AUDIOTHERAPIE 2.0

Neue Ansätze für einen leichteren Anpassprozess

Getty Images - Ascent/media

Die Audiotherapie 2.0 steht in den Startlöchern, um technische Lösungen für Hörgeschädigte optimal zu ergänzen.

Der Verband der deutschsprachigen Audiotherapeutinnen und Audiotherapeuten (BdAt e.V.) hat einen neuen Ansatz zur Integration der Audiotherapie in die Hörakustik erarbeitet, der den Anpassprozess zielgenau und zeitsparend unterstützen kann.

Jana Verheyen

Die Audiotherapie hat schon lange ihren festen Platz in der Hörakustik, doch der große Durchbruch lässt auf sich warten. Dass sie nach über 30 Jahren auch ohne Kassenzulassung nach wie vor Anwendung findet und inzwischen sogar fest in der Meister-Ausbildung und in der Rehabilitation verankert ist, zeigt jedoch, wie wichtig und richtig es nach wie vor ist, Hörgeschädigte ergänzend zu technischen Lösungen zu unterstützen.

Dass Audiotherapie eine wertvolle Unterstützung für Hörgeräte-Kund*innen ist, ist also unumstritten. Aus eigener Tasche bezahlen wollen oder können die ergänzenden audiotherapeutischen Leistungen dennoch nur wenige. Daher übernimmt das Hörakustik-Fachgeschäft häufig die Kosten für ein Erstgespräch in der Hoffnung, dass die Kund*innen den audiotherapeutischen Wert erkennen und die Folgeeinheiten selber tragen. Mit wenigen Ausnahmen klappt das jedoch nicht wie gewünscht. Für die Audiotherapie 2.0 hat der BdAt e.V. nun bestehende Konzepte kritisch hinterfragt und die Herausforderungen der Hörakustiker beim Anpassprozess in den Fokus gerückt.

Bisher wird die Audiotherapie eingesetzt, um ganz allgemein die Kund*innen eines Hörakustik-Fachgeschäfts zu unterstützen. Zu welchem Zeitpunkt sie zum Tragen kommt, also vor oder nach der Versorgung, variiert stark je nach Geschäft. Auch was genau mit „Audiotherapie" gemeint ist, wird unterschiedlich interpretiert: Ein Hörtraining? Zubehör-Beratung? Hörbegleitung für Hörentwöhnte? Und zu guter Letzt ist auch das zu erreichende Ergebnis, das konkrete Ziel für den Einsatz der Audiotherapie, nur selten eindeutig benannt: Sollen die Kund*innen das Hören und Verstehen mit Hörgerät trainieren? Glücklicher mit der bereits gewählten Versorgung werden? Ein optimales Sprachverstehen erreichen? Selbstbewusster mit der Hörminderung umgehen?

Jana Verheyen

Jana Verheyen ist die Vorsitzende des BdAt e.V. (www.bdat.de). Sie hält als Audio Coach Vorträge und Seminare für Akustiker und für von Schwerhörigkeit Betroffene, hat das Online-Hörtraining VERHEYEN entwickelt und leitet die Hörrehabilitation an der Ohrenklinik in Bensheim.

Anja Pasap

Jana Verheyen

All das ist mit Audiotherapie möglich und hilft den Betroffenen sehr. Doch wenn sie so viel kann, warum bezahlen die Kund*innen die Audiotherapie nur selten aus eigener Tasche? Und zwar selbst dann kaum, wenn die Leistung offensichtlich „unter Wert" für einen sehr geringen Stundenlohn verkauft wird? Dafür muss es Erklärungen geben:

GettyImages/iStockphoto - Alihan Usalu

Eine Audiotherapie ist eine wertvolle Ergänzung zu modernen Hörsystemen. Aus eigener Tasche bezahlen wollen oder können sie jedoch nur wenige Kund*innen.

- Vielleicht haben die Kund*innen für die Versorgung viel Geld ausgegeben und kein weiteres für ein Hörtraining übrig?
- Vielleicht ist ein erstes kostenloses audiotherapeutisches Gespräch so ergiebig gewesen, dass der Kunde oder die Kundin die Antworten auf alle Fragen bereits erhalten hat?
- Vielleicht wissen die Kund*innen ohne ein konkret benanntes Ziel nicht so recht, wofür genau sie das Geld ausgeben sollen?

Diese Vermutungen wurden dem BdAt e.V. aus verschiedenen Richtungen herangetragen. Möglicherweise ist keiner dieser Gründe zutreffend. Möglicherweise ist es von allem etwas. Entscheidend ist, dass die Kundinnen und Kunden den Mehrwert der Leistung für ihr Leben mit Hörminderung häufig nicht ausreichend schätzen, um sie kostenpflichtig in Anspruch zu nehmen.

