

## Corporate Design für Ordinationen

# Mode-Erscheinung oder wirkungsvolles Kommunikations-Instrument?

**WIEN – Warum kommen die Patienten gerade in Ihre Ordination? Oder warum bleiben Sie bei Ihnen und wechseln nicht zu einem Kollegen, der doch näher wäre? Im Idealfall deshalb, weil alles – von Ihrer Betreuungsqualität bis hin zur Atmosphäre in der Ordination – zusammenpasst. Medical Tribune holte sich zum Thema die Meinung von Corporate Design-Expertin Viktoria Hausegger.**

**MT: Wieso ist ein Corporate Design für die Wirkung der Ordination maßgeblich?**

**Hausegger:** Ganz einfach ist das nicht mit dem Corporate Design. Sehr häufig wird der Begriff auch mit der Corporate Identity verwechselt. Diese ist ein aufeinander abgestimmtes Maßnahmenbündel von Management- und Marketing-Maßnahmen. Wie der Name sagt, geht es dabei um die Identitätsfindung. Die Wirkung nach „innen“, also die Motivation der Mitarbeiter, sowie nach „außen“ mit positivem und kompetentem Image ist gleichermaßen wichtig. Kern der Corporate Identity ist die Unternehmenspersönlichkeit, beim Arzt somit die Persönlichkeit der Ordination.

Corporate Design hingegen ist die visualisierte Persönlichkeit Ihrer Ordination, und somit eines der wichtigsten Kommunikationsinstrumente.

**MT: Kann man sich nicht einfach selbst ein „nettes Logo“ entwerfen?**

**Hausegger:** Die Wirkung des Corporate Designs geht weit über die subjektive Beurteilung eines Designs hinaus, wobei die ästhetische Komponente natürlich einen wichtigen Bestandteil bei der Re-

alisierung des visuellen Erscheinungsbildes darstellt.

Maßgeblich bei der Gestaltung ist jedoch, dass die Ordinations-Philosophie authentisch vermittelt wird und die damit anvisierten Patientengruppen angesprochen werden. Wenn es nicht gelingt, die Persönlichkeit der Ordination zu visualisieren, wird – im schlimmsten Fall – etwas Anderes oder Gegenteiliges vermittelt als beabsichtigt.



Viktoria Hausegger

**MT: Können Sie dafür ein Negativ-Beispiel geben?**

**Hausegger:** Das geschieht häufig. Beispielsweise dann, wenn eine zwar mit Grafikprogrammen vertraute, grafisch und marketing-technisch jedoch nicht ausgebildete Person ein „nettes“ Logo zeichnet. Das ist zwar meist sehr billig. Die gewünschte Wirkung bleibt jedoch auf der Strecke, da die wichtigsten Marketing- und Kommunikationsmechanismen nicht berücksichtigt

werden. Denn letztlich muss alles individuell auf den Arzt, die Ordination abgestimmt sein: Das Design visualisiert die Philosophie der Ordination.

**MT: Warum ist professionelles Grafik-Design ebenso maßgeblich wie kompetente Marketing-Beratung?**

**Hausegger:** Bevor der Grafiker mit seiner Arbeit beginnen kann, sollten Sie sich mit wichtigen Marketing-Aufgaben auseinandergesetzt haben:

- ▶ Wie und wodurch unterscheiden Sie sich von anderen Ordinationen?
- ▶ Ein Ordinations-Profil ist zu erarbeiten – wofür steht Ihre Ordination?
- ▶ Welche Zielgruppen wollen Sie ansprechen?

Das Ergebnis muss dann grafisch gekonnt in Szene gesetzt, visualisiert werden. Grafisches Design ist mehr als das Beherrschen von Grafikprogrammen. Grafik-Design ist ein Zusammenspiel von Farben, Flächen und Typografie. Es entstehen Formen und Räume von unterschiedlichem Gewicht. Die gekonnte Anordnung dieser Gewichtung erzeugt Struktur. Das Gewicht der Elemente ergibt sich aus ihrem Kontrast zueinander. Farbton, Helligkeit und Flächenverständnis liegen im Widerstreit zueinander, dominieren oder treten zurück. Aus diesem Spannungsfeld entsteht Wirkung.

Damit das Corporate Design Ärzten in ihrem Ordinations-Marketing erfolgreich unterstützen kann, muss die erarbeitete Ordina-

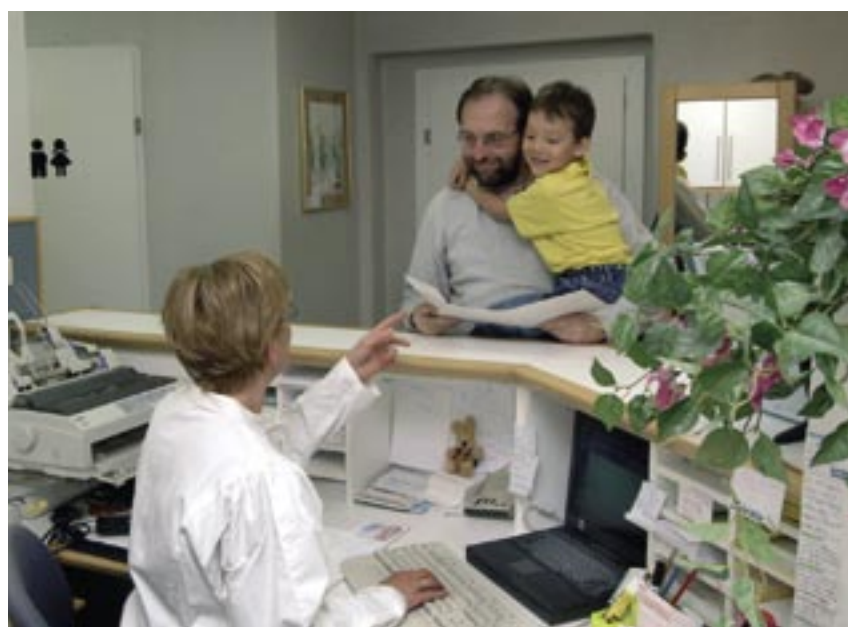


Foto: Bilderbox

Corporate Design ist auf ein visuelles Erscheinungsbild gerichtet, das die Ordinationsphilosophie authentisch vermitteln soll.

tions-Positionierung – wofür die Ordination steht – klar transportiert werden. Auch die erforderliche textliche Unterstützung Ihres Logos sollte einem Marketing-Spezialisten anvertraut werden. Voraus-

### Explizit

**„Der optische Eindruck sagt mehr als 1000 Worte und ist somit mehr als ein Modetrend.“**

Viktoria Hausegger

setzung für ein durchdachtes und wirkungsvolles Corporate Design ist also das Wissen um die Wirkung aller einzubindenden Möglichkeiten wie Marketing, Kommunikation und Grafik-Design.

**MT: Was bewirkt professionelles Corporate Design?**

**Hausegger:** CD visualisiert den individuellen Ordinations-Stil, schafft Wiedererkennbarkeit und bewirkt Differenzierung zu anderen. CD ist somit ein elementarer Baustein des Ordinations-Marketings und der Kommunikation: Es schafft Identifikationspotenzial bei Patienten und Mitarbeitern und trägt nicht zuletzt wesentlich zur Vertrauensbildung bei Patienten und der Öffentlichkeit bei. Nur ein professionell umgesetztes Corporate Design wird für den Arzt arbeiten und ihn in seinem Ordinations-Marketing wirkungsvoll unterstützen.

Viktoria Hausegger ist Geschäftsführerin der Agentur mehr.wert. für Ärzte, Apotheker etc.  
www.mehrwertmarketing.at