

Fachliche vs. emotionale Kompetenz:

Was der Look einer Praxis mit Patienten macht

Bereits in den ersten sieben Sekunden nach Betreten einer Praxis macht sich der Patient ein Bild: Der erste Eindruck ist entscheidend dafür, ob Patienten sich wohlfühlen und Vertrauen in die Behandlung haben. Die meisten Menschen fühlen sich vor einer Zahnbehandlung sowieso schon unsicher und ängstlich, was wiederum dazu führt, dass weniger rational gehandelt und mehr emotional reagiert wird. Fest steht: Betreten Patienten eine Zahnarztpraxis, suchen sie nicht nur Fachkompetenz, sondern auch Sicherheit und Vertrauen. Es besteht die bewusste und unbewusste Erwartung, eine Wohlfühl-atmosphäre vorzufinden, die gezielt Angst und Aufregung abbaut.

Autorin: Julia Warkentin



Abb. 1: Die Mischung macht's! Schafft es eine Praxis, sowohl die fachliche als auch die persönliche Kompetenz überzeugend nach außen zu kommunizieren, fühlen sich Patienten sofort wohl, bleiben der Praxis treu und sichern somit in entscheidendem Maße den wirtschaftlichen Erfolg einer Praxis.

Doch wie genau kann man das Empfinden des Patienten positiv beeinflussen? Was kann das Interior-Design eines Praxisraums einem Patienten vermitteln und wie kann die therapeutische Behandlung schon beim Betreten der Praxis beginnen? Dazu hat RoomSweetRoom, Agentur für emotionale Raumkonzepte, in siebenjähriger Praxiserfahrung einen optimalen Mix definiert (Abb. 1).

Medizinische Fachkompetenz vs. Emotionalität/Sympathie

Als Hardware einer Praxis steht die medizinische Fachkompetenz immer im Vordergrund. Doch als medizinischer Laie nimmt der Patient z.B. Behandlungseinheiten auf dem neuesten Stand nicht unbedingt wahr. Es sind eher cleaner Look, Stringenz und glänzende Materialien, die in vielen modernen Praxen das Bild von fachlicher Kompetenz vermitteln sollen. Sicherlich ist die Darstellung der Fachkompetenz nicht zu vernachlässigen – man sollte sich jedoch die Frage stellen, inwieweit man den

Patienten in dieser Form über die emotionale Ebene erreichen und sich selbst mehr Aufmerksamkeit verschaffen kann?

Erst wenn eine positive Beziehungsebene aufgebaut wird, wenn die emotionale Kompetenz über das soziale Verhalten dazu führt, dass Patienten überhaupt zuhören möchten, wird ein Ort auch als fachkompetent wahrgenommen. Wenn wir anderen Menschen begegnen, nehmen wir zuerst deren emotionale Kompetenz wahr – ist diese für uns nicht interessant, wollen wir die fachliche Kompetenz erst gar nicht entdecken.

Die Praxis ist hell und modern – doch wo bleibt die emotionale Kompetenz?

Viele neu eröffneten Praxisräume gleichen fast einem Raumschiff: weiß, hell, glänzend, austauschbar. Wo bleibt hier die emotionale Kompetenz, die Identität der Praxis? Wie kann emotionale Kompetenz in jedem Raum der Praxis gezeigt und vom Patienten auch verstanden



2

© Christoph Pforr



3

© Christoph Pforr

werden? Damit sich Zahnärzte einzigartig positionieren können, gilt es, die Praxispersönlichkeit und -philosophie zu analysieren, zu entwickeln und individuell herauszustellen. Nur wenn die Persönlichkeit, sozusagen das Herz einer Praxis, von innen nach außen getragen wird, können authentische Geschichten erzählt werden.

Wenn diese Geschichte als Basis feststeht, wird alles andere daraus abgeleitet: die Gestaltung des Logos, die Einrichtung, die Website – das gesamte Corporate Design. Das hat den Vorteil, dass auch wirklich alles aus einem Guss ist:

So betritt der Patient die Praxis schon beim Betrachten der Website. Das Gefühl, die Farb- und Bildwelt, die der Patient bereits auf der Website positiv wahrnimmt, sollten ihn begleiten und auch beim Betreten der Praxis nicht verlassen.

