



ZEITSCHRIFT
FÜR **PHYSIO**
THERAPEUTEN

74. Jahrgang
Juli 2022

**EXTREME
LIMITS ÜBER-
WINDEN**



physiotherapeuten.de

P POLITIK

Wie Geflüchtete schnell integriert werden können

Im Gespräch mit Imke Havemann

Zukunft gemeinsam gestalten

Claus Beyerlein

12

15

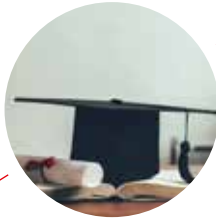


D DIALOG

pt Social Media Highlights 04
Start klar?! 06



Foto: Incomible / shutterstock.com



N NACHRICHTEN & MENSCHEN

Über den Tellerrand 08

... und wieder locker lassen! 10



T THERAPIE

SCHMERZ VERGEHT – RUHM BLEIBT

Robert Zickermann, et al.

18

Periodisierung und Zyklisierung

Nik Paulenz

25

Gesundheitstraining digital?

Jennifer Filz

32

Athletinnen-Triade in der Sportphysiotherapie

Patrick Hartmann

34

Aktivierungsfördernde Umgebungsgestaltung

Julia Kirch, et al.

38

Bewegungsförderung in Versorgungsketten

Im Gespräch mit Anja Weißenfels

42

Mensch Kind, sitz gerade!

Niels Ewald, et al.

45

Testen in Bewegung

Dirk Lösel

49

Therapieoptionen bei Vaginismus

Leonie Janowicz

54



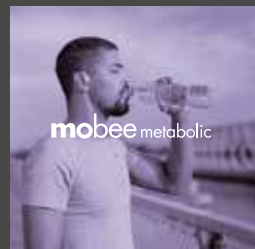
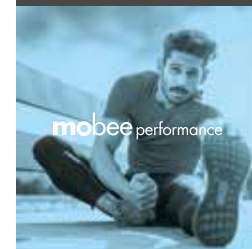
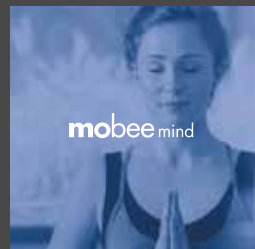
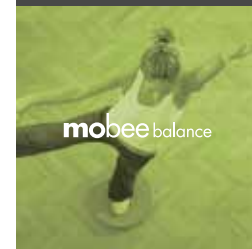
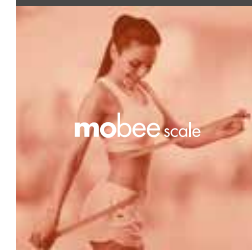
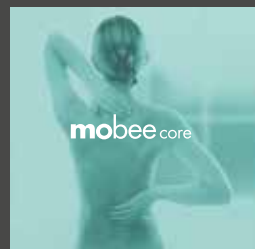
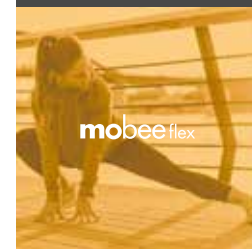
57-71

SCHWERPUNKT
No limits

INHALT

DIGITALE Diagnostik

ganzheitlich · modular · vernetzt



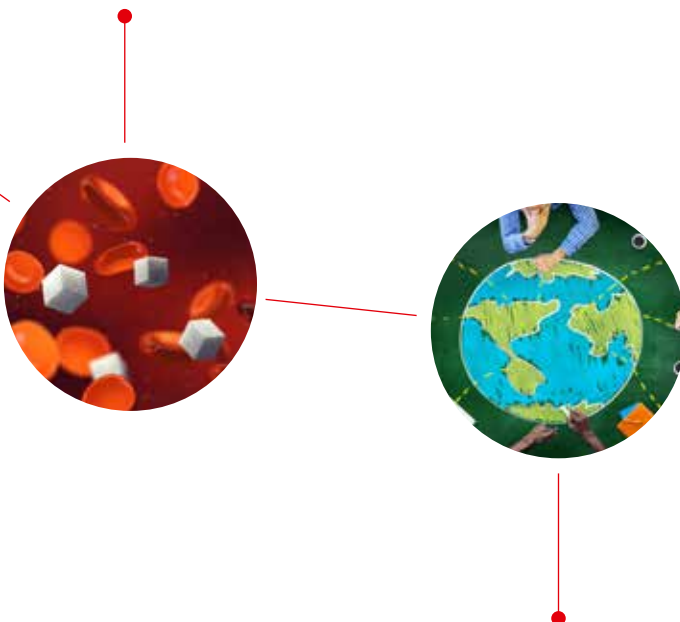
Flexibel kombinierbare Screenings
unter einem Softwaredach.

