

Christiane Pfeiffer (Hg.)

**Neue Wege in der Ergotherapie**

von

Thomas Brixner

Julia Drosselmeyer

Philipp Eschenbeck

Nadine Füller

Jessica Giehl

Stefanie Kersten

Anja Krispien

Renée Oltmann

Esther Wendel

Christiane Pfeiffer (Hg.)

# Neue Wege in der Ergotherapie

von

Thomas Brixner  
Julia Drosselmeyer  
Philipp Eschenbeck  
Nadine Füller  
Jessica Giehl  
Stefanie Kersten  
Anja Krispien  
Renée Oltmann  
Esther Wendel



Das Gesundheitsforum

Schulz-  
Kirchner  
Verlag

## **Bibliografische Information Der Deutschen Bibliothek**

Die Deutsche Bibliothek verzeichnet diese Publikation in der Deutschen Nationalbibliografie; detaillierte bibliografische Daten sind im Internet über <http://dnb.ddb.de> abrufbar.

1. Auflage 2005

ISBN 3-8248-0385-2

Alle Rechte vorbehalten

© Schulz-Kirchner Verlag GmbH 2005

Druck und Bindung: Rosch Buch GmbH, Scheßlitz

Printed in Germany

---

# Inhalt

<b>Dipl.-Psych. Christiane Pfeiffer: Vorwort</b>	<b>11</b>
--	-----------

<b>Thomas Brixner: Marketing für die ergotherapeutische Praxis</b>	<b>13</b>
--	-----------

Abstract	14
<b>1 Einleitung</b>	<b>15</b>
<b>2 Definition und Funktion von Marketing</b>	<b>16</b>
2.1 Verschiedene Ansätze zur Definition von Marketing	16
2.2 Entwicklung von Marketing	16
2.3 Marketing für Konsumgüter	18
2.4 Marketing für Dienstleistungen	19
2.5 Besonderheiten im Dienstleistungsmarketing freier Berufe	19
<b>3 Das Gesundheitswesen in Deutschland</b>	<b>20</b>
<b>4 Die ergotherapeutische Praxis</b>	<b>21</b>
4.1 Leistungen der ergotherapeutischen Praxis	21
4.2 Die ergotherapeutische Praxis als Dienstleistungsunternehmen	21
4.3 Rechtliche Stellung der freien Berufe	21
<b>5 Marketing für die ergotherapeutische Praxis</b>	<b>22</b>
5.1 Marketing- Mix	22
5.2 Basiselemente des Praxismarketing	24
5.3 Zielgruppen des Marketingkonzeptes	26
<b>6 Marketinginstrumente für die Praxis</b>	<b>26</b>
6.1 Broschüren	26
<b>7 Zusammenfassung und Empfehlung für die Praxis</b>	<b>28</b>
<b>Literatur der Zusammenfassung</b>	<b>29</b>

<b>Julia Drosselmeyer: Ergotherapie bei Individualreisen beeinträchtigter Menschen, Diskussion eines neuen Arbeitsfeldes</b>	<b>31</b>
--	-----------

Abstract	32
<b>1 Einleitung</b>	<b>34</b>
<b>2 Die Bezeichnung „Behinderung“ in der Behindertenpolitik</b>	<b>34</b>
2.1 Ursprung des Begriffs „Behinderung“	35

<b>3</b>	<b>Der Begriff „Barrierefreiheit“</b>	36
3.1	Die Barrierefreie-Informationstechnik-Verordnung (BITV)	36
3.2	Barrieren im Netz und wen sie betreffen	36
3.3	Der Nutzen des Internets	37
3.4	Die Bedeutung des Internets für die Kommunikation behinderter Menschen	37
3.5	Die Entwicklung des Internets im Hinblick auf Individualreisen für Behinderte	38
<b>4</b>	<b>Die Rolle der Ergotherapie</b>	38
<b>5</b>	<b>Das Themengebiet der Freizeit</b>	39
5.1	Freizeit und Urlaub im Leben behinderter Menschen	39
5.2	Urlaubsgestaltung behinderter Menschen	40
<b>6</b>	<b>Einsatzbereich der Ergotherapie</b>	41
	<b>Literatur der Zusammenfassung</b>	44
	<b>Internetquellenverzeichnis der Zusammenfassung</b>	44

**Philipp Eschenbeck: Identifikation von Patientenmerkmalen im Hinblick auf das Behandlungsergebnis bei der Schlaganfall-Rehabilitation 45**

