



„DIE SMARTEN VORTEILE ERLEBBAR MACHEN ...“

Von Dennis Kraus
 mail@audioinfos.de
 Fotos: Innocentia

Aktuelles / BERUF IM FOKUS / Schwerpunktthema / Blick über die Grenzen / Perspektiven / Forschung und Entwicklung



▲ Joachim Gast, Geschäftsführer von ReSound^{GN}



▲ Jutta Krey, Projektleiterin bei forsa

Smarte Hörgeräte stehen im Fokus einer groß angelegten Studie, die das forsa Institut auf Initiative von ReSound gemeinsam mit hunderten Hörakustik-Fachgeschäften von Juni bis November im gesamten Bundesgebiet durchführt. Was genau hinter der „forsa-Studie Smartes Hören“ steckt, erfahren wir von Jutta Krey, Projektleiterin bei forsa, und Joachim Gast, Geschäftsführer von ReSound^{GN} Deutschland.

Frau Krey, Herr Gast, das forsa Institut führt auf Initiative des Hörsystem-Herstellers ReSound^{GN} sowie in Zusammenarbeit mit zahlreichen bundesdeutschen Hörakustik-Fachgeschäften eine große Umfrage um das Thema Hören inklusive Hörsystem-Tests durch. Was genau wird untersucht?

Jutta Krey: Bei unserer Untersuchung betrachten wir, welche Faktoren das Verstehen beeinträchtigen. Wir

suchen Menschen, die an sich selbst Grenzen beim Hör-Verstehen wahrgenommen haben. Wir wollen erkunden, welche Verbesserungen sie sich wünschen. Und es interessiert, inwieweit die moderne Medizintechnik hier Abhilfe schaffen kann.

Joachim Gast: Getestet werden können dabei moderne Hörsysteme sowie auf Wunsch zusätzlich smarte Funktionen. Um den Interessenten gut vermitteln zu können,



worin diese smarten Zusatzfunktionen bestehen, haben wir sie in sieben Bereiche unterteilt, die wir kurz und leicht verständlich vorstellen: Ear-to-Ear-Konnektivität, TV-Anbindung, Telefon-Anbindung, die Verwendung externer Mikrofone, App-Steuerung und Sound-Streaming sowie den Hörakustiker-Online-Service, den wir ja aktuell mit unserem ReSound LiNX 3D erstmals vorstellen. Optional können eine oder auch mehrere dieser Möglichkeiten mit Rahmen der Studie mit getestet werden.

Wer kann an der Umfrage teilnehmen?

Joachim Gast: Teilnehmen kann jeder, der mit seinem eigenen Gehör gelegentlich oder auch häufiger an Grenzen stößt. Dazu zählen auch Menschen, die eigentlich noch gut hören, die aber in bestimmten Momenten Sprache nicht mehr zuverlässig erfassen können – also etwa im Restaurant, in einer Diskussionsrunde oder beim Fernsehen.

Jutta Krey: Gerne können sich aber auch diejenigen anmelden, die schon eigene Erfahrungen mit Hörgeräten haben, und die im Rahmen unserer Umfrage einmal neue Hörgeräte-Funktionen probieren und beurteilen möchten.

Wie kann man sich für die Studienteilnahme anmelden? Wie läuft die Untersuchung ab?

Joachim Gast: Die Studie führen wir in Kooperation mit hunderten Hörakustik-Fachgeschäften durch, die wir im Zuge unserer Innovationstour für eine Partnerschaft gewonnen haben, und die die Erwartungen und die Erfahrungen der Nutzer gemeinsam mit uns erkunden wollen.

Jutta Krey: Interessenten können sich bei einem Hörakustik-Fachgeschäft vor Ort anmelden, das als Partner der Umfrage fungiert. Welches Fachgeschäft sich anbietet, kann man auf www.forsa-studie-smartes-hoeren.de finden. Das ist die Internet-Seite der Studie.

