

Digitale Generalversammlung der HÖREX Hör-Akustik eG

# GUTES GESAMTERGEBNIS TROTZ CORONA



Der Aufsichtsrat führt seine erfolgreiche Arbeit in gleicher Besetzung fort: Jens Pietschmann, Michael Jung, Katja Breck, Christian Großmann und Bärbel Peters (v. l. n. r.).

Zum zweiten Mal musste die HÖREX ihre Generalversammlung in den digitalen Raum verlegen. Inzwischen hat die Genossenschaft Routine mit derlei Veranstaltungen, und so war am 19. Juni 2021 alles bestens vorbereitet. Trotz Corona-Pandemie zieht der Vorstand eine positive Bilanz für 2020: Die Zahlen sind gut, alle Projekte laufen nach Plan.

## ■ Martina Ostermeier

**B**ei der ersten digitalen Generalversammlung im Herbst 2020 hatte Claudia Hellbach noch gehofft, dass sich die HÖREXperten in diesem Jahr in Potsdam treffen und die Feier zum 25-jährigen Jubiläum nachholen könnten. Doch schon bald zeichnete sich ab, dass größere Veranstaltungen auch 2021 schwierig bleiben. Der geplante Termin blieb, Potsdam steht jetzt 2022 im Kalender. Also wählten sich am Tag der Veranstaltung rund

90 Mitglieder in den digitalen Versammlungsraum ein. Dort wurden sie pünktlich um 14 Uhr vom Aufsichtsratsvorsitzenden Christan Großmann begrüßt. Sein erster Punkt auf der Themenagenda: 25 Jahre unermüdlicher Einsatz von Claudia Hellbach für die Genossenschaft. Danken wollte Großmann aber nicht nur ihr, sondern auch Mario Werndl, der sich von seinem Vorstandsposten zurückzieht. Den hatte er 2020 interimsmäßig noch einmal von seinem Vorgänger Gerd Müller übernommen. Werndl selbst sagt zu seinem Abschied aus dem Vorstand: „Seit Anfang des Jahres steht H.-P. Weihmann an der Seite meiner Kollegin Claudia Hellbach. Ich bin mir sicher, dass die Interessen der Mitglieder bei den beiden in besten Händen sind.“ Weihmann engagiert sich bereits seit 2014 als externer Berater für Strategie, Marketing und Produktmanagement für die HÖREX.

### Jahresabschluss mit guten Zahlen

In seinem Bericht zum Jahresabschluss blickt der Vorstand versöhnlich auf das Corona-Jahr: „Dass wir bei den Umsatzzahlen 2020 noch besser dastehen als im Vorjahr, ist hervorragend, vor allem angesichts der gesamtwirtschaftlichen Lage“, so Mario Werndl. Auch mit dem Absatz ist der Vorstand zufrieden. Die Zahlen liegen nur leicht unter denen von 2019 – dem bis dahin absatz- und umsatzstärksten Jahr der Genossenschaft. Bezüglich der Hersteller liegt der Fokus der HÖREX vor allem auf den Exklusivmarken TELEFUNKEN und Sonic. „Unser Ziel ist es, diese Absätze weiter auszubauen“, so Werndl. Was die Mitgliederentwicklung betrifft, verzeichnet die HÖREX zwar einige Filialschließungen und Verkäufe, die Zahl der neuen Mitglieder und Filialen liegt aber eindeutig höher. Ende Juni 2021 gehörten der Genossenschaft 556 Mitgliedsfachbetriebe an.

### Marketing stärkt HÖREXperten vor Ort

Wer an diesem Tag fehlte, war Vorstandsmitglied H.-P. Weihmann. Erst am Vortag der Generalversammlung musste er aus dringenden persönlichen Gründen zu seiner Familie zurückkehren. Katharina Schmidt, Marketing- und Produktmanagerin, übernahm seinen Part und präsentierte den Teilnehmern einen Überblick über erfolgreich abgeschlossene, laufende und anstehende Projekte. So war das Jahr 2020 zunächst von der Corona-Pandemie geprägt. In den ersten Monaten konzentrierte sich die Zentrale der HÖREX in Kreuztal vollständig darauf, die Mitgliedsfachbetriebe mit relevanten Kommunikationsmaterialien und Schutzausrüstung bestmöglich zu unterstützen. Laufende Marketingprojekte ruhten in dieser Zeit erst einmal, wurden in der zweiten Jahreshälfte aber fortgeführt. So stellte das Marketingteam im Herbst ein neues Corporate Design vor. Das moderne und klare Erscheinungsbild mit schnörkelloser Schrift und großflächigen Bildern rückt die Mitgliedsfachbetriebe weiter in den Mittelpunkt. „Unser Ziel ist es stets, die HÖREXperten und ihre Marke vor Ort

zu stärken“, so Katharina Schmidt. „Das neue Corporate Design lässt viel Spielraum für Individualität und gibt die Möglichkeit, sich vom Wettbewerb abzuheben.“ Gleiches gilt für die Bildwelt, die die HÖREX für ihre Mitglieder konzipiert und in einem eigenen Shooting umgesetzt hat. Sie steht jedem Mitglied seit Ende 2020 zur Verfügung. Die HÖREX selbst ist mit dem neuen Corporate Design Anfang 2021 online gegangen: Der Internetauftritt unter [www.hoerex.de](http://www.hoerex.de) richtet sich seitdem gezielt an Hörakustikerinnen und Hörakustiker sowie Geschäftspartner. Unter der neuen Adresse [www.ihre-hoerexperten.de](http://www.ihre-hoerexperten.de) bietet die HÖREX Endkunden ein reichhaltiges Informationsangebot rund um die Themen Hören, Hörgeräte und Hörgesundheit. Der Relaunch für diesen Webauftritt ist für Ende 2021, Anfang 2022 geplant.

