



Akustika Schweiz mit neuen Zielen

Im Fokus soll zukünftig die Kundenorientierung stehen

Der Schweizer Fachverband der Hörgeräteakustiker, Akustika, strebt eine neue Aufstellung in Richtung Mehrwert bei der Kundenorientierung an. Einhergehen ein erweiterter Service für die Mitglieder mit einer verbesserten visuellen Ausrichtung auf der Homepage und die Positionierung als qualifiziertes Netzwerk. Im Zusammenhang damit steht der Weiterbildungsanlass 2013 am 21. und 22. Juni in Interlaken. Dieses Mal nicht in der Form eines Kongresses, sondern mit Workshops, bei denen den Teilnehmern neue Ideen und Erkenntnisse zur professionellen Beratung der Kunden vermittelt werden.

Das Leitmotiv der Weiterbildungsveranstaltung in Interlaken lautet: »Kundengewinnung und Kundenorientierung«. In den drei verschiedenen Modulen »Beratungsgespräch, Service, Umsetzung in die Praxis« werden qualifizierte Trainer die Teilnehmer zu diesen Themen schulen und gemeinsam mit ihnen Ideenpools zur Anwendung entwickeln. Dazu Chris-

toph Schönenberger, Geschäftsführer der Akustika: »Der Markt hat sich in letzter Zeit sehr stark verändert und die Konkurrenz ist viel härter geworden. Die Fachgeschäfte haben erkannt, wie wichtig es ist, die Mitarbeitenden auszubilden, damit sie zusätzlich zur guten Beratung positiv auf den Kaufentscheid des Kunden Einfluss nehmen können. Kundenorientierung und Mehr-

wert sowie neue Ideen, um das Kundeninteresse zu wecken, sind gefragt«.

Über das genaue Programm der Weiterbildungsveranstaltung und das neue Konzept des Schweizer Verbands der Hörakustiker werden wir in der nächsten Ausgabe der Hörakustik auf diesen Seiten ausführlicher berichten.

Carmen Freihaut

Studie im Auftrag der Hörgeräteeheranten

Positives Image der Hörakustiker

Die Anovum GmbH führte zu den Themen Hören und Hörgeräte im Auftrag des Verbands der Hörgeräteeheranten der Schweiz (HSM, Hearing Systems Manufacturers) eine Studie durch. Sie zeigt sehr interessante und positive Ergebnisse bei der Auswertung für die Branche auf, die wir hier in einer Kurzfassung zusammenfassen. Dieses vorweg: Beim Image in der Gesamtbevölkerung kommen die Hörgeräteakustiker sehr gut weg.

Zum Hintergrund: Im ersten Abschnitt der repräsentativen Befragung in der deutschen und französischen Schweiz wurden Daten von insgesamt 14 836 Personen zum Hörverlust und der Hörgerätenutzung erhoben. In einem zweiten Abschnitt ermittelte die Studie die Motive zur Hörgerätenutzung, die Zufriedenheit mit Hörgeräten sowie den Umgang mit einem Hörverlust. Befragt wurden dazu 514 Hörgeräteträger und 813 Personen, die kein Hörgerät trugen. Die Erhebung der Daten erfolgte mittels Online-Interviews. Im Folgenden finden Sie die wichtigsten Erkenntnisse der Studie kurz zusammengefasst.



■ Unter einem Hörverlust leiden insgesamt 8,8 Prozent der Schweizer Bevölkerung – nach eigenen Angaben. Von diesen tragen 38,8 Prozent ein Hörgerät – 73 Prozent davon binaural. Laut der Umfrage bekundeten 84 Prozent der Hörgerätebesitzer mit ihren Hörgeräten insgesamt zufrieden zu sein, nur sieben Prozent waren es nicht. Mit über 90 Prozent sind die Hörgerätebesitzer ausgesprochen zufrieden mit der Arbeit der Hörgeräteakustiker. Von denjenigen, die im Arbeitsleben stehen, bekundeten 70 Prozent, dass ihr Hörgerät sehr nützlich sei und waren der Ansicht, dass ein nicht behandelter Hörverlust zu Nachteilen im Arbeitsleben führen könne, zum Beispiel bei Beförderungen.

