



Der Veranstaltungsort der HÖREX Unternehmertage war in diesem Jahr Wiesbaden. Die Abschlussveranstaltung fand im stilvollen Ambiente des Kurhauses statt.

HÖREX Unternehmertage und Generalversammlung: „Jedes Jahr ein Highlight“

Vom 13. bis 16. Juni lud die HÖREX ihre Mitglieder zu den Unternehmertagen und zur Generalversammlung nach Wiesbaden ein. Die Teilnehmenden blickten auf ein erfolgreiches Jahr 2023 zurück, bildeten sich in abwechslungsreichen Workshops weiter und nutzten die Zeit, sich mit dem Vorstand und untereinander auszutauschen.

Zum Auftakt der Unternehmertage hatten die HÖREXperten am Donnerstagnachmittag zwei Programmpunkte zur Auswahl: den Besuch eines Bio-Weinbaus inklusive Weinprobe und Spaziergang durch die Weinberge oder den Besuch einer Jugendstil-Ausstellung im Museum Wiesbaden. Anschließend kamen alle zum Abendessen wieder zusammen. Die Freude, sich wiederzusehen, ist am ersten Abend der Unternehmertage immer besonders groß: „Gerade das Rahmenprogramm bietet

Raum, sich auszutauschen, und ich komme jedes Jahr wieder gern zu der Veranstaltung“, so Oliver Dratwa aus Bad Hersfeld. „Aus den vielen fachlichen Gesprächen, die ich im Laufe der Jahre geführt habe, sind mittlerweile richtig gute Freundschaften entstanden.“

ABWECHSLUNGSREICHES WORKSHOP-PROGRAMM

Ein weiterer Grund, warum Dratwa gern zu den Unternehmertagen kommt,

sind die Workshops, die jedes Jahr freitags stattfinden. „Ich als Unternehmer möchte etwas für meinen Betrieb unternehmen. Da gefällt es mir gut, wenn Fachleute uns neue Themen nahebringen“, so Dratwa. Insgesamt neun biha-zertifizierte Workshops standen zur Auswahl. Bei ReSound stand zum Beispiel die Konnektivität von Hörsystemen im Fokus. Marcel Schulze und Yaser Georgos stellten den neuen Bluetooth-Standard Bluetooth Low Energy Audio und Auracast vor. „Es war unglaublich spannend, noch mal zu hören, was für ein mächtiges Tool das ist, an dessen Entwicklung die Hörgeräteindustrie maßgeblich beteiligt war“, berichtet Björn Herzfeldt, der als Existenzgründer das erste Mal bei den Unternehmertagen dabei war. „Live zu

erleben, wie simpel die Kopplung ist, wie exzellent die Klangqualität und wie schnell die Verarbeitungsgeschwindigkeit, war wirklich beeindruckend.“

Inspirierend für Herzfeldt war auch der Workshop von Signia. Sascha Haag und Dennis Prasetyo präsentierten den Teilnehmenden das Brand-Store-Konzept, das das Unternehmen zu Marktforschungszwecken entwickelt hat. „Im Mittelpunkt steht die Frage, wie ein modernes Hörakustikfachgeschäft aussieht, das Hörsysteme interaktiver, greifbarer und interessanter präsentiert“, berichtet Herzfeldt. „Da gab es sehr viele Anregungen – von Tablets, die zur Interaktion einladen, bis zu Tischen, an denen Kunden selbstständig in unterschiedliche Hörsysteme reinhören und Zubehör ausprobieren können. Ich habe auf jeden Fall jede Menge Tipps mit nach Hause genommen.“

Bei den Unternehmertagen in Wiesbaden vor Ort waren auch Sylvie Gerber und David Wichert von Starkey Deutschland. Der US-amerikanische Hörsystemhersteller Starkey steht als Partner der HÖREX hinter den Hörsystemen unter der Marke TELEFUNKEN, für die die Genossenschaft das exklusive Vertriebs-

recht in Deutschland hat. Gerber und Wichert erläuterten in ihrem Vortrag, wie Hörakustikerinnen und Hörakustiker durch eine geschickte Positionierung die Vorteile einer Zwei-Marken-Strategie ausnutzen und so ihre Gewinne optimieren und in preissensiblen Produktsegmenten flexibel bleiben können.

