



## In diesem Heft

Australische Impressionen zum Wohlfühlen in der Praxis: Down under in Wesseling **6/8**

Möglichkeiten und Wege der Patientenbindung in der Zahnarztpraxis: Mit Corporate Identity zum Praxiserfolg **8/9**

Im Idealfall spiegelt das architektonische Konzept die Persönlichkeit des Zahnarztes wider: Architektur als Medizin **14/16**

Von der Behandlungszeile bis zum Beleuchtungskörper – hier werden kundenspezifische Lösungen entwickelt: Angenehme Haptik und einfache Pflege in mehr als 100 Farben **20**

Wie bei den Heinzelmännchen – die neue Farbe kommt über Nacht: Einrichtungsgegenstände aus Metall lassen sich vor Ort lackieren **20/21**

Mehrstufige Seminare helfen, das richtige Praxiskonzept zu finden: Die Weichen von Anfang an richtig stellen **22**

Herstellernachweis **24**

Impressum **25**

Arzt- und Zahnarzthilfe Kenya: Patenschaften für AIDS-Waisen in Nyabondo **26**



Das Titelbild dieser Ausgabe zeigt den Behandlungsstuhl der italienischen Firma Anthos, Imola.

## Zur Sache

# Von Vorlieben, Abneigungen und dem Sich-wohl-Fühlen

Der Patient kommt in die Praxis, ist im ersten Augenblick überrascht über das Ambiente und fühlt sich direkt wohl. Schon die ersten Eindrücke geben ihm die Sicherheit, „da bin ich beim richtigen Zahnarzt für mich“. Sein Urteil bildet sich aus einem Dreiklang von Wissen, Empfindungen und Eindrücken. Zunächst aus dem Wissen, von Kollegen, Freunden und Familienmitgliedern gehört zu haben, „das ist ein Zahnarzt, der kann etwas, der erklärt alles so genau und alle sind so freundlich“. Wird der erste Eindruck bestätigt und tritt der Arzt dem Patienten offen entgegen, dann ist das mehr als die halbe Miete. Der Zahnarzt hat einen zufriedenen, überzeugten Patienten, der vieles mitzumachen bereit ist, gewonnen. Der Eindruck von der Praxis und ein daraus resultierendes Urteil wird aber in starkem Maße auch von der Einrichtung, der Ausstattung und der Ausstrahlung der Praxis geprägt.

### Erwartungen sind meist individuell

Die Erfüllung der eigenen Erwartungen ist von hoher Individualität geprägt. Die einen wollen ihren archaischen Höhlendrang befriedigt sehen, andere glauben, „Zahnarzt, das ist High Tech, da muss man mittendrin sein in einem Spacelab“. Wieder andere Patienten erwarten sachliche Nüchternheit, die medizinische Ausstrahlung und Kompetenz vermitteln soll; und schließlich ist da noch der Praxisinhaber mit seinen Überzeugungen, Vorlieben, Neigungen – auch dies spiegelt sich in der Praxis oft wider, und das sollte es auch.

### Technisch und medizinisch anspruchsvoll

Da gibt es kein – wir können es in diesem Spezial verdeutlichen – „nur dieser Stil ist richtig“ oder „nur jene Einrichtung nicht“. Selbstverständlich muss alles funktionell und ergonomisch stimmig sein und alles enthalten, was zu einer guten Zahnarztpraxis gehört. Zahnheilkunde ist für viele Menschen eine medizinisch und technisch sehr anspruchs-

volle medizinische Disziplin, an die sie hohe Erwartungen stellen. Dies beginnt schon bei der Behandlungseinheit mit allen Schikanen, die ausgestattet mit der neuesten Röntgentechnik und unterstützt von aktuellen Kommunikationsmedien sein sollte. Diese Vorstellungen und Wünsche zu realisieren bedarf der Unterstützung durch den Fachhandel, der auf Erfahrungen zurückgreifen kann, die er beim Einrichten hunderter von Praxen gesammelt hat: von der Raumplanung über die Ausstattung bis hin zur Lichtgestaltung und der Kommunikationsvernetzung durch Spezialisten der Praxisplanung. Und natürlich gilt es auf die Markenartikel aus der Dentalindustrie zurückzugreifen, die ihre Produkte und Einrichtungen auf die Bedürfnisse der Zahnärzte und deren Mitarbeiter hin entwickelt haben.

**Den „einzig wahren“ Praxisstil gibt es nicht**

Auch wenn wir uns in wirtschaftlich unsicheren Zeiten befinden, müssen Sie in Ihre Praxiszukunft investieren. Gerade jetzt – denn die Praxis, die in den Augen der Patienten sozusagen rostet durch rasten, also durch Nichtinvestieren veraltet, die wird im Wettbewerb, der sich künftig um die bessere Zahnheilkunde mit dem höheren Anspruch dreht, eher vom Scheitern bedroht sein. Und das wünschen wir uns doch alle nicht.

Ihr

Jürgen Pischel