www.mobee.de

F FORSCHUNG & EVIDENZ

Cochrane-Update 7 2022 72

Evidenz-Update 7 2022 76



L LEHRE

EPT-Agenda 2023
Die richtige Zeit ist jetzt!

88

S SERVICE

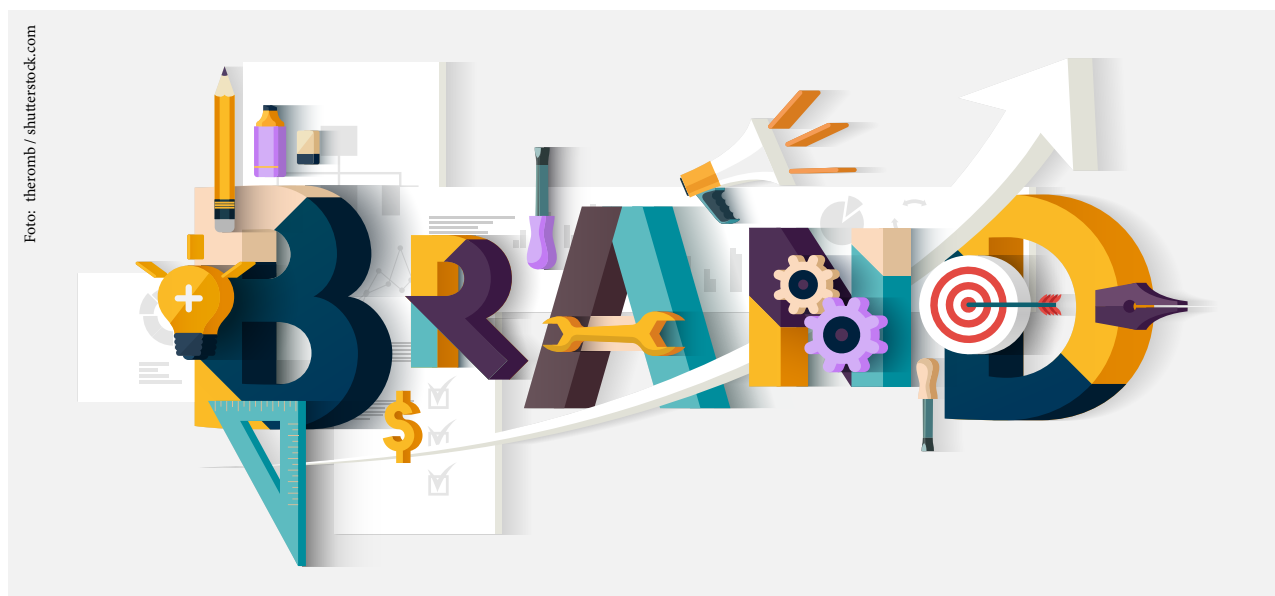
Autorenhinweise 90
G-Anzeigen/Kurse 92
Vorschau 96
Impressum 96

Markenentwicklung

Recherche und Absicherung von Marken

Ein Buchauszug von Nils-Peter Hey und Tanja Boßmann

Ein wichtiger Teil bei der Erstkonzeption einer Marke ist die Recherche nach bereits bestehenden Marken. Ein guter Markentechniker will vermeiden, dass in dem für ihn relevanten Markt ähnliche oder gar gleiche Marken auftauchen. Also Marken, die eine identische oder ähnliche Positionierung aufweisen.



Die notwendigen Recherchen im Vorfeld einer Markenkonzeption gehören dringend in fachkundige Hände und können, wenn man sie weglässt oder nicht fachgerecht ausführt, zu großen Schäden in der Zukunft führen.