Audiotherapie hat manchmal selbst im Hörakustikfachgeschäft Akzeptanzprobleme

Unabhängig von dem „Bezahlwillen" der Kund*innen, stellt sich die Frage, in wessen Interesse der Einsatz der Audiotherapie eigentlich sonst noch ist (zusätzlich zum Kunden). Ziemlich sicher ist, dass ein Hörtraining nach der erfolgten Versorgung keine höheren Umsätze generiert und auch nicht als Unterstützung bei „schwierigen" Kunden fungiert. In der Folge hat die audiotherapeutische Arbeit im Hörakustik-Fachgeschäft intern manchmal Akzeptanzprobleme. Denn: Wer eine Leistung anbietet, die kaum jemand aus eigener Tasche bezahlen möchte, die keinen erkennbaren Vorteil für das Geschäft oder den Anpassprozess mit sich bringt und deren Einsatz sich daher „nur"

GettyImages/iStockphoto - karandaev

Was genau mit Audiotherapie gemeint ist, wird unterschiedlich interpretiert: Ein Hörtraining? Zubehör-Beratung? Oder Hörbegleitung für Hörentwöhnte?

aus rein menschlicher Perspektive für die Kund*innen und damit für die Außenkommunikation trägt, dessen Existenzberechtigung kann schon mal kritisch hinterfragt werden. Verwunderlich ist es jedenfalls nicht.

Die entscheidenden Fragen für die Zukunft der Audiotherapie sind daher: **Wie und wann kann sie die Kund*innen so unterstützen, dass sie die Kosten größtenteils selber tragen? Und wie unterstützt sie zusätzlich entweder ein Fachgeschäft wirtschaftlich oder erleichtert den Anpassprozess dort, wo die Anpasser sich im Kundenkontakt Erleichterung wünschen? Kurz: Was bringt die Audiotherapie der Hörakustik?**

Die Audiotherapie 2.0 ist für Kund*innen und deren Hörakustiker eine wertvolle Hilfe, wenn sie hinsichtlich des Zeitpunkts nach VORNE, also in den Anpassprozess, geholt wird UND das zu diesem Zeitpunkt zu erreichende ZIEL, die optimale Versorgung, klar definiert ist: Sie kann die Kund*innen dazu befähigen, Qualitätsstufen herauszuhören und deren Wert im Alltag zu erleben. Sie lässt sie erkennen, dass die bestmögliche Versorgung auch dann wichtig und richtig ist, wenn die nötige Lautstärke unangenehm, die Schläuche optisch unschön oder die kleinen Wunschgeräte nicht mehr ausreichend sind. Und sie erfahren, dass ein konsequentes Hörtraining viel dazu beitragen kann, vergessene Klangmuster zu reaktivieren und die Hörverarbeitung zu fördern. Kurz: Audiotherapie kann die Kund*innen punktgenau unterstützen, wenn sie an einer Hörgeräte-Weggabelung stehen, die für ihre Lebensqualität der nächsten Jahre entscheidend ist.

Natürlich sind Hörakustiker bestens vorbereitet, Kund*innen zu motivieren und parallel die optimale Versorgung anzupassen. Sie wissen genau, wie sie eine Person, die das Fachgeschäft betritt, richtig abholen. Doch was, wenn die Person kein Hörgerät will, vorher schlechte Erfahrungen gemacht hat oder der gewünschte Klang bei einer Wiederversorgung nicht mehr machbar ist? Dann stehen Hörakustiker nicht nur vor der Herausforderung, eine optimale Versorgung anzupassen und zu kommunizieren, was alleine schon schwierig genug ist, sondern stoßen dabei zusätzlich auf Widerstände, die nur selten offen ausgesprochen werden. Entsprechend schwierig ist es, ihnen zu begegnen. Und selbst wenn die Dinge offen beim Namen genannt werden („Ich höre gut", „Ich möchte genau das Hörgerät meines Nachbarn" oder „Das Geschirrgeklapper halte ich nicht aus"), stehen sie so stark im Widerspruch zu dem, was eigentlich im eigenen Interesse des Hörgeschädigten sein sollte, dass der Anpassprozess oft lange dauert, zwischenmenschlich ungemütlich wird oder mit einem Abbruch endet.

