Raus aus der Komfortzone! Wie wir als Akustiker:in für die Zukunft wachsen können

SWISS HEARING DAY

SUCCESS IS ABOUT CONNECTING KNOW-HOW

27. Oktober 2022

Dr. Birgitta Gabriel
Unternehmensberatung für Hörakustik

Zukunft für unsere Branche – was heißt das eigentlich?

Akustiker:in: Beruf mit Zukunft! Aber …

Hörakustiker

- **Job**

  Der demographische Wandel klingt uns seit Jahren in den Ohren. Oder auch nicht, denn wer altert, hört oft schlecht. Hörakustiker helfen. Sie führen Hörtests durch, fertigen und passen Hörgeräte an und warten sie. Auch neue Technologien – moderne Apps zum Beispiel, mit denen man auch in lauter Umgebung Mobilgespräche führen kann – erweitern das Tätigkeitsfeld.

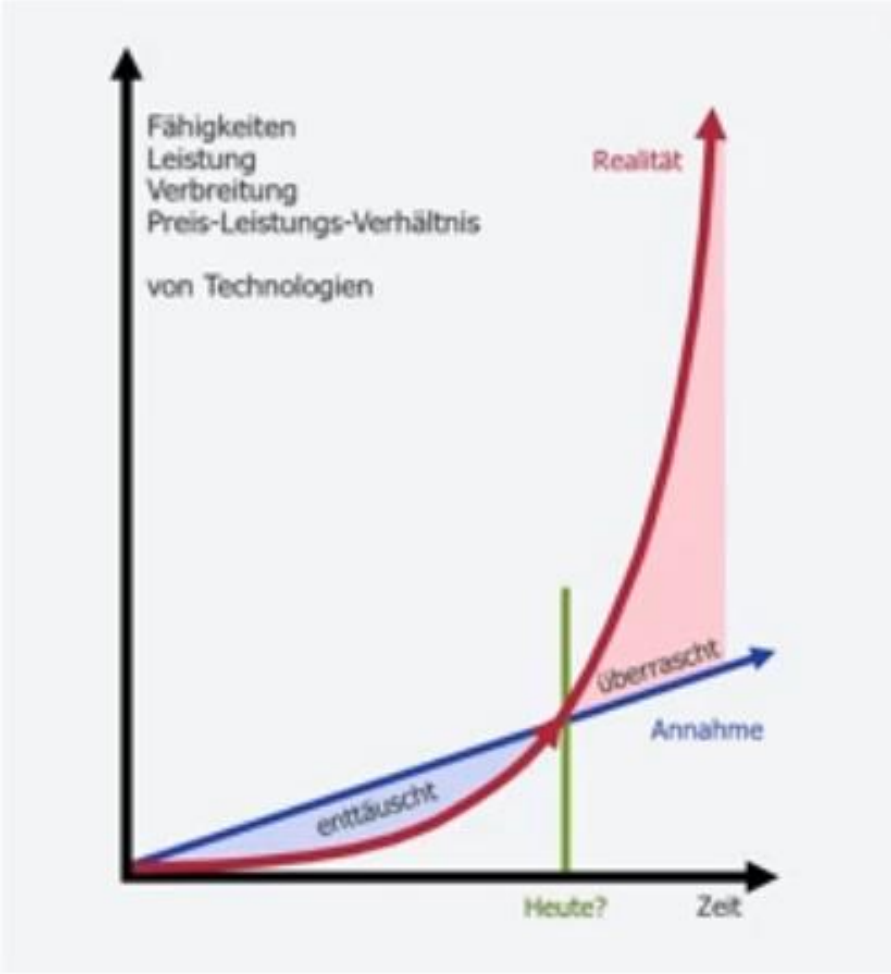
https://karrierebibel.de/trendberufe/

Eine Rechenaufgabe:
Die Seerosen in einem Teich verdoppeln ihre Fläche jeden Tag. Wenn der See nach 48 Tagen komplett mit Seerosen bedeckt ist, wie lange hat es gedauert, bis er zur Hälfte bedeckt war?

