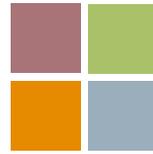
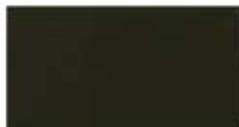
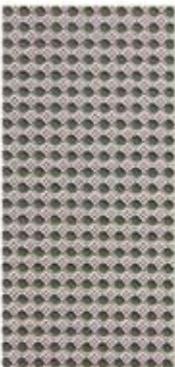
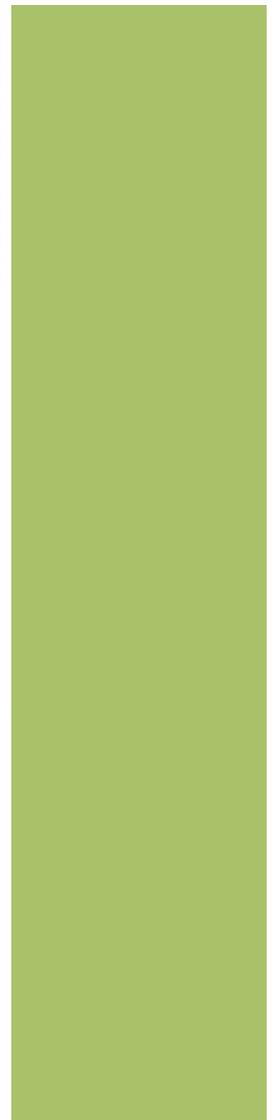
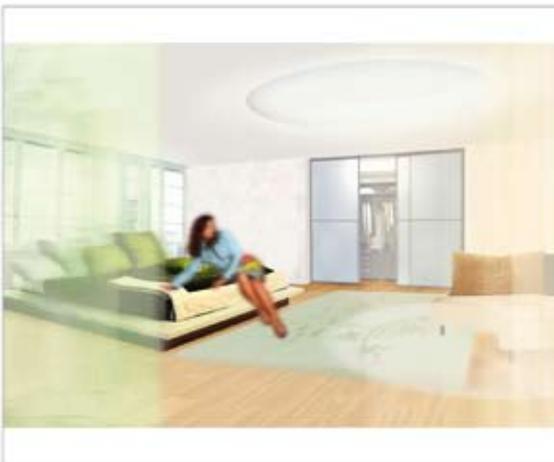


abacus



COLORS OF CARE

EIN MAGAZIN DER HEALTH & CARE NETWORK GROUP IN KOOPERATION MIT DEM GIT VERLAG



 MENSCH UND FARBE
Wohnen mit Emotionen

 DAS NEUE DENKEN
„Kindgerechte“ Medizin

 GESTALTEN UND AUSFÜHREN
Angst in vier Herzen

 PRODUKTE UND DIENSTLEISTUNGEN
Wahrnehmbare Gestaltung

DAS WAHRNEHMUNGSPSYCHOLOGISCHE GESTALTUNGSKONZEPT



Die 4 Themenbereiche der Collagenbücher Health & Care zeigen Rezepturen für Ästhetik, Harmonie und Balance
 Ein Funktionsmodell, das auf wissenschaftlich-empirischen Ergebnissen basiert

EDITORIAL

Menschenorientiert, praxisorientiert **2**

MENSCH UND FARBE

Wohnen mit Emotionen **3**

Farbe und Wohlbefinden **6**

Eine Zahnarztpraxis bekennt Farbe **8**



GESTALTEN UND AUSFÜHREN

Gemeinschaftspraxis für Strahlentherapie Deggendorf **10**

Angst in vier Herzen **12**



PRODUKTE UND DIENSTLEISTUNGEN

Vom Einkaufsverband zur Systemführerschaft **24**

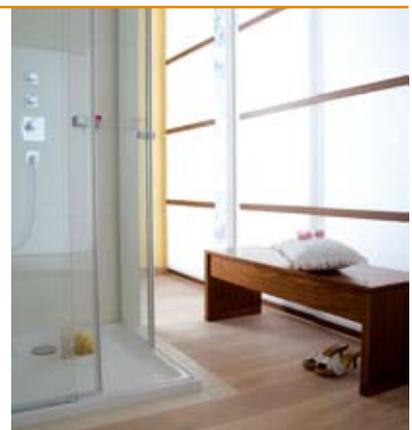
Wohnlich, farbig, mit natürlichen Materialien **25**

Bodenrenovierung: schnell, sicher, patientenschonend **26**

Harmonisch leben mit der Sonne **28**

Marktgerechte Bodenbeläge für das Objekt **29**

Aktiv für Wohnen und Objekt **29**



DAS NEUE DENKEN

„Kindgerechte“ Medizin **30**



AKTUELLES AUS DER NETWORK GROUP

Wer Zukunft haben will, muss umdenken **15**

Die HCNG-Partner auf einen Blick **19**

Im Renovieren liegt enormes Potential **20**

Teppichboden – damit Menschen sich wohlfühlen **23**

Impressum **32**

Index **32**

Die HCNG-Partner **32**



Menschenorientiert, praxisorientiert

... so gestaltet sich „Abacus – Colours of Care“, ein Magazin der Health & Care Network Group. Bei unserem Netzwerk dreht sich alles um den Menschen, seine Gesundheit und sein Wohlbefinden. Gerade in Arztpraxen oder Krankenhäusern wirkt die farbliche Raumbgestaltung unmittelbar auf unser Unterbewusstsein. Farbe, Innenarchitektur und Design können daher als Teil der Therapie genutzt werden. Wie dies auf ganzheitlicher Basis funktioniert, zeigen unsere zehn Industriepartner aus der gesamten Innenausstattungsbranche.

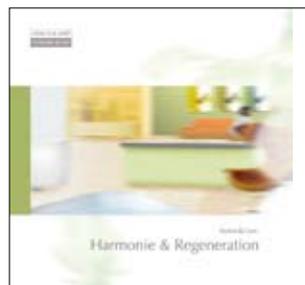
Das Erfolgskonzept für anspruchsvolle Nachfragemärkte sind starke Partnerschaften zwischen Industrie, Verarbeiter und Zielgruppe. Die Kooperation mit dem GIT-Verlag ist der jüngste Beweis. Natürlich lassen wir nicht den Aspekt der Wirtschaftlichkeit aus den Augen. Dafür steht Abacus, und das soll auch der Titel implizieren: Wir schaffen ein vollständiges Sortiments- und Dienstleistungsbündel, das für alle Beteiligten zu rentablen Synergieeffekten führt.

Die erste Ausgabe startet mit dem Schwerpunkt Geburtshäuser und zeigt beeindruckende Referenzbeispiele. Ob rückläufige Geburtenrate oder steigende Generation 55plus: Gemeinsam die veränderten Ansprüche unserer Gesellschaft als Chance begreifen, das ist unser Credo.

Ihr Enno Kramer



Enno Kramer,
Sprecher der Geschäftsführung
Decor-Union System Verbund · Projekt-
führung Health & Care Network Group



Wohnen mit Emotionen

Projektstudie „Farbe + Emotion“ am Institute International Trendscouting in Hildesheim

Ein Hauptplatz für die Verwirklichung des Wunschtraumes ewiger Gesundheit ist das Zuhause. Zuhause steht hier für das eigene Heim oder auch temporär genutzte Räume, die dieses ersetzen, wie Wohnheime, Hotels, Rehakliniken oder Krankenhäuser. Dafür benötigt das Interior Design im gesamten Wohn- und Gesundheitsbereich eine neue Philosophie und somit auch neue Gestaltungsansätze. Farbe, Material, Form und Licht sind typische Träger, welche die Vermittlung von emotionalen Botschaften im Raum bewerkstelligen können. Der Farbappell ist dabei mit der wesentlichste. Details werden derzeit unter Leitung von Prof. M. Schlegel in einer Projektstudie beim „Institute International Trendscouting“ an der Hochschule für angewandte Wissenschaft und Kunst in Hildesheim erforscht.



Der Dreh- und Angelpunkt gesundheitsorientierter Gestaltung beruht auf wahrnehmungsorientierten, farbpsychologischen und emotionalen Grundsätzen. Die Basis fußt auf den Wirkungsmechanismen von Empfindung und Gefühl. Ein gesundheitsförderndes Umfeld entsteht, so unsere These, durch (zeitorientierte) Wohlfühlatmosphären. Diese werden erzeugt durch entsprechenden Farb- und Oberflächenkompositionen im Raum, welche die innere Balance im Gleichgewicht halten und regenera-

tive Kräfte im Körper freisetzen können. Die emotionale Wirkung von Farben, oder präziser Farb- und Oberflächenkoloraturen, auf den Betrachter spielen hierbei eine wesentliche Rolle.

Funktionale, ästhetisch- oder imageorientierte Gestaltungsoptionen reichen nicht mehr aus: Betrachtet man rein die ästhetischen, indikativen oder symbolischen Bezüge und Informationen von Farbnuancen, existieren zum Beispiel bei größeren heterogenen Nutzergruppen keine kollektiv



übergeordneten Bedeutungsmuster bzw. stilistischen Beurteilungsaussagen. Allerdings lassen sich übergeordnete emotionale Wirkungen und Wertungen unterschiedlicher Farbnuancen auf den Betrachter nachweisen. Die Studie des Institute International Trendscouting der HAWK Hildesheim untermauert diese These.

Emotionale Wirkung von Farb- und Oberflächen-Koloraturen

Eine Emotion ist ein psychophysiologischer Prozess, der durch die mentale Bewertung eines Objekts oder einer Situation ausgelöst wird und mit physiologischen Veränderungen, spezifischen Kognitionen, subjektivem Gefühlserleben und einer Veränderung der Verhaltensbereitschaft einhergeht. Die wesentlichen drei emotionalen Beurteilungskriterien sind Valenz (glücklich – unglücklich bis hoffnungsvoll – verzweifelt etc.) Arousal/Erregung (entspannt – stimuliert bis schläfrig – hellwach etc.) und Dominanz (beeinflusst – einflussreich bis ehrfürchtig – dominant etc.).

Die Suche nach der Art und Weise, wie emotionale Bewertungen erfasst, befragt und ausgewertet werden können, führt uns gemeinsam mit der Universität Mannheim, Fachbereich Psychologie, zu der SAM-Methode.

Die Self Assessment Manikin SAM-Methode bildet als ein sprachfreies Beurteilungssystem einen wissenschaftlich anerkannten Baustein im gesamten Prozess. Über einfach und schnellentschlüsselbare Piktogramme (Bildzeichen) kann eine Befragung zur emotionalen Wirkung von Farben durchgeführt, erfasst und ausgewertet werden.

In dem Spannungsfeld Valenz, Erregung und Dominanz beurteilen wir also auf emotionaler Ebene das, was wir wahrnehmen, und deuten es für uns in Skalen von angenehm bis unangenehm und anregend bis entspannend. Also gilt es, so unsere Annahme, in den Bereichen angenehm entspannend bis anregend unterschiedliche Farb-Koloraturen zu erforschen und zu entwickeln. Diese bilden dann die Grundlage für emotional positiv wirkende, gesundheitsfördernde Farbkompositionen bzw. Gestaltgebungen.

Transfer in Architektur und Design

In den ersten zwei Projektstufen Farbe + Emotion I + II soll daher der Transfer der Theorie in das angewandte Design und in die Architektur im Vordergrund stehen. Es werden dazu Farbkompositionen, bestehend aus Primär- und Sekundärfarben

(Grundfarben Gelb, Gelborange, Orange etc.), durch das gesamte Farbspektrum entwickelt. Die Farbkompositionen als Colorstrips oszillieren nach entwickelten Regelwerken in Bezug auf Helligkeit, Buntgrad und Farbart minimal. Die optische Mischung feinsten unterschiedlicher Nuancen sorgt für einen gemeinsamen Farbeindruck, der nicht durch einen einzigen Farbton festgeschrieben ist. Hierbei spielen praxisrelevante Punkte, z.B. die Verschattung der Töne im Raum, eine Rolle.

Als Gegenprobe werden für unterschiedliche Koloraturen neben Streifenlayouts Pixel- und Amorphielayouts getestet, die in der Auswertung nur minimal voneinander abweichen. Diese Koloraturen, in 6 m² großen Flächen dargestellt, werden später bei unterschiedlichen Lichtqualitäten von 2.700°–6.500° Kelvin befragt, getestet und ausgewertet. Der Einfluss von Lichtqualität, Farbe und Leuchtdichte oder gar dynamischen Lichtquellen ist nachweisbar von hoher Bedeutung. Die Wechselwirkung von Farbe und Kunstlicht im Raum, das Adaptionsverhalten unterschiedlicher Lichtfarben und die entsprechende „Verschiebung“ der emotionalen Wirkung einer Farbanmutung ist Teil dieser Studie.



