

# Die Neue Rückenschule

Das Praxisbuch

Bearbeitet von

Hans-Dieter Kempf, Erich Schmitt, Bernhard Geue, Frank Hänsel, Marco Herbsleb, Tilo Späth, Jochen Köhler, Petra Mommert-Jauch, Christian Puta, Marco Gassen, Olaf Rößler, Christoph Anders, Sören D. Baumgärtner, Werner Hölling, Wilhelm Mertens, Uschi Moriabadi, Hans-Christoph Scholle, Bernhard Strauß, Oliver Tomic, Robin Tutzschke, Constanze Borys, Lars Donath, Steffi Nodop, Stephanie Hecht

2. Auflage 2014. Buch. XIX, 433 S. Hardcover

ISBN 978 3 662 43688 2

Format (B x L): 19,3 x 26 cm

[Weitere Fachgebiete > Medizin > Physiotherapie, Physikalische Therapie](#)

schnell und portofrei erhältlich bei

The logo for beck-shop.de features the text 'beck-shop.de' in a bold, red, sans-serif font. Above the 'i' in 'shop' are three red dots of varying sizes, arranged in a slight arc. Below the main text, the words 'DIE FACHBUCHHANDLUNG' are written in a smaller, red, all-caps, sans-serif font.

**beck-shop.de**  
DIE FACHBUCHHANDLUNG

Die Online-Fachbuchhandlung [beck-shop.de](http://beck-shop.de) ist spezialisiert auf Fachbücher, insbesondere Recht, Steuern und Wirtschaft. Im Sortiment finden Sie alle Medien (Bücher, Zeitschriften, CDs, eBooks, etc.) aller Verlage. Ergänzt wird das Programm durch Services wie Neuerscheinungsdienst oder Zusammenstellungen von Büchern zu Sonderpreisen. Der Shop führt mehr als 8 Millionen Produkte.

# Aufbau, Organisation und Finanzierung eines Rückenschulkurses

*Hans-Dieter Kempf*

- 2.1 Dauer eines Rückenschulkurses  
bzw. einer Rückenschulstunde – 48
- 2.2 Teilnehmerzahl und Räumlichkeiten – 48
- 2.3 Einsatz von Medien und Handgeräten – 48
- 2.4 Kosten des Rückenschulkurses – 49
- 2.5 Übernahme der Kursgebühren durch die Krankenkassen – 49
- 2.6 Versicherungs- und steuerrechtliche Aspekte – 50
- 2.7 Marketing und Kursberatung – Nutzen herausstellen – 50
- Literatur – 51

## 2.1 Dauer eines Rückenschulurses bzw. einer Rückenschulstunde

Die **Dauer eines Rückenschulurses** sollte mindestens 8–12 Einheiten à 60–90 Minuten/pro Woche betragen. Einerseits gilt es, die Teilnehmer bei den angestrebten **Einstellungs-** und **Verhaltensänderungen** möglichst lange zu begleiten (► Abschn. 1.3, 1.4), um so auch eine Verbesserung der **gesundheitsbezogenen Fitness** (► Abschn. 1.4) zu erreichen (GKV 2010; NICE 2009; Baumann 2006). Andererseits sollte die Hemmschwelle für den Einstieg durch zu lange Bindungszeiten nicht zu hoch liegen.

Bei einer Dauer von **75–90 Minuten** pro Kurseinheit können alle Kursinhalte, insbesondere das Funktionstraining angemessen berücksichtigt werden. Eine Dauer von **60 Minuten** pro Einheit hat allerdings den Vorteil, dass in der für Kurse interessanten Zeit (16:00–19:00 Uhr) zwei oder drei Kurse nacheinander angeboten werden können. Bei Rückenkursen der betrieblichen Gesundheitsförderung (Vorort im Betrieb) ist ein idealer Zeitpunkt für den Kursbeginn unmittelbar nach Arbeits- oder Betriebschluss.

In ► Abschn. 5.5 ist das Kursprogramm »**Neue Rückenschule – den Rücken neu entdecken**« über eine Dauer von 10 Einheiten à 90 Minuten beschrieben.

Günstig ist es, wenn die Teilnehmer die Möglichkeit haben, verpasste Trainingseinheiten nachzuholen, z.B. an einem anderen Tag in der Woche. Flexible Kontrollregeln stärken die **Selbstkontrolle** über das Zielverhalten und helfen dabei, **Alles-oder-Nichts-Strategien** zu vermeiden (Vögele 2007).