Audiotherapie 2.0 erleichtert die Anpassung, wenn sie gezielt als Unterstützung hinzugezogen wird

Da mögliche Widerstände in audiotherapeutischen Gesprächen thematisiert werden können, spielen sie in der Anpassung kaum noch eine Rolle. In der Folge wird

Getty Images/iStockphoto - Just_Super

Audiotherapie hat das Ziel, hörgeschädigten Menschen zu einem differenzierten Hören und Verstehen und damit zu einer verbesserten Kommunikation zu verhelfen.

der Anpassprozess bei „schwierigen" Kund*innen für den Hörakustiker zwischenmenschlich häufig leichter und führt schneller zu einem Abschluss: Der Kunde hat Verständnis für das gemeinsame Vorgehen und arbeitet aktiv mit an der für ihn objektiv besten Lösung. Das heißt: Indem der Umgang mit Widerständen bewusst aus dem Anpassprozess herausgenommen und separat bearbeitet wird, steht einer zügigen und zugleich optimalen Versorgung nichts mehr im Weg. Da die personelle Trennung von der Anpassung und der Hörgeräteakzeptanz kürzere Anpasszeiten zur Folge hat, könnte dieser Ansatz übrigens auch eine Antwort sein, um dem branchenweiten Fachkräftemangel zu begegnen.

Das Schöne ist, dass Kund*innen, die durch ein genaues Hinhören erkennen, dass eine gute Versorgung in ihrem eigenen Interesse ist, nicht nur „problemloser" bei der Anpassung mitmachen und dankbarer für ein gutes Ergebnis sind, sondern sich schlussendlich häufig auch für eine höhere Qualitätsstufe entscheiden. Auch ein ergänzendes Hörtraining auf eigene Kosten im Anschluss an das erste kostenlose Gespräch, mit dem sie die verschiedenen Versorgungen beim Probetragen auf Herz und Nieren testen, gegeneinander abwägen und zugleich das Hören und Verstehen trainieren können, nehmen viele zu diesem Zeitpunkt gerne als Unterstützung in Anspruch. So fördert Audiotherapie den Umsatz und die Hörkompetenz der Kund*innen.

Entscheidend ist, dass die Audiotherapie 2.0 hinsichtlich ihres Nutzens, den sie dem Kunden und dem Anpasser beziehungsweise dem Geschäft bringen soll, qualitativ „hochgestuft" wird: Sie muss zu Beginn des Anpassprozesses – je nach Bedarf häufig erst ab einer WHO2- oder WHO3-Versorgung – mit dem klar formulierten Ziel angeboten werden, den Kunden bei der Wahl der für ihn optimalen Versorgung und dem dafür nötigen Hör- und Akzeptanztraining zu unterstützen. Wichtig ist auch, dass es einen Austausch zwischen Anpasser und Audiotherapeut auf Augenhöhe gibt: Sobald eine Anpassung zeitaufwendig oder energetisch anstrengend zu werden droht, erhält er ein einzelnes audiotherapeutisches Gespräch. Damit das zum Erfolg führt, sollte der Audiotherapeut die Schwierigkeiten in der Anpassung kennen. Umgekehrt sollten die Ergebnisse der Audiotherapie direkt in den Anpassprozess mit einfließen: Wenn der Kunde erkennt, dass eine starke Verstärkung fürs Sprachverstehen hilfreich ist, gilt es, die Höhen anzuheben etc.

Bei diesen wiederkehrenden Kunden-Situationen erleichtert die Audiotherapie 2.0 Ihren Anpassprozess

Sehr häufig wird der optimale Ausgleich des Hörverlustes, der sowohl technisch als auch audiologisch ein Meisterstück ist, begleitet von verschiedenen Themen auf Seiten des Kunden. Sie sind individuell verschieden und wirken unterschiedlich stark mit in den Anpassprozess hinein – oder ihm entgegen:

- Deprivationsprozesse
- Psychische Komponenten
- Kognitive Komponenten
- Prozesse aufgrund der Lebensumstände und vieles mehr

