

IMPULSE FÜR DIE BRANCHE

Von Dennis Kraus / Fotos: GN Hearing

Überzeugten die Jury mit ihrem Konzept »Prime Hearing« am meisten: Rico Schiller (Mitte) und Marco Gebert (re.), hier mit Christian Lücke, Geschäftsführer der GN Hearing GmbH (li.) bei der Preisverleihung ➔



Am 26. April wurde in Münster der »Smart Hearing Award« verliehen. Darüber hinaus ehrte die GN Hearing die Finalisten mit dem »Smart Hearing Award Tribute«, und auch ein »Sonderpreis Cochlea Implantate« wurde vergeben. Nach der Siegerehrung bekamen die Preisträger die Gelegenheit, ihre ausgezeichneten Projekte einander vorzustellen.

Wenn eine Jury im Rahmen einer Preisverleihung davon spricht, es sich mit der Kürung der Gewinnerin oder des Gewinners nicht leicht gemacht zu haben, dann könnte das mancher als Phrase abtun. Und manchmal mag das auch zutreffen. Im Falle des am 26. April vergebenen Smart Hearings Awards sowie der Smart Hearing Award Tributes aber kann ich versichern: Die Entscheidungsfindung war eine echte Herausforderung. Der Preis zeichnet bekanntlich Hörakustikfachgeschäfte aus, die sich mit »wegweisenden Marketingansätzen, Konzepten und Aktivi-

täten« hervortun, die Hörakustikerinnen und -akustiker »als Anbieter von modernen Hörlösungen mit exzellenter Qualität, mit besonderem Service und Know-how« herausstellen. Die Möglichkeiten, hier herauszuragen, sind also mannigfaltig. Als ich dann die Bewerbungen erstmals gesichtet hatte, fragte ich mich jedenfalls, wie ich hier ein anständiges Ranking würde aufstellen können. Weil ja nicht alle das gleiche machen, sind die Projekte und Aktivitäten schließlich kaum vergleichbar.

Eine Bauchentscheidung

Ich begann, mir zu jeder Einreichung Notizen zu machen. Was gefällt mir gut? Und warum? Anschließend versah ich meine Notizen mit Punkten, um die verschiedenen Projekte in eine Reihenfolge zu bringen. Dabei fragte ich mich immer wieder, warum ich jenes Projekt besser bewertet hatte als das andere. Wie gesagt: Vergleichbar waren die Einreichungen nicht. Ich konnte nicht sagen, wer hier etwas besser macht als die oder der andere. So entschied ich, meine Bewertungen anhand der Originalität und der Bedeutung der Projekte für die Branche

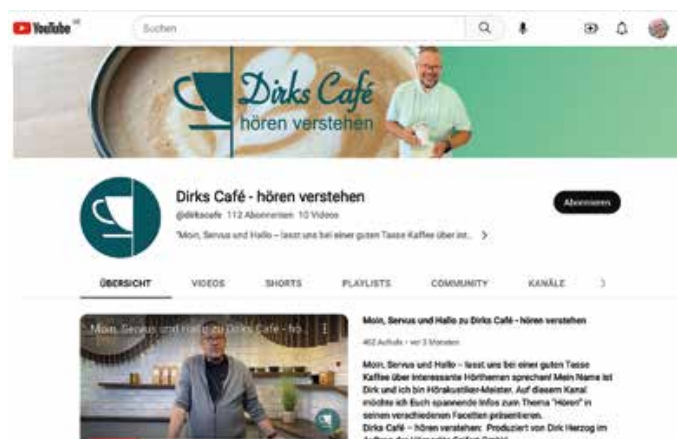
vorzunehmen, gleichwohl es mir auch so kaum gelang, so etwas wie Objektivität walten zu lassen. Und so kam ich letztlich zu einer, nun ja, Bauchentscheidung.

And the Award goes to ...

Als Marina Teigeler und Martin Schaarschmidt an jenem 26. April dieses Jahres die Siegerehrung vornehmen und vor den versammelten Finalisten davon sprechen, dass es in diesem Jahr besonders schwierig gewesen wäre, die Gewinnerin oder den Gewinner zu ermitteln, bin ich erleichtert. Die anderen Juroren, namentlich Marina Teigeler, Martin Schaarschmidt, Dr. Jens Appell und Ingo Rathje, hatten sich ebenso schwergetan. Zumal alle Finalisten, wie Martin Schaarschmidt vor der Siegerehrung noch sagt, in vorangegangenen Jahren mit ihren Projekten wohl den Sieg eingefahren hätten.

