

CHECK-UP

Anamnese, Testing und Diagnose

Eine hochwertige Anamnese sowie professionelle Testing- und Diagnosetools sind für ein zielgerichtetes Training unerlässlich. Stephan Müller erklärt, auf was du als Trainer dabei achten solltest.

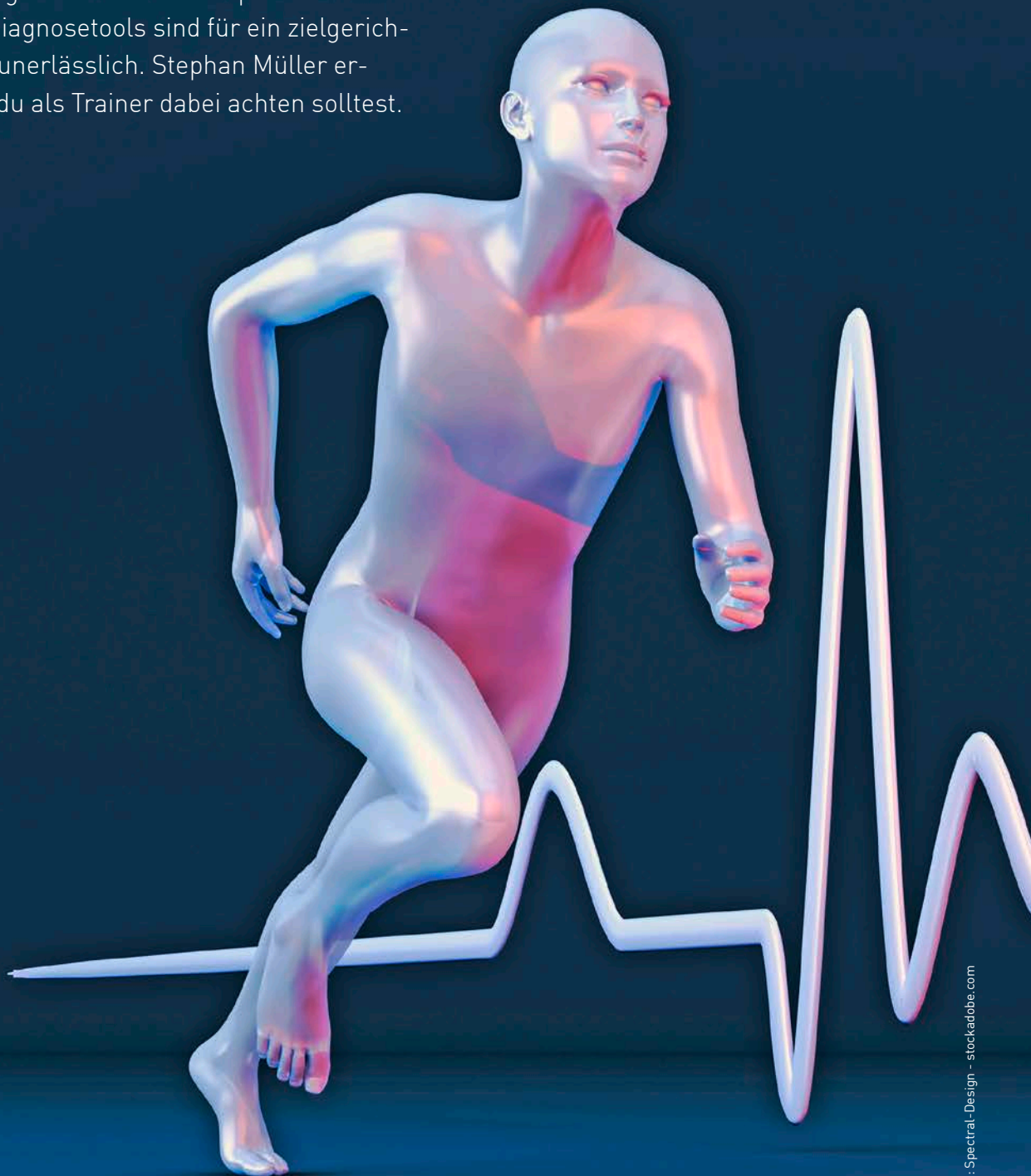


Foto: Spectral-Design - stockadobe.com

Schon im Vorfeld des Einsatzes von verschiedenen Testverfahren sollte eine umfangreiche Anamnese durchgeführt werden. Nach der Anamnese entscheidet dann der qualifizierte Trainer, welche Testmöglichkeiten und Diagnosetools für den jeweiligen Kunden infrage kommen und was sinnvoll für dessen Zielerreichung ist.

DIE ANAMNESE

Der Begriff „Anamnese“ stammt aus dem Altgriechischen von „ana mneme“ ab, was so viel bedeutet wie „auf Erinnerung beruhen“ oder „Beschwerdeerfassung“. Die Anamnese ist eine professionelle Befragung zu trainingswissenschaftlichen und medizinisch relevanten Themen durch einen Trainer, Betreuer oder eine andere Fachkraft. Das Ziel ist die Erfassung der Gesundheitsgeschichte und der Erfahrungen und Trainingszustände des Kunden, Mitgliedes oder Gastes zum aktuellen Zeitpunkt, sprich für den jeweiligen aktuellen Zustand. Vor dem Einsatz von verschiedenen Testverfahren sollte immer eine Anamnese von einem qualifizierten Trainer bzw. Personal Fitness Trainer durchgeführt werden.

Hierfür gibt es, abhängig von der zur Verfügung stehenden Zeit, zwei Variationen:

1. Kurzanamnese zur Feststellung der Sporttauglichkeit durch den PAR-Q-Test (Physical Activity

