

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: © Zoöey 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? Wassehe 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**



Kontakt

Infos zum Autor



Peter Ippolito

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