

Welches ist Dein Weg?

☐

Ausbildung

☐

Studium

☐

Gutes tun

Hintergrundbilder: <https://de.freepik.com>



DIAKOVERE
Organisiert von Schüler*innen des FACHSCHULZENTRUM

PROJEKTBERICHT

ZUM WELT-ERGOTHERAPIE-TAG 2020

Enora Saint-Cast
Verena Schröder
Chiara Teuber

Lehrkraft: Frau Langsdorf
Kurs: ET 19

Abgabedatum: 19.10.2020

Inhaltsverzeichnis

1. Beschreibung der Aktion	1
2. Problemerkfassung.....	1
2.1 Worum geht es in dem Projekt und warum sind wir alle davon betroffen?.....	1
2.2 Wie sehen die Schwerpunkte aus und welche Ziele ergeben sich daraus?	2
3. Projektziele	3
3.1 Was soll mit dem Beitrag erreicht werden? Für welche Zielgruppe wird er erstellt?.....	3
4. Arbeitsplan (fortlaufend).....	4
4.1 Arbeitsorganisation	4
4.2 Welche Arbeitsmittel werden benötigt?	4
4.3 Wo und bei wem können wir uns informieren?.....	4
4.4 Welche Methoden und Arbeitstechniken werden angewandt?	5
4.5 Arbeitsplan	6
5. Projektprodukt mit Gütekriterien.....	7
6. Ergebnispräsentation	7
6.1 Veröffentlichung der Ergebnisse	7
6.2 Inhaltliche Ergebnisse unserer Arbeit.....	7
6.3 Präsentation unserer Ergebnisse.....	8
7. Ergebnisbewertung.....	8
7.1 Nach welchen Kriterien bewerten wir unsere Arbeit?.....	8
7.2 Welche Schwierigkeiten sind aufgetaucht?	8
7.3 Abschluss	8
7.4 Ausblick.....	8
8. Quellen- und Bildverzeichnis	9
Anhang.....	1



1. Beschreibung der Aktion

Um das Thema „*Betätigung neu überdenken*“, des diesjährigen Welt-Ergotherapie-Tages des DVE, und Ergotherapie ganz allgemein bekannter zu machen, werden von uns Postkarten (und Poster) in einem einheitlichen Design entworfen und an ausgesuchte Zielgruppen verteilt.

Wir wählten folgende drei Zielgruppen aus, bei denen wir gezielt für Aufklärung sorgen möchten:

- Arbeitnehmer/Arbeitgeber
- Eltern bzw. Kindergärten/KITA's
- und Schulabgänger/Berufsinteressenten

Die Auswahl dieser Gruppen ergab sich aus gemeinsamer Reflexion, Interesse und der einhelligen Meinung, dass gerade diese Gruppen von mehr Informationen hinsichtlich ergotherapeutischer Arbeit besonders profitieren würden und hier noch Aufklärungsbedarf besteht.

Neben einem einheitlichen Design der Karten (und Poster), das einen Wiedererkennungswert schafft, war uns eine klare Gestaltung wichtig. So sollen Informationen und Hinweise auf weitere Quellen schnell und deutlich sichtbar werden.

Es wurde sich auf ein Corporate-Design mit den anderen Kleingruppen geeinigt, wodurch die Aktion nach Innen und nach Außen als einheitliches Projekt wahrgenommen wird und die gemeinsam gesteckten Ziele unterstrichen werden. So werden sich die Instagram-Seite, der entwickelte Podcast oder auch die Flyer jeweils aufeinander beziehen.

Die Zielgruppen werden auf den Karten mit Themen und Emotionen aus ihrem Alltag konfrontiert. Dadurch werden die Aufmerksamkeit und Neugier geweckt, eine Identifikation mit den Themen kann erfolgen.

Durch diese Karten soll Ergotherapie als eine mögliche Variante der Hilfestellung/Lösung für eine bestehende Einschränkung/Problematik bekannt gemacht werden.

2. Problemerkfassung

Die Auflistung soll die Themen verdeutlichen, bei denen wir als Gruppe Handlungsbedarf sehen:



Imageverbesserung durch aktive Aufklärung und nahe Alltagsbezüge



Bekanntheitsgrad der Ergotherapie erhöhen



Über Evidenz und Nutzen informieren



Die Abgrenzung von anderen Therapieberufen verdeutlichen

2.1 Worum geht es in dem Projekt und warum sind wir alle davon betroffen?

Wir haben uns damit beschäftigt, mit welchen Themen man konfrontiert wird, wenn es um den Beruf des*r Ergotherapeut*in geht. Dabei ist uns aufgefallen, dass viele das Einsatzgebiet der Ergotherapie gar nicht oder nur grob einordnen können.