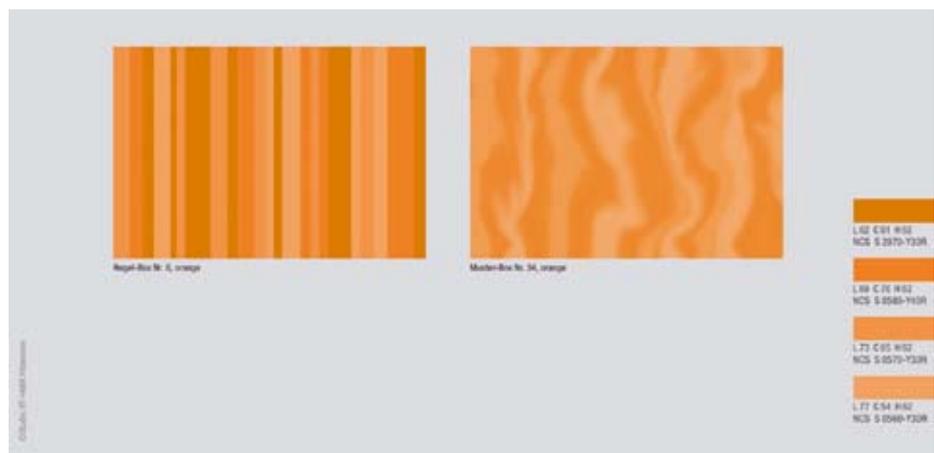
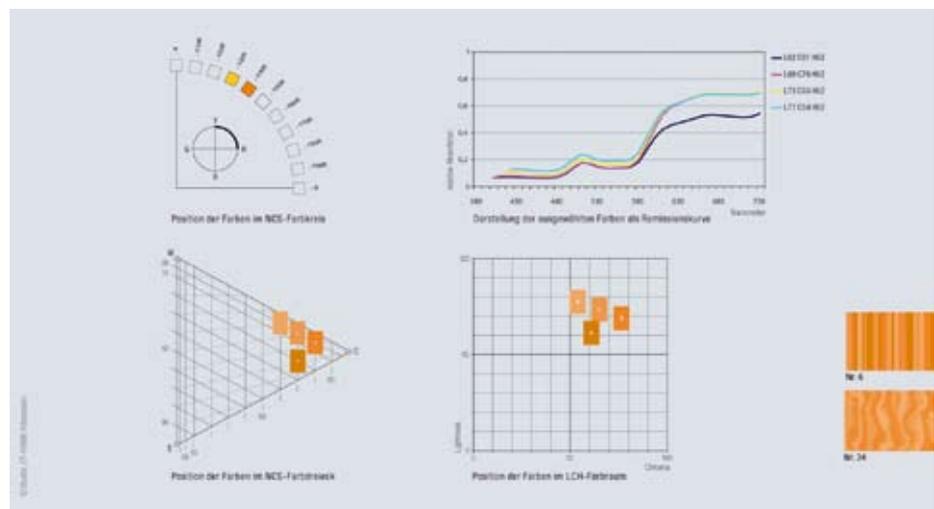
Auswertung

Befragt wurden in zwei Projektstufen über 500 Probanden. Die Ergebnisse der ersten Befragung bei Daylight Normlicht 6.500° Kelvin sind über ein Koordinatensystem dargestellt. Hieraus lässt sich ablesen, dass mittelwertige Farben und Farbnuancen höchster Helligkeit aller Farbbereiche eine entspannende und eher angenehme Wirkung auf den Betrachter haben. Es sind weitgehend Farbtöne mit großer Nachfarbenneutralität (Sukzessivkontrast), die auch als farb-ergonomische Nuancen bezeichnet werden könnten. Auffällig ist, dass bei zunehmendem Buntgrad der Farbtöne das Aktivierungspotential in Richtung anregend zunimmt.

Farbtöne mittlerer Helligkeit und Buntqualität vor allem aus dem Gelb-, Gelborange- und Orangebereich wirken angenehm entspannend bis anregend. Je höher der Rotanteil im Gelb visuell ablesbar ist, umso stärker anregend wirken die Farbtöne auf den Betrachter. Hierbei ist festzustellen, dass ab einem gewissen Punkt das Erregende das Angenehme überwiegt. Aus der Grafik ist weiter ablesbar, dass das umgangssprachlich als Gelborange bezeichnete Farbspektrum die deutlich höchsten Werte auf der „Angenehm-Skala“ erreichen konnte. Dieses Resultat scheint so nicht revolutionär neu zu sein, jedoch können wir erstmals diese Aussagen per genauer Farbtonbeschreibung und -festlegung der Farbnuancen belegen.

Je höher der Blauanteil im Rot wahrnehmbar ist und dieses dadurch dunkler und trüber erscheint, umso stärker nehmen die Probanden die Nuancen als unangenehm wahr. Dunkle Blau- und Violett nuancen werden als neutral bis unangenehm gewertet.

Die Untersuchung Farbe, Licht + Emotion wird weiter fortgesetzt. Die



Ergebnisse und Auswertung finden bereits in den Bereichen Designmanagement, Kollektionsentwicklung und in der konkreten Innenraumgestaltung zu „Farbe und (dynamisches) Licht im Sozialbereich“ Anwendung.

Kontakt:
Prof. Dipl.-Ing. M. Schlegel, Leitung
Institute International Trendscouting
 Hochschule für angewandte Wissenschaft und Kunst, Hildesheim
 Tel.: 05121/881316, Fax: 05121/881366
 schlegel@hawk-hhg.de



Farbe und Wohlbefinden

Vorteile einer ganzheitlichen Praxisgestaltung

Um heutzutage erfolgreich eine Arztpraxis zu betreiben, müssen verschiedene Aspekte berücksichtigt werden. Ein Arztbesuch ist für die meisten Patienten mit Gefühlen der Unsicherheit, Sorge und eventuell Schmerzen verbunden. Ziel sollte es sein, dass sich der Patient gut beraten, versorgt und wohl fühlt, damit er gerne in die Praxis kommt. Besonders wichtig ist, dem Patienten Vertrauen zu vermitteln. Daher ist neben der Kompetenz des Teams und der technischen Ausstattung auch die Atmosphäre von Bedeutung: Ästhetik, Struktur (Raumplanung, Organisation) und Orientierung sind ausschlaggebende Faktoren für das Befinden von Patienten und vom Praxisteam.

Individuelle Gestaltungskonzepte berücksichtigen die räumlichen Gegebenheiten und die speziellen Wünsche des Arztes und seines Teams. Die persönliche Haltung und die Philosophie spiegeln sich in der Raumgestaltung wider – sie prägt maßgeblich die Praxisidentität. Boden-, Wand- und Deckenflächen bilden die „Raumhülle“ und haben daher besonders großen Einfluß auf das Erscheinungsbild und das „Corporate Identity“. Die ganzheitliche Planung mit Einbeziehung aller Bauelemente, Einrichtungsgegenständen und Materialien ist eine komplexe und herausfordernde Aufgabe für alle, die sich mit diesem Thema beschäftigen.

Gestaltungsanregungen durch die Health & Care Network Group

Die Bedeutung der Praxisgestaltung nimmt zu, wie auch der wirtschaftliche Erfolg immer wichtiger wird. Aus diesem Grund hat sich ein Netzwerk von Firmen zusammengeschlossen, die gemeinsam auf Basis ihrer unterschiedlichen Produkte Gestaltungsideen für den Health & Care-Bereich anbieten. Zu den Part-

nern des Netzwerkes gehören unter anderem Firmen für Bodenbeläge, Stoffe, Sonnenschutz, Tapeten und Farbe. Als Marktführer für Farben und Lacke und einem umfassenden Angebot an dekorativen Innenwandtechniken ist auch Caparol in der Health & Care Network Group involviert.

Vier Musterbücher wurden zu unterschiedlichen Praxiswelten erstellt. Sie zeigen Farbstimmungen mit verschiedensten Originalmustern. Die vier Praxiswelten „Regenerativ“, „Angstfrei“, „Präventiv“, „Wohlfühlen“ unterscheiden in ihrer Material- und Farbwahl in jeweils drei Funktionsbereiche: Empfangs- und Wartebereich, Arzttraum und Diagnose, Behandlung und Funktion. Materialien und Oberflächen sind unterschiedlich groß dargestellt, wie sie auch quantitativ im Raum am besten zum Einsatz kommen. Die Gestaltungsvorschläge können direkt als Konzept übernommen werden oder sie dienen als Basis für individuelle Gestaltungen. Weitere ausführliche Informationen finden sich im Internet unter www.health-and-care.net



Der Empfangsbereich präsentiert sich in frischer,

Die sägeförmige Flurwand wird mit Licht und Farbe in Szene gesetzt.





freundlicher Farbigkeit. Die Wandflächen sind mit matter Deco-Lasur auf Vlies gestaltet.



Die unterschiedlichen Themenwelten der vier Health&Care Mappen unterscheiden sich in Material- und Farbwahl – die Farbestimmungen „Angst- und Stressfrei“ und „Wohlfühlen“ verdeutlichen dies.

Praxis Dr. Kawohl/Overhage und Praxis Dr. Landwehr, Hamm

Beide Praxen befinden sich in einem Ärztehaus in Hamm – obwohl unter einem Dach, unterscheiden sich die Räumlichkeiten deutlich. Denn hier wurde mit dem Innenarchitekturbüro Thöne planerisch speziell auf die Vorstellungen der Ärzte und die Anforderungen des Praxisablaufs eingegangen. Bestimmte Materialien wie Parkettboden, Möbelfronten, Deckenflächen waren bereits definiert, auch Fensterelemente und Eingangstür standen fest. Aber im Wandbereich fiel eine Entscheidung bedingt durch die vielfältigen Gestaltungsmöglichkeiten schwer. Deshalb wurde die professionelle Beratung des FarbDesign-Studios gern in Anspruch genommen. Gewünscht war ein modernes, zeitgemäßes und farbiges Erscheinungsbild. Mit diesen Vorgaben wurden jeweils zwei individuelle Farbkonzepte erstellt, von denen dann der favorisierte Entwurf zur Ausführung kam.

Besonders charakteristisch in der internistischen Praxis Dr. Kawohl/Dr. Overhage ist der lange Flur, der

zu den Untersuchungszimmern führt. In schräger, zackiger Form ragen die einzelnen Räume in den Flurbereich. Diese ergeben durch die wechselnde Farbabfolge eine stimmungsvolle und spannende Perspektive. Gleichzeitig unterstützt die differenzierte Farbgebung die Orientierung. Das realisierte Farbkonzept bewegt sich farblich schwerpunktmäßig im kühltonigen Grün/Blaubereich: Farben die gut zum warmen Holz-Ton des Parkettbodens passen. In dieser Praxis hat man das Gefühl, es weht ein frischer Wind. Die Anmutung hat etwas Leichtes und Unbeschwertes.

Für die radiologische Praxis Dr. Landwehr sollten eher warme Farbtöne zum Einsatz kommen, aber definitiv kein Grün. Eine markante, geschwungene Wand in roter Farbigkeit betont daher den zentralen Empfangs- und Flurbereich – eine warme, kommunikative Farbe gut geeignet für den öffentlichen Bereich. Interessant sind die Umkleidekabinen, die aus den Wandflächen herausragen. Unifarben gestrichen, setzen sich diese trotz des zum Teil geringen Farbkontrastes deutlich von den struktu-

rierten, roten Wandflächen ab. Zum kräftigen Rot bilden die hellblauen Wände und grauen Stühle einen ausgleichenden und wohltuenden Kontrast. Zur Radiologie passend „strahlt und leuchtet“ das Rot kraftvoll aus dem Kern in die Praxisräume hinein.

Die drei vorgestellten Praxisgestaltungen kommen beim Praxisteam und den Patienten sehr gut an. Die gestalterischen Aspekte wurden hier berücksichtigt und fördern ganz wesentlich das Wohlbefinden. Die Feststellung, dass die Patienten auch wiederkommen, wenn das Ambiente stimmt und sie sich gut betreut fühlen, ist nicht zu unterschätzen. Eine gelungene Gestaltung unterstützt auch den wirtschaftlichen Erfolg einer Praxis – ein wichtiger und schöner Nebeneffekt.

Kontakt: Martina Lehmann

Caparol
Caparol FarbDesign-Studio
Tel.: 06154/71144
Fax: 06154/71532
info@caparol.de
www.caparol.de





Eine Zahnarztpraxis bekennt Farbe

Das Pilotprojekt: Die Angst- und Stressfrei-Praxis von Dr. Gabriele Marwinski, Bochum

Wie fühlen Sie sich bei dem Gedanken, morgen zum Zahnarzt zu gehen? Mehr als 20% der Bevölkerung verbinden mit dieser Vorstellung extremes Unwohlsein und weitere 11% reagieren regelrecht panisch.

Dr. Gabriele Marwinski hat sich seit vielen Jahren auf diese besondere Zielgruppe spezialisiert und erkennt, dass die fachliche Kompetenz bei Weitem nicht ausreicht, um für den Patienten eine Wohlfühlatmosphäre zu schaffen. Die Zahnärztin stellte die Ängste, Bedürfnisse und Zufriedenheit der Patienten in den Mittelpunkt ihrer Unternehmensphilosophie.

Wesentlicher Bestandteil dabei war die Gestaltung der Behandlungsräume – in einem abgestimmten Zusammenspiel von schönen Möbeln, angenehmem Licht und vor allem durch eine harmonische Farbgestaltung. „Meine Vision einer angstfreien Praxis sollte räumlich erlebbar sein“, so Marwinski.



Dr. Gabriele Marwinski



Gerade das Behandlungszimmer kennzeichnet eine freundliche und positive Grundstimmung.

„Statt uns auf Weiß zu beschränken, bekennen wir Farbe. Als angstfreie Zahnarztpraxis setzen wir auf nicht alltägliche Rahmenbedingungen und bieten den Patienten angstmindernde Praxisräume“, erklärt die Zahnärztin. Ihre Räumlichkeiten befinden sich in einem klassischen Arbeiterstadtteil in Bochum. Nachdem die Patienten anfangs noch ausblieben, entwickelte sie durch gezielte Weiterbildung im Bereich Marketing nach und nach ihr heutiges Praxiskonzept, konsequent auf Service-Orientierung und Angst-Management ausgerichtet. Auf der Suche nach einem überzeugenden Farbkonzept entstand der Kontakt zu Prof. Axel Venn, Farb-, Trend- und Ästhetikberater an der Hochschule für angewandte Wissenschaft und Kunst Hildesheim. „Ganz wichtig war uns dabei, die jeweilige Farbgebung von Anfang an gemeinsam mit den Patienten zu besprechen und diese aktiv mit einzubeziehen.“ Zahlreiche Interviews, Fragebogenaktionen, Farbttests folgten.

