



ZEITSCHRIFT
FÜR **PHYSIO**
THERAPEUTEN

76. Jahrgang
September 2024



**DRUCK
ABLASSEN**

physiotherapeuten.de



tinana

**Gib Übungszetteln 2024
einen Korb!**
Mit der kostenlosen
Physio-App für deine Praxis

P POLITIK

Barmer Heilmittelreport im Fokus
Im Gespräch mit Nikolaus Schmitt
und Volker Brünger

10



D DIALOG

Kontinuierlicher Austausch
Forschung-Lehre
Einfach erklärt

4
6



Foto: studio y-zwoelf - stock.adobe.com

N NACHRICHTEN & MENSCHEN

Nachrichten

8



T THERAPIE

BEWEGUNGEN IN ORDNUNG BRINGEN

Andreas Schedl, Janna Materna
und Jacques van der Meer

14

Update Mukoviszidose

Kathrin Könecke-Goerg und Burkhard Tümmler 23

Regelmäßiges Training ist beim Beckenboden entscheidend

Jan Althoff 30

„Weil es was bringt“

Im Gespräch mit Fr. Dr. Baeßler 32

Bilaterale Vestibulopathie

Stefan Schädler 36

Herzenswunsch

Kinga Balla und Jennifer Rademacher 42

Der Functional Movement Screen (FMS)

Ein Buchauszug von Markus Klingenberg 46



49-64

SCHWERPUNKT
*Belastbar statt
überlastet*

INHALT



MOBILER. EINFACHER. BESSER.

NOVENTI ORA – DIE PRAXISVERWALTUNGS-
SOFTWARE FÜR DIE PHYSIOTHERAPIE,
ERGOTHERAPIE UND LOGOPÄDIE.



**JETZT
ONLINE
KOSTENLOS
TESTEN**

Ohne Software-Download und
erst bei Zufriedenheit kaufen.
go.noventi.de/pt-ora
oder +49 89 21768216

- ✓ Geräteunabhängiges Arbeiten
- ✓ Datensicher mit der Deutschen Telekom
- ✓ Mobiles Praxismanagement
- ✓ Zukunftsorientiert, eRezept ready und TI startklar

NOVENTI | **azh** **srzh** **zrk**

NOVENTI HealthCare GmbH
Berg-am-Laim-Str. 105
81673 München

F FORSCHUNG & EVIDENZ

Cochrane-Update 9 2024	66
VKB-Ruptur: trainiert die AWMF noch richtig?	68
Leitlinien-Empfehlung für Beckenboden-Reha nach Darmresektion?	70
Aktuelle Evidenz	72
Leitlinien-Update 9 2024	80



L LEHRE

**Optimal wäre ein Trainer,
der auch Physio kann**
Im Gespräch mit Lukas Imping

84

S SERVICE

pt HOLIDays: Nächste Station	61
therapie HAMBURG	81
Fortbildung mit Mehrwert	90
Autorenhinweise	91
Inserentenverzeichnis	92
G-Anzeigen/Kurse	96
Vorschau	96
Impressum	96

Raus aus dem Schatten

Wie Physiotherapeuten lernen können, sichtbarer zu werden

Ein Buchauszug von Nils-Peter Hey und Dr. Tanja Boßmann

Wer nicht über das Gute spricht, was er tut, darf auch nicht erwarten, dass er eines Tages wie durch ein Wunder entdeckt wird. Aus dem Schatten heraus sind große Erfolge in der Regel nicht machbar. Wie können die Praxis im Gesamten und die Personen im Einzelnen besser erlebbar werden?



Foto: frankie's / shutterstock.com

Es lohnt sich also, darüber nachzudenken, wie man als Physiotherapeut für die Welt sichtbarer werden kann. Mit „sichtbarer“ ist dabei nicht nur gemeint, wie man im werblichen Sinne häufiger in Erscheinung tritt, sondern wie die Praxis oder Klinik im Gesamten und die handelnden Personen im Einzelnen besser und glaubwürdiger erlebbar werden. Die Erlebbarkeit umfasst dabei nicht nur Therapieleistungen im engeren Sinne, sondern ein multisensorisches Erlebnis einer gesamten Therapieeinrichtung und der in ihr arbeitenden Personen. Dass dabei die medizinisch-therapeutische Leistung hervorragend sein muss, ist selbstverständlich. Aber reicht das dem Patienten? Was sind die Faktoren, die dazu führen, dass Menschen immer wieder gerne zu uns kommen und uns weiterempfehlen? Viele Therapeuten unterschätzen die Bedeutung der Inszenierung ihrer Leistung für die Bewertung durch den Patienten. Dabei kennen wir hervorragende Inszenierung aus allen Lebensbereichen. Sei es das Restaurant, in das man sich besonders gerne zurückzieht oder das Geschäft, in dem man immer wieder gerne einkauft. Uns ist kaum bewusst, was uns zu Stammkunden macht. Uns erschließt sich auch nicht auf den ersten Blick, welche Faktoren für das Wohlfühl sorgen, das uns immer wieder einkaufen, immer wieder gerne dort hin zurückkehren lässt. Wie sollen wir auch einschätzen können, wo ein professioneller Markenarchitekt sein

Werk so verrichtet hat, dass wir auf unaufdringliche und charmante Weise zum bekennden Fan einer Marke, eines Ladens oder einer Leistung werden?

