

# »WIR BRENNEN FÜR DIE HÖRAKUSTIK«

Von Dennis Kraus / Fotos: HÖREX



Claudia Hellbach und H.-P. Weihmann →

Die HÖREX feiert in diesem Jahr ihren 30. Geburtstag. Wo steht die 1995 in Kreuztal gegründete Genossenschaft mit ihren 250 Mitgliedern mit rund 500 Betriebstätten heute? Welche Themen treiben die Vorstände Claudia Hellbach und H.-P. Weihmann um? Ein Gespräch.

**Frau Hellbach, Herr Weihmann, die HÖREX feiert in diesem Jahr ihr 30-jähriges Bestehen. Welche Aktivitäten sind anlässlich des Jubiläums geplant?**

**Hellbach:** Dass die HÖREX in diesem Jahr ihr 30-jähriges Bestehen feiert, ist ja eigentlich das Verdienst unserer Mitglieder. Deshalb möchten wir, dass sie in diesem Jahr in besonderem Maße von ihrer Mitgliedschaft profitieren. Wir werden in jedem Monat gemeinsam mit unseren Partnern spezielle Aktionen ausloben, die sich u.a. auf spezielle Konditionen im Einkauf oder entsprechende Werbeaktionen beziehen. Besonderes Highlight im Jubiläumsjahr werden unsere Unternehmertage inklusive der Generalversammlung in Prag sein. Dort werden wir das 30-jährige Bestehen der HÖREX mit einer großen Jubiläumsparty gebührend feiern und unseren Mitgliedern ein spannendes Programm bieten. Dazu gehören Fachvorträge zu unterschiedlichen hörakustischen und unternehmerischen Themen sowie ein attraktives Rahmenprogramm.

**Wie hat sich eigentlich die Mitgliederstruktur der HÖREX entwickelt? Wenn wir zum Bei-**

**spiel an den HÖREX-Mitbegründer Thomas Sühnel, dessen Geschäfte von seinen Nachfolgern inzwischen verkauft wurden, aber auch manch andere denken, fallen uns einige ein, die sowohl Hörakustik als auch Augenoptik angeboten haben. Was bedeutet das für die HÖREX, die die Akustik ja schon im Namen trägt?**

**Weihmann:** Es ist richtig, dass relativ viele unserer Mitglieder Mischbetriebe betreiben. Dennoch überlassen wir das Thema Optik den Gemeinschaften, die sich darauf fokussiert haben. Unsere Mischbetriebe bekommen von uns alle Leistungen, die für den Bereich Hörakustik relevant sind. Parallel können sie in einer Optik-Gemeinschaft sein und von dort die benötigten Leistungen für die Optik beziehen.

**Hellbach:** Wir brennen für die Hörakustik. Und was das Verhältnis zwischen Mischbetrieben und reinen Hörakustikbetrieben bei uns angeht: Dieses lag vor dem Ausscheiden der Mr. Optik nebst Anschlussunternehmen bei 55 Prozent Mischbetrieben. Heute stehen wir bei 60 Prozent reinen Hörakustikfachgeschäften. Das liegt natürlich einerseits an dem genannten Abgang eines unserer größten Mitglieder, andererseits aber auch daran, dass die Betriebe, die sich uns neu anschließen, in aller Regel reine

Hörakustikfachgeschäfte sind. Das Ausscheiden der Mr. Optik nebst Anschlussunternehmen war im Übrigen eine von uns bewusst herbeigeführte Entscheidung. Wir konnten uns den Verbleib von Geschäften eines Retailers in der HÖREX nicht vorstellen.

#### **Welche Themen treiben die HÖREX derzeit besonders um?**

**Weihmann:** Wir haben drei Fokusthemen, die uns schon eine ganze Weile begleiten und sicherlich auch noch weiter begleiten werden. Da wäre zunächst der Abgang unseres Gründungsmitglieds, das gleichzeitig auch das größte Mitglied war – den wollen wir natürlich durch Wachstum kompensieren. Und das wird nicht mit einem kurzen Sprint zu schaffen sein. Es gibt ja kaum noch Unternehmen, die nicht mit einer Gemeinschaft kooperiert sind. Und für uns kommt es nicht infrage, anderen Gemeinschaften aktiv Mitglieder abzuwerben. Daher spielt hierbei auch das Thema Gründer eine Rolle.

