physiopraxis

DAS FACHMAGAZIN FÜR PHYSIOTHERAPIE

10 Oktober 2015 | 13. Jahrgang
ISSN 1439-023X · 61504
www.thieme.de/phys

Lese-probe

WAS AUF DAS FASZIENSYSTE

Sensibles Spinnennetz

DIE WICHTIGSTEN STRATEGIEN

Kontaktaufnahme bei Wachkoma

DIAGNOSE COXA SALTANS

In die Irre geleitet

EINSCHÜCHTERUNGSVERSUCHE

Wie Kassen und Ärzte die Heilmittel deckeln

physiokongress
29.–31.1.2016

Jetzt anmelden!

Thieme

physioforum

6 **10 Jahre physiokongress**
Topreferenten zum Jubiläum

8 **Briefe an die Redaktion**

physiopolitik

12 **Prof. Dr. Gert Kwakkel im Interview**
„Ein Jammer, dass wir innerhalb Europas nicht die gleichen Leitlinien nutzen“

16 **Wie Kassen und Ärztevereinigungen die Heilmittel deckeln**
Einschüchterungsversuche

18 **Gesprächsstoff**

physiowissenschaft

24 **Hanne Guttau-Leimenstoll**
Bäumchen wechsel nicht

26 **Internationale Studienergebnisse**

31 **kurz & bündig**

physiotherapie

32 **Kontaktaufnahme mit Menschen im Wachkoma**
Die wichtigsten Strategien

35 **Dizziness Handicap Inventory**
Dem Schwindel auf die Schliche kommen

38 **Was auf das Fasziensystem wirkt**
Sensibles Spinnennetz

42 **Therapeutisches Boxen und Box Coaching**
Auf einen Schlag

45 **Immunsystem**
Was uns schwächt und stärkt

48 **Diagnose Coxa saltans**
In die Irre geleitet

praxisprofi

52 **Angehörige von Patienten einbeziehen – Ausnahme oder Selbstverständlichkeit?**

53 **Bedürfnislagen frühzeitig erkennen**

54 **Kompakt informiert**
Wer will was von mir?

56 **Aus der Praxis**
„Angehörige sind essenziell für die Therapie“

physiospektrum

58 **Pathologiecheck: Röntgen des Hüftgelenks**
Was ist was?

59 **Die Rechtsfrage**
Dürfen Schüler therapeutisch arbeiten?

60 **Spezielle Praxisangebote**
Mit Hand und Fuß

64 **Funktionelle Schönheit**
Schöner behandeln

66 **Schwarzes Brett**

72 **physiomedien**
Vier im Visier

physioinfo

74 **physiomarkt**

76 **Fortbildungskalender**

79 **Fortbildungsmarkt**

86 **Stellenmarkt**

90 **Ausblick/Impressum**

Im Interview: Prof. Dr. Gert Kwakkel
Seit über 20 Jahren kämpft Professor Dr. Gert Kwakkel für eine evidenzbasierte Physiotherapie. 2008 veränderte er in den Niederlanden endgültig die Physiotherapie-Landschaft: Bobath- und Vojta-Kurse gibt es seither nicht mehr. Ein Vorbild für Deutschland?

Dizziness Handicap Inventory
Um Auslöser und Folgen von Schwindel und Gleichgewichtsstörungen zu erfassen, ist der Dizziness Handicap Inventory ideal. Bei beiden Symptomen ist er der am meisten verwendete Fragebogen und liefert dem Therapeuten wertvolle Informationen.

Therapeutisches Boxen und Box Coaching
Von Stress, Burnout und Depressionen sind mehr und mehr Menschen betroffen. Boxen kann ihnen helfen. Unser Experte Sebastian Mösch stellt Boxtechniken vor, mit denen sich Ängste abbauen lassen und das Selbstwertgefühl gestärkt werden kann.