„Gerade das Rahmenprogramm bietet Raum, sich auszutauschen, und ich komme jedes Jahr wieder gern zu der Veranstaltung“, so Oliver Dratwa aus Bad Hersfeld. „Aus den vielen fachlichen Gesprächen, die ich im Laufe der Jahre geführt habe, sind mittlerweile richtig gute Freundschaften entstanden.“

Auch zu Sonic, zweite Exklusivmarke der HÖREX, gab es einen Workshop. Daniela Häußler und Jens Freise gingen

unter dem Titel „Hörgerätemarken als Vertriebschance in der Hörakustik“ auf die Relevanz von Private-Label- und Exklusivmarken im Hörgerätemarkt ein. Dabei ging es auch um die Entwicklung der Hörakustikbranche in Deutschland, in Bezug auf die Hersteller und die Zielgruppen. Unter dem Gesichtspunkt der demografischen Entwicklung gab es spannende Infos über die heutigen Verbraucher, die Baby-Boomer-Generation. Außerdem erörterten Häußler und Freise gesellschaftliche Trends, die unseren Markt und damit auch die Vertriebschancen der Marke Sonic maßgeblich beeinflussen.

Wertvolle Tipps bekamen die HÖREXperten auch von Rüdiger Luthle und Gudrun Herb von Widex. Die beiden stellten Strategien zur Preispositionierung im Premium-Segment und zur besseren Differenzierung gegenüber Mitbewerbern vor. Dabei ging es unter anderem um die Frage, wie man den Mehrwert der eigenen Dienstleistung besser kommunizieren kann. Interaktiv wurde es beim Workshop von Phonak. Axel Koch und Daniel Schopf erläuterten anhand eines praktischen Beispiels, wie man mit einer strukturierten Herangehensweise Prozesse und Abläufe im Unternehmen kontinuierlich verbessern kann. Sebastian Rähmann von Oticon stellte digitale Werkzeuge vor, die Hörakustikern die Hörsystemversorgung und die Anpassung erleichtern können. Dabei ging Rähmann auf verschiedene Tools ein, mit denen sich der komplette Beratungsprozess von Kunden begleiten lässt. Der ganzheitliche Ansatz ermöglicht eine höhere Effizienz im Fachgeschäft und eine optimale Betreuung.

Aktiv durften die HÖREXperten beim Workshop von egger werden. In einer Schritt-für-Schritt-Anleitung zeigten Andreas Schwer und Marc Schmidt den gesamten Prozess der Herstellung von individuellem Schwimmschutz – von der Abformung bis zur Bearbeitung mittels Technikmaschine. Im Workshop



HÖREXperte Markus Hoffmann (links) und H.-P. Weihmann im Gespräch. Für viele Mitglieder spielt der Austausch eine wichtige Rolle bei den Treffen der HÖREX.



Im Workshop von egger bekamen die HÖREXperten eine Schritt-für-Schritt-Anleitung, wie man innerhalb von 30 Minuten einen individuellen Schwimmschutz fertigt.

hatten die Teilnehmenden die Möglichkeit, an den Abform- und Frästationen direkt mitzumachen und das Gelernte umzusetzen.

Der Fachkräftemangel, ein Thema, das die ganz Branche bewegt, stand beim Seminar von Hörluchs im Mittelpunkt. Geschäftsführer Thomas Meyer diskutierte mit den Teilnehmenden innovative Ansätze, wie man der Herausforderung aktiv begegnen kann. Das Seminar lieferte praktische Tipps mit Strategien zur Personalrekrutierung und viel Input zur langfristigen Mitarbeiterbindung sowie zur Optimierung der Arbeitsorganisation im Fachgeschäft.

IM FOKUS: AUSBILDUNG, UNTERNEHMENSNACHFOLGE UND SICHTBARKEIT

Das Thema Fachkräftemangel stand in Wiesbaden auch am Samstag auf der Agenda – als Erstes beim Vortrag von Jakob Stephan Baschab, Hauptgeschäftsführer der Bundesinnung der Hörakustiker (biha). Im Rahmen seines Branchenberichts formulierte er unter