## 2.2 Teilnehmerzahl und Räumlichkeiten

Im Grund- oder Basiskurs »**Neue Rückenschule**« bietet eine Gruppengröße von etwa 15 Personen optimale Bedingungen zur **individuellen Betreuung** einerseits und zum Ausnutzen **gruppendynamischer Effekte** andererseits. In Fortgeschrittenen- und Trainingskursen können 15–20 Teilnehmer sehr gut betreut werden. Nach dem Leitfaden der Kassen sind derzeit allerdings nur Kurse mit 15 Teilnehmern förderungswürdig.

Geeignet sind **Räume** mit einer Größe von etwa 60–120 m<sup>2</sup>. Bei kleineren Räumen (30–40 m<sup>2</sup>), z.B. in Praxen, muss das Programm ggf. geändert und die Teilnehmerzahl eingeschränkt werden. Räume kann man anmieten bei Krankenkassen, Volkshochschulen, Kliniken, Gemeinde- und Pfarrzentren, Gemeindeverwaltungen (kommunale Hallen), Hotels oder in Fitnessstudios. Bei Räumen in einem Betriebsgelände müssen die **Zugangsmöglichkeiten** gesondert geklärt werden. Geeignete Räumlichkeiten haben einen ebenen Boden (ideal Sportboden, rutschfest), sind

gut beleuchtet und beheizbar, ohne Luftzug und ohne gefährliche Hindernisse.

## 2.3 Einsatz von Medien und Handgeräten

Innerhalb des Kurses können zahlreiche Materialien eingesetzt werden:

- **Audiovisuelle Medien:** Visuelle Medien werden zur Präsentation, Visualisierung und Gruppenarbeit genutzt, auditive Medien zur Bewegung und Entspannung, z.B.:
  - **Dia- und Overheadprojektor:** Dia- und Foliensätze findet man bei diversen Verlagen, bei der Aktion Gesunder Rücken e.V., bei Berufsgenossenschaften und Pharmafirmen.
  - **Beamer und Laptop, Video und TV-Gerät:** Filme und Präsentationen findet man z.B. bei Fernsehanstalten oder Krankenkassen.
  - **Pinwände, Flipchart und Moderationsmaterial** (Marker, Karten, Zeigestab usw.): Diese Arbeitsmittel dienen als Darstellungshilfe bei Präsentationen und Gruppenarbeit.
  - **Wirbelsäulenmodell und Lehrtafeln:** Zu beziehen über [www.physio-boerse.de](http://www.physio-boerse.de).
  - **Musikgeräte:** Kassette, CD.
  - Personenwaage, Mauerlot (oder Faden mit Gewicht).
- **Hand- und Sportgeräte:** Geräte werden eingesetzt für Spielformen, Körperwahrnehmung, Haltungsschulung und Training, z.B.:
  - **Hocker oder Stühle,** verschiedene Stuhlmodelle, ggf. verschiedene Möbel, Küchen- und Gartengeräte wie Besen, Schrubber, Schaufel, Staubsauger, Getränkebox, Sitzkeil, Lendenkissen;
  - **Matten und Handgeräte** wie Luftballons, Bälle, Tennisbälle, Bierdeckel, Zeitungen, Handtücher, Stäbe, Seile, Bohnen oder Kirschkernsäckchen, Teppichfliesen, Rückschlaggeräte, Fallschirm und Igelbälle;
  - **Sportgeräte** wie Fitnessbälle, Stabilisationstrainer und Therapiekreisel, Thera-Bänder, Tubes, Gymsticks, Kurz-/Langhanteln, Gewichtsbälle, Propriomed (zu beziehen über [www.thera-band.de](http://www.thera-band.de), [www.sport-thieme.de](http://www.sport-thieme.de), [www.haider-bioswing.de](http://www.haider-bioswing.de)).
- **Infomaterialien, Teilnehmerliste und -bescheinigung** (zur Kursbegleitung, Heimtraining Abrechnung mit der Kasse; siehe Begleitmaterialien auf der ► <http://extras.springer.com>):
  - **Informationen zum Rückenschulkurs**, z.B. in Buchform (Hans-Dieter Kempf. Die Rückenschule. 34. Aufl. Rowohlt 2008), in einer Kursmappe oder mittels anderer Begleitmaterialien (Broschüren,

Infoblätter, Heimprogramme; ► <http://extras.springer.com>);

- **Teilnahmebescheinigung** nach regelmäßiger Teilnahme am Rückenschulkurs (mind. 80% aller Sitzungen) (► <http://extras.springer.com>) mit Angabe zu:
  - Titel der Maßnahme,
  - Zuordnung der Maßnahme zum Präventionsprinzip (Bewegung zur Förderung des Muskel- und Skelettsystems),
  - Name und Anschrift des Leistungsanbieters,
  - Qualifikation des Leistungsanbieters,
  - Zeitraum der Durchführung und Anzahl der Termine/Kurseinheiten,
  - Anzahl/Anteil der tatsächlich besuchten Kurseinheiten,
  - Anzahl der Teilnehmer,
  - Höhe der Teilnahmegebühren in Euro,
  - Ort, Datum und Unterschrift;
- **Anmelde-/Teilnehmerliste** zur Dokumentation der Teilnahme für Kursleiter und Gruppenmitglieder (► <http://extras.springer.com>).

