RUNNING SEMINAR IN VIER VORTRÄGEN DURCH DIE STADT

Von **Dennis Kraus** Fotos: Innocentia, Hörex

Am 10. und 11. Juni versammelten sich die Mitglieder der HÖREX Hör-Akustik eG in Hamburg, um ihre Generalversammlung abzuhalten. Doch bevor sich an dem Samstag zwei der drei Vorstände verabschiedeten und über die geplante Vorstandsnachfolge berichtet wurde, stand für den Freitag etwas anderes auf der Tagesordnung: vier biha-zertifizierte Vorträge beziehungsweise Workshops an verschiedenen Orten der Stadt, eingebettet in eine Sightseeing Tour. Von der Zitronenjette bis zu "Unique"-Hörsystemen ...



▲ Startpunkt der Rallye für die HÖREX-Mitglieder: Die St. Michaelis Kirche in der Hamburger Neustadt

n Studentenstädten sind sie gang und gäbe: Running Dinner, eine Art Dreiklang aus einander kennenlernen, die Stadt erkunden und an verschiedenen Orten gemeinsam essen. Ersetzt man das gemeinsame Essen durch Vorträge, wird aus dem sogenannten Running Dinner ein Running Seminar. Genau das erwartete die mehr als 100 HÖREX-Mitglieder, die sich am zweiten Juni-Wochenende nach Hamburg aufgemacht hatten.

Wer 2015 an der HÖREX-Generalversammlung teilgenommen hatte, verfügte bereits über Erfahrung mit so einer Rallye respektive einem Running Seminar. Im vergangenen Jahr hatte die Genossenschaft anlässlich ihres 20. Jubiläums in Dresden mit einem ähnlichen Programm aufgewartet.

Viele hätten bisher, außer den Seminarräumen, nicht viel von den Städten gesehen, in denen die HÖREX ihre Generalversammlungen abgehalten hatte, erzählt Claudia Hellbach, Mitglied im Vorstand der HÖREX Hör-Akustik eG. Das wolle man mit diesem Konzept ändern.

Sightseeing und Fortbildung

Die Stimmung in der Lobby des Lindner Park-Hotels lässt Ausflugslaune aufkommen. Man kennt und unterhält sich, Scherze werden gemacht. Ein stämmiger Mann im gebügelten weißen Hemd betritt die Lobby. Auf dem Hemdkragen ist eingestickt das Logo "Elite" zu sehen. Der Busfahrer ist da.

Etwa 75 HÖREX-Mitglieder nehmen an der Rallye teil und begeben sich in den "Elite"-Doppeldecker. Vom Lindner Park-Hotel, das am Tierpark Hagenbeck, Hamburgs großem Zoo, liegt, geht es zur St. Michaelis Kirche in die Neustadt. Hier, vor dem schönsten Gotteshaus der Stadt, werden die 75 HÖREX-Mitglieder in vier Gruppen aufgeteilt. Jede bekommt einen Stadtführer zur Seite gestellt, der sie heute durch Hamburg führen wird. Die Sonne scheint. Es geht los.

Einer der Stadtführer heißt Armin. Zusammen mit 19 HÖREX-Mitgliedern macht er sich zu Fuß gen Rathaus auf. Erster Stopp auf dem Weg ist das Denkmal der Zitronenjette von Hansjörg Wagner unweit des Michels, wie die St. Michaelis-Kirche in Hamburg landläufig genannt wird. Hier erzählt Armin von der tragischen Geschichte der Henriette "Zitronenjette" Müller. Zweiter Stopp sind die Krameramtsstuben, ein kleines Ensemble aus im Laufe des 17. Jahrhunderts errichteten Fachwerkhäusern. Wer wissen möchte, wie es in der Hamburger Alt- und Neustadt bis zum zweiten Weltkrieg aussah. der kann sich hier einen Eindruck verschaffen. Nirgends sonst in der Stadt ist vergleichbare Architektur erhalten geblieben. Die Krameramtsstuben, einst vom Krameramt, einer zunftartigen Vereinigung von Kleinhändlern, als Ferienwohnungen für Witwen verstorbener Mitalieder betrieben, sind das letzte zusammenhängende Überbleibsel. Was nicht im Krieg zerstört wurde, fiel der Neubaulust der Stadt zum Opfer.

