

Farbenfrohe Praxiskleidung als elegantes Design- und Marketingtool

Das Leben ist bunt – warum nicht die Praxis?

26 / 27

AUS DER PRAXIS



Rot macht gute Laune – das Praxisteam um Dr. Dr. Maick Griebenow, Dortmund, macht's vor!

Ganz in Weiß? Das mag noch immer der Traum einer jeden Braut sein. Bei Ärzten hingegen scheint diese Farbe bei der Wahl ihrer Berufskleidung zunehmend aus der Mode zu kommen – aus gutem Grund.

von CHRISTIAN BÄRMANN, HANNOVER

Arztes. Doch diese Wahrnehmung bröckelt zunehmend. Nicht zuletzt dank erfolgreicher US-amerikanischer Arztserien wie „Emergency Room“, „Scrubs“ oder „Grey's Anatomy“ wird schon seit einer Weile im wahrsten Sinne des Wortes vor Augen geführt, dass bunte Praxisbekleidung durchaus Sexappeal haben kann.

Vor allem aber mach(t)en Schauspieler wie George Clooney und Patrick Dempsey in ihren Rollen deutlich, dass Kompetenz, Seriosität und Ausstrahlung keine Sache der Kleidung ist. Viele Patienten erleben das bereits heute selbst – wenn sich ihr Arzt vom „Halbgott in Weiß“ auch dank farbiger und legerer Berufskleidung zum „Spezialisten auf Augenhöhe“ gewandelt hat. Ein Gedanke, der ebenso wie die genannten Fernsehserien aus den USA „importiert“ wurde, wo sich Ärzte oftmals eher als Dienstleister verstehen und ihren Patienten auf Augenhöhe begegnen – ohne dabei an Kompetenz zu verlieren. Bequeme Praxisbekleidung in freundlichen Farben vermittelt diese Botschaft. Dass fröhliche Bekleidung gerade jüngeren Patienten die Angst vor dem Arzt nimmt, ist nachvollziehbar und wurde 2012

beispielsweise anhand einer Diplomarbeit an der Medizinischen Universität in Graz untersucht. Laut der österreichischen Zeitung *Der Standard* habe die Autorin der Diplomarbeit nachgewiesen, dass das bunte Outfit – im Vergleich zu zwei formelleren Bekleidungsvariationen – von Kindern über sechs Jahren die größte Zustimmung erfahren habe. Eine US-Studie kam bereits 2009 zu dem gleichen Ergebnis: Schwestern in Krankenhäusern, die Bekleidung mit kräftigen Farben trugen, würden als hilfsbereiter und freundlicher wahrgenommen – und von Eltern als ermutigender und weniger angsteinflößend für Kinder. Doch auch bei erwachsenen Patienten verfehlt dieser Effekt nicht seine Wirkung.

Farbe bekennen

Doch freundliche Farben und bequem sitzende Praxiskleidung signalisieren neben Freundlichkeit und Warmherzigkeit auch andere Werte: Modernität, Aufgeschlossenheit sowie all die Aspekte, für die gerade der zahnmedizinische Bereich steht, wo es in vielen Fällen nicht nur um Gesundheit, sondern auch um Lebensqualität, Kosmetik und Schönheit geht. Der Alltag in



Zahnarztpraxen dreht sich in den seltensten Fällen um akute Notfälle, sondern in erster Linie um schmerz- befreiende Routinebehandlungen oder die genannten ästhetischen Aspekte. Ein Grund mehr also für das behandelnde Personal, in der Praxis nicht auf Kleidung und Farben (wie Weiß oder Mint) zurückzugreifen, mit denen Patienten lebensrettende und oftmals blutige Operationen assoziieren. Und überhaupt: Das Leben ist bunt – warum sollte es da in einer Praxis farbneutral zugehen?

