

# Auf dem Weg zur Gesundheit

## Patientenhoteles und Innenarchitektur

Für ein Krankenhaus stellt der Terminus „Patientenhotel“ nicht nur profitable Kostenersparnis und Gewinne in Aussicht. Er verheißt auch einen Zusatznutzen aus marketingtechnischer Sicht. Die klangvolle Bezeichnung, kombiniert mit den üblichen Begrifflichkeiten wie „Wohlfühlatmosphäre“ und „Behaglichkeit“, ist geeignet, Patienten an das Krankenhaus zu binden. Sylvia Leydecker gibt aus der Sicht der Innenarchitektin einen Überblick zum Stand der Dinge.



Sylvia Leydecker

Der Begriff „Patientenhotel“ ist vieldeutig. Darunter kann sowohl die Privatklinik verstanden werden, als auch die angeschlossene Hoteletage – aber auch der Patientenhotelneubau eines großen Klinikkomplexes mit integrierten Facilities wie Besprechungsräumen und Spa oder die Krankenhausetage mit gehobener Ausstattung. In aller Regel ist damit jedenfalls die Unterbringung von Patienten im Low Care-Segment gemeint, das heißt die aufwendige medizinische Betreuung ist nicht (mehr) erforderlich. Die Verweildauer kann dabei unterschiedlich sein – der Aufenthalt reicht von einzelnen wenigen Tagen bis hin zum längerfristig eingemieteten „Dauergast“.

### Ursprung in Skandinavien

Die Idee des Patientenhotels stellt am anderen Ende der Welt, sowohl in den USA als auch Australien nichts Neues mehr dar und stammt ursprünglich aus Europa bzw. Skandinavien. Erste Projekte in Schweden und Dänemark waren erfolgreich und auch in Ländern wie Norwegen oder Finnland erscheint das Konzept für Patienten deswegen sinnvoll, weil der Einzugsbereich des einzelnen Krankenhauses relativ großräumig ist und der Weg zur Nachversorgung für Patienten sehr aufwendig sein kann. Dort gehört das „Patientenhotel“ mittlerweile ganz selbstverständlich zur Patientenversorgung.

In welcher Form auch immer – Patientenhotels befinden sich jedenfalls als Pufferzone zwischen Krankenhaus und stationärem Aufenthalt genau an der Schnittstelle zwischen Kranksein und Gesundheit des Patienten. Low Care, also eine nur geringe medizinische Versorgung mit entsprechend reduziertem Pflegebedarf, ist in dieser Phase gefragt. Man befindet sich auf dem Weg zur Besserung, sodass

der stationäre Aufenthalt häufig unnötig geworden ist und eigentlich eine Unterbringung zu Hause angebracht ist. Zur postoperativen Überwachung wird dennoch der Aufenthalt in der unmittelbaren Nähe ärztlicher Versorgung vorgezogen. Ein stationärer Aufenthalt kann aber unter Umständen auch bei Low Care-Patienten noch nötig sein, während die Belegung eines teureren Akutbetts überflüssig ist. Das einzelne Akutbett stellt im Vergleich zum Low Care-Patientenhotelbett aus Perspektive des Betreibers eine erheblich kostenintensivere Angelegenheit dar. Vor allem unterscheiden sich Hotelpersonal und Pflegepersonal deutlich im Gehalt.

### Berater und Projekte

Hierzulande sind Beratungsunternehmen wie die Deutsche Patientenhotel (DPH) oder die deutsch-skandinavische Firma Abbakus als Anbieter auf diesem Markt tätig. Da der gastronomische Service nun auf gesteigertes Interesse trifft, bewegen sich hier auch Catering-Unternehmen wie Sodexo oder Ahr Services, eine Bilfinger-Berger-Tochter. Hoteliers wie Ramada, Maritim, Steigenberger, Lindner, Hilton und nH ignorieren das Erfolg versprechende Nischenprodukt Patientenhotel ebenso wenig. Seit einigen Jahren machen einzelne ambitionierte Patientenhotel-Projekte in der Presse von sich reden. Die Hamburger Klinik Fleetinsel verbindet bereits Hotelkomfort im Hotel Steigenberger mit einem Klinikaufenthalt, kleine Krankenhäuser wie das Ludmillentift mit dem „Hotel von Euch“ und auch eine der größten Unikliniken Deutschlands, das Universitätsklinikum Schleswig-Holstein (UK-SH) beabsichtigt mit einem Patientenhotel Dreisterne Plus gemeinsam mit der Hotelkette Maritim an den Start zu gehen. In Hamburg existiert außerdem das als Familienhotel konzipierte „Storchen-