Mit Hand und Fuß

SPEZIELLE PRAXISANGEBOTE **Was zeichnet uns als Praxis aus? Diese Frage steht oft zu Beginn, wenn Therapeuten überlegen, wodurch sie sich von der Konkurrenz abgrenzen könnten. Die Antworten sind meist schnell gefunden: der perfekt ausgestattete Fitnessraum oder der Kollege mit jahrelanger CMD-Erfahrung. Wie aus einer vagen Idee ein handfestes Projekt wird, zeigen zwei Angebote zum Thema Fuß.**

Laut Gesundheitsberichterstattung des Bundes gab es im Jahr 2000 in Deutschland 66.000 Physiotherapeuten, 2011 waren es schon 136.000. Der Wettbewerb unter den Praxen wird dadurch immer härter. Zwar steigt auch die Nachfrage an physikalischen Therapieformen stetig an, dennoch wird es immer wichtiger, sich als Physiotherapiepraxis klar auf dem Markt zu positionieren und Spezialisierungen zu nutzen, um sich von anderen Praxen abzugrenzen, den Bekanntheitsgrad zu steigern und den Personenverkehr in der Praxis zu erhöhen. Ob Vorträge, Workshops oder Selbstzahlerkurse – Möglichkeiten gibt es genug, die eigenen Kompetenzen und Spezialisierungen sinnvoll für die Praxis einzusetzen. Doch bevor man ein solches Projekt angeht, sollte man sich, seinen Kompetenzen und dem Bedarf an neuen Angeboten auf den Zahn fühlen. Denn es kann beispielsweise ungünstig sein, als vierte Praxis in einer Studentenstadt Arthroseprophylaxe anzubieten. Doch der Bedarf an Angeboten, die auf die Patienten in dem jeweiligen Umfeld zugeschnitten sind, ist in jedem Fall da. Man muss sich nur auf eine Sache fokussieren können und sich trauen.

Spezielle Praxisangebote helfen, sich abzugrenzen.

Fuß-Workshop: „Richtig stehen – richtig gehen“ > Auch die beiden Physiotherapeutinnen und Spiraldynamik-Fachkräfte Barbara Lipp und Birgit Gauder aus Stuttgart-Vaihingen sind mit Mut und Konzentration ihr werbewirksames Angebot angegangen. Sie haben den zweistündigen Workshop „Richtig stehen – richtig gehen“ konzipiert, in dem sie den Teilnehmern theoretische und praktische Inhalte vermitteln: Im anatomischen Teil veranschaulichen die Therapeutinnen den Aufbau des Fußes und seine Funktion, beim Fußparcours lassen sie die Teilnehmer die Sensibilität ihrer Füße spüren. Schließlich geht es um Problemfüße, wie sie entstehen und wie sich die Beschwerden lindern lassen. Dabei besprechen die Physiotherapeutinnen auch orthopädische Maßnahmen, zum Beispiel der richtige Umgang mit Einlagen. Zwischendurch bauen sie immer wieder Übungen und Bewegungsabläufe ein. Abschließend bekommen die Teilnehmer ein Handout.

Die Idee dazu entstand im fachlichen Austausch der beiden Physiotherapeutinnen. Birgit Gauder hat in Linz viele Jahre zusätzlich zu ihrer Physiotherapiepraxis eine Fußschule aufgebaut und geleitet. Barbara Lipp beschäftigt sich ebenfalls schon lange mit dem Thema Fuß und hat viel Erfahrung in der Behandlung von Fußerkrankungen und -deformitäten. „Wir wollten den Patienten nicht nur die klassische Physiotherapie anbieten, sondern unsere Kunden auch aufklären und ihnen präventive Maßnahmen mit auf den Weg geben“, erklären die Kolleginnen. Sie sind der Meinung, dass Füße in der Praxis zu wenig Beachtung finden, wenngleich sie eine tragende Rolle spielen. Zudem kommen Fußprobleme in allen Altersgruppen vor – bei Jugendlichen wie bei Senioren. Es gibt immer mehr Patienten mit Knick-, Spreiz- oder Senkfüßen oder einem Hallux valgus, weswegen sich auch häufig Kniegelenk-, Hüftgelenk- und Wirbelsäulenprobleme entwickeln. Die Therapeutinnen waren daher überzeugt, dass die Nachfrage an einem Fuß-Workshop groß sein würde. Gespräche mit Kollegen und Patienten bekräftigten sie in ihrer Einschätzung, und tatsächlich war die Zahl der Anmeldungen erfreulich hoch. Aufgrund der hohen Nachfrage boten sie den Workshop sogar ein zweites Mal an.