	Abstract	46
<b>1</b>	<b>Einleitung</b>	47
<b>2</b>	<b>Outcome-Instrumente zur Erfassung der „Aktivitäten des täglichen Lebens“ – ADL /IADL-Skalen</b>	48
<b>3</b>	<b>Einflussfaktoren</b>	49
<b>4</b>	<b>Untersuchung</b>	49
4.1	Methode der Untersuchung	49
4.2	Stichprobe	49
4.3	Untersuchungsablauf und Erhebungsinstrumente	50
<b>5</b>	<b>Ergebnisse</b>	51
5.1	Analyse der ADL-Skalen „Barthel-Index“ und „FIM“	51
5.2	Analyse von Einflussfaktoren	51
<b>6</b>	<b>Diskussion</b>	53
	<b>Literatur der Zusammenfassung</b>	56

---

**Nadine Füller: Die Ergotherapie als Bestandteil von  
Disease Management Programmen****59**

Abstract	60
<b>1 Einleitung</b>	62
<b>2 Das Deutsche Gesundheitswesen</b>	63
<b>3 Versorgung chronisch Kranker in Deutschland</b>	64
<b>4 Über-, Unter- und Fehlversorgung</b>	64
<b>5 Disease Management Programme</b>	64
5.1 Definition und Ziel eines DMP	65
5.2 Struktur eines Disease Management Programms	65
5.3 Kriterien für die Krankheitsauswahl	66
5.4 Aufbau und Durchführung eines Disease Management Programms	66
<b>6 Schlaganfall</b>	67
<b>7 Ergotherapie</b>	67
7.1 Wirkungsweise der Ergotherapie	68
7.2 Ergotherapeutische Befunderhebung	68
7.3 Ergotherapeutische Zielsetzung	68
7.4 Behandlungsplanung	69
7.5 Behandlungsverlauf	69
7.6 Ergotherapie in der Neurologie	69
7.7 Therapieziele in der Neurologie	70
<b>8 Stroke Units</b>	71
8.1 Ziele einer Stroke Unit	71
8.2 Ergotherapeutische Behandlungsverfahren auf einer Stroke Unit	71
<b>9 Anforderungen der Ergotherapie an strukturierte Behandlungsprogramme für den Schlaganfall</b>	72
9.1 Ergotherapeutische Behandlung nach evidenzbasierten Leitlinien	72
9.2 Qualitätssichernde Maßnahmen einer ergotherapeutischen Behandlung	72
<b>10 Qualitätsmanagement in der Ergotherapie</b>	72
<b>11 Dokumentation</b>	73
<b>12 Zusammenfassung: Die Ergotherapie als Bestandteil eines DMP</b>	74
<b>Literatur der Zusammenfassung</b>	76

---

**Jessica Giehl: Ideomotorik – Versuch eines additiven Therapieansatzes zur motorisch-funktionellen Rehabilitation von Schlaganfallpatienten in der ergotherapeutischen Praxis** **79**

Abstract	80
<b>1 Ideomotorik – Versuch eines additiven Therapieansatzes</b>	81
<b>Literatur der Zusammenfassung</b>	87

**Stefani Kersten: Dauermedikation bei Morbus Parkinson – Konsequenzen für die ergotherapeutische Behandlung** **89**

Abstract	90
<b>1 Einleitung</b>	91
<b>2 Was ist Morbus Parkinson?</b>	91
2.1 Symptome	93
2.2 Therapeutische Möglichkeiten	94
2.3 Was bedeutet Dauermedikation für den Patienten?	95
<b>3 Konsequenzen für die ergotherapeutische Behandlung</b>	95
<b>Literatur der Zusammenfassung</b>	99

**Anja Krispien: Hausgemeinschaften als Wohnform für demenzkranke Menschen – Ein neues Arbeitsfeld für Ergotherapeuten –** **101**

Abstract	102
<b>1 Einleitung</b>	103
<b>2 Das Krankheitsbild Demenz</b>	103
<b>3 Therapie</b>	105
<b>4 Hausgemeinschaften</b>	106
4.1 Ergotherapie in Hausgemeinschaften	107
<b>Literatur der Zusammenfassung</b>	110