Sehr viele Leute antworten auf diese Frage „24 Tage“. Diese Antwort erscheint intuitiv einleuchtend, halber Teich bedeckt, Hälfte der Tage. Sie ist aber falsch. Richtig ist: Der See ist nach 47 Tagen halb bedeckt, die letzte Verdoppelung dauert nur einen Tag, so lang wie alle anderen Verdoppelungen vorher auch.

„Wir denken linear, so sind wir gebaut. Aber Technik entwickelt sich exponentiell. Diese Geschwindigkeit der Veränderung haben wir nicht auf dem Schirm.“

Die Digitalisierung läuft schon seit rund 70 Jahren und vielleicht waren wir bisher enttäuscht von versprochenen Zukunftstechnologien. Heute sind wir an dem Punkt, wo das exponentielle Wachstum der Technologie sichtbar wird, die wir nicht denken können. Diese Geschwindigkeit überfordert viele und schreckt auf.
Es ist grob fahrlässig zu denken, dass das, was die letzten Jahrzehnte immer passiert ist, wie bisher weitergeht, dass man das irgendwie noch überleben kann.
Wir denken weiter linear, so sind wir gebaut. Viele Unternehmer nehmen das Unternehmen von heute und nehmen weg, was stört, fügen Wünschenswertes hinzu und fertig ist die Strategie. Das ist hochgefährlich, weil man zu spät erkennt, dass Mitbewerber den eigenen Kunden nützlichere, preiswertere, angenehmere und einfachere Lösungen anbieten.
Man muss die Zukunft des Unternehmens so denken wie die Mitbewerber und die zukünftigen Mitbewerber.
Man muss das Geschäft von Null aus denken: Wie würde man das Geschäft heute starten?
Die einzige empfehlenswerte Innovationstrategie laut Zukunftsforschern ist: greife Dein eigenes Geschäftsmodell an! Wenn du dich nicht selbst angreifst, wird jemand anderes es tun.



Prof. Pero Mićić

International führender Experte für Zukunftsmanagement

„Digitalisierung tötet den Standard. 2025 gibt es keine Einheitsprodukte zu Einheitspreisen für Einheitskunden mehr.“

Die Lebenswelten und Bedürfnisse der Kunden werden sich in den kommenden Jahren komplett
Verändern:

- Vernetzung
- neue Lifestyle und Medienwelten mit Twitter, WhatsApp und Instagram
- Virtual Reality
- realvirtuelle Kommunikation durch Augmented Realities
- demografische Veränderungen
- Wandel der Werte: steigendes Vertrauen in die „Weisheit der Masse“ und sinkendes Vertrauen in Marken und Experten
- digitale Assistenten, die Teile der Kommunikation übernehmen
- …

Doch obwohl die Digitalisierung weite Teile der Kundenwelten beeinflusst, wird es weiterhin Segmente mit dem klassischen Face-to-Face-Vertrieb geben.

Kunden unterscheiden sich! Sie haben eine unterschiedliche Technologieaffinität, ein unterschiedliches Vertrauen in Technik und eine unterschiedliche Bereitschaft zur Datenfreigabe.
Es wird weiter Segmente geben, wie in der Hörakustik, da ist menschlicher Kontakt die Basis, weil Menschen die Entscheidung nicht treffen wollen.