anderem eine zentrale Botschaft: Die Fachgeschäfte müssten mehr ausbilden. In der folgenden Generalversammlung präsentierte H.-P. Weihmann dann die Ergebnisse einer Mitgliederbefragung aus dem ersten Halbjahr 2024, aus der hervorgeht, dass die Mitgliedsfachbetriebe den Fachkräftemangel als eine der größten Herausforderungen betrachten. Die Bedeutung des Themas unterstrich Weihmann mit aktuellen Zahlen. So fehlten dem Handwerk insgesamt pro Jahr mehr als 40.000 Auszubildende. Für Weihmann und seine Vorstandskollegin Claudia Hellbach ist all das ein guter Grund, die im Jahr 2022 gestartete Ausbildungs-Initiative fortzusetzen bzw. auszubauen. So hat die Gemeinschaft in den vergangenen Monaten ein Team aus erfahrenen Mitgliedern des HÖREX Expertenbeirats aufgestellt, das ein Konzept für überbetriebliche Schulungsmaßnahmen entwickelt hat. Das Ziel ist es, die Auszubildenden der Mitgliedsfachbetriebe über alle drei Lehrjahre hinweg zu begleiten. Das Konzept zählt zum einen auf die Inhalte ein, die in Lübeck gelehrt werden. Zum anderen berücksichtigt es Lernstrategien

und Soft Skills, die für die tägliche Arbeit mit Kunden und Kollegen relevant sind. Die ersten überbetrieblichen Ausbildungstage werden im November 2024 stattfinden.

H.-P. Weihmann ging in seinem Vortrag auf weitere Fokusthemen der Genossenschaft ein. So wird die HÖREX ihre Mitglieder auch in den kommenden Jahren bei der Unternehmensnachfolge begleiten. Außerdem wird sie die Fachgeschäfte weiterhin dabei unterstützen, online sichtbar zu sein. „Digitale Sichtbarkeit entscheidet heute über 80 Prozent der Kaufentscheidungen“, erläutert Weihmann. „Wer online nicht auffindbar ist, existiert nicht.“ Die HÖREX unterstützt ihre Mitglieder deshalb in puncto Empfehlungsmarketing zur Pflege der Online-Reputation, beim Google Unternehmensprofil inklusive Listing in Online-Portalen sowie mit einer Display-Kampagne und dem Social-Media-Posting-Service, der zahlreiche Content-Vorlagen für Facebook und Instagram bereithält. Um sich darüber hinaus vom lokalen Wettbewerb abzuheben, hat die Genossenschaft mit



Bei der Generalversammlung wählten die Mitglieder Marco Schiesewitz aus Duisburg neu in den Aufsichtsrat.

TELEFUNKEN und Sonic zwei starke Exklusivmarken im Portfolio.

BILANZ UND WAHLEN ZUM AUFSICHTSRAT

Bereits zu Beginn der Generalversammlung hatte Claudia Hellbach die Bilanz für 2023 vorgestellt: „Erneut konnten wir unser Ergebnis 2023 gegenüber dem Vorjahr verbessern und liegen mit dem Ergebnis leicht über dem Marktdurchschnitt.“ Bei den Wahlen zum Aufsichtsrat gab es eine Neuerung. Da in den kommenden zwei Jahren langjährige Mitglieder aus dem Gremium ausscheiden beziehungsweise sich nicht zur Wiederwahl stellen werden, hatte der Aufsichtsrat im Vorfeld der Generalversammlung angeregt, das Gremium zeitlich befristet von fünf auf sechs Personen zu erweitern. So soll ein

reibungsloser Übergang sichergestellt werden. Über einen entsprechenden Beschluss stimmten die Mitglieder auf der Generalversammlung positiv ab und wählten anschließend mehrheitlich Marco Schiesewitz aus Duisburg in das Gremium. Schiesewitz eröffnete 2015 sein eigenes Fachgeschäft. Seitdem ist er Mitglied der HÖREX und engagiert sich im Expertenbeirat. In der kons-

„Digitale Sichtbarkeit entscheidet heute über 80 Prozent der Kaufentscheidungen“, erläutert H.-P. Weihmann. „Wer online nicht auffindbar ist, existiert nicht.“

tituierenden Sitzung bestätigten die Aufsichtsratsmitglieder ihren bisherigen Vorsitzenden, Christian Großmann aus Marburg, in seinem Amt.

Nach dem Ende der Generalversammlung hatten die Mitglieder noch einmal die Möglichkeit, bei einer „Tour de Wiesbaden“ die Stadt mit der kleinen Wiesbadener Stadtbahn „Thermine“ näher kennenzulernen. Der Abschlussabend fand dann in der stilvollen Atmosphäre des Kurhauses Wiesbaden statt. Mitglied Markus Hoffmann aus Rosenheim zieht ein eindeutiges Fazit: „Die Unternehmertage, zusammen mit der Generalversammlung, sind jedes Jahr ein Highlight. Das ist wie ein Familientreffen. Und das Schöne an einer Genossenschaft ist: Jeder hat die Möglichkeit, sich einzubringen.“

Martina Ostermeier