<b>Renée Oltmann: Entwicklung einer CBT-Anwendung zur Erweiterung der ergotherapeutischen Handrehabilitation</b>		<b>111</b>
Abstract		113
<b>1</b>	<b>Einleitung</b>	114
<b>2</b>	<b>Ergotherapeutische Grundlagen und die Einbindung Neuer Medien</b>	115
2.1	Ergotherapie	115
2.2	Handtherapie	117
2.3	Neue Medien	122
2.4	Nutzung der Neuen Medien in der Ergotherapie	129
<b>3</b>	<b>Vorgaben und Grundlagen zur Entwicklung einer Computeranwendung zur Erweiterung der ergotherapeutischen Handrehabilitation</b>	133
3.1	Zielgruppen einer Computeranwendung der ergotherapeutischen Handrehabilitation	133
3.2	Exploration	134
3.3	Ergebnisse	134
3.4	Gesetzliche Grundlagen	136
<b>4</b>	<b>Entwicklung des Therapiesystems HandAid</b>	139
4.1	Das Gesamtkonzept von HandAid	139
4.2	Die Teilsysteme des HandAid-Therapiesystems	143
4.3	Technische Anforderungen	157
4.4	Übersicht der Leistungen des HandAid-Therapiesystems	157
<b>5</b>	<b>Anwendungsbeispiel des HandAid-Therapiesystems</b>	159
<b>6</b>	<b>Diskussion</b>	171
6.1	Patientenorientierte Erweiterung der ergotherapeutischen Handrehabilitation	171
6.1	Therapeutenorientierte Erweiterung der Handrehabilitation	172
6.4	Weitere Aspekte der Einbindung des HandAid Therapiesystems	173
6.5	Fazit	174
<b>7</b>	<b>Ausblick</b>	174
<b>8</b>	<b>Anhang</b>	177
	Leitfaden zur mündlichen Befragung der Patienten	177
8.1	Datenhandschuh von Immersion	178
<b>Literatur</b>		181
<b>Weiterführende Literatur</b>		184

**Esther Wendel: Die dialektisch-behaviorale Therapie nach Marsha Linehan (USA)  
bei Borderline-Persönlichkeitsstörungen und ihre Integrationsmöglichkeiten  
in der Ergotherapie in Deutschland** **185**

<b>1</b>	<b>Einleitung</b>	187
<b>2</b>	<b>Die Borderline-Persönlichkeitsstörung</b>	187
<b>3</b>	<b>Die dialektisch-behaviorale Therapie (DBT) nach Marsha Linehan</b>	188
3.1	Entstehung der Borderline-Persönlichkeitsstörung nach Linehan	190
3.2	Definition, Grundhaltung und Ziele der DBT	190
3.3	Zentrale Begriffe des Konzepts von Linehan	192
3.4	Umsetzung der DBT in der Therapie	194
<b>4</b>	<b>Die ergotherapeutische Behandlung bei BPS</b>	198
<b>5</b>	<b>Integration der DBT in die Ergotherapie</b>	201
	<b>Literatur</b>	205

---

## Vorwort

In der Ergotherapie wurden in den letzten Jahren zahlreiche neue Wege beschritten. Eine ganze Berufsgruppe und damit auch das Berufsfeld befindet sich im Wandel. Diese Veränderung spiegelt sich auch in der Ausbildung wider. Im Rahmen der Professionalisierung entstanden in den letzten Jahren an verschiedenen Fachhochschulen Bachelor- und Diplomstudiengänge, welche überwiegend als Weiterbildungsstudiengänge konzipiert sind.

Der erste grundständige Studiengang für Ergotherapie startete 1999 an der Europa Fachhochschule Fresenius in Idstein. Sowohl die Studierenden als auch die Dozenten und Dozentinnen betraten gemeinsam Neuland. Umso mehr freut es mich, heute die ersten Früchte der gemeinsamen Pionierarbeit in den Händen zu halten.

In dem vorliegenden Buch werden einzelne Diplomarbeiten aus dem Studiengang für Ergotherapie vorgestellt. Sie bilden den Anfang einer Reihe, in der sowohl Diplomarbeiten als auch Forschungsarbeiten aus dem Fachbereich Ergotherapie der Europa Fachhochschule Fresenius veröffentlicht werden. Die neuen Wege, welche die Ergotherapie beschreitet, spiegeln sich in diesen Arbeiten wider. Im vorliegenden Band wird durch die Vielfalt der Beiträge auch die Vielfalt des Berufsfeldes deutlich. Sie reicht von der Handrehabilitation über Marketingaspekte in ergotherapeutischen Praxen bis hin zu neuen Modellen in der Behandlung von Borderline-Persönlichkeitsstörungen.

An wen richtet sich dieses Buch? Wir wollen zum einen allen an der ergotherapeutischen Forschung Interessierten neue Impulse für weitere Diplom- und Forschungsarbeiten geben. Zum anderen möchten wir auch den interessierten Praktikerinnen und Praktikern Anregungen für die tägliche Patientenarbeit geben. Wir würden uns freuen, wenn durch diese Buchreihe die immer bestehende Lücke zwischen Theorie und Praxis etwas verkleinert werden könnte.

Ich möchte an dieser Stelle allen Autorinnen und Autoren, allen Dozentinnen und Dozenten der Europa Fachhochschule Fresenius sowie allen Mitwirkenden danken. Besonderer Dank gilt den Gutachterinnen und Gutachtern der hier veröffentlichten Arbeiten. Nur durch die Ideen und Neugier aller Beteiligten konnte dieses Buch entstehen.