Readiness Questionnaire; Dauer: ca. fünf Minuten)

2. Ausführliche Anamnese mit allen wichtigen Fragen über den Kunden, wie z. B. seine Ernährungsgewohnheiten, Erkrankungen, Allergien usw. (Dauer: bis zu einer Stunde)

Heutzutage sind in allen professionell arbeitenden Gesundheitseinrichtungen oder bei (Personal) Fitness Trainern eine sachgerechte, qualitativ hochwertige Anamnese und Fitnessdiagnostik unerlässlich. Die Qualität der Diagnostik hängt stark ab von der zur Verfügung stehenden apparativen Ausstattung, der Fachkompetenz des Trainers und der wissenschaftlichen Güte des Testverfahrens. Wenn bei der Durchführung der Check-ups der medizinische Bereich berührt wird, ist eine Kooperation mit externen Fachkräften aus den Bereichen Medizin, Physiotherapie sowie Ökotrophologie durchaus notwendig und empfehlenswert. Scheue dich nicht davor, solche Kooperationen einzugehen. Du wirst merken, wie sich so eine Kooperation auf lange Sicht sowohl qualitativ als auch finanziell auszahlen wird. ➔



TRENDELENBURG-ZEICHEN

Testziel:

Messung der seitlichen Hüftstabilität (durchgeführt bei Schauspieler Florian Stadler)

Anwendungsbereich:

Kunden mit Hüftproblemen, Senioren

Anweisungen:

stabiler Stand auf einem Bein; seitlich mit einer Hand an der Wand fixieren, mindestens 30 Sekunden auf einem Bein stehen, ohne dass das Becken seitlich wegkippt

Testaufbau:

gerade flache Wand zum Fixieren

Messwertaufnahme:

Der Test gilt als bestanden, wenn der Kunde 30 Sekunden auf einem Bein stehen kann, ohne wegzukippen.

