

HÖREX-Fortbildungskongress 2022

Abwechslungsreich, praxisnah, informativ

Beim achten Fortbildungskongress der Leistungsgemeinschaft HÖREX war das Programm besonders umfangreich. Insgesamt 22 biha-zertifizierte Seminare und Workshops standen vom 18. bis 20. November 2022 in Kassel zur Wahl. Themen waren u. a. die Exklusivmarken und strategischen Partner der HÖREX, lautheitsbasierte Verfahren zur Hörgeräteanpassung und Social Media. Zudem gab es exklusive Seminare für Inhaber und Auszubildende.

Den Auftakt zum Fortbildungswochenende bildete am Freitagabend eine Mitgliederversammlung der HÖREX. „Wir haben uns sehr gefreut, dass so viele Mitglieder unserer Einladung gefolgt sind“, so Claudia Hellbach, Mitglied im Vorstand der HÖREX. „Für uns sind die Mitgliederversammlungen eine gute Gelegenheit zu hören, was die Mitglieder wirklich bewegt. Und umgekehrt können wir sie darüber informieren, an welchen Projekten wir gerade arbeiten.“ Zusammen mit ihrem Vorstandskollegen H.-P. Weihmann stellte Hellbach in Kassel u. a. das neu gestaltete Intranet vor, das die Genossenschaft eine Woche zuvor gelauncht hatte. „Dort gibt es alle wichtigen Infos rund um unsere Leistungsgemeinschaft – von Terminen über Einkaufskonditionen bis hin zu unseren umfangreichen Marketingangeboten“, so Weihmann. „Wir haben Design und Struktur so verändert, dass die Mitglieder Inhalte jetzt noch einfacher und intuitiver finden als zuvor.“

Der erste Fortbildungstag startete am Samstag mit den aktuellen Branchennews von Jakob Stephan Baschab, Hauptgeschäftsführer der Bundesinnung der Hörakustiker (biha). Er gab einen Überblick über die Entwicklung der Branche und berichtete über den aktuellen Stand der Vertragsverhandlungen zwischen der biha und dem Verband der Ersatzkassen, die in der Woche nach dem Fortbildungskongress mittels Schiedsverfahren zum Abschluss gebracht werden sollten. Dass Baschab regelmäßig Gast bei der Fortbildungsveranstaltung ist, kommt bei den Mitgliedern gut an. „Für mich sind die Vor-

träge von Herrn Baschab aus berufspolitischer Sicht immer immens wichtig“, so das Mitglied Sebastian Henning, Inhaber von Hörwurm Hörgeräte aus Goch. „Dank seiner Infos bleiben wir auf dem Laufenden, sodass uns Entscheidungen wie zu den neuen Kassenbeiträgen nicht unerwartet erwischen.“

Exklusivmarken und strategische Partner

Der Samstag war darüber hinaus geprägt von Workshops zu den Exklusivmarken Telefunken und Sonic. Im ersten Telefunken-Workshop brachte Sina Leider aus

dem Trainerteam von Starkey die Teilnehmenden auf den neuesten Stand rund um technische Funktionen wie den Edge Modus und die Handsfree-Telefonie. Der US-amerikanische Hörsystemhersteller Starkey steht als Partner der Leistungsgemeinschaft HÖREX hinter den Hörsystemen unter der Marke Telefunken. Die Referentin demonstrierte auch den Sturzalarm und die mögliche Smarthomeanbindung der Hörsysteme. Beim zweiten Telefunken-Workshop stand das aktuelle In-dem-Ohr (IdO)-Gerät im Mittelpunkt, das Anfang 2023 erweitert wird, und zwar um ein voll ausgestattetes 2,4-GHz-Completely-in-the-Canal(CIC)-Hörsystem mit Sensorik. Sina Leider ging auf die Besonderheiten des neuen PLUS X CIC Wireless ein und gab zudem praktische Tipps zur Abformung und Okklusionsvermeidung sowie für die Beratung und Anpassung von IdO-Systemen.

Der Sonic-Workshop konzentrierte sich ebenfalls auf IdO-Hörsysteme. Sebastian Wiesener, Teamleiter Produkt- und Softwaretraining, ermutigte die Teilnehmenden, häufiger IdO-Hörgeräte anzupassen und so dem Wunsch vieler Kunden nach möglichst unsichtbaren Hörgeräten entgegenzukommen. Wie im Programm angekündigt, war der Workshop sehr praxisnah. „Herr Wiesener und sein Team machen sich immer viele Gedanken und bringen aktuelle Fragen in die Workshops ein, die bei ihnen an der Hotline auftauchen“, so Sebastian Henning aus Goch. „Da sind viele Dinge dabei, die ich später in meinem Arbeitsalltag umsetzen kann.“



Jakob Stephan Baschab, Hauptgeschäftsführer der Bundesinnung der Hörakustiker (biha), berichtete über den aktuellen Stand der Vertragsverhandlungen zwischen der biha und dem Verband der Ersatzkassen. Fotos: Dirk Sackmann/Hörex

Neben den Vertretern der Exklusivmarken waren am Samstag auch die Partner zum Fortbildungskongress gekommen, mit denen die Leistungsgemeinschaft besonders eng zusammenarbeitet. Oticon ging im Workshop der Frage nach, ob der audiologische Nutzen von IdO-Hörssystemen mit dem von Hinter-dem-Ohr(HdO)-Hörssystemen vergleichbar sei. Bei Philips standen neue Produkte im Mittelpunkt, während Sivantos sich der Frage widmete, wie sich Hörakustiker mit abweichendem Design und erweitertem Angebot vom Wettbewerb abheben können. Im Widex-Workshop beschäftigten sich die Teilnehmenden mit Zubehör und wie es sich gezielt zur Kundenbindung einsetzen lässt.

