

HÖREX FORTBILDUNGSKONGRESS – INSPIRATION FÜR NEUE WEGE

Von Martina Ostermeier (HÖREX) / Fotos: HÖREX/Dirk Sackmann



In Frankfurt feiert die HÖREX ihren
10. Fortbildungskongress ➔

Einblicke gewinnen, sich austauschen und den Horizont erweitern: Für Hörakustikmeister Joachim Stappert aus Meschede waren das die zentralen Motive für seine Teilnahme am 10. HÖREX Fortbildungskongress in Frankfurt vom 8. bis 10. November 2024.

Die Verkaufszahlen von Hörgeräten in Deutschland zeigen eine positive Entwicklung, die Nachfrage nach professioneller Hörversorgung steigt. Gleichzeitig verändern sich die Wettbewerbsbedingungen und die Zahl der Auszubildenden sinkt. So wiederholte Jakob Stephan Baschab in Frankfurt seinen Appell an die Branche, mehr in den Nachwuchs zu investieren. Der Hauptgeschäftsführer der Bundesinnung der Hörakustiker (biha) eröffnete am Samstagmorgen als Keynote Speaker den zehnten HÖREX Fortbildungskongress. Für Joachim Stappert ist ein Besuch bei Baschab Pflicht: »Die Einschätzungen der Bundesinnung sind für mich sehr wichtig. Sie hat tiefe Einblicke in die Gesundheitspolitik, in die Verträge mit den Krankenkassen usw. Und im Anschluss an so einen Vortrag ergeben sich immer Diskussionen mit Kolleginnen und Kollegen, man erfährt, wie sie mit den unterschiedli-

chen Themen umgehen. Das alles hilft mir sehr, meine eigenen Geschäftsentscheidungen zu treffen.« Stappert blickt durchaus nachdenklich auf die Branche – auch wenn die Zahlen gut aussehen: »Wir leben in einer unruhigen Zeit, viele Menschen sind verunsichert. Der Austausch wird für mich vor diesem Hintergrund immer wichtiger. Man erweitert seinen Horizont, bekommt Anregungen und Inspiration, neue Wege zu gehen.«

Social Media: Einstieg leicht gemacht

Neue Wege, das heißt für Joachim Stappert auch, in den sozialen Medien aktiv zu werden. »Einen Facebook-Account habe ich zwar schon länger, habe ihn aber bisher stiefmütterlich behandelt.« Im Verein, in dem er tätig ist, sieht er, wie die jungen Erwachsenen Veranstaltungen über Social Media bewerben und damit sehr erfolgreich sind. Sein Neffe, Inhaber eines Dachdeckerbetriebs, organisiert die Mitarbeitersuche über Facebook, Instagram und Co. »Ich beobachte das schon eine Weile und habe mir gedacht: Diesen Weg möchte ich ebenfalls gehen – auch wenn es mir mit 57 Jahren ein bisschen schwerfällt, mich mit den sozialen Medien auseinanderzusetzen.« Damit ihm der Einstieg leichter fällt, hat er sich für das Social-Media-Seminar

angemeldet, das in Frankfurt auf dem Programm steht. Franziska Hassinger, Social-Media- und Content-Managerin bei der HÖREX, vermittelt den Teilnehmenden wichtige Grundlagen: Wie poste ich eigene Beiträge? Wie fördere ich die Interaktion mit der Zielgruppe und wie kann ich die lokale Sichtbarkeit mit Social Media erhöhen? »Frau Hassinger hat alles sehr gut erklärt«, so Stappert. »Trotzdem war das Seminar herausfordernd für mich, von mir aus hätte es auch zwei Stunden länger gehen können.« Das Gute: Nicht nur beim Fortbildungskongress steht Franziska Hassinger den HÖREX Mitgliedern als Ansprechpartnerin zur Verfügung. Noch in Frankfurt haben Hassinger und Stappert einen Termin ausgemacht, bei dem die Social-Media-Expertin den Hörakustikmeister per Videotelefonat bei den ersten Schritten auf Facebook und Instagram begleiten wird. Auch im Social-Media-Posting-Service, der zahlreiche Content-Vorlagen für Facebook und Instagram bereithält, sieht Stappert eine große Hilfe. »Gerade für den Anfang ist das eine gute Grundlage.«