Das eigene Wissen darf man nicht unter Wert verkaufen.

Das Grobkonzept ihres umfassenden Workshops stand schnell. Dennoch hat die Vorbereitung circa sechs bis acht Monate gedauert, da sich Birgit Gauder und Barbara Lipp häufig untereinander abstimmen mussten. Besonders die Ausarbeitung der einzelnen Module hat viel Zeit in Anspruch genommen. Sie mussten klären, wer welches Modul übernimmt, wie die Inhalte aussehen und wie viel Zeit jedes Modul einnimmt. Außerdem sprachen sie mit Ärzten, um deren Erfahrungen einzuarbeiten. Auch die Werbung war ein wichtiges Thema. „Einer der größten Fehler bei einem solchen Projekt ist, dass niemand davon weiß“, erklären die beiden Therapeutinnen. „Eine breite Masse anzusprechen und beispielsweise Flyer zu verteilen, ist daher entscheidend für den Erfolg.“

„Einer der größten Fehler ist, dass niemand von dem neuen Angebot weiß.“

Birgit Gauder (links) und Barbara Lipp

Zeitintensiv war es auch, alle Utensilien für den Workshop zu besprechen und einzukaufen – von Klappstühlen bis Getränke muss alles vorhanden sein. Außerdem benötigten die Kolleginnen Geräte für den Fußparcours und wollten Vorher-nachher-Fotos und Fußabdrücke von ehemaligen Patienten präsentieren. Und auch das dreiseitige Handout mussten sie erstellen. Zuletzt standen die Generalproben auf dem Programm: Zweimal haben die beiden Physiotherapeutinnen alles durchgespielt und dann ergänzt, was noch nicht gepasst hat.

Durch die beiden Veranstaltungen haben Birgit Gauder und Barbara Lipp zahlreiche neue Patienten und Kunden auf sich aufmerksam gemacht und deren Interesse geweckt. In Einzeltherapien kann es nun individuell weitergehen. Somit hat sich der Workshop für die beiden Therapeutinnen gelohnt – auch wenn sie die Kosten für die Veranstaltung nicht durch die Teilnahmegebühr in Höhe von 30 Euro decken konnten. Dafür waren die Vorbereitungen zu aufwendig. Doch eventuell ergibt sich aufgrund von Mund-zu-Mund-Propaganda noch ein dritter und vierter Durchlauf des Workshops. Dann wären auch die Vorbereitungskosten gedeckt.

Kollegen, die mit dem Gedanken spielen, ein ähnliches Projekt auf die Beine zu stellen, raten Birgit Gauder und Barbara Lipp: „Man darf sein Können und Wissen keinesfalls unter Wert verkaufen und so einen Workshop nicht kostenlos anbieten. Die Tendenz besteht bei uns Physiotherapeuten.“ Außerdem sind sie der Meinung, dass man sich einfach trauen muss.

Kurse für Kinder sollten in erster Linie Spaß machen.