Schließlich wurde die Gestaltung im Rahmen einer Diplomarbeit von Ilka Brüderle entwickelt – nach den



Bereits im Wartebereich empfangen den Patienten helle, freundliche Farben.



Kinderprophylaxe nimmt einen großen Raum ein.



Bullaugenartige Glaseinsätze vermitteln in Behandlungs- und Röntgenräumen ein Gefühl von Sicherheit, denn der Patient fühlt sich nicht alleingelassen.

Gestaltungsgrundsätzen zur Praxistypisierung von Venn. Im Januar 2004 wurde dann die erste „Angst- und Stressfrei-Praxis“ nach dem Health & Care-Konzept aus der Taufe gehoben. Das Konzept basiert ausschließlich auf wissenschaftlich-empirischen Ergebnissen sowie ästhetisch-harmonischen Grundsätzen. Es ist nicht als Trendanalyse zu verstehen, sondern als allgemeingültiges Funktionsmodell. Die Bochumer Praxis wird heute oft als erfolgreiches Pilotprojekt für eine funktionierende farbpsychologische Wirkung zitiert.

Pastelltöne beruhigen

Die Patienten wünschten sich Helligkeit, zarte Pastelltöne, Pflanzen und beruhigende Düfte. Eine multi-sensitive Raumatmosphäre wird durch Farben wie etwa Apricot, Gelb oder Grün vermittelt, die zur Angstminderung beitragen, weil sie Freundlichkeit und Entspannung ausstrahlen. Um die Schwellenangst zu reduzieren, wurde ein transparenter Praxiszugang gewählt, mit einem Empfang, der zum Wartebereich geöffnet ist. Der Wartebereich gleicht einem offenen Marktplatz, es besteht trotzdem die Möglichkeit, sich zurückzuziehen, ein entspannendes Video zu

sehen, Musik zu hören oder Playstation zu spielen. Die Patienten können sich mit den Mitarbeitern unterhalten, in Ruhe lesen oder sich auf dem Massagesessel entspannen. Zusätzlich gibt es eine Prophylaxeeinheit, vom Rest der Praxis getrennt, an der garantiert nicht gebohrt wird, und einen extra Entspannungsraum, Videobrillen für längere Behandlungen, Kinderbetreuung, Informationsveranstaltungen zur Zahnprophylaxe – alles im Sinne der Angstminderung.

Jeder Raum hat ein eigenes Farb- und Gestaltungskonzept, das sich zu einem harmonischen Gesamtkonzept zusammenfügt. „Ganz wichtig dabei ist, dass die Gestaltung nicht nur auf Beruhigung hin ausgerichtet ist“, so die Zahnärztin. „Stattdessen haben wir ganz bewusst auch bewegte Elemente eingesetzt, die gleichzeitig sowohl Ablenkung als auch Konzentration schaffen sollen.“ Der wichtigste Aspekt in der Planung war es, den Menschen nonverbal zu vermitteln, dass diese Praxis anders ist – nämlich ganz aufs Wohlfühlen ausgerichtet.

Angstfrei zahlt sich aus

So kann die Gestaltung von Praxisräumen für Ärzte zu einem entscheidenden Wettbewerbsfaktor werden.

Für Marwinski zahlte sich die Investition in das anspruchsvolle Ambiente rasch aus. Die Mundpropaganda zufriedener Patienten machte die Praxis schnell bekannt. Heute kommen pro Jahr etwa 230 neue Patienten. Mehr als die Hälfte der Stammkunden sind unter 40 Jahre alt. Ein weiterer positiver Nebeneffekt: Nicht nur die Patienten wissen ein angenehm gestaltetes Praxis-Ambiente zu schätzen – es beeinflusst auch das Zahnarzt-Team im positiven Sinne und trägt dazu bei, dass ein herzliches Miteinander auch tatsächlich gelebt wird.

Mittlerweile ist die Behandlung von Angstpatienten zum praxisinternen Forschungsprojekt geworden. Aktuell führt die Praxis in Kooperation mit der Zahnklinik der Universität Bern eine Studie durch. Und das Zukunftsinstitut von Matthias Horx sieht die Praxis als Zukunftsunternehmen mit hohem Innovationspotential. So zieht die erste „Angst- und Stressfrei-Praxis“ ihre Kreise.

Kontakt:

Dr. Gabriele Marwinski, Bochum

Tel.: 0234/13233

Fax: 0234/685691

info@angstfrei-zum-zahnarzt.de

www.angstfrei-zum-zahnarzt.de



Gemeinschaftspraxis für Strahlentherapie Deggendorf

Duft und Farbe

Der Entwurf einer strahlentherapeutischen Praxis stellt an das architektonische und planerische Konzept besondere Anforderungen. Neben der Planung der baulichen Hülle mit den besonderen Anforderungen an den Strahlenschutz wirkt die rein funktionelle Großgerätetechnik in aller Regel eher Furcht einflößend auf den Patienten in seiner Krankengeschichte. Deshalb wurde eine Lösung gewählt, die die Technik weitgehend unsichtbar macht. Zusätzlich lassen Licht und Farbe die Gemeinschaftspraxis in angenehmer Atmosphäre „erstrahlen“.

Die neu errichtete Strahlentherapeutische Praxis am Klinikum Deggendorf wird als eigenständige Praxis in Kooperation mit der Strahlentherapie am Klinikum Passau betrieben. Sie verfügt über einen Linearbeschleuniger und einen eigenen Planungs-CT sowie eine Brachytherapie mit Afterloading, das direkt im CT-Raum mit durchgeführt wird. Hierdurch werden unnötige Umlagerungen von Patienten vermieden. Eine direkte Verbindung zum Klinikum Deggendorf sichert die Versorgung der Liegendkranken, die in der Praxis eine entsprechende Wartezone nutzen.

Oft wirkt rein funktionelle Großgerätetechnik eher Furcht einflößend auf den Patienten.



Im Zuge der Bautechnik galt es, den Strahlenschutz, der durch teilweise bis zu 3 m starke Betonwände und -decken sowie durch ein mehr als 20 Tonnen schweres Zugangstor erreicht wird, die daraus folgende Statik und Bauphysik, den Anschluss an bzw. in das bestehende Klinikum Deggendorf sowie die vorhandene Topografie am Berg liegend in ein Gesamtkonzept zu integrieren.

Dabei sollen weder Patienten noch das medizinische Personal auf Individualität und angenehme Atmosphäre verzichten: Im Eingangsbereich empfängt eine hinterleuchtete Lichtwand in einem satten Gelbton den Patienten freundlich und leitet diesen in die Praxis. Das Team des Architektenbüros Greb, Würzburg, setzt auf die Wirkung von Farbe und Duft. Im Eingangsbereich wird neben der Architektur, der Dekoration auch ein Duftkonzept integriert, das sich, wie auch das Farbkonzept, durchgängig in der gesamten Praxis erleben lässt. Transparenz, natürliches Licht, freundliches „sonniges“ Gelb, ein sattes Grün, das rötliche Holz der Wildbirne dominieren. Akzente in Licht und Farbe erlebt man im Anmelde- und Wartebereich. Trotz offener Gestaltung wird die Intimität bei der Anmeldung durch ge-

schlossene, teilweise semitransparente Glaskuben erreicht.

Der Wartebereich, aufgelockert durch bequeme Sitzgruppen, die sich individuell arrangieren lassen, sowie eine durchlaufende Sitzbank mit Zeitschrifteninsel und angegliederter Erfrischungsecke, erinnern mehr an ein Café oder Bistro als an eine Praxis. Über einen Innenhof wird Tageslicht in die Praxis gebracht. Dieser Innenhof mit weißem Carrara-Splitt, einer Bonsai-Kiefer und den naturbelassenen Eichebänken „Zuneigung“ des regionalen Künstlers Willi Hengge strahlt die Ruhe und Sinnlichkeit eines japanischen Gartens aus. Eine Ruhe, die auch auf die Patienten wirkt. Von mehreren Bereichen der Praxis blickt man in den Innenhof, dessen Nutzung für jeden offensteht. Bei schönem Wetter lässt sich die Verglasung vom Wartebereich her öffnen.

Durch großzügige Umkleiden führt der Weg in den Linearbeschleuniger. Der Zugangstunnel durch die „meterdicken“ Wände sowie Tore wird durch im Boden eingelassene Wandfluter aufgehellert. Dieser Behandlungsraum ist funktionell mit viel Stauraum für medizinische Utensilien ausgestattet – für den Patienten wenig sichtbar, doch gut



Der Innenhof mit weißem Carrara-Splitt, einer Bonsai-Kiefer und Eichebänken strahlt Ruhe und Sinnlichkeit aus.



Nach der Behandlung lädt vor dem Wartebereich ein Wellness-Areal zum Erfrischen ein.



Im Eingangsbereich empfängt eine hinterleuchtete Lichtwand im satten Gelbton den Patienten freundlich.

greifbar für das Personal. Generell wird versucht, fast alle Technik in Möbel, Wandverkleidung und Mediensäulen zu integrieren, um diese aus dem Blickfeld des Patienten zu nehmen. Eine Lichtdecke mit Himmelsmotiv in Form eines hängenden Segels vermittelt dem Patienten im Beschleuniger den Eindruck von Weite und Helligkeit.

Nach der Behandlung durchquert der Patient wieder die Umkleiden, die aufgrund ihrer Großzügigkeit problemlos ein Gespräch mit dem Arzt erlauben. Anschließend kommt er kurz vor dem Wartebereich an

einem „Wellness“-Areal vorbei, das zum Erfrischen einlädt.

Die Ärzte und Physiker haben ihren eigenen Bereich, frei von Durchgangsverkehr. Hier besteht die Möglichkeit für interne Arbeiten und Patientengespräche.

Das Lob des Bauherren fasst das Gesamtkonzept gut zusammen: „Die Praxis für Strahlentherapie strahlt durch den Einsatz ausgesuchter Materialien eine beruhigende Atmosphäre aus, die zudem durch Farbgestaltung und lichtdurchflutete Räume bei Patienten, Besuchern und Mitarbeitern einen angenehmen Eindruck hinter-

lässt.“ Dies bestätigt die Bürophilosophie des Architektenbüro Greb: „Architektur als Medizin – ganzheitliche Medizin hat eine neue Bedeutung bekommen, indem sie sich der ‚rezeptfreien Nebenwirkungen‘ der Baukunst bedient. Risiken sind bislang keine bekannt.“

Kontakt:

Wolfgang Greb

Architektenbüro Greb, Würzburg

Tel.: 0931/7840930

Fax: 0931/7840931

info@architektenbuero-greb.de

www.architektenbuero-greb.de



Angst in vier Herzen

Bedürfnisse kranker Kinder

„Kinder sind keine kleinen Erwachsenen“ – häufig wird diese Aussage zitiert, selten wird ihrem Inhalt Rechnung getragen, vor allem in der Berücksichtigung von Kinderbedürfnissen bei Erlassen, Verordnungen und Vorschriften vom Gesetzgeber. Wie unterscheiden sich die Bedürfnisse eines kranken Kindes von denen eines kranken Erwachsenen?

Ein Beitrag von Julia von Seiche-Nordenheim, Vorsitzende des Aktionskomitees Kind im Krankenhaus (AKIK).



Julia von Seiche-Nordenheim



Geht es einem Erwachsenen so schlecht, dass eine Krankenhaus-Einweisung angezeigt ist, braucht er – neben der notwendigen medizinischen Behandlung – unbedingt Ruhe und Zurückgezogenheit. Höchstens ein weiterer Mitpatient im gleichen Zimmer wird toleriert. Erfahrung und Vorstellungsvermögen helfen ihm seine Situation einschätzen. Er kann sich verständlich machen, Auskunft über sein Befinden geben und bei Unklarheiten nachfragen. Er versteht die Anweisungen der Ärzte und Pfleger und weiß daher, wie er etwa in die Röntgenabteilung kommt.

So kess und kühn sich ein Vierjähriger im Kindergarten auch geben mag – kommt er überraschend mit einer Blinddarmentzündung ins Kran-

kenhaus, ist er völlig überfordert. Er hat in der Regel keinerlei Erfahrung mit operativen Eingriffen und der damit verbundenen Narkose, kann seine Situation in keiner Weise einschätzen, hat keine realistischen Zeitvorstellungen, kann keine präzise Auskunft über sein Befinden geben, versteht all diese fremden, großen Menschen um ihn herum nicht und ganz klar: Die Röntgenabteilung findet er allein nie! Sein alles überwältigendes Empfinden ist: Angst.

Weniger Wissen – mehr Unterstützung

Je jünger der Patient ist, desto weniger an Wissen kann man voraussetzen oder erwarten und umso mehr Unterstützung wird benötigt. Das betrifft jeglichen Aspekt: den medizinischen, pflegerischen, räumlich-gestalterischen, zeitlichen ... kurz: die persönliche Begleitung des kleinen Patienten.