Sven Gábor Jánszky

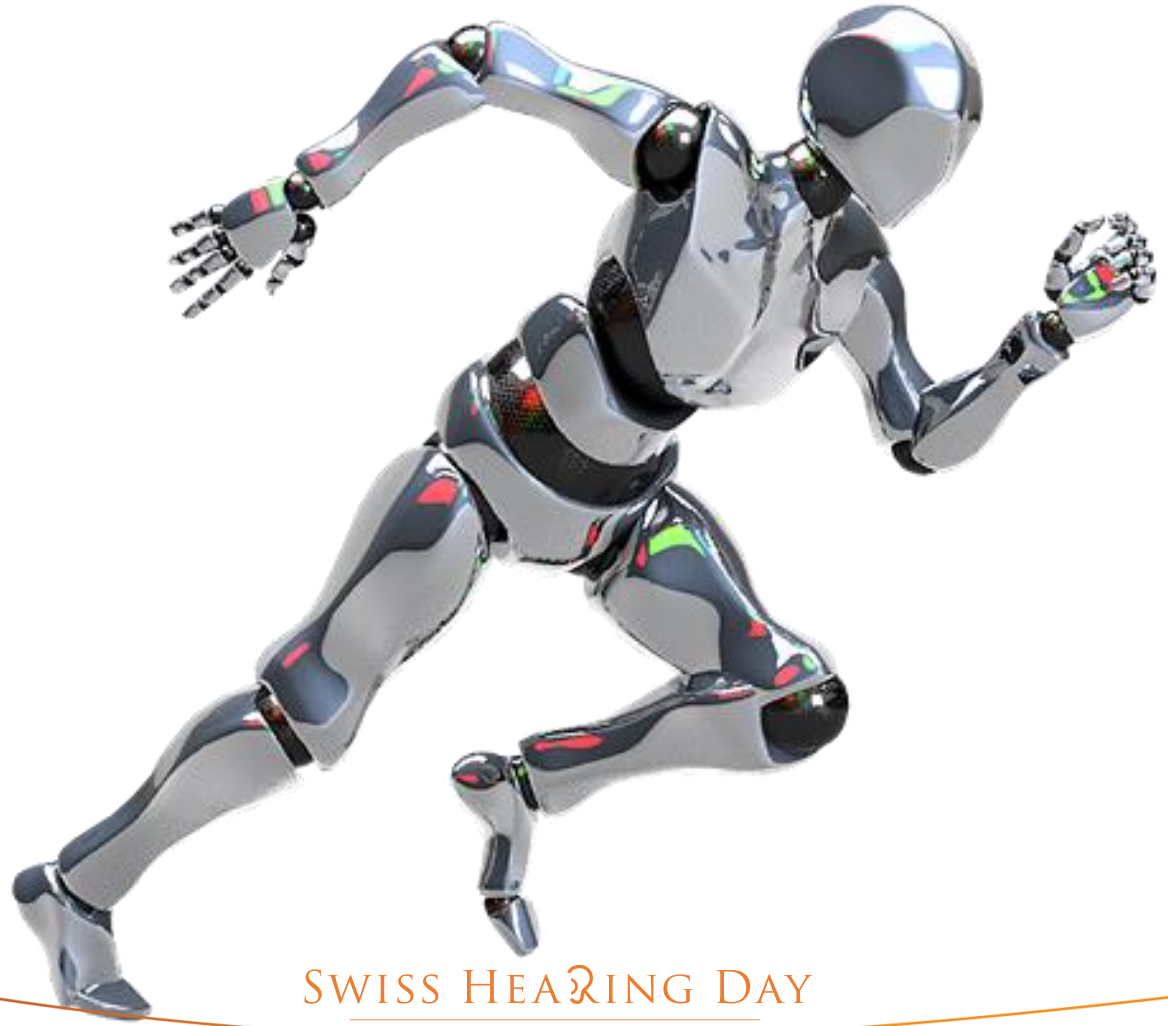
Chairman des größten, wissenschaftlichen Zukunftsforschungsinstituts Europas.

