

Die solide Planung einer Praxis, und somit ein ganzheitliches Praxiskonzept, stellt ein Fundament für den wirtschaftlichen Erfolg des Praxisbetreibers dar. Im Vordergrund steht zunächst eine nach ergonomischen Gesichtspunkten erstellte Praxisplanung, die in Verbindung mit einer nachhaltigen Gestaltung die Grundlage für eine erfolgreiche Basis bildet.

Abb. 1: Praxislogo, Praxisschrift und Hausfarbe.

hochleitner zahn:ärzte

... für Parodontologie, Implantologie, Zahnästhetik

Praxiskonzept ist nicht gleich Praxiskonzept

Autor: Dipl.-Ing. Innenarchitektur Hartwig Göke

Ein wesentlicher Bestandteil ist das CI, die Corporate Identity, der Praxis. Was ist darunter zu verstehen, wie ist es umsetzbar? Corporate Identity bezeichnet die Identität eines Unternehmens, in diesem Fall der Praxis. Die Identität der Praxis stellt eine Gesamtheit aus

Handlung, Kommunikation und visuellem Auftreten dar. Das Ergebnis ist ein einheitliches Ganzes, die Profilierung des Unternehmens Praxis, um einen positiven Gesamteindruck



Abb. 3



Abb. 2

Abb. 2: Kommunikationsdesign.
Abb. 3: Praxis-Imagebroschüre.

zu erzeugen, möglichst eine dauerhafte emotionale Bindung herzustellen und somit den steigenden Anforderungen des Wettbewerbs zu begegnen.

Corporate Identity setzt sich grundsätzlich aus unterschiedlichen Elementen zusammen, wobei aus unserer Erfahrung das Corporate Design das aussagekräftigste Gestaltungsmittel ist, um ein einheitliches Erscheinungsbild



Abb. 4



Abb. 5

Abb. 4: Praxisgestaltung. – Abb. 5: Professionelle Darstellung.

bei den Patienten zu erzeugen. Dazu gehört in erster Linie das Unternehmenszeichen, auch Logo genannt, das Aufmerksamkeit wecken soll, Signalwirkung hat und im Optimalfall Erinnerungswirkung hat (Abb. 1).

Selbstverständlich ist auch die Hausfarbe der Praxis ein sehr wichtiges und einprägsames Erscheinungsmerkmal. Diese setzt sich konsequent in allen Bereichen des Kommunikationsdesigns fort.

Ebenso verhält es sich mit der Schrift. Die Hausschrift sollte in jedem Fall Fortschritt und Innovation signalisieren, zugleich aber auch zeitlos sein und keinem Modetrend unterliegen.

Das bereits angesprochene Kommunikationsdesign umfasst die Bereiche Printmedien, das Erscheinungsbild der Praxiskleidung, den Internetauftritt, die Geschäftsausstattung wie z. B. Visitenkarten, Termin- und Recallkarten, Rechnungsbögen und Briefpapier. Sie stellen somit die Grundausrüstung der Kommunikation dar und sollten professionell mit Logo,

Hauschrift und Hausfarbe der Praxis gestaltet sein (Abb. 2).

Ausgesprochen wichtig ist in diesem Zusammenhang die Gestaltung der Praxisbroschüren, der Patienteninformationen sowie aller Werbemittel, die im Zusammenhang mit der Praxis dargeboten werden. Hier sollte in jedem Fall ein entsprechendes Budget berücksichtigt werden, professionelle Arbeit ist zwingend erforderlich (Abb. 3).

Auch die Darstellung der Praxis in Form von Fotos, sei es, um die Räumlichkeiten, den Praxisbetreiber oder seine Mitarbeiter zu präsentieren, verdient professionellen Einsatz (Abb. 4 und 5).

Abschließend sollte der Mitarbeiterstamm nicht unerwähnt bleiben. Eine noch so positive Darstellung der Praxis bringt nicht den gewünschten Erfolg, wenn das Konzept der Corporate Identity von den Mitarbeitern nicht mitgetragen wird, und sich die Mitarbeiter somit nicht damit identifizieren können. Gelingt es den Mitarbeitern, der Praxisidentität zu ver-

trauen, ein „Wir-Gefühl“ zu erzeugen, gelingt es ihnen gleichfalls, diese Identität nach außen zu vermitteln, dienen sie als Multiplikatoren im Gespräch mit Patienten, Familie und Freunden. Schlecht informierte, unzufriedene und nicht überzeugte Mitarbeiter können, bewusst oder unbewusst, die beste Image-Maßnahme, die beste Praxis-Corporate Identity, verhindern! ◀

kontakt



GÖKE Praxiskonzepte
Dipl.-Ing. Hartwig Göke
Innenarchitekt BDIA
Collenbachstraße 45
40476 Düsseldorf
Tel.: 02 11/8 62 86 88
www.goeke-praxiskonzepte.de

Hartwig Göke ist Inhaber des Planungsbüros GÖKE PRAXISKONZEPT sowie des Vertriebs für Einrichtungen PRAXISKONZEPT PLUS. Seit 2004 planen und gestalten er und sein Team bundesweit Praxen unterschiedlicher Fachrichtungen.

nickels design
büro für grafik- und kommunikationsdesign
andré nickels
budestraße 15
33602 bielefeld
tel.: 05 21/9 23 86 99
www.nickels-design.de

Joachim Grothus Fotografie
August-Bebel-Straße 185
33602 Bielefeld
Tel.: 05 21/17 22 66
www.joachimgrothus.de

ANZEIGE



**Praxisstühle
Neu 2011
ab € 239,-**

**Gleich im Shop
bestellen:**

www.rieth-dentalprodukte.de