Meist ist der Begriff „Ergotherapie“ immer noch mit dem Wort „Beschäftigung“ gekoppelt und weckt innere Bilder von Bastelkleber und Mandalas. Unser Projekt soll sich also auch damit befassen, das Image des Berufs in der Gesellschaft zu verbessern und auf die evidenzbasierten Methoden der Ergotherapie hinweisen. Dies geschieht u.a. über die Bereitstellung von Links zu weiterführenden Seiten.

Unsere eigenen Erfahrungen zeigen uns, dass über andere Therapie- oder Pflegeberufe meist ein allgemein bekannteres Wissen besteht. Um Ergotherapie ins Bewusstsein zu bringen haben wir für die Postkarten die Leitfrage „*Wie fühlst du dich?*“ verwendet. Sie gibt uns die Möglichkeit auf Augenhöhe mit den Leser*innen zu kommunizieren und die Aufgabenfelder der Ergotherapie zu vermitteln oder neu zu beschreiben.

Neben direkt von Einschränkungen betroffenen Menschen, sind natürlich auch die Ergotherapeut*innen selbst von dem Mangel an Kenntnis über den Berufsinhalt betroffen. Durch die nur wenig bekannten Aufgabenfelder wissen viele Menschen nicht, dass man ihnen mit gezielten ergotherapeutischen Maßnahmen zu mehr Lebensqualität verhelfen kann.

Die Karten können auf der Rückseite nicht nur Verweise auf mögliche Informationsquellen, sondern auch direkte praktische Tipps (z.B. Ergonomie, Umgang mit Stress...) aufweisen. So würde nicht nur der Zusammenhang zur Ergotherapie deutlich, sondern auch die eigene Fähigkeit, selbst aktiv etwas zu tun.

2.2 Wie sehen die Schwerpunkte aus und welche Ziele ergeben sich daraus?

Schwerpunkt Ausbildung

- Betroffene: Auszubildene/Schüler*innen
Themen: - Auseinandersetzung mit dem Beruf - durch Bekanntmachung des Berufes.
 - Abgleich der eigenen Fähigkeiten & Fertigkeiten mit den geforderten des Berufes.
 - Auf die Möglichkeit eines ausbildungsbegleitenden Studiums an der HAWK hinweisen.
 - Finanzielle Förderung der Ausbildung publik machen.
- Betroffene: Ausbildungsstellen
Themen: - durch eine adäquate Ausbildung neuer Fachkräfte dem Pflegestand entgegenwirken.
 - neue Kooperationen mit Schulen schließen, um ein vielfältiges Angebot für Praxiseinsätze während der Ausbildung zu gewährleisten.

Schwerpunkt Arbeitsalltag

- Betroffene: Arbeitgeber*innen
Themen: - Betriebsklima wird durch sichtbare und wertschätzende Maßnahmen gefördert und somit die Betriebsbindung gestärkt.
 - Motivation für Arbeitnehmer*innen wird gestärkt.
 - Gesunderhaltung der Arbeitnehmer*innen wird sichtbar gemacht.
- Betroffene: Arbeitnehmer*innen
Themen: - Wertschätzung erfahren.
 - gesundheitliche Prävention; Ergonomie am Arbeitsplatz.
 - Aufklärung auch für private Zwecke nützlich.

Schwerpunkt Kita/Kiga

- Betroffene: Kita/Kiga als Betriebe
Themen: - Eine anzustrebende Kooperation mit Ergotherapeut*innen um Unterstützung zu erfahren.
 - Angebot der Kita erweitern z.B. Frühförderung durch Ergotherapie.
 - Aufklärungsarbeit für mehr Akzeptanz des Berufs.
 - Prävention und Gesunderhaltung der Kinder.
- Betroffene: Eltern und Kinder
Themen: - Aufklärung und Information von Möglichkeiten der Ergotherapie.
 - Ergotherapie als alternative Behandlungsmethode kennenlernen.
 - Klientenedukation → Was kann ich selbst tun?

Daraus ergeben sich drei zentrale Oberthemen und Ziele:

- **Schwerpunkt Ausbildung**
*„Am Ende des Projektes informieren sich junge Erwachsene über den Beruf des*r Ergotherapeuten*in und entscheiden sich für den Beruf. Durch diesen Wandel profitieren ebenfalls zukünftige Ausbildungsstellen.“*
- **Schwerpunkt Arbeit**
*„Am Ende des Projektes informieren sich sowohl Arbeitgeber*innen als auch Arbeitnehmer*innen darüber, wie sie ihren Arbeitsalltag und ihren Arbeitsplatz mit Hilfe von Ergotherapie ergonomischer gestalten können.“*
- **Schwerpunkt Kita/Kiga**
„Am Ende des Projektes informieren sich Mitarbeitende und Eltern darüber, wie sie ihre Kinder mit Hilfe von Ergotherapie individuell unterstützen können.“

Am Ende des Projektes führen die Postkarten dazu, dass das Image des Berufsbildes des*r Ergotherapeut*in gestärkt und insgesamt verbessert wird.

