

## Kampagne – mein Beruf: Hörakustiker:in

**FGH, 2025** – Die thematische Auswahl der Kampagnenbilder entspricht dem Mindset der Generation Z, also der Altersgruppe der heutigen Berufseinsteiger. Sie wünschen sich eine ausgewogene Work-Life-Balance, "Arbeit, ohne sich selbst zu vergessen". In einem Workshop mit künftigen Schulabgängern haben wir diese und weitere Erkenntnisse aus erster Hand gewonnen und das Konzept darauf aufgebaut.

Die finalen Kampagnenmotive zeigen Vertreter der Generation Z in der Ausbildung und bei beliebten Freizeitaktivitäten. Mit der einheitlichen Headline für die verschiedenen Bildmotive wird der Zusammenhang von Leben, Lernen und Arbeiten hergestellt. Besonders bei den Freizeitmotiven führt der Kontrast von Wort und Bild zur erwünschten Aufmerksamkeit, während die Ausbildungsmotive ein modernes und interessantes Berufsbild zeichnen. So entsteht in den Köpfen der Betrachter das Bild eines positiven und zukunftsweisenden Lebensentwurfs durch einen Beruf, der nicht nur bei den jungen Leuten immer noch zu wenig bekannt ist.



**mein Beruf:  
Hörakustiker**

**#weiterkommen**

Deine Zukunft ist hier! → 

FÖRDERGEMEINSCHAFT  
GUTES  
HÖREN

**WIR MACHEN HÖREN GUT**  
•• IHRE HÖRAKUSTIKER



**mein Beruf:  
Hörakustikerin**

**#weiterkommen**

Deine Zukunft ist hier! → 

FÖRDERGEMEINSCHAFT  
GUTES  
HÖREN

**WIR MACHEN HÖREN GUT**  
•• IHRE HÖRAKUSTIKER

# Presseinformation



**mein Beruf:  
Hörakustikerin**  
#weiterkommen

Deine Zukunft ist hier! → 

 **WIR MACHEN HÖREN GUT**  
•• IHRE HÖRAKUSTIKER



**mein Beruf:  
Hörakustikerin**  
#weiterkommen

Deine Zukunft ist hier! → 

 **WIR MACHEN HÖREN GUT**  
•• IHRE HÖRAKUSTIKER



**mein Beruf:  
Hörakustiker**  
#weiterkommen

Deine Zukunft ist hier! → 

 **WIR MACHEN HÖREN GUT**  
•• IHRE HÖRAKUSTIKER



**mein Beruf:  
Hörakustiker**  
#weiterkommen

Deine Zukunft ist hier! → 

 **WIR MACHEN HÖREN GUT**  
•• IHRE HÖRAKUSTIKER

Weitere Motive auf Anfrage, Verwendung und Nachdruck honorarfrei mit Quellennachweis: "FGH"