

HÖREX-Fortbildungskongress

Der Funke springt über

Telefunken heißt die neue Exklusivmarke, die es seit Herbst 2019 für die Mitgliedsfachbetriebe der HÖREX gibt. Beim fünften Fortbildungskongress der Genossenschaft gab es gleich zwei Workshops dazu.

„Bei mir hat's gefunkt!“ – so lautet die Markenbotschaft der neuen Hörgeräte unter der Marke Telefunken. Auf die HÖREXperten scheint der Funke schon übergesprungen zu sein: Der Workshop rund um die Hörgeräte unter der Marke Telefunken fand jedenfalls großen Zuspruch. Philipp Berendes und Jan Balmes, beide gelernte Hörakustikermeister und Produktrainer, gaben einen umfassenden Überblick über das Produktportfolio, neue Features und Möglichkeiten der Thrive-Hearing-Control-App. Gut zu wissen: Mit der Hörsystemfamilie können Hörakustiker leichte bis schwere Hörverluste vollständig abdecken. Menschen mit Hörminderung haben die Wahl zwischen den Bauformen Hinter dem Ohr (HdO), Receiver in the Canal (RIC), Mikro Receiver in the Canal (mRIC), RIC Rechargeable (R), In dem Ohr (IdO)/In the Canal (ITC), Completely in the Canal (CIC) und Invisible in the Canal (IIC) sowie sechs Leistungsklassen – von der Einstiegsklasse bis zum Spitzenmodell TF 9-2PLUS mit mentalem Aktivitäts- und Fitness-Tracker, Sturzalarm und Sprachübersetzung. Wer auf Batterien verzichten möchte, für den gibt es wiederaufladbare RIC-Geräte mit der leistungsstarken Lithium-Ionen-Akku-Technologie. Neues kommt 2020 in puncto Zubehör: Ein Tischmikrofon macht das Hören in herausfordernden Situationen noch einfacher – zum Beispiel bei Konferenzen. Zudem kann das Tischmikrofon Signale vom Fernseher in die Hörgeräte übertragen.

H.-P. Weihmann, gelernter Hörakustikermeister und bei der HÖREX als externer Berater zuständig für Marketing und Produktmanagement, ergänzte den Workshop von Berendes und Balmes mit einem Vortrag rund um das Thema Markenbildung. Im Mittelpunkt stand die Frage, wie man eine Marke mit hohem Bekannt-



Der Telefunken-Workshop fand bei den Teilnehmern großen Anklang.

Foto: HÖREX

heitsgrad optimal für die Kundenansprache nutzt. So stehe Telefunken für Qualität und zuverlässige Produkte, gebe Sicherheit und sei den Menschen sympathisch. „Zusammen mit Features wie Musikstreaming via Bluetooth, Sprachübersetzung oder Fitness-Tracking folgen die Telefunken-Hörsysteme den aktuellen Produktrends der Hörgerätebranche und eröffnen den Mitgliedsbetrieben der HÖREX die Möglichkeit, gerade auch Jüngere zu erreichen: Menschen, die offen sind für innovative Lösungen und die bei einer Versorgung vor allem auch den Zusatznutzen der Systeme sehen“, so Weihmann. „Die Hörsysteme sind der ideale Begleiter für Menschen, die mitten im Leben stehen und für die digitale Technik selbstverständlich zum Alltag dazugehört.“

Strategische Partner und Klangspektrum

Selbstverständlich gab es über Telefunken hinaus noch andere Themen auf dem Fortbildungskongress. So stellten die stra-

tegischen Partner der HÖREX – Bernafon, Oticon, Sivantos und Widex – ihre aktuellen Hörgerätefamilien vor, testeten mit den Teilnehmern neue Anpasswege oder beschäftigten sich mit der Konnektivität der Systeme. Auf große Resonanz bei den Hörakustikern stieß auch der Workshop von Martin Immenkemper von Klangspektrum. Er stellte das von ihm und Hörakustiker Hans-Rainer Kurz entwickelte Balanced-Acoustic-Level (BAL)-Messverfahren vor. Anders als herkömmliche Anpassformeln wie National Acoustic Laboratories (NAL) oder Desired Sensation Level (DSL) berücksichtigt das Anpassverfahren nach der BAL-Methode konsequent das subjektive Lautheitsempfinden der Hörgeräteträger. „Einige HÖREXperten haben bereits sehr gute Erfahrungen damit gemacht“, berichtete Vorstandsmitglied Gerd Müller. Einer von ihnen ist Sebastian Henning, Geschäftsführer der Hörwurm GmbH in Goch. Er nutzt die sogenannte Klangwelt seit 2019. „Das Messverfahren hat bei der Anpassung zwei große Vorteile“, so Henning. „Zum einen binde ich den Kunden aktiv ein. Dadurch

fällt es ihm leichter, die Hörsysteme anzunehmen. Zum anderen geht die Anpassung im Vergleich zum Skalieren schneller. Davon profitieren alle Beteiligten.“ Gerd Müller ergänzte: „Da nur wenige Hörakustiker mit diesem Verfahren arbeiten, bietet es eine gute Möglichkeit, sich von der Konkurrenz abzuheben. Deshalb wollten wir unseren Mitgliedern die Gelegenheit geben, die Klangwelt im Detail kennenzulernen.“

Einblick in die Forschung

Wie schon in den vergangenen Jahren hatte die HÖREX 2019 wieder einen Vertreter der Wissenschaft zum Kongress eingeladen. So war Dr. Lorenz Fiedler vom Eriksholm Research Centre in Dänemark als Keynote Speaker bei beiden Tagun-

gen zu Gast. Er gab Einblicke in die aktuelle Forschung zu kognitiv gesteuerten Hörgeräten. Bis diese auf den Markt kommen, sei allerdings Geduld gefragt. Fünf bis zehn Jahre werde es auf jeden Fall noch dauern, betonte Fiedler in seinem Vortrag.

Abgerundet wurde das Programm des Fortbildungskongresses durch Workshops rund um Zubehör und Otoplastiken. Außerdem war Audiocoach Jana Verheyen in Kassel vor Ort, um ihr Onlinehörtraining vorzustellen. Es soll Hörgeräteträger motivieren, sich aktiv mit der Hörminderung auseinanderzusetzen und Lösungen offensiv in Angriff zu nehmen. „Damit ist das Onlinehörtraining eine ideale Ergänzung zur Arbeit der Hörakustiker“, so Gerd Müller. „Letztendlich geht es darum,

Menschen mit Hörminderung zu vermitteln, wie positiv sich eine Hörgeräteversorgung auf die Lebensqualität auswirkt. Dafür brauchen wir innovative Produkte genauso wie Hörakustiker, die empathisch, gut ausgebildet und stets auf dem neuesten Stand sind.“

Der Fortbildungskongress fand 2019 übrigens gleich zweimal statt: das eine Mal vom 08. bis 10. November in Kassel, das andere Mal vom 22. bis 24. November in Heidenheim. „Mit den zwei Standorten möchten wir den Mitgliedern die Anreise erleichtern“, erklärte Gerd Müller. „Das kam bei unseren Mitgliedern gut an. Daher werden wir das 2020 beibehalten.“

*Martina Ostermeier ·
HÖREX*