

## **„Auf den kannst du dich einlassen, der kann dir helfen“ – die Vertrauensbeziehung zwischen Hörakustiker:in und schwerhörigen älteren Menschen**

*Grit Böhme<sup>1</sup>, Ulrike Weber<sup>1</sup>, Christa Schlenker-Schulte<sup>1</sup>, Magdalena Schmidt<sup>1</sup>, Agnes Weber<sup>1</sup>, Sophie Weber<sup>1</sup>*

<sup>1</sup>Forschungsstelle zur Rehabilitation von Menschen mit kommunikativer Behinderung (FST) e. V. an der Martin-Luther-Universität Halle-Wittenberg

**Schlüsselwörter: Akzeptanz, Kontextfaktoren, ICF, Hörakustiker, Beratungsgespräch, Vertrauen, Kundenbeziehung, Altersschwerhörigkeit**

### **Zusammenfassung**

Im Projekt „AutaRK\_aktiv hören“ wurde mit einer Mixed-Methods-Studie untersucht, welche Kontextfaktoren (ICF) bei schwerhörigen älteren Menschen in Sachsen-Anhalt die Akzeptanz für das Tragen von Hörtechnik fördern oder hindern, mit Schwerpunkt auf Informationen zu Hören und Hörtechnik. Aus Sicht der Betroffenen hat sich das persönliche Gespräch mit Hörakustiker:innen als die hilfreichste aller Informationsquellen zum Thema erwiesen, weit vor Informationsangeboten aus dem Internet oder gedrucktem Infomaterial. Wesentliche Gründe hierfür sind die höhere Glaubwürdigkeit der Information und die Möglichkeit der persönlichen Begleitung. Beides wiederum hängt stark davon ab, inwiefern es Hörakustiker:innen gelingt, eine tragfähige Vertrauensbeziehung zu ihren Kund:innen aufzubauen.

### **1. Einleitung – Hintergrund und Ziele des Forschungsprojekts**

Das Projekt „Autonomie-Ressource Information und Kommunikation\_aktiv hören (AutaRK\_aktiv hören)“ (Vorhabensnummer ZS/2019/07/99750) ist Teil des Forschungsverbundes „Autonomie im Alter“ und wird gefördert durch die Europäische Union (EFRE) und das Bundesland Sachsen-Anhalt. Ziel des Projekts ist es, die negativen Folgen einer unversorgten Hörminderung im Alter zu minimieren wie eingeschränkte Teilhabe, soziale Isolation und infolgedessen Depressionen sowie Abbau kognitiver Fähigkeiten. Es sollen die Kontextfaktoren (ICF) identifiziert werden, die die Akzeptanz für das Tragen von Hörtechnik fördern oder hindern. Ein besonderer Fokus wird dabei auf die barrierefreie und zielgruppenadäquate Gestaltung der Informationen zu Hören und Hörtechnik gelegt, da ein Mangel an angemessener Information sich als wichtiger Grund erwiesen hat, warum angepasste Hörgeräte später nicht getragen werden.[1]

#### **1.1. Methodisches Vorgehen**

In einer Mixed-Methods-Studie wurde zum einen eine standardisierte Fragebogen-Erhebung mit 170 Hörgeräte-Träger:innen im Alter von 55 bis 94 Jahren durchgeführt (durchschnittliches Alter: 73 Jahre, SD: 9,0 Jahre), davon 49 % (n=84) Frauen und 50 % (n=85) Männer (keine Angabe: eine Person). 42 % (n=71) der Befragten füllten den Fragebogen in einer Papier-und-Bleistift-Fassung aus, 58 % (n=99) gaben ihre Antworten in der Online-Fassung des Fragebogens. Von den Betroffenen schätzten sich 22% (n = 36) als leicht, 58% (n = 98) als mittelgradig und 20% (n = 34) als stark schwerhörig ein.

Zum anderen wurden insgesamt 20 schwerhörige Menschen im Alter zwischen 43 und 90 Jahren (durchschnittliches Alter: 71 Jahre) in ausführlichen leitfadengestützten qualitativen Interviews befragt. 17 Interviews wurden face-to-face geführt, in 6 Fällen erfolgten die Interviews während der Corona-Pandemie in einem mehrwöchigen Austausch per E-Mail bzw. WhatsApp (3 Betroffene wurden sowohl

digital als auch face-to-face befragt, eine Probandin wurden 4-mal face-to-face interviewt). Die Interviews wurden transkribiert und nach thematischer Analyse ausgewertet.[2]

## 2. Ergebnisse

### 2.1. Quantitative Daten – das persönliche Gespräch mit Hörakustiker:innen ist die hilfreichste Informationsquelle

Auf die Frage, welche Informationsquellen die Betroffenen hilfreich finden, wenn sie sich über Hören und Hörtechnik informieren wollen, geben 94,9 % (n = 148) der Teilnehmenden des Fragebogens das persönliche Gespräch mit dem Hörakustiker bzw. der Hörakustikerin an. Damit sind Hörakustiker:innen noch vor HNO-Ärzt:innen (80,5 %, n = 120) die wichtigsten Ansprechpartner zum Thema. Der persönliche Kontakt vor Ort ist dabei wichtig. Videosprechstunden mit Hörakustiker:innen empfanden nur 17,6 (n = 25) der Befragten als hilfreich.