KOOPERATIONEN AUFBAUEN

Kannst du nicht alle Bereiche mit Check-ups abdecken, ist eine Kooperation mit einem geeigneten Partner (z. B. einem Personal Fitness Trainer, einer Einrichtung, einer Apotheke, einem Sanitäts-haus oder einem Sportfachgeschäft) durchaus sinnvoll. Das spart nicht nur Anschaffungskosten, sondern steigert auch deine Kompetenz als Trainer. Schlage deiner Einrichtung einfach einmal vor, dass du der Partner für den Anamnese- oder Check-up-Bereich wirst, oder baue gemeinsam mit anderen Trainern ein sogenanntes Check-up-Kompetenzteam auf. Dadurch übernimmst du als Mitarbeiter für diesen Aufgabenbereich die Verantwortung, um Check-ups (im Rahmen eines sinnvollen Provisionsmodells) in deiner Einrichtung optimal und erfolgreich durchzuführen. Dadurch entsteht für alle Seiten eine Win-win-win-Situation (Kunde-Trainer-Einrichtung). Führe auch bei dir selbst im Vorfeld die Check-ups durch, um dich in die Situation deines Klienten hineinversetzen zu können.

ZWEI TESTBEREICHE

Teile die Testmöglichkeiten in zwei Bereiche ein:

Testtools, die einfach umsetzbar sind, damit all deine Kollegen sie anwenden können (Grundtest). Das dient dann als Akquisetool für weitere Check-up-Möglichkeiten. Hier kann ein Stabilisationstest oder ein Krafttest durchgeführt werden, wie z. B. das Trendelenburg-Zeichen (siehe links). 2. Testtools, die von speziell ausgebildetem Fachpersonal durchgeführt werden. Dazu zählen Spezialtests wie u. a. Stoffwechselfest, Körperanalysetest und Stresstest.

KUNDENPROFILE

Bei allen Tests muss dem Kunden durch optimale Kommunikation und Werbung der Mehrwert der Testtools vermittelt werden. Hierfür muss ich als Trainer ihm mit einfachen Worten den Nutzen der Tests klarmachen. Erkennt der Kunde den Mehrwert für sich, ist er bereit, zusätzliches Geld dafür zu investieren. Erkennt er diesen nicht, wird es schwierig mit dem Verkauf dieser Tools und der Umsetzung und ich als Trainer habe keine Möglichkeit, erfolgreich in diesem Bereich Fuß zu fassen. Um festzustellen, ob der Kunde offen für Check-ups ist, sind sogenannte Persönlichkeitsprofile eine große Hilfe, wie z. B. das hucosport-Profil (www.hucosport.com). Durch Persönlichkeitsprofile eröffnen sich dem Trainer neue Möglichkeiten der Ansprache, der Trainingsplanerstellung und auch der Formulierung von Zwischenzielen und langfristigen Zielen. Zusätzlich findet man heraus, ob Kunden generell offen für Check-ups sind und die Motivation dazu haben. Dies ermöglicht, sowohl dem Kunden als auch dem Trainer, ein Umfeld zu schaffen, das ihm entspricht; es schafft langfristige Motivation und eine stärkere Bindung an die Einrichtung und den Trainer. Das Training wird noch persönlicher und individueller.

VERSCHIEDENE PERSÖNLICHKEITSTYPEN

Persönlichkeits- und Sportprofile zeigen, welche Rahmenbedingungen erfüllt sein müssen, um motiviert zu sein und langfristig Sport zu treiben. Sie helfen, Hindernisse zu überwinden, Stolpersteine aus dem Weg zu räumen und sich faule Ausreden erst gar nicht einfallen lassen zu müssen. Während für den einen beim Laufen vor allem die Strecke, das Ambiente oder das Gefühl entscheidend für die Moti-

vation ist, sind es für den anderen die zurückgelegten Höhenmeter, die durchschnittliche Herzfrequenz, die verbrauchten Kilokalorien und die gelaufene Strecke. Ein Dritter benötigt vor allem klare Strukturen, einen vorgegebenen Plan mit Angaben zu Herzfrequenzen, Häufigkeit pro Woche, Kilometerangaben und wie diese Werte Woche für Woche gesteigert werden sollen. Diese Persönlichkeitsprofile helfen vor allem herauszufinden, ob Kunden an Check-ups überhaupt interessiert sind.