Märkte teilen sich auf

Emotionaler Erlebniskauf, wo schon das Suchen und Finden ein Erlebnis ist

Rationaler Versorgungskauf, wo es keine Emotionen braucht

Alles, was der Mensch physisch kann, können Roboter (bald) besser



Alles, was der Mensch kognitiv kann, kann KI (bald) besser

KÜNSTLICHE INTELLIGENZ IN DER FIRMA

Wenn Ihr Chef weiß, dass Sie kündigen werden, bevor Sie es selbst wissen

https://www.stern.de/wirtschaft/job/kuendigung--wenn-die-ki-vor-ihnen-weiss--dass-sie-kuendigen-werden-8668660.html

2/3 der Schüler:innen werden in Jobs arbeiten, die wir heute noch nicht kennen

Kritisch: Berufe mit wiederholbaren Routinetätigkeiten und wenig Involvement auf Kundenseite. Jede Form von Recherche, einfacher Beratung, Wissensweitergabe.

Wir werden alle paar Jahre einen neuen Job ausüben, in den wir immer neu eingearbeitet werden

Die Option, den Beruf zu verlieren, ist eine Bedrohung. Deshalb ist es wichtig, uns zu fragen, wie wir den Wandel gestalten?

https://www.amazon.de/SPIEGEL-36-2016-sind-entlassen/dp/B01E7F82TE

Schon die Frage „Was heißt Zukunft in unserer Branche?“ ist ein Verlassen der Komfortzone

Wie können wir in der Hörakustik dafür sorgen, dass wir auch in Zukunft gebraucht werden?

Impuls 1:
Emotionales Zukunftsbild entwickeln

Schwaches Zukunftsbild

Starkes Zukunftsbild

¾ aller Unternehmen haben KEIN von den Mitarbeitern verstehbares und weiter erzählbares Zukunftsbild. Man braucht als Unternehmer ein eigenes Zukunftsbild, das man dann mit dem Team zu einem gemeinsamen Zukunftsbild und zu einer Zukunftsstrategie ausarbeiten kann. Mit einem gemeinsamen Zukunftsbild gewinnt man mehr Sinn, Erfolg und klare Entscheidungen. Die uralte Erkenntnis, dass eine Vision bildhaft sein muss (videre = sehen), ist inzwischen wissenschaftlich belegbar. Wirklich erstaunlich ist deshalb, dass Führungskräfte noch weitgehend mit Zahlen und Worten zu führen versuchen. Nicht nur im Leben, vor allem in Teams und ganzen Unternehmen braucht es eine bildliche Vorlage für das tägliche Tun. Niemals würde man jemanden, den man mag, ohne Vorlage puzzeln lassen. Und erst recht würde man nie jemanden, den man nach Zeit bezahlt, ohne Vorlage puzzeln lassen. Das wäre zumindest extrem ineffizient und damit sehr teuer. Genau dies tut aber jeder Führende, wenn er seinem Team keine strategische Vision im Sinne einer bildlichen Vorlage für das Puzzle aus Entscheidungen, Projekten und Prozessen im Tagesgeschäft gibt. Er verzichtet damit auf das mächtigste Führungswerkzeug.
Welche Zukunft will ich verwirklichen? Von keiner Antwort hängt unser Leben mehr ab.

Carsten Fuchs

Erfinder der Zukunftsbildmethode
Geschäftsführer bei Fuchs von Morgen

Impuls 2:
Fähigkeiten-Inventur erstellen

Prof. Pero Mićić

Fähigkeiten, die wir heute anbieten	**KI, Maschinen, Software?**
Fähigkeit 1	√
Fähigkeit 2	×
Fähigkeit 3	√
Fähigkeit …	×

Impuls 3: Immer mehr Vertrauens-person sein und begleiten

https://idainstitute.com/ida_community/future_hearing_journeys/

„Roboter bekommen es nicht hin, weil die Kunden Hörsysteme nicht wollen. Es geht darum, die emotionale Ebene zu öffnen und Kunden zu begleiten."
Hörakustikerin