Die Kinderheilkunde definiert ihre Patienten im Altersbereich zwischen 0 und dem 18. Lebensjahr. Man stelle sich diese Spanne einmal realistisch vor: Sie beginnt beim absolut hilflosen Neugeborenen. Dann geht sie über in das „magische Turbo-Alter“. Nie mehr in seinem ganzen Leben

lernt der Mensch so viel in so kurzer Zeit wie just in diesem Zeitabschnitt: eine völlig neue Sprache mit all ihren Feinheiten; das Zusammenspiel beider Hände und Füße und alle komplexen Bewegungsabläufe; Gefühle – eigene wie fremde, positive wie negative; die gesamte Flora, Fauna und die Menschen im immer größer werdenden Umfeld. „Magisch“ bezieht sich darauf, dass in dieser Entwicklungsphase Kinder mangelnde Erfahrung und Wissen durch eine große Portion Fantasie ersetzen. Es ist auch das Alter, in dem man noch an Nikolaus und Zahnfee glaubt. Und daran – Achtung! –, dass man nur deswegen krank wird, weil man nicht artig war.

Wie viele Herzen hat der Mensch?

Auf der Alterszeitschiene geht es dann über in das Schulalter. Neugier, die Gier nach Neuem, die Lust auf die Entdeckung von Unbekanntem ist jetzt die Triebfeder. Aber bitte nicht allein! Gemeinschaft erfahren, gemeinsames Erleben hat in dieser Zeit hohe Priorität. Ein Fallstrick beim Umgang mit Schulkindern ist aber deren immer noch nicht kompletter Erfahrungs- und Wissenshorizont. Gehörtes, aber nur halb Ver-



standenes wird ergänzt durch die in dem Alter oft sehr eigene Logik. Beispiel: Ein Achtjähriger ist fest überzeugt, dass er vier Herzen habe – zwei vorne und zwei hinten. Warum? Immer, wenn der Arzt zu ihm sagt: „Ich höre jetzt mal dein Herz ab“, legt der das Stethoskop auf vier Körperstellen: auf die linke und die rechte Brust sowie auf dem Rücken auf das rechte und das linke Schulterblatt. Grundsätzlich ist bei allen Kindern zu beachten: Nichtwissen oder Halbwissen verursacht Fantasien über die schlimmsten Szenarien.

Die älteste Patientengruppe der Kinderärzte sind die Jugendlichen, sehr treffend auch als Heranwachsende bezeichnet. Hier spielen Selbstbestimmtheit und auch die Pubertät eine große Rolle. Im Gegensatz zum erwachsenen Patienten sind Kinder nicht nur therapiebedürftige kleine Patienten, sondern sie befinden sich auch in einem stetigen Entwicklungs-, Wachstums- und Reifeprozess. Jeder körperliche und geistig-seelische Entwicklungsschritt ist ein lebensnotwendiger Baustein beim Heranwachsen. Ungeachtet der me-

dizinischen oder sonstigen Therapie muss die Entwicklung des Kindes uneingeschränkt und fortlaufend unterstützt werden.

Each-Charta

Aus den Eigenheiten der einzelnen Altersgruppen, mit denen die Kinder- und Jugendmediziner es tagtäglich zu tun haben, und den Sorgen und Nöten des kleinen Blinddarm-Patienten lassen sich viele Anforderungen an die Gestaltung von Kinderkliniken oder Kinderabteilungen ableiten. Die Dachorganisation aller





europäischen „Kind-im-Krankenhaus“-Initiativen Each (European Association for Children in Hospitals) hat, in Anlehnung an die UN-Kinderrechtskonvention, die Rechte kranker Kinder in einer Charta zusammengestellt.

Die wichtigste Forderung ist die nach Begleitung des kranken Kindes durch die Mutter oder durch eine „Bezugsperson“. Sie ist die Einzige, die den kleinen Patienten wirklich versteht, die seine Sprache spricht,



seine Vorlieben und Abneigungen kennt, seine Ängste lindern kann und die ihm Halt gibt, wenn um ihn herum alles fremd, kalt und furchtbar ist. In vielen wissenschaftlichen Studien belegen Kinderpsychologen, dass die Aufrechterhaltung der Bindung des Kindes an die Mutter nichts mit Verzärtelung zu tun hat – sie ist überlebensnotwendig für das Dasein, die Existenz des Kindes.

Angepasste Umgebung und Betreuung durch Experten

Es ist eine inzwischen unbestrittene Tatsache, dass kranke Kinder in einer

auf sie angepassten Umgebung von Kinderexperten behandelt und betreut werden müssen. Die Krankenhausumgebung muss dem Alter und dem Zustand der Kinder entsprechen. Sie muss ihnen umfangreiche Möglichkeiten zum Spielen, zu Erholung und zur Schulbildung bieten. Sie soll entsprechend den Bedürfnissen von Kindern geplant, möbliert und mit Personal ausgestattet sein.

Kinder sollen am besten gemeinsam mit anderen Kindern betreut werden, die von ihrer Entwicklung her ähnliche Bedürfnisse haben. Warum, wird beim Blinddarm-Beispiel deutlich: Der kleine Patient kehrt nach der Operation zurück auf sein Zimmer, das er mit einem Kind teilt, bei dem kurz zuvor ein ähnlicher Eingriff vorgenommen wurde. Unter den Nachwirkungen von Narkose und Operation und konfrontiert mit dem neuen Wieder-Erleben der Unbeweglichkeit, sieht er beim Bett-nachbarn, dass dieser Zustand nicht lange anhält. Beim Zimmerkameraden erlebt er Visite und Verbandswechsel. Dadurch wird seine eigene Wissen- und Erfahrungslücke gefüllt, und vieles verliert seinen Schrecken. Die Gemeinschaft mit Kindern auf einer Krankenstation kommt den bekannten Alltagssituationen sehr nahe: mit den Geschwistern daheim, mit Spielkameraden im Kindergarten, in der Schule, im Sportverein. Hier findet auch die richtige Kommunikation statt, hier wird die Sprache gesprochen, die Kinder verstehen, die ihnen in der außergewöhnlichen Situation eines Krankenhausaufenthaltes wieder Orientierung und Halt gibt.

Kinderkliniken und -abteilungen in Gefahr

Im gemeinsamen Ziel sind sich alle einig: Ein Kinderkrankenhaus sollte eine Umgebung sein, die Ängste reduziert und Genesung nach Kräften

fördert. Wie aber sieht die aktuelle Wirklichkeit aus? Bundesdeutschen Kinderkliniken und -abteilungen drohen mannigfaltige Gefahren. Sie alle haben die gleiche Wurzel: Wie so oft fehlt es am Geld oder auch am Willen zur Finanzierung. Dies beginnt bei der unzureichenden Honorierung der Krankenhäuser für die zeit- und personalaufwendige Behandlung von Kindern.

Die Folge ist, dass bereits einige selbstständige, angesehene Kinderkliniken aufgelöst und in große Klinikkomplexe integriert wurden. In solchen Fällen hat die Berücksichtigung der Kinderbedürfnisse keine hohe Priorität mehr. Die Mitaufnahme von Eltern ist zwar allgemein akzeptiert, ein dadurch erhöhter Raum-Mehrbedarf pro Zimmer wird aber nicht finanziert. Die Folge ist eine Überbelastung des Pflegepersonals, wenn bei jahreszeitlich bedingten Spitzenbelegungen sich viele Mütter bei ihren Kindern in zu kleinen Zimmern aufhalten müssen.

Kinder sind unsere Zukunft, und wenn sie krank sind, benötigen sie nicht nur der Hilfe durch Familie, Ärzte und Pflegekräfte. Die gesamte Gesellschaft steht hier in der Verantwortung.

Kontakt:

Julia von Seiche-Nordenheim

AKIK-Bundesverband e.V., Frankfurt/Main

Vorsitzende

Tel.: 0941/62767

Fax: 0941/67206

j.vonseiche@akik.de

www.akik.de



Wer Zukunft haben will, muss umdenken

Die Health & Care Network Group

Unter dem Dach Health & Care Network Group, kurz HCNG, haben sich führende Unternehmen aus der Inneneinrichtungsbranche unter Führung der Systemverbundgruppe Decor-Union zu einem bisher einzigartigen Netzwerk zusammengeschlossen.



Die HCNG widmet sich dem Zukunftsmarkt „Innenausstattung im Gesundheitswesen“ und stellt den Menschen und seine sich verändernden Bedürfnisse im Alter oder im Krankheitsfall in den Mittelpunkt. Dabei setzt sie auf einen ganzheitlichen Ansatz in der Raumgestaltung sowie auf eine gezielte Vernetzung von Branchen-Spezialisten. Gerade in Arztpraxen oder Krankenhäusern wirkt die Raumgestaltung unmittelbar auf das Unterbewusstsein. Farbe, Innenarchitektur und Design können

daher als Teil der Therapie genutzt werden.

Der konzeptionelle Ansatz der HCNG erklärt sich vor dem Hintergrund einer spürbaren Veränderung der Bevölkerungspyramide. Die Partnerfirmen haben daher für sich klar die Wachstumsmärkte der Zukunft definiert und stellen diese in den Fokus der Aktivitäten innerhalb der HCNG. Dies sind unter dem Aspekt Health & Care im engsten Sinne unter anderem Krankenhäuser, Arztpraxen, Ärztehäuser. Im Bereich der sogenannten

Sozialimmobilien geht es vornehmlich um Alten- und Pflegeheime und Seniorenresidenzen, während der Markt für Wellness und Fitness mit Kurkliniken, Kurhotels und Fitnesszentren von Bedeutung sein wird.

Warum Teil des Ganzen?

Wir haben die Mitglieder der Health & Care Network Group befragt, warum sie Partner dieser bisher einzigartigen Allianz geworden sind und welche Perspektiven und Erwartungen Sie bis 2010 damit verbinden.



STATEMENTS

Enno Kramer

Geschäftsführer Decor-Union

„Der Ausbau der Decor-Union Objekt Group verlangt richtungsweisende Konzepte. Neben starken Produktideen geht es zukünftig um strategische Allianzen, um Themenfelder schneller als andere ganzheitlich zu besetzen. Diese neue Plattform schafft dafür die besten Voraussetzungen. Um langfristig im Objektgeschäft erfolgreich zu sein bzw. um Marktsegmente systematisch zu bedienen, braucht man die Vernetzung von Kooperationspartnern. Die Produktgattungen für Boden, Wand, Fenster bilden unsere Basis. Künftig sollen Partner für Unterbodensysteme sowie Hersteller von Möbeln, Möbeloberflächen, Lichttechnik und Akustikwänden integriert werden. Bis 2010 sehen wir die HCNG als federführende Systemallianz auf dem Weg zu weiteren Markterfolgen.“

Kontakt

Decor-Union GmbH + Co KG

info@decor-union.de

www.decor-union.de



Peter Farber

Geschäftsführer Dura Tufting

„Es ist in der heutigen Zeit der widrigen Marktgegebenheiten sehr wichtig, gemeinsam mit starken Marktpartnern zukünftige Wachstumssegmente zu erschließen. Health & Care ist ein Wachstumssegment, das wir nun gemeinsam mit starken Marken bearbeiten können. Im Jahr 2010 ist die HCNG ein Verbund von starken Partnern, deren Vertriebsmannschaft im Tagesgeschäft routiniert vernetzt miteinander arbeitet. Die Objektbearbeitung erfolgt gemeinsam, und die gemeinsame Projektdatenbank ist ein wertvolles Instrument, was im Markt seinesgleichen sucht.“

Kontakt

Dura Flooring GmbH

info@dura.de

www.dura.de



Frank Tovornik

Geschäftsführer Teba

„Partnerschaften versprechen Zukunftserfolge. Decor-Union setzt zielstrebig Marketing-Ideen für den Handel um, hier können wir auf klare Strukturen vertrauen. Das Konzept ist schlüssig, denn der Objektverbraucher wünscht Beratung in der kompletten Einrichtung, er will sich nicht zusammenhanglos mit einzelnen Gestaltungsbereichen beschäftigen. Hier ist der eindeutige Ansatz für Netzwerke und Produktallianzen im Objektgeschäft. Bis 2010 werden sich die Produktgattungen innerhalb der HCNG erweitert haben. Wir werden eine Reihe von Referenzobjekten vorweisen, die wiederum die Umsetzung in neuen Objekten beschleunigen. Das Netzwerk wird sich mit der Umsetzung auf weitere Zielgruppen beschäftigen können.“

Kontakt

Teba GmbH & Co. KG

info@teba.de

www.teba.de





Joachim Klein

Leiter CompetenceCenter CAPAROL:
Farben – Lacke – Bautenschutz

„Wir haben zwei wesentliche Motivationspunkte zur Teilnahme: zum einen der erleichterte Zugang zu einem stark wachsenden Marktsegment. Zum anderen bieten wir insbesondere mit unserer Wellness-Farben-Reihe eine ideale Ergänzung zu den schon angebotenen Produktbereichen. Die in der Allianz entstehenden Systemlösungen schaffen für alle Teilnehmer Wettbewerbsvorteile. Durch das gemeinsame Auftreten starker und bekannter Marken ist eine besonders effiziente und gezielte Marktbearbeitung möglich. Der Nutzer erhält optimal aufeinander zugeschnittene Lösungsansätze unter Beibehaltung der Möglichkeit zur Individualisierung. Kooperationen dieser Art werden daher das Objektgeschäft der Zukunft bestimmen.“

Kontakt

Caparol
info@caparol.de
www.caparol.de



Klaus Stolzenberger

Marketingleiter Uzin Utz AG

„Die HCNG bietet uns die Möglichkeit, von einem schlüssigen und überzeugenden Konzept für die Bearbeitung interessanter Marktsegmente zu profitieren. Durch die enge Zusammenarbeit mit den weiteren Netzwerkpartnern haben auch wir einen guten Zugang zu neuen, interessanten Zielgruppen. Zudem können wir von den Erfahrungen der Beteiligten in diesem Segment lernen. Bis 2010 sehen wir die HCNG als führenden und innovativen Komplettanbieter für Raumkonzepte im Segment Health & Care. Der Nutzen für den Kunden wird dokumentiert durch wirtschaftlich erfolgreiche Arztpraxen und andere Gesundheitsbetriebe.“