## 2.4 Kosten des Rückenschulurses

Die **Teilnahmegebühren** an einem 10-mal 60- bis 90-minütigen Rückenschulkurs liegen derzeit zwischen 40–120 Euro pro Teilnehmer. Die **Kosten** ergeben sich aus der betriebswirtschaftlichen Kalkulation des Kurses mit den Ausgaben wie

- Kursleiterhonorar (Stundenhonorar, Anfahrtsweg, Vorbereitungszeit),
- ggf. externes Referentenhonorar,
- Fahrtkosten,
- Raummiete,
- Gerätekosten (anteilig),
- Unterlagen,
- Werbemaßnahmen,
- GEMA-Gebühren bei Musikeinsatz,
- Versicherungen und
- Steuern.

Der Umsatz (Kurseinnahmen) muss mindestens die Ausgaben decken (d.h. aufgeteilt auf die Teilnehmerzahl).

## 2.5 Übernahme der Kursgebühren durch die Krankenkassen

Nach dem **Sozialgesetzbuch V** (SGB 5. Buch), § 20, Abs. 1 bis 2 sollen die gesetzlichen Krankenkassen (AOK, BKK, IKK, See-Krankenkasse, Landwirtschaftliche Krankenkas-

se, Bundesknappschaft, Ersatzkassen) Leistungen zur **Prävention** vorsehen. Zur Umsetzung des § 20 einigten sich die Spitzenverbände der Krankenkassen in einem **Handlungsleitfaden** auf gemeinsame und einheitliche Handlungsfelder und Kriterien (GKV 2010) (► Abschn. 16.6).

In diesem Leitfaden stellen die Krankenkassen in den **Präventionsprinzipien** »Reduzierung von Bewegungsmangel durch gesundheitssportliche Aktivität« und »Vorbeugung und Reduzierung spezieller gesundheitlicher Risiken durch geeignete verhaltens- und gesundheitsorientierte Bewegungsprogramme« diverse Anforderungen an die Ziele, Inhalte und Methoden der Programme sowie an die **Anbieterqualifikation**. Sind die entsprechenden Voraussetzungen erfüllt, können die gesetzlichen Krankenkassen ihren Versicherten bei regelmäßiger Teilnahme an einem Rückenschul- oder Rückentrainingskurs die Kursgebühr anteilig erstatten (in der Regel 80%).

Weitere Finanzierungsmöglichkeiten für Gesundheitskurse im betrieblichen Bereich sind in ► Kap. 17 beschrieben.

### Hinweis

Der Kursleiter sollte sich bei den entsprechenden Krankenkassen nach einer **prozentualen Erstattung** der Kursgebühren erkundigen, oder seine Kursteilnehmer bitten, selbst bei ihrer Krankenkasse nachzufragen.

Zur Vorstellung des Kursprogramms bei der Krankenkasse ([www.zentrale-pruefstelle-praevention.de/admin/](http://www.zentrale-pruefstelle-praevention.de/admin/)) ist es hilfreich, Unterlagen mit dem in ► Übersicht 2.1 aufgeführten Inhalt zusammenzustellen (► <http://extras.springer.com>).

### Übersicht 2.1: Unterlagen für die Vorstellung des Kursprogramms bei der Krankenkasse

- Bezeichnung der Maßnahme, z.B. Neue Rückenschule
- Kursanbieter und Kursleiter
- Beschreibung
- Handlungsfeld(er) und Präventionsprinzip, z.B. Bewegung zur Förderung des Muskel- und Skelett-Systems
- Zielgruppe
- Ziele der Maßnahme
- Inhalt(e) der Maßnahme
- Qualifikation des Kursleiters
- Umfang und Dauer

- Gruppengröße
- Gruppenraum und Ausstattung
- Erfolgskontrolle
- Kursgebühr
- Nachbetreuung

#### Hinweis

Das aktuelle Kurskonzept »Neue Rückenschule – den Rücken neu entdecken« (► Abschn. 5.5) wurde schon 2009 von manchen großen Krankenkassen (DAK für VdAK, AOK, BKK, IKK Baden-Württemberg und Hessen) geprüft, wurde 2013 rezertifiziert und wird bezuschusst. Als Kursleiter können Sie die auf der Internetseite <http://extras.springer.com> befindlichen Kursdetails zusammen mit Ihren persönlichen Daten wie Name, Qualifikation, Räumlichkeiten, Kursgebühr bei Ihrer Krankenkasse einreichen.

