

„DIE KUNDEN SPÜREN DAS“

Text: Jan-Fabio La Malfa
mail@audioinfos.de

Fotos: Jan-Fabio La Malfa; Hörhaus Tuttlingen

Viele kennen ihn noch von der Akademie für Hörakustik (afh) und vom Deutschen Hörgeräte Institut (DHI). Doch dann wurde es ruhig um ihn. So manch einer dachte sogar, er sei völlig abgetaucht. Nun ist er wieder da. Der ehemalige Lübeck-Dozent und Hörakustikmeister Torsten Saile. Mit im Gepäck sein neuestes Projekt: Das Hörhaus Tuttlingen.



Das Team des Hörhauses Tuttlingen einschließlich Hörhund Emma ▶

H

at sich eine gewisse Meinung erst einmal gesellschaftlich etabliert, so wirkt sie wie ein ungeschriebenes Gesetz. Sich darüber hinwegzusetzen, ist nicht einfach; es aus den Köpfen zu kriegen, schier unmöglich. Ein Gesetz, das regional wie überregional gilt. Ob nun eine begründete Meinung vorliegt oder ein Irrglaube, ist unerheblich. Meinungen und Gefühle sind es, die uns oftmals leiten; selten der Verstand.

Wie sehr uns diese kleinen Meinungen im Leben lenken, erkennt man oft an kleinen Sätzen, die ins Allgemeingut eingesickert sind. Beispielsweise die

weit verbreitete Vorstellung, dass ein guter Service auch teuer sein muss. Woher kommt das? Umgekehrt gibt es viele, die der Idee nachhängen, dass es einen Zusammenhang zwischen gutem Service und Unternehmenserfolg gibt, nur weil Gewinn und Erfolg eines Produktes darauf hindeuten. Lässt sich daraus aber ein direkter Bezug auf die Servicequalität eines Unternehmens wirklich ableiten? Natürlich nicht. Dennoch beeinflussen uns solche Meinungen in allen Lebenslagen. Ob in der Politik, beim Sport, in der Musik oder etwa beim Absatz von Produkten.

Nun hat nicht jeder die Möglichkeit, vorherrschende Meinungen dauerhaft zu überprüfen oder großartig zu beeinflussen. Große und gewichtige Akteure noch eher als kleine. Spätestens aber, wenn der Wettbewerb eine

Rolle spielt, können Meinungen schnell zur Existenzfrage werden. Das gilt vor allem für Existenzgründer. Denn eine Vielzahl von Meinungen führen stets zu einem Image. Doch wie erarbeitet man sich ein Image als Existenzgründer? Helfen da nur Werbung, harterarbeitete Kundenbewertungen und eine dauerhafte Präsenz auf allen Kanälen? Oder gibt es auch andere Wege? Um diese Fragen zu beantworten, suchte Audio Infos in Tuttlingen, dem Weltzentrum der Medizintechnik an der Donau, einen frisch gegründeten Hörakustikfachbetrieb auf: das Hörhaus Tuttlingen.

Die Geschichte rund um das Hörhaus Tuttlingen ist gleich aus doppelter Hinsicht spannend. Zum einen beweist der Existenzgründer und Inhaber Torsten

“ Ein paar Kollegen, aber aber auch Sie waren von Anfang an überzeugt, dass dieses Geschäft von alleine laufen würde. ”

Saile, der vielen noch als Dozent aus Lübeck bekannt sein dürfte, dass sich Theorie auch in Praxis umsetzen lässt. Zum anderen zeigt die Gründung des Hörhauses Tuttlingen, wie schnell sich ohne großen Einsatz von Marketinginstrumenten Meinungen am Markt bilden können. Dabei verließ Torsten Saile die Akademie für Hörakustik nicht einmal mit der Absicht, ein eigenes Fachgeschäft eröffnen zu wollen.

Am Marktplatz

„Sicherlich stand schon in Lübeck die Möglichkeit einer Selbständigkeit verschwommen im Raum. Doch es gab ebenso den Gedanken, Training und Coaching für Hörakustiker anzubieten. Schließlich habe ich das in der Vergangenheit gemacht und bringe da viel



▲ Jungunternehmer
Thorsten Saile

Erfahrung mit. Letzten Endes wollte ich aber an die Praxisfront zurück und entschloss mich für eine Variante, bei der man als Angestellter weniger Risiko läuft. Wie es der Zufall jedoch so will, sollte das auch der Ort werden, an dem ich meine Selbständigkeit beginne“, sagt Hörakustikmeister und Höringenieur Saile im September 2017, als Audio Infos ihn bereits vor Geschäftseröffnung ein erstes Mal besucht.