Zunächst verkünden Marina Teigeler und Martin Schaarschmidt die Smart Hearing Award Tribute-Gewinnerinnen und -Gewinner. Mit der Auszeichnung werden die Bewerbungen geehrt, die es auf die Shortlist geschafft haben. So erhält Dirk Herzog bzw. die Hörgeräte Seifert GmbH den Preis für den YouTube-Kanal »Dirks Café – hören verstehen«, das HörConcept von Doris Vercelli aus Münster erhält den Preis für »Hören und Verkehrssicherheit«, Schönfeld Hörsysteme aus Wilhelmshaven erhält die Auszeichnung für »Kunstaussstellungen im Fachgeschäft« und die Hörmanufaktur aus Bad Wurzach bekommt den Preis für die »Hörgondel Tour 2022«. Hörmanufaktur-Inhaberin Simone Loenz-Halder ist heute per Videoschleife dabei, die Trophäe wird ihr zu einem späteren Zeitpunkt übergeben, die anderen drei nehmen ihre Auszeichnungen in Münster persönlich entgegen.

Im Anschluss wird der in diesem Jahr zum zweiten Mal verliehene Sonderpreis vergeben, der 2023 ein »Sonderpreis Cochlea-Implantate« ist und an das Gromke Hörzentrum in Leipzig geht. Im Gromke Hörzentrum zählt schon seit den frühen 1990er-Jahre auch der Bereich der Hörimplantate ganz selbstverständlich zu jeder Hörberatung, wie bei der Verleihung des Sonder-



preis unterstrichen wird. Auch Beate Gromke sowie ihr Kollege und Prokurist Michael Willenberg sind heute per Video dazugeschaltet.

Zu guter Letzt erfolgt die Verleihung des Smart Hearing Awards. Der geht in diesem Jahr an Schiller & Gebert Hörgeräte aus Neutraubling. Ihr Projekt »Prime Hearing«, ein Dienstleistungskonzept, das Hörgerätekunden über eine Laufzeit von sechs Jahren einen flexiblen Hörgerätekaufoptionalen Hörgerätetausch, volle Garantie sowie zahlreiche weitere Leistungen bietet, hatte die Jury am meisten überzeugt. Und so erhalten Rico Schiller und Marco Gebert die Trophäe sowie ein ReSound-Marketing-Paket im Wert von 5.000 Euro. Damit landen die beiden übrigens nach 2016 zum zweiten Mal auf der Liste der Smart-Hearing-Award-Gewinner.

Die ausgezeichneten Projekte im Einzelnen

Auf die Preisverleihungen folgt der Workshop, in dem die prämierten Akustikerinnen und Akustiker die Gelegenheit bekommen, ihre Projekte vorzustellen. Es geht hier heute also auch um Impulse für die Branche. So berichtet Dirk Herzog, Hörakustikmeister und Filialleiter bei Hörgeräte Seifert in Traunstein, von seinem Projekt, dem YouTube-Kanal »Dirks Café – hören verstehen«. Hier bietet er Interessierten Videos mit Informationen rund um das Hören, die in etwa so lang sind, dass man dazu ent-

◀ »Ich stehe da eher als Privatschlichter vor der Kamera: YouTube-Kanal »Dirks Café – hören verstehen«



➊ Aufklärungsarbeit mit dem Marketing für das eigene Fachgeschäft verbunden: Werbung für den Radar-Hörtest bei das HörConcept in Münster



➋ »Große Räume, fünf Meter hohe Decken.« Die Idee, im Fachgeschäft Schönfeld Hörsysteme Kunst auszustellen, drängte sich geradezu auf

spannt eine Tasse Kaffee trinken kann. Seinen Ursprung hat der Kanal darin, dass man bei Hörgeräte Seifert vor einigen Jahren überlegt hatte, wie man den Bereich Social Media besetzen könnte. Dirk Herzog war interessiert, hatte auf diesem Feld aber kaum Erfahrung. Also startete er privat den Blog hoer-gadgets.de und sammelte so Erfahrungen. »Der Blog wuchs recht schnell, die Social-Media-Stelle haben wir dann aber doch anderweitig besetzt«, berichtet Herzog. Da ihm das private Bloggen mit der Zeit zu viel wurde, schief hoer-gadgets.de irgendwann ein, allerdings brachte sich Dirk Herzog nun auf dem Blog von Hörgeräte Seifert ein. Und als das Unternehmen in der Pandemie interne Schulungsangebote auf Videoformate umstellte, »fiel unserer Geschäftsleitung auf, dass ich wohl in Videos ganz gut rüberkomme«, so Dirk Herzog. Damit war die Idee geboren, einen auf ihn gemünzten YouTube-Kanal zu initiieren.

