

HÖREX Fortbildungskongress – ein Firmenausflug der besonderen Art

Von Martina Ostermeier/ Fotos: HÖREX/Dirk Sackmann)



Lia Kessner (li.) und Katharina Klein gemeinsam in einem Workshop beim HÖREX-Fortbildungskongress

Vom 19. bis 20. November 2022 hatte die HÖREX zu ihrem achten Fortbildungskongress nach Kassel geladen. Neu in diesem Jahr: Workshops für Auszubildende. Katharina Klein, Inhaberin von fIOHRstadt Hörgeräte, nutzte das Angebot und nahm ihre Auszubildende Lia Kessner mit nach Kassel.

Wie schon in den vergangenen Jahren startete die HÖREX mit einer Mitgliederversammlung am Freitagabend in das Fortbildungswochenende. »Leider mussten wir aus zeitlichen Gründen absagen«, bedauert Katharina Klein. Eigentlich gehören die Mitgliederversammlungen für die 38-Jährige zu den Highlights der genossenschaftlich organisierten Hörakustikgemeinschaft: »Dort informiert der Vorstand über aktuelle Themen der Branche und der Gemeinschaft, wir diskutieren darüber, die Mitglieder bringen ein, was sie bewegt. Deshalb bin ich eigentlich bei jeder Mitgliederversammlung dabei – und das seit elf Jahren. Selbst als ich gerade Mutter geworden war und noch stillte, habe ich mir die Mitgliederversammlung nicht entgehen lassen und den Kleinen zusammen mit meinem Mann einfach mitgenommen.«

Es ist nicht nur der offizielle Austausch, den Klein an den HÖREX-Treffen schätzt. Genauso wichtig sind ihr die Gespräche mit Kolleginnen und Kollegen sowie dem HÖREX-Team, die ne-

benbei stattfinden: während der Mahlzeiten, in den Kaffeepausen, bei geselligen Abenden – in Kassel gab es zum Beispiel einen Cocktail-Workshop. »Jedes Gespräch ist eine Chance, andere Blickwinkel kennenzulernen«, so Klein. Ähnlich sieht es Lia Kessner, die seit Oktober 2020 eine Ausbildung zur Hörakustikerin bei fIOHRstadt Hörgeräte macht. »Man kommt raus aus seiner Blase – und wenn man in den Alltag zurückkehrt, nimmt man neuen Input mit, sei es aus Gesprächen oder den Workshops.«

Auszubildende im Fokus

Für Lia Kessner war vor allem das exklusiv für Auszubildende angebotene Seminar »Hinweise zur Gesellenprüfung« interessant. Darin informierten die Referent/-innen Bärbel Peters und Jens Ahlers – beide langjährige HÖREX-Mitglieder – darüber, welche Prüfungsbereiche mit welcher Gewichtung für die Abschlussprüfung relevant sind und welche Anforderungen generell



📍 Teameinsatz für die HÖREX-Auszubildenden: H.-P. Weihmann, Bärbel Peters und Jens Ahlers (v.l.)

gelten. Besonders spannend waren für Kessner auch die Tipps von H.-P. Weihmann, Mitglied im Vorstand der HÖREX, zu Lernstrategien und zu der Frage, wie man mit Prüfungsangst umgehen kann. Den zweiten Workshop zur praktischen Gesellenprüfung, der am Sonntag nach der Mittagspause stattfand, verpasste Kessner. »Ich musste nach Lübeck zurück. Das war zeitlich leider zu eng. Aber Herr Ahlers hat sich nach dem ersten Seminar noch Zeit für mich genommen und mir einiges zur praktischen Prüfung erzählt. Außerdem konnte ich meine Fragen loswerden.«

