

# »WENN WIR UNS ENTWICKELN, KÖNNEN SICH UNSERE MITGLIEDER ENTWICKELN«

Von Dennis Kraus | Fotos: HÖREX

HÖREX-Vorstandsmitglieder Claudia Hellbach und H.-P. Weihmann



Die HÖREX möchte auch für Gründerinnen und Gründer einer der ersten Ansprechpartner im Markt werden und hat darum ihr Engagement auch in diesem Bereich intensiviert.

Wie die Gemeinschaft einem bei der Gründung helfen und warum daraus eine Win-Win-Situation werden kann, darüber sprachen wir mit den Vorstandsmitgliedern Claudia Hellbach und H.-P. Weihmann sowie mit der Marketing- und Produktmanagerin Katharina Schmidt.

dort unterstützt, wo Unterstützung gewünscht ist – gerne vor, während und nach dem Gründungsprozess – und wir bekommen frischen Wind in die Gemeinschaft.

**Man könnte ja auch annehmen, es gehe Ihnen allein darum, neue Mitglieder an Bord zu holen und so die Gemeinschaft zu vergrößern ...**

**Weihmann:** Selbstverständlich möchten auch wir weiterwachsen. Nicht, dass wir mit dem Status quo nicht glücklich wären. Aber wir sehen eben auch, wie sich der Markt immer weiter konsolidiert. Die Großen werden immer größer, gleichzeitig entstehen Jahr für Jahr neue POS. Und da will die HÖREX eine Rolle spielen. Wir möchten einer der ersten Ansprechpartner für Gründer im Markt werden. Denn wir sind überzeugt, dass eine Neugründung um ein Vielfaches einfacher wird, wenn man einen starken Partner hat. Eine Umfrage unter den Existenzgründern, die wir zuletzt begleitet haben, bestätigt das hohe Niveau und den beachtlichen Umfang des HÖREX Existenzgründungs-Service. Wie Claudia Hellbach es eingangs sagte: Mit einer starken Gemeinschaft im Hintergrund kann man schnell eine Win-Win-Situation schaffen.

**Frau Hellbach, Frau Schmidt, Herr Weihmann, die HÖREX intensiviert derzeit ihr Engagement für Gründerinnen und Gründer. Was macht Gründerinnen und Gründer für die HÖREX so interessant?**

**Hellbach:** Wir sind der Auffassung, dass einer Gemeinschaft junge Partnerinnen und Partner sehr guttun. Sie bringen neue Aspekte mit und haben vielleicht sogar andere Blickwinkel als langjährige Mitglieder. Das macht eine Partnerschaft aus unserer Perspektive interessant. Andersherum sind die jungen Unternehmerinnen und Unternehmer daran interessiert, einen starken Partner zu finden und sich in gewissen Bereichen unterstützen zu lassen. Besonders wichtig für Gründerinnen und Gründer ist, dass Sie sich eine starke Marke vor Ort aufbauen – Individualität wird dabei für uns Groß geschrieben. Deswegen denken wir, dass so eine Partnerschaft eine Win-Win-Situation ist. Gründerinnen und Gründer werden von uns

**Und wie Sie eben auch schon sagten: Die Zahl der Betriebsstätten wächst Jahr für Jahr.**

**Gleichzeitig hat sich auch auf Seiten der Gemeinschaften einiges getan. Neue kamen hinzu, Etablierte verstärken ihre Aktivitäten. Ist der Wettbewerb unter den Leistungsgemeinschaften eigentlich spürbar größer geworden? Bereits vor zehn Jahren hätte man doch auch diesen Markt schon als konsolidiert ansehen können ...**

**Hellbach:** Jede Gemeinschaft hat ihr Portfolio und ihre Schwerpunkte, so dass jede Gründerin und jeder Gründer für sich entscheiden muss, was sie oder er für wichtig erachtet. Unser Ziel ist es, uns möglichst breit aufzustellen, auch mit Blick auf Neugründungen.