So ging »Dirks Café – hören verstehen«, wo das Hören weniger technisch, sondern mehr emotional transportiert werden soll, schließlich vor einem knappen halben Jahr auf Sendung. Das Studio, in dem die Videos entstehen, befindet sich im Keller der von ihm geführten Filiale. Die Café-Kulisse wurde eigens von einem Kulissenbauer erbaut. Die Corporate Identity des Kanals geht ebenfalls auf Herzog zurück. »In erster Linie soll das ‚Dirks Café‘ sein«, erklärt Herzog.

So stehe er da auch eher wie der Privatmensch vor der Kamera. Auch die Leidenschaft für guten Kaffee sei authentisch – genau wie das, was er vor der Kamera erzählt. Erst im zweiten Punkt soll erkennbar sein, dass Hörgeräte Seifert dahintersteckt. Aber natürlich nutze die Kette den Kanal auch, um auf Google und YouTube sichtbarer zu werden, sagt Herzog.

Im Anschluss berichtet Doris Vercelli von ihrem Projekt »Hören und Verkehrssicherheit«. Grundlegender Bestandteil ist hier der von Dirk Kampmann und Andreas Lindackers initiierte Radar-Hörtest, den Doris Vercelli für ihr Fachinstitut das HörConcept noch mal mit eigenem Leben gefüllt hat. Das Verfahren zu nutzen, dazu habe sie das für alle relevante Thema Sicherheit im Straßenverkehr sowie die Möglichkeit, hierüber einen Bogen zu einer Versorgung spannen zu können, animiert, erklärt die Inhaberin aus Münster. Zumal der Hörsinn seitens der Deutschen Verkehrswacht nicht weiter Beachtung gefunden habe. So adaptierte Doris Vercelli den Radar-Hörtest für ihr Fachinstitut, wurde Mitglied bei der Verkehrswacht und verband damit Aufklärungsarbeit mit Marketing für ihr Fachgeschäft. Und dadurch, dass die Sicherheit im Straßenverkehr im Fokus steht und nicht das Hörgerät, gelinge es, auch mit denjenigen ins Gespräch zu kommen, die beim Thema Hörgerät wohl direkt abgewunken hätten, berichtet Doris Vercelli.

1963–2023

60
WERTGARANTIE

Das Projekt »Kunstaussstellungen im Fachgeschäft« hat sich bei Schönfeld Hörsysteme in Wilhelmshaven durch die Räumlichkeiten ergeben, die der Betrieb 2020 bezog, berichtet Inhaber Sven Schönfeld. Fünf Meter hohe Decken, viel Platz – da drängte sich die Idee quasi von selbst auf, hier obendrein Kunst zu zeigen. Und so stellte man direkt zur Eröffnung des neuen Betriebes 2020 erstmals einige Bilder aus.

“Die Möglichkeiten, beim Smart Hearing Award mit seinem Projekt herauszuragen, sind mannigfaltig. Allerdings sind sie so auch schwer vergleichbar.“

Kontakte zu Künstlern hatte Sven Schönfeld bereits. Bevor er mit seinem Betrieb die Räumlichkeiten bezog, hatte er sie zur Zwischennutzung einer Künstlergruppe zur Verfügung gestellt, und so entwickelte sich das Geschäft sozusagen gewissermaßen fließend auch zu einer Kunstgalerie. Alle zwei, drei Monate zeigt man hier nun Bilder einer Künstlerin oder eines Künstlers. »Wir sind inzwischen bundesweit unterwegs«, sagt Sven Schönfeld mit Blick auf die bei ihm ausstellenden Künstlerinnen und Künstler, die nun auch aus Städten wie Leipzig oder Marl stammen. Das Interesse sei bereits so groß, dass es eine Warteliste für die Künstler gebe.

So sei man inzwischen zu »einem Fachgeschäft in einer Galerie geworden«, sagt Sven Schönfeld. Das führe auch dazu, dass Menschen vorbeikommen, weil sie die Bilder bewundern wollen. Aber man komme eben ins Gespräch, wenn nicht über Hörgeräte, so dann doch über Kopfhörer, Gehörschutz oder einen Hörtest. Das wiederum steigere den Bekanntheitsgrad, so dass diejenigen, bei denen eine Versorgung ansteht, gerne zurückkommen in das Hörgerätegeschäft in der Galerie. Gutes lässt sich so übrigens ebenfalls tun. Wenn eine Künstlerin oder ein Künstler mal ein Bild spendet, wird der über den Verkauf erzielte Erlös beispielsweise dem Kinderhospiz in Wilhelmshaven gespendet, dem Weißen Ring oder der Musikerinitiative.

