

Bitte anfassen!

Die betriebswirtschaftlich gesteuerten Lemminge des Gesundheitswesens, die Räume nur danach beurteilen, ob sie flächeneffizient und prozessoptimiert sind, prägen nach wie vor die Innenarchitektur des Krankenhausbaus mit mächtig beeindruckenden virtuellen Szenarien und Excel-Sheets. Aber: Wo kommt dabei die Menschlichkeit vor?

Humanzentrierte Räume, die den Heilungsprozess und die Arbeitsplatzqualität, nicht nur die Abrechnung, unterstützen, berücksichtigen menschliche Bedürfnisse und deren emotionale Ebene nicht nur als Feigenblatt mit dem „Mensch im Mittelpunkt“. Eine Art subnormale Minderheit mit Idealismus, die scheinbar von einem anderen Stern stammt, klagt sich derweil ernsthaft um Räume mit Wohlfühlfaktoren. Diese scheinbar extraterrestralen Wesen entstammen, wenn es um die Planung von Räumen geht, selten der Kaufmannschaft, eher der kreativen Welt. Sie sind selten in der Regelleistung, öfter in der Wahlleistung zu finden, denn leider nur dort bildet sich der Komfortbereich. Der Kreis schließt sich also auf wundersame Weise. Theoretisch könnte man Patienten, die ein Krankenhaus aufsuchen, den Teil ihres Gehirnes enternen, der für die haptische Wahrnehmung zuständig ist. Diese Regionen werden dort eigentlich nicht gebraucht, weder positiv angesprochen oder angeregt. Sämtliche Patienten durchlaufen mühelos das unvermeidliche Szenario aus Kunststoff, Gummi und Edelstahl – denn Kunststoff, Gummi und Edelstahl so fühlt sich ein Krankenhaus heute oft an. Erwartungsgemäß ist das der nötigen Funktionalität geschuldet – abwaschbar, glatt und kühl, während die Materialität die besagte und scheinbar bewährte Kombination bildet. Willkommen im sterilen 21. Jahrhundert, das obendrein de facto an den entscheidenden Stellen gar nicht so clean scheint, siehe MRSA und Co. Lassen Sie sich bitte intensiv inspirieren – Kunststoff, Gummi und Edelstahl. Sie fühlen es bereits dank Ihres virtuellen Brain-Scripts, das vertraute Gefühl. Die

dazu gehörigen Gerüche und Gefühle in einem Szenario, das auf allen Ebenen funktioniert. Eine haptisch inspirierende Umgebung birgt emotionale Qualität. Schon ein gewisser Darwin wusste, dass die Wechselwirkung zwischen räumlicher Umgebung und Individuum das Verhalten prägt. Die Komplexität der Sinneindrücke, die das Verhalten steuert, ist vielfältig, denn Menschen sind multisensuell ausgerüstet und verarbeiten innerhalb von Bruchteilen von Sekunden multiple Sinneindrücke. Neben Optik, die gerne Begeisterung auslöst, Akustik, oftmals zum Davonlaufen, und anderen Sinesindrücken wird die Wirkung der Haptik auf die Psyche heute noch ignoriert. Apopos Psyche. Erinnern Sie sich an die Lemminge? Kollektiver Selbstmord wäre angesichts der Emotionslosigkeit so mancher Krankenhausräume heute noch fühlt sich Vertrauen an, wie Angst? Arbeit sich Schönheit an, wie Funktionalität? Wie räumliche Erlebnis nachhaltig. Wie fühlt die haptische Erfahrung prägt das voll platzierte Zimmerpflanzen. Die haptische Erfahrung prägt das fühlatmosphärefrei, so viel ist sicher. Der einzige Trostspender im Raum sind liebevoll platzierte Zimmerpflanzen. Sie mit Sicherheit parat. Garantiert wohl die passenden Assoziationen dazu haben kommt, bestimmt Ihr Erleben obendrein, an flankierenden Erinnerungen in den Sinn teil und Fingerabdrücke. Was Ihnen dazu weilt auf dem Niveau, Erbsensuppe mit Effekt dezent unterschiedlich aus und ver-rungs- und Erlebnishintergrund fällt der haben, in einem Krankenhaus Ihrer Wahl kursive, falls sie bereits das Vergnügen dazugehörigen Gerüche und Gefühle in-

„Eine haptisch inspirierende Umgebung birgt emotionale Qualität.“ SYLVIA LEYDECKER

die Folge, aber das ist nur ein Gerücht. Das geht bestimmt besser, da bin ich optimistisch. Die Industrie liefert mittlerweile Produkte, die es ermöglichen, Ansprüche an Funktion und Emotion in Einklang zu bringen. Für das passende Konzept sind wir als Planende gefragt. „Touch it, feel it or forget it.“

SYLVIA LEYDECKER
Innenarchitektin BDA,
100% Interior, Köln,
Kontakt: info@100interior.de,
www.100interior.de



Foto: Reinhard Rosendahl