



Foto: meaVita

Rehasport für Fortgeschrittene

Am 1.1. 2011 tritt voraussichtlich die neueste Fassung der Rahmenvereinbarung des Rehabilitationssportes in Kraft. Damit einhergehend haben sowohl einzelne Verbände der verschiedenen Bundesländer als auch die Krankenkassen verstärkte Kontrollen in den durchführenden Einrichtungen angekündigt. Michael Voeske und Bernd Schranz, vom Rehasport-Spezialisten Schranz Control, erläutert Instrumentarien für eine professionelle Umsetzung und zur Qualitätssicherung im Club.



Erfüllt ein Standort beim Qualitätssicherungscheck alle notwendigen Qualitätsstandards, erhält dieser eine Urkunde

Der Anfang ist gemacht. Immer mehr Studiobetreiber setzen Rehabilitationssport im eigenen Unternehmen um – sei es durch die Vereinsgründung oder den Anschluss an einen bestehenden Verein. Wenn zum Jahreswechsel jetzt die neueste Fassung in Kraft tritt, wird der Rahmen, in dem Rehasport ordnungsgemäß durchgeführt werden darf, noch klarer und somit enger gesteckt sein (siehe Artikel S. 58).

Erfolgreich ist, wer das Thema professionell umsetzt. Folgend zeigen wir kurz und prägnant die Vorgehensweisen, um als Rehasport-Anbieter zu noch mehr Professionalität zu gelangen.

Maßnahmenkatalog erarbeiten

Welche Maßnahmen lassen sich im Unternehmen umsetzen und vor allen Dingen, was macht beim derzeitigen Stand der Dinge vor Ort überhaupt Sinn? Das falsche Instrument zur richtigen Zeit kann genauso kontraproduktiv sein wie umgekehrt. Operative Hektik ist nicht dass, was

im Umgang mit Ärzten, Krankenkassen und Rehabilitationssportlern der richtige Weg ist. Hier zählen Nachhaltigkeit und konstantes Arbeiten.

Qualität testen

Reha Vitalis Plus, der Rehaverein den Schranz Control coacht, besteht mittlerweile aus 299 Trainingsstätten in 15 Bundesländern. Um die Qualität bei den einzelnen Anbietern zu gewährleisten wird in jeder Anlage jährlich ein sogenannter Qualitätssicherungscheck durchgeführt.

Genau wie der TÜV beim Auto oder der Gesundheitscheck bei Menschen, geht es darum die Dienstleistungsqualität zu prüfen. Überlegen Sie doch mal, wie viel neue Mitarbeiter seit der letzten Schulungsmaßnahme dazu gekommen sind? Da passiert es schnell, dass im „Alltagsstress“ Qualitätsroutinen verwässern.

Genau hier setzt der Qualitätssicherungs-Check (QSC) an. Anhand eines QS-Checks wird die Anlage vor Ort geprüft. Dabei werden vermeindliche Schwach-

Anzeige

Link-Tipp

Besuchen Sie uns unter:
www.bodylife.com/powerplate



POWER PLATE.
 Mit uns verdienen Sie Geld.

stellen aber auch brachliegendes Potenzial aufgedeckt. Die Möglichkeiten hieraus werden sofort besprochen und im QSC-Bericht festgehalten. Erfüllt ein Standort alle notwendigen Standards, erhält dieser eine Urkunde (siehe Abbildung). Diese bestätigt nicht nur den Patienten die ordnungsgemäße Durchführung, sondern auch den Kostenträgern und vor allem dem Verband eine konstante Qualität.

Den gesamten **Fragenkatalog des QS-Checks** können Sie sich in unserem Download-Bereich herunterladen.

Motivationstools einbauen

Der Reha- und auch der gesamte Gesundheitssport sind dann erfolgreich, wenn er/sie sich an die Regeln hält/halten. Regeln, die nicht wir erfunden haben, sondern vom Markt vorgegeben werden. Eine davon besagt, dass bei jeder Dienstleistung der „Faktor Mensch“ berücksichtigt werden muss.

Im Grunde ist es ganz einfach: Der Mensch ist relativ faul und tut Dinge nur dann regelmäßig, wenn er dafür „motiviert“ wird. Ein fixiertes Kursangebot oder ein betreuter Gerätezirkel zu festgelegten Zeiten, stellen innerhalb des Studios solche Motivationstools dar. Der Effekt: Kunden werden erfolgreicher, da sie regelmäßig trainieren. Betreiber profitieren von einer verbesserten Kundenbindung. Dies begünstigt auch eine bessere Empfehlungsquote. Somit gibt uns die aus solchen Maßnahmen resultierende Nachhaltigkeit die Mittel für Gewinn und Erfolg.