Fuß-Kurs für Kinder als Ergänzung zum Reha-Sport > Auch Christine Ganster, Fitness- und Gesundheitstrainerin, und Dr. med. Frank Jörder, Physiotherapeut und Orthopäde, haben sich getraut, mit einem besonderen Fuß-Angebot einen neuen Weg einzuschlagen. „Reha-Kids“ ist ein Reha-Sport-Angebot für Kinder zwischen 10 und 14 Jahren. Die Beschwerden der jungen Teilnehmer sind unterschiedlich, jedoch meist auf eine mangelhafte Koordination der Beinachse und Stabilisation im LWS-Becken-Bereich zurückzuführen. Daher haben Christine Ganster und Frank Jörder das Reha-Kids-Programm um ein zusätzliches und freiwilliges Fuß- und Beinachsentraining ergänzt. Die Übungen haben sie aus der Spiraldynamik, aus PNF und FBL ausgesucht und kindgerecht aufbereitet. Diese wiederholen sie häufig mit den Teilnehmern, damit sich deren Bewegungsverhalten nachhaltig ändert. Das Wichtigste bei einem Kurs für Kinder ist aber, dass er ihnen Spaß macht.

Die Idee für die Ergänzung der Reha-Kids kam, da Frank Jörder in seiner Praxis großen Bedarf an zusätzlichen Angeboten sah, um die Fußmotorik zu verbessern. Zwei Drittel aller Kinder trügen zu kleine und zu enge Schuhe, und fast die Hälfte aller Kinder habe dadurch verformte Füße. Diese schlechte Basis wirke sich von unten

Neue Praxisangebote – so kommen sie gut an:

TIPPS FÜR DIE PLANUNG

5 Merkmale einer erfolgreichen Idee

1. Klares Ziel
Bevor Sie Ihre Idee umsetzen, ist es wichtig, das genaue Ziel festzulegen: Möchten Sie durch das neue Angebot Mehreinnahmen erreichen? Wollen Sie neue Patienten in Ihre Praxis holen oder eine spezielle Information „an den Mann" bringen? Nur mit einem vorher formulierten Ziel können Sie anschließend den Erfolg Ihres Angebots messen.

2. Ausreichend große Zielgruppe
Die Wirtschaftlichkeit Ihres Angebots ist zu einem Großteil davon abhängig, dass es eine ausreichend große Anzahl an Menschen gibt, denen Sie mit Ihrem Angebot weiterhelfen können. Vor der Umsetzung sollte man die Größe der Zielgruppe daher gründlich recherchieren.

3. Hoher Kundennutzen
Nur wenn Ihre Idee einen hohen Kundennutzen hat, werden Sie in der Umsetzung genügend Patienten finden, die Ihr Angebot annehmen und dafür bezahlen. Neben dem finanziellen Aspekt sollten Sie immer auch berücksichtigen, wie viel Zeit die Patienten für die Teilnahme an Ihrem Angebot einplanen müssen. Denn die Zeit empfinden Patienten als zusätzlichen indirekten Kostenfaktor.

4. Gute Praxistauglichkeit
In der Ideenphase verarbeiten Sie wissenschaftliche Erkenntnisse, Ihre Erfahrungen und Fähigkeiten zu einem runden Angebot. Damit Sie dieses anschließend auf Herz und Nieren in seiner Praxistauglichkeit überprüfen können, sind Probeläufe vor Familie, Freunden oder Kollegen notwendig. Die Erfahrungen, die Sie dabei sammeln, helfen Ihnen, das Angebot zu modifizieren. Außerdem zeigen sich manche Probleme erst, wenn man den Vortrag oder den Kurs einmal praktisch durchspielt.

5. Fachkundige Überprüfung
Wenn Sie Ihre Idee ausformuliert haben, sollten Sie sich auf keinen Fall die Chance entgehen lassen, fachkundige Außenstehende nach ihrer Meinung und ihren Verbesserungsvorschlägen zu befragen. Beim Thema Füße bietet es sich beispielsweise an, Orthopäden, Podologen und orthopädische Schuhmacher um Rat zu fragen. Auf diesem Weg können Sie auch gleich Werbung für Ihr Angebot machen.

