

# HÖREX UNTERNEHMERTAGE UND GENERALVERSAMMLUNG – TOP-TEAM AUF AUSBILDUNGSMISSION

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



Rund 100 Mitglieder waren im Juni nach Wiesbaden gekommen, um an der Generalversammlung und den Unternehmertagen teilzunehmen ➔

Ein Termin, der im HÖREX Kalender nie fehlen darf, ist die Generalversammlung. In diesem Jahr traf sich die Genossenschaft vom 13. bis 16. Juni in Wiesbaden. Der Vorstand präsentierte gute Zahlen – und ein Team, das die Mitglieder und ihre Auszubildenden ab sofort mit einem professionellen Ausbildungskonzept durch die drei Lehrjahre begleiten wird.

**O**b Köln 2022, Potsdam 2023 oder Wiesbaden 2024: Wenn die HÖREX Mitglieder in den vergangenen Jahren zu ihren Unternehmertagen zusammentrafen und das Stichwort »Ausbildung« fiel, konnte man sicher sein, dass eine Person nicht weit war: Ilker Karaman. Der 42-Jährige kam vor drei Jahren über den Existenzgründungs-Service zur HÖREX, seit dem vergangenen Jahr ist er Mitglied im Aufsichtsrat. Vor seiner Zeit als selbstständiger Hörakustiker arbeitete er für eine große Hörakustikerkette und engagierte sich dort viele Jahre im Aus- und Weiterbildungsteam.

### Motivation für mehr Ausbildung

Das Thema Ausbildung steht auch bei der HÖREX spätestens seit 2022 ganz oben auf der

Agenda. In dem Jahr startete die Genossenschaft ihre Ausbildungs-Initiative mit dem Ziel, das Hörakustik-Handwerk bei jungen Menschen bekannter zu machen und die Mitglieder bei der Suche nach Auszubildenden zu unterstützen. Auf dem Fortbildungskongress 2022 gab es auch erstmals spezielle Seminare und Workshops für Auszubildende, konzipiert und durchgeführt von Bärbel Peters und Jens Ahlers. »In vielen Gesprächen mit Kolleginnen und Kollegen entstand nach und nach die Idee: Das, was Bärbel und Jens begonnen haben, können wir zu einem umfassenden Gesamtkonzept ausbauen«, so Ilker Karaman. »Wir haben viele Top-Leute in unseren Reihen, die sich in Lübeck als Gastdozenten oder im Gesellenprüfungsausschuss engagieren. Warum nicht dieses Know-how nutzen und den Mitgliedern und ihren Auszubildenden zur Verfügung stellen? Und diejenigen, die schon länger nicht mehr ausgebildet haben, motivieren, diesen Schritt mit Unterstützung der Gemeinschaft wieder einmal zu wagen?«

Bei den Unternehmertagen in Potsdam im vergangenen Jahr stellte Ilker Karaman dem Vorstand die Idee vor, Anfang 2024 gaben Claudia Hellbach und H.-P. Weihmann ihr finales Okay. Inzwischen hatte sich ein festes Team gebildet: Neben Ilker Karaman gehört Jens Ahlers dazu, außerdem Julia Kahl, Marian Olbertz, Rai-



▶ Auch Jakob Stephan Baschab betont in seinem Vortrag, wie wichtig es sei, junge Menschen in der Hörakustik auszubilden



▶ Letzte Absprachen für die Generalversammlung: Die beiden Vorstände Claudia Hellbach und H.-P. Weihmann