3. Projektziele

3.1 Was soll mit dem Beitrag erreicht werden? Für welche Zielgruppe wird er erstellt?

Unser Projekt bietet den direkt von einer Krankheit/Einschränkung Betroffenen sowie deren Angehörigen die Möglichkeit, von der Ergotherapie zu profitieren. Wir beschränken uns absichtlich nicht auf den physischen Behandlungsbereich, sondern gehen ganzheitlich an das Thema heran. Da der psychische Bereich aus unserer Erfahrung meist nicht mit Ergotherapie in Verbindung gebracht wird, möchten wir diesen besonders herausstellen.

Wir wollen mit den informativen Postkarten (und Postern) aufzeigen, dass nicht nur die direkt betroffenen Menschen Hilfe in der Ergotherapie finden, sondern auch deren Angehörige mit Stress oder Belastungen hier an der richtigen Adresse sind. Durch eine gute Aufklärung über den Bereich der ET, können Therapeut*innen breitflächiger und ganzheitlicher Versorgungen sicherstellen. Die Postkarten (und Poster) sollen auf diese Aufklärung hinleiten.

Klient*innen wird es somit möglich, bei der ärztlichen Versorgung gezielter diese Art der Heilmittelerbringung einfordern zu können, da sie im Vorfeld durch Transparenz und Informationen über Behandlungsmethoden aufgeklärt wurden.

Durch den Charakter des Projektes sind wir in der Lage viele Menschen anzusprechen. Besonders in den aktuellen Zeiten von COVID-19 ist es wichtig zu erwähnen, dass hierzu kein direkter Personenkontakt nötig ist. Die Postkarten haben durch ihren Aufforderungscharakter einen Wiedererkennungswert, der den Lesern im Gedächtnis bleibt.

Die Wahrnehmungskarte für den **Schwerpunkt Kita/Kiga** ist so gestaltet, dass sie sowohl für Kinder (Freude, Entdecken, Ausmalen) als auch für die Eltern (Informationen) einen Wert hat. Eltern und Kinder gehen durch die Karte wünschenswerterweise in die Interaktion und für die Kinder verbessert sich der Bezug zur Ergotherapie spielerisch.

Bei dem [Schwerpunkt Arbeit](#) ist auf dem Poster eine Verlinkung zu dem Artikel „Ergotherapie im Homeoffice zu Corona Zeiten“ zu finden und ermöglicht dem*r Leser*in die eigene Recherche. Auf den Postkarten findet sich der Link zur Instagram-Seite, wo ebenfalls auf den o.g. Artikel hingewiesen wird.

Eine weitere positive Entwicklung, die durch unser Projekt ausgelöst werden könnte, wäre der Erhalt einer höheren Anerkennung der erbrachten Leistung, z.B. durch angepasste Vergütung. Durch den [Schwerpunkt Ausbildung](#) schaffen wir es vielleicht gegen den Pflegenotstand vorzugehen und neue Ausbildungsstellen und zukünftige Fachkräfte anzuwerben. Eine Bekanntmachung des Berufs sichert und schafft Arbeitsplätze.

4. Arbeitsplan (fortlaufend)

4.1 Arbeitsorganisation

Wir haben uns während der im Stundenplan festgelegten Selbststudienzeit in der Schule getroffen, um uns persönlich absprechen zu können. Während unserer Gespräche haben wir über das Thema diskutiert, uns intensiv damit auseinandergesetzt und Ideen gesammelt. Außerdem haben wir uns untereinander die Aufgaben eingeteilt, sodass jeder seine Fähigkeiten am besten in die Gruppe einbringen konnte. Diese Aufgaben waren dann immer bis zu einem gemeinsam bestimmten Termin zu erledigen, meist war dies der nächste Montag.

Für die Kommunikation außerhalb der Schule erstellten wir eine WhatsApp-Gruppe, in der wir Fragen stellen und uns gegenseitig auf kurzem Wege informieren konnten.

Des Weiteren haben wir uns per E-Mail ein Word-Dokument zugeschickt, in dem wir alle arbeiten konnten und anhand von Markierungen und Farben sehen konnten, wer etwas in dem Dokument verändert hat.

4.2 Welche Arbeitsmittel werden benötigt?

Um Informationen recherchieren zu können, brauchen wir einen PC und Internet. Außerdem brauchen wir den PC, um unseren Bericht im Laufe der Zeit zu schreiben.

Für Notizen während des Brainstormings oder für das Zeichnen von Postkarten- und Posterskizzen benötigen wir Stifte und Papier.

Um die Postkarten für die Zielgruppe Kita/Kiga nach dem Druck fertigstellen zu können, brauchen wir einen Kleber und folgende Materialien für die Felder: Klett, grobes Schleifpapier und Filz.

