

Von: Martina Ostermeier (Hörex)

Foto: Hörex

HÖREX FORTBILDUNGSKONGRESS – TELEFUNKEN, KLANGWELT UND EIN BLICK IN DIE ZUKUNFT



Hörex-Mitglieder beim
„Telefunken“-Workshop ▶

Seit Herbst vergangenen Jahres gibt es für die Mitgliedsfachbetriebe der Hörex eine neue Exklusivmarke: Telefunken. Kein Wunder, dass sie auf dem fünften Fortbildungskongress der Genossenschaft eine wichtige Rolle spielte – wenn auch nicht die einzige.

In letzten Jahr hatte die Hörex gleich zwei Termine für ihren Fortbildungskongress angeboten: einmal vom 8. 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“, erklärt Gerd Müller, Mitglied im Vorstand der Hörex. „Das kam bei unseren Mitgliedern gut an. Daher werden wir das auch in diesem Jahr beibehalten.“ Insgesamt nahmen rund 80 Hörakustiker am Fortbildungskongress teil. Den Auftakt machte jeweils die Regionalversammlung, die sich seit Jahren als wichtiges Forum für den internen Wissens- und Erfahrungsaustausch etabliert hat.

Einblick in die Forschung

Für den eigentlichen Kongress hatte die Hörex ein abwechslungsreiches Programm vorbereitet. So war Dr. Lorenz Fiedler vom Eriksholm Research Centre in Dänemark als Keynote Speaker bei beiden Tagungen zu Gast. Er gab Einblicke in die aktuelle Forschung zu kognitiv gesteuerten Hörgeräten. Bis diese auf den Markt kommen, ist allerdings Geduld gefragt: Fünf bis zehn Jahre werde es auf jeden Fall noch dauern, betonte Fiedler in seinem Vortrag.

Telefunken: Hörsystemfamilie im Überblick

Was Hörgeräte aktuell leisten, darum ging es in den Workshops der Hörgerätehersteller Bernafon, Oticon,

Sivantos, Widex und Starkey. Besonders großen Zuspruch fand der Workshop rund um die Hörgeräte unter der Marke Telefunken, die es seit Herbst 2019 exklusiv bei den Mitgliedsbetrieben der Hörex gibt. Philipp Berendes und Jan Balmes, beide gelernte Hörakustiker-Meister und Produktrainer, gaben einen umfassenden Überblick über das Produktportfolio, neue Features und Möglichkeiten der „Thrive Hearing Control“ App. Gut zu wissen: Mit der Hörsystemfamilie unter der Marke Telefunken können Hörakustiker leichte bis schwere Hörverluste vollständig abdecken. Menschen mit Hörminderung haben die Wahl zwischen den Bauformen HdO, RIC, mRIC, RIC R, IdO/ITC, CIC und IIC sowie sechs Leistungsklassen – von der Einstiegsklasse bis zum Spitzenmodell „TF 9-2PLUS“ mit mentalem Fitness- und Aktivitätstracker, 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.

Hörgeräte für die Generation 50plus

H.-P. Weihmann, gelernter Hörakustiker-Meister 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 Bekanntheitsgrad 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 Be-

gleiter für Menschen, die mitten im Leben stehen und für die digitale Technik selbstverständlich zum Alltag dazugehört.“

Klangspektrum: Natürlich hören

Auf große Resonanz bei den Hörakustikern stieß auch der Workshop von Martin Immenkemper von Klangspektrum. Im Mittelpunkt stand das von ihm und Hörakustiker Hans-Rainer Kurz entwickelte BAL-Messverfahren (Balanced Acoustic Level). Anders als herkömmliche Anpassformeln wie NAL oder DSL berücksichtigt das Anpassverfahren nach der BAL-Methode konsequent das subjektive Lautheitsempfinden der Hörgeräteträger. „Einige Hörexperthen haben bereits sehr gute Erfahrungen damit gemacht“, berichtet 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 ergänzt: „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.“

Abgerundet wurde das Programm des Fortbildungskongresses durch Workshops rund um Zubehör und Otoplastiken. Außerdem war Audio Coach Jana Verheyen in Kassel vor Ort, um ihr Online-Hörtraining vorzustellen. Es soll Hörgeräteträger motivieren, sich aktiv mit der Hörminderung auseinanderzusetzen und Lösungen offensiv in Angriff zu nehmen. „Damit ist das Online-Hörtraining 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.“ |