Dritter Stopp ist dann das Hamburger Rathaus. Wieder weiß Armin Spannendes zu berichten. Dann geht es ins Parlament in den Keller. Die politischen Debatten, die hier unten stattfinden, sind allerdings stets inoffizieller Natur. Nicht zu verwechseln mit der Hamburger Bürgerschaft ist das Parlament ein Restaurant. Hier wartet der erste Vortrag auf die Gruppe von Stadtführer Armin. Kay Buchhauser, Leiter Vertrieb und Marketing bei Widex, und Produkttrainer Peter Riemer begrüßen die HÖREX-Mitglieder in dem ehrwürdigen Kellerraum. In ihrem Workshop präsentieren die beiden das aktuelle Widex-Portfolio, Schwerpunkte sind die "Daily"- und die "Unique"-Serien. Zudem geben Riemer und Buchhauser Tipps zur Anpass-Software und referieren über die schnellere Akzeptanz von Hörsystemen durch neue Algorithmen.

Mit Früchten und Gertränken gestärkt geht es im Anschluss durch den Hof des Rathauses wieder nach draußen auf den Rathhausmarkt. Vorbei am Ausläufer der Binnenalster führt Armin die Gruppe zum Domplatz. Hier stand einst eine prunkvolle Domkirche, in welcher der Bischof des Erzbistums Hamburg residierte, bis die Stadt im Zuge der Reformation lutherisch geworden war. Dann wurde der Dom eine Enklave des Erzbistums Bremen. Erst Anfang des 19. Jahrhunderts fiel der Dom wieder an Hamburg, woraufhin er abgerissen wurde. Seit dem ist die Fläche, auf der bereits um 800 n. Chr. die Hammaburg, der die Stadt Hamburg ihren Namen verdankt, errichtet worden war, unbebaut.



▲ Kurzer toursitischer Zwischenstopp: Die Krameramtsstuben

Die Gruppe ist auf dem Weg in die Hafencity, jenem während der 00er Jahre dieses Jahrhunderts neu errichteten Teils der Stadt. Ziel der HÖREX-Mitglieder ist das Ameron Hotel Speicherstadt. Hier erwarten Horst Warncke, Leiter der Audiologie der Oticon GmbH, und Jens Mittelstädt, audiologischer Trainer bei Oticon, die Gruppe schon. Am Ende ihres Workshops über Oticons neues "Opn"-Hörsystem und dem damit verbundenen audiologischen Konzept, bleibt sogar noch Zeit für ein Quiz. Um mitspielen zu können, muss man sich mit



▲ Vortrag in ehrwüdigem Ambiente: Kay Buchhauser und Peter Riemer von Widex empfingen die HÖREX-Mitglieder im Keller des Hamburger Rathauses

DIF HÖREX GENERALVERSAMMLUNG

Lud die HÖREX-Mitglieder am Ende des Vortrags zu einem Quiz ein: Horst Warncke, Leiter der Audiologie bei der Oticon GmbH



seinem Smartphone auf der Website kahoo.it einloggen. Ist man drin, erscheinen auf dem Smartphone-Display zu jeder von Horst Warncke gestellten Frage, die sich allesamt auf die Inhalte des Vortrags beziehen, vier Antwortmöglichkeiten. Wer hat gut aufgepasst? Wer tippt am schnellsten auf die richtige Antwort auf seinem Display? Es entbrennt ein knappes Duell an der Spitze. Den Gewinner lockt eine Flasche Champagner.

Draußen vor dem Hotel versammelt sich die Gruppe in der inzwischen warmen Mittagssonne. Sind alle da? Dann geht es Armin hinterher weiter durch die Speicherstadt, die seit 2015 zusammen mit dem angrenzenden Kontorhausviertel zum Unesco Weltkulturerbe gehört. Ziel ist ein Kaispeicher neben dem berühmten Miniaturwunderland. Hier erwartet die Mitglieder als dritte Station ein Workshop von Bernafon.