**Weihmann:** Noch eine Ergänzung: Ich bin seit über 30 Jahren in der Branche. Und wenn ich zurückblicke, sehe ich, dass es noch in den 90er-Jahren sehr viele klassische Einzelkämpfer im Markt gab. Sie sahen nicht die Notwendigkeit, sich einer Gruppierung anzuschließen, und machten einfach ihr Ding. Das hat sich meiner Meinung nach geändert, so dass sich die Tür für neue Gruppierungen öffnete. Und so ist heute der Großteil der Unternehmen am Markt in irgendeiner Form organisiert. Das heißt aus meiner Sicht aber nicht, dass es darum geht, dass sich die Gemeinschaften Mitglieder abjagen. Es geht darum, sich zu positionieren. Und so unterbreiten wir eben auch all jenen ein attraktives, maßgeschneidertes Angebot, die vorhaben, ihr eigenes Unternehmen zu gründen. Wechsel von einer Gemeinschaft zur nächsten sehen wir relativ wenige. Und ich bin mir sicher, dass andere Gemeinschaften das ähnlich wahrnehmen.

**Wir hatten schon den Eindruck, dass spätestens mit der Übernahme der Dialog durch die BestAkustik mehr Bewegung auf dem Feld der Gemeinschaften zu sehen war ...**

**Weihmann:** Ja, wobei es der eine oder andere vorher vielleicht einfach zu schätzen wusste, nur einen Teil eines großen Angebots zu nutzen und ansonsten in Ruhe gelassen zu werden. Wir sind allerdings auch so aufgestellt, dass wir ein wenig mehr Leistung bieten möchten und uns natürlich darüber freuen, wenn unsere Mitglieder das annehmen. Allerdings hat man bei uns absolute Wahlfreiheit.

**Kommen wir zurück zu Ihrem Angebot für die Gründerinnen und Gründer. Nehmen wir mal an, ich möchte mich als nicht mehr ganz junger Meister selbstständig machen und käme auf Sie zu. Wie könnte die HÖREX mir helfen?**

**Schmidt:** Wir können Ihnen ein umfassendes Portfolio bieten. Und wir können schon dann für Sie da sein, wenn es darum geht, überhaupt den Mut aufzubringen, das Thema richtig anzugehen. Das sichere Umfeld, das man als Arbeitnehmerin oder Arbeitnehmer hat, verlassen zu wollen, das muss man sich ja auch erst mal zutrauen. Schon da setzen wir an. Über unsere Internetpräsenz bieten wir umfangliche Informationen, so dass man für sich selbst herausfinden kann, ob man überhaupt ein Gründertyp ist.

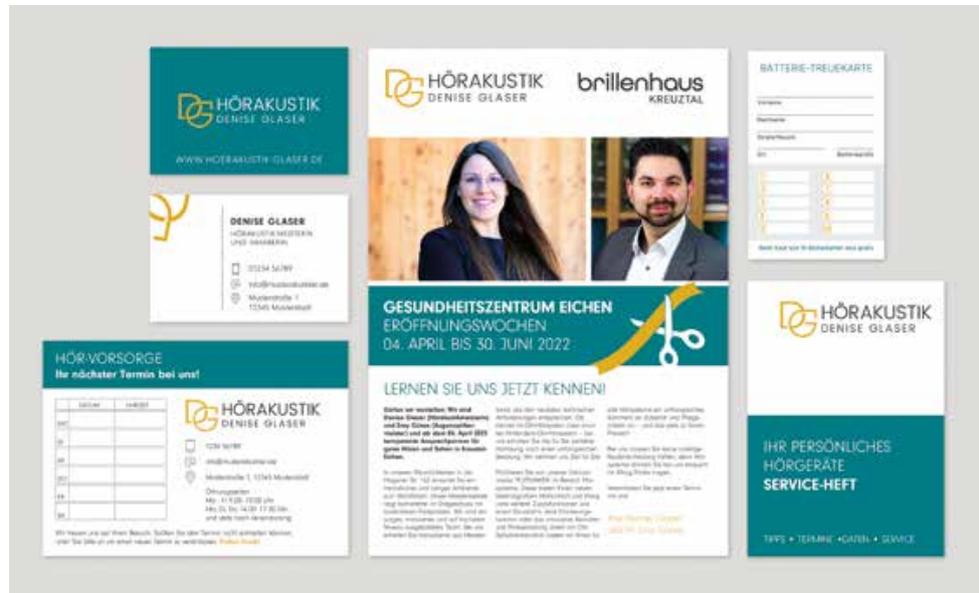
“Gründerinnen und Gründer werden von uns dort unterstützt, wo Unterstützung gewünscht ist – und wir bekommen frischen Wind in die Gemeinschaft.“