4.3 Wo und bei wem können wir uns informieren?

Im Internet können wir auf verschiedenste Homepages zugreifen, wie z.B. die des DVEs oder unserer Schule. Die Seite des DVEs haben wir zum Beispiel aufgerufen, um Informationen über das Motto des Welt-Ergotherapie-Tages zu erhalten oder uns durch bereits erstellte Plakate Inspiration zu holen.

Um mehr Austausch über die vorgenannte Problematik zu erhalten und vielfältige Meinungen mit einfließen lassen zu können, konnten wir unsere derzeitigen Praxiseinsatz-Anleiter ansprechen oder uns an andere Ergotherapiepraxen und -kliniken wenden.

Bei „City-Cards“ oder ähnlichen Anbietern haben wir nach Inspiration für unsere Postkarten geschaut, während wir uns bei uns bekannten Mediendesignern über Layout und Kosten informiert haben.

Wir sind ebenfalls mit der Kommunikationsleitung der DIAKOVERE in Kontakt getreten, um uns darüber zu informieren, ob wir das Logo des Fachschulzentrums auf unsere Postkarten drucken dürfen und ob es die Möglichkeit gibt, unser Projekt auch über Medien der DIAKOVERE öffentlich darzustellen.

4.4 Welche Methoden und Arbeitstechniken werden angewandt?

Wir setzten oft die Methode des Brainstormings ein, meist zu Beginn eines Treffens, um Ideen zu sammeln. Darüber kamen wir schnell in Diskussionen und weitere Fragen taten sich auf. Wenn wir eine weitere Meinung von außen brauchten, führten wir Interviews und befragten andere Ergotherapeut*innen, unsere Lehrkraft Frau Langsdorf oder Mitauszubildende.

Des Weiteren haben wir im Alltag überlegt, wo die Postkarten oder Poster am ehesten verteilt werden sollten und an welchen Orten wir welche Zielgruppe am besten erreichen.

Dabei haben wir uns immer an unseren Arbeits- und Zeitplan gehalten und ihn stets erweitert, um eine klare Struktur beizubehalten und gut voran zu kommen. Als Gruppe haben wir uns so gegenseitig kontrolliert und gefördert.

Innerhalb der ganzen Klasse haben wir zu Beginn des Unterrichts oft die Methode des Blitzlichts, angeleitet von Frau Langsdorf, verwendet, um zu schauen, ob in einer Projektgruppe organisatorische Fragen oder Probleme vorherrschen, die alle Gruppen interessieren könnten. Auf diese Weise konnte dann beispielsweise die Frage nach dem Budget geklärt werden und die Verteilung an die Gruppen stattfinden.

Falls außerhalb des Blitzlichts oder außerhalb der Präsenzzeiten Fragen aufgekommen sind, waren wir innerhalb der Klasse über unsere WhatsApp Gruppe vernetzt und konnten dort alles klären oder Informationen weiter leiten.

Mit Frau Langsdorf waren wir über E-Mail in Kontakt, falls es nötig war.

4.5 Arbeitsplan

WER	MACHT WAS	MIT WEM	BIS WANN
Chiara	Infos zu City-Cards/Edgar-Cards... einholen	-	31.08.
Chiara	Kostenübersicht: Copyshop, wirmachendruck.de	-	31.08.
Verena	Beispielkarten besorgen	-	31.08.
Enora	Gütekriterien vorbereiten für je Poster und Postkarten - einheitliche Größe - Logo sichtbar, „eine Aktion der Diakovere“	-	07.09.
Alle	Brainstorming / Ideensammlung zu den 3 Oberthemen / Zielen: mögliche Sprüche, Bilder, Gestaltung, Geschichten...	Freunden, Familie, Kollegen im Praktikumseinsatz, Betroffene...	31.08.
Enora	Ausformulieren des Berichtes 4-6	-	07.09.
Chiara	Ausformulieren des Berichtes 1-3, Formatieren des Berichtes	-	07.09.
Enora	Kontakte zur alten Ergo Praxis herstellen? Für Karten/Poster Fotos...	-	07.09.
Verena	Klären, ob die Abgabe von den jeweiligen Prototypen ausreichend ist?	-	07.09.
Alle	Drittes Gefühl für Kita Karte	-	07.09.
Alle	Slogen Poster	-	07.09.
Chiara	Postkarten Word	-	07.09.
Enora	Kommunikationszentrale	-	14.09.
Alle	Bericht lesen und ggf. ändern	-	12.09.
Chiara	Änderungen Postkarten übernehmen	-	14.09.
Verena	Budget klären -> Umverteilung in Kleingruppen	-	14.09.
Chiara	Preisliste final für Postkarten	-	14.09.
Alle	Preise Klettverschluss, Material für die Wahrnehmungskarte (Kita/Kiga)	-	21.09.
Chiara	Fühlkarte animieren für Instagram	-	21.09.
Enora	Ziele SMART formulieren	-	05.10.
Verena	Korrekturlesen, Gendern, für Einheitliche Formulierung sorgen, Dokument teilen	-	21.09.
Chiara	Änderungen übernehmen	-	21.09.
Alle	Gedanken über Postkarten Berichtserwähnung machen	-	21.09.
Chiara	Zeitplan aktualisieren	-	05.10.
Chiara Verena	Ablaufplan, Ideensammlung evtl. als Zeitstrahl	-	05.10.
Alle	Preise vergleichen, Gutscheine Neukunden, Druckauftrag starten	-	05.10.
Chiara	Link, Logo in Karte einfügen (E-Mail von Enora erforderlich)	-	05.10.
Chiara	Inhaltsverzeichnis	-	05.10.
Verena	Endformulierung des Berichtes	-	05.10.
Enora	Klettverschluss kaufen	-	19.10.
Chiara	PowerPoint	-	19.10.