ner Poppen und Dominic Sommer. Das Konzept, das sie entwickelt und in Wiesbaden vorgestellt haben, zählt zum einen auf die Inhalte ein, die in Lübeck gelehrt werden. Zum anderen berücksichtigt es Lernstrategien und Soft Skills, die für die tägliche Arbeit mit Kunden und Kollegen relevant sind. »Im Endeffekt geht es um drei Dinge«, erklärt Ilker Karaman. »Erstens möchten wir die Auszubildenden unterstützen und sie bestmöglich auf die Prüfung vorbereiten. Wir wollen ihnen einen roten Faden an die Hand geben, sodass sie jederzeit wissen, was sie sowohl in Lübeck als auch im Betrieb können müssen. Davon profitieren natürlich auch die Ausbildungsbetriebe, das ist der zweite Aspekt: Die Betriebe bekommen bessere, motiviertere Lehrlinge. Zudem sind die Lehrlinge die Gesellen von morgen, die Meister und Betriebsleiter von übermorgen. Und an den einen oder die andere können Inhaber vielleicht eines Tages den eigenen Betrieb übergeben, aus den einstigen Auszubildenden können Gründerinnen und Gründer werden. Damit kommen wir zum dritten Aspekt: Indem wir in die Ausbildung investieren, gestalten wir unsere Zukunft aktiv mit: die Zukunft der Branche und die Zukunft der Genossenschaft.«

Dass die HÖREX mit der Ausbildungs-Initiative den Nerv ihrer Mitglieder trifft, zeigt nicht zuletzt eine interne Mitgliederbefragung, die die Genossenschaft im ersten Halbjahr 2024 durchgeführt hat. Daraus geht unter anderem hervor, dass die Mitgliedsfachbetriebe den Fachkräftemangel als eine der größten Herausforderungen betrachten. Die Bedeutung des Themas unterstrich H.-P. Weihmann, Mitglied im Vorstand der HÖREX, mit seinem Vortrag auf der Generalversammlung, in dem er ausführlich auf

aktuelle Zahlen zum Fachkräftemangel einging. So fehlten dem Handwerk insgesamt pro Jahr mehr als 40.000 Auszubildende. Als mögliche Gegenmaßnahme hätten sich Praktikumsstellen erwiesen. Immerhin mehr als die Hälfte der Auszubildenden hätten ihren Ausbildungsberuf durch ein Praktikum kennengelernt.

#### **Zu Gast: Jakob Stephan Baschab**

Bereits am Samstagmorgen, noch vor der Generalversammlung, hatte Jakob Stephan Baschab, Hauptgeschäftsführer der Bundesinnung der Hörakustiker (biha), an die Mitglieder appelliert, mehr in die Ausbildung zu investieren – vor allem vor dem Hintergrund, dass der Bedarf an Hörakustikern in den kommenden Jahren weiter steigen werde. Auch das Thema Gehälter dürfe kein Tabu sein, wenn man mit anderen Ausbildungsberufen mithalten wolle. Schließlich seien die Ansprüche an die Auszubildenden keine geringen. Ein weiteres Thema, über das Baschab die Mitglieder der HÖREX informierte, war der Vertrag mit dem Verband der Ersatzkassen (vdek). Er gehe davon aus, dass es erneut zu einem Schiedsverfahren zwischen biha und vdek käme.

#### **Unternehmensnachfolge und lokaler Wettbewerb**

Noch einmal zurück zur Generalversammlung: Über das Thema Ausbildung hinaus ging Weihmann auf weitere Aspekte ein, die in den kommenden Jahren eine zentrale Rolle für die Gemeinschaft spielen werden. Dazu gehört unter anderem die Frage nach der Unternehmensnachfolge. Im Handwerk seien bereits 25 Prozent der Inhaber älter als 60 Jahre, die Zahl der



➊ Auf der Generalversammlung stellt Ilker Karaman den Mitgliedern das Konzept für überbetriebliche Azubi-Schulungen vor (Copyright: HÖREX – Fotograf: Dirk Sackmann)

