

HÖREX FORTBILDUNGSKONGRESS

Volles Programm, viele Ideen

HÖREX - Fotograf: Dirk Sachmann



Christian Geiger: HÖREX Mitglied und Inhaber der Hörschmiede in Lüneburg.

Im November 2021 hatte die HÖREX zu ihrem Fortbildungskongress eingeladen. Mit dabei war HÖREX Mitglied Christian Geiger von der Hörschmiede aus Lüneburg. Aus Kassel nahm er jede Menge neuer Ideen mit in sein Fachgeschäft.

■ Martina Ostermeier

Ein Programm, zwei Termine, zwei Standorte: Das war der Plan für den HÖREX Fortbildungskongress 2021. Auf diese Weise möchte die Gemeinschaft ihren Mitgliedern die Teilnahme erleichtern. Aufgrund der Pandemie konnte jedoch nur die erste Veranstaltung vor Ort in Kassel stattfinden, die zweite Runde erfolgte nicht wie vorgesehen in Heidenheim, sondern zwischen Ende November und Mitte Dezember als Seminarreihe digital im Netz. Christian Geiger hatte



HÖREX – Fotograf: Dirk Sachmann

Endlich wieder Austausch ohne PC: Christian Geiger inmitten seiner Kolleginnen und Kollegen.

sich für den ersten Termin angemeldet. Also setzte er sich am Freitag, den 12. November, mittags ins Auto, um die rund 300 Kilometer von Lüneburg zum Schlosshotel Bad Wilhelmshöhe oberhalb von Kassel zurückzulegen. Dort startete die HÖREX am Abend mit einer Mitglieder-versammlung in das Fortbildungswochenende, das unter 3G-Bedingungen stattfand.

Für Geiger war es die erste größere Präsenzveranstaltung seit Beginn der Coronapandemie. „Es war ein schönes Gefühl, all die Kollegen real und nicht am Bildschirm zu sehen – auch wenn wir am Anfang nicht richtig wussten, wie wir uns verhalten sollen“, erzählt Geiger. „Da ist man erst aufeinander zu, dann wieder zurück, später hat sich das normalisiert. Die Organisation war auch so, dass wir uns alle sicher gefühlt haben – und der Austausch untereinander war einfach toll und intensiv. Da kommt man auf ganz andere Ideen, als wenn man alleine vor dem PC sitzt.“

Den Samstagmorgen begann Geiger – wie die meisten anderen Teilnehmenden des Fortbildungskongresses – mit einem Vortrag von Jakob Stephan Baschab, Hauptgeschäftsführer der Bundesinnung der Hörakustiker. In seinen Branchennews freute Baschab sich unter anderem darüber, dass der Markt nach wie vor wachse und die Zahl der Hörakustikfachgeschäfte weiter steige. Nach einer kurzen Pause ging es für Geiger weiter zum Workshop vom Hörzentrum Oldenburg. „Das, was uns Melanie Krüger über die neuen audiologischen Messmethoden zur Lautheitswahrnehmung und Höranstrengung berichtet hat, war superspannend“, so Christian Geiger.

Social Media im Doppelpack

Der Samstagnachmittag stand bei Geiger ganz im Zeichen von Social Media. „Das Thema ist einfach wichtig. Immer mehr unserer Kunden sind auf Facebook unterwegs und die Kinder unserer Kunden auf Instagram“, so Geiger. „Dass die HÖREX das Thema Social Media jetzt vorantreibt, finde ich klasse.“ Wie viele andere hat auch Geiger einen Social-Media-Account. „Noch fehlt mir aber der rote Faden“, gibt er zu – und ist damit sicherlich nicht der Einzige. Das weiß auch Diandra Mürb. Die 23-Jährige verstärkt seit Oktober 2021 das interne Marketing-Team der HÖREX. Zuvor absolvierte sie ein Studium im Bereich Betriebswirtschaftslehre an der Dualen Hochschule Baden-Württemberg in Heilbronn mit dem Schwerpunkt Marketing/Social Media. Bei der HÖREX etabliert sie nun zunächst die Social-Media-Kanäle LinkedIn, Xing, Facebook und Instagram, sodass sich dort junge und etablierte Hörakustiker sowie HÖREX Mitglieder und Geschäftspartner mit der Genossenschaft vernetzen können. Außerdem wird Diandra Mürb die Mitgliedsfachbetriebe in puncto Social Media unterstützen und ihnen als persönliche Ansprechpartnerin zur Verfügung stehen. Zum Schnuppern gab es 2021 gleich zwei Workshops auf dem Fortbildungskongress. Im Einsteiger-Workshop ging es um mögliche Social-Media-Strategien, die Fortgeschrittenen beschäftigten sich mit Social-Media-Advertising. Als Experten hatte die HÖREX Daniel Pieper von der Hamburger Agentur „Die Werbegenossen“ eingeladen, mit der die HÖREX bereits seit rund vier Jahren erfolgreich zusammenarbeitet. „Ich konnte da viel mitnehmen“, so Christian Geiger, der beide Workshops besuchte. „Das