VORTEILE VON ANAMNESEN & CHECK-UPS

Folgende Vorteile hat es, Anamnesen und Check-ups zu integrieren:

- Abgrenzung gegenüber Mitbewerbern und Installation eines Kompetenzzentrums in der Einrichtung
- Aufbau eines Profitcenters und eines gesonderten Bereichs, in dem der Trainer an jedem Verkauf mitverdient
- Durchführung von neuen Abläufen, die Abwechslung in den Traineralltag bringen
- Kompetenzerweiterung gegenüber Kooperationspartnern (z. B. Ärzten, Apothekern oder Therapieeinrichtungen)
- Erweiterung des eigenen Verantwortungsbereichs innerhalb des Trainerteams

Doch welche konkreten Check-ups und Tests sind sinnvoll und wirken sich positiv auf die Zielerreichung der Kunden aus? Dazu gehören: Ausdauertests, Beweglichkeitstests, Bewegungsprofiltests (z. B. über Fitness-Tracker oder Apps), Biofeedback, Blutdruckmessung, Blutzuckermessung, Ernährung, Fettmessung, Herzfrequenzmessung, Koordinationstests, Körperanalysetests, Körperhaltungs- und Laufanalysetests, Krafttests, Motivationstools durch Persönlichkeitsprofile, Muskelfunktionstests, Schnelligkeitstests, Stoffwechselanalysetest, Stresstests sowie Tests des Wasserhaushalts und des Säure-Basen-Verhältnisses.

FAZIT

Eine kompetente Anamnese, eine sinnvolle Diagnostik und Check-ups sind interessante Bereiche, um dich als Personal Fitness Trainer gegenüber anderen PTs abzugrenzen. Zusätzlich hast du die Möglichkeit, dir im eigenen Team einen eigenen Verantwortungsbereich aufzubauen. Im Vorfeld sollten verschiedene Check-up-Pakete konzipiert werden, die als Zusatztool von den Kunden und Mitgliedern gebucht werden können und die sich hinsichtlich der enthaltenen Leistungen und Preise unterscheiden, z. B. „Testpaket 1“ für 50 Euro, „Testpaket 2“ für 100 Euro und „Testpaket 3“ für 200 Euro. Es spricht auch nichts dagegen, noch umfangreichere Pakete für 300 oder 400 Euro (je nach Inhalten/Leistungen) anzubieten. Wende dich vor der Installation und Umsetzung von Check-ups an einen Profi, der dir sinnvolle Tipps gibt und hilft, Konzepte auszuarbeiten, die dann von den Kunden auch regelmäßig gebucht werden.



STEPHAN MÜLLER

Der Vorstand des BPT e.V. arbeitet als PT mit Weltmeistern und Olympiasiegern. Der mehrfache Buchautor ist regelmäßig als Experte bei ARD und SWR im Einsatz sowie Inhaber des GluckerKollegs.
www.gluckerkolleg.de

DER CHECK-UP

Bevor du Check-ups einsetzt, solltest du dir folgende Fragen beantworten:

- Was möchte ich mit dem Testergebnis für meinen Kunden erreichen?
- Was genau möchte ich testen?
- Was möchte ich mit dem Testergebnis für mich als Trainer bzw. Einrichtung erreichen?
- Welches Budget steht für die Anschaffung und Durchführung des Tests zur Verfügung?
- Welchen Mehrwert hat der Test für mich und meinen Kunden?
- Wie sollten die Tests durchführbar sein (stationär in der Einrichtung oder eher mobil und flexibel)?
- Wie sieht die Preisstruktur für den Test aus (Budget, Anschaffungskosten, Wirtschaftlichkeit usw.)?
- Dient der Test als Profitcenter, zur Kundenakquise oder zur Kundenbindung?
- Wie ist der Aufbau der Testmöglichkeiten, das heißt, was folgt nach dem ersten Eingangstest?
- Was ist durch die Check-ups wissenschaftlich fundiert nachgewiesen?
- Wie groß muss das Zeitfenster für die Umsetzung sein bzw. welches Zeitfenster steht mir für die Check-ups zur Verfügung?