Wenn Geschichten den Raum erfüllen ...

Am Beispiel der Praxis Lagosch (Abb. 2 und 3) war es die Persönlichkeit der jungen Ärztin und

ihr Wunsch, durch die Einrichtung Schmerzen entgegenzuwirken: So entstand der Arbeitstitel „Design schenkt Licht & Leichtigkeit“. Hier wurden Lichterlebnisse grafisch interpretiert und eine gefühlte Leichtigkeit erzielt, um von Unwohlsein abzulenken und eine angenehme Verweildauer zu fördern. Die implementierten „Flares“-Kreisformen korrespondieren mit der runden Bildmarke des Logos und stehen archetypisch für Vollkommenheit. Das insgesamt zehn Meter lange und auf Sandstrahlfolie gedruckte Artwork beinhaltet zudem einen zusätz-

ANZEIGE

ENTDECKEN SIE XO FLEX

Besuchen Sie xo-care.com oder treffen Sie uns auf einem XO DENTAL DIALOGUE Event und erfahren Sie mehr über die Vorteile Ihrer neuen XO FLEX Behandlungseinheit.

EXTRAORDINARY DENTISTRY

XO[®]



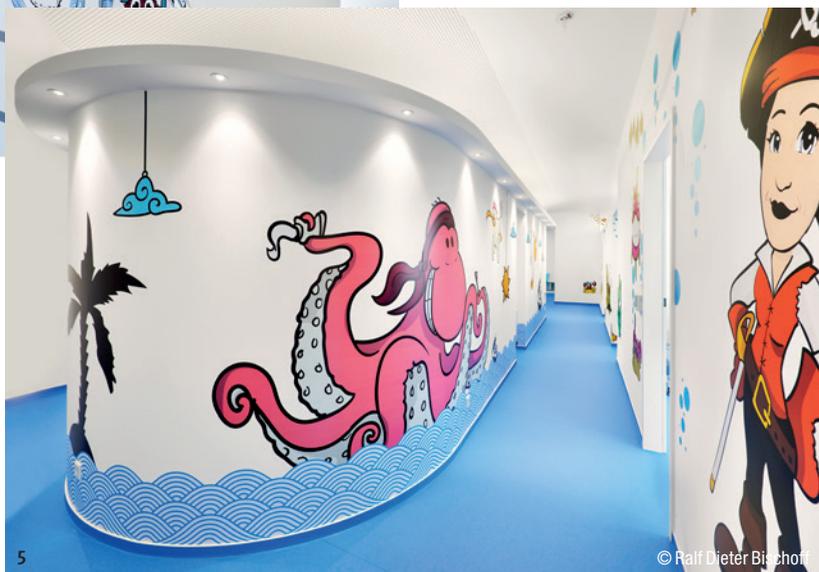


4

© Ralf Dieter Bischoff

lichen Spezialeffekt: So erscheint bei frontaler Betrachtung mit hinterliegender Lichtquelle (Fenster) die Folie matt weiß und verwandelt sich in ein violettes Kunstwerk, sobald man es von einem schrägen Blickwinkel aus betrachtet. Auch ein notwendiger Praxisschutz kann so zum emotionalen Erlebnis werden.

