

Corporate Design einer Zahnarztpraxis: Identität auf den **Punkt** gebracht

Mit einer eigenen Praxis ist ein Zahnarzt immer auch Unternehmer. Und als solcher muss er, um langfristig wirtschaftlich erfolgreich zu sein, aus der Masse der Mitbewerber hervorstechen. Das gelingt jedoch nur dann, wenn die eigenen Kernkompetenzen professionell kommuniziert werden – über ein stimmiges äußeres Erscheinungsbild. Das sogenannte Corporate Design (CD) einer Praxis umfasst zum Beispiel Logo, Briefpapier, Rezeptblöcke, Praxisbroschüre oder die praxiseigene Website. All diese Medien sollten harmonisch und wie aus einem Guss wirken und dabei zugleich genau zu Zahnarzt und Firmenphilosophie passen.

Autorin: Nadja Auferbeck

Das Corporate Design ist der wichtigste Teil der Corporate Identity (CI), die die Gesamtidentität des Zahnarztes prägt und das Fundament einer vertrauenswürdigen, stabilen Praxis vermittelt. Ob im Verhalten, in der Kommunikation oder im Erscheinungsbild – das Gesamtkonzept der Praxis muss für die Patienten, aber auch für das Praxisteam sichtbar und nachvollziehbar sein.

Identität im Kern: Das Corporate Design

Eine Geschäftsausstattung mit Logo, einheitlichem Briefpapier, Visitenkarten, Foldern, Praxisstempeln, einer responsiven Website, Rezeptblöcken, Praxisschildern, aber auch mit Namensschildern und Bekleidung des Praxisteams – all das zählt zum Corporate Design und

nimmt Einfluss auf das Image und die Anmutung einer Praxis. Was in der Industrie bereits gang und gäbe ist, müssen sich viele Praxen noch erarbeiten. Hier gilt es, von der Industrie zu lernen und sich an ihr zu orientieren.

Im Gedächtnis bleiben: Das professionelle Praxislogo

Schon seit den 1990er-Jahren ist die Verwendung von Logos im zahnmedizinischen Kontext erlaubt und jede Praxis sollte mittlerweile ein ansprechendes Logo besitzen. Das grafische Firmenzeichen ist elementarer Bestandteil des Corporate Designs. Es repräsentiert die Praxis und ihre Leistungen und hat somit Signalwirkung. Ein Praxislogo sollte deshalb unverwechselbar sein und sich durch einen Wiedererkennungswert auszeichnen. Es sollte sich leicht und schnell einprägen und dabei informativ, zeitlos und eigenständig sein. Typografie, Formen und Farben sollten zur eigenen Firmenphilosophie passen und miteinander harmonisieren: Zum Beispiel vermittelt Blau Ruhe und Wärme, Rot belebt, regt an und sorgt für eine starke Atmosphäre und Grün wirkt natürlich und frisch.



Bild links: Das Praxislogo repräsentiert in Typografie, Form und Farbe Ihre Praxis und Ihre Leistungen. Setzen Sie es ins rechte Licht.
(Foto: Daniela Schulte Photodesign)

Bild rechts: Farblich abgestimmte Möbel können optisch eine Brücke zum Praxislogo schlagen und so Ihr Corporate Design unterstreichen.
(Foto: Daniela Schulte Photodesign)

Praxislogo ins rechte Licht rücken

Das Logo sollte auch in die Gestaltung der Praxis einfließen. Gerade wenn eine Praxis neu- oder umgestaltet wird, sollten sich Formen und Farben des Logos widerspiegeln, beispielsweise bei Wandanstrich, Dekoration, Bestuhlung und Polstern sowie in den Behandlungseinheiten. Das Praxislogo sollte ins richtige Licht gerückt werden: Dabei sollte es nicht nur ausreichend beleuchtet sein, sondern auch in die Architektur der Räumlichkeiten eingearbeitet werden.

Für beste Patientenbindung: Vertrauen ist die Basis

Beim Corporate Design geht es somit nicht nur darum, eine Zahnarztpraxis unverwech-



selbar und einzigartig darzustellen. Ein stimmiges Corporate Design erschafft Harmonie, spricht die Sinne an und wirkt emotional. Dies wiederum erzeugt Vertrauen. Und das so geschaffene Vertrauen in die Praxis und die Kompetenzen des Behandlers ist die Basis für eine dauerhafte, stabile Beziehung zwischen Zahnarzt und Patienten.

KONTAKT

Nadja Aufterbeck

Innenarchitektin, Fachplanerin
van der Ven – Dental GmbH & Co. KG
Geschäftsstelle Rhein-Ruhr
An den Dieken 65
40885 Ratingen
Tel.: 02102 1338-0
info@vanderven.de
www.vanderven.de

ANZEIGE

12:43 ARCHITEKTEN

Bucher & Prokop PartGmbH
Architektur und Innenarchitektur

Alexanderstraße 107
70180 Stuttgart
T. 0711. 50 62 99 13

mail@zwoelfdreiundvierzig.de
www.zwoelfdreiundvierzig.de

