw. des Praxismanagements hinreichend verändert.

Der moderne Patient wünscht nicht nur eine qualitative hochwertige Behandlung, sondern auch ein mo-

derne Ambiente und natürlich optimalen Service – das Team hingegen den richtigen Teamspirit und ausreichende Motivation. Schwere Aufgaben für einen Chef, der doch eigentlich nur seiner Tätigkeit als Zahnarzt nachgehen will. Es sind also Managerqualitäten gefragt, die den wirtschaftlichen und rechtlichen Bedingungen angepasst sein müssen, um den Kahn Zahnarztpraxis und dessen Mannschaft ruhig und gewogen durch das Fahrwasser zu manövrieren.

Das neue ZWP-Thema „Praxisführung 3.0“ gibt hier Hilfestellung in Form von lesenswerten Beiträgen renommierter Autoren in den Bereichen Mitarbeitermotivation, Führungskompetenz und -stil, Arbeitsrecht sowie der Führung einer Mehrbehandlungspraxis, Hilfestellung. **ST**



Dipl.-Ing. Hartwig Göke,  
Innenarchitekt BDIA  
GÖKE Praxiskonzepte  
Collenbachstr. 45  
40476 Düsseldorf  
Deutschland  
Tel.: +49 211 8628688  
www.goeke-praxiskonzepte.de

Quelle: ZWP online