Kontakt

Uzin Utz AG
info@uzin-utz.com
www.uzion-utz.com

UFLOOR
S Y S T E M S

Matthias Marx

Marketingleiter Thermopal GmbH

„Für uns zählt der Zugang zu einem in der Zukunft sicher stark wachsenden Marktsegment. Die in der Allianz entstehenden Systemlösungen schaffen für alle Teilnehmer Wettbewerbsvorteile. Der Vorteil liegt ganz klar im Angebot von abgestimmten, ganzheitlichen Lösungen für das Objektgeschäft. Zeit und Kosten werden durch ‚Rezepturen‘ reduziert. Die HCNG wird weiter wachsen und für verschiedene Objektbereiche Maßstäbe setzen.“

Kontakt

Thermopal GmbH
info@thermopal.com
www.thermopal.com

thermopal



Rudolph Welcker

Geschäftsführer Weseler Teppich GmbH & Co. KG

„Erfolgreiche Objektbearbeitung kann heute nur durch ein vernetztes Vorgehen aller Marktbeteiligten erfolgen. Gerade im anspruchsvollen Wohn- und Objektgeschäft ist Flexibilität, Schnelligkeit und Zuverlässigkeit gefragt. In einem marktsegmentorientierten Netzwerk kann jeder Einzelne auf das Leistungsvermögen, das Know-how und auf die Erfahrungen der anderen Netzwerkpartner zurückgreifen. Wir schließen uns an: Zukünftig ist die HCNG der führende und innovative Komplettanbieter für Raumkonzepte im Segment Health & Care und Home & Care.“

Kontakt

Weseler Teppich GmbH & Co. KG

info@tretford.de

www.tretford.de



Dr. Børge Schümann

Geschäftsführer Witex Flooring Products

„Strategische Allianzen, schlüssige Konzepte, starke Partner und gute Produkte – diese Grundsäulen für erfolgreiches Agieren auf dem Markt sehen wir bei der HCNG. Deshalb haben wir uns diesem Systemverbund aus Überzeugung angeschlossen. Hier sehen wir die Möglichkeit, mit starken Partnern, einem starken Konzept und vorhandenen Strukturen den Wachstumsmarkt Innenausstattung im Gesundheitswesen professionell zu bearbeiten. Als Kundengruppe sehen wir den hochwertigen Raumausstatter, der den ganzheitlichen Gedanken der Raumgestaltung und Farbenlehre verfolgt.“

Kontakt

Witex Flooring Products GmbH

info@witex.com

www.witex.com



Gerhard Hausegger

Geschäftsleitung Gerflor Mipolam GmbH

„Der Gesundheitsmarkt ist derzeit der stärkste Wachstumsmarkt und befindet sich zudem im Wandel. Kleine und mittlere Projekte werden zunehmend wichtiger. Deshalb suchen wir nach neuen Wegen, um unser Geschäft in diese Richtung weiterzuentwickeln. Die HCNG bietet hier genau die richtige Plattform. Die Idee, dass sich Marktführer aus sich ergänzenden Produktbereichen unter einem Dach zusammenschließen, um ein marktgerechtes und schlüssiges Angebot zu entwickeln und professionell zu vertreiben, hat uns überzeugt. Denn für Kunden aus dem Health&Care-Bereich bietet es viele Vorteile, ein stimmiges Angebot ‚aus einer Hand‘ zu bekommen. Systemlösungen gehört die Zukunft, davon sind wir überzeugt – die HCNG ist ein Konzept mit Zukunft.“

Kontakt

Gerflor Mipolam GmbH

gerflormipolam@gerflor.com

www.gerflor.de





Die HCNG-Partner auf einen Blick

Führender Systemverbund für Boden • Wand • Decke



Europaweit führender Hersteller von Tapeten für Wohn-/Objektbereich



Marktführer von Farben und Lacken in den deutschsprachigen Ländern



Europaweit führender Hersteller von Dekorations-Stoffen
und Vorhängen für den Objektbereich



Größter deutscher Teppichboden-Hersteller/DuraAir für Wohn- und Objektbereich



Führender Hersteller von innenliegendem Sonnenschutz und Dekorationstechnik



Hersteller hochwertiger Holzwerkstoffe für anspruchsvollen
Innenausbau und verarbeitende Industrie



Hersteller von tretford und gewebten Teppichböden für gehobene
Wohn- und Objektbereiche



Führender Hersteller von Klebstoffen, Spachtelmassen + Verlegesystemen
für alle Bodenbeläge



Weltweit führende Marke für Laminatböden im Profi-Segment



Europaweit führender Hersteller von elastischen Bodenbelägen
(Objekt, Sport, Wohnen, Transport)





Im Renovieren liegt enormes Potential

Der Gesundheitsmarkt ist der Zukunftsmarkt des 21. Jahrhunderts – so die HCNG

Ob Krankenhäuser, Arztpraxen, Ärztehäuser, Alten- und Pflegeheime, Seniorenresidenzen, Kurkliniken, Kurhotels oder Fitnesszentren – der Grund für die Fokussierung der HCNG auf diese Märkte liegt in der spürbaren Veränderung der Bevölkerungspyramide. „Der Wettbewerb um persönliche Gesundheit wird in den nächsten Jahren signifikant zunehmen, daher ist es sinnvoll, sich frühzeitig einen Vorsprung durch Alleinstellungsmerkmale und Kompetenzpakete zu verschaffen“, erklärt Herbert Schmitmeier, Geschäftsführer der Marketinggesellschaft IM-Intermarket, Initiator und Mitbegründer der HCNG. Die gezielte Vernetzung mit den jeweils anderen Spezialisten ermöglicht es, einen ganzheitlichen Service in der Inneneinrichtung anzubieten. Daher gilt es, starke Partnerschaften zu schließen, strategische Allianzen zu bilden – und das in einem sehr breit gefassten Maße: von der Industrie über die Verarbeiter bis hin zur Zielgruppe.



Herbert Schmitmeier
Geschäftsführer Intermarket,
Projektkoordinator HCNG



Der Gesundheitsmarkt macht knapp 12% des Bruttoinlandsproduktes aus (Statistisches Bundesamt 2006). In 12.000 Einrichtungen stehen für Patienten und Bewohner 1.500.000 Betten zur Verfügung. Die Privatisierungswelle rollt, der Staat gibt künftig nur noch den Rahmen vor. Hinzu kommt die steigende Zahl älterer Menschen bei gleichzeitig sinkender Geburtenrate und immer mehr Single-Haushalte (bis 2010 über 40%), Doppelverdiener sowie kleinere Familien. Wozu führt das? Bis 2010 werden zusätzlich über 200.000 Pflegebetten erforderlich sein. Die Ansprüche steigen – Altern in Würde heißt das Stichwort – weg von Mehrbettzimmern, in denen sich derzeit $\frac{2}{3}$ aller Pflegeplätze befinden.

Demzufolge sattelt das Gesundheitswesen um: von Krankheits- auf Gesundheitsorientierung. Aus Altenheimen werden Altenpflegeheime,

Mit DuraAir wurde das Teppichbodenprogramm der Dura Tufting den Bedürfnissen von Patienten in der Genesungsphase angepasst wie hier in der Berliner Charité.



aus Altenwohnheimen betreutes Wohnen. Denn ältere Menschen fühlen sich psychisch zunehmend jünger und verfügen über ein hohes Kaufkraftpotential, sei es durch Renten, angesparte Vermögenswerte, Lebensversicherungen oder Erbschaften. Die Bereitschaft, für das eigene Wohlbefinden Geld zu investieren, ist hoch. Nicht zu Unrecht zählt man die Generation 50 plus zu den kaufkräftigsten Konsumenten der Zukunft. Sie kauft heute bereits 45 % aller Neuwagen, 50 % aller Gesichtspflegemittel und bucht 35 % aller Pauschalreisen.

Ein weiterer Punkt ist die Umwandlung von bestehenden Wohnflächen in barrierefreie oder altengerechte Räume. Neue Untersuchungen von Intermarket quantifizieren das Home & Care-Marktpotential bis 2010 auf ca. 400 Mio. m² „Wohnen im Alter“ und zehn Mio. m² „Medical Wellness/Beherbergung“. Fläche, die es auszustatten gilt. Ab 2008 wird das jährliche Absatzvolumen im Teilsegment Home & Care ca. 30–40 Mio. m² allein bei Bodenbelägen erreichen. „Ergänzend zu unserem Marketingkonzept Health & Care ist die Thematisierung von Home & Care eine logische Konsequenz“, so Enno Kramer, Geschäftsführer Decor-Union, der in den Renovierungsflächen von bis zu 500 m² für seine Mitgliedsfirmen Geschäfte generieren möchte. Home & Care soll sowohl privaten Wohnungsnutzern als auch professionellen Unternehmen Empfehlungen zur Wohngestaltung an die Hand geben. Alles aus einer Hand – heißt auch hier die Devise.

Marktchance Innenausstattung Health & Care-Objekte am Beispiel

Im Renovieren bzw. Sanieren der Flächen für den Gesundheitsmarkt steckt somit enormes Potential. Einen kurzen Abriss, was heute gefor-



Die Innenausstattung in der Münchener Kinderklinik 3. Orden setzt mit Thermopal-Produkten konsequent auf ein abgestimmtes Farbkonzept.

dert wird, zeigen die HCNG-Mitglieder. Ob Farben und Lacke, Sonnenschutz, Tapeten, Dekorationsstoffe, Teppichboden, Parkett, Laminat, Holzwerkstoffe, Klebstoffe, Spachtelmasse oder Verlegesysteme für alle Bodenbeläge – entscheidend bei der Ausschreibung sind die Erfüllung von Objekteignungskriterien (von strapazierfähig über gelenkschonend, schadstoff- und geruchsabsorbierend, flammresistent bis hin zu leitfähig) und Serviceleistungen wie Schnelligkeit, Flexibilität, Maßarbeit. Und ganz wichtig im Sinne der Health & Care-Philosophie: die Erfüllung individueller Farbwünsche und Beratung nach wahrnehmungspsychologischen Aspekten. Denn eine Wohlfühlatmosphäre fördert Heilungsprozess wie Betriebsklima – kurz: bringt zufriedene Kunden ins Haus.

Das Teppichbodenprogramm von Dura Tufting GmbH (Duracare) wurde z. B. hinsichtlich den Bedürfnissen und Wünschen von Senioren und rekonvaleszenten Patienten entwickelt. Die Teppichbodenqualitäten erfüllen die hohen Ansprüche, die an Bodenbeläge in Seniorenstiften, Sanatorien sowie Heil- und Pflegebereichen gestellt werden. Mit DuraAir, einem patentierten Wirkstoff für dau-



Die Kinderklinik 3. Orden in München

erhaft frische Luft, hat das zertifizierte Unternehmen bereits 2002 eine interessante Innovation präsentiert. Der neue Wirkstoff wird in die Rückenkonstruktion des Teppichbodens integriert.

Schnelle Renovierung ohne Störung des Betriebs mit später garantierter rückstandsfreier Entfernung des Bodenbelags, eine sichere Verlegung auch bei starker Belastung, flexible Bodenversiegelungen für physiotherapeutische Bereiche, trendige fugenlose Nutzböden mit höchster chemischer Beständigkeit und enormer Farbvielfalt – dafür steht die Firma Uzin Utz. Sie bietet maßgeschneiderte Verlegesysteme für alle Health & Care-Bereiche von Krankenzimmern über Operationssäle bis hin zu Feuchträumen und Großküchen. Zu



einem bereits abgeschlossenen Projekt zählt die Erweiterung der Helios Klinik Aue. Im Endergebnis lockert eine farbenfrohe Intarsienverlegung die Nüchternheit des Klinikalltags auf. Der Neubau sollte die bestehenden Flächendefizite im Untersuchungs- und Behandlungsraum wesentlich verringern. Es entstand ein modernes Operationszentrum und eine neue, allen Anforderungen entsprechende Notfallaufnahme. Bei der gesamten Erweiterung des Klinikums folgte die Form der Funktion. Die Planer setzten auf helle, freundliche Farben und eine offene Architektur. Der neue Pflegebereich mit insgesamt 203 Betten entstand nach modernsten Gesichtspunkten. So haben u. a. alle Patientenzimmer ein hotelähnliches Ambiente. In Planung befindet sich derzeit laut Uzin ein „logistisches“ Meisterstück. Im größten Klinikum-Neubau Deutschlands bewährt sich die intensive Zusammenarbeit zwischen Belaghersteller Freudenberg, Verlegewerkstoff-Anbieter Uzin mit Ufloor Systems und Objektur Bräuner aus Marl. Mit 210 Mio. € Baukosten entsteht auf einem rund zwanzig Hektar großen Grundstück ein mehr als 300 Meter messendes Klinikum mit rund 3.500 Räumen und 860 Betten.

Überall dort, wo antistatische, antimikrobielle, chemikalienbeständige, dauerelastische, dämmende und gelenkschonende Eigenschaften vom Bodenbelag gefordert werden, erfüllt Witex Flooring Products mit seinem Bodenbelagselement „Elastoclic Pur“ diese Anforderungen. Bestens geeignet für die Einrichtung von Fitnessclubs, Kindergärten, Schulen und Health-Care-Einrichtungen – u. a. weil es umweltfreundlich und leicht zu pflegen ist. Mit 17 trendigen Farben in zwei verschiedenen Designs und Formaten lieferbar, deckt „Elastoclic Pur“ nahezu das gesamte Farbspektrum des



Wandschutz, Wandfronten und Türoberflächen auf den Fluren der Kinderklinik 3. Orden zeigen sich in einem warmen Farbbild, für das der Innenarchitekt den Ton Wildbirne hell ausgewählt hat.