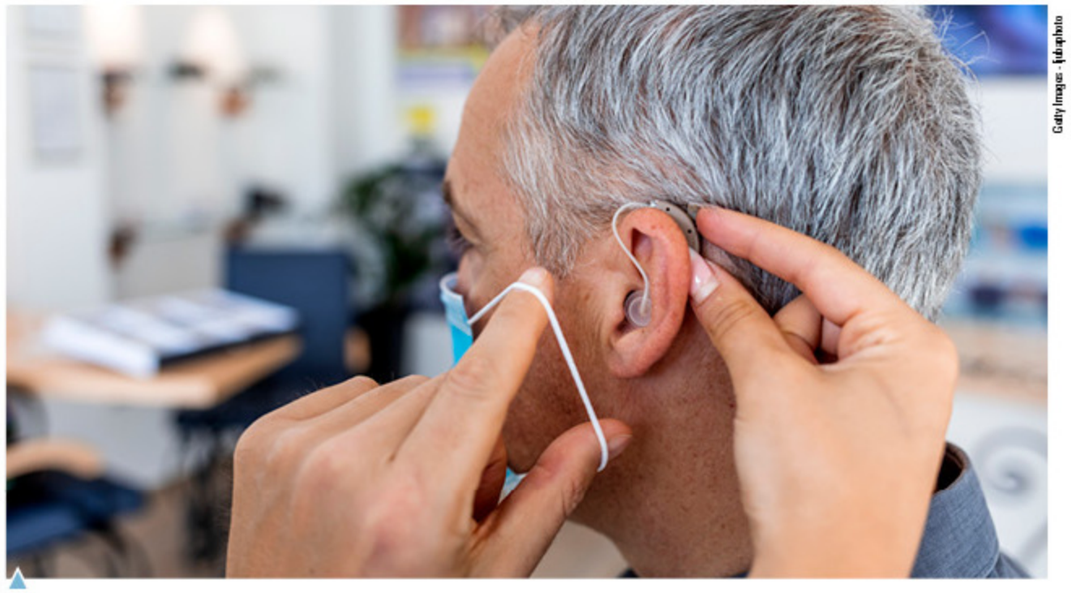
Üblich ist eine Kombination mehrerer Komponenten. Für den Hörakustiker gehört das dazu: Im Umgang mit schwierigen Gemengelagen sind Akustiker hochkompetent. Es zeigt sich dabei, dass manche Kombinationen die Hörgeräteanpassung jedoch verkomplizieren, verlängern oder dazu führen, dass der Fokus aus den Augen verloren wird. Hier kann die Audiotherapie zur Erleichterung der Anpassarbeit hinzugezogen werden:

- Hörgerätenachversorgung von sehr erfahrenen oder sehr unzufriedenen Hörgeräteträgern
- Starke Hörverschlechterung vom Altgerät zum Neugerät (unrealistische Erinnerung an frühere Hörkompetenzen)
- Kunde glaubt, dass die Hörgeräte falsch eingestellt sind
- Die Hörgerätewahl oder -bauform passt nicht zu den Hör- und Verstehzielen
- Starke Deprivation durch veränderte Lebensumstände (zum Beispiel Corona)
- Kunde kann die Verbesserung des Sprachverstehens nicht wahrnehmen
- Kunde findet keine Entscheidungsebene für die neuen Hörgeräte
- Der Benefit höherwertiger Geräte ist für den Kunden sehr entlastend, doch er diskutiert über den Preis
- Kunde ist sehr fokussiert auf alles, was nicht geht
- Kunde hat wenig Kompetenz für Veränderungsprozesse

Privat

Claudia Dreher

Claudia Dreher ist stellvertretende Vorsitzende des BdAt e.V. Sie ist bei Hörgeräte Bonsel im Bereich Weiterbildung, Projektentwicklung und Rehabilitation tätig und unterstützt mit www.Easy-talking.com die bewusste Gestaltung von Hör-, Zuhör- und Frageräumen.



Getty Images - fabrikasimf photo

Für eine optimale Versorgung sind Kund*innen nicht nur dankbar, sondern entscheiden sich danach häufig auch für eine höhere Qualitätsstufe.

Auch die Audiotherapie muss sich anpassen

Und natürlich müssen auch die audiotherapeutischen Leistungen auf diese konkreten Zielsetzungen hin angepasst werden: Wo steht der Kunde jetzt? Wie sieht er sein Sprachverstehen selbst? Wo könnte er mit einer optimalen Versorgung hinkommen? Welche Widerstände stehen warum im Weg? Welche Informationen braucht er, um sich zu öffnen? In welchen konkreten Situationen im Alltag würde er abhängig von der HG-Qualität wie stark profitieren? Was könnte helfen, um das zu erreichen? All das sollte transparent, mit ehrlicher Kommunikation der zu erwartenden Herausforderungen und möglicher Ziele mit dem Kunden besprochen und im Anschluss das weiterführende Hörtraining zur Zielerreichung verkauft werden. Vieles davon ist den Audiotherapeuten aus ihrer täglichen Arbeit bekannt – doch die entscheidenden Veränderungen für ihre Arbeit und die ihrer Mitarbeiter (und Arbeitgeber) im Hörakustik-Fachgeschäft gilt es jetzt herauszuarbeiten und in der Praxis zu testen. Entsprechende Fortbildungen arbeitet der BdAt e.V. gerade heraus.

BdAt e.V.

Der Verband qualifizierter Audiotherapeut*innen organisiert regelmäßig Fortbildungen und bietet eine Plattform für den fachlichen Austausch. Das Angebot richtet sich an Mitglieder und Interessierte, die in angrenzenden Berufsfeldern mit Hörgeschädigten arbeiten, sowie von Schwerhörigkeit Betroffene. Für weitere Informationen oder eventuelle Fragen schreiben Sie gerne eine E-Mail an Vorstand@bdat.de.