Azubi-Schulungstage

Begleitet wurde Joachim Stappert in Frankfurt von seinem Auszubildenden Ben Raeggel, der im dritten Lehrjahr langsam, aber sicher auf die Prüfung zusteuert. Der 18-Jährige besuchte die überbetrieblichen Azubi-Schulungstage, die die HÖREX zum ersten Mal in dieser Form für jedes Ausbildungsjahr anbot. Anlässlich dieser Premiere und des zehnjährigen Jubiläums des Fortbildungskongresses übernahm die HÖREX die Teilnahmegebühr für alle Auszubildenden. Das Schulungskonzept hatte ein Team aus dem Expertenbeirat entwickelt, in Frankfurt stand es bereit, Wissen und Erfahrung an die angehenden Hörakustiker weiterzugeben. Schwerpunkte für Ben Raeggel waren das Anpass- und Beratungsgespräch, Audiometrie, Abformung und Informationen zur Gesellenprüfung. »Ben war begeistert«, so Stappert. »Ich denke, im Hinblick auf die Prüfung gibt so eine Vertiefung Sicherheit. Und wenn einem schon mal jemand gesagt hat, wie eine Prüfung abläuft, nimmt das ein bisschen Druck aus dem Kessel.«

Magie und Physik

Dass Stappert jemanden an seiner Seite hat, ist nicht selbstverständlich. »Ich war fünf Jahre Einzelkämpfer.« In den letzten Jahren ist sein Betrieb langsam, aber stetig gewachsen. Drei Mitarbeitende stehen jetzt gemeinsam mit ihm im Fachgeschäft in Meschede. Ein weiterer Geselle oder Auszubildender soll dazu kommen. Da passte das Seminar »Die magische Trilogie der Unternehmensführung« gut auf Stapperts Agenda. Roger Gründler betonte darin, wie wich-



tig das Zusammenspiel von Strategie, Struktur und Kultur für den Unternehmenserfolg sei, gerade die Unternehmenskultur werde aber häufig vernachlässigt. »Im Arbeitsalltag wird man schnell betriebsblind. Dinge wie Teambuilding oder die Frage nach den Zielen vergisst man schnell. Da ist es gut, wenn jemand einen zwischendurch wachrüttelt und fragt: ›Wissen deine Mitarbeiter überhaupt, in welche Richtung du marschierst?‹ Im Seminar haben wir viele Impulse bekommen, wie es gelingen kann, die Mitarbeiter mitzunehmen und für das Unternehmen zu begeistern.«

Insgesamt sieben Veranstaltungen besuchte Stappert am Samstag und Sonntag. Dazu gehörte auch der Vortrag von Dr. Florian Denk vom Deutschen Hörgeräte Institut (DHI). Die HÖREX hatte ihn als zweiten Keynote Speaker eingeladen. In seinem Vortrag stellte Denk auf der Basis der physikalischen Grundlagen der Hörgeräteankopplung spezielle Designmerkmale von Otoplastiken vor, die durch eine Anpassung an die individuelle Anatomie verhindern, dass Körpergeräusche in den Restgehörgang gelangen, und so den Okklusionseffekt minimieren. »Die Ausführungen waren sehr informativ. Die wissenschaftlichen Erkenntnisse zu den optimierten Otoplastik-Designs können uns Akustikern die Anpassung von Otoplastiken erleichtern. Wir haben zwar kein eigenes Labor, wo wir den vorgestellten Ansatz eigenständig umsetzen können. Aber wir arbeiten mit einer kleinen Manufaktur zusammen, die flexibel und offen für neue Wege ist«, so Stappert.