**Was macht für Sie denn einen Gründertypen aus?**

**Schmidt:** Man sollte ein gewisses Selbstverständnis mitbringen und einen passenden Hintergrund haben. Man sollte sich Ziele gesteckt haben und sich im Klaren darüber sein, dass so eine Gründung nicht mal eben gemacht ist. Sie kann Auswirkungen auf das komplette Umfeld haben, weshalb zum Beispiel die Familie unbedingt hinter der Idee stehen sollte. Dazu kommen ein kaufmännisches Verständnis, Businesspläne, diverse Kontakte und so weiter. Da braucht es schon eine gewisse Mentalität.

**Weihmann:** Fachlich auf höchstem Niveau arbeiten zu können, wird nicht reichen. Betreibt man sein eigenes Unternehmen, spielen auch

Individuelle Gestaltung einer Geschäftsausstattung und eines Eröffnungsflyers durch das HÖREX-Marketing-Team für die Gründerin Hörakustik Denise Glaser →



Effizienz und die Frage, wie man sich finanziell aufstellt, eine Rolle. Man muss sicherstellen, dass man von dem, was man tut, leben kann. Viele von uns Akustikern sind ja unglaublich nette, hilfsbereite Menschen, die allerdings gerne mal die Schwierigkeit haben, sich selbstbewusst hinzustellen und zu sagen: Hey! Das, was ich mache, ist auch etwas wert! Wenn Sie diese beiden Seiten, also die fachliche und die wirtschaftliche, in sich vereinen, haben Sie schon mehr als die Hälfte eines Gründertypen in sich.

**Sie bieten Gründerinnen und Gründern auch ein HÖREX-Starterpaket. Was bekomme ich da?**

**Hellbach:** Neben speziellen Angeboten für Ihren Start, die wir zusammen mit Herstellern entwickelt haben, bekommen Sie Hörsysteme unserer Exklusivmarken, so dass Sie sich gleich etwas vom Wettbewerb abheben können. Das Paket enthält acht kostenfreie Hörsysteme verschiedener Technologiestufen inklusive zweier Premiumsysteme.

**Vorab könnte ich von der HÖREX auch eine Standortanalyse erhalten. Wie läuft die eigentlich ab? Kommt jemand von Ihnen vorbei und macht mit mir einen Spaziergang durch das Viertel, in dem ich meinen Betrieb zu eröffnen gedenke?**

**Weihmann:** Nein, das würde anders laufen. Dafür arbeiten wir mit einem Partner zusammen, der über entsprechende Datenbanken verfügt, so dass sich zum Beispiel prüfen lässt, wie es

um die Kaufkraft in Ihrer Region bestellt ist. Außerdem wird die Mitbewerbersituation geprüft, es wird geschaut, wie die HNO-Situation ist, welche Optiker in der Nähe sind und auch, was für Einzelhandel es generell in der Gegend gibt. So wird letztlich ein Schlüssel ermittelt, über den Sie sehen können, ob Ihr Standort unter, im oder über dem Durchschnitt liegt. Dazu kommen weitere Aspekte wie die Verkehrsanbindung oder die Parkplatzsituation. Alles in allem ist das ein etwa 15 Seiten umfassendes Dokument, das all diese Daten und Analysen enthält, so dass Sie eine gute Entscheidungsgrundlage haben, ob der gewählte Standort passt.

**Können Sie mich auch mit Partnern zum Beispiel für den Ladenbau zusammenbringen?**

**Weihmann:** Ja, wir haben schon lange Kooperationen mit Unternehmen, die auch auf den Ladenbau in der Hörakustik spezialisiert sind. Die kennen sämtliche Anforderungen. Weitere Partner könnten sich dann mit Ihnen um Ihre Außendarstellung kümmern. Das Look and Feel können Sie wiederum, genau wie weitere Marketingmaßnahmen, mit unserer Marketingabteilung entwickeln – immer mit dem Fokus auf die lokale Marke.