Wie vermittelt man einem Kunden den Nutzen hochwertiger Hörsysteme? Darüber sprach Jana Verheyen mit den HÖREX-Mitgliedern A

Seitenwechsel

Die in Berlin beheimatete Bernafon-Niederlassung ist mit ihrer ersten Garnitur vertreten. An einem der Bistrotische auf der Loft-artigen Kaispeicherfläche steht Geschäftsführer Klaus-Peter Lipfert. Marketingleiterin Daniela Häußler ist zugegen, genau wie der Leiter der Audiologie Carsten Braun und der Teamleiter Produktund Software-Training Sebastian Wiesner. Die Schulung auf dem alten Kaispeicher übernimmt jedoch jemand

anderes. "Wir haben uns heute ein anderes Thema ausgewählt, weg von der Technologie", eröffnet Carsten Braun. Zuletzt hatte man sich bei Bernafon wieder mehr für die Typisierung von Kunden sowie für weitere Anpassstrategien interessiert. Da wolle man heute "einen weiteren Baustein aufsetzen, indem wir uns einfach mal auf die andere Seite setzen und uns gezielt unsere Kunden anschauen und durch Fragetechniken gucken, ob wir weitere Stellschrauben finden, um die Anpassung zu verbessern", erklärt Carsten Braun. Jana Verheyen sei ein solcher "Frageprofi". Sie arbeitet als Audio Coach, hält Vorträge, berät Firmen, gibt Selbsthilfeseminare beim Deutschen Schwerhörigenbund (DSB) und ist auch für einige Hörsystem-Hersteller tätig. Zudem ist sie selbst schwerhörig.

"Es geht darum, mit den richtigen Fragen den Kunden dazu zu bekommen, dass er es schafft, die Folgen seiner Hörschädigung detailliert wahrzunehmen", erklärt Jana Verheyen. Ziel hierbei ist es, den Kunden erkennen zu lassen, dass "ein hochwertiges Hörgerät wirklich in seinem Interesse ist". Oft hätten Schwerhörige ja den Eindruck, sie würden beim Akustiker "so ein bisschen" über den Tisch gezogen, weiß Jana Verheyen. "Da gibt es viele Missverständnisse, weil die Betroffenen denken, ein Kassengerät würde reichen. Nur stimmt das eben nicht."

In der Folge gibt Jana Verheyen Tipps, wie man mit gezielten Fragen beim Kunden einen Denkprozess in Gang setzen kann. Ihr ist das wichtig. Als hochgradig Schwerhörige möchte sie, dass möglichst viele Menschen gut versorgt sind.

Wichtig ist für Jana Verheyen außerdem, dem Kunden klarzumachen, dass Hörsysteme alleine nicht alles sind. "Natürlich sind die ein absolutes Muss, gar keine Frage. Aber machen wir uns nichts vor, es gibt auch Probleme, die Hörgeräte nicht lösen können", sagt sie. Man solle also keine Erwartungen schüren, die man nicht erfüllen kann. Oberstes Ziel müsse es sein, den Kunden aus seiner Passivität herauszuholen.

Um den HÖREX-Mitgliedern eine Idee zu geben, wie man mit Fragen die Probleme und Standpunkte des Kunden besser verstehen kann, startet sie mit der Gruppe ein Spiel. Hierzu muss einer eine Aussage machen und derjenige neben ihm muss ihm eine Frage stellen,

DIE HÖREX GENERALVERSAMMLUNG



A "Frequenzumfang und Dynamik machen den Unterschied." Carina Goldschmidt von der Sivantos GmbH stellte das Signia-Feature "Music HD" vor

mit der er nachzuvollziehen versucht, warum der andere sich in seiner Meinung so sicher ist. Als Thema gibt sie Außerirdische vor. Der eine trifft also eine Aussage, nach der er fest von der Existenz von Aliens überzeugt ist. Der andere stellt dazu eine Frage, um herauszufinden, was denjenigen so sicher macht. Wichtig: Er darf nicht versuchen, den anderen vom Gegenteil zu überzeugen. Dieses Spiel ließe sich auch auf Beratungsgespräche übertragen, erklärt sie. Es geht darum, mit immer genauerem Nachfragen den anderen zum Reflektieren seiner Situation zu bringen.

Auch auf den Zusammenhang von Burn-out und Schwerhörigkeit kommt Jana Verheyen zu sprechen.