Regenbogens ab – vom eleganten Stone Grey über Mocca, Terracotta, Vanilla und Ocean Blue bis hin zu den sommerfrischen Farben Lemon und Rubinrot. So lassen sich insgesamt aus 68 verschiedenen Ausführungen Böden für jeden Objektbereich und Einrichtungsstil zusammenstellen.

Die hochwertigen Holzwerkstoffe von Thermopal für den kreativen Innenausbau bieten die ideale Ergänzung zu den angebotenen Produktbereichen der HCNG. Die Objektkollektion gestaltet sich je nach Anspruch besonders feuerhemmend, stoßfest und/oder feuchtebeständig und folgt dabei einem hohen ästhetischen Anspruch, der ein harmonisches Raumambiente schaffen soll. Äußerst gelungen ist dies z. B. in der Kinderklinik 3. Orden München. Ein durchgängiges Farbkonzepth im Sinne des Health & Care-Ansatzes wurde auch beim Umbau der Klinik Bad Windsheim realisiert.

Ein abschließendes Beispiel dafür, was farbige Lasuren und Glättetechniken bewirken, zeigt die neue Raumatmosphäre der Entbindungsstation im Schweinfurter Krankenhaus St. Josef. In Zeiten einer rückläufigen Geburtenrate war es dem Gesamtleiter besonders wichtig, dass sich die Frauen wie zu Hause fühlen. Denn auch hier herrscht ein reger Wettbewerb. Der Leitsatz von Caparol Farben Lacke Bautenschutz „Unsere Umgebung beeinflusst unsere Stimmung – und damit unser Wohlbefinden“ steht auch für die gesamte HCNG-Philosophie.

Kontakt:
Projektleitung Herbert Schmitmeier
IM-Intermarket, Frankfurt
Tel.: 069/9055780
h.schmitmeier@im-intermarket.de
www.im-intermarket.de
www.health-and-care.net



Teppichboden – damit Menschen sich wohlfühlen

sicher, schalldämmend, schmutzabweisend

Es gibt gute Gründe, die für Teppichboden in Einrichtungen sprechen, in denen sich Menschen zur Pflege, Betreuung oder Rehabilitation aufhalten. Nicht nur, dass Teppichboden für eine angenehm wohnliche Atmosphäre sorgt, Wärme ausstrahlt und die Raumakustik verbessert, sondern auch weil er Sicherheit beim Gehen vermittelt, im Falle eines Sturzes die Verletzungsgefahr mindern kann und außerdem auch noch die Raumluft verbessert, indem er Staub bindet. Vorausgesetzt: Der Teppichboden erfüllt die besonderen Anforderungen, die speziell in Gesundheits- und Pflegeeinrichtungen an einen Bodenbelag gestellt werden. Bei der Auswahl ist es deshalb wichtig zu wissen, wo genau der Teppichboden verlegt werden soll und welche Anforderungen dort an ihn gestellt werden – von der Hygiene, über den Strapazier- und Komfortwert bis hin zur Reinigung und dem Aussehen.

Die Faser, aus der ein Teppichboden gefertigt ist, hat einen grundlegenden Einfluss auf dessen Aussehen, seine funktionellen Eigenschaften, seine Lebensdauer sowie seine Reinigung und Pflege. Die Herausforderung, der sich der Faserhersteller Invista in Zusammenarbeit mit den Partnern in der Teppichbodenindustrie stellt, ist Teppichböden für die verschiedenen Wohn- und Objektsegmente quasi mit „maßgeschneiderten Fertigkeiten“ auszustatten. Die Qualität und Beschaffenheit der Polfaser sind neben der Konstruktion die wichtigsten Voraussetzungen für ein dauerhaft gutes Aussehen und die Funktionalität des Teppichbodens, d.h. seine Strapazierfähigkeit, die Schmutz- und Fleckabweisung sowie seine Pflegeeigenschaften.

Wenn es um eine starke Objektbeanspruchung und gleichzeitig überzeugende Optik geht z.B. in einem Seniorenwohnheim oder im Rezeptionsbereich einer Arztpraxis, eignen

sich Teppichböden aus Antron Markenfasern von Invista besonders, da ihre besonderen Hohlkonstruktionen mit glatter Faseroberfläche eine geringere Anschmutzbarkeit, gute Schmutzabweisung und leichtere Reinigung bewirken. Außerdem sorgen die durchgehenden Hohlräume dafür, dass auftreffendes Licht reflektiert wird noch bevor es auf vorhandenen Schmutz trifft, wodurch dieser deutlich weniger wahrgenommen wird.

Sicherheit beim Gehen

Speziell in Einrichtungen für kranke, ältere oder genesende Menschen spielt der Faktor Sicherheit eine übergeordnete Rolle. In manchen Fällen reicht schon ein gesicherter Bodenbelag aus, um ihnen das Leben angenehmer zu gestalten und auf ihren höheren Sicherheitsaspekt zu reagieren. Mit Teppichboden ausgelegte Räume wirken nicht nur sympathischer, sondern vermitteln auch Sicherheit beim Gehen. Die weiche, elastische Ober-

fläche eines Teppichbodens gibt dem Fuß Halt und kann im Falle eines Sturzes die Verletzungsgefahr mildern. Zudem bewirken die weichen, elastischen Textilfasern zusammen mit dem Teppichrücken ein Abfedern beim Stehen und Gehen und unterstützen so eine gleichmäßige, gelenkschonende Verteilung des Körpergewichtes und eine Entlastung der Muskulatur.

Speziell Menschen in Gesundheitseinrichtungen haben ein großes Bedürfnis nach Ruhe und sind dabei doch häufig selbst – bedingt durch zum Teil nachlassende Hörleistung oder das Gehen am Stock – die Ursache für einen „erhöhten Geräuschpegel“. Unter den schalldämmenden Maßnahmen nimmt die Ausstattung mit Teppichboden einen wesentlichen Stellenwert ein: Als weich federnder Bodenbelag lässt er Trittsgeräusche erst gar nicht entstehen, da diese abgefangen werden. Neben der Vermeidung von Trittsgeräuschen wird man in den Einrichtungen die schallschluckende Wirkung von Teppichböden besonders zu schätzen wissen.

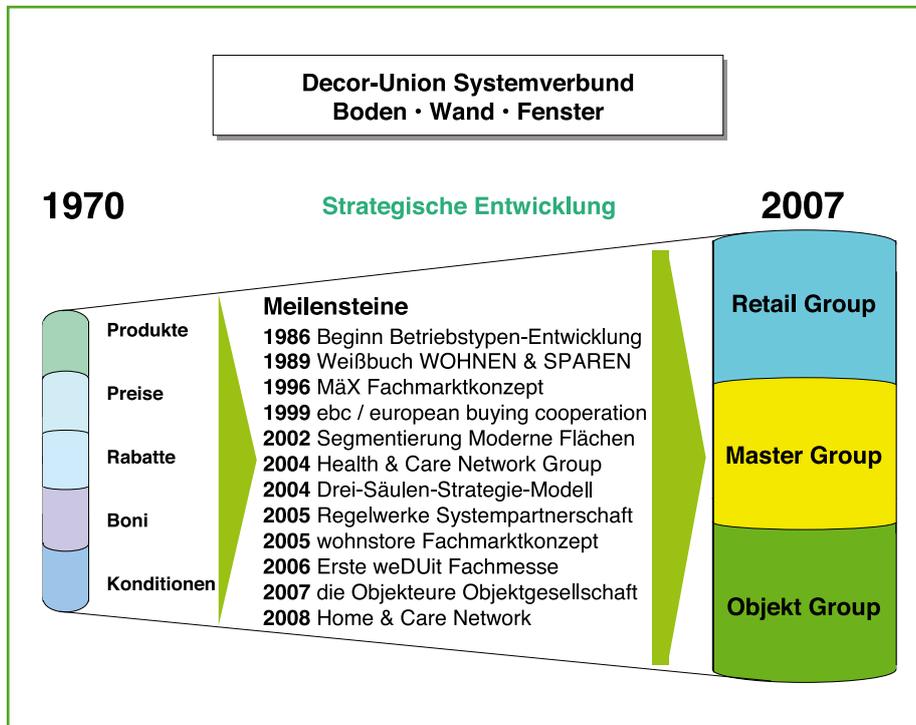
Kontakt:

Yvonne Rees-Rothardt
Sales & Marketing Assistent
INVISTA(Deutschland)GmbH
Werk Östringen
76684 Östringen
Tel. ++49 7253 91 2018
Fax. ++49 7253 91 2133
E-Mail yvonne.rees-rothardt@invista.com



Vom Einkaufsverband zur Systemführerschaft

Moderne Wohn- und Arbeitswelten für die Anforderungen von Morgen



Der Decor-Union (DU) Systemverbund Boden – Wand – Decke ist eine Holding mit inzwischen acht operativen Tochtergesellschaften. Seit 1985 wird der Verbund von Geschäftsführer Enno Kramer gesteuert. Regina Hebbeln-Röttger ist seit Eingliederung der NRC im Jahre 2006 weitere Geschäftsführerin. Die internationale Ausrichtung mit Partner-Verbundgruppen wurde 1999 mit der Gründung der „EBC – European Buying Cooperation“ gestartet (Besko/Österreich, Decor-Union/Deutschland, Netto/Schweiz, UTD/Frankreich). Die EBC kollektioniert und vermarktet seit 2003 europaweit gemeinsame Sortimentsbereiche mit Kernpartnern der Industrie. So wird z. B. die Teppichboden-Kollektion „Eurocolor 2008“ bestehend aus 14 hochwertigen Qualitäten mit mehr als 400 Positionen gemeinsam er-

folgreich distribuiert. Ein weiteres Highlight ist „Euroclean 2009“, eine Spezialkollektion mit Schmutzfangmatten und -systemen, die profitable Umsätze in den europäischen Ländern generiert.

Die künftige Bedürfnisermittlung der Wohn- und Arbeitswelt ist eine zentrale Aufgabe der Unternehmen. Deutlich geänderte demografische und gesellschaftliche Rahmenbedingungen verändern die Verbraucherbedürfnisse für den Wohn- und den Objektbereich. Dieses Wissen umzusetzen in bedarfsgerechte, spezifische Angebote und Sortimente, ist aus Sicht des DU-Systemverbunds die unternehmerische Herausforderung für Industrie, Handel und Handwerk. Steigende Volumenmärkte einerseits und parallel zunehmende Qualitätsmärkte andererseits können nicht gleichzeitig von nur einem Betriebstyp bedient werden. In einer al-

ternden Gesellschaft wird das Gesundheitsbewusstsein zwangsläufig steigen, das Streben nach Sicherheit und Schutz zunehmen. Das Bedürfnis nach Convenience – Einfachheit, Service und Unterstützung, Kontakt und Kommunikation – wird an Bedeutung gewinnen und Kaufentscheidungen beeinflussen. Schließlich wird das sich ändernde Informations- und Kaufverhalten zugunsten des Internets zusätzlich attraktive Onlineshops erfordern, die das traditionelle, gelernte Angebotsverhalten ergänzen und teilweise revolutionieren werden.

Für den DU-Systemverbund heißt die Zukunft: konsequente Vernetzung mit starken leistungsfähigen Partnern aus Industrie, Großhandel, Einzelhandel und Handwerk. Vor diesem Hintergrund ist auch die Tatsache zu bewerten, dass zum Jahresbeginn 2008 der DU-Systemverbund und die Wotex Intercolor, die bundesweit über 250 Facheinzelhändler und Objekteure betreut, ihre Kräfte und damit die Einkaufsvolumina bündeln und eine Interessengemeinschaft zur Stärkung der Verkaufsaktivitäten bilden.

„Mit der Gründung der Health & Care Network Group 2004 bieten wir ein bisher einzigartiges Netzwerk zur strategischen Marktbearbeitung des Wachstumsmarktes dieses Jahrhunderts“, erläutert Geschäftsführer Kramer.

Kontakt:
Decor-Union GmbH & Co. KG
Tel.: 0511/8789-0
info@decor-union.de
www.decor-union.de
www.health-and-care.net



Tretford: Wohnlich, farbig, mit natürlichen Materialien



Gestaltungsbeispiel mit Tretford-Interland, z. B. für Wartebereiche

Für das HCNG-Mitgliedsunternehmen Weseler Teppich ist die Ausstattung von Health & Care-Objekten ein wichtiger Zielmarkt. „Die HCNG bietet uns insbesondere mit „Home & Care“ die Möglichkeit, von einem schlüssigen Konzept für die Bearbeitung interessanter Marktsegmente zu profitieren“, sagt Geschäftsführer Rudolph Welcker. Schließlich soll bis 2008 der Verbrauch von textilen Bodenbelägen sowohl in Vorsorge- und Rehabilitationseinrichtungen als auch in Krankenhäusern deutlich steigen. Die Produktqualität und vielfalt sowie die Philosophie der 2007 beigetretenen Firma fügen sich stimmig in das HCNG-Konzept ein. „Farben sind wie ein Lebenselixier. Sie haben einen direkten Einfluss auf unser Wohlbefinden und sind zu-

gleich ein Spiegel der Persönlichkeit“ – heißt es beim Einstieg ins virtuelle Tretford-Portal.