Informationsplattformen oder Erklär-Videos im Internet werden nur von 38,5 % (n = 55) bzw. 34,5 % (n = 51) der Befragten als hilfreich bewertet. Hatten die Betroffenen schriftliches Infomaterial erhalten, so hatten sie dieses hauptsächlich von den Hörakustiker:innen (80,3 %, n = 110) oder dem Hörgerätehersteller (69,1 %, n = 85) bekommen. Nur 60,7% (n = 71) fanden dieses Material allerdings hilfreich, wenn sie etwa Schwierigkeiten mit dem Hörgerät haben.

94 % der Befragten gaben an, dass sie Vertrauen zu ihrem aktuellen Hörakustiker bzw. ihrer aktuellen Hörakustikerin haben. Die Hörakustikerin oder den Hörakustiker schon einmal gewechselt haben 45 % der Befragten.

### 2.2. Qualitative Daten – warum ist das persönliche Gespräch mit Hörakustiker:innen die hilfreichste Informationsquelle?

Die Interviewdaten liefern mehrere Anhaltspunkte, warum das persönliche Gespräch vor Ort mit den Hörakustiker:innen von allen Informationsangeboten zu Hören und Hörtechnik von den Betroffenen als das mit Abstand hilfreichste gesehen wird – und zwar auch von denen, die bei der Informationsrecherche im Internet sehr kompetent sind.

Unter denjenigen Interviewten, die im Internet nach Informationen zum Thema suchen, verwenden die meisten Suchmaschinen. Diese bieten ihnen eine Vielzahl von Suchergebnissen, es fehlt ihnen aber die Fachkompetenz, die gefundenen Ergebnisse zu filtern, einzuordnen und zu bewerten – weshalb viele Interviewte sich lieber Ansprechpartner mit der entsprechenden Expertise suchen und das Internet oder gedrucktes Material nur zur Ergänzung nutzen. Der wichtigste Punkt ist allerdings die Glaubwürdigkeit der Information:

*„Wissen Sie, ich vertraue dem Netz sehr wenig, weil fast immer Geschäftsinteressen oder irgendwelche persönlichen Interessen dahinterstehen. Das ist ja das Schlimme, dass so viel keine neutrale Information ist, sondern ne gezielte Information.“* (Werner M.\* | 82 Jahre | trägt HG ab und zu | Int09, Pos. 325)

Viele Informationen im Internet (vor allem gut auffindbare) sind durch kommerzielle Interessen geprägt, was auch nicht immer offen dargelegt wird. Entsprechend wirkt sich das bei den Interviewten auf die Glaubwürdigkeit aus. Ihnen ist zwar bewusst, dass auch Hörakustiker:innen kommerzielle Interessen verfolgen, durch den persönlichen Kontakt über mehrere Gespräche hinweg haben Sie allerdings die Möglichkeit, den „ganzen Menschen“ kennenzulernen und sich anhand des Verhaltens in der gemeinsamen Interaktion ein Bild über dessen Vertrauenswürdigkeit zu machen:

*„Man muss Vertrauen [zum Hörakustiker] bekommen. Es ist halt seine Art, die Umgangsart, der Umgangston mit den Menschen, das ist wichtig. Und er muss kompetent sein, man muss merken als noch*

Die Vertrauensbeziehung zwischen Hörakustiker:in und schwerhörigen älteren Menschen, Böhme et al.

*nicht Hörgeräte-Träger: Auf den kannst du dich einlassen, der kann dir helfen. Aber das ist dann auch wieder eine Sache von mehrmaligen Gesprächen. [...] Wenn man sich dann unterhält und wenn man gleich vom ersten Moment an gesagt kriegt, was er will und was er für dich machen kann, das macht viel.“ (Dagmar S.\* | 71 Jahre | trägt HG regelmäßig | Int19, Pos. 329-332)*

Gerade bei der Erst-Anpassung, die für viele Betroffene eine deutliche Umstellung im Leben bedeutet, wünschen sich viele darüber hinaus eine persönliche Begleitung, die ihnen erleichtert, sich an die neue Situation und das neue Hören zu gewöhnen – was ebenfalls, wenn es gelingen soll, eine tragfähige Vertrauensbeziehung voraussetzt. Auf die Frage, was ein wichtiges Kriterium für einen guten Hörakustiker, eine gute Hörakustikerin ist, folgen daher auch oft Antworten wie:

*„Naja, dass der einfühlsam ist. Zum Beispiel der allererste, den ich hatte, der war selbst Hörgeräte-Träger und man ist ja sowas von verunsichert, wenn man da am Anfang hingeht. Nicht nur, dass man sich schämt, [...] da möchte man ja, dass einer sich in die Lage hineinversetzen kann.“ (Renate H.\* | 77 Jahre | trägt HG regelmäßig | Int12, Pos. 355-356).*

Dieser Wunsch nach persönlicher Begleitung gilt ebenso für jüngere und technik-affine Interviewte, weshalb auch in dieser Zielgruppe digitale Angebote das persönliche Gespräch im Hörakustik-Fachgeschäft nicht ohne Weiteres ersetzen können:

*„Das Hörgerät ist so ne Schnittstelle zwischen Technik und Mensch. Und da ist sie [ihre Hörakustikerin] irgendwie der menschliche Stellknopf. Sie ist einfach ne nette Person und es war ein angenehmer Umgang. Und es war ein angenehmer Raum. [...] Wenn ich das jetzt alles komplett zuhause machen würde, ich krieg ne Datei zugeschickt und setze mir Kopfhörer auf und probier das zuhause aus und dann muss ich da auf die Knöpfe drücken, das würde ja alles auch zuhause gehen. Aber ich glaube, ich möchte da begleitet werden.“ (Sandra D.\* | 49 Jahre | trägt HG ab und zu | Int04, Pos. 537-538)*

Ein Wechsel des Hörakustikers, der Hörakustikerin erfolgt zwar meist nur nach drastischen Vertrauensbrüchen (in einem Fall z. B. die Sabotage eines funktionsfähigen Hörgerätes, um der Kundin ein neues zu verkaufen), in den Daten deutet aber vieles darauf hin, dass eine belastete Vertrauensbeziehung zwischen Hörakustiker:innen und Kund:innen sehr dazu beiträgt, dass Hörgeräte schlecht angepasst und nicht regelmäßig getragen werden.

### **3. Diskussion**

Die qualitativen Daten zeigen die Relevanz der Vertrauensbeziehung zwischen beratenden Expert:innen und Kund:innen für die Akzeptanz der Hörtechnik. Gelingt es, diese Vertrauensbeziehung zu etablieren, so verleiht dies den Hörakustiker:innen einen Glaubwürdigkeitsvorsprung gegenüber vielen anderen Informationsangeboten zu diesem Thema.

Um das notwendige Vertrauen aufzubauen, spielt dabei nicht nur die Fachkompetenz eine Rolle. Als besonders positiv erlebten es die Interviewten, wenn sie den Eindruck hatten, dass ihr Hörakustiker, ihre Hörakustikerin

- sich Zeit für sie nimmt,
- signalisiert, dass Fragen immer willkommen sind (auch „dumme“ und welche, die „komisch klingen“) und diese kompetent und verständlich beantworten kann,
- deutlich macht, dass alle Entscheidungen letztlich bei den Kund:innen selbst liegen und sie zu nichts gedrängt werden
- und (potenziell) anfallende Kosten offen und nachvollziehbar darlegt.

Das Vertrauensverhältnis wurde beeinträchtigt, wenn die Befragten den Eindruck hatten, dass ihre Hörakustikerin, ihr Hörakustiker

- in der Balance zwischen Kunden- und Verkaufsinteresse zu stark in Richtung Verkauf neigt,
- sie nicht ernst nimmt (sie z. B. nicht auf Augenhöhe behandelt)
- und nicht ausreichend auf sie und ihre persönlichen Bedürfnisse eingeht (wenn etwa der Eindruck entsteht, es würde „nur ein Formular“ abgearbeitet).

Insgesamt legten die Befragten neben der fachlichen Expertise sehr viel Wert auf soziale Kompetenzen und auf Transparenz.

Weitere Ergebnisse des Projekts „AutaRK\_aktiv hören“ sind auf der Open-Access-Webseite <https://autark.fakten-zur-teilhabe.de> nachzulesen. Dort finden sich auch Hinweise zu geeigneten Informationen im Internet und Tipps und Strategien zum besseren Hören und Verstehen für Betroffene.

\*Die Namen der Interviewten wurden geändert.

#### **4. Literatur**

[1] vgl. z. B. Kelly TB, Tolson D, Day T, McColgan G, Kroll T, Maclaren W. Older people's views on what they need to successfully adjust to life with a hearing aid. *Health and Social Care in the Community*. 2013; 21(3): 293–302. DOI: 10.1111/hsc.12016

[2] Braun V, Clarke V. Using thematic analysis in psychology. *Qualitative Research in Psychology*. 2006; 3(2): 77-10. DOI: 10.1191/1478088706qp063oa