Solche Systeme ein- und umzusetzen ist so einfach und doch so schwierig. Sonst müssten alle knapp 7.000 Anlagen in Deutschland ja nur so von Mitgliedern überfüllt sein. Doch bei einer Reaktionsquote von ca. 7% sind noch einige Prozente nach oben offen.

Download-Service

**Fragenkatalog
 Qualitätssicherungs-Check**

**Exklusiver Service für
 unsere Abonnenten**



www.bodylife.com/downloads

Kostenlose Registrierung unter
www.bodylife.com
 „Klick“ auf my body LIFE

- Tiefensensorisches Training
- 5 platzsparende Geräte
- Ein Therapeut – fünf Patienten zeitgleich
- Kooperationsmodelle
 Arzt/Therapeut

Mehr Info?

Fragen Sie – wir freuen uns!

Telefon +49 2932 47574-0

info@dr-wolff.de
www.dr-wolff.de

Dr. WOLFF®
Sports & Prevention

Rückentherapie-Center

Segmentale Stabilisation der LWS



**Das NEUE
 Therapiekonzept**

Höhenbalance® - Ein gesundes Stück Berg

Kundenseminare:

- ▶ 21. Oktober 2010 in Köln
- ▶ 23. Oktober 2010 in Regensburg
- ▶ 20. November 2010 in Leipzig



Das einzigartige Stoffwechselkonzept
für Ihren Fitness-Club!



www.hoehenbalance.de

Rehasport richtig verkaufen

Grundsätzlich unterscheiden sich das Beratungsgespräch und die angestrebte Vermarktung der gesundheitssportlichen Zusatzleistung nicht wirklich von anderen Verkaufsaktivitäten im Fitnessstudio. Dennoch gibt es beim Rehasport zwei wesentliche Kriterien, die es für Verkäufer zu beachten gilt:

- Menschen, die aufgrund einer ärztlichen Verordnung zum Rehabilitationssport erscheinen, tun dies aus einer ganz anderen Motivation heraus, als das „normale“ Mitglied. Hier ist der ansonsten gute, rhetorisch geschulte und durch diverse Verkaufstrainings gestählte Verkäufertyp meist fehl am Platz.
- Hierbei geht es um das Vertrauen in die therapeutische Leistung: die Freiwilligkeit, mit der ein Reha-Sportler seine Zusatzleistung in Anspruch nimmt. Das Vertrauen in die therapeutische Leistung ist oft wesentlich wichtiger, als alle noch so richtigen Verkaufsargumente.

Anzeige

Link-Tipp

Besuchen Sie uns unter:
www.bodylife.com/whi-inkasso



Da ein guter Übungsleiter – sei es ein Physiotherapeut oder auch Krankengymnast – nicht zwingend in der Welt des verbindlichen und zielgerichteten Beratungsgesprächs zu Hause ist, bedarf es eines besonderen und sensiblen Coachings.

Informationslücken decken

Ein weiterer, ganz wichtiger Punkt ist, dass das eigene Personal über die notwendigen, in den Rahmenvereinbarungen geregelten Abläufe des Rehabilitationssportes Bescheid weiß und diese verbindlich vermitteln kann.

Regelmäßige sogenannte Mystery Calls (Anrufe in den Einrichtungen zum Zwecke der Überprüfung durch Unbekannte) in den Rehasport-Anlagen zeigen, dass es zum Teil große Informationslücken gibt. Bisweilen werden sogar sehr riskante

Aussagen getroffen, die schon am Telefon auf die nicht ordnungsgemäße Durchführung des Rehasportes hinweisen. Die Wahrscheinlichkeit einer Außenprüfung durch den Behinderten Sport Verband ist in diesen Anlagen besonders groß.

Denn eine Aussage, dass die Teilnahme am Rehasport in jedem Fall mit einer Mitgliedschaft verbunden sei, ist nicht nur falsch, sondern auch dumm. Deshalb ist ein regelmäßiges Coachingangebot unbedingt notwendig.

Effektivitätssteigerung durch Software

Wer einen Rehasport-Verein führt, sollte mit modernen Softwarelösungen arbeiten. Wichtig ist, dass diese die seit diesem Jahr zwingend notwendige Voraussetzung des elektronischen Datenaustausches mit den jeweiligen Krankenkassen erfüllt. Außerdem können darüber hinaus sämtliche Aktivitäten im Rehabilitationssport präzise geplant und gesteuert werden. Dazu gehören die Abrechnung der Krankenkassenleistung per Knopfdruck wie auch eine transparente und schnell zu erstellende statistische Auswertung.