Joachim Gast: Hat man sich angemeldet, wird im Fachgeschäft zuerst eine Höranalyse vorgenommen. Danach gibt das Fachgeschäft dem Probanden die Möglichkeit, zwei Wochen lang neueste Hörgeräte im Alltag zu testen, ggf. auch in Verbindung mit Zusatzkomponenten für TV, Telefon u. a. Selbstverständlich erhält man auch eine Einführung in deren Nutzung. Hörakustiker und Proband entscheiden gemeinsam, was genau getestet wird. Man kann also auch ein unteres Technik-Level testen. Wahrscheinlich ist jedoch, dass sich der Test-Teilnehmer für Produkte mit smarten Zusatzfunktionen interessiert, weil er diese durch die Studien-Homepage und weitere Informationsmaterialien zur Studie ja schon kennengelernt hat. Für ein Fachgeschäft, das Wireless-Zubehör bzw. mobile Zusatzfunktionen bisher noch nicht oft anbietet, ist es somit auch eine gute Möglichkeit, diese einfach mal gemeinsam mit Interessenten auszuprobieren.

Was passiert noch bei Ihrer Studie?

Joachim Gast: Vor und nach dem Test wird ein kleiner Online-Fragebogen ausgefüllt – im Fachgeschäft oder zu Hause. Alle Antworten kommen direkt zu forsa, wo sie mit wissenschaftlichen Methoden ausgewertet werden. Die Ergebnisse werden anschließend publiziert. Auch viele der teilnehmenden Fachgeschäfte wollen sie zur Information für ihren jeweiligen lokalen Markt nutzen.

Jutta Krey: Für die Beantwortung der beiden Teile des Fragebogens wird man vermutlich jeweils etwa 5 bis 10 Minuten benötigen. Sollte es beim Bearbeiten des Online-Fragebogens Rückfragen oder technische Probleme geben, findet man im Bogen eine Service-Nummer, mit der man das Projektteam im forsa Institut erreicht. Für alle anderen Fragen steht der Hörakustiker vor Ort gerne bereit.

Inwieweit zielt die Studie denn auch darauf, am Ende Hörsysteme zu verkaufen?

Joachim Gast: Die eigentliche Versorgung ist nicht Gegenstand der Studie. Das wäre ja mit einer einmaligen, schnellen Einstellung auch nicht zu machen; da geht es nur um einen ersten Eindruck. Und das wird den Teilnehmern auch so gesagt.

Unsere Intention ist nicht, Werbung zu machen. Wir suchen Probanden, keine Kunden. Wir möchten eine seriöse Studie durchführen, von der wir uns wichtige Rückmeldungen für die Branche sowie für die allgemeine Öffentlichkeit versprechen. Wir sind daher auch sehr froh, mit forsa einen renommierten Partner für dieses Projekt gefunden zu haben – laut Umfragen das bekannteste deutsche Institut für Markt- und Meinungsforschung. Angemerkt sei aber auch, dass die Teilnahme an der Studie selbstverständlich nicht ausschließt, dass ein Proband den Wunsch äußert, im Anschluss an die Testphase noch weiter zu testen, ggf. auch noch weitere smarte Zusatzfunktionen auszuprobieren und sich am Ende sogar für eine Versorgung zu entscheiden. Das ist dann jedoch nicht mehr Gegenstand unserer Studie. Diese endet für den Probanden mit der Beantwortung des zweiten Teils unseres Fragebogens.

Lassen Sie mich noch mal zum forsa-Institut zurückkommen: Frau Krey, so ziemlich jeder Bundesbürger kennt den Namen forsa. Aber was genau macht das forsa Institut eigentlich?

Jutta Krey: forsa gibt es bereits seit 1984. Zu den Schwerpunkten unserer Arbeit gehören die Politik- und die Sozialforschung. Vor allem dadurch erlangte forsa sehr bald große Bekanntheit. Wir beobachten fortlaufend Entwicklungen in der politischen Stimmungslage. Und natürlich kennt man unsere Hochrechnungen, die etwa an Wahltagen in den Medien veröffentlicht werden.



In den zurückliegenden Jahrzehnten ist das Institut kontinuierlich gewachsen. Es kamen neue Aufgabenbereiche hinzu. Heute decken wir den gesamten Bereich der Markt-, Sozial- und Meinungsforschung ab. Umfragen und Studien führen wir auch für Finanzdienstleister oder Energieversorger durch, ebenso für Auftraggeber aus den Bereichen Verkehr oder Gesundheit. Gerade Gesundheitsforschung gehört seit langem zu unseren Aufgaben. Wir forschen z. B. für die Bundeszentrale für gesundheitliche Aufklärung (BZgA). Auch zur Hörakustik haben wir schon sehr interessante Studien durchgeführt. Das liegt allerdings schon etliche Jahre zurück.