Das Spiel zwischen Materialien und Farbe kennzeichnet Tretford-Teppichböden. Eine ganze Reihe von Eigenschaften zeichnet sie besonders für den Gesundheitsbereich aus: Sie sind langlebig, aus natürlichen und unbedenklichen Rohstoffen hergestellt, das Flormaterial schont die Gelenke und bietet hohen Gehkomfort. Zudem sorgt hohe Trittschalldämmung für mehr Ruhe und Entspannung – dafür steht z. B. die „Interland“-Reihe. Die aufwendig gearbeiteten Teppichböden dieser Produktreihe bestehen aus dem Haar ausgewählter Kaschmir-Ziegen. Das robuste Material macht sie besonders pflegeleicht und strapazierfähig. Zu-

sätzlich sorgt die Verarbeitung von reiner Schurwolle für perfekten Komfort. Besonders entscheidend für das Wohlbefinden ist ein gutes Raumklima. Tretford-Interland kann durch seine natürlichen Materialien Luftfeuchtigkeit aufnehmen und wieder abgeben. Auch die optische Gestaltung ist ansprechend und vielseitig: Mit der charakteristischen Rippenstruktur und den vielen verfügbaren Farben sind die Gestaltungsmöglichkeiten nahezu unbegrenzt.

Kontakt:

Weseler Teppich GmbH & Co. KG

Tel.: 0281/81935

info@tretford.de

www.tretford.de



Ob trittschalldämmende fugenlose Verlegung für Behandlungsräume oder ästhetische Fußbodenbeschichtung für Warteräume: Qeshfloor bietet Produktsysteme aus lösemittelfreien Imprägnierungen, Versiegelungen und Beschichtungen von stark belasteten Böden an.

Bodenrenovierung: schnell, sicher, patientenschonend

Die Bodenkompetenzmarke Ufloor Systems bietet mit den Marken Uzin, Wolff, Pallmann, Qeshfloor, Sifloor und Codex Lösungen aus einer Hand – rund um die Neuverlegung, Werterhaltung und Renovierung von Bodenbelägen, Parkett, keramischen Fliesen und Naturstein. In Arztpraxen, Senioren- und Pflegeheimen sowie Krankenhäusern stören lang andauernde Renovierungsarbeiten den Betriebsablauf. Im schlimmsten Fall bedeuten sie Nutzungsausfall, Schnelligkeit ist also gefordert. Das Unternehmen bietet dafür geeignete Renovierungssysteme an: Innerhalb von sechs Stunden lässt sich auf einer Fläche von bis zu 100 m² mit dem geruchlosen und wohngiftfreien Trockenkleber Sigan2 von Sifloor ein neuer Belag wie Teppichboden auf einen bestehenden PVC- oder CV-Belag sowie auf Linoleum ver-

gen. Dabei entstehen weder Schmutz noch Staub, da er direkt auf den bestehenden Nutzboden geklebt wird. Nach der Verlegung kann der Belag sofort wieder betreten und belastet werden, sodass der Betriebsablauf kaum unterbrochen wird. Das spart Zeit und Kosten. Jahre später lässt sich der Teppichboden schnell und rückstandsfrei wieder entfernen, der Untergrund bleibt unbeschädigt und ist sofort für die nächste Verlegung bereit.

Lässt sich diese Lösung nicht umsetzen, weil der Altbelag z. B. zu sehr verschmutzt ist oder der Aufbau zu hoch wird, bietet das Unternehmen mit den Marken Wolff und Uzin weitere schnelle Renovierungslösungen an. Dabei wird mit einem Wolff-Stripper, z. B. dem Extro-Stripper, zuerst der Altbelag entfernt. Der feste und saubere Untergrund wird dann

mit der Dispersionsgrundierung PE 360 sowie der emissionsarmen, schnell trocknenden und selbstnivellierenden Zementspachtelmasse NC 172 von Uzin vorbereitet. Insgesamt rund sechs Stunden sollte der Fachhandwerker für diese drei Arbeitsschritte einplanen. Dem gewünschten Neubelag entsprechend wird im Anschluss ein Klebstoff aufgebracht, z. B. UZ 57 Ökoline für Textilböden. Nach einer Trocknungszeit von etwa einem Tag kann mit der Verlegung begonnen werden. Die aufeinander abgestimmten Produkte sorgen auch bei diesem Verfahren bei den einzelnen Arbeitsschritten für einen raschen Renovierungsfortschritt.

Kontakt:

Uzin Utz AG

Tel.: 0731/4097-0

info@uzin-utz.com

www.ufloor-systems.com

Antron®

carpet fibre

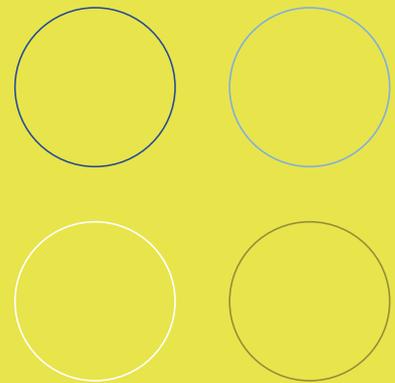
ANTRON® TEPPICHFASER – SENKT DEN GERÄUSCHPEGEL

In Büros kann es ziemlich laut zugehen. Antron® carpet fibre kann dafür eine einfache Lösung bieten. Wissenschaftliche Studien* haben belegt, dass ein Teppichboden Trittschall um bis zu 30 dB(A) reduzieren und hohe Frequenzen um bis zu 50 Prozent absorbieren kann. Drehen Sie in Ihrem Büro den Regler leiser und machen Sie es zu einem angenehmeren Ort – mit Antron® carpet fibre.

www.reduce-noise.com

* Fraunhofer Institut für Arbeitswirtschaft und Organisation, Dez. 2006

Antron® ist eine eingetragene Marke von INVISTA.
www.antron.eu



**Besuchen Sie uns:
Halle 4, Stand D50**

12. – 15. 1. 2008

DOMOTEX
HANNOVER





Harmonisch leben mit der Sonne



Lasercut-Punkte von Teba auch für Praxen und Wartebereiche

Die Firma Teba bietet seit 1938 Service und Qualität aus Tradition. Ihre Kernkompetenz entfaltet sie als Partner des Fachhandels in den Produktbereichen Sonnenschutzsysteme und Dekorationstechnik. Führende Produktnamen werden vorwiegend im deutschsprachigen Raum produziert und vertrieben. Die Produkte erfüllen sowohl maßkonfektioniert als auch als Mitnahmeware die Ansprüche dekorativer wie funktionaler Fenstergestaltung. Besonders für den Health & Care- sowie den Home & Care-Bereich geeignet sind maßgefertigte, bedienerfreundliche Sonnenschutzprodukte mit besonderer Oberflächen-ausrüstung (z. B. bakteriostatische

Ausrüstung, schmutzabweisende Teflonbeschichtung, beidseitig wasserabweisende Beschichtung „Aqua“ u.v.m.) in großer Dessin- wie Farbauswahl. Dazu zählen: Luxaflex Rollo, Luxaflex Faltsore, Teba Lamellenvorhang, Teba Flächenvorhang sowie die Luxaflex Jalousie.

Der Digitalprint macht jede Raum- und Fensterdekoration zur individualisierten Visitenkarte eines Gestaltungskonzepts. Sowohl Rollos, Lamellenvorhänge, Faltsores und Jalousien als auch Flächenvorhänge können als Träger dienen. Als Motive dienen jegliche Arten von kreativen Umsetzungen: Firmenlogos, Fotos, grafische Vorlagen. Gedruckt

wird im hochwertigen Digitalprint auf Trevira CS-Stoffqualitäten (UV-beständig und schwer entflammbar nach DIN B1). Auf Wunsch können Musterdrucke angefertigt werden.

Die Lasercut-Motivkollektion für Flächenvorhang, Lamellenvorhang und Rollo des Unternehmens bietet eine Vielzahl von Motivvorschlägen und Anwendungen für das individuell gestaltete Fenster. Die Kollektion ist für unterschiedliche Einsatzfelder im öffentlichen und privaten Raum konzipiert. Auch bietet die pflegeleichte Trevira-CS-Qualität die Basis für alle Produkte. Weiterhin dient ein laserfähiges Alphabet für individuelle Möglichkeiten der Wegweisung und Ergänzung von Themengestaltungen im Raum. Die Variationen unterschiedlicher Transparenzen im Über- und Miteinander der Lasermotive werden unterstützt von lichtdurchlässigen bis zu durchblickend transparenten Stoffqualitäten. Das Licht wird geführt, und es entstehen reizvolle Ein- oder Ausblicke sowie ein Spiel von Licht und Farben im Übereinander der Stoffe und Lasercut-Motive. Die Motive erscheinen wie feine Durchbrüche, und die Farbe des Unter- oder Hintergrundes wird in die Flächengestaltung mit einbezogen.

Beide Konzepte – Health & Care sowie Home & Care – bedienen einen wachsenden Markt. „Maßgeblich ist die wissenschaftliche Untermauerung des Farbkonzeptes und die aktive Umsetzung durch die Fachhandelsmitglieder und Objekteure“, sagt Guido Gizinski, Teamleiter Verkauf bei dem Unternehmen.

Kontakt:

Teba GmbH & Co. KG

Tel.: 02066/2005-0

info@teba.de

www.teba.de



Marktgerechte Bodenbeläge für das Objekt

Starker Publikumsverkehr verlangt nach hoher Qualität. Überall dort, wo viel Betrieb herrscht, muss man sich auf die Qualität eines Bodenbelags verlassen können. Strapazierfähigkeit, Pflegeleichtigkeit und attraktive Optik sind hier das Maß aller Dinge. So ist Witex auch im Objektbereich eine gute Wahl. Von Büro bis Gastronomie, von Verkaufsraum bis Sportstudio, vom Gesundheits- und Wellnessbereich bis zur Hotelhalle – besonders die Laminatfußböden und der elastische Bodenbelag „Elastoclic Pur“ halten den hohen Anforderungen im wahrsten Sinne des Wortes stand. Bei Elastoclic Pur sind die Vorteile aus zwei Fußbodenwelten in einem Produkt vereint: die millionenfach bewährte Loctec-Clickverbindung vom Laminat für mehr Tempo

bei der Verlegung und eine dauerelastische Nutz- und Dekorschicht, für höchste Ansprüche an Komfort und Design. Elastoclic Pur ist die innovative Verbindung der bewährten Aqua-Protect-Trägerplatte mit einer hochbeständigen Oberfläche aus 100 % Polyurethan, ein dauerelastischer Werkstoff, der vor allen Dingen in der Medizin geschätzt wird. Das Ergebnis kann sich sehen lassen: ein Boden, der technisch allen Anforderungen entspricht und ästhetisch jeden Gestaltungsspielraum offenlässt. Zusätzlich ist das Verlegen eines neuen Bodens besonders schnell und bequem. Paneele anlegen, einklicken – fertig. So lassen sich ohne aufwendige Vorbereitung des Unterbodens über Nacht auch anspruchsvolle Projekte realisieren.



Rehazentrum Atrium Vita (420 m² Laminat)

Kontakt:

Witex Flooring Products GmbH

Tel.: 05237/609-0

info@witex.com

www.witex.com

Aktiv für Wohnen und Objekt

Mit Spezialprodukten für Health & Care und Hotellerie sorgt Dura Tufting für Behaglichkeit. Teppichboden ist schon immer für den Menschen ein Stück Wohnkultur und gewinnt in einer hektischen und lauten Umwelt an Bedeutung. Neben kreativer Gestaltungsvielfalt bietet er Behaglichkeit, Geborgenheit und Ruhe. Eigenschaften, die im Health & Care-Bereich sowie in der Hotellerie sehr förderlich sind. Dura zählt zu den Kernlieferanten für alle Partner im Handel und im Objektbereich. Firmengründer Christian Wirth brachte das Produktionsverfahren Tuften als Erster aus den USA nach Europa. Die heutige Produktpalette umfasst Teppichböden für den Privat- und Objektbereich, Tennis-Indoor sowie Bodenverkleidungen und Innenausstattungen für die Automobilindustrie.

Produkte bzw. Kollektionen für den Health- und Home & Care-Bereich sind: Contract Dura Air, Living Dura Air, Teppichfliesen Wohnen & Objekt, Hotel Dura Air, Contract Nadel filz und Emotions designed by Dura Colani.

Die Produkte dieser Kollektionen verfügen über alle Objekteignungskriterien. Die Vielfältigkeit der bestehenden Farbreihen kann durch Fertigung individueller Farbwünsche ergänzt werden. Mit Dura Air, einem patentierten Wirkstoff für dauerhaft frische Luft, hat das zertifizierte Unternehmen bereits 2002 eine interessante Innovation präsentiert. Der neue Wirkstoff wird in die Rückenkonstruktion des Teppichbodens integriert. Er wandelt Schadstoffe und Gerüche in der Raumluft um, baut sie ab und erzeugt so ein gesundes Raumklima.



Neben kreativer Gestaltungsvielfalt bietet Dura Air Teppichboden Geborgenheit und Ruhe.

Kontakt:

Dura Tufting GmbH

Tel.: 0661/820

info@dura.de

www.dura.de



„Kindgerechte“ Medizin

Kurative und präventive Aufgaben der Kinder- und Jugendmedizin

Eltern haben einen Anspruch darauf, dass ihr Kind von Ärzten für Kinder- und Jugendmedizin behandelt werden – Entsprechendes gilt für die Pflege. Doch was sind die Kennzeichen einer kindgerechten Medizin – und wie sieht eine optimale ambulante und stationäre medizinische Versorgung von Kindern und Jugendlichen aus? Mit diesen Fragen befasst sich die Deutsche Gesellschaft für Kinder- und Jugendmedizin (DGKJ). Prof. Dr. Hansjosef Böhles, Präsident der DGKJ, gibt einen Überblick zum aktuellen Stand einer kindgerechten Medizin.