66 Es geht darum, mit immer genauerem Nachfragen den anderen zum Reflektieren seiner Situation zu bringen.

> Hier würden nach wie vor die Symptome oftmals falsch zugeordnet, meint sie. Überhaupt seien die meisten Menschen nach wie vor in puncto Hörverlust zu wenig aufgeklärt, findet Jana Verheyen.

> Auch Trauerarbeit gehöre in ihren Augen zum Job des Akustikers. "Schwerhörige haben vieles verloren. Der soziale Ausschluss ist hart", sagt Jana Verheyen. So müsse es einen nicht wundern, wenn beim Gegenüber der Wasserstand steige. Schließlich könnten Normalhörende ihre Probleme nicht verstehen. Mit wem also

könnten sie über ihre Probleme sprechen? All dies die richtigen Fragen und das Verständnis - öffne den Kunden und schaffe in ihm ein Bewusstsein, dass die Qualität seiner Hörsysteme "maßgeblich entscheidend ist für seine Lebensqualität". Sie kommt zum Ende ihres Vortrags. "Hörgeräte sind keine Nötigung, sondern eine Lösung", sagt sie. Wer das erkannt habe, der sei auch bereit zu investieren.

Letzte Station Sivantos

Wie Widex und Oticon zählt auch Bernafon zu den strategischen Partnern der HÖREX Hör-Akustik eG, erklärt Vorstand Claudia Hellbach. Daher habe man sich für diese Firmen als Stationen der Rallye entschieden.

Ebenfalls zu den strategischen Partnern der HÖREX gehört die Sivantos GmbH. Die hat heute in einem Seminarraum im Steigenberger Hotel am Rödingsmarkt Position bezogen. Da geht es nun von der Speicherstadt aus hin. Allerdings nicht, ohne zunächst Halt zu machen in der Deichstraße. Hier gibt es, erzählt Stadtführer Armin, auch noch einige Überbleibsel längst vergangener Hamburger Architektur. Und von der Deichstraße ist es dann nur ein Katzensprung zur letzten Station.

Im ersten Stock des Steigenberger Hotels begrüßen Carina Goldschmidt und Andy Borrmann die HÖ-REX-Mitglieder. In ihrem Workshop beleuchtet Carina Goldschmidt das Thema Musikhören mit Hörsystemen. Hierzu hat man sich bei Sivantos zum Start von Signia noch einmal genauere, neue Gedanken gemacht.

Ausführlich erklärt sie, wie man sich bei Sivantos dem Thema annäherte. Wie unterscheidet sich Musik von Sprache? "Der Frequenzumfang und die Dynamik machen den Unterschied", erklärt sie. Man müsse das Thema also anders betrachten als Sprache.

Sie kommt auf die Herausforderungen für Hörsysteme in Bezug auf Musik zu sprechen. Die größte sei der limitierte Eingang, sagt sie. Dazu käme, dass sich Features, mit denen man Sprache besser versteht, beim Musikhören teilweise kontraproduktiv auswirken könnten. "Was kann man also machen?", fragt sie. Alles leiser zu machen, sei jedenfalls keine Option. Also hat man für "Music HD", das neue, aus drei Programmen bestehende Musik-Feature von Signia, die Dynamik erweitert. Auch auf die Rolle der Hörer kommt sie zu sprechen. Wobei es hier auch darauf ankomme, was für Musik ein Kunde gerne höre. So sei der Klassik-Connaisseur eher mit einem S-Hörer gut beraten, während der Freund der Pop-Musik mit einem M- oder P-Hörer besser fahre, weil die "mehr Tiefen rüberbringen", wie Carina Goldschmidt erzählt. Zudem gibt sie Tipps für die Anpassung, etwa den, dass man immer auch die hohen Töne ausgleichen sollte, gleiche man die Tieftöne aus.

Sie spielt einige Klangbeispiele vor, bei denen mal ein bestimmtes Feature aktiviert ist, mal ein anderes. Dann erklärt sie die Rollen von Omnidirektionalität und Direk-

DIE HÖREX GENERALVERSAMMLUNG



▲ Wurden auf der Generalversammlung verabschiedet: Die beiden Vorstände Mario Werndl und Thomas Sühnel

tionalität beim Musikhören. Darüber hinaus gelte es, für den Musikgenuss stets die Störgeräuschunterdrückung auszuschalten. Genauso sollte man die Frequenzkompression "überall in gleicher Stärke nehmen. Wie soll sich der Kunde sonst an Klänge gewöhnen, wenn die Einstellungen unterschiedlich sind?"

