

Dr. med. Larissa Khodai

Wie ich zu meinem Logo kam ...

Als ich mich im Juli 2018 als Hausärztin in einer Einzelpraxis niedergelassen habe, hatte ich bereits eine genaue Vorstellung davon, mit welchem Credo die Patientinnen und Patienten behandelt und betreut werden sollten: Der ganze Mensch steht im Vordergrund, denn als Hausärztin behandle ich nicht organspezifisch, sondern betrachte den Menschen als Ganzes. Jeder Mensch lebt in einem soziokulturellen Verbund und bildet mit anderen Menschen Interaktionskreise, die man ebenfalls in dem Logo sehen kann. Die Farbe Grün als Symbol für Hoffnung und die Farbe Blau als Symbol für Loyalität und Ewigkeit. All diese Elemente sind wiederum in einem Baum mit einem Kreis miteinander verbunden worden. So wie ein Baum durchläuft jeder Mensch eine Veränderung mit den Jahreszeiten – so sind wir Hausärzte für alle Generationen da, von Jung bis Alt.

Das Motto unter dem Logo „Für Ihre Gesundheit arbeiten wir gern!“ stellt den Präventionsauftrag an uns Hausärzte dar – eine zukunftsgerichtete Denkweise, mit der man vielen Erkrankungen vorbeugen kann. Unterschrieben ist das Logo mit „Dr. Khodai und Team“, denn nur als Arbeitsgemeinschaft bestehend aus Arzt und MFAs können wir unserem Credo gerecht werden.

All das ist nicht nur meine Arbeit, es ist durch eine enge Zusammenarbeit mit einem internationalen Start-up-Unternehmen namens „designenlassen“ entstanden: Man



schickt eine Anfrage mit eigenen Vorstellungen, in welche Richtung es gehen soll, und mehrere Designer melden sich mit ihren Vorschlägen. Dann fängt die Detailarbeit an, die sehr viel Spaß gemacht hat. Am Ende entscheidet man sich für einen Designer und er bekommt ein Honorar.

Autorin: Dr. med. Larissa Khodai, Fachärztin für Allgemeinmedizin, Berlin-Tempelhof

ty“. Eine Bildmarke oder ein besonderes Schriftzeichen in einer typischen Farbe geben dem Patienten Orientierungshilfe, am Logo erkennt er auf Dauer die Praxis.

Patienten müssen sich an das Logo gewöhnen, frei nach dem Motto: „Steter Tropfen höhlt den Stein.“ Die Wiedererkennung schafft nach Aussagen von Marketingexperten Vertrauen in die Arztpraxis. Je häufiger es erscheint, desto schneller vollzieht sich das Einprägen. Aus Sicht des Marketings ist es Absicht, dass sich Patienten Gedanken machen über den Zusammenhang zwischen Praxis und dem bildhaften Logo. Von modischen Trends darf es nicht abhängig sein. Unter „Logomarket.de“ findet man im Internet viele gute Beispiele.

Das Praxislogo hat einen vielseitigen Einsatzbereich: Website, Briefbogen, Stellenangebote, Flyer, Namensschild am Eingang, auf Rechnungen und sogar Mahnungen. Das Logo ist ein effekt-

Das Logo ist ein effektvolles Marketinginstrument mit vielen Einsatzmöglichkeiten.

volles Marketinginstrument, eignet sich auch für die Visitenkarte, ein Imagerträger im Mini-format. Die Einführung muss auf einen Schlag erfolgen und auf Anhieb alle Bereiche erfassen.

Es soll farbig sein, muss aber auch in Schwarz-weiß wirken und in unterschiedlichen Größen

Tipps für die Logo-Gestaltung

- Mit dem Praxisnamen oder mit dem Standort kann man ein Bild oder Symbol suchen, das für den Betrachter Assoziationen weckt.
- Visualisierungselemente, die zur Praxis passen, werden vom Betrachter schnell verstanden.
- Das Logo ist farbig, verwendet aber maximal zwei Farben.
- Eine klare Linienführung ohne Schnörkel wirkt modern und spricht mehr die jüngere Zielgruppe an.
- Das Logo muss auch bei Verkleinerungen noch erkannt werden.
- Das Logo ist zeitlos und wird nicht verändert.