*Dipl.-Psych. Christiane Pfeiffer*

**Thomas Brixner**

# **Marketing für die ergotherapeutische Praxis**

## Abstract

Die Idee zu dieser Arbeit entstand während der Zeit des Hauptstudiums. Die erforderlichen Praktika während der Ausbildung waren absolviert und im Studienfach BWL der Gesundheitsbetriebe wurde auch der Bereich Marketing gelehrt.

Ich bekam die theoretischen Grundlagen des Marketings vermittelt und konnte diese direkt mit den Erfahrungen vergleichen, die ich während der Praktika sammeln konnte.

Es fiel sofort deutlich die Diskrepanz zwischen Theorie und Praxis auf. Mir fiel auf, dass sich die meisten Praxeninhaber mit dem Thema Marketing wenig bis gar nicht auseinandersetzen. Was nach meiner Meinung einen Fehler darstellt und eine effiziente sowie zukunftsorientierte Unternehmensführung verhindert.

Vorgegebene gesetzliche Rahmenbedingungen sind für alle Praxen gleich. Die strenger werdende Budgetierung und steigende Zahl der Praxen setzt eine betriebswirtschaftliche und effektive Praxenführung voraus, dies beinhaltet auch eine zielorientierte Marketing-Strategie.

Aus den genannten Gründen untersucht die Arbeit, ob und wie ergotherapeutische Praxen Marketing betreiben können.

The idea for this thesis came up during my studies at the graduate level. The obligatory internships had been completed and one of the classes on business management for the medical field was about marketing.

Since I had learned about the basics of marketing theories, I was able to compare them first hand with the experiences I encountered during my internships.

Instantly, the discrepancy between theory and practise became obvious. I realised that most executives of Occupational Therapy (OT) offices in Germany do not seem to be concerned with the subject of marketing. In my opinion, this is a mistake that prevents the possibility of an efficient and future-oriented management.

For all OT-offices in Germany, there are general conditions decreed by law. The fact of increasingly stricter budgets and growing numbers of OT-offices requires an efficient business management which also includes a goal-directed marketing strategy.

Therefore, this thesis evaluates if and how OT-offices are able to be concerned with marketing.

## 1 Einleitung

Der Aufgabenbereich niedergelassener Ergotherapeuten erstreckt sich heute, neben klassischer Therapie, zunehmend auch auf unternehmerische Tätigkeiten. Denn auch der Gesundheitsmarkt sieht sich mit einer neuen Marktsituation konfrontiert; war Ende der 90er Jahre die Anzahl der ergotherapeutischen Praxen noch relativ gering, hat sich der Markt mittlerweile zu einem Nachfragermarkt entwickelt. Die steigende Anzahl niedergelassener Therapeuten sowie Finanzierungsprobleme des Gesundheitswesens führen zu einem merklichen Rückgang der vormals großen Nachfrage in einzelnen Praxen.

Die niedergelassenen Therapeuten müssen sich von der Konkurrenz abgrenzen, um erfolgreich zu sein. Eine Möglichkeit dies zu erreichen ist es, eine Marketingstrategie zu entwickeln. Ganz allgemein kann Marketing als „die Lehre von Absatz von Gütern und Dienstleistungen“ beschrieben werden. Im Rahmen der Arbeit soll untersucht werden, ob und wie ergotherapeutische Praxen Marketing betreiben können.

Es soll eine Einführung zum Thema Marketing gegeben werden. Weiterhin will die Arbeit zeigen, dass Marketing nicht nur ein Teil der Betriebswirtschaftslehre zur Erhöhung des Umsatzes ist oder dass Marketingstrategien nicht erst dann entwickelt werden sollten, wenn die Kunden ausbleiben. Marketing ist vielmehr bestimmt durch eine Grundhaltung der Praxis in der Kundenbeziehung. Das Ziel des Marketings ist die Ausrichtung aller Handlungen eines Anbieters an die Bedürfnisse des Abnehmers. Diese Haltung sollte für den Ergotherapeuten nicht neu sein, da sich dessen therapeutische Arbeit immer an den Bedürfnissen der Kunden orientiert. Allerdings zeigt sich durch die veränderte Marktsituation, gekoppelt mit dem Grundsatz der freien Therapeutenwahl, dass das Leistungsangebot neu entwickelt und die Stellung zu den Kunden überdacht werden sollte.

Ferner soll der Frage nachgegangen werden, ob erprobte Marketingansätze von Industrie und Handel auf das Gesundheitswesen übertragbar sind. Auf welche Art und Weise kann der niedergelassene Therapeut Marketing einsetzen? Um dies beantworten zu können, ist es notwendig, auf die Besonderheiten des Gesundheitsmarktes und auf die Rahmenbedingungen einzugehen.

Aus diesem Grund befasst sich die Arbeit mit einer Einführung in das Marketing, dem Gesundheitswesen in Deutschland, der ergotherapeutischen Praxis, den rechtlichen Grundlagen und den Marketingmaßnahmen für die niedergelassene Praxis.