



SCHÖNE INNENARCHITEKTUR

„Money creates Taste“

Schöne Innenarchitektur erfreut, v.a., wenn die Atmosphäre und die dazugehörige Abrechnung der Wahlleistung miteinander harmonieren. Privatpatienten sind anspruchsvoll, aber auch lukrativ. Denn sie bringen Geld in die Kassen. Dafür braucht es Investitionen. Die alleine sind jedoch kein Garant für eine erfolgreiche Innenarchitektur.

Schöne Innenarchitektur ist meist teuer. Trotzdem sind hohe Investitionen längst kein Garant für eine erfolgreiche Innenarchitektur. Man könnte sogar das Gegenteil behaupten. Denn mit viel Geld kann man auch viel ruinieren. Das wiederum kann man auch billiger haben. Im Idealfall hat man also genügend finanzielle Mittel zur Verfügung, wenn die Innenarchitektur überarbeitet werden soll. Aber auch wenn die finanziellen Mittel bescheidener ausfallen, kann man attraktive Räume in die Tat umsetzen. Natürlich ist es schwierig und eine Herausforderung, dennoch besteht die realistische Möglichkeit. Entscheidend dabei ist, was man aus den zur Verfügung stehenden Komponenten macht und wie man sie am klügsten einsetzt. Dazu gehört an erster Stelle ein stimmiges Konzept, das mit Hand und Fuß überzeugt. Und wenn es das, wie so oft, noch nicht gibt, ist es höchste Zeit, damit zu beginnen und nach vorne zu schauen, statt endloses Flickwerk in kleinteiliger Denke zu produzieren, dass unterm Strich teurer ist.

Die Komponenten sind Farbe, Material, Oberflächen, Gestaltungskomponenten, lose Möbel, Einbauten, Licht, eine klare Linie und das alles bei größtmöglicher Flexibilität. Der Komfort und die ästhetische Gestaltung stehen im Fokus, wenn es um die Atmosphäre, genauer noch um die gewünschte Hotelatmosphäre in der Wahlleistung, geht.

Neulich auf einer Baustelle: „Ach, Sie machen es hier schön?“ Sicher mache ich es schön! Als ob ich das Gegenteil vorhabe. Genau, wir machen es hässlich, reduzieren damit die Verweildauer und kreieren hier unser neues Forschungs-

projekt im Fokus der Wirtschaftlichkeit: „Wie lange hält es ein kranker Mensch hier aus?“ Unsinn.

Ein guter Entwurf beinhaltet zu allererst einmal die notwendige Funktionalität. Das ist essenziell. Dazu gehören die krankhaustypischen Arbeitsprozesse, die am besten durch prozessoptimierte Planung unterstützt werden, dem Personal den täglichen Ablauf erleichtern und damit die Wirtschaftlich-

entfaltet aber dennoch ihre Wirkung hinsichtlich des Befindens von Patienten und Personal gleichermaßen. Die Haltung einer Einrichtung wird durch seine Gestalt kommuniziert, im Sinne von „you cannot not communicate“ (Paul Watzlawick). Egal was Sie tun, sogar wenn Sie nichts tun.

Maximale Sicherheit und die geringste Möglichkeit eines wirtschaftlichen Flops braucht es also. Privatpatienten

„Privatpatienten sind nicht nur anspruchsvoll, sondern sie sind auch wählerisch.“

SYLVIA LEYDECKER

keit steigern. Nicht zu unterschätzen ist auch die Hygiene, die maximal mit Hilfe der passenden Komponenten erreicht wird. Und last but not least gehört dazu auch eine erlösorientierte Gestaltung, die eine vollumfängliche Nutzung der Wahlleistung erlaubt. Die Komponenten Aufenthaltsqualität, ästhetische Gestaltung sowie Funktionalität im Hinblick auf Prozessoptimierung und Hygiene gehen dabei eine Symbiose ein, um final im Hinblick auf die kaufmännische Perspektive mit erfolgreicher Abrechnung verknüpft zu werden.

Nimmt man die Innenarchitektur in Angriff, dürfen auch die PR- und Öffentlichkeitsarbeit nicht fehlen. Mundpropaganda ist wichtig. Zielgerichtete PR- und Marketingmaßnahmen wirken äußerst attraktiv auf die anvisierte Zielgruppe. Ein Imagetransfer bewirkt ähnliches im Hinblick auf die Regelleistung. Diese honoriert zwar keine Gestaltungsqualität in abrechnungstechnischer Hinsicht, sie

ten sind nicht nur anspruchsvoll, sondern sie sind auch wählerisch. Daher sollten die Räume der eigenen Einrichtung auch attraktiver sein als die der Konkurrenz. Was nutzt es sonst, wenn alle wieder auf dem gleichen austauschbaren Niveau angekommen sind? Provokant hat es die Künstlerin Jenny Holzer formuliert: „Money creates Taste“. Schön wäre es. Der Innenarchitektur zum Wohlfühlen gehört die Zukunft im Krankenhaus nur dann, wenn sie auch Geld bringt. Alles andere scheint Träumerei. Aber damit beginnt sie immer, die Vision von der neuen schönen und v.a. Dingen besseren Innenarchitektur.

SYLVIA LEYDECKER

Innenarchitektin BDIA AKG,
100 % interior, Köln,
Kontakt: info@100interior.de,
www.100interior.de