HÖREX – Foto: G. B. S. / d. h. n. n.

Jakob Stephan Baschab informiert die HÖREXperten am Samstagmorgen über die Neuigkeiten der Branche.

Wichtigste: Ich brauche einen Fahrplan: Wo möchte ich hin? Wen möchte ich erreichen? Und: Es ergibt keinen Sinn, Fotos von Kaffeetassen zu posten. Stattdessen muss man sich Zeit nehmen und sich Gedanken über Inhalte machen, die für die Zielgruppe relevant sind“, so Geiger. „Wenn uns die HÖREX künftig dabei unterstützt, ist das für mich auf jeden Fall eine wertvolle Hilfe.“

Verkauf optimieren: mit Motivation und Teamgeist

Baschab, Hörzentrum Oldenburg, zweimal Social Media: Dazwischen blieb tatsächlich noch ein Zeitfenster für einen weiteren Workshop rund um die Frage, wie man als Hörakustiker Beratung und Verkauf optimieren kann. Referent Frank Kübler, seit 20 Jahren Unternehmer sowie Verkaufs- und Veränderungsexperte, setzte dabei vor allem

auf Reflexion: Wofür bin ich Hörakustiker geworden und wie lebe ich diese Rolle erfolgreich? Wie arbeiten wir aktuell und was können wir positiv verändern – auch im Team? Was will eigentlich der Kunde, und was können wir mit diesem Wissen verbessern? Ausgehend von diesen Fragen entwickelten die Workshopteilnehmer gemeinsam erste Ideen und Lösungen. Ein wichtiger Punkt, den sich Geiger unter anderem gemerkt hat: Man ist nur so gut wie das ganze Team. Und: Für die Motivation ist es enorm wichtig, Positives immer wieder anzusprechen. „Tatsächlich machen wir das im Alltag. Wenn zum Beispiel bei einem Kunden etwas besonders gut geklappt hat, teilen wir diese Erfahrung miteinander. Und wenn es eine positive Google-Bewertung gibt, stelle ich das in unsere WhatsApp-Gruppe.“ Fazit: Wenn alle motiviert sind, merkt das der Kunde. Das wiederum ist gut für den Verkauf.

Exklusivmarken, strategische Partner und mehr

Insgesamt 15 biha-zertifizierte Workshops hatte die HÖREX auf das Programm des Fortbildungskongresses gesetzt.

Klar, dass Christian Geiger nicht alle besuchen konnte, in der Regel laufen drei Veranstaltungen parallel. Neben Online-Marketing und Social Media waren die Exklusivmarken der HÖREX ein Programmschwerpunkt. Mit ihnen

gibt die Genossenschaft ihren Mitgliedern die Möglichkeit, sich vom Wettbewerb abzusetzen. Sowohl zu TELEFUNKEN als auch zu Sonic gab es jeweils einen Workshop. Bei TELEFUNKEN stand vor allem das Thema „Künstliche Intelligenz und Sensorik“ im Mittelpunkt. Beides zusammen ermöglicht Funktionen, die beim Kauf von Hörgeräten einen immer höheren Stellenwert einnehmen – etwa der mentale

Fitness- und Aktivitätstracker oder der Sturzalarm. Im Sonic Workshop hatten die Teilnehmenden Gelegenheit, einerseits die Marke besser kennenzulernen und andererseits neue Anpassstrategien auszuprobieren.