#### **Und das zweite Fokusthema?**

**Weihmann:** Das ist die Ausbildung. Hier haben wir uns gefragt, wie wir unsere Mitglieder bei der Entscheidung unterstützen können, dass sie überhaupt ausbilden möchten. Und so hat ein Team von Mitgliedern, die zum Teil unserem Expertenrat angehören und sich auch selbst im Ausbildungsbereich engagieren oder engagiert haben, ein Programm entwickelt, das sich über alle drei Lehrjahre erstreckt. Bei unserem Fortbildungskongress im November letzten Jahres haben wir erstmals überbetriebliche Ausbildungstage angeboten. Von unseren Mitgliedern wurde das gut angenommen: Sie haben ihre Azubis mitgebracht oder eigenständig zu unserem Kongress geschickt. Aber da ist sicher noch Luft nach oben, daher möchten wir das weiter vorantreiben.

**Hellbach:** Unsere Mitgliederumfrage hat uns darin bestärkt. In der haben wir u.a. gefragt, ob es bei der Entscheidung, Ausbildungen anzubieten, helfen würde, wenn die HÖREX auch hier zur Seite stünde. Für einige war das ein Punkt. Als Einzelkämpfer mutet man sich das vielleicht zunächst nicht zu, aber mit unserer Unterstützung eventuell schon.

#### **Wie weit reicht die Unterstützung, die Sie Ihren Mitgliedern hier anbieten?**

„Wie können wir als Gemeinschaft Unterstützung bieten, wenn Mitglieder an den Punkt kommen, an dem sie ihr Lebenswerk weitergeben möchten?“

**Weihmann:** Natürlich können wir nicht die ganze Last schultern. Aber bei dem, was überbetrieblich stattfindet, können wir mit unserem Programm helfen. Zusätzlich haben wir ein Azubi-Paket geschnürt, das jeder Auszubildende, der bei einem unserer Mitglieder lernt, abrufen kann. Neben den typischen Utensilien beinhaltet das auch einen kompletten Satz Fräser sowie die Option, sich kostenfrei 20 Rohlinge zu bestellen, sodass man Übungsmaterial zur Verfügung hat. Es geht uns also nicht allein darum, Schulungen anzubieten.

#### **Mitte Januar haben Sie außerdem, im Verbund mit der MediTrend und der BestAkustik, den Start der Ausbildungskampagne »I doubt it!« bekanntgegeben. Was beinhaltet die Kampagne und wie kam es dazu?**

**Weihmann:** Das Thema Ausbildung treibt uns bekanntlich alle um. Die Kampagne beinhaltet POS-Material, Social-Media-Postings sowie eine Landing-Page, auf der man als Mitglied von einer der drei Gemeinschaften sehr einfach seine Stellenausschreibungen für Auszubildende platzieren kann. Gemeinsam werden wir das über verschiedene Kanäle und Jobportale immer weiter bekanntmachen. Zum Launch der Kampagne haben wir außerdem an alle Mitglieder der MediTrend, BestAkustik und der HÖREX ein Video geschickt, das wir in Lübeck gedreht haben. Darin erklären wir, warum wir bei diesem so wichtigen Thema zusammen agieren. Wie eingangs gesagt: Wir stehen alle vor demselben Problem. Und auch wenn die BestAkustik, genau wie wir, bereits eine Azubi-Kampagne

H.-P. Weihmann begann 2013 als freier Mitarbeiter in den Bereichen Marketing und Produktmanagement bei der HÖREX, 2021 wurde er in den Vorstand berufen →



auf die Beine gestellt hat, denken wir, dass wir gemeinsam einfach mehr PS auf die Straße bekommen.

**Kommen wir zum dritten Fokusthema.**

**Weihmann:** Das ist die Unternehmensnachfolge. Die Frage, die wir uns hier stellen, ist die: Wie können wir als Gemeinschaft Unterstützung bieten, wenn Mitglieder an den Punkt kommen, an dem sie ihr Lebenswerk weitergeben möchten? Wie können wir helfen, dass sie sich nicht dafür entscheiden, ihr Geschäft – oder ihre Geschäfte – an die typischen Marktteilnehmer zu verkaufen, nur weil diese die einzigen sind, die entsprechende Summen bieten?

**Hellbach:** Oder, weil sie die ersten sind, die auf die Betriebe zugehen und ein Angebot abgeben. Wenn man als Inhaber einmal in diesem Netz ist, verfängt man sich darin schnell auch mal. Wir sind daher der Auffassung, dass es wichtig ist, früh zu kommunizieren, welche Möglichkeiten es überhaupt gibt. Natürlich ist uns bewusst, dass wir so nicht alle werden abholen können. Viele sehen den Verkauf ihres Betriebs als wichtigen Teil ihrer Altersvorsorge. Die verkaufen dann eben an den Meistbietenden. Aber es gibt auch die, die sich für ihren Betrieb etwas anderes wünschen. Und die wollen wir versuchen, möglichst früh abzuholen – zum Beispiel mit der Idee einer langfristigen Beteiligung.

