



SYLVIA LEYDECKER / 100% INTERIOR

„Moderne Interiors orientieren sich am Patienten“

Die Innenarchitektin Sylvia Leydecker entwickelt mit ihrem Büro 100% interior zukunftsorientierte Raumkonzepte. Neben den Schwerpunkten Office, Produkt- und Ausstellungsdesign liegt ihr Fokus auf Healthcare-Projekten. Ob Krankenhaus-Station, Kinderarztpraxis, betreutes Wohnen oder Kreißsaal – Leydeckers Entwürfe berücksichtigen nicht nur die Wohlfühlatmosphäre, sondern auch einen optimierten Arbeitsablauf. Wir sprachen mit der Kölnerin über die aktuellen Gestaltungsanforderungen, die sich vor allem durch den demografischen Wandel ergeben, und darüber, wo es in diesem Bereich noch immer Nachholbedarf gibt.

Der demografische Wandel rückt das Thema Healthcare für die Interior-Branche immer stärker in den Fokus. Und auch allgemeine medizinische Bereiche wie Krankenhäuser und Arztpraxen setzen verstärkt neue Akzente. Inwiefern hat sich das sterile Image dieses Segments in den letzten Jahren verändert?

Der demografische Wandel macht sich zum einen bei den 'Silver Agern' im Kontext Wellness aufs Angenehmste bemerkbar. Ebenso verändern sich aber auch z.B. Krankenhäuser, für die die Themen Geriatrie und Demenz an Bedeutung zunehmen. Sterile Räume sind nicht mehr gefragt, dagegen ist häufig eine gewisse wohnliche Atmosphäre gewünscht, die das Gegenteil in der Wahrnehmung bewirkt. Moderne Healthcare-Interiors orientieren sich durchgängig am Patienten, der heute mehr erwartet als nur eine optimale medizinische Versorgung. Der Ort der Heilung soll Vertrauen wecken und Patienten willkommen heißen – mit allem, was dazugehört.

Sylvia Leydecker, Diplom-Ingenieurin und Innenarchitektin BDIA, ist Inhaberin des 1997 in Köln gegründeten Büros 100% Interior. Die Schwerpunkte liegen in den Bereichen Healthcare, Office, Produkt- und Ausstellungsdesign. Leydecker gilt zudem als Expertin für Nanomaterialien in der Architektur. In ihren Entwürfen setzt sie innovative Materialien ebenso ein wie traditionelle Werkstoffe.



Foto: Karin Heurich für 100% Interior

Was ist Ihnen bei dieser Thematik besonders wichtig, und was wird heute noch zu stark vernachlässigt?

Der Gesamtkontext, das Corporate Design und die emotionale Seite sind mir besonders wichtig. Unsere Interiors reflektieren die Corporate Identity des Krankenhauses und die Persönlichkeit des Arztes in einer Praxis. So entsteht eine unverwechselbare Atmosphäre, in denen sich Patienten gut aufgehoben fühlen.

Ein No-Go sind für mich Konzeptlosigkeit und die Ausrede, dass anspruchsvolle Gestaltung zu viel kostet. Insgesamt werden in der Planung daher noch viel zu oft Regelleistungspatienten vernachlässigt sowie die Bedürfnisse des Personals. Denn nicht nur die Patienten, sondern auch die Mitarbeiter möchten sich wohlfühlen. Wobei unsere Entwürfe nicht nur die Atmosphäre, sondern ebenso einen optimierten Arbeitsablauf berücksichtigen. Damit sich die Angestellten auf das Wesentliche konzentrieren können: den Menschen.

Neben Wohnlichkeits- und Wellness-Ansätzen sind auch die Themen Sicherheit, Barrierefreiheit und einfache Bedienbarkeit von großer Bedeutung. Müsstens diese Aspekte nicht längst eine Selbstverständlichkeit sein?

Sicher. Die Realität sieht dennoch anders aus, weswegen es deutlich Nachholbedarf für die Zielgruppe älterer Menschen gibt, die darauf noch weniger verzichten können. Universal Design war dabei ein Schritt in diese Richtung.

Sie beschäftigen sich außerdem viel mit Material-Innovationen. Welche intelligenten Stoffe und Produkte sollten in Zukunft verstärkt zum Einsatz kommen? Welche Innovationen würden Sie sich darüber hinaus wünschen?

Es könnten viel mehr Produkte, die die Reinigung und Hygiene unterstützen, zum Einsatz kommen. Solche, die das Raumklima verbessern und Temperaturspitzen abfangen oder auch solche, die in der Produktion eine andere Nachhaltigkeit an den Tag legen.

Ich wünsche mir leichte und trotzdem starke Materialien, die schlanke Produkte generieren. Und spannende Oberflächen in ästhetischer Hinsicht, wenn ich an Farben denke – was nicht unbedingt Farbpigment heißen muss. Innovationen, die Ästhetik mit der im Healthcare-Bereich nötigen Funktionalität zusammenbringen, sind mein Wunsch. Coole Produkte in Wohlfühl-Verpackung.

Welches war Ihr bisher umfangreichstes Healthcare-Projekt? Woran arbeiten Sie aktuell?

Am umfangreichsten erschien mir der Entwurf der 'Royal Rooms' eines Krankenhauses im Mittleren Osten für eine arabische Herrscherfamilie. Aktuell arbeiten wir an einem schönen Mix: Psychosomatik-Projekte, Kundenservice-Center und coole Produktdesigns. Und natürlich habe ich auch Buch Nummer vier am Start, nachdem gerade „Corporate Interiors“ auf den Markt gekommen ist.