**Das klingt, als könnte ich sehr vieles an die HÖREX auslagern ...**

**Weihmann:** Ein wenig müssen Sie schon selbst tun. (lacht) Wir würden Ihnen zum Beispiel nicht Ihren Businessplan schreiben. Wenn Sie wünschen, können wir Sie aber dabei begleiten,



# 55 Mio.



## Die Leichtigkeit des Hörens: Grenzenloser Starkey Sound

Immer auf Empfang: Unsere Hörsysteme bieten Ihren Kunden in jeder Hörumgebung **natürliche, unverfälschte Klangqualität** – und das ganz automatisch. Mit **55 Millionen automatischen Anpassungen pro Stunde** setzt Evolv AI neue Maßstäbe für die Leichtigkeit des Hörens.

evolv<sup>AI</sup>



Marketing- und Produktmanagerin Katharina Schmidt

diesen Plan so zu verfassen, dass er all das enthält, was Banken oder andere Finanziers sehen wollen. Um aber unsere Marketing-Unterstützung noch mal hervorzuheben ...

**Schmidt:** Die wird von allen Gründerinnen und Gründern bei uns abgefragt. Unser Vorteil ist, dass wir ein Inhouse-Team haben, das komplett auf die Hörakustik fokussiert ist und die Ansprüche des Marktes kennt. Mit diesem Team können Sie ihre komplette Corporate Identity entwickeln. Dazu kommen Dinge wie Visitenkarten, Briefbögen, Terminblöcke, Servicehefte und weitere Geschäftsausstattung. Auch eine Beratungsvorlage können Sie von uns bekommen, genau wie alles weitere aus dem Print-Bereich. Und genauso unterstützen wir Sie online. Website, Social Media, Content – für all das haben wir das Know-how in unserem Team, so dass sie am Ende ein komplett stimmiges Bild für Ihren Betrieb erhalten.

**Beinhaltet Ihre Unterstützung zur Gründung auch Stufen für spätere Phasen? Man sagt ja gerne, dass man eigentlich die ersten sechs Jahre durchweg von Neukunden leben muss. Ich könnte also eventuell auch noch in den Jahren drei, vier oder fünf Hilfe benötigen ...**

**Weihmann:** Das Gerücht, dass man als Gründer die ersten sechs Jahre mit Neukunden bestreiten muss, hält sich in der Branche hartnäckig. Ist das ganze Unterfangen aber gut geplant, können Sie nach zwei Jahren schon aus dem Größten raus sein – vorausgesetzt, Sie machen einen guten Job. Natürlich sind diese sechs, oder sagen

wir lieber sieben Jahre nicht ganz unwichtig, weil dann die Wiederversorgungen kommen. Allerdings machen die am Ende des Tages nicht viel mehr als 30 bis 40 Prozent Ihres Umsatzes aus. Selbst, wenn es 50 Prozent sind, werden Sie weiterhin die Hälfte Ihrer Kundschaft anders gewinnen müssen. Und da kommen dann weitere Marketingaktivitäten hinzu, zum Beispiel der Ausbau Ihrer Social-Media-Aktivitäten. Das wäre so etwas wie eine zweite Stufe.

”Ist das ganze Unterfangen gut geplant, können Sie nach zwei Jahren schon aus dem Größten raus sein – vorausgesetzt, Sie machen einen guten Job.“

**Könnte ich von Ihnen auch Hilfe bei der Suche nach Personal bekommen? Als Gründer allein werde ich meinen Betrieb ja nicht dauerhaft stemmen können ...**

**Schmidt:** Ja. Wir bieten allen HÖREX-Mitgliedern mit unserer Jobbörse ein Portal, in das Sie Ihre Stellengesuche einstellen können. Wir im Marketing unterstützen Sie dabei auch gerne bei der Texterstellung und mit entsprechenden Anzeigen. Die könnten Sie aber auch für Ihre Tageszeitung oder ähnliches nutzen. Online streuen wir Ihre Stellengesuche auf den wichtigsten Portalen und den Social-Media-Kanälen. Dafür haben wir eine Expertin im Team, die sich komplett auf Social Media fokussiert.

