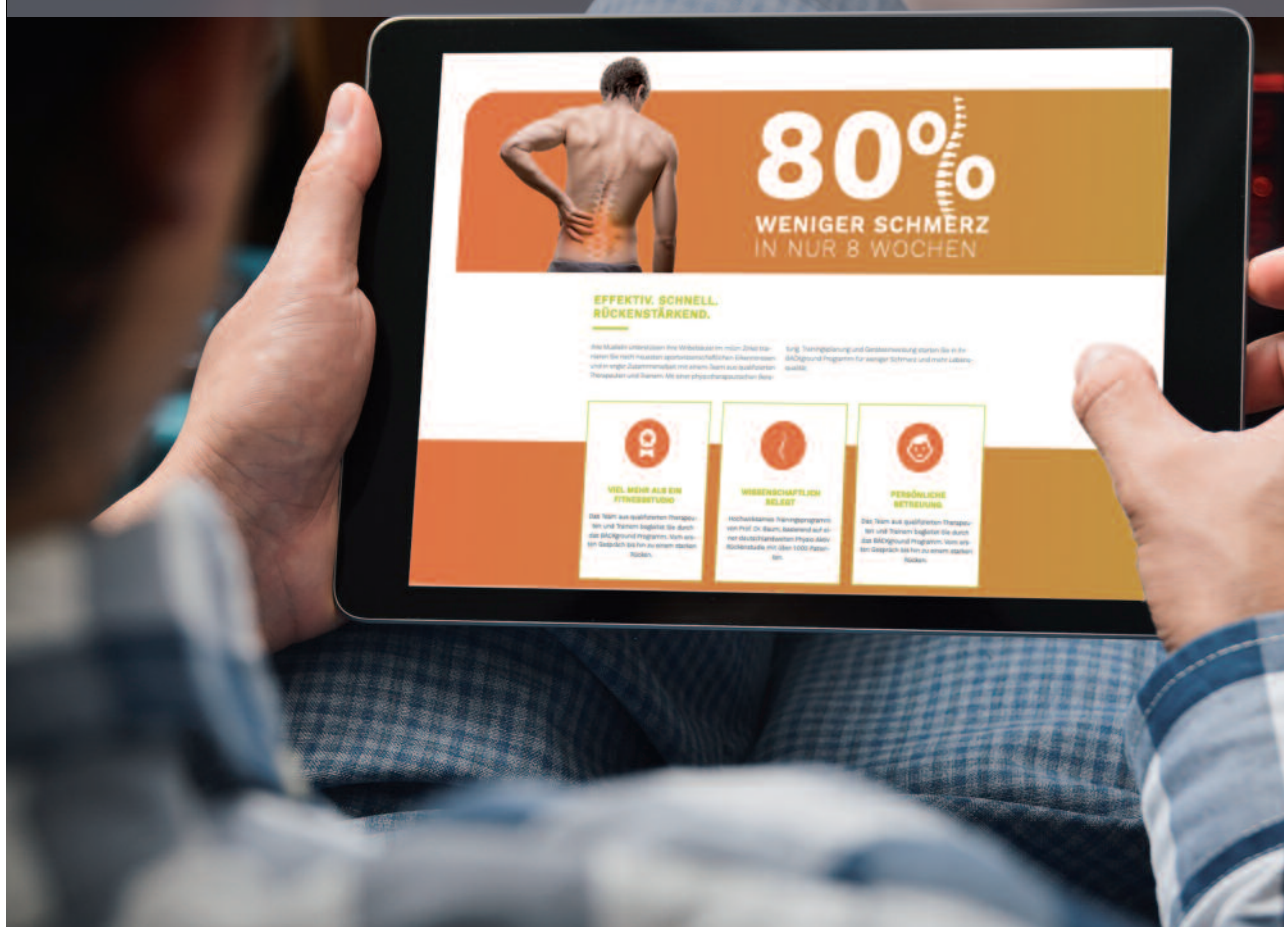


Nur eine klare Differenzierung hilft im Wettbewerb



Marke kommt von markieren

Das deutschlandweite Netzwerk Physio Aktiv setzt seit Jahren konsequent seinen Weg um, Physiotherapie-Praxen mit einer klaren Positionierung vom Mitbewerbern abzugrenzen – und das auf Basis wissenschaftlicher Studien.

Wissenschaftliche Studien unterstützen Praxisinhaber, sich mit ihren Trainingsangeboten im Selbstzahlerbereich als Experten zu positionieren. Im Netzwerk von Physio Aktiv funktioniert das allerdings nicht von allein, sondern muss bis ins Detail durchdacht sein. Dahinter stehen ein ausgefeiltes Konzept, eine komplexe Planung und eine umsichtige Organisation. **THERA-BIZ** befragte den

kreativen Kopf im Hintergrund zur Strategie und dem Potenzial für Therapiepraxen: Thilo Stumpf, Physio Aktiv Management. Sie trafen sich zum Gespräch auf der Veranstaltung „Physiotherapie in der Offensive“ Ende Oktober in Gelsenkirchen.

THERA-BIZ: Die Nutzung von wissenschaftlichen Studien ist in der Gesund-

heitsbranche nicht neu. Wie unterscheiden sich die Physio-Aktiv-Studien vom Wettbewerb?