5. Projektprodukt mit Gütekriterien

Die **Gütekriterien für die Postkarten** der drei Zielgruppen sind:

- einheitliche Größe (14,2cm x 9,8cm)
- einheitliches Layout (Querformat)
- einheitliche Struktur (Vorderseite Fragen, Rückseite Infos)
- einheitliche Hintergrundfarben und Schrifttypen
- die Schriftart ist gut lesbar (Serifenlos)
- Papierstärke ist 250g/m², um eine Stabilität und Haltbarkeit zu gewährleisten
- Druckart: matt

Auf der Vorderseite der Postkarten steht eine, auf jede Zielgruppe angepasste Frage, worunter jeweils drei Antwortmöglichkeiten stehen. Vor den Antwortmöglichkeiten befinden sich Quadrate, die dazu auffordern, eine Antwort anzukreuzen/zu erfüllen. Damit wird der Aufforderungscharakter, den wir für unsere Postkarten möchten, gewährleistet.

Die spezifischen Zielgruppen erkennt man an der Frage und der kurzen „Antwort“ auf der Rückseite der Postkarten. Für die Postkarte, die Kinder und ihre Eltern ansprechen soll, gibt es statt den möglichen Ankreuz-Quadraten ein interaktives Angebot durch „Fühlfelder“ mit verschiedenen Beschaffenheiten.

Auf jeder Postkartenrückseite sind das Logo unseres Klassenprojekts, des „Welttag der Ergotherapie 2020 des DVEs“ und der DIAKOVERE zu sehen. Der QR-Code, der zum Instagram-Account weiterleitet, befindet sich auf jeder Postkarte in dem Briefmarkenfeld.

Durch diese einheitliche Gestaltung wird der Wiedererkennungswert gewährleistet.

6. Ergebnispräsentation

6.1 Veröffentlichung der Ergebnisse

Die gedruckten Postkarten werden an folgenden Stellen ausgelegt/verteilt:

- **Schwerpunkt Kita/Kiga:**
Auslegung in Kitas/Kigas, Cafés in Stadtteilzentren, in Bürgerämtern, bei Allgemeinärzten
- **Schwerpunkt Arbeitsalltag:**
Auslegung in Jobcenter, Agentur für Arbeit
- **Schwerpunkt Ausbildung:**
Auslegung in BIZ, in Berufsfachschulen am Tag der offenen Tür

Zusätzlich werden die Postkarten in digitaler Form auf der Instagram-Seite veröffentlicht sowie in der Berufsfachschule des DIAKOVERE, wo das Projekt digital auf den Info-Bildschirmen präsentiert wird.

6.2 Inhaltliche Ergebnisse unserer Arbeit

Durch den Wegfall der Poster (vgl. Punkt 7.2) verlagert sich der Schwerpunkt unseres Projekts auf die Vernetzung und den wegweisenden Charakter der Postkarten.

Der Informationscharakter unseres Produkts verändert sich insofern, dass mit den Postkarten nicht mehr die Vielzahl an Informationen zur Verfügung gestellt werden können und hier vorrangig auf weiterführende Quellen verwiesen wird. Durch diesen Vernetzungscharakter (Homepage, Homeoffice, Instagram, Flyer) erlangt die Aktion insgesamt einen hohen Wiedererkennungswert. Dadurch profitieren ebenfalls die anderen Projektgruppen.

Die drei Oberziele (vgl. Punkt 2.2) werden mit den Postkarten erreicht. Um die Bekanntmachung des Berufsbildes zu steigern und die Aktion publiker zu machen, wäre allerdings eine weitaus höhere Auflagenzahl an Karten nötig. Aufgrund des begrenzten Budgetrahmens des Projekts war dies allerdings nicht möglich.

Die Zielgruppen spezifisch anzusprechen ist eine sinnvolle Idee, da die Informationen so gebündelt dort ankommen, wo sie ankommen sollen. In einer möglichen Fortführung des Projekts könnten weitere Zielgruppen erschlossen werden.