Während draußen erste Passanten über den nahegelegenen Marktplatz strömen, sitzt Torsten Saile gemeinsam mit seinem Freund und Kollegen Jochen Wied zusammen, Inhaber des Hörforums in Ludwigsburg, um im zweiten Stock des Optikhaus Ströbele letzte Vorbereitungen zu treffen. Es gilt, die Software für den neuen Betrieb einzurichten. Sie diskutieren. Torsten Saile ist noch nicht zufrieden mit dem Rechner im Servicebereich. Gerade ihm, der von sich selbst sagt, er sei ein „Mess-Fetischist“, dürften in puncto Technik und Software keine Fehler unterlaufen. Doch Jochen Wied beruhigt. Es läuft alles.

Nun orientieren sich beide Hörakustikmeister in Richtung Hamburg und Lübeck. So werden die beiden neu eingerichteten Klangräume des 80 Quadratmeter großen Geschäftes genannt, auf dessen Rechnern ebenso Software installiert werden soll. Auf kleinem Raum untergebracht findet man dort alles, was das Hörakustiker-Herz höher schlagen lässt. „Jeder in der Branche weiß, dass ich in Sachen Technik keine Kom-



▲ Seit Januar 2018 leitet Karin Daumer den Service

promise mache. Vollausgestattete Messtechnik mit In-situ, Lautheitsskalierung, Audiosus Showroom, Video-Otoskopie, Klangfinder und Tympanometer; alles, was State of the Art ist, wird dabei sein. Ich habe allein zehn Bildschirme für die kleine Fläche gekauft. Denn die Kompetenz, die wir künftig darstellen wollen, sollte auch nach außen strahlen“, sagt Torsten Saile, als er in den Raum Lübeck einführt.

Dabei erfährt man, dass große Umbauten der Geschäftsfläche nicht vorgenommen werden mussten. Denn aufgrund der Glasfassade könne man an der Flächenaufteilung der Geschäftsräume wenig ändern. Auch habe der Inhaber des darunterliegenden Optikhauses die Geschäftsfläche des zweiten Stockes bereits viele Jahre zuvor an den ehemaligen Hörakustikfachbetrieb „Das Ohr“ vermietet, dem alten Arbeitgeber Torsten Sailes. Durch die jahrelange Nutzung seien daher alle notwendigen Voraussetzungen für die Klangräume gegeben gewesen. „Als wir Lübeck verließen, zog es meine Frau und mich familienbedingt wieder in den Bodenseeraum. Aus diesem Grund stoß ich auf die Fachgeschäfte „Das Ohr“ die ich bis dahin nur vom Hörensagen kannte. Dort fand ich vieles, was mir wichtig war. Ein Fachgeschäft im Pro Akustik Verbund und eine Filiale, in die man frischen Wind reinbringen konnte“, erklärt Torsten Saile.

Entsprechend habe die Arbeit in der Tuttlinger Außenfiliale knapp drei Jahre sehr gut funktioniert. Wenn auch nicht in allen Bereichen, habe Torsten Saile dort die Möglichkeit erhalten, eine Filiale zu gestalten. Was sich dabei sehr schnell verändert habe, sei vor allem der Teamgedanke, der zu dieser Zeit eingekehrt sei. „Die Tuttlinger haben recht schnell gemerkt, dass wir als

Team Vollgas gegeben und an einem Strang gezogen haben. Dadurch konnten wir in sehr kurzer Zeit sehr viel erreichen“, so Torsten Saile. Schon damals habe man aber weder das Geschäft großartig verändert, noch irgendwie groß an der Marketingschraube gedreht.

Trotz der positiven Entwicklung, die die Tuttlinger Außenfiliale in diesen drei Jahren nahm, sei dies laut Saile eine Zeit des inneren Widerspruchs gewesen. Hin und wieder habe er auch gedacht, ob eine Selbständigkeit nicht doch der richtige Weg wäre. „Es hat schon relativ lange gedauert, bis ich mir sicher war. Als die Entscheidung jedoch stand, stellte sich natürlich die Frage, wie ich das am geschicktesten anstelle. Dann aber kam

“ Zu wissen, für wen man arbeitet, und das Gefühl zu haben, im Unternehmen nicht irgendein Rädchen zu sein, war für mich immer sehr wichtig. ”

plötzlich der Verkauf dazwischen. Darauf war ich nicht vorbereitet“, blickt Saile zurück. Er blieb zwar noch ein paar Monate beim neuen Eigentümer, doch hatte er da schließlich den Gedanken gefasst, das Unternehmen zu verlassen.

