

Von: Dennis Kraus  
 mail@audioinfos.de  
 Fotos: Vehr

# „VERLIEBT IN BEIDE OHREN“ – GESCHICHTEN ÜBER NUTZEN UND VORTEILE

Veronika Vehr, Trainerin und nun  
 auch Buchautorin ▶



Mit ihrem Buch „Verliebt in beide Ohren“ liefert Veronika Vehr Geschichten und Fakten rund um die Hörsystem-Versorgung. Auf 150 Seiten bietet die Trainerin allerlei Anregungen für potenzielle Kunden, den Besuch im Fachbetrieb nicht auf die lange Bank zu schieben. Im Interview stellt die Wahlhamburgerin ihr Buch-Debüt nicht nur vor, sie erklärt auch gleich, wie man es als Akustiker nutzen könnte, um selbst etwas davon zu haben.

**Frau Vehr, wie kommen Sie in diesen Pandemie-Zeiten zurecht? Müssen Sie notgedrungen die Füße stillhalten?**

Ich brauchte ungefähr eine Woche, um das alles erst mal sacken zu lassen. Bis auf wenige Aufträge, die ohnehin online oder am Telefon stattgefunden haben, habe ich alles abgesagt. Doch schnell wurde mir klar: Stillstand gibt es bei mir nicht. Also stellte ich auf Online um. Wichtig war mir dabei vor allem, nicht zu aufdringlich zu sein. Glücklicher Weise signalisierten mir meine Kunden, dass es irgendwann weitergehen würde, was natürlich gut ist. Gleichzeitig möchte ich aber weiter für meine Kunden da sein. Also schaute ich nach Themen, die jetzt gefragt sind – wie zum Beispiel die Frage, wie man mit seinen Kunden wieder in Kontakt kommen kann. Diese ausgewählten Themen biete ich nun online an.

**Sie haben auch eine Facebook-Gruppe gestartet ...**

Die Facebook-Gruppe hatte ich schon vorher, nur war ich dort nicht mehr aktiv. Die Resonanz insbesondere bei Akustikern hat mich sehr gefreut. Das Ziel, Unternehmer und Führungskräfte für einen Austausch zusammenzubringen, wird gut ange-

nommen. Die Gruppe ([facebook.com/groups/Als.Unternehmer.smart.statt.hart/](https://www.facebook.com/groups/Als.Unternehmer.smart.statt.hart/)) hat inzwischen über 200 Mitglieder. Zusätzlich führe ich mittwochs um 18.30 Uhr Zoom-Meetings durch. Hier treffen sich Unternehmer und Führungskräfte, die sich zur aktuellen Situation und neuen Konzepten austauschen. Mittlerweile stellt bei jedem Meeting eine Person ein bestimmtes Thema vor, welches für alle inspirierend ist. So hat zum Beispiel Andreas Lindackers den Radar-Hörtest vorgestellt oder Alexander Koose das HIP-Portal der Excellence Connect und der Geschäftsführer von Proven Expert Ideen zum Nutzen von Kundenstimmen für den guten Ruf. Mittlerweile äußerten die Beteiligten Wünsche zu Themen, über die auf den Meetings gesprochen werden könnte. Das finde ich natürlich super.

**Am 15. Mai wollten Sie eigentlich groß Ihr 25-jähriges Jubiläum als Trainerin sowie die Veröffentlichung Ihres ersten Buches feiern. Das Event in Hamburg haben Sie abgesagt. Was geschieht nun mit dem Buch?**

Dass das Event nicht stattfinden kann, macht mich natürlich traurig, aber wir werden es 2021 nachholen. Das Buch wird jetzt veröffentlicht, und

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

ich danke Ihnen, dass Sie mir die Gelegenheit geben, darüber zu informieren.