**Welche Bekenntnisse erwarten Sie für all das eigentlich von mir? Wie müsste ich mich an die HÖREX binden, um all das in Anspruch nehmen zu können?**

**Hellbach:** Hier möchte ich gerne zwischen Bekenntnis und Verpflichtung unterscheiden. Ihr

Bekanntnis hätte ich natürlich sehr gerne, denn wir haben ein breites Mitwirkungsrecht und wünschen uns von jedem Mitglied, dass es das auch in Anspruch nimmt. Wir legen also Wert auf den Austausch einerseits mit dem Team hier in der Zentrale in Kreuztal, andererseits auf den Austausch der Mitglieder untereinander. Hierfür haben wir extra ein Forum eingerichtet, das ähnlich funktioniert wie WhatsApp und gerne genutzt wird. Die einzige Verpflichtung, die Sie uns gegenüber eingehen würden, wäre, sich an unsere Satzung zu halten. Weitere Verpflichtungen gibt es bei der HÖREX nicht, weder beim Einkauf noch beim Umsatz. Sie müssten auch keine Beiträge zahlen. Was wir hingegen haben, ist die Zentralregulierung. Und Sie müssten einen Genossenschaftsanteil erwerben, der 260 Euro kostet. Sind Sie sich noch nicht ganz sicher, ob wir gut zu Ihnen passen, können Sie erst einmal kostenloses Gastmitglied bei uns werden. Gerade Gründerinnen und Gründer nehmen das gern in Anspruch, denn auch darüber kann man all unsere Unterstützung erhalten.

**Weihmann:** Dass die HÖREX eine Genossenschaft ist, macht sie sicherlich ein klein wenig besonders. Wir sind ein freiwilliger Zusammenschluss. Alles, was man einbringt oder tut, ist freiwillig. Andersherum kann eine Genossenschaft aber nur funktionieren, wenn man an ihr teilnimmt und mitgestaltet. Das kann zu einer spannenden Mixtur werden.

#### **Welche Erfahrungen hat die HÖREX bisher bei der Begleitung von Gründungen gemacht?**

**Schmidt:** Das sind durch die Bank weg tolle Erfahrungen, die alle immer individuell sind. Jeder Gründer ist anders, genau wie jede Gründung. Und wir als HÖREX profitieren davon natürlich auch, genau wie die Gründerinnen und Gründer. Jede Erfahrung, die wir machen, können wir wieder in die Gruppe zurückspielen. Das hilft uns dabei, innovativ und am Puls der Zeit zu bleiben.

#### **Das klingt alles nach einer lebendigen Gemeinschaft, die alles andere als satt wirkt ...**

**Weihmann:** Dass Sie das Wort ‚satt‘ nutzen, klingt lustig. Es geht uns ja nicht darum, fetter

zu werden, sondern darum, etwas zurückzugeben. Wir sehen das hier nicht als Einbahnstraße, sondern als Straße in beide Richtungen. Wenn wir uns entwickeln, können sich unsere Mitglieder entwickeln – und umgekehrt. Wir haben auch keine Shareholder, die von oben Druck aufbauen. Das oberste Gremium ist die Mitgliederversammlung. Alles, was wir erwirtschaften, steht den Mitgliedern zur Verfügung. Und was übrigbleibt, wird am Ende wieder ausgeschüttet.

**Schmidt:** Da Sie von einer lebendigen Gemeinschaft sprechen: Als Gründer könnten Sie auch Kontakt zu Kolleginnen und Kollegen aufnehmen, die bereits gegründet haben. Diese stehen Ihnen ebenfalls als Ansprechpartner zur Verfügung und geben ihre Erfahrungen gern weiter.

**Weihmann:** Was wir in dem Zusammenhang bei uns ebenfalls schon gesehen haben ist, dass ein Gründer weitere Gründer mitgebracht hat. Das ist natürlich ein tolles Kompliment. Denn es zeigt, dass sich da jemand von uns super abgeholt und betreut gefühlt hat.

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



## DER EXISTENZGRÜNDUNGS-SERVICE VON HÖREX

ⓘ Wer sich noch nicht ganz sicher ist, ob die HÖREX zu einem passt, kann zunächst eine kostenfreie Gastmitgliedschaft antreten und so bereits von Anfang an die volle Unterstützung erhalten