



1. Vorteile, wenn ich mein Hörvermögen unverändert lasse:

2. Nachteile, wenn ich mein Hörvermögen unverändert lasse:

2. 2. Wie zuversichtlich sind Sie, die empfohlene Hörlösung im Alltag auch zu nutzen?*

0

10

3. Nachteile, wenn ich mein Hörvermögen verbessere:

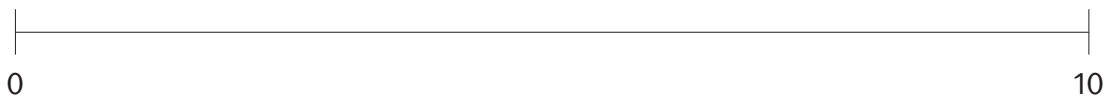
4. Vorteile, wenn ich mein Hörvermögen verbessere:



1. Wie wichtig ist es für Sie, jetzt Ihr Hörvermögen zu verbessern?



2. Wie zuversichtlich sind Sie, die empfohlene Hörlösung im Alltag auch zu nutzen?*



Die Skala geht von: 0 = gar nicht bis 10 = extrem.

* Als Hörgeräteakustiker tragen Sie hier die vorgeschlagene Hörlösung ein, z.B. Hörsysteme, Zubehör, Hörtraining, Kommunikationsstrategien.

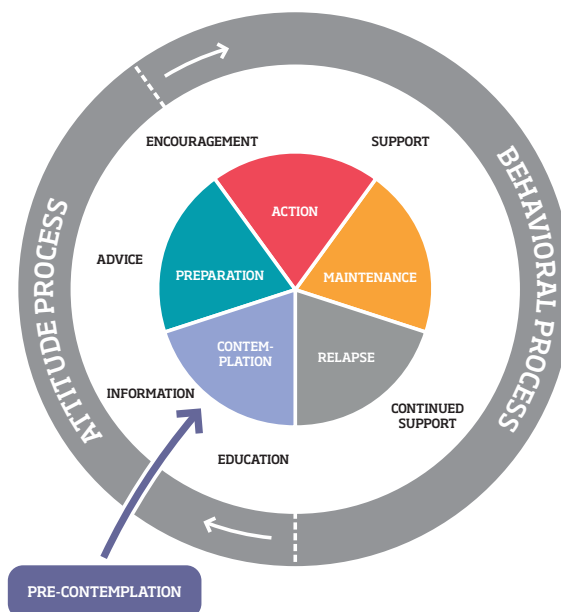


Welche der folgenden Aussagen trifft am ehesten auf Sie zu?

1. Ich höre noch gut und denke nicht, dass ich eine Hörminderung habe.
2. Ich habe einige Schwierigkeiten beim Hören, aber das stört mich im Alltag nicht.
3. Ich höre nicht mehr so gut, das stört mich und ich mache mir jetzt Gedanken, wie ich mein Hörvermögen verbessern kann.
4. Ich höre nicht mehr so gut und möchte etwas dagegen unternehmen.
5. Ich habe eine Hörminderung und unternehme aktiv etwas dagegen.



Stufe	Motivationsstrategien
1. Kein Problembewusstsein Keine Absicht, das Verhalten zu ändern.	Wichtig ist es, ein Problembewusstsein zu schaffen bzw. die Problemwahrnehmung zu erhöhen. Die Eigenverantwortung des Kunden sollte geweckt werden. Für den Kunden muss es wichtig werden, das Hörvermögen zu verbessern. Ambivalenz zu schaffen, ist eine wichtige Voraussetzung, dass der Kunde die nächste Stufe erreicht.
2. Bewusstwerden Vor- und Nachteile des Verhaltens rücken in das Bewusstsein, Ambivalenz.	Nutzen Sie „Linie“ und „Box“, um mehr über die Motivation und Veränderungsbereitschaft des Kunden zu erfahren. Mit der „Box“ kann der Kunde Vor- und Nachteile der aktuellen und zukünftigen Situation abwägen und eine Ambivalenz auflösen. Stärken Sie das Selbstvertrauen zur Veränderungsfähigkeit und bauen Sie Zuversicht und Veränderungsbereitschaft auf.
3. Vorbereitung Der Wendepunkt: die Entscheidung, das Hörvermögen zu verbessern, ist gefallen.	Unterstützen Sie den Kunden beim Herausfinden der besten Handlungsstrategie (ggf. mit „Linie“ und „Box“). Stellen Sie verschiedene Lösungswege vor und erstellen Sie gemeinsam mit dem Kunden einen konkreten Handlungsplan. Betonen Sie stets die Vorteile, besser zu hören. Bieten Sie z.B. den Test von Hörsystemen an.
4. Handlung Das neue Verhalten wird ausgeführt, d.h. das Hörvermögen wird aktiv verbessert (z.B. durch Hörsysteme).	Betonen Sie die persönlichen Vorteile eines besseren Hörvermögens und stellen Sie dabei den Bezug zur Hörlösung her. Bestärken, unterstützen und begleiten Sie den Kunden in seiner Entscheidung, Hörsysteme zu tragen. Auch in dieser Stufe kann der Einsatz von „Linie“ und „Box“ sinnvoll sein.
5. Aufrechterhaltung Das neue Verhalten wird langfristig ausgeführt, so werden Hörsysteme z.B. dauerhaft getragen.	In dieser Stufe ist es wichtig, Veränderungen zu festigen. Unterstützen Sie den Kunden, das neue Verhalten beizubehalten. Entwickeln Sie Strategien, um Rückfälle zu vermeiden. Nutzen Sie „Linie“ und „Box“, um eventuell vorhandene Unsicherheiten aufzuzeigen.



Jørgensen, S.V., Hansen, H.V., Hessov, I.B., Lauritsen, J.B., Madelung, S. & Tønnesen, H. (2003): „Operation – Complications are preventable“. Kopenhagen, International Health Promoting Hospitals & Health Services, Bispebjerg Hospital.