**Weihmann:** Wenn jemand offen ist für andere Lösungen und uns die Chance gibt, einen Weg zu finden, dann können wir als Gemeinschaft

etwas machen. Natürlich muss dieser Weg auch den finanziellen Vorstellungen des jeweiligen Mitglieds entsprechen. Wobei die Zahlen, die derzeit noch herumgeistern, inzwischen nicht mehr realistisch sind. Das muss man auch sagen. Der HÖREX selbst geht es dabei natürlich auch um Bestandssicherung.

**Ein Thema, das zuletzt auch die Gemeinschaften bewegt hat, ist der digitale Produktdatenkatalog HiDataSync des BVHI. Wie stehen Sie dazu?**

**Weihmann:** Wir beide sind große Fans von Prozessen, Prozessoptimierungen und Digitalisierung. Und natürlich zählt es zu unseren Zielen, in den kommenden Jahren für unsere Mitglieder ein EDI-System aufzusetzen, sodass Lieferscheine, Rechnungen etc. einfach elektronisch durchlaufen. Das eigenständig zu entwickeln, mit all den Schnittstellen, wäre für uns allerdings ein enormer Aufwand. Insofern begrüßen wir, dass die Industrie diesen Weg einschlägt. Schwierig würde es für uns ab dem Moment, in dem die elektronische Rechnung dazukäme. Spätestens dann wären wir der Auffassung, dass man uns mit an den Tisch holen sollte.

**Hellbach:** Und das ist bisher noch nicht zufriedenstellend passiert.

**Was sind Ihrer Auffassung nach die Gründe, warum man sich heute einer Gemeinschaft anschließt? Es wird ja gern propagiert, dass die Einkaufskonditionen nicht mehr allzu wichtig wären. Wenn man sich so umhört, kann man aber durchaus den Eindruck gewinnen, dass der Einkauf weiter den Ton angibt ...**

**Hellbach:** [lacht] Auch wir gingen lange davon aus, dass die Konditionen bei allen Gemeinschaften relativ ähnlich und daher nicht so entscheidend sind. Aber unsere Mitgliederbefragung hat uns da etwas anderes gelehrt.

**Weihmann:** Der Einkauf ist der erste Motivator, das muss man schon sagen.

**Hellbach:** Dennoch kommt es auch darauf an, was man darüber hinaus bietet. Ebenso spielt es eine Rolle, wie man mit seinen Mitgliedern umgeht. Hier hat unsere Befragung aufgezeigt, dass die Mitglieder unseren Ansatz begrüßen, einander auf Augenhöhe zu begegnen und transparent zu sein. Genauso schätzen sie, dass wir ihnen all ihre Freiheiten lassen. Hier hat die HÖREX »aus früheren Zeiten« vielleicht noch ein Imageproblem. Aber: Wir schreiben wirklich nichts mehr vor. Und dann gibt es ja noch unsere Gastmitgliedschaft ...

**... während der man die HÖREX einfach mal für sich ausprobieren kann, als wäre man ein volles Mitglied?**

**Weihmann:** Richtig. Die wird gut angenommen. Das Besondere an der Gastmitgliedschaft ist, dass man von Anfang an dieselben Möglichkeiten, Einblicke und Rechte hat wie ein Vollmitglied. Auch bei der Existenzgründer-Begleitung bieten wir Gastmitgliedern sofort die volle Unterstützung. Wenn gewünscht, können wir wirklich sehr früh helfen und über alle Phasen hinweg unterstützen. Insofern bietet sich die Gastmitgliedschaft auch für Gründer an. Was meiner Auffassung nach außerdem für die HÖREX spricht, ist, wie wir in den Bereichen Social Media und Online-Marketing aufgestellt sind. Seit zwei Jahren beschäftigen wir eine Social-Media-Managerin. Wir bieten einen Social-Media-Posting-Service für Facebook und Instagram. Wir haben Partner für Display-Kampagnen, um die Sichtbarkeit vor Ort sicherzustellen. Für die Google-Unternehmensprofile haben wir einen Goldstandard entwickelt.