Dass die HÖREX ein Extra-Programm für die Auszubildenden der Mitgliedsfachbetriebe anbietet, ist neu und Teil der HÖREX Ausbildungs-Initiative, die die Gemeinschaft 2022 gestartet hat. Für Katharina Klein genau im richtigen Moment. »Die Suche nach Auszubildenden wird immer schwieriger. Dass die HÖREX uns nun gezielt dabei unterstützt, ist klasse.« Im September 2022 startete die groß angelegte, bundesweite Kampagne, die auf den Ausbildungsberuf Hörakustiker/-in aufmerksam macht – unter anderem in den sozialen Medien. Klein weiß, wie wichtig diese inzwischen sind. »Mit einer Anzeige in der Tageszeitung erreichen wir heute kaum noch junge Menschen. Social Media sind eine gute Möglichkeit, zu zeigen, wer wir sind und wie wir arbeiten.« Dass ihr Betrieb in puncto Social Media noch Nachholbedarf hat, weiß Klein. Deshalb hat sie beim Fortbildungskongress auch an zwei der drei Workshops zum Thema teilgenommen, die Jana Portukat von der Hamburger Agentur »Die Werbegenossen« leitete. »Wir haben unsere aktuellen Social-Media-Profile angeschaut und unter anderem in

Kleingruppen erarbeitet, was gut läuft und was man noch verbessern kann«, erzählt Klein. »In unserer Gruppe waren wir zu dritt, eine Akustikerin hatte schon viel Erfahrung. Sie hat uns gezeigt, wie man das macht mit den Reels und Stories. Das war learning by doing – und genau das, was ich in diesem Moment gebraucht habe.«

Mitarbeiter finden und binden

Ein Seminar, das ebenfalls genau zum aktuellen Bedarf ihres Betriebs passt, stand unter dem Titel »Mitarbeiter finden und binden – Wege aus dem Engpass«. Rhetorik- und Kommunikationstrainer Thomas Völkl sprach darin über Ziel, Inhalt und Notwendigkeit eines professionellen Bewerbermanagements. Für Klein war vor allem die Botschaft zentral, wie wichtig es sei, Klarheit über sich selbst zu haben: Wer sind wir und was wollen wir? Die Antworten darauf müsse der Betrieb wiederum klar kommunizieren – sei es über die Website oder in Social Media. »Für uns heißt das unter anderem: Menschen, die sich für eine Stelle bei uns interessieren, sollen direkt sehen, dass es bei uns freundschaftlich zugeht.« Klein nahm aus dem Seminar zudem mit, dass sich aus einem klaren Unternehmensprofil wiederum Konsequenzen für die aktive Mitarbeitersuche ergeben. Einen Teamplayer suche man zum Beispiel am besten in Vereinen oder bei der Feuerwehr. Aber nicht nur das »Wo«, sondern auch das »Wie« sei entscheidend für eine erfolgreiche Mitarbeitersuche. In Anzeigen komme es nicht auf Formulierungen an wie »Wir bitten um Ihre aussagekräftige Bewerbung in vollständiger Form«. Stattdessen gehe es darum, sich erst einmal persönlich kennenzulernen, zum Beispiel bei einem Kaffee. Die offizielle Bewerbung könne dann auch nachgereicht werden.

Ehrlich und authentisch

Wie wichtig es ist, dass Arbeitgeber/-innen und Mitarbeitende zusammenpassen und dass sich alle Beteiligten wohlfühlen, bestätigt auch Lia Kessner. Sie hatte sich zunächst für eine Ausbildung zur IT-Systemelektronikerin entschieden und in einem großen Unternehmen begonnen. Doch sie merkte schnell, dass der Beruf nicht das Richtige für sie ist und dass ihr das Betriebsklima nicht gefiel. Für ihren Neustart wünschte sie sich, Technik, Beratung, die Arbeit mit Menschen und den Bereich Gesundheit miteinander kombinieren zu können. »So bin ich 2020 bei der Hörakustik gelandet«, erzählt Kessner. Nach einigen Bewerbungen bei größeren Betrieben kam sie über eine Freundin zu floHRstadt Hörgeräte. »Das erste Gespräch mit Katharina war

