

Füßen abgestimmt haben und Handys wollten, mit denen sie nicht nur telefonieren konnten.

Bei den Hörgeräten läuft es bisher leider noch umgekehrt.

Auch Hörgeräte müssen, damit sie noch kleiner werden können, Leistung herunterfahren.

Zum Beispiel, indem auf eine T-Spule verzichtet wird.

Früher verfügten noch alle Hörgeräte selbstverständlich über eine T-Spule, die ein induktives Hören in Räumen mit Induktionsanlage möglich machte. Heute wird bei manchen Hörgeräten darauf verzichtet, weil nur so ein noch kleineres Modell möglich wird. Das bedeutet aber, dass Hörgeräteträger/innen ihre Hörgeräte herausnehmen müssen, wenn sie die für sie installierten Höranlagen in öffentlichen Räumen oder am heimischen Fernseher nutzen wollen, um Nebengeräusche auszublenden. Sie brauchen dazu nun Ersatzgeräte, und sie verlieren ihre individuelle Hörgeräteanpassung.

Darum fordern wir:

Schluss mit immer kleineren Hörgeräten. Schwerhörige Menschen benötigen leistungsfähige Hörsysteme, die sie auch in schwierigen Hörsituationen, wie in hallender und geräuschintensiver Umgebung unterstützen und ihnen ein besseres Verstehen ermöglichen.

Statt in immer kleinere Systeme, sollten Entwicklungsgelder und Arbeitskraft lieber in leistungsfähigere und den Alltagsgewohnheiten schwerhöriger Menschen angepasste Hörgeräte investiert werden.

Evang. Schwerhörigenseelsorge in Württemberg
Pfarrerin Rosemarie Muth
Robert-Mayer-Str. 37
72760 Reutlingen

Tel. 07121-330150
Fax 07121-372701
Schwerhoerigenseelsorge-wuerttemberg@gmx.de
www.schwerhoerigenseelsorge-wuerttemberg.de



Des Kaisers neue Kleider
oder:
müssen Hörgeräte
klein sein?

Keine Frage: Es ist ein wirklicher Fortschritt, dass unsere moderne Hörgeräte heute nichts mehr gemeinsam haben mit den klobigen, fleischfarbenen Teilen, mit denen sich frühere Generationen so schwer taten.

Heutige Hörgeräte sind nicht nur deutlich leistungsfähiger, sie machen auch optisch etwas her. Es sind kleine Computer, die im Ohr oder hinter dem Ohr getragen, kaum noch auffallen.

Aber, was die Einen als großen Segen preisen, sehen die Anderen als Fluch

Denn die Gleichung:

**Unsichtbarkeit der Hörgeräte =
Unsichtbarkeit der Schwerhörigkeit**

geht natürlich nicht auf!

Hörgeräte sind Hilfsmittel, die auch im günstigsten Falle einen Schwerhörigen nicht zu einem Guthörenden machen können. Es werden immer Einschränkungen bleiben.

Ob mit sichtbarem oder mit unsichtbarem Hörgerät, der schwerhörige Mensch wird auffallen!
Z.B. wenn in lauter Umgebung schlecht oder gar nicht verstanden wird. Oder wenn der Andere schlecht, oder zu schnell spricht, dann sind Hörfehler vorprogrammiert.

Diakonie 
Schwerhörigenseelsorge



Ist das Hörgerät klar zu sehen, dann ist dem Gegenüber schnell klar: hier ist jemand schwerhörig. Ich muss mich darauf einstellen (mehr oder weniger).

Ist es unsichtbar wundert man sich, denkt gar, der Andere macht einen verwirrten Eindruck.

Trotzdem träumen die meisten Schwerhörigen von einem unsichtbaren Hörgerät

Wie der Kaiser im Märchen glauben viele Menschen, mit einem nicht sichtbaren Hörgerät etwas ganz besonders Gutes zu haben, während sie sich damit in Wahrheit den Anderen nackt und verletzlich zeigen.

Kein Mensch käme heutzutage auf die Idee, eine Brille als Problem zu sehen. Klar, es gibt Kontaktlinsen, aber viele Menschen finden die Handhabung von Brillen praktischer. So, wie auch ein etwas größeres Hörgerät leichter zu bedienen ist und der Batteriewechsel bei den Miniaturexemplaren sehr viel Fingerspitzengefühl benötigt. Was vor allem Seniorinnen und Senioren schwer fällt. Zudem müssen kleine Batterien häufiger gewechselt werden.

Und so manch einer hat die Anschaffung spätestens dann bereut, als er versehentlich auf das heruntergefallene Teil getreten ist. Denn so ein Mini-Teil ist gerade dann, wenn auch die Sehkraft abnimmt, nicht gerade das Praktischste.

Warum also sollen Hörgeräte unsichtbar sein?

Ein wichtiger Punkt in der öffentlichen Wahrnehmung von Hörgeräten ist auch die Art der Werbung: brillant im Klang sollen sie schon sein - aber in erster Linie unsichtbar! Das ist es jedenfalls, was die Werbung uns einreden will.

Stellen Sie sich einmal vor, ein Hersteller von Wasserflaschen wirbt damit, dass es niemand wahrnimmt, wenn man unterwegs aus seinen Flaschen trinkt.

Vielleicht würden Sie sich zunächst einmal darüber wundern. Aber spätestens, wenn Sie das nächste Mal eine normale Flasche in der Öffentlichkeit aus der Tasche ziehen, würde sich sicher ein ungutes Gefühl einstellen.

Reagiert nun die Konkurrenz auf diesen Werbetrick und würde ebenfalls „unsichtbare“ Produkte anbieten, dann würde vermutlich langsam das Trinken in der Öffentlichkeit zurückgehen und als „unfein“ betrachtet werden.

Ähnlich verhält es sich auch mit der massiven Bewerbung von „unsichtbaren“ Hörgeräten. Sie verstärkt eine schon vorhandene Tendenz, Schwerhörigkeit möglichst zu verschweigen.

Denn, wenn ein wichtiger Aspekt jedes Hörgeräts die Unsichtbarkeit ist, dann ist auch Schwerhörigkeit etwas, was in der Öffentlichkeit nicht auffallen soll und darf!

Wenn es aber nicht auffallen darf, dann ist es etwas, das einem peinlich sein muss. Etwas, was man lieber nicht haben will.

Die Folge davon ist, dass sich schwerhörige Menschen sehr schwer damit tun, sich überhaupt für ein Hörgerät zu entscheiden.

Untersuchungen haben gezeigt, dass schwerhörige Menschen durchschnittlich 7 Jahre zu spät mit ihrem ersten Hörgerät versorgt werden. In dieser Zeit hat aber