„Durch schicke und einheitliche Bekleidung wird auch der Teamgedanke innerhalb unseres Praxis-teams dokumentiert“, erklärt Dr. Michael Claar von der Praxis Leipziger Platz in Kassel, in der Ärzte und Mitarbeiter seit Jahren bei den Patienten neben der fachlichen Kompetenz auch durch farbenfrohe Praxisbekleidung punkten. Ein Team, das im besten Fall über Jahre zusammengewachsen ist und in dem jedes Mitglied neben dem Praxisnamen auch den eigenen Namen mit Stolz eingestickt auf dem Kasack oder Polohemd trägt. „Individualisierte Praxisbekleidung vermittelt genau das Gegenteil jener Message, die von einem schnell austauschba-

ren und unter Umständen schief angebrachten Namensschild ausgeht“, betont Dr. Claar.

Von den praktischen Aspekten nicht zuletzt auch für Praxisgründer mal ganz zu schweigen: Wenn es um die Farbgestaltung von Einrichtung und Wänden geht, stehen viele junge Ärzte vor der Qual der Wahl – denn eine Farbe, die heute angesagt ist, kann bereits in wenigen Jahren nicht mehr dem Zeitgeist oder dem Geschmack entsprechen. Eine Renovierung ist jedoch teuer. Deutlich kostengünstiger ist es, das Praxisdesign neutral zu halten und stattdessen die farblichen Akzente in der Praxis durch bunte und einheitliche Bekleidung des Teams zu setzen.

Mit farbenfroher Praxisbekleidung punkten

Aufeinander abgestimmte Kollektionen, die heutzutage in nahezu allen Konfektionsgrößen erhältlich sind, geben jeder Praxis ein unverwechselbares und professionelles Erscheinungsbild. „Denn eine Praxis kann noch so aufwendig und stylisch eingerichtet sein, doch am Ende sind es unsere Mitarbeiter – die Menschen, die die Technik bedienen –, die zählen und die eine

Farbenfroh geht es in der Praxis
dent.taurus-Zahnärzte & Implantologen“ in Datteln zu.
Oralchirurg Dr. Jan Wagner war übrigens TitelStar
der Chance-Praxis-Ausgabe 4/2012!



Die Bilder wurden zur Verfügung gestellt von Medical Instinct.
Kontakt: www.medical-instinct.de

CHRISTIAN BÄRMANN

Christian Bärmann ist freier Autor und Chefredakteur mehrerer Magazine. Er lebt mit seiner Familie in Hannover.



Fotografie: Uwe Tölle

Praxis zum Erfolg machen“, betont MSC Fehmi Eke von der Praxis Weserkind in Bremen. Schon aus diesem Grunde mache es Sinn, das Behandlungsteam entsprechend hochwertig einzukleiden. Aber auch aus Marketingsicht, erklärt Eke: „Anders als zum Beispiel ein neuer Fußbodenbelag für die Praxis ist Praxisbekleidung keine langfristige Investition, sondern ein elegantes und schnell zu aktualisierendes Design- und Marketingtool.“

Auch der kommunikative Aspekt ist nicht zu unterschätzen. „Als wir unser Team mit einem neuen Satz roter Bekleidung ausgestattet hatten, wurde das von wirklich allen Patienten sofort bemerkt und anerkennend kommentiert“, erinnert sich Dr. Michael Claar. In dieser Hinsicht sind auch farbige und pfiffige OP-Hauben ein kommunikations- und dadurch entspannungsfördernder Faktor. Das Tüpfelchen auf dem i, sozusagen. Denn den zu meist aus den USA importierten OP-Hauben sind in Sachen Design kaum Grenzen gesetzt: Die Bandbreite reicht von schlichten Kreationen in dezenten bis poppigen Farben zu Designs mit Namen wie „Puppy Paws“ (Hundetatzen), „Cupcakes“ oder passend zu sportlichen Events wie der Fußball-Weltmeisterschaft („Soccer World Cup“). Kaum anzunehmen, dass triste Einweg-OP-Hauben auf den Patienten den gleichen Effekt haben. Sexappeal, lockere Gespräche und entspannte Patienten – das nennt man wohl eine Win-Win-Win-Situation. *