**Hellbach:** Wer möchte, kann sich von uns zum Thema Social Media auch einfach abholen



↻ Claudia Hellbach begann 1996 als kaufmännische Angestellte bei der HÖREX, 2008 wurde sie Prokuristin bis sie 2015 in den Vorstand berufen wurde

lassen. Unsere Social-Media-Managerin bietet Beratungen und Schulungen hierzu an – genau wie zu Google-Ads.

## WETTEN, WIR UNTERSTÜTZEN SIE OPTIMAL BEI DER FACHGESCHÄFTS-GRÜNDUNG?



Ihre HÖREXperten



-  Kostenfreie individuelle und fachkundige Beratung
-  Kostenfreie Mitgliedschaft ohne Umsatzverpflichtungen – gerne zur Probe in Form einer Gastmitgliedschaft
-  Unterstützung bei der Business- und Finanzplan-Erstellung
-  Kostenlose Standortanalyse und -planung

-  Umfangreiche Marketingunterstützung – vom Corporate Design, über die Geschäftsausstattung bis hin zu Online- und Offline-Kampagnen sowie Social Media
-  Unterstützung bei Ladenbau, Beschriftung und Beleuchtung
-  Finanzierungsmodelle für Messtechnik, Maschinen, Waren und branchenübliche Ausstellungsgegenstände



Start up!

DER EXISTENZGRÜNDUNGS-SERVICE DER HÖREX



»Wir beide sind große Fans von Prozessen, Prozessoptimierungen und Digitalisierung« ➔

**Ihre Veranstaltungen werden von Ihren Mitgliedern regelmäßig gut besucht. Wie gelingt es der HÖREX, unter den Mitgliedern ein Zusammengehörigkeitsgefühl herzustellen?**

**Hellbach:** Das funktioniert recht gut, ja. Aber auch wir haben da noch Luft nach oben.

**Weihmann:** Unser großer Wunsch ist, mal alle Mitglieder zu versammeln. Dass wir bei der Planung merken, dass wir eine größere Location und ein zweites Hotel benötigen – das wäre ein schönes Ding!

**Hellbach:** Aber da Sie das Gemeinschaftsgefühl ansprechen: Hier hat unsere Mitgliederbefragung gezeigt, dass unseren Mitgliedern der Austausch sehr wichtig ist, genau wie die Fort- und Weiterbildung. Was der Stimmung in der HÖREX ebenfalls zugute kommt, ist, dass unsere Mitglieder bundesweit verstreut sind. Wenn man mit den Kollegen nicht unmittelbar im Wettbewerb steht, macht das den Austausch sicherlich einfacher.

**Wenn Sie sagen, dass die Mitglieder eher bundesweit verstreut sind: Bei der HÖREX gibt es aber keinen Gebietsschutz, oder?**

**Hellbach:** Nicht direkt. Allerdings schauen wir schon, dass wir nicht zu viele Mitglieder an einem Ort haben. Gleichwohl werden sich Überschneidungen nicht immer verhindern lassen. Wenn wir weitere Mitglieder gewinnen wollen, kann auch mal die Frage aufkommen, was jemand besser findet: Ein weiteres Mitglied in der Nähe, mit dem man auch über Synergien

nachdenken könnte – oder einen schlichten Wettbewerber. Zeichnet sich so eine Situation ab, gehen wir aber vorab proaktiv mit dem entsprechenden Mitglied ins Gespräch und klopfen ab, ob das ein Problem ist.

**Welche Erfahrungen machen Sie dabei?**

**Weihmann:** Manche finden es cool, ein weiteres Mitglied in der Nähe zu haben, manche nicht.

**Hellbach:** Hier sehen wir übrigens einen Unterschied zwischen denen, die schon lange am Markt sind, und denen, die es noch nicht so lange sind. Die Alteingesessenen sind etwas weniger offen.

**Weihmann:** Da gibt es überhaupt einige spannende Unterschiede, auch das hat unsere Mitgliederumfrage gezeigt. Mitglieder, die erst fünf oder weniger Jahre bei uns sind, bewerten einige Dinge anders als die Mitglieder, die schon länger als fünf Jahre bei uns sind. Und doch scheint es uns zu gelingen, für alle einen gemeinsamen Nenner zu finden. 89 Prozent der Teilnehmenden gaben in der Mitgliederbefragung an, zufrieden bzw. sehr zufrieden mit der HÖREX zu sein. Das ist, denken wir, schon ziemlich gut.

**Frau Hellbach, Herr Weihmann, haben Sie vielen Dank für das Gespräch.**