Exklusivmarken, Marketing und mehr

Gut an kam bei Stappert auch das Seminar von Sonic. Die Exklusivmarke der HÖREX gibt den Mitgliedern der Genossenschaft die Möglichkeit,

Joachim Stappert holt sich bei Social-Media-Expertin Franziska Hassinger Tipps für seinen Einstieg bei Facebook und Instagram



➔ Jakob Stephan Baschab bringt aktuelle Informationen aus Mainz mit nach Frankfurt



➔ Joachim Stappert ist nicht allein zum Fortbildungskongress gereist. Sein Auszubildender nimmt an den Azubi-Schulungstagen der Genossenschaft teil

sich vom Wettbewerb und von günstigen Online-Angeboten abzuheben. Sebastian Wiesner ging im Workshop vor allem auf die Störgeräuschunterdrückung der aktuellen Hörgerätefamilie A1 ein. An Modellkopfhörern konnten die Teilnehmenden die Wirkung in den unterschiedlichen Technologiestufen selbst erleben. Wiesner erklärte, wie die integrierte Technik funktioniert, und gab Tipps fürs Kundengespräch. »Man entwickelt im Alltag ja seine Routinen. Da ist es hilfreich, sich hin und wieder andere Herangehensweisen anzuhören«, so Stappert.

Angemeldet hatte sich Stappert zudem für die Seminare von Oticon zur Zukunft der Audiologie und von Bellman & Symfon zu Lichtsignalanlagen. Als Letztes informierte sich Stappert am Sonntag über den Versicherungsschutz für Hörgeräte von Wertgarantie. Noch in Frankfurt entschied er sich, das Angebot anzunehmen.

Da meist drei Workshops parallel liefen, konnte Stappert nicht alle Veranstaltungen besuchen. Vor Ort waren auch Vertreter von Egger, GN Hearing, Hörluchs, Phonak, Sennheiser, Sivantos und Widex. Darüber hinaus gab es ein spannendes Seminar zu TELEFUNKEN, zweite Exklusivmarke der HÖREX. Ein weiterer Schwerpunkt in Frankfurt war das Marketing. Dr. Jessica Thiel von WinLocal zeigte anhand von Beispielen, wie erfolgreich Online-Marketing für Hörakustikfachgeschäfte sein kann. Praktische Tipps rund um die Frage, wie man in der Heil- und Hilfsmittelbranche Werbung betreibt, ohne abgemahnt zu werden, gab es zudem von Rechtsanwalt Andreas Grünstern. Abgerundet wurde das Pro-

gramm mit Seminaren von der Akademie für Hörakustik zu steuerlichen Besonderheiten in der Hörakustik und von Computersysteme Lonz zur IT-Sicherheit.

Nach dem Jubiläum ist vor dem Jubiläum

In Frankfurt gab es aber nicht nur biha-zertifizierte Seminare und Workshops. Die HÖREX verbindet den Fortbildungskongress jedes Jahr mit einer Mitgliederversammlung am Freitagabend, auf der die Vorstände Claudia Hellbach und H.-P. Weihmann über die Entwicklung der Genossenschaft informieren. Darüber hinaus bleibt den Mitgliedern viel Zeit, eigene Themen einzubringen und zu diskutieren. Aktiv dürfen sie dann traditionell am Samstagabend werden. 2024 hatte sich das Organisationsteam aus Kreuztal anlässlich des zehnten Fortbildungskongresses etwas Besonderes einfallen lassen: ein Casino im Tagungshotel Maritim. Mit Spielgeld konnten die HÖREXperten ihr Glück bei Roulette, Blackjack und Poker versuchen. »Ich glaube, ich war der Erste, der seine Chips weg hatte«, erinnert sich Stappert. »Viel Spaß hat es trotzdem gemacht – so wie das ganze Wochenende. Alles war super organisiert und die Atmosphäre entspannt.« Kein Wunder, dass sich Stappert schon auf die nächste große Veranstaltung der Gemeinschaft freut: die Generalversammlung im Juni 2025 samt Party zum 30. Geburtstag der HÖREX. Ort des Geschehens wird Prag sein, die goldene Stadt der hundert Türme.