Netzwerke aufbauen

Der regelmäßige Kontakt zu lokalen, niedergelassenen Ärzten ist sicherlich, neben der Qualität und der Akzeptanz ein weiterer entscheidender Erfolgsfaktor im Rehasport.

Im ersten Schritt ist eine fundierte und vollständige Information der Mediziner notwendig. Darauf sollte man es nicht beruhen lassen. Aller Erfahrung nach gibt es sehr viele Mediziner, bei denen nach einer gewissen Zeit der budgetneutrale Rehasport wieder aus dem Blickfeld entschwindet. Die regelmäßige Kontaktpflege bzw. das in Erinnerung rufen ist deshalb ein ganz wichtiger Punkt.

Die Gründe warum dies bei manchen Unternehmen nicht so umgesetzt werden kann, können vielseitiger Natur sein. Berührungsängste spielen möglicherweise ebenso eine Rolle wie fehlende Kapazitäten, um den Kontakt zu intensivieren. Mittlerweile gibt es externe Dienstleister, die sich auf den Aufbau von Expertennetzwerken in der Sport- und Fitnessbranche spezialisiert haben (z.B. www.gesundheitsprojekte.com).

Diese Unternehmen organisieren regionale Experten-Netzwerke für Menschen, die sich gesundheitsorientiert bewegen und ihre Sportart leidenschaftlich und im Einklang mit ihrer Gesundheit betreiben möchten. Als Netzwerkpartner



Die beiden Dipl. Betriebswirte **Bernd Schranz** und **Michael Voeske** haben sich mit Ihrem Beratungsunternehmen Schranz Control auf den Beratungsservice im Gesundheitssport spezialisiert und betreuen den Rehabilitations-sport-Verein RehaVitalis Plus e.V. Mit 299 Trainingsstätten in 15 Bundesländern einer der größten Rehasport-Vereine in Deutschland. Infos: www.schranz-control.de



@ Ihr Feedback

Stichwort: Rehasport
fitness-redaktion@health-and-beauty.com

eignen sich ausgesuchte Experten aus dem medizinischen Fachhandel, Apotheken, Fitnessinstitutionen, Sportfachhandel und Sportvereine.

Je nach Größe ist ein spezieller Netzwerkkoordinator für den Aufbau und die Betreuung der Partner im regionalen Netzwerk vor Ort verantwortlich. Er organisiert Veranstaltungen, die Öffentlichkeitsarbeit, Netzwerktreffen, werbliche Aktivitäten und informiert aktiv Interessenten und Partner.

Kundenzeitung als Sprachrohr

Nicht nur der Kontakt zu den Ärzten sollte oberste Priorität haben. Genauso wichtig ist es, die eigentliche Kernzielgruppe – also den Gesundheitssportler – zu erreichen. Die Lösung: eine monatlich professionell erstellte Fachzeitung. Der Mediziner Michael Maicher ist Chefredakteur der Kundenzeitung „Gesundheitsbote“. Er weiß, wie man schreiben muss, um möglichst viele Leser zu erreichen: „Durch eine einfache Sprache und ehrliche Berichterstattung ohne den sprichwörtlich erhobenen Zeigefinger sprechen wir mit Gesundheitsthemen die gesamte Bandbreite der Bevölkerung an. Durch professionelle Redaktion wird eine klare Linie vertreten, die eine hohe Seriosität garantiert. Ein Großteil der Ärzte, Physiotherapeuten und Apotheker wird hinter der Zeitung stehen, weil sie seriös und nachhaltig ist.“

Solche Massenmedien sind ideal um sich als Gesundheitszentrum, im monatlichen Rhythmus zu präsentieren und den Markt in der eigenen Region maßgeblich zu prägen.



Foto: AOK

Suchen Sie als Rehasport-Anbieter regelmäßig das Gespräch zu lokalen, niedergelassenen Ärzten, um das Thema ins Bewusstsein zu rufen

FAZIT Die Stufen der Unternehmensevolution vom Fitnessstudio über den Präventions- und Rehasport zu einem echten und ganzheitlichen Gesundheitszentrum sind fließend. Nutzen Sie die vorgestellten Bausteine, um das Angebot Rehasport professionell zu positionieren. Michael Voeske, Bernd Schranz



FITNESS FOREVER

Um eine physiologische Wirksamkeit in höchstem Maße zu erreichen, wurden die Geräte der Premion Line in Zusammenarbeit mit dem Universitätsklinikum Freiburg entwickelt. Daraus resultiert nicht nur die Verschmelzung von Design und Funktion auf eine noch nie da gewesene Weise, sondern auch eine extrem langlebige Konstruktion.

Telefon 07041 96 15-0 | www.premion-line.de



BESUCHEN SIE UNS AUF DER **MEDICA 2010** STAND E48 HALLE 4

premion line
by SVG