### Neue Online-Display-Kampagne

Im Online-Marketing setzt die HÖREX ebenfalls verstärkt auf die individuelle, lokale Präsenz der Mitgliedsfachbetriebe. Dafür startete die Genossenschaft 2021 eine Online-Display-Kampagne. Die Anzeigen werden Internetnutzern proaktiv ausgespielt und erhöhen effizient und kostengünstig die Online-Sichtbarkeit für die HÖREXperten in den jeweiligen Regionen. Zugleich verweist die



Perfekt ausgestattet: der Tagungsraum in Kreuztal.

Kampagne auf die HÖREX Exklusivmarken TELEFUNKEN und Sonic: zwei Alleinstellungsmerkmale, mit denen die Mitgliedsfachbetriebe bei ihren Kunden punkten können. Der Vertrieb von Hörsystemen der Marke Sonic liegt in Deutschland seit Anfang 2021 wieder exklusiv bei den Mitgliedsfachbetrieben der HÖREX. Bereits im März folgte die Einführung der neuen Hörgeräteserie Sonic Radiant, ausgestattet mit der neuesten Technologie der Demant Gruppe. TELEFUNKEN hatte schon im Juli 2020 die nächste Hörgerätegeneration mit künstlicher Intelligenz und Sensorik gelauncht. Seit November 2020 überzeugt TELEFUNKEN zudem mit aufladbaren Im-Ohr-Hörsys-



Nach dem offiziellen Teil der Veranstaltung fand eine virtuelle Verkostung statt, für die zuvor Tasting-Boxen mit Schokolade an die Teilnehmer geschickt worden waren.

temen (IdO) und ist damit einer der wenigen Anbieter, die Akkus in allen Hörgerätebauförmungen bieten. Gut für die HÖREXperten: Sowohl Im-Ohr-Hörssysteme als auch Akku-Lösungen werden bei Menschen mit Hörminderung derzeit immer beliebter. Passend zu diesem Trend hat das HÖREX Marketingteam eine TELEFUNKEN Im-Ohr-Werbekampagne entwickelt.

### Ausblick: Exklusivmarken, Azubi-Initiative und Social Media

Katharina Schmidt kündigte den HÖREXperten auch an, was sie in den kommenden Monaten und im Jahr 2022 erwartet. Oberste Priorität hat das Portfolio der Exklusivmarken. Zudem arbeitet das Team in Kreuztal daran, die Mitgliedsfachbetriebe weiter zu entlasten. Auf der Agenda stehen die Vorbereitungen für die elektronische Rechnungsabwicklung, mehr Unterstützung im Bereich der Unternehmensnachfolge und der Ausbau des Existenzgründerprogramms. Eine Azubi-Initiative und Social-Media-Aktivitäten sind ebenfalls geplant. Für Letzteres sucht die HÖREX derzeit personelle Verstärkung.

### Aufsichtsrat unverändert, Satzung angepasst

Im Aufsichtsrat gab es in diesem Jahr keine Veränderung. Das Mandat von Michael Jung endete zwar, doch die Teilnehmer bestätigten ihn einstimmig in seinem Amt. Bei der konstituierenden Sitzung des Aufsichtsrats wurde

Christian Großmann als Vorsitzender wiedergewählt. Darüber hinaus stimmten die virtuell anwesenden Mitglieder positiv über eine Satzungsänderung ab. Damit hat die HÖREX künftig die Möglichkeit, die jährliche Generalversammlung als Hybridveranstaltung durchzuführen. Mitglieder, die nicht vor Ort sein können, haben so die Option, online teilzunehmen und auf diesem Weg ihr Stimmrecht auszuüben. „Die Satzungsänderung bietet uns künftig viel Flexibilität – auch wenn persönliche Begegnungen uns allen eindeutig lieber sind als virtuelle“, so Claudia Hellbach.

### Genussvolles Ende

Um 15:30 Uhr endete der offizielle Teil der Veranstaltung. Die HÖREX wäre aber nicht die HÖREX, gäbe es nicht einen inoffiziellen Part. Der startete eine Viertelstunde später. Zwei Maitres Chocolatiers von Lindt, zugeschaltet aus der Manufaktur in Kilchberg am Zürichsee, begrüßten die HÖREXperten. Für die virtuelle Verkostung hatte das HÖREX Organisationsteam vorab gut gefüllte Tasting-Boxen verschickt. Aufsichtsrat, Vorstand und alle anderen, die für eine erfolgreiche Generalversammlung gesorgt hatten, ließen den Tag schließlich coronakonform mit Abstand im Garten der HÖREX ausklingen: mit Leckereien vom Grill und dem EM-Spiel Portugal gegen Deutschland. Alle Anwesenden konnten übrigens einen aktuellen, negativen Corona-Test vorweisen.