Danach stellt Simone Lorenz-Halder die Hörgondel-Tour 2022 vor (siehe OMNI direkt #15), die die Jury insbesondere mit den schier unglaublich vielen Hörtests überzeugte, die so zustande kamen – auch wenn man die Menschen eigentlich nur dazu zu animieren



Hörgerät futsch?

Für alle, die einen Schaden haben.

WERTGARANTIE zahlt die Kosten.

Partner werden und profitieren:

- Top Service bei Verlust oder Reparatur
- Zufriedene Kunden
- Höhere Erträge

Jetzt anrufen:
0511 71280-111

Ihr Spezialist für Geräteschutz und Garantiever sicherung für alles, was einen Akku oder Stecker hat.

Since 1963 | Made in Germany | wertgarantie.com



 **WERTGARANTIE**[®]
Einfach. Gut. Geschützt.

➔ AUSZEICHNUNGEN



➊ »Auch Implantate gehören von vornherein in unsere Beratungsleistung.« CI-Workshop im Gromke Hörzentrum



➋ Überzeugte mit einer schier unglaublichen Menge an Hörtests, die über die einzelnen Aktionen generiert wurden: Die Hörgondel-Tour 2022

versucht, sich mit ihrem Hörsinn auseinanderzusetzen.

Auch Beate Gromke und Michael Willenberg bekommen die Gelegenheit, ihr Projekt und damit ihre Arbeit, die mit dem »Sonderpreis Cochlea-Implantate« ausgezeichnet wurde, vorzustellen. Das in Leipzig beheimatete Gromke Hörzentrum engagiert sich seit 1990 auch auf dem Gebiet der Hörimplantate. Anfangs bedeutete das die Anpassung und den Service rund um BAHÄ-Systeme und Mittelohrimplantate, später kam der CI-Service samt Kooperationen mit Kliniken und der Ausbildung zum CI-Akustiker hinzu. Von der Jury des Smart Hearing Awards besonders hervorgehoben wurde hier die Selbstverständlichkeit, mit der das Thema Implantat genauso zum Leistungsspektrum gehört wie etwa Ear Buds und natürlich Hörgeräte.

»Als meine Mutter kurz nach der Wende mit dem Hörgerätezentrum angefangen hat, waren Implantate schon ein Thema«, berichtet Beate Gromke. Und das betrachtete man im Gromke Hörzentrum nie separat von den Hörgeräten, so dass die »von vornherein in unsere Beratungsleistung hineingehörten«.

Weil die Kundschaft zudem immer älter wird, so dass konventionelle Versorgungslösungen nicht immer ein Leben lang ausreichen, müsse man als Akustiker »zwangsläufig offensein für alles, was nach den konventionellen Systemen kommt«, ergänzt Michael Willenberg.

Ohnehin sieht man in Leipzig, dass die Rolle der Hörakustikerinnen und -akustiker auch im Bereich der Nachsorge und Anpassung von Implantaten künftig noch größer werde. Durch die Ausbildung und die Erfahrung im Umgang mit schwerhörigen Menschen sei man »prädestiniert, was die CI-Anpassung und die Nachbetreuung angeht«, ergänzt Beate Gromke. Zumal der flexible Kundenservice nach der Anpassung in der Klinik den Hörakustikern »bestimmt deutlich leichter« falle, fügt Michael Willenberg hinzu. Daher sei es für das Gromke Hörzentrum selbstredend, dass auch in diesem Thema alle Mitarbeitenden ansprechbar sein sollten. Als weiteren wichtigen Punkt nennen die zwei die Leidenschaft, die man hierfür mitbringen müsse. So brauche es für die Etablierung dieser interdisziplinären Prozesse durchaus langen Atem sowie die Bereitschaft, in Zeit und die nötige Weiterbildung zu investieren.

Zu guter Letzt stellen Rico Schiller und Marco Gebert ihr mit dem Smart Hearing Award 2023 ausgezeichnetes Projekt »Prime Hearing« vor – ein sicherlich komplexes Thema, das am Ende aber doch wieder ganz einfach sei, sagt Marco Gebert (*siehe Interview ab Seite 14*). Den Kundinnen und Kunden der sechs Filialen von Schiller & Gebert indes scheint das Angebot zu gefallen. 90 Prozent von ihnen entschieden sich seit der Einführung im Mai 2022 bereits für Prime Hearing.