Eine parallele Entwicklung ahnt Torsten Saile bei seinem Weggang jedoch nicht. Der neue Eigentümer plant von sich aus einen Standortwechsel. „Für mich war von Anfang an klar, dass es keine Zukunft bei einem Großfilialisten geben würde. Entsprechend überlegte ich, was tun. Aber auf den Gedanken, eine Selbständigkeit genau an diesem Ort zu beginnen, wäre ich nie gekommen. Das wäre zu dem Zeitpunkt eine völlige Utopie gewesen“, meint Torsten Saile, der sich am Ende dieses Morgens zwar sehr auf die baldige Geschäftseröffnung freut, unter dem Strich jedoch eher bescheidene Ziele für die Zukunft formuliert.



▲ Besuchen derzeit regelmäßig Lübeck: Meisterschülerin Selina Pandiscia und Auszubildende Luisa Butschle

Sechs Monate danach

Im Hörhaus Tuttlingen herrscht reger Betrieb. Karin Daumer, die seit Januar im Service tätig ist, hat alle Hände voll zu tun. Das Telefon klingelt, beide Klangräume sind belegt und ein weiterer Kunde bittet um einen Termin. Trotz Hochbetrieb bemerkt man, dass Karin Daumer nicht gestresst wirkt, sondern viel Freude an ihrer Arbeit hat. „Ich bin seit 15 Jahren in der Branche und habe lange bei einem kleinen inhabergeführten Unternehmen gearbeitet. Allerdings in Engen und Stockach. Bei einem großen Filialisten zu arbeiten, war nie mein Ziel. Zu wissen, für wen man arbeitet, und das Gefühl zu besitzen, im Unternehmen nicht irgendein Rädchen

geschlossen hat, findet Torsten Saile Zeit für das Gespräch, für das er ein paar Monate vergehen lassen wollte. „Ein paar Kollegen, aber auch Sie von Audio Infos waren von Anfang an überzeugt, dass dieses Geschäft von alleine laufen würde. Ich habe das damals nicht geglaubt. Mit einem solchen Andrang konnte man beim besten Willen nicht rechnen. Besonders überraschend war dabei die Vielzahl an Neukunden, die wir in den wenigen ersten Wochen und Monaten gewinnen konnten“, beginnt Torsten Saile. Die betriebswirtschaftlichen Zahlen eines normalen Fachgeschäftes seien ihm dabei durchaus bewusst. Dennoch habe er es vorgezogen seine Businessplanung konservativ aufzustellen. „Die Rolle, die man als Chef einnimmt, ist trotz aller Vorerfahrung irgendwie anders. Ausgaben für Equipment, Miete, Personalkosten und so weiter wirken anders. Man betrachtet das schon ein wenig, doch richtig nachfühlen kann man es kaum. Das ist das, was mir zuvor ein wenig gefehlt hat, wo ich aber nach und nach reinwachsen“, fügt Saile an.

Den alten Standort zu übernehmen, sei natürlich ein Vorteil gewesen, eine Garantie für den Erfolg indes nicht. „Vieles ist anders gelaufen als angedacht. Beispielsweise war ich der Meinung, dass wesentlich mehr Altkunden kommen würden. In Wahrheit aber erhalten wir die meisten Kunden durch Empfehlung. Vielleicht lag es am tollen Marketing, das meine Marketingfrau mit mir zusammen entwickelte und wir zu



▲ Die Eröffnungsfeier des Hörhauses Tuttlingen

zu sein, war für mich immer sehr wichtig. Das bekomme ich hier“, sagt Karin Daumer.

In diesem Moment öffnet sich die Tür des Klangraums Hamburg und es erscheint Torsten Saile. Während er die Kundin freundlich zum Aufzug begleiten möchte, mischt sich Hörhund Emma in die Verabschiedungsprozedur ein. Alle lachen. Nachdem sich der Aufzug

Beginn liefern lassen“, meint der Jungunternehmer. Dabei sei seine Hauszeitschrift „Hörprobe“ das wichtigste Element. Selbstverständlich inseriere man hin und wieder einen schönen Zeitungsbeitrag. Allerdings seien eine nette Austauschrunde mit Betroffenen oder gelegentlich ein Vortrag beim örtlichen Tinnitus & Morbus Menière Selbsthilfverein sowie der Stadt viel

wichtiger. Entsprechend bediene er sich moderner Marketinginstrumente nur punktuell. „Am Anfang ist es schon notwendig, Geld in die Hand zu nehmen und in Werbung zu investieren. Aber alles, was danach kommt, kann man mal einfließen lassen; ausschlaggebend ist es jedoch nicht“, so Saile weiter.