**Es trägt den Titel „Verliebt in beide Ohren“. Was hat Sie angetrieben, ein Buch zu schreiben? Zumal Sie ja ohnehin sehr umtriebig sind ...**

Das stimmt (lacht). Der Gedanke, ein Buch zu schreiben, kam mir bereits vor Jahren. Ich recherchierte nach Möglichkeiten und holte mir Profis als Unterstützer an Bord. Es entstand ein Werk, in dem viele Experten zu Wort kommen, und auch die Gestaltung wurde durch Profis unterstützt. Inhaltlich gehe ich in „Verliebt in beide Ohren“ meiner Expertise nach. Und die besteht unter anderem darin, Hörakustiker dabei zu unterstützen, einen leichteren Umgang mit ihren Kunden zu finden. So möchte ich mit dem Buch die Hürden, die gerade am Anfang vor einem potenziellen Kunden stehen, möglichst niedrig zu legen, um das Entree für den Akustiker zu erleichtern. Es ist also kein Buch über das Verkaufen geworden, was ich ja auch hätte schreiben können. Aber ich habe so viele Akustiker und Kunden kennengelernt, die Geschichten erzählen können und mit denen ich gut verbunden bin, dass es nun ein Buch für potenzielle Kunden und Endkunden geworden ist. Man findet darin unter anderem Geschichten von acht Hörakustikern, die zum Beispiel aus ihrem Alltag mit Kunden erzählen, sowie eine Geschichte von einer Hörgerätenutzerin und Bloggerin für Hörgeräte. Sie schreibt zum Beispiel über die Auswahlkriterien, nach denen man sich als Schwerhöriger seinen Akustiker suchen kann, aber auch über die psychologischen Aspekte, die einen als Hörgeminderter betreffen. Außerdem bekommt man das medizinische Basiswissen über das Ohr und das Hören. Bei diesem Part hat mich der HNO-Arzt Dr. Ron Fiedler unterstützt. Zudem erfährt man, was passieren kann, wenn man mit seinem Besuch beim Akustiker zu lange wartet oder wie man vorgehen kann, wenn man das Gefühl hat, man hört schlechter.

**Und darüber hinaus? Was erwartet einen außerdem?**

Man findet zum Beispiel auch die dreizehn am häufigsten genannten Ausreden, warum Menschen trotz Hörminderung nicht zum Akustiker gehen und keine Hörgeräte tragen wollen. Da zehre ich von den inzwischen über 6.000 Gesprächen in Hörakustik-Fachgeschäften, die ich in den letzten 25 Jahren begleitet habe. In diesen Gesprächen habe ich all diese Ausreden



◀ Leser können sich wiederfinden, Hörakustiker einen Nutzen daraus ziehen: „Verliebt in beide Ohren“

und Entschuldigungen immer wieder gehört. Und natürlich erzählen auch Akustiker von Kundenerlebnissen und wie sie schließlich diese Ausreden überwinden konnten und wie dadurch eine neue Energie hineingekommen ist, so dass die Kunden sagten: Hätte ich das früher gewusst, hätte ich eher gehandelt. Außerdem gibt es in dem Buch Geschichten von Kunden zu lesen, die von ihren Akustikern erzählen. Und auch einen kleinen Check findet man. Wenn man denkt, dass man nicht mehr so gut hört, kann man über diesen herausfinden, wie man selbst zu dem Thema steht. Der Leser kann seine eigene Einstellung hinterfragen und wird inspiriert, was er als nächstes tun könnte. Dazu kommen außerdem einige Illustrationen, so dass man die 150 Seiten leicht lesen kann, was mir ebenfalls wichtig war. Ich wollte kein medizinisches Buch schreiben, sondern ein leichtes, lockeres, in dem man sich beim Lesen wiederfinden kann und damit auch dem Akustiker einen großen Nutzen bieten.

**Sie schreiben in Ihrem Buch auch, Hörgeräte seien cool und lägen voll im Trend. Was hat Sie zu dieser Aussage verleitet?**

Ich finde ja, das Hörgerät könnte zu einem IT-Piece werden. Ich bin viel auf Reisen und komme da oft mit anderen ins Gespräch. Wenn ich berichte, was ich beruflich mache, finden das viele interessant. Einige erzählen dann zum Beispiel, dass sie auch jemanden kennen, für den Hörgeräte etwas sein könnten. Oder sie berichten von ihrem Tinnitus, um den es in meinem Buch auch ja geht.