6.3 Präsentation unserer Ergebnisse

Die Präsentation der Ergebnisse findet zum einen durch Auslegung der Postkarten in unter *Punkt 6.1* genannten Stellen statt, zum anderen online auf der Instagram Seite und digital in der Berufsfachschule der DIAKOVERE. Durch diese Arten der Verbreitung werden nicht nur unterschiedliche Zielgruppen angesprochen, sondern diese auch auf unterschiedlichsten Wegen und Medien erreicht.

Des Weiteren stellen wir in der Klasse durch einen informativen Ergebnisvortrag unser Projekt vor. Dieser Beitrag wird begleitet von einer großformatigen PowerPoint Präsentation der Postkarten.

7. Ergebnisbewertung

7.1 Nach welchen Kriterien bewerten wir unsere Arbeit?

Zum einen lassen sich die unter *Punkt 5* aufgestellten Gütekriterien abgleichen: Unsere Postkarten erfüllen alle an sie gestellten Kriterien und haben somit die produktspezifischen Anforderungen erfüllt.

Zum anderen lassen sich die unter *Punkt 2.2* formulierten Ziele abgleichen:

Obwohl sich unser Projekt schwerpunktmäßig durch den Wegfall der Poster verändert hat, werden die aufgestellten Ziele erreicht. Die Karten regen die Nutzer*innen der Zielgruppe jeweils dazu an, sich über Ergotherapie zu informieren und rücken diese als Behandlungsmethode weiter in den Fokus. Nicht zuletzt durch den Vernetzungscharakter des Projekts gelingt es, Menschen den Beruf des*r Ergotherapeut*in näher zu bringen und das Image des Berufsbildes zu stärken.

7.2 Welche Schwierigkeiten sind aufgetaucht?

Da dem Projekt ein Gesamtbudget hinterlegt ist, das nicht wesentlich überschritten werden durfte, musste die Erstellung der Poster leider herausgenommen werden. Zudem stellte sich auch heraus, dass der Arbeitsaufwand für beides – die Poster und die Postkarten – den vorgegebenen Zeitrahmen sprengen würden.

Wir halten die zielgruppenspezifische Erstellung der Poster jedoch nach wie vor für eine interessante und sinnhafte Idee und hoffen, dass das Thema in einem der kommenden Jahre aufgegriffen wird.

Wir würden unsere Ideen zu diesem Thema der zukünftigen Gruppe weitergeben.

Im Anhang finden sich erste Skizzen und Überlegungen dazu, die gerne weiterverwendet werden dürfen.

Da der Druck und die Bestellung der Postkarten etwas länger gedauert hat und wir sie danach noch zuschneiden und weiterverarbeiten mussten, ist es uns leider nicht möglich gewesen, sie vor der Präsentation am 19.10.2020 an den entsprechenden Orten (*vgl. 6.1*) auszulegen. Dies wird aber direkt im Anschluss geschehen und die Karten werden pünktlich zum Welt-Ergotherapie-Tag an verschiedenen Stellen ausliegen.

7.3 Abschluss

Abschließend betrachten wir die Durchführung des Projekts als eine sehr wertvolle Erfahrung.

Zum einen wurde uns bewusst, wie schwer es fällt, den sehr vielfältigen Beruf des*r Ergotherapeut*in zu erfassen und zu erklären. Wir empfanden es daher als sehr wichtig, zielgruppenspezifisch zu arbeiten und prägnante Botschaften und Inhalte für jede gewählte Zielgruppe herauszuarbeiten. So tragen wir dazu bei, den Begriff Ergotherapie zu schärfen und Personengruppen gezielt zugänglich zu machen. Zum anderen haben wir erfahren, wie viel Zeit und Planung in einer Werbeaktion steckt, wie wichtig hier eine gut durchdachte Finanzplanung ist und auch, welche unvorhergesehenen Schwierigkeiten dabei auftreten können.

7.4 Ausblick

Nach der Präsentation am 19.10.2020 werden wir die Postkarten an verschiedenen Stellen (*vgl. 6.1*) auslegen. Nach ca. 1 Monat werden wir die Stellen erneut aufsuchen und nachschauen, ob noch Karten dort sind. So erhalten wir eine direkte Resonanz und können Rückschlüsse auf den Bedarf und den Erfolg der Aktion ziehen.

8. Quellen- und Bildverzeichnis

Logo Diakovere: www.diakovere.de/ausbildung

Logo des Welttag-der-Ergotherapie, Zugriff am 23.08.2020 auf: <https://www.wfot.org/resources>

Logo des DVE, Zugriff am 23.08.2020 auf: <https://dve.info/>

Hintergrund Postkarten: <https://de.freepik.com/vektoren/hintergrundde.freepik.com>

Instagram: <https://www.instagram.com/welttag.ergotherapie2020/>

Skripte und Unterrichtsmaterialien:

- K. Kolm (LF 2.5 Arbeitstherapie → Gütekriterien)
- I. Scheiber (LF 4 Öffentlichkeitsarbeit → Berufsidentität, Plakate erstellen)

Anhang

ENTWÜRFE POSTKARTEN

WIE FÜHST DU DICH?