Was macht das Thema aus Ihrer Sicht interessant?

Jutta Krey: Manche Menschen haben ja beim Thema Hörgerät immer noch Berührungsängste. Manchem fällt es schwer, sich den eigenen Schwierigkeiten zu stellen und vielleicht auch unbegründete Vorurteile gegenüber dem Tragen von Hörgeräten zu überwinden. Insofern hoffe ich schon, dass wir mit den Ergebnissen unserer Studie etwas dazu beitragen können, um Menschen zu besserem Hören und mehr Lebensqualität zu verhelfen.

Ist denn sichergestellt, dass mit den hier gesammelten Daten auch korrekt verfahren wird?

Jutta Krey: Ein verantwortungsvoller und absolut korrekter Umgang mit gewonnenen Daten gehört in unserer Arbeit unbedingt dazu. Alle Teilnehmer bleiben absolut anonym. Es werden keinerlei personenbezogene Daten gespeichert. Es gibt lediglich für jeden einen Teilnehmer-Code, mit dem wir sicherstellen, dass niemand mehrfach den Online-Bogen ausfüllt. Diesen Code gibt der Hörakustiker an den Probanden, und er vermerkt für sich den Namen des Teilnehmers – auch für den Fall, dass dieser seinen Code in den zwei Wochen verliert

und ihn zum Abschluss der Befragung noch einmal benötigt. Unser Institut erhält keine personenbezogenen Daten des Teilnehmers wie z. B. Name oder Anschrift. Am Ende der Studie werden bei uns im Institut auch die Login-Codes vernichtet. Alle eingegebenen Daten gehen direkt zu forsa, wo sie statistisch aufbereitet werden. Wir betrachten das Gesamtergebnis. Uns interessieren aber auch Unterschiede zwischen einzelnen Gruppen – etwa zwischen Männern und Frauen, zwischen verschiedenen Altersgruppen oder Regionen.

Herr Gast, der Hörsystem-Hersteller ReSound^{GN} ist Initiator der Studie. Werden denn ausschließlich Hörsysteme Ihres Unternehmens getestet?

Joachim Gast: Nein. Eine solche Einschränkung wollten wir bewusst vermeiden. Natürlich freuen wir uns, wenn viele smarte Lösungen von ReSound oder auch von Interton im Rahmen der Tests erlebt werden können. Der Hörakustiker kann aber auch Geräte anderer Marken testen lassen, je nach Wunsch und soweit vorhanden ebenfalls mit smarten Zusatzfunktionen. Wir wollen auch in diesem Punkt ganz bewusst nicht einschränken: ReSound^{GN} ist technologischer Vorreiter bei smarten, vernetzten Hörgeräten. Wir haben einen Trend gesetzt, bei dem uns mittlerweile auch Wettbewerber folgen. Unsere Technologie zur Vernetzung auf Basis von 2,4 GHz etabliert sich aktuell als herstellerübergreifender Standard. Wir begrüßen das – weil es den hörgeschädigten Menschen hilft und auch die tägliche Arbeit unserer Partner-Akustiker deutschland- und weltweit erleichtert. Wir möchten, dass mehr Menschen die smarten Zusatzfunktionen kennenlernen, und dass der Austausch darüber in unserer Branche befördert wird. Das ist für uns auch Motivation, um ein Projekt wie diese Studie auf den Weg zu bringen.

Abschließende Frage: Was wünschen Sie sich für Ihre Untersuchung?

Joachim Gast: Gutes Hören ist höchste Lebensqualität. Das treibt uns an. Wir hoffen, dass möglichst viele Menschen an der Studie teilnehmen. Und wir hoffen, dass sie dadurch neue Erfahrungen mit dem besseren Hören und mit den zusätzlichen Vorteilen smarter Hörgeräte sammeln können.

Jutta Krey: Dem kann ich mich nur anschließen. Wir hoffen auf eine rege Teilnahmebereitschaft, um eine aussagekräftige Datenbasis zu erreichen.

Frau Krey, Herr Gast, vielen Dank für das Gespräch und gutes Gelingen!

Weitere Informationen zur forsa-Studie unter: www.forsa-studie-smartes-hoeren.de.