Die Markentechnik beinhaltet dabei verschiedene Maßnahmen und Methoden, die einer Marke helfen, rasch Vertrauen aufzubauen und sich gegenüber anderen Angeboten deutlicher abzugrenzen. Die eigene Marke gut zu führen hat also nichts vom „bösen Marketing“. Eine gut geführte Marke ist der Ausdruck des eigenen Anspruchs, der sich eben genau nicht auf die reine Behandlung beschränkt. So wie wir medizinisch ganzheitlich denken und arbeiten können, so können wir das auch auf sämtliche Erlebnisse anwenden, die Patienten mit uns und unserer Praxis oder Klinik haben. Wir versprechen weiterhin: Die wichtigsten Methoden sind erlernbar und auch für Laien >>

Für Eilige

Viele selbständige Therapeuten sind sich ihrer Außendarstellung nicht bewusst und unterschätzen deren Bedeutung. Es braucht Mut eine professionelle Kommunikation zu erarbeiten, Kritik annehmen und aus Fehlern zu lernen. So wie sich Therapeuten bemühen medizinisch ganzheitlich zu denken und zu arbeiten, ist es möglich, auch ein Marketing ganzheitlich und erfolgreich zu gestalten.

umzusetzen. Keine Raketenwissenschaft. Das Meiste ist mit gesundem Menschenverstand machbar, sofern man weiß, worauf man achten muss.

Die wichtigste Grundvoraussetzung jedoch ist: Sie müssen das wollen. Sie müssen den klaren Wunsch haben, aus dem Schatten hervorzutreten und einen bewussten Schritt auf die Bühne zu machen. Es ist letzten Endes die Erkenntnis eines Schauspielers. In der Probe fühlte es sich anders an, als in der Premiere. Der Schritt aus dem Schatten ist also immer auch ein Schritt in die Öffentlichkeit. Neben dem Wollen und dem Handwerkszeug aus Marketing und Markenführung braucht es dafür die Überzeugung, dass professionelle Kommunikation bedeutet, mehr von sich preiszugeben als dies noch früher der Fall war. Zumindest in einem Teil seines Lebens wird man zwangsläufig zu einer öffentlichen Person. Im Interview, als Redner, vor der Kamera – in allen Situationen eben, die man als Ausdrucksform des Experten ansieht. Ohne den öffentlichen Auftritt geht es nicht. Denn wer öffentlich auftritt, gewinnt auch Fans. Und diese Fans wollen mehr und fabrizieren auf diese Weise kommunikative Reichweiten, die wir wiederum als Grundlage für unsere geschäftliche Entwicklung brauchen. Der Schritt aus dem Schatten funktioniert also nur, wenn man bereit ist, die Konsequenzen zu tragen. Diese sind allerdings unserer Meinung nach leicht zu ertragen und wie immer gilt: Nichts auf dieser Welt ist ohne Preis. Den großen Erfolg bei kompletter Anonymität gibt es nur bei der Mafia. Der Schritt in die Öffentlichkeit bedeutet aber auch, sich mit Kritik auseinanderzusetzen und regelmäßig an seinem Bild in der Öffentlichkeit zu feilen und zu arbeiten. Daran ist nichts Anrühiges. Es ist einfach die Arbeit eines professionellen Kommunikators, dessen Aufgabe es ist, dafür zu sorgen, dass eine Firma jeden Tag mehr Vertrauen genießt als am Tag zuvor. Damit legt er den Grundstein für den künftigen geschäftlichen Erfolg. Er generiert Sicherheit, Beständigkeit und letzten Endes auch ein größeres Einkommen, als dies aus dem Schatten heraus möglich wäre.

Wer nicht über das Gute spricht, was er tut, darf auch nicht erwarten, dass er eines Tages wie durch ein Wunder entdeckt wird. Aus dem Schatten heraus sind große Erfolge in der Regel nicht machbar. Daher raten wir Ihnen dringend: Trauen Sie sich, Sie können das! Mit dem nötigen Handwerkszeug lässt sich in der Regel alles erreichen. Die Ängstlichen unter uns, die sich diesen bewussten Schritt ins Licht nicht zutrauen, sind später womöglich aber die, die aus dem Schatten heraus Kritik üben. Freuen Sie sich darauf, denn Sie sind in der deutlich besseren Position. Als Belohnung winken in jedem Fall Anerkennung durch die Ihnen Wohlgesonnenen und ein steigendes Selbstvertrauen. ●



Buchtipp



Markenentwicklung für Physiotherapeuten

1. Auflage 2018

Autoren

Nils-Peter Hey
Dr. Tanja Boßmann

Preise

9,90 € (AT 10,20 €, CH 29,75 CHF)

Bestellung

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

EDITION

PFLAUM
VERLAG

DER DIGITALE BALL

Der Weg zu einer neuen Bewegungskultur

Antonia Muriqi

Zurück zur Basis – zurück zum Körper. Das Ballsportkonzept der Universität Heidelberg ist Aufhänger für die Umsetzung eines alltäglichen „Trainings“ am Arbeitsplatz, ohne sprichwörtlich zu trainieren. Das Buch gibt Anregungen, wie Defizite ausgeglichen

werden können, um sie gar nicht erst entstehen zu lassen. Antonia Muriqi gibt praxisnahe Tipps und Tricks, wie Herausforderungen im Digitalen Betrieblichen Gesundheitsmanagement angegangen und erfolgreich umgesetzt werden können.



Direkt bestellen auf
buecher.pflaum.de