Impuls 4: „Exzellente“ Menschen werden

„Wenn ich mal an einer schlimmen Krankheit leide, dann will ich, dass der Arzt KI einsetzt und mir die beste, zweitbeste und drittbeste Therapie empfiehlt, weil ich Qualität haben will. Ich will aber, dass da noch ein Mensch draufschaut, denn Millionen Jahre Evolution sind da nicht weg. Wir werden immer in Augen schauen wollen, die uns Vertrauen geben.“

Prof. Pero Mićić

Wir brauchen Menschen, die ihr Business extrem gut beherrschen, Emotionen richtig gut bedienen können, Kunden ein Erlebnis bescheren können und sie motivieren können, Entscheidungen zu treffen. Wir brauchen „exzellente“ Menschen.

Es wird immer wichtiger, dass wir menschlicher sind, dass wir Menschen begleiten, dass wir immer mehr zum Coach werden, als dass wir Wissen vermitteln. Das wird man mit zunehmender AI und Digitalisierung nicht mehr brauchen.

(Branchenübergreifende) Zukunftskompetenzen

1. Emotionale Intelligenz
2. Kommunikationsfähigkeit
3. Logisches Denken
4. Selbstführung
5. Veränderungsfähigkeit
6. Netzwerkdenken
7. Achtsamkeit
8. Neugier / Mut
9. Ethisches Verhalten
10. Unternehmertum
11. Lebenslanges Lernen

Center for Curriculum Redesign
Prof. Pero Mićić

Impuls 5:
Weiterlernen und persönlich weiterentwickeln

Wenn ich Kunden anziehen möchte für das Thema Vertrauen und Sicherheit, dann brauche ich das in mir. Das ist persönliche Arbeit. Wir können anderen nur in die Augen sehen, wenn wir wissen, wer wir sind. Personare bedeutet „seine Stimme erschallen/tönen lassen“ – wofür stehe ich, was macht mich aus, was ist meine Botschaft?

Menschen, die mit einem sogenannten „Fixed Mindset“ durchs Leben gehen, sehen ihre Fähigkeiten als etwas an, das sich nicht verändern lässt. Menschen mit einem „Growth Mindset“ (s. auch Carol Dweck) betrachten Herausforderungen und Probleme als Möglichkeit, sich weiterzuentwickeln und etwas Neues zu lernen.

Selbststeuerung:

Der eigene Beobachter werden – wir können nur ändern, was uns bewusst ist

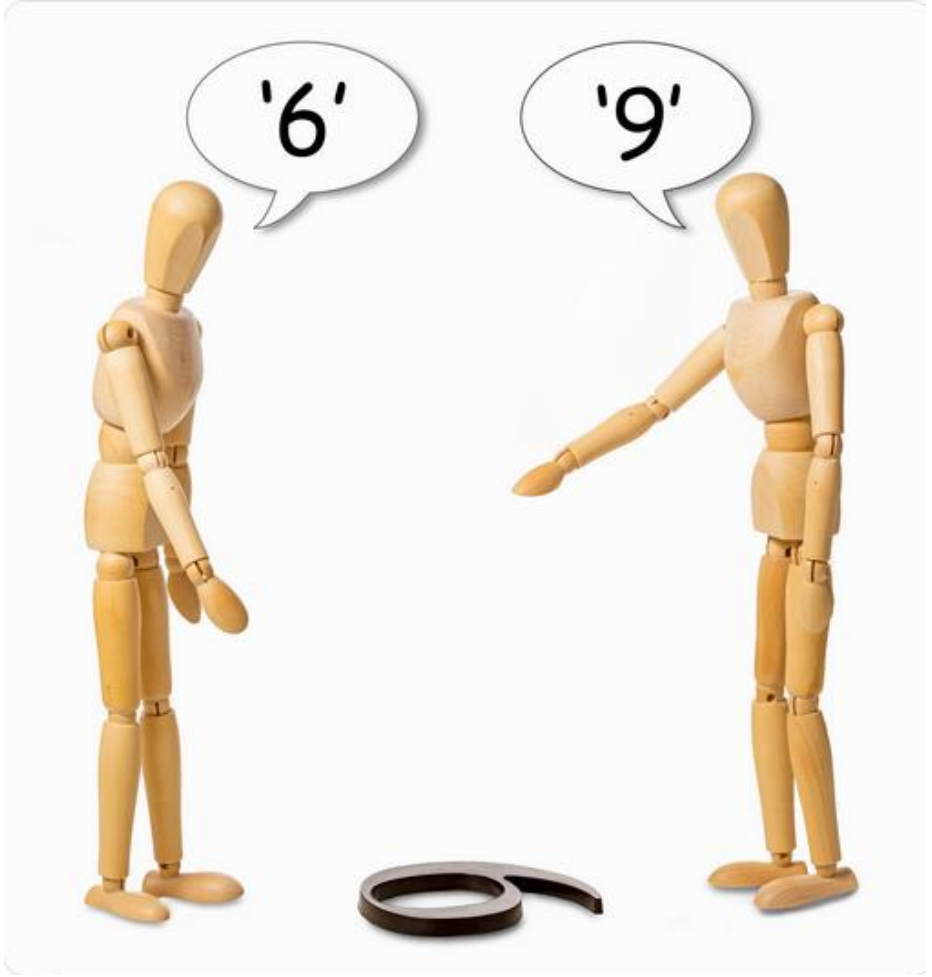
Selbststeuerung ist wichtiger als jede Form von Intelligenz und jede Fähigkeit, um im Business erfolgreich zu sein.
Wenn wir flexibel sein wollen, bereit für neue Aufgaben in der Zukunft, dann müssen wir uns gut kennen.

Aktiv Feedback einholen

Mutig sein und immer wieder aktiv Rückmeldungen zu uns einholen, z.B. von Freunden, der Familie, Kunden, Kollegen, Vorgesetzten. Diese sehen unsere blinden Flecke (s. auch „Johari-Fenster“.
Wichtig: Im Unternehmen eine Feedback-Kultur einführen!

Perspektiven wechseln:

In die Perspektive des Kunden gehen



Wir denken schnell, dass unsere Wahrnehmung die einzig wirkliche ist …

Wir werden flexibler und schaffen uns neue Denk- und Handlungsweisen, wenn wir immer wieder ganz bewusst in die Schuhe eines anderen Menschen gehen.
Dazu gehört auch, ganz bewusst die Position des Kunden einzunehmen: nach einem Kunden Gespräch, das nicht ideal gelaufen ist, uns wirklich auf den Stuhl des Kunden setzen und die Situation aus seiner Perspektive wahrnehmen.

Sich bewusst in neue Situationen begeben

„Wenn du der klügste Mensch im Raum bist, dann bist du im falschen Raum…“ soll Warren Buffet einem 14-Jährigen Kind sein Geheimnis für Erfolg erzählt haben.

Wenn Du in allem der Beste im Raum bist, kannst Du von den anderen nichts lernen. Du kannst dich nicht weiter entwickeln.

Genau darin liegt die Ursache, warum sich manche Menschen weiterentwickeln und andere nicht. Die einen bleiben immer in ihrer Gruppe, in ihrem Raum. Die anderen verlassen ihre Komfortzone, lernen neue Menschen, Dinge und Umgebungen kennen. Neues führt zu neuen Verknüpfungen in unserem Gehirn. Wir verändern uns.

Mutig sein und immer wieder Herausforderungen suchen und annehmen trainiert unsere Anpassungsfähigkeit.

An Herausforderungen lernen

Eine ruhige See hat noch keinen guten Seemann hervorgebracht.