Dies ist insbesondere dann der Fall, wenn man mit seiner eigenen, neuen Marke die Rechte Dritter verletzt. Sprich: Wenn man Zeichen oder Begriffe verwendet, für die ein anderer über eingetragene oder ältere Markenrechte verfügt. Viele Unternehmer nehmen diese Recherchen auf die leichte Schulter und auch viele Dienstleister, wie zum Beispiel Agenturen oder Grafikdesigner, verfügen entgegen ihren Behauptungen selten über die notwendigen Kenntnisse.

Bemüht man das fundierte Gabler Wirtschaftslexikon, findet sich beim Begriff „Marke“ Folgendes: Die Marke ist ein „Objekt im Marketing, das als Vorstellungsbild in den Köpfen von Anspruchsgruppen eine Identifikations- und Differenzierungsfunktion übernimmt sowie das Wahlverhalten prägt.“ Zudem gibt es noch eine Ziffer 2 an. Hier steht: „Zu den gewerblichen Schutzrechten zählendes Kennzeichnungsrecht.“

Das ist es, was ein Fachanwalt für gewerblichen Rechtsschutz darunter versteht. Die Elemente einer Marke, also die bildlichen, akustischen, gestalterischen und textlichen Bestandteile, kann man mit Hilfe des Marken- und

Designrechts schützen. Dieser Schutz hilft uns, unser einzigartiges Set von Merkmalen gegen Nachahmungsversuche abzusichern. Denn wir wollen unbedingt verhindern, dass andere Unternehmen sich unserer selbstständigen Komponenten bemächtigen. Mit verbrieften Marken- und Designrechten sichern wir unsere Investition. Wer das unterlässt, handelt fahrlässig. ●



Buchtipp



Markenentwicklung für Physiotherapeuten

1. Auflage 2018

Autoren

Nils-Peter Hey
Dr. Tanja Boßmann

Preise

19,75 € (AT 20,30 €, CH 29,75 CHF)

Bestellung

ISBN 978-3-7905-1074-4 buecher.pflaum.de

DIE TOPTHEMEN IM AUGUST

Teletherapie

Von der „Notlösung“ zum Gamechanger?

Ein Beitrag von Marco Stahn

Aktive mechanische Unterstützung der funktionellen Gangtherapie

Ein Beitrag von Marcel Mielke

EMS bei Sarkopenie – ein Update

Im Gespräch mit Daniel Schöne

Erscheint am
10.8.2022

**MISTER
ROBOTER,
ÜBERNEHMEN
SIE?**

physiotherapeuten.de

Foto: Vasilyev Alexandr / shutterstock.com

Impressum

pt Zeitschrift für Physiotherapeuten

ISSN 1614-0397

Herausgeber

Agnes & Nils-Peter Hey

Verlag

Richard Pflaum Verlag GmbH & Co. KG
Lazarettstraße 4, 80636 München

Komplementär

PFB Verwaltungs-GmbH

Geschäftsführerin

Agnes Hey

Chefredakteurin und V.i.S.d.P.

Dr. Tanja Boßmann, tanja.bossmann@pflaum.de

Redaktion

Doreen Richter, Dr. Julia Röder, Jörg Stanko
pt.redaktion@pflaum.de



WISSEN, WAS ZÄHLT
Geprüfte Auflage
Klare Basis für den Werbemarkt



PFLAUM
VERLAG

Mediavertrieb

Karla Köhler, karla.koehler@pflaum.de

Kundenservice

kundenservice@pflaum.de, +49 89 126 07 - 0

Bezugspreis

Einzelheft 11,10 € inkl. MwSt. zzgl. Versand
Print-Abonnement 121,20 € inkl. MwSt. zzgl. Versand
Weitere Details, Tarife und Versandkosten siehe www.pflaum.de.

Druck

Mayr Miesbach GmbH
Am Windfeld 15, 83714 Miesbach

Titelfoto

iveta kulhava / shutterstock.com

Transparenz

Die Formate „Innovationsbeitrag“, „Produkt des Monats“, „Produkt im Detail“, „Brandneu“, „Marktplatz“ sowie „Messe-Spezial“ enthalten Beiträge, die auf Unternehmensinformationen basieren.

Publikationen der Pflaum-Gruppe