## 2.6 Versicherungs- und steuerrechtliche Aspekte

Der **Kursleiter** sollte sich vor Aufnahme einer Kurstätigkeit bei einem **Versicherungsfachmann** und beim **Steuerberater** bzw. **Finanzamt** über notwendige Maßnahmen informieren (Kranken-, Renten-, Arbeitslosen-, Unfallversicherung, Berufshaftpflicht, Teilnehmersversicherung, Berufsgenossenschaft, Einkommensteuer, Umsatzsteuer, Gewerbesteuer, Abschreibungen usw.). Das gilt besonders für die Kursleiter, die selbstständig die **Neue Rückenschule** anbieten. In jedem Fall sollte der Kursleiter neben einer Privathaftpflichtversicherung über eine Berufshaftpflichtversicherung verfügen.

## 2.7 Marketing und Kursberatung – Nutzen herausstellen

### ■ Nutzen herausstellen und Bedürfnisse berücksichtigen

Die Ankündigung eines Rückenschulurses soll den potenziellen Teilnehmer (► Abschn. 1.5) zur Teilnahme motivieren. Wichtigster Aspekt ist, herauszustellen, welchen **Nutzen** er durch die Teilnahme an der Rückenschule hat. Hierbei sollte der Rückenschullehrer sich an den **Bedürfnissen** der Teilnehmer orientieren (► Abschn. 1.5.1, 1.5.3). Eine Möglichkeit, sich in den Nutzer hineinzuversetzen, bietet das so genannte **Personas-Konzept** (► Exkurs).

#### Exkurse

##### Personas-Konzept

Ausgangspunkt ist eine möglichst **genaue Beschreibung** der »fiktiven« Nutzer und ihrer Ziele (Thissen 2003). Im Fokus steht nicht mehr die komplette Zielgruppe »alle männlichen und weiblichen Personen zwischen 20 und 65 Jahren, die schon mal Rückenschmerzen hatten«, sondern vielmehr die einzelnen Personen, z.B. Maria Müller, 55 Jahre, arbeitet als Lehrerin an einer Grund- und Hauptschule, hat drei Töchter, die alle studieren; fühlt sich in der Schule überfordert, würde gerne mal was ganz anderes ausprobieren, leidet häufig unter Rücken- und Nackenschmerzen, kommt meist abgehetzt zum Kurs, kann sich zu einem späteren Kursbeginn aber nicht mehr »aufraffen« usw.

Für diese »fiktiven« Personen kann dann der **spezielle Nutzen** des Rückenschulurses kommuniziert werden, z.B.

- Erleben Sie Ihren Rücken neu!
- Spüren Sie, wie Sie belastbarer werden!
- Haben Sie Spaß und Freude an Ihrer Rückenfitness!
- Nutzen Sie eine entspannende Oase im Alltag!
- Lernen Sie mit Rücken- und Nackenschmerzen besser umzugehen!

Geleitet wird dieser Kommunikationsweg, aber auch die Überzeugungsarbeit im Kurs durch die **sechs Prinzipien der sozialen Einflussnahme** (Persuasion = Überzeugung) (► Übersicht 2.2).

#### Übersicht 2.2: Die sechs Prinzipien der sozialen Einflussnahme

- Qualifikation als »Experte«, d.h., sich als kompetenten Rückenschullehrer präsentieren (Autorität)
- Handlungen oder Erfolge anderer Teilnehmer hervorheben (soziale Bewährtheit)
- Auf die Limitierung z.B. der Teilnehmerplätze (max. 15 Plätze) hinweisen (Knappheit)
- Ähnlichkeiten zum Teilnehmer herausarbeiten (z.B. zeigen, dass man mit ähnlichen Schwierigkeiten zu kämpfen hat), ehrliche Komplimente geben und die eigene Attraktivität verbessern (Sympathie)
- Aufschlussreiche neue Informationen geben (Reziprozität)
- Die Teilnehmer dazu bewegen, eine Selbstverpflichtung einzugehen, z.B. öffentlich die Teilnahme zu bekunden oder einen Kontrakt zu unterzeichnen (► Abschn. 4.2, 4.3, 7.6.3, Kap. 13; Cialdini et al. 2007)