## Krankenhausuntypische Gestaltung

Diese Realisierung bedarf einer Form. Innenarchitektonisch betrachtet, geht es um eine krankenhausuntypische atmosphärische Gestaltung, die dem Patienten auch räumlich vermittelt, sich auf dem Weg zur Gesundheit zu befinden und das „Krankenhaus“ hinter sich zu lassen. Ansprechende Räume, die sich durch ein klares Farbkonzept, eine angenehme Materialauswahl und Formensprache auszeichnen und last but not least komfortabel ausgestattet sind, bedeuten für Krankenhäuser und deren Patienten einen Mehrwert. Die viel zitierte „Wohlfühlatmosphäre“ ist ein Muss. Differenzierte Bereiche wie Patientenzimmer, Flure und Aufenthaltsbereiche sind Teil eines durchdachten Raumkonzepts.



Das Logo der Privatklinik findet sich auf Spiegel und Verglasungen im Bad und korrespondiert mit dem umlaufenden Mosaikband

Das Patientenhotel verheißt nur Gutes: Entspannung, eine angenehme Atmosphäre, in der es sich bestens gesund werden lässt, entsprechen der Erwartungshaltung des Patienten – die Assoziation mit „Urlaub“ liegt nahe. Nicht nur Patienten selbst, sondern auch Angehörige werden angesprochen – deren Aufenthalt soll abseits aller Krankenhausatmosphäre nicht nur erträglich, sondern angenehm gestaltet werden. Die Innenarchitektur selbst stellt in diesem Kontext eine Facette dar – der begleitende Service wie z.B. der Empfang oder das Frühstücksangebot sind mindestens genauso wichtig. Für diesen Service muss die Innenarchitektur den passenden Rahmen bieten.

Zum einen muss das zugrunde liegende Raumkonzept aus ästhetischer Sicht einen erfreulichen Anblick bieten – ebenso müssen aber auch hier Arbeitsabläufe funktionieren, den hygienischen und ergonomischen Anforderungen Rechnung getragen und weitere vielfältige funktionale Bedingungen berücksichtigt werden. Das Patientenhotel ist als Balanceakt zwischen Hotel und Krankenhaus zu verstehen. Die Medizin ist zwar nicht dominant, dennoch ist der Fokus „Medizin“ nach wie vor angemessen. Eine sorgfältige Planung, die sowohl Hotelatmosphäre als auch den medizinischen Anspruch insbesondere an die Hygiene (man denke an das Stichwort MRSA) berücksichtigt, wäre ideal.

## Klares Konzept als strategische Basis

Patientenhotels müssen klare Anforderungsprofile hinsichtlich der angebotenen Services als auch des jeweiligen Betreibers und seiner avisierten Zielgruppe besitzen, um eine adäquate Planungsgrundlage der Innenarchitektur zu bilden. Eine klare strategische Zielrichtung ist dafür unerlässlich. Sie muss zur Ausrichtung und Unternehmensstrategie des jeweiligen Hauses passen. Statt beliebig austauschbarer Standards ist ein eigenes unverwechselbares Standing in der Patientenkommunikation wichtig.

Bevor die Patienten überzeugt werden, müssen Betreiber und Investor vom Gesamtkonzept überzeugt sein. Im Ergebnis sind die Belegungszahlen relevant und die Abrechnung – ob über die Krankenkasse oder mit dem Selbstzahler – muss funktionieren. Die passende Innenarchitektur leistet hierzu einen entscheidenden Beitrag.

### Kontakt:

Dipl.-Ing. Sylvia Leydecker, Innenarchitektin BDIA

100% Interior, Köln

Tel.: 0221/736383

www.100interior.de

▲ Privatklinik Josephinum, München; angenehme Ein- und Ausblicke

nest“, der Asklepios Klinik Altona, das den Aufenthalt nach der Geburt verschönt. In das Maritim Badehotel Bad Wildungen integriert sich das Institut für Präventiv- und Sportmedizin „Premedical-Active“ und in Maritim Stadthotel Hannover hat sich bereits 1998 die Schönheits-Klinik am Aegi etabliert. Das Universitätsklinikum Eppendorf (UKE) verfolgt mit der Hotelkette Ramada die Realisierung eines angeschlossenen Vier-Sterne-Hotels. Zum Teil stecken diese Projekte noch in der Realisierung.

Eine attraktive Gestaltung kann sogar soweit gehen, dass neben begleitenden Personen durchaus auch gewöhnliche Touristen angesprochen werden – so, wie das Patientenhotels in Skandinavien bereits tun. Hinsichtlich der Zielgruppe, sollte zwischen Privat- und Kassenspatient unterschieden werden können, da Wahlleistungspatienten eine Unterscheidung zur Regelleistung erwarten dürfen.



Einzelzimmer mit standortbezogener Grafik