Lautheitsbasierte Hörgeräteanpassung

Den Auftakt am Sonntag machte Professor Dr. Steffen Kreikemeier, Professor für Audiotechnik und Psychoakustik an der Hochschule Aalen, mit einem Vortrag über die Vor- und Nachteile verschiedener Anpassmethoden. Ob First Fit, Kuppelmessung, In-situ-Anpassung oder auch In-situ-Perzentilanalyse: All diese Methoden berücksichtigten nicht die individuelle Wahrnehmung der Hörgeräteträger. Diese hat Kreikemeier mit dem LPFit, der lautheitsbasierten In-situ-Perzentilanalyse, in die objektive Anpassung eingebunden. Das Loudness-based Percentile Fitting (LPFit) stelle damit eine solide Grundlage für die weitere Feinanpassung dar. Im Folgenden ging Kreikemeier dann auf lautheitsbasierte Anpassverfahren ein. Die Methoden, die bereits seit einiger Zeit am Markt seien, zielten nicht nur auf einen Lautheitsausgleich bei verschiedenen Eingangspegeln ab, sondern auch auf den Lautheitsabgleich für verschiedene Frequenzen innerhalb eines Eingangspegels. Dazu präsentierte Kreikemeier die Ergebnisse einer Studie, die 2022 an der Hochschule Aalen durchgeführt wurde. Im Rahmen der Studie wurden bereits versorgte Hörgeräteträger mit einem lautheitsbasierten Verfahren nachangepasst. Zusätzlich wurde neben



Einen Versuch wert: Steffen Kreikemeier über die Vorteile einer lautheitsbasierten Hörgeräteanpassung

dem Sprachverstehen auch die Höranstrengung anhand von Adaptive Categorical Listening Effort Scaling (ACALES) gemessen. Aus den Ergebnissen geht hervor, dass sich bei der überwiegenden Zahl der Probanden eine verbesserte Sprachverständlichkeit gezeigt habe. Darüber hinaus sieht Kreikemeier weitere Vorteile einer lautheitsbasierten Anpassung: Sie binde Kunden aktiv ein und gebe Hörakustikern die Möglichkeit, sich vom Wettbewerb abzugrenzen. Damit sei die Methode auf jeden Fall einen Versuch wert.

Neu: Workshops für Auszubildende und Inhaber

Eine Besonderheit beim Fortbildungskongress 2022 war, dass erstmals Seminare für Auszubildende ins Programm aufgenommen wurden. In zwei Workshops bekamen die angereisten Auszubildenden viele Hinweise und Tipps rund um die Gesellenprüfung. „Das Angebot ist Teil unserer Ausbildungsinitiative, die wir 2022 gestartet haben“, so Claudia Hellbach. „Das Ziel ist es, unsere Mitglieder bei der Lehrlingsausbildung zu unterstützen. Wir

möchten ihnen helfen, geeignete Auszubildende zu rekrutieren, erfolgreich auszubilden und Lehrlinge nach der Ausbildung im Unternehmen und bei unserer Leistungsgemeinschaft zu halten.“ Passend dazu gab es auch zwei exklusive Seminare für Inhaber, bei denen die Frage im Mittelpunkt stand, was sie tun können, um Mitarbeitende zu finden und sie langfristig ans Unternehmen zu binden.

Wie bereits 2021 spielte das Thema Social Media eine wichtige Rolle in Kassel. In zwei aufeinander aufbauenden Workshops bekamen die Teilnehmenden individuelles Feedback zu ihren Social-Media-Profilen, in einem dritten Workshop ging es um sogenannte Social-Media-Ads, bezahlte Werbeanzeigen, die auf der Startseite von Social-Media-Nutzern erscheinen. Zu welchem Zeitpunkt sollte man Social-Media-Ads nutzen und welches Budget dafür einsetzen? Wie können Social-Media-Ads die Social-Media-Aktivitäten beeinflussen und welches Zielgruppen-Targeting ist für die Hörakustikbranche das richtige? Das waren zentrale Fragen des Workshops.

Insgesamt war das Programm breit gefächert: Vonseiten der Industrie waren noch Hörluchs und Cochlear vor Ort, es gab ein Seminar zu verbaler und nonverbaler Kommunikation im Verkauf, außerdem standen die Themen IT-Security und Marketing auf der Agenda. Unter der Überschrift „Hörakustikmarketing 2.0“ erläuterte Katharina Schmidt, Marketing- und Produktmanagerin bei der HÖREX, wie sich verschiedene Kommunikationswege und -instrumente optimal aufeinander abstimmen lassen und wie das interne Marketingteam ihre Mitglieder bei deren Marketingaktivitäten individuell unterstützt. Für Mitglieder, die nicht am Fortbildungskongress teilnehmen konnten, bietet die Leistungsgemeinschaft das Programm zwischen Dezember 2022 und Februar 2023 als Onlineseminarreihe an.

*Martina Ostermeier,
Redakteurin für HÖREX*