

Die Zahnarztpraxis des 21. Jahrhunderts wird sich aufgrund von neuen gesetzlichen Bestimmungen und gerade durch den Wandel hin zum Dienstleistungsunternehmen grundlegend verändern. In entstehenden Praxen werden neue Konzepte in Bezug auf Raum, Technik, Hygiene und Service bereits erfolgreich gelebt. Doch die Herausforderung eines jeden schon länger praktizierenden Mediziners und auch Praxisplaners ist es, jene Räumlichkeiten aus den 1970er- bis 90er-Jahren auf den aktuellen Stand zu bringen. Obwohl natürlich neben einer ansprechenden Optik auch die Technik aktuellen Anforderungen entsprechen sollte, möchte ich hier den Schwerpunkt auf das Design legen.

# Das 21. Jahrhundert und die farbig-funktionelle Praxis

Autor: Dipl.-Ing. (FH) Innenarchitektur Jan Skibba

Innenarchitektur ist die Synthese aus Form und Funktion, Materialien, Farben sowie der Beleuchtung. Viele verbinden mit Innenarchitektur etwas Kreatives, meist aber auch eine eher außergewöhnliche Gestaltung. Doch gerade das muss es nicht sein! In erster Linie scheint mir eine ganz spezielle Harmonie wichtig zu sein: die des Zahnarztes und seines Teams mit ihrer Wirkungsstätte. Die Praxis muss sie repräsentieren und kann auch ihre Art und Weise, Patienten (und jetzt Kunden) zu beraten, zu behandeln und langfristig zu betreuen, widerspiegeln. Also, eine sogenannte Corporate Identity (CI) als Er-

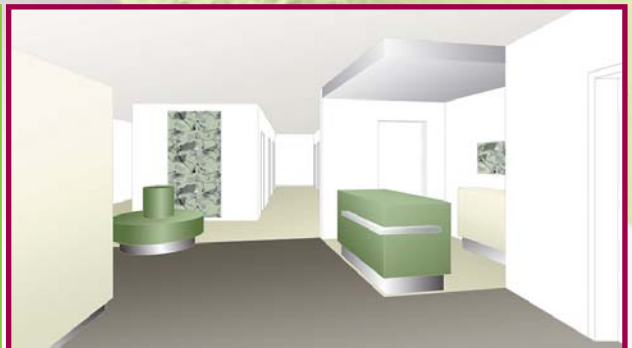
gänzung des Corporate Designs (CD). Daraus resultierend kann sich ein ebenso spezielles Klientel, welches sich mit Ihrer Praxis identifizieren kann, finden.

## Keine zweite Chance für den ersten Eindruck

Der Eingangs- und Empfangsbereich wird zuerst wahrgenommen und ist meistens auch die Drehscheibe einer Praxis: Kommunikation, Information, Organisation, Kompetenz und „sich gut aufgehoben fühlen“ – die Empfangsmöbel und sein Umfeld müs-

sen 100%ig passen, es muss ansprechen und vermitteln. Funktion und Ablauf vorausgesetzt, bietet sich in diesem öffentlichen Bereich der Praxis die erste Möglichkeit, individuell zu gestalten. Hier wirken Boden-, Wand- und Deckengestaltung mit Farben, Formen und Materialien. Und diese Kombination, konsequent weitergeführt oder in Variationen angepasst, finden sich dann auch im Warte- und Behandlungsbereich wieder.

Abbildung 2 bis 6 zeigen Perspektiven einer virtuellen Praxis mit leicht veränderten Elementen und unterschiedlichen Farben. Die





Interpretation ist subjektiv: warm und ruhig, kühl und sachlich, wohnlich, technisch oder gar expressiv. Kontrastreiche Gestaltungen setzen Schwerpunkte und harmonische Ensembles wirken wohnlicher. Individuell integrierte Möbel demonstrieren neben der optimalen Nutzbarkeit auch die Eigenständigkeit Ihrer Praxis, Design-Klassiker als Sitzmöbel können z. B. den künstlerischen Gedanken unterstreichen.

Weiter geht es vom Empfang zur Garderobe und in den Wartebereich, der seinem Namen heutzutage glücklicherweise oft nicht mehr gerecht wird. In gut organisierten Praxen verkürzt sich der Aufenthalt in dieser Zone auf vielleicht nur zehn Minuten, die durch Service und Information sehr schnell vorübergehen können. Kann sich der Patient entspannen, ablenken oder informieren? Stehen Getränke bereit? Ein indivi-



duelles Möbel könnte diesen Anforderungen gerecht werden und zugleich der Eyecatcher sein.

### Schöner Bohren?

Leider beschränkt sich die Gestaltung in Behandlungsräumen oft auf die Farbwahl eines Polsters für den Stuhl und einer Front für die Behandlungszeile. Dabei stehen heute so viele Materialien in unterschiedlichsten Ausführungen und ansprechenden Qualitäten zur Verfügung wie nie zuvor: PVC wirkt wie Holz, Mineralwerkstoffe simulieren Stein, Wände in Farbe oder mit Tapete, dekorativen Elementen oder Paneel mit kleiner Garderobe, Spiegel und Ablage können nicht nur vor der Angst vorm Bohrer ablenken. Beginnen Sie mit einer Maßnahme – oder Wand. Weniger vorsichtig darf die Kreativität im Prophylaxeraum ausgelebt werden. Außerdem können hier zusätzlich ein kleiner Tisch, Stühle und ein Möbel für die Produktpräsentation integriert werden.

Räume wie Beratung, Röntgen und Sterilisation stellen möglichst zentral gelegen und weniger transparent einsehbar eine andere Herausforderung dar: sie müssen funktionieren. Deshalb darf es trotzdem farbige Wände und interessante Wandleuchten geben. Dekore von anderen Räumen können aufgenommen werden – es kostet nicht unbedingt mehr ...

### Praxismarketing = Corporate Design

Auf das Thema des immer häufiger auch in der dentalen Welt umgesetzten Corporate Designs möchte ich abschließend noch einmal eingehen. Das Wichtigste in diesem Zusammenhang ist ein einheitlicher Auftritt. Die Patienten/Kunden von heute informieren

sich: Neben der immer noch wichtigen Mund-zu-Mund-Propaganda ist das Internet ein Medium, welches immer stärker genutzt wird. Ihre Website, vom Logo bis zum Kontakt gestaltet, sollte ein Pendant der Praxis sein. Farben und Formen, sogar Typografie kann sowohl in der digitalen als der realen Welt aufeinander abgestimmt sein. Zeigen Sie auch Impressionen, interessant und spannend fotografiert. Inhaltlich sollten die Schwerpunkte allerdings auf Praxis, Team und Leistungen gelegt werden.

Ein weiteres anzupassendes Medium ist der Praxis-Flyer mit allen wichtigen Informationen, oder eine prägnante und reduzierte Postkarte für die Pinnwand zu Hause in der Küche. Die Ziele dieser Medien: Philosophie vermitteln, Sympathien entdecken und Neugierde wecken. ◀



## kontakt

Jan Skibba  
 Dipl.-Ing. (FH) Innenarchitektur  
 Inullzweilplus: Design Beratung  
 Fotografie  
 Velper Straße 12  
 31303 Burgdorf (Hannover)  
 Tel.: 0 51 36/8 04 82 82  
 Mobil: 0170/5 55 04 51  
 E-Mail: design@nullzweilplus.de  
 www.nullzweilplus.de