Ein weiteres positives Beispiel ist die Praxis Seasmile (Abb. 4 und 5), eine Zahnarztpraxis für Kids und Teens. Hier erzeugt schon der von RoomSweetRoom entwickelte Name viele schöne Bildideen. Die Grundidee des Gestaltungskonzepts ist ein großes Schiff, an dessen Deck es für Kids jede Menge Spannendes zu entdecken gibt – so wird der Arztbesuch nicht mehr von Angst, sondern von Abenteuerlust begleitet. Gleich am Empfang heißt eine Theke in Form eines Seedampfers mit Schornstein und Bullaugen die jungen Patienten an Bord willkommen. Damit sie sich auf der Seasmile rundum gut begleitet fühlen, sorgen extra entwickelte Charaktere in Form von Seetieren in allen Räumen für ein sympathisches Lachen und Freude für die Kids. Dank Farben und Figuren können die kleinen Patienten in die fantastische Welt der Meere eintauchen: Der blaue Boden mutet wie eine Wasserfläche an, in den Fluren ziehen sich schwungvolle Wellenlinien an den Wänden entlang, exotische Inselbilder tauchen auf, Palmen und Schiffe ziehen am Horizont vorüber, Seevögel fliegen vorbei und lustige Tintenfische räkeln sich in den Wellen. Zusätzlich wurde hier olfaktorisches Design eingesetzt, welches an Meer und Urlaub erinnert, um zusätzlich positiv zu stimulieren. So entsteht ein Ort des Wohlfühlens, der Entspannung und zugleich der Aufmunterung; ein Ort, der alle in seinen Bann zieht. Wer hier einmal Kurs auf gesunde Zähne genommen hat, fühlt sich rundum wohl, wie ein Fisch im Wasser.



5

© Ralf Dieter Bischoff

Der Mix macht's: Kompetenz mit emotionaler Komponente

Beide Praxen strahlen durch helle, teils futuristische Linienführung fachliche Kompetenz aus. Durch das individuelle Storytelling, welches eng mit der Persönlichkeit der Praxisbetreiber verknüpft ist, kommt aber auch die emotionale Komponente zum Tragen. Davon profitiert am Ende des Tages die gesamte Praxis, das heißt Patienten und Mitarbeiter: So eine Praxis empfiehlt man gerne weiter, in so einer Praxis arbeitet man gern.

Farb- und Formpsychologie

Die Botschaft zieht sich wie ein roter Faden durch die komplette Praxis. Nach der Konzeptphase wird alles vor der gestalterischen Umsetzung durch den Farb- und Formpsychologietrichter geschickt: Farben, wie z.B. Türkis, sind nach Tests vom Farbexperten Prof. Axel Venn schmerzlindernd. Andere Farben können wiederum Angst auslösen. Runde Formen wirken immer harmonischer, da sie archetypisch nicht an ein Verletzungsrisiko denken lassen. Selbstverständlich bedeu-

tet das nicht, dass rechteckige oder kubische Räumlichkeiten per se negativ behaftet sind. Vielmehr vermitteln sie uns durch ihre gerade, einheitliche Struktur ein Gefühl der Balance und der Stabilität, sie steigern also unsere innere Ausgewogenheit, was gerade in stressigen Situationen von Nutzen sein kann.

Fazit

Nach diesen Parametern gestaltete und durchdachte Praxen sind ein starkes Marketingtool. Begeben Sie sich doch mal auf eine kleine Reise zu Ihrem Praxiskern, RoomSweetRoom unterstützt Sie gerne dabei, Ihre individuelle Botschaft sichtbar und erlebbar zu machen.

KONTAKT

RoomSweetRoom – Agentur für emotionale Raumkonzepte

Nord

Julia Warkentin
Lichtstraße 43D, 50825 Köln
Tel.: 0173 2817956

Süd

Kai Strecke
Kohlenhofstraße 60, 90443 Nürnberg
Tel.: 0163 7392126

www.roomsweetroom.de

Annika Treutler
Konzertpianistin

*Annika
Treutler*

Für den
vollendeten
Klang brauche
ich die ganze
Klaviatur.



Teneo Zusammenspiel in Perfektion

Auf der großen Bühne zählt jeder einzelne Ton. Das nimmt sich Teneo zum Vorbild: Mit der großen Benutzeroberfläche, 6 Instrumentenpositionen sowie der integrierbaren Endodontie- und Implantologiefunktion hält er alle Extras für das volle Leistungsspektrum bereit.

Warum sollten Sie sich mit weniger zufriedengeben?

dentsplysirona.com



THE DENTAL
SOLUTIONS
COMPANY™

 Dentsply
Sirona