### ■ **Ankündigung und Öffentlichkeitsarbeit**

Für den selbstständigen Rückenschullehrer eignen sich erfahrungsgemäß zur **Ankündigung** eines Rückenschulkurses und zur **Öffentlichkeitsarbeit**:

- Plakate, Handzettel, Faltblätter und Broschüren in Geschäften, Unternehmen, Arzt- und Physiotherapiepraxen sowie Krankenhäusern,
- Kurshinweise (meist kostenlos) oder redaktionelle Beiträge in der örtlichen Tagespresse,
- Internetauftritt,
- Praxisbeschriftung und Fahrzeugwerbung,
- Vorträge, Tag der offenen Tür, Tag der Rückengesundheit, Diskussionsveranstaltungen oder Schnupperangebote,
- E-Mail-Newsletter, Post-Mailing, Telefoninformation bei bisherigen Teilnehmern.

Daraufhin melden sich interessierte Personen in der Regel telefonisch oder per Mail unter der angegebenen Nummer oder Adresse, um nähere Informationen zu erhalten oder sich direkt anzumelden.

### ■ **Individuelle Kursberatung**

Eine **individuelle Kursberatung** im Vorfeld hat den Vorteil, dass

- noch offene Fragen geklärt werden,
- der Teilnehmer erfährt, ob der Kurs seinen Bedürfnissen und Erwartungen entspricht,
- eine positive Erwartungshaltung geweckt wird, die sich günstig auf die Erreichung des Kursziels auswirken kann, indem die Person z.B. den Eindruck hat, es handele sich um ein attraktives und qualifiziertes Angebot, oder dass sie gut beraten wurde.

Eine **Kurzinformation** kann je nach Informationsstand des Interessenten folgende Punkte zum Inhalt haben:

- Ziele und Inhalte des Kurses,
- Kursdauer, Dauer jeder Einheit, Kursbeginn und Kursort,
- Kursleiter, Größe der Gruppe, Leistungsniveau und Intensität,
- Teilnahmegebühr, evtl. Rückerstattung durch die Krankenkasse,
- Anmeldeformalität,
- Kontraindikationsbögen,
- Abfragen von ggf. vorhandenen Beschwerden und Hinweis auf Arztbesuch,
- Bedürfnisse und Erwartungen des Interessenten.

### **Literatur**

- Baumann A (2006) Physical Activity and Exercise Programs. In: Bouchard C, Blair SN, Haskell WL (eds) Physical Activity and Health. Human Kinetics, Champaign, IL; pp 319-334
- Cialdini R, Maner J, Gerend M (2007) Persuasion. In: Kerr J et al. (eds) The ABC's of behavior change: A guide to successful disease prevention and health promotion. Elsevier Science, Edinburgh; pp 247-258
- GKV (Hrsg) (2010) Gemeinsame und einheitliche Handlungsfelder und Kriterien der Spitzenverbände der Krankenkassen zur Umsetzung von §§20 und 20a SGB V vom 21. Juni 2000 in der Fassung vom 27. August 2010. [http://www.gkv-spitzenverband.de/media/dokumente/presse/publikationen/GKV\\_Leitfaden\\_Praevention\\_RZ\\_web4\\_2011\\_15702.pdf](http://www.gkv-spitzenverband.de/media/dokumente/presse/publikationen/GKV_Leitfaden_Praevention_RZ_web4_2011_15702.pdf). Abgerufen 16.05.2014
- Kempf H-D (2008) Die Rückenschule. Das ganzheitliche Programm für einen gesunden Rücken, 34. Aufl. Rowohlt, Reinbek
- NICE – National Institute for Health and Clinical Excellence (2009) Low back pain: Early management of persistent non-specific low back pain. NICE clinical guideline 88; developed by the National Collaborating Centre for Primary Care
- Thissen F (2003) Kompendium Screen-Design, 3. Aufl. Springer, Berlin Heidelberg New York Tokio
- Vögele C (2007) Gesundheitsförderung und Gesundheitserziehung. In: Kerr J et al. (Hrsg) ABC der Verhaltensänderung. Der Leitfaden für erfolgreiche Prävention und Gesundheitsförderung. Elsevier, München; S 293-31





<http://www.springer.com/978-3-662-43688-2>

Die Neue Rückenschule

Das Praxisbuch

Kempf, H.-D. (Hrsg.)

2014, XIX, 433 S. Mit Online-Extras., Hardcover

ISBN: 978-3-662-43688-2