Unternehmen, die übergeben werden sollen, läge bei etwa 30 Prozent, Tendenz steigend. Die größte Herausforderung sei es, einen geeigneten Nachfolger zu finden. Der Vorstand sieht es deshalb als eine seiner zentralen Aufgaben, die Mitglieder in diesem Prozess zu begleiten. Im Fokus der Genossenschaft bleibt auch das Thema Online-Sichtbarkeit: »Digitale Sichtbarkeit entscheidet heute über 80 Prozent der Kaufentscheidungen«, erläuterte Weihmann in Wiesbaden. »Wer online nicht auffindbar ist, existiert nicht.« Die HÖREX unterstützt ihre Mitglieder deshalb in puncto Empfehlungsmarketing zur Pflege der Online-Reputation, beim Google Unternehmensprofil sowie mit einer Display-Kampagne und dem Social-Media-Posting-Service, der zahlreiche Content-Vorlagen für Facebook und Instagram bereithält. Um sich darüber hinaus vom lokalen Wettbewerb abzuheben, hat die Genossenschaft mit TELEFUNKEN und Sonic zwei starke Exklusivmarken im Portfolio. Natürlich hatte der Vorstand auch Zahlen mit nach Wiesbaden gebracht. Claudia Hellbach verkündete, dass die Genossenschaft ihr Ergebnis gegenüber dem Vorjahr erneut verbessern konnte: Sie schloss das Jahr 2023 mit einem leichten Absatz- und Umsatzplus ab und lag mit dem Ergebnis leicht über dem Marktdurchschnitt. Auch bei den Betriebsstätten konnte die Gemeinschaft zuletzt wieder zulegen, nachdem die Demant Hamburg GmbH 2023 die Hörakustikfilialen von Mr. Optik übernommen hatte und diese zu Ende 2023 aus der Genossenschaft ausgeschieden waren.

### Workshops, Kultur und Atmosphäre

Eingebettet war die Generalversammlung wie immer in die Unternehmertage. Auf dem Programm am Freitag standen in diesem Jahr insgesamt neun biha-zertifizierte Workshops und Seminare. »Besonders gut gefallen hat mir, dass nicht die Produkte der Industriepartner im Fokus standen, sondern Themen, die für uns als Unternehmer relevant sind«, so Ilker Karaman. Die Inhalte waren breit gefächert: Es ging um Ansätze zur Bewältigung des Fachkräftemangels, Lösungen für ein besseres Zeitmanagement, innovative Brandstore-Konzepte, Preisstrategien zur Premium-Positionierung sowie um die vielfältigen Chancen, die Exklusivmarken wie TELEFUNKEN und Sonic bieten. Außerdem gab es Workshops zur Herstellung von individuellem Schwimmschutz, zum neuen Bluetooth-Standard Low Energy Audio und Auracast sowie zu digitalen Lösungen für eine erfolgreiche Hörversorgung. Begonnen hatte das Wochenende für die meisten Teilnehmer bereits am Donnerstagabend. Ilker Karaman besuchte mit einer kleinen Gruppe das Museum Wiesbaden, wo die größte europäische Privatsammlung des Jugendstils beheimatet ist. Der größere Teil der Mitglieder hatte sich für eine Weinprobe auf dem seit 2018 zertifizierten Bio-Weinhof Schreiber entschieden. Neben den Kostproben gab es viele Informationen rund um Anbau und Verarbeitung der Weine – und abschließend noch einen kleinen Spaziergang durch die angrenzenden Weinberge. Zum Abendessen fanden alle Mitglieder wieder zusammen. »Schon diesen ersten Nachmittag und Abend habe ich sehr genossen. Der Austausch, den wir untereinander haben, ist einfach etwas sehr Besonderes«, so Ilker Karaman. Zeit für Gespräche gab es an den weiteren Tagen noch reichlich – sei es in den Pausen zwischen den Workshops, beim Abendessen mit den Industriepartnern, bei einer »Tour de Wiesbaden« mit der kleinen Wiesbadener Stadtbahn ThErmine oder am Abschlussabend in der stillvollen Atmosphäre des Kurhauses Wiesbaden. Das Fazit von Ilker Karaman ist eindeutig: »Als ich mich am Sonntag auf den Weg nach Hause gemacht habe, hat mich der Gedanke begleitet, dass ich gerade eine Familie verlassen habe, um zu meiner anderen zu fahren.«