Englisches Sprichwort

Impuls 6:
Im Beziehungsmodus „Resonanz“ sein

Prof. Dr. Hartmut Rosa, Soziologe, Uni Jena, Deutschland

Impuls 6:
Im Beziehungsmodus „Resonanz“ sein

Prof. Dr. Hartmut Rosa, Soziologe, Uni Jena, Deutschland

Per sonare bedeutet, seine Stimme erschallen lassen. Mir meiner Persönlichkeit bewusst zu sein, ist die Voraussetzung, mit anderen in Beziehung treten zu können. Resonanz heißt in der Akustik, dass zwei schwingungsfähige Körper miteinander in Beziehung treten (resonare = zurücktönen).
Prof. Rosa beschreibt in seinem Buch „Resonanz“ die Resonanz als eine Form mit Menschen in Beziehung zu treten: „Wenn zwei Instrumente, etwa Klavier und Geige, miteinander in Resonanz treten, dann bedeutet das, das jedes in seiner Eigenfrequenz spricht und auf das andere reagiert. Ich meine mit Resonanz eine Beziehung zur Welt, in der man einerseits offen ist, um sich berühren zu lassen, vielleicht ergreifen zu lassen, aber andererseits auch selber seine eigene Stimme entfalten kann und damit etwas oder jemanden erreichen kann in der Welt.“ "Die Körper bleiben unabhängig", sagt Rosa, "sie sprechen sozusagen mit eigener Stimme und fangen an, aufeinander zu antworten. Sie sind hinreichend offen, um sich berühren zu lassen von den Klangwellen, die vom anderen ausgehen, aber gleichzeitig geschlossen genug, um selber tönen zu können." Er sagt, dass Resonanz zentral für ein gelingendes Leben von Mensch und Gesellschaft ist. Wir lassen uns, wenn wir in Resonanz sind, von Menschen, Ideen, Orten oder Dingen berühren und bewegen. Andererseits fühlen wir uns auch in der Lage, andere beziehungsweise etwas in der Welt zu bewegen und zu erreichen. In der Hörakustik sind wir, weil wir dafür antreten, dass Menschen sich zuhören, austauschen und miteinander in Resonanz treten können. Zuhören und auch das Sprechen sind so zentral für ein gutes Miteinander.

Impuls 6:
Im Beziehungsmodus „Resonanz“ sein

Prof. Dr. Hartmut Rosa, Soziologe, Uni Jena, Deutschland

Wenn wir Menschen wirklich zuhören, ohne an etwas anderes zu denken oder an das, was wir gleich antworten werden, dann entsteht echter Kontakt. Zuhören ist eine der Zukunftsfähigkeiten überhaupt. Deswegen braucht es Hörakustiker und Hörakustikerinnen, die den Menschen diese Fähigkeit wieder ermöglichen.
Wenn wir selbst mit uns in Resonanz sind, wenn wir selbst uns tief kennen, dann können wir im Hier und Jetzt mit anderen in einen echten, tiefen Kontakt treten – das wird in Zukunft immer entscheidender werden. Menschen werden genau diese Zugewandtheit suchen.

Impuls 7:
Erlebnisse schaffen

Menschen kaufen von Menschen. Schaffen Sie in Ihrem Geschäft Erlebnisse! Das ist für den einen Kunden der virtuelle Rundgang durch Ihre Geschäftsräume, für den anderen Kunden ist es ein Gespräch auf Augenhöhe, in dem er sich wohlfühlt.

„Ich glaube daran, dass das größte Geschenk, das ich von jemandem empfangen kann, ist, gesehen, gehört, verstanden und berührt zu werden. Das größte Geschenk, das ich geben kann, ist, den anderen zu sehen, zu hören, zu verstehen und zu berühren. Wenn dies geschieht, entsteht Kontakt“.

Virginia Satir (eine der bedeutendsten Familientherapeutinnen, Sozialarbeiterin und Dozentin für Familientherapie)
* 26. Juni 1916, Neillsville, Wisconsin (USA), † 10. September 1988, Kalifornien (USA)