Prof. Dr. Hansjosef Böhles

Die Wahrnehmung von kranken Kindern und Jugendlichen trägt oft die Tendenz in sich, angesichts der „kleinen Patienten“ in Verniedlichung abzurufen. Dies geschieht meist in bester Absicht, vergisst aber darüber den Respekt vor dem kranken Kind und schließt häufig auch die medizinischen Höchstleistungen für das Kind mit ein.

Merkmal einer kindgerechten Medizin ist in erster Linie das hohe fachliche Niveau, ob ambulant oder stationär: Die Betreuung und Pflege durch Fachkräfte der Kinder- und Jugendmedizin gewährt die optimale medizinische Leistung, und Kinder-

kliniken und -abteilungen bieten hochspezialisiertes Wissen und die bestmögliche Versorgung. Für ein tatsächlich „kindgerechtes Krankenhaus“ gilt, dass dessen Angebot und Leistungen konsequent auf die Bedürfnisse der jungen Patienten zugeschnitten sind und zudem in einer angstfreien und Vertrauen vermittelnden Atmosphäre erbracht werden. Dafür setzt sich die Deutsche Gesellschaft für Kinder- und Jugendmedizin (DGKJ) seit Jahren ein.

Leider werden noch immer nur 70 % der stationär behandelten Kinder und Jugendlichen von pädiatrischen Spezialisten betreut, die übrigen werden z. B. auf Erwachsenenstationen untergebracht oder von Erwachsenenmedizinern betreut. Ein Missstand, dem nach Ansicht der DGKJ durch eine entschiedene Steuerung leicht abzuhelfen wäre, etwa, indem die kinderspezifischen DRGs (Abrechnungspauschalen) nur in kindgerechten Einrichtungen angewendet werden dürfen.

Eltern entscheiden mit

Wenn ein Kind im Krankenhaus behandelt werden muss, sollten die Eltern wissen, dass sie einen Anspruch auf die Behandlung durch Ärzte für

Kinder- und Jugendmedizin und auf die Pflege durch Kinderkrankenschwestern und -pfleger haben. Eltern sollten bei der Wahl des Krankenhauses nicht auf die Kompetenz von Kinderärzten und Kinderkrankenpflege verzichten, selbst wenn sie zur Klinik für Kinder und Jugendliche einen längeren Weg auf sich nehmen müssen – im Krankheitsfall findet sich hier die bessere fachliche Betreuung.

Da Kinder auch einen Anspruch auf die Mitaufnahme einer Bezugsperson haben, wenn dies medizinisch erforderlich ist, müssen die Krankenkassen diesen Bedarf finanziell unterstützen – auch dies ist ein wichtiger Beitrag zu einer kindgerechten Behandlung. In den Kliniken und Abteilungen für Kinder- und Jugendmedizin ist die Möglichkeit zur Mitunterbringung fast überall gegeben. Ebenfalls hilfreich: Ist der junge Patient schon ein Schulkind, so hat er bei längerem Krankenhausaufenthalt auch einen Anspruch auf schulische Betreuung im Krankenhaus.

Kann das Kind nicht in einer Klinik oder Abteilung für Kinder- und Jugendmedizin behandelt werden, so darf es nicht einfach in einem Raum mit Erwachsenen untergebracht wer-

Über die DGKJ

Die Deutsche Gesellschaft für Kinder- und Jugendmedizin ist für über 13.500 Kinder- und Jugendärztinnen und -ärzte die wissenschaftliche Fachgesellschaft und vertritt die gesamte Pädiatrie in Deutschland. Neben ihren fachspezifischen Aktivitäten wie Weiterbildung, Information und Interessenvertretung für die Kinder- und Jugendmedizin wendet sich die DGKJ auch an die Eltern und gibt ihnen kompetente und sachliche Unterstützung: In mittlerweile zehn „Elterninformationen der DGKJ“, einer kontinuierlich fortlaufenden Broschürenreihe, werden häufige Gesundheitsprobleme von Kindern und Jugendlichen kurz und alltagsbezogen dargestellt.



den, sondern muss von Kinderkrankenschwestern gepflegt und von Ärzten für Kinder- und Jugendmedizin mitbetreut werden.

Prävention – ureigene Aufgabe der Kinder- und Jugendmedizin

Primärprävention meint Gesundheitsförderung und Krankheitsvermeidung – dieser Bereich gehört zu den genuinen Aufgaben der Kinder- und Jugendmedizin und steht im Fokus der Pädiatrie. In keiner anderen medizinischen Disziplin können durch Prävention solch nachhaltige Erfolge erzielt werden wie im Bereich der Kinder- und Jugendmedizin. Kinder, die frühzeitig lernen, wie sie mit Bewegung und gesunder Ernährung ihre Gesundheit beeinflussen können, werden auch im Erwachsenenalter geringere Risiken für Arteriosklerose oder Bluthochdruck haben.

Sinnvolle und nachhaltige Prävention reicht dabei über den rein medizinischen Bereich weit hinaus: Mit dem Schritt von der rein „behandelnden“ zur „vorbeugenden“ Kinderheilkunde reagiert unser Fach auf die heutige gesundheitliche Situation von Kindern und Jugendlichen und erfährt dadurch eine wesentliche Umorientierung. Sinnvolle Präventionsprogramme dürfen nicht nur auf die Familien zielen, sondern müssen auch Kindergärten, Schulen und das Freizeitverhalten von Kindern und Jugendlichen mit einbeziehen. Wirkungsvolle Konzepte brauchen allerdings den möglichst frühen Zugang zum Kind.

Fetale Programmierung

Durch neueste Forschungen wird sich der Beginn präventiver Maßnahmen sehr weit nach vorn verlagern, sogar in die Monate noch vor der Geburt: Derzeit ist die „fetale Programmierung“ einer der faszinierendsten

DEUTSCHE GESELLSCHAFT FÜR KINDER- UND JUGENDMEDIZIN e.V.

Bundesministerium für Gesundheit und Soziale Sicherung

KINDER BRAUCHEN PASSENDE BETREUUNG. AUCH IM KRANKENHAUS.

In Kinderkrankenhäusern und Kinderabteilungen großer Kliniken gibt es die fachgerechte ärztliche Versorgung. Mit kompetenten Kinder- und Jugendärzten, mit erfahrenen Kinderkrankenschwestern – und dem passenden Umfeld. Da ist ihr Kind gut aufgehoben und wird schneller gesund. Mehr Informationen unter www.dgkj.de

neuen Forschungsbereiche der Pädiatrie. Hier ist man der Weichenstellung für häufige Krankheiten auf der Spur, denn offensichtlich werden viele der erst im Erwachsenenalter auftretenden Zivilisationskrankheiten bereits in der Schwangerschaft angelegt, die dann später einem fest vorgegebenen und nicht mehr zu beeinflussenden Mechanismus folgen. Die Entschlüsselung dieser Programmierung könnte helfen, die so typischen Erwachsenen-Krankheiten wie Arteriosklerose, Bluthochdruck oder Diabetes sehr frühzeitig zu behandeln oder gar zu vermeiden. Die enge Zusammenarbeit von Geburtshilfe und Kinderheilkunde ist eine wesentliche Voraussetzung und sollte von allen Seiten gefördert werden.

Da sich auch die Kinder- und Jugendmedizin immer unter ökonomischen

Zwängen sieht, können eben auch Kostenaspekte als Argumente für eine intensive Unterstützung dieser Forschungen beitragen. Die Ergründung der fetalen Programmierung ist nicht nur wissenschaftlich faszinierend, sondern verspricht auch einen ökonomischen Gewinn, denn die fachlich hochwertige Betreuung von Schwangerschaft und Säuglingsperiode zahlt sich – wie eine insgesamt kindgerechte Medizin – verlässlich aus über eine in Zukunft gesündere Bevölkerung.

Kontakt:

Prof. Dr. Hansjosef Böhles

Deutsche Gesellschaft für Kinder- und Jugendmedizin e.V. (DGKJ)

Tel.: 030/3087779-0

Fax: 030/3087779-99

info@dgkj.de

www.dgkj.de



DEUTSCHE GESELLSCHAFT FÜR KINDER- UND JUGENDMEDIZIN e.V.



INDEX

Aktionskomitee Kind und Krankenhaus	14
Architektenbüro Greb	11
Caparol	7, 16, 19
Decor-Union System Verbund	2
Deutsche Gesellschaft für Kinder und Jugendmedizin	31
Dura	16, 19
Gerflor Mipolam	18, 19
Health & Care Network Group	15
Hochschule für angewandte Wissenschaft und Kunst Hildesheim	5
im-intermarket	22
Invista (Deutschland)	23
Institute International Trendscouting	5
Kinderklinik 3. Orden München	22
Klinik Bad Windsheim	22
Klinikum Deggendorf	10
Krankenhaus St. Josef Schweinfurt	22
Praxis Dr. Kawohl/Overhage	7
Praxis Dr. Landwehr	7
Teba	16, 19
Tretford	19
Thermopal	17, 19
UFloor	19
Uzin Utz	17
Weseler Teppich	17
Witex Flooring Products	18, 19

IMPRESSUM

Herausgeber

GIT Verlag GmbH & Co. KG – in Kooperation mit der Health & Care Network Group, vertreten durch DU Systemverbund, Hannover, GF Enno Kramer, info@decor-union.de

Projektleitung HCNG

Herbert Schmitmeier
IM-Intermarket GmbH
Tel.: 069/905578-0
info@im-intermarket.de

Objektleitung

Bernhard Schroth
Tel.: 06151/8090-152
Fax: 06151/8090-179
b.schroth@gitverlag.com

Redaktionsleitung

Ulrike Hoffrichter
Tel.: 06151/8090-185
u.hoffrichter@gitverlag.com

Michaela Fischer
Tel.: 06196/882670
m.fischer@kommunikation-konzeption.de

Redaktionsassistentz

Christiane Rothermel
Tel.: 06151/8090-150
c.rothermel@gitverlag.com

Herstellung

GIT VERLAG GmbH & Co. KG
Dietmar Edhofer (Leitung)
Ruth Herrmann (Layout)
Elli Palzer, Ramona Rehbein (Litho)

GIT VERLAG GmbH & Co. KG

Rößlerstr. 90
64293 Darmstadt
Tel.: 06151/8090-0
Fax: 06151/8090-146
info@gitverlag.com
www.gitverlag.com

Druck

Frotscher Druck
Riedstr. 8, 64295 Darmstadt

Printed in Germany

HEALTH & CARE®
NETWORK GROUP

© Warenzeichen DU Systemverbund

DECOR UNION
HOLDING



UFLOOR
SYSTEMS

drapilux



Teba

thermopal

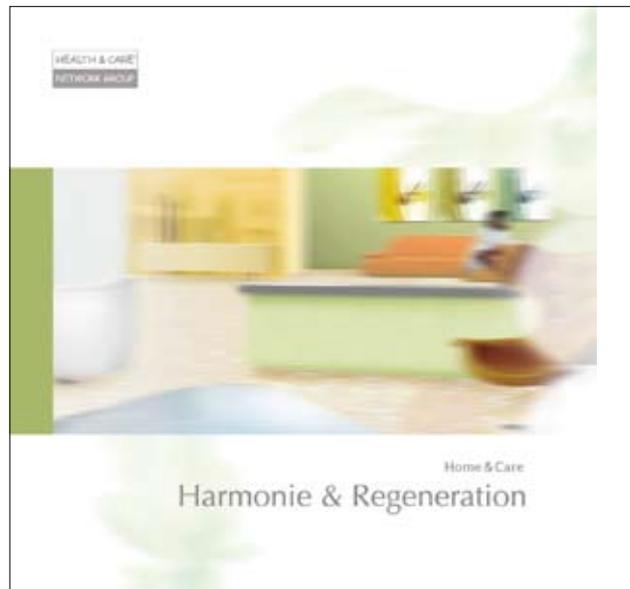
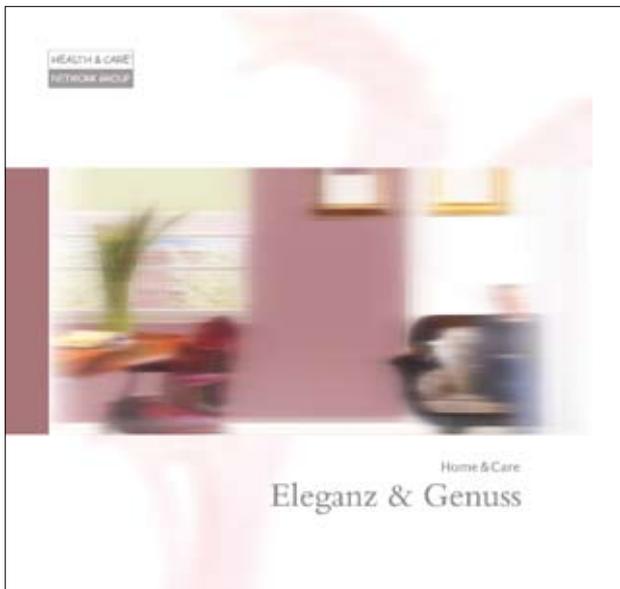
WITEX
DIE BODENMARKE

www.health-and-care.net



© Warenzeichen DU Systemverbund

HOME & CARE – LEBEN, WOHNEN, ARBEITEN



Die 4 Themenbereiche der Collagenbücher Home & Care sind die konsequente Erweiterung des Health & Care Konzepts

HEALTH & CARE® NETWORK GROUP

© Warenzeichen DU Systemverbund

HOME & CARE – HARMONIE & REGENERATION



ELEGANZ & GENUSS



KOMFORT & BALANCE



HARMONIE & REGENERATION



PURISMUS & FUNKTION