■ Zu den häufigsten Gründen, weshalb Menschen mit Hörverlust kein Hörgerät besitzen, zählt die Ansicht, dass sie auch ohne Hörgerät noch gut genug hören könnten. Ihren Hörverlust erachten sie als noch nicht gravierend genug, um ein Hörgerät zu erwerben. Dies zeigt sich zum Beispiel auch darin, dass 27 Prozent von ihnen deshalb noch nie einen Hals-Nasen-Ohrenarzt aufgesucht haben.

■ Die am 1. Juli 2012 in Kraft getretene neue Regelung der Pauschalvergütung beim Hörgerätekauf ist unter den Hörgeräteträgern signifikant bekannter (mehr als zwei Drittel) als bei denje-

nigen ohne Hörgerät (weniger als ein Drittel). Das neue Vergütungssystem betrachtet letztere Gruppe kritischer als die erste, aber die Mehrheit beider Gruppen erachten die Maßnahmen zur Reduzierung der Kosten als negativ.

■ Die Schweizer tragen ihre Hörgeräte durchschnittlich 8,3 Stunden am Tag, 50 Prozent von ihnen nutzen es mehr als acht Stunden, 31 Prozent im Durchschnitt vier Stunden oder sogar weniger. Die Lebensdauer der Hörgeräte liegt bei durchschnittlich 3,1 Jahren. Die Hälfte der Befragten legte sich ein Hörgerät in den zurückliegenden zwei Jahren zu. Im Durchschnitt behielten diejenigen, die zum ersten Mal ein Hörgerät erwarben, dieses circa fünf Jahre lang und ersetzen es erst danach. 46 Prozent der Hörgeräte mussten noch nie zur Reparatur, 31 Prozent nur einmal. Zweimal oder häufiger wurden 23 Prozent wieder funktions-tüchtig gemacht.

■ Hörgerätebesitzer sind aufgrund der Professionalität, der Servicequalität vor und nach dem Kauf sowie der Beratungsqualität mit ihren Hörgeräteakustikern sehr zufrieden: Die Quote liegt bei über 90 Prozent.

■ Insgesamt ist das Image der Hörgerätebranche bei der Schweizer Bevölkerung sehr positiv. Lediglich vier Prozent haben ein negatives und



25 Prozent überhaupt kein Bild von der Hörgerätebranche. 42 Prozent sind der Meinung, dass sich das Image der Hörgerätebranche in den zurückliegenden Jahren verbessert habe, 53 Prozent finden, es sei unverändert, und nur fünf Prozent denken, es habe sich verschlechtert. Zu den Gründen für die positive Bewertung gehören häufig die verbesserte Technik/Qualität sowie die Miniaturisierung der Hörgeräte. In der Gesamtbevölkerung werden Hörgeräteakustiker und Hörgerätehersteller sehr ähnlich beurteilt. So heißt es in der Studie: »Dies dürfte damit zu tun haben, dass in der Gesamtbevölkerung nur etwa die Hälfte der Personen Hörgerätehersteller und Hörgeräteakustiker bewusst unterscheidet. Bei den Hörgerätebesitzern sind es mit 84 Prozent deutlich mehr, die die beiden Gruppen unterscheiden, und es zeigt sich auch ein differenzierteres Bild beim Image: Die Hörgerätebesitzer haben von den Akustikern ein leicht besseres Bild als von den Herstellern.«

Carmen Freihaut

Hansaton Österreich übernimmt drei Filialen von Hörgeräte Seifert

In der »Hörakustik« 1/2013 berichteten wir über die Wachstumspläne von Hansaton Hörgeräte in Österreich sowie über die neue Kooperation mit der Elektronikette »Niedermeyer« und dem Start-up-Unternehmen »Ohrtheke« als Partner. Wie jetzt aus dem österreichischen Wirtschaftsblatt zu erfahren ist, wurden im Herbst 2012 im

Zuge des Expansionskurses auch drei Filialen von Hörgeräte Seifert in Österreich übernommen. Die Hörgeräte Seifert GmbH wurde 1962 von Ewald Seifert in Ingolstadt gegründet und ist eines der Pionierunternehmen in der Hörgeräteakustikbranche. 1967 verlagerte sich der Firmensitz nach München, wo heute Heidi Seifert und

Wolfgang Luber die Firmentradition mit Kontinuität und Innovationen weiterführen. Zum Unternehmen gehören über 70 Niederlassungen in Süddeutschland und Österreich. Hansaton ist eine Tochtergesellschaft des weltweit größten Hörgeräteherstellers Sonova in der Schweiz.

Carmen Freihaut