Thilo Stumpf: Man muss beim Thema ganz vorne anfangen, denn Studie ist leider nicht gleich Studie. „X Studienteilnehmer für Y Euro gesucht“ bezeichne ich gerne als Marketingstudien, weil Sie vordergründig Mitglieder ohne wissen-

schaftliche Grundlage gewinnen möchten. Dies ist durchaus legitim und erprobt in der deutschen Fitnessbranche. Eine fundierte wissenschaftliche Studie unterscheidet sich jedoch durch die fachliche Kompetenz eines habilitierten Professors, der Bewilligung des Studiendesigns durch eine Ethikkommission, die ordnungsgemäße Durchführung und schlussendlich der Publikation in einem international anerkannten Fachmedium. Unsere Rückenstudie 2017 und die aktuelle Arthrostudie gemeinsam mit Professor Dr. Baum entspricht diesen allerhöchsten Standards.

THERA-BIZ: Und was macht Physio-Aktiv-Studien so speziell?

Thilo Stumpf: Das beginnt schon bei der Durchführung. Die Unterstützung und die hohe Prozesskompetenz der Physio-Aktiv-Einrichtungen verhilft dem Wissenschaftler zu hohen Fallzahlen mit bester Qualität durch das milon Trainingssystem. Diese Investition der Partner für die gemeinsame Sache möchte ich an dieser Stelle besonders hervorheben. Ab dieser Projektphase entstanden seinerzeit schon die ersten positiven Effekte. Es entwickelte sich unter den Teilnehmern eine Identifikation mit dem Projekt und dem Netzwerk, die durch Statements wie „Ich arbeite hier an einer wissenschaftlichen Studie“, deutlich wurden.

THERA-BIZ: Und welchen konkreten Nutzen hat eine Physiotherapie-Praxis durch diese Vorgehensweise?

Thilo Stumpf: Ich gliedere die Refinanzierung der Studien und eine dauerhaft höhere Rentabilität unserer Partner in drei Bereiche:

1. Differenzierung im lokalen Wettbewerb als den Qualitätsführer zum Thema Schmerzreduktion auf Basis wissenschaftlicher Studien,
2. klare Fokussierung auf indikationsspezifische Themen, wie beim Beispiel BACKground als die lokal führende Kompetenz für Rückenschmerz
3. und hochprofessionelle Marketingkampagnen aus einer Hand auf Basis definierter Endkundenmarken.

THERA-BIZ: Was verstehen Sie unter „Endkundenmarken“?

Thilo Stumpf: Es ist die ewige Geschichte von dem Wurm, Fisch und Angler. Nur mit einem klaren Leistungsversprechen und Kundennutzen können Praxen schmerzgeplagte Interessenten gezielt ansprechen. In der Abfolge von Erstwahrnehmung, Interesse, Terminvereinbarung und Probetraining muss die entstandene Erwartungshaltung „Schmerzreduktion“ nun in der Einrichtung des Physio-Aktiv-Netzwerkpartners tatsächlich erfüllt werden. Das heißt, der potenzielle Kunde erlebt und spürt die wissenschaftlich fundierte Basis mit der physiotherapeutischen Kompetenz und dem milon Training an sich selbst. Es

geht einem doch jeden Tag selbst so: Marken basieren immer auf das eigene Vertrauen, welches dann erfüllt werden muss. In unserem Falle muss nun auch eine tatsächliche Schmerzreduktion spürbar werden. Hier wird in den nächsten Jahren in unserem Netzwerk das Thema Qualitätsmanagement ein Fokusthema werden.

THERA-BIZ: Das heißt Standards spielen eine zentrale Rolle?

Thilo Stumpf: Ja, ganz klar. Ich empfinde es mittlerweile als spannende Herausforderung, einem Netzwerk von 150 Einzelunternehmern mit viel Überzeugungsarbeit den positiven Nutzen von Standards näher zu bringen. Hier haben



Prof. Dr. Baum (links) und Thilo Stumpf



Katharina Osburg referiert zur Arthrostudie

Franchisesysteme über ihre hierarchische Struktur Vorteile, wir sehen bei uns die Weisheit der Vielen als Wettbewerbsvorteil.

THERA-BIZ: Was verstehen Sie unter der Weisheit der Vielen?

Thilo Stumpf: Es hat sich mittlerweile eine gesamte Wissenschaftsdisziplin auf dieses Thema fokussiert. Die Grunderkenntnis folgt dem Gedanken, dass frei organisierte Gruppen intelligentere, bessere Entscheidungen treffen. Wir nutzen diese Erkenntnis für die Entwicklung smarter Controlling- und Benchmarkingsysteme, um auf Basis fundierter Analysen bessere Entscheidungen für unsere Partner zu treffen. Wieder so eine alte Wahrheit: „Du kannst nur steuern, was du misst.“ – deshalb haben wir auch bei diesem Thema noch viel vor.

THERA-BIZ: Abschließend noch eine persönliche Frage. Sie sind in unserer Branche seit Jahren ein bekanntes Gesicht. Wie kam es zu milon & Physio Aktiv?

Thilo Stumpf: (lacht) In über 30 Jahren vom Architekten bis zum Physio Aktiv Netzwerk war schon ein verrückter Weg. Zwei Leidenschaften haben mich auf den vielen Stationen nie verlassen: Die Lust

auf Neues und die vielen Menschen, die ich immer wieder neu kennenlernen darf. In diesem Zusammenhang empfinde ich den Physio-Aktiv-Kongress als persönlichen Jahreshöhepunkt. Es ist uns als Team deshalb eine Freude, auch Physiotherapeuten diese Kraft einer starken

Gemeinschaft spüren zu lassen. Wir verstehen uns als PhysioAktivisten, die gerne Initiativen und Gedanken teilen.

Vielen Dank für das Gespräch.

Das Interview führte Reinhild Karasek.



v.l.n.r.: Katharina Osburg, Thilo Stumpf und Reinhild Karasek

Informationen zum Kongress finden Leser unter www.physioaktiv.de/kongress.