- ☐ verpannt
- ☐ gestresst
- ☐ müde

AN/AG

Themen = Prävention
Stress Umgang
Achtsamkeit...

WIE FÜHST DU DICH?

- ☒ veruschelt
- ☒ aufgekratzt
- ☒ frech

Kita

"Fühl"-Karte =

1 = Filz

2 = Schmirgelpapier

3 = Klettverschluss

WAS IST DEIN WEG?

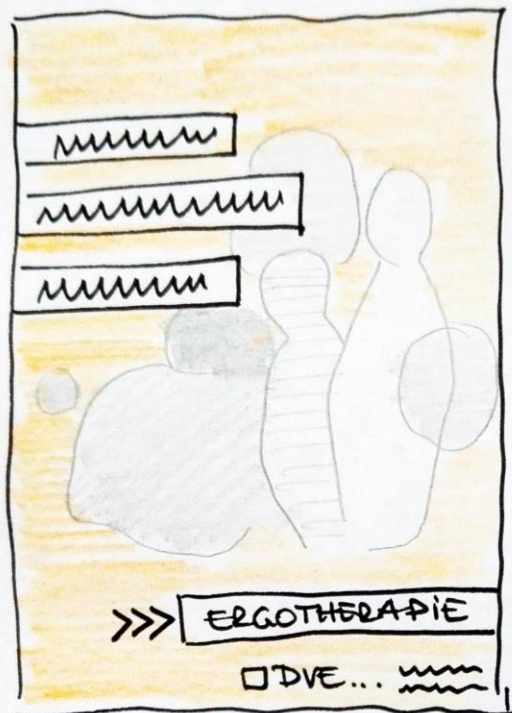
- ☐ Ausbildung
- ☐ Studium
- ☐ Gutes tun

Ausbildung

⇒ Antwort auf alle:

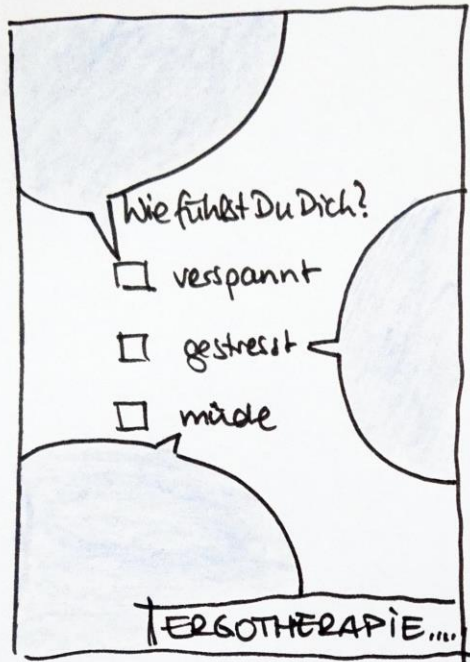
"Ergotherapie"

+ Infos zu Studium



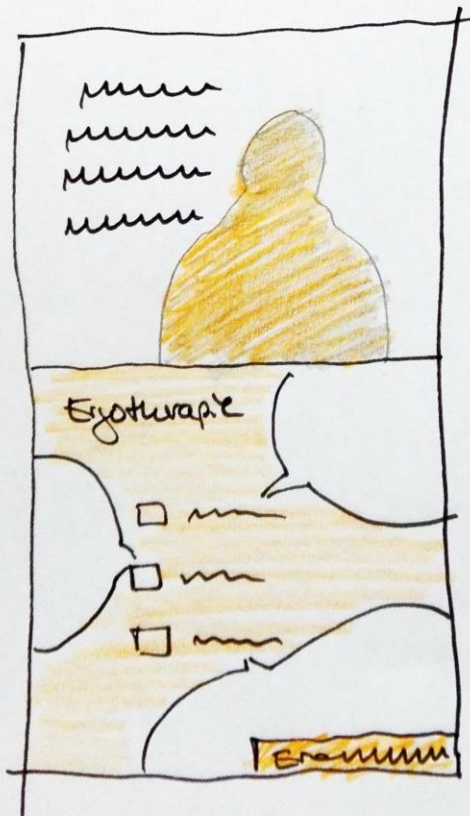
→ Layout orientiert
sich an HAWK-
Postern, Farbigkeit
anders

Poster - Ideen



→ in den Sprechblasen Infos zu Möglichkeiten, Stress / Verspannung / Müdigkeit entgegenzuwirken

