

Luxus und Fast Food

Das Bedürfnis nach Individualität prägt unsere Gesellschaft. Im heutigen Krankenhausbetrieb dagegen liegt das Stichwort „Fabrik“ nahe. Kein Wunder, dass es hinsichtlich der Prozessoptimierung bereits Annäherungen zwischen der Automobilindustrie und dem Gesundheitswesen gab. Ist das der richtige Weg?

Henry Ford hätte seine Freude gehabt. Im Ladenbau vieler Shopketten fühlt dieses Prinzip bereits umgesetzt und von den Konzernen der Luxuskonsumgüterindustrie praktiziert. Seien es z.B. Prada oder Porsche, die als Luxusmarke gelten. Deren Parfum, Schlüsselanhänger oder Sonnenbrille sind nicht einzigartig, gut an. Selbstverständlich wird Masse verkauft an. Selbstverständlich wird Masse verkauft, wie viele Mitarbeiter parallel dort unterwegs sind und obendrein noch Besucher durch die Gänge eilen. Die Prozesse wollen daher gut organisiert und optimiert werden. Diesem stetigen Strom der Massen gerecht zu werden, ist eine Herausforderung, die sich natürlich auch innerarchitektonisch niederschlägt. Die Masse muss befriedigt und glücklich gemacht werden. Genau hier sollte abseits serieller Massenproduktion der Faktor „Mensch“ mit seinen emotionalen Bedürfnissen greifen, der sich in seinem Umfeld mindesen wohl fühlen möchte.

Die Art und Weise der innerarchitektonischen Gestaltung ist dabei wesentlich. zaubern. Das passende Erlebnis verkauft auch die medizinische Dienstleistung, wie die Prävention, besser. Das Wohlfühlkrankehaus, in dem medizinische Kompetenz

„Selbstverständlich wird Masse verkauft, was sonst? Aber muss es sich so anfühlen?“
 SYLVIA LEYDECKER

Das tut nicht nur dem Umsatz gut, sondern der Konsument, also der Patient, lässt sich gerne und allzu willig in die gewollte Wunschwelt, spricht „Erlebnisswelt“, mittels der passenden Innenarchitektur

zieren sich gleichermaßen davon. Markten Masseprodukt ab, sondern sie differenzieren vom billigen, austauschbaren No-Name-transportieren. So heben sie sich nicht nur ab, sondern abhebt und einschlägt, verändert sich das eigentliche Massenprodukt in etwas Besonderes. Henry Ford hätte das gefallen – und nicht nur ihm. Individualität schafft die Industrie mittlerweile dank individueller Konfiguration, veränderter Produktionsprozesse und Technologe. Damit befriedigt sie das menschliche Bedürfnis nach Individualität und darum geht es. Wirtschaftlich betrachtet, passt es außerdem.

„Warum nicht z.B. eine individuelle, eigene Welt entwerfen, die sich gut anfühlt?“
 SYLVIA LEYDECKER

und Individualität Hand in Hand gehen. Mainstream sei Dank. Denn alle schätzen das gute Gefühl, individuell betreut zu werden. Dazu gehören Räume, die diesen Eindruck unterstützen. Nicht aber dass Sie meinen, das war es jetzt. Es lässt sich top- und elegant in die Sphären des Luxus-Luxus bedeutet grundsätzlich Exklusivität, Einzigartigkeit und Individualität. Dass es auch anders geht, eigentlich eine

Oder aber man steuert dem Eindruck von Massenabfertigung bewusst entgegen. Warum nicht z.B. eine individuelle, eigene Welt entwerfen, die sich gut an-

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




Foto: Reinhard Rosendahl

Fotos: DEKRA