Ein Team

Wie gelingt es Torsten Saile, all diese Empfehlungen zu erhalten? „Zentral ist, wie man die gesamte Thematik an den Kunden heranbringt. Denn es geht darum, Hörziele zu definieren. Und zwar so, wie es in Lübeck auch beigebracht wird. Deshalb hat auch vieles, was hier passiert, mit Hörverarbeitung und Hörtraining zu tun. Erst nach den Abformungen, also zum Schluss, kommt das Thema Technik auf den Tisch“, stellte Saile klar.

Im Grunde genommen halte er sich deshalb auch an die Basics, die in Lübeck sowohl in der Lehre als auch in der Meisterausbildung gelehrt werden. Dazu gehöre zunächst ein ausführliches audiologisches Vorgespräch, was beinhalte, den Kunden „richtig“ kennenzulernen und das richtige Bewusstsein für die Thematik zu schaffen. Seien Hörziele erst einmal definiert, folgten die Messungen mit Hörtests. Danach werde mit dem Kunden die Frage besprochen, welchen Weg man einschlagen wolle. Ein unverbindliches Testen eines Hörsystems oder ein 14-tägiges Hörtraining. Einen festen Terminrahmen gibt es im Tuttlinger Hörhaus nicht. „Der Kunde bekommt die Zeit, die er benötigt. Durchlaufzeiten und Taktung wollen wir hier nicht haben. Wir wollen, dass der Kunde sehr zufrieden ist, und dass wir über das Maß einer normalen Versorgung hinausgehen. Sonst würden wir gewiss nicht so viele Empfehlungen erhalten“, ist Torsten Saile überzeugt, der auch in puncto otoplastische Anbindung große Ansprüche stellt. Hier arbeitet das Hörhaus mit der Audiomanufaktur zusammen, dessen Kernlabor sich in Ludwigsburg befindet.

Plötzlich klopft es an der Tür. Selina Pandiscia, die im August 2017 ihren Gesellenabschluss feierte, macht aufmerksam, dass der nächste Kunde wartet. Torsten Saile bitte sie kurz rein. Auf die kurze Frage, weshalb sie direkt nach ihrer Ausbildung den Betrieb gewechselt habe, antwortet Pandiscia prompt: „Weil ich meinen Beruf liebe und wir schon immer ein gutes Team waren! Herr Saile war bereits im letzten Betrieb



mein Ausbilder. Als ich mitbekommen habe, dass er einen eigenen Laden eröffnet, habe ich einen Freudenprung gemacht und keine Sekunde gezögert. Alles andere hätte ich nicht mehr gewollt.“ Es verwundert daher nicht, dass sich Selina Pandiscia neben dem Betriebswechsel im Oktober 2017 gleichzeitig auch für die Meistervorbereitung der Akademie für Hörakustik entschlossen hat.

Erstaunlich dabei ist, dass Torsten Saile nicht einmal eine Stellenanzeige schreiben musste, um an Mitarbeiter zu gelangen. Denn neben Selina Pandiscia und Karin Daumer haben auch die Auszubildende Luisa Butschle und Laborleiter Jerome-Victor Heß von sich aus den Weg zu Torsten Saile gesucht. Luisa Butschle, eine frühere Praktikantin, stand zur Geschäftseröffnung ebenso in dem Tuttlinger Hörhaus wie ein paar Monate später der frühere Kollege Jerome-Victor Heß. Alle Mitarbeiter urteilen unabhängig voneinander in gleicher Weise. Sie seien froh und stolz, für Torsten Saile zu arbeiten.

Jerome-Victor Heß bringt es bei der Verabschiedung schlussendlich auf den Punkt. „Torsten Saile ist einfach ein motivierendes Element, von dem man viel mitnimmt und bei dem es einfach Spaß macht, zu arbeiten. Durch die Power, die er vermittelt und die durch ihn freigesetzt wird, kann man etwas entwickeln, fortführen und aufbauen, was an andere Stelle nicht möglich wäre. Zudem setzt die Perspektive, frei arbeiten zu können, Kräfte frei, und das spüren die Kunden. Egal, was in Zukunft wird, das mit dem Hörhaus Tuttlingen wird zu 100 Prozent klappen.“

Laborleiter im Hörhaus ▲
Tuttlingen: Jerome-Victor Heß