▲ Veronika Vehr mit einem ihrer Co-Autoren, dem Hörakustiker Jannik Vehr

**Wissen diese Menschen, mit denen Sie ins Gespräch kommen, was Hörsysteme heute alles können?**

Meine Erfahrung ist, dass viele die Vorteile, die sie durch Hörgeräte haben könnten, noch nicht kennen. Sie erzählen mir eher, dass Hörgeräte teuer sind. Und wenn ich dann beschreibe, was moderne Hörlösungen heute alles können und wie groß ihr Nutzen sein kann, dann staunen die meisten. Dass das noch nicht überall hin durchgedrungen ist, finde ich schade. Die Industrie und auch viele Akustiker machen ja tolle, moderne Werbung, nur kommt diese leider nicht überall an. In vielen Beratungsgesprächen habe ich gesehen, wie sich Kunden zieren und denken, sie bräuchten noch keine Hörgeräte. Einige Akustiker tun sich dann auch etwas schwer und erklären zum Beispiel fachlich noch mal das Audiogramm und dessen Hintergründe. Nur möchte der Kunde das meist nicht hören. Ich habe festgestellt: Wenn man dem Kunden eine Geschichte erzählt, hört er einem wieder zu. Und diese Geschichten findet man zum Beispiel in meinem Buch.

**Sie möchten also nicht nur Akustikern beim Aufbau von Kundenbeziehungen helfen, sondern auch Menschen von Hörgeräten überzeugen?**

Unbedingt! Mit dem Buch kann man Vorarbeit leisten. Wenn zum Beispiel ein Angehöriger oder Freund eines Schwerhörigen in ein Fachgeschäft geht, um zu fragen, wie man etwa seiner Mutter oder seinem Vater den Weg zum Akustiker erleichtern kann, bietet das Buch dem Akustiker

über Geschichten, die das Leben schreibt, wichtige Vorarbeit. Denn genau diesen Weg möchte ich einfacher machen und die vielen tollen Dinge, die Hörgeräte heute können, über Geschichten in die Welt bringen, die von den Vorteilen und Gewinnen erzählen. Mein Wunsch ist es, den Weg zu verkürzen und dazu beizutragen, dass Hörgeräte als Lifestyle-Produkte angesehen werden. Hörakustiker machen einen so guten Job! Ich habe noch keinen kennengelernt, der oder die das nicht gut macht. Nur die Sprache der Menschen, die sich noch nicht so weit fühlen, die ist schwer. Und da könnten die Geschichten in dem Buch helfen.

**Wie wird das Buch all die Menschen erreichen, für die es interessant sein könnte?**

Über die Hörakustiker. Natürlich kann man es auch über Amazon bestellen: Doch ich habe das Buch für Hörakustiker gestaltet, damit sie es für ihre Zwecke einsetzen können. Das Buch kann vom Hörakustiker hervorragend als Marketinginstrument genutzt werden. Man kann es verkaufen oder verschenken, so dass es möglicherweise ein fester Bestandteil des Abschlussgesprächs ist. Denn die meisten Kunden kennen andere zukünftige Kunden. Für Lesungen im Geschäft bietet sich das Buch ebenso an wie für Vorträge. Ein Roll-up, Poster oder Karten mit dem Titel könnten durchaus Interesse wecken und können bei mir bestellt werden. Mit der Postkarte „Verliebt in beide Ohren“ kann man seine Kunden anschreiben und Interesse wecken. Was immer man möchte, um die Eintrittskarte sympathisch werden zu lassen. Ab einer bestimmten Abnahmemenge kann man das Buch außerdem auf sein Unternehmen individualisieren lassen. Zudem biete ich begleitend ein Kartenset an, über das man die 44 wichtigsten Tipps bekommt, etwa, wie man den häufigsten Ausreden begegnen oder wie man Fragen zu den Preisen beantworten kann. Auch wie man sich innerlich zum Thema Verkaufen einstellen kann, transportiert das Kartenset. Dafür gibt es ein paar kleine Aufgabenstellungen für jeden Tag, mit denen man sich alleine oder im Team auseinandersetzen kann.

**Frau Vehr, haben Sie vielen Dank für das Gespräch.**

*Buch und Kartenset-Bestellung hier: <https://www.veronikavehr.com/buch/>  
Weiterführende Fragen z. B. zur Individualisierung an [vv@veronikavehr.com](mailto:vv@veronikavehr.com)*