TIPPS FÜR DIE UMSETZUNG

5 Merkmale einer gelungenen Markteinführung

1. Verständliche Werbebroschüre
Kein Angebot nutzt etwas, wenn der Patient es nicht versteht. Deswegen sollten Sie unbedingt eine verständliche Patientenbroschüre als Werbung erstellen. Eine professionelle Darstellung unterstreicht den Wert und die Besonderheit Ihres Angebotes und weckt somit bei mehr Patienten das Interesse.

2. Frühe Mitarbeitereinweisung
Zuerst werden alle Mitarbeiter über das neue Angebot in der Praxis informiert – dieser Grundsatz sollte in jeder Praxis gelten. Schließlich werden sie von den Patienten angesprochen und müssen wissen, worum es geht oder wer der richtige Ansprechpartner ist.

3. Effiziente Preise und Organisation
Wenn Sie durch Ihr neues Angebot Mehreinnahmen erreichen möchten, lohnt es sich, zu berechnen, ab welchem Preis bei welcher Patientenzahl das Angebot in der geplanten Organisationsstruktur rentabel ist. Dazu müssen Sie die Kosten zur Umsetzung ermitteln und den vermutlichen Umsätzen bei gegebenen Preisen und Patientenzahlen gegenüberstellen. Die wichtigste Formel hierbei lautet: Umsatz – Kosten = Gewinn.

4. Aktive Werbung
Ein Angebot kann nur dann erfolgreich sein, wenn die Zielgruppe davon erfährt. Deswegen ist die Vermarktung sehr wichtig. Durch den Aushang von Plakaten, die aktive Ansprache durch Praxismitarbeiter und die Verteilung einer Werbebroschüre an beispielsweise Ärzte, orthopädische Schuhmacher und Podologen können Sie gezielt auf Ihr neues Angebot aufmerksam machen.

5. Informative Praxis-Website
Vergessen Sie das Internet nicht! Es wird immer wichtiger, die Praxisangebote ausführlich auf der Praxis-Website vorzustellen. Viele Patienten, die von Ihrem Angebot hören, werden zunächst auf Ihrer Internetseite nach Informationen suchen, bevor sie Kontakt zu Ihnen aufnehmen. Nutzen Sie die Informationen aus der Broschüre, um den entsprechenden Inhalt auf der Website zu formulieren.

„Reha-Kids und der Fußkurs machen zwar alles in allem viel Arbeit, aber sie steht im Verhältnis zum Erfolg.“

Frank Jörder und Christine Ganster

nach oben auf den gesamten Körper aus – auf den Gang, die Haltung, die Muskulatur und die Gelenke. Da Christine Ganster gleichzeitig bemerkte, dass im Reha-Sport immer mehr Kinder teilnahmen, war die Idee geboren, die jungen Patienten zusätzlich zum normalen Reha-Sport mit einem speziellen Fußtraining zu unterstützen. Zusammen mit Kollegen haben Christine Ganster und Frank Jörder die Übungen ausgewählt und den Ablauf des Fußkurses erarbeitet. Parallel zu den Vorbereitungen hat Frank Jörder bereits seine Patienten über die Erweiterung des Reha-Sports informiert und sie Kindern mit entsprechender Problematik empfohlen. Insgesamt hat es vier Wochen gedauert, bis der Fußkurs starten konnten.