Zum Abschied bekommt jedes HÖREX-Mitglied ein Signia-Tütchen mit auf den Weg. Mit dem in der Hand geht es zurück zum Rathausmarkt, wo der "Elite"-Bus die Gruppe einsammelt und zurück zum Hotel bringt. Über 10.000 Schritte hat man im Laufe der Rallye gemacht. Man hat einige Hamburger Sehenswürdigkeiten gesehen. Man hat vier interessante Vorträge gehört und neun biha-Fortbildungspunkte gemacht. Das kann sich sehen lassen.

Die Generalversammlung

Seinen Ausklang findet der Freitagabend für die HÖ-REX-Mitglieder mit einem Besuch in Alma Hoppes "Lustspielhaus". Am Samstag steht die Generalversammlung an. Bevor die richtig losgeht, gibt biha-Hauptgeschäftsführer Jakob Stephan Baschab in seiner Rede einen Überblick über die aktuelle Situation der Branche. Dann beginnt der interne Teil.

Ein zentraler Punkt der Versammlung am 11. Juni ist die Verabschiedung der beiden Vorstände Thomas Sühnel und Mario Werndl. Thomas Sühnel stand der HÖREX seit ihrer Gründung vor. Mario Werndl hatte seit 1999 einen Vorstandsposten bei der HÖREX bekleidet. Den beiden folgen soll Gerd Müller aus Korbach. Gerd Müller ist Hörgeräteakustikermeister, Pädakustiker und Audiotherapeut. Als längjähriges aktives HÖREX-Mitglied sind ihm die Strategie der HÖREX und der genossenschaftliche Ansatz bestens vertraut, erzählt Claudia Hellbach.

Im Gegensatz zu Thomas Sühnel und Mario Werndl wird er den Posten hauptamtlich ausüben. "Die von ihm aufgebauten Fachgeschäfte bleiben der HÖREX erhalten und werden von der HörPartner GmbH weitergeführt", berichtet seine künftige Vorstandskollegin Claudia Hellbach.

Damit schrumpft der HÖREX-Vorstand zwar numerisch, doch stehen der Genossenschaft ab Herbst zwei hauptamtliche Vorstände vor. Der Schritt weg vom Ehrenamt sei unumgänglich, sagt Claudia Hellbach. Denn um die Mitglieder weiter tatkräftig zu unterstützen, werde die HÖREX ihre Dienstleistungen noch ausbauen.

Ein zentraler Punkt bei der Ausweitung des Portfolios ist das Online-Marketing. Auf der Generalversammlung wird beschlossen, dass es fortan für die HÖREX-Mitglieder verpflichtend ist, am Suchmaschinen-Marketing

der Genossenschaft teilzunehmen. So steht es nun in der Satzung.

Ein weiterer wichtiger Beschluss für die Zukunft der HÖREX betrifft den Einstieg in die Genossenschaft. Bereits seit 2001 gibt es die Möglichkeit einer Gastmitgliedschaft; seit April dieses Jahres ist sie kostenfrei. Und für eine Festmitgliedschaft müssen ab sofort nicht

> **66** Für die HÖREX-Mitglieder ist es fortan verpflichtend, am Suchmaschinen-Marketing der Genossenschaft teilzunehmen. So wurde es auf der Generalversammlung beschlossen.

mehr zehn Geschäftsanteile erworben werden, sondern lediglich ein Geschäftsanteil in Höhe von 260 Euro. Die Idee, die nächste Generalversammlung wieder mit einer Rallye, also einem Running Seminar, zu flankieren, besteht im Übrigen schon. Für eine Stadt hat man sich zwar noch nicht entschieden. Aber wo immer die Generalversammlung auch stattfinden wird - die Mitglieder werden in jedem Fall wieder eine Stadt kennenlernen und nicht nur ein Hotel mit Seminarräumen.