„Man kommt raus aus seiner Blase – und wenn man in den Alltag zurückkehrt, nimmt man neuen Input mit, sei es aus Gesprächen oder den Workshops.“

offen und locker. Das fand ich gut. Viel besser, als wenn einem drei Herren in dunklen Anzügen gegenüber sitzen, wie es häufig immer noch der Fall ist.« Zu einem guten Betriebsklima gehört für Kessner, dass es ehrlich und authentisch zugeht. »Ich möchte die anderen anlachen können, ohne dass etwas dazwischensteht, das man nicht einordnen kann.«

Das Stichwort »Betriebsklima« spielt auch eine wichtige Rolle, wenn es darum geht, Mitarbeitende an das Unternehmen zu binden. Zu diesem Thema gab es ebenfalls Tipps von Referent Thomas Völkl. »Ich glaube, wir setzen in dieser Hinsicht schon einiges um«, so Klein. »Mir ist zum Beispiel wichtig, dass wir uns regelmäßig außerhalb des Betriebs begegnen. Im Prinzip ist auch der Fortbildungskongress wie ein kleiner Firmenausflug, bei dem man einfach mal das ein oder andere private Gespräch führt. Und genau das ist eigentlich das Highlight für mich: dass man sich austauscht, zum einen mit den Menschen aus dem eigenen Betrieb, zum anderen mit den Kollegen aus der HÖREX.«

Baschab, TELEFUNKEN und mehr

Prüfungsvorbereitung, Mitarbeitersuche, Social Media: Das waren zentrale Themen für Katharina Klein und Lia Kessner, aber längst nicht alle. Kessner besuchte noch ein Seminar zu verbaler und nonverbaler Kommunikation im Verkauf sowie einen Workshop des Otoplastik-Spezialisten Hörlungs. Gemeinsam waren Kessner und Klein zudem beim Branchenvortrag von Jakob Stephan Baschab, Hauptgeschäftsführer der Bundesinnung der Hörakustiker, sowie bei Professor Steffen Kreikemeier, der die Vor- und Nachteile verschiedener Anpassmethoden vorstellte und dabei besonders auf die lautheitsbasierte Anpassung einging. Ebenfalls auf der Agenda von Klein und Kessner: zwei Seminare zu TELEFUNKEN, Exklusivmarke der HÖREX. Hätten sie sich zerteilen können, hätten die



👤 Katharina Klein genießt den Austausch zwischendurch

beiden weitere biha-zertifizierte Seminare und Workshops besuchen können. Insgesamt 22 hatte die HÖREX auf das Programm des Fortbildungskongresses gesetzt, häufig finden zwei bis drei Veranstaltungen parallel statt. Neben TELEFUNKEN gab es ein Seminar zu Sonic, ebenfalls Exklusivmarke der HÖREX. Speziell für Inhaber gab es ein Seminar mit Informationen, wie sich Arbeitgeber mit attraktiven Personalzusatzleistungen von anderen Betrieben abheben und Mitarbeitende langfristig an ihr Unternehmen binden können – eine Ergänzung zum Seminar von Thomas Völkl. Zusätzlich standen die Themen IT-Security und Marketing auf der Agenda. Unter der Überschrift »Hörakustik-Marketing 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 der HÖREX ihre Mitglieder bei deren Marketingaktivitäten individuell unterstützt. Von Seiten der Industrie war nicht nur Hörlungs auf dem Fortbildungskongress präsent, auch Cochlear, Oticon, Philips, Sivantos und Widex brachten spannende Inhalte mit nach Kassel. Das Fazit von Katharina Klein: »Es war ein rundum gelungenes Angebot. Gern im nächsten Jahr wieder.« Lia Kessner wiederum freut sich darauf, wenn das Angebot für Auszubildende weiter ausgebaut wird – und sie künftig noch mehr Möglichkeiten bekommt, sich mit anderen Menschen auszutauschen, die in der gleichen Situation sind wie sie.