Rund 30 Kinder kommen einmal pro Woche in den Reha- und Gesundheitssportverein Bergstraße Heppenheim e. V. Zuerst besuchen sie 45 Minuten lang die Reha-Kids. Im Anschluss können sie für einen geringen Aufpreis den Fußkurs belegen. Denn die gesetzlichen Krankenkassen übernehmen zwar den vom Arzt verordneten Reha-Sport, nicht aber den zusätzlichen Fußkurs. Durch den Unkostenbeitrag trägt sich der Kurs selbst. Allerdings verdient der Reha- und Gesundheitssportverein nichts daran. Darum ging es Christine Ganster und Frank Jörder aber auch nicht. Sie haben Reha-Kids erweitert, um den Kindern aus dem Reha-Sport noch besser helfen zu können und die breite Öffentlichkeit über Fußproblematiken bei Kindern zu informieren. Und dass ihr Zusatzangebot dringend gebraucht wird, zeigt der Erfolg, den sie mit dem Kurs haben. Die meisten Kinder aus dem Reha-Sport buchen auch den Zusatzkurs, sind überaus motiviert und entwickeln durch den wöchentlichen Termin rasch ein Körperbewusstsein. „Reha-Kids und der Fußkurs machen zwar alles in allem viel Arbeit, aber sie steht im Verhältnis zum Erfolg“, sind sich Christine Ganster und Frank Jörder einig.

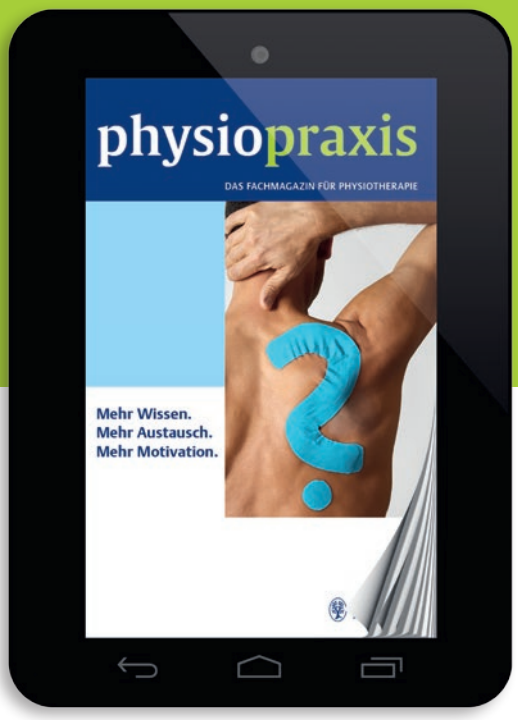
Monetäre Absichten müssen nicht im Vordergrund stehen.

Beide Beispiele zeigen, wie ein Angebot aus einem unmittelbaren Bedarf in Verbindung mit der eigenen Spezialisierung entstehen kann. Um sie auch erfolgreich umzusetzen, sollte man eine Idee gründlich hinterfragen und so lange schärfen, bis aus der Idee ein Angebot mit „Hand und Fuß“ wird. Ralf Jentzen, Diplom-Sportwissenschaftler, hat sich mit seiner Firma Coactiv Consulting auf die Beratung von Physiotherapiepraxen spezialisiert. Er weiß, wie eine Idee aussehen muss und was bei der Umsetzung wichtig ist, damit ein neues Angebot gut ankommt (**„Tipps für die Planung“ und „Tipps für die Umsetzung“**). Wichtig ist in jedem Fall, dass sich die Arbeit, die man in das neue Angebot steckt, lohnt. Dass nicht immer der direkte monetäre Verdienst im Vordergrund stehen muss, zeigen die Praxisbeispiele. Angebote, die den Bekanntheitsgrad der Praxis steigern, neue Zielgruppen erschließen oder den Personenverkehr in der Praxis erhöhen, helfen indirekt, den Umsatz in der Praxis anzukurbeln. *Mona Herz*

Abb.: privat

Wir suchen Leser, die app to date sein wollen.

JETZT
auch für
ANDROID



Wir wollen mehr für unsere Berufsgruppe. Mehr Wissen. Mehr Austausch. Mehr Erfolg. All das bietet Ihnen unser Fachmagazin, die kostenlose Zeitschriften-App für Abonnenten, die Online-Themenwelt, der Newsletter und die Facebook Seite. Mehr dazu unter:

www.thieme.de/physiopraxis

Thieme