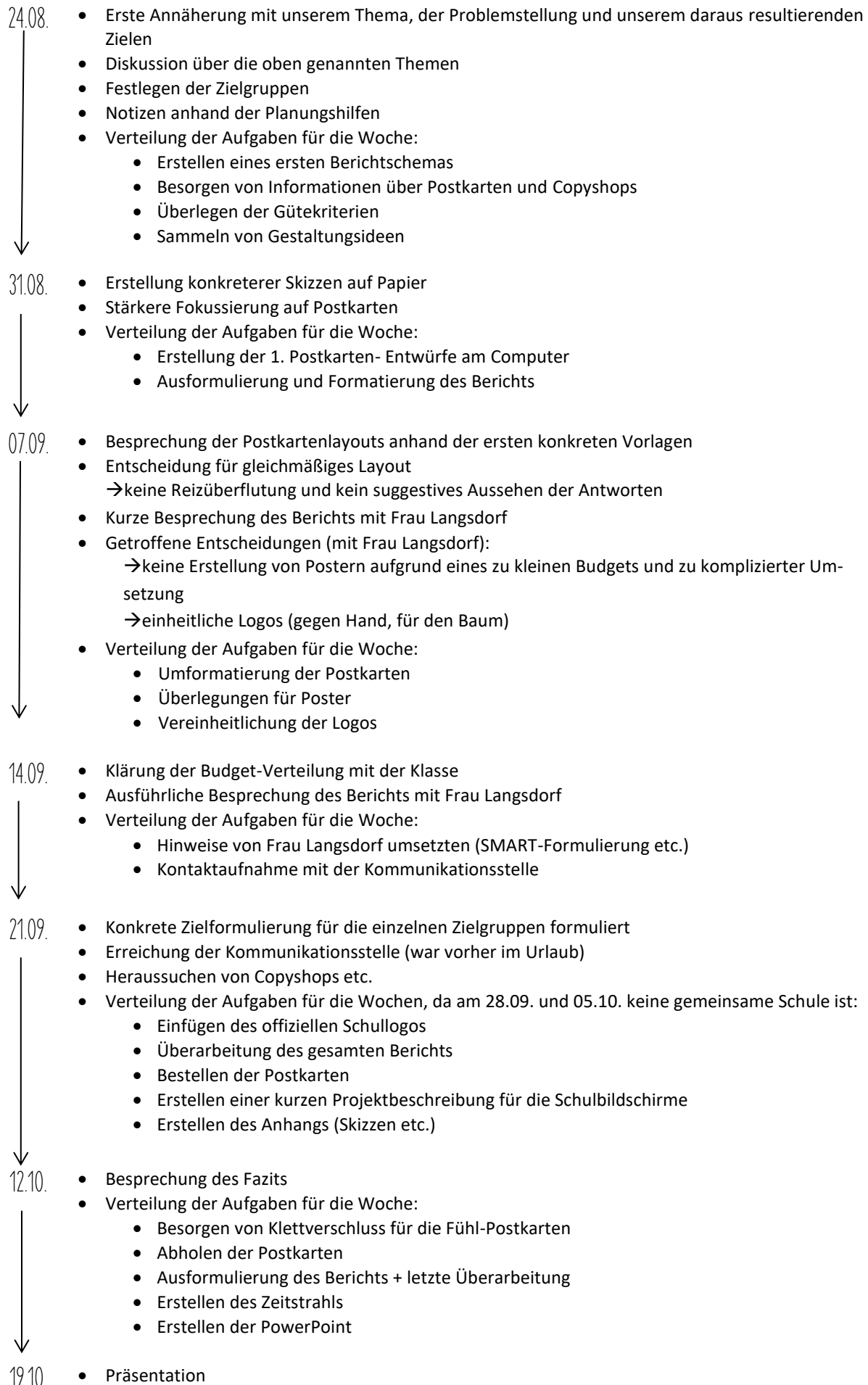
z.B. Übungen, Ergonomie am Arb.platz, Spazieren, kurz aufstehen, Pauseneinteilung



→ Person etwas verschwommen im Hintergrund mit konkretem Beispiel

→ untere Hälfte dann wieder die Infos (bezogen auf Person oben)

→ orange-farbige Accessoires wg. DVE-Logo



Wie fühlst Du Dich?

☐

verspannt

☐

gestresst

☐

müde



 **DIAKOVERE**
Organisiert von Schüler*innen des FACHSCHULZENTRUM

Schon mal an



gedacht?

Welches ist Dein Weg?



Ausbildung



Studium



Gutes tun

Schon mal an



gedacht?

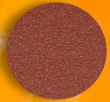
 **DIAKOVERE**
Organisiert von Schüler*innen des FACHSCHULZENTRUM



Wie fühlst Du Dich?



verkuschelt



aufgekratzt



frisch



 **DIAKOVERE**
Organisiert von Schüler*innen des FACHSCHULZENTRUM

Jedes Gefühl ist richtig!