Neben den Vertretern der Exklusivmarken waren auch die strategischen Partner beim Fortbildungskongress dabei, sodass die

Samstag, 18 Uhr: Eigentlich ging zu diesem Zeitpunkt der letzte Workshop des Tages zu Ende. Doch in Geigers Kopf arbeitete es weiter. Beim gemeinsamen Abendessen gerieten Teamkollegin Julia Kahl und er in einen intensiven Austausch mit Dominic Schmidt von Hörluchs und Carsten Braun von Bernafon. Welche Ideen gibt es in den Unternehmen? Was soll dort umgesetzt werden? „Über all die Gespräche habe ich glatt den Cocktail-Workshop vergessen, den die HÖREX organisiert hatte, und bei dem auch viele Mitglieder mitmachten“, erinnert sich Geiger lachend. Der abendliche Austausch ging auf jeden Fall lang. Und so konnte Geiger auch noch einmal die Themen Online-Marketing und Social Media vertiefen – gemeinsam mit Daniel Pieper von den Werbegenossen sowie Diandra Mürb und Katharina Schmidt aus dem HÖREX Marketing-Team.

Tag zwei: CI und Online-Marketing

Für Sonntag hatte sich Christian Geiger den Workshop mit Dr. Jérôme Servais vorgenommen. „Das war ein kleines, aber sehr feines Seminar“, so Geiger. Servais ist Chefarzt für Hals-Nasen-Ohrenheilkunde und Leiter der Ohrenklinik am Heilig-Geist Hospital Bensheim. Thema der Veranstaltung waren neue Kooperationsmodelle zwischen Klinik und Akustiker bei der wohnortnahen CI-Nachsorge. „Spannend war für mich vor allem der Aspekt, wie wir als Hörakustiker unsere Kunden schon vor ihrem ersten Klinikbesuch bei diesem für sie schwierigen Thema beraten können“, so Geiger. „Letztendlich geht es darum, Ängste zu nehmen und Mut zu machen – aber vielleicht auch übertriebene Hoffnungen zu schmälern.“ Da Geiger in seinem Fachgeschäft zwei Kinder mit CIs betreut, war für ihn auch die Frage interessant, wie er sie bei der Nachsorge vor Ort unterstützen kann. „Das war ein toller Austausch mit vielen Ideen. Und ich bin aus dem Workshop gekommen mit der Motivation, mich mit dem Thema CI-Anpassung näher zu beschäftigen.“

Zum Abschluss ging es für Geiger zu WinLocal, wo es einen umfassenden Einblick gab, wie Hörakustiker sich mit ihrem Fachgeschäft online erfolgreich aufstellen können, um nachhaltig und planbar Neukunden mit dem richtigen Online-Marketingmix zu gewinnen. „Zugegeben: Meine Workshop-Auswahl war vielleicht etwas marketinglastig. Aber es ist einfach ein sehr wichtiges Thema für mich. Ich bin der Meinung: Innovative Hörsysteme brauchen innovatives Marketing. Auf dem Fortbildungskongress habe ich genau den Input und Austausch bekommen, den ich brauche, um innovativ weiterdenken zu können.“ Mit diesem Fazit, einem guten Gefühl und einem Kopf voller Ideen fuhr Christian Geiger am Sonntagnachmittag zurück nach Lüneburg.



Innovatives Marketing für innovative Hörgeräte: Auch im Workshop mit Dr. Jessica Thiel von WinLocal bekommt Geiger Anregungen für sein eigenes Marketing.

Teilnehmenden sich über aktuelle Themen und Entwicklungen informieren konnten. Oticon ging im Workshop vor allem darauf ein, dass Hörgeräte keineswegs vergleichbar sind, und wie sich Unterschiede als Verkaufsargument nutzen lassen. Bei Signia lernten die Hörakustiker, wie sie aktuelle Accessoires untereinander und mit neuesten Hörgeräten von Signia koppeln und anschließend

für den Praxisgebrauch fit machen können. Widex wiederum stellte die Fragen in den Mittelpunkt, wie ein Cloud-basiertes Datalogging die individuelle Feinanpassung im Fachgeschäft unterstützt und welche Rolle hierbei der gezielte Einsatz künstlicher Intelligenz spielt.

Abgerundet wurde das Programm des Fortbildungskongresses durch Workshops der Firma Hörluchs zu

den Themen „Hörsystemanpassung am Arbeitsplatz“ und „Otoplastiken aus dem 3D-Drucker“. Außerdem präsentierte Audio-Coach Jana Verheyen ihr Online-Hörtraining. Sie war zudem beim Workshop von Dr. Jérôme Servais von der Ohrenklinik in Bensheim dabei und berichtete dort, wie sie sich selbst fühlte, als sie mit CIs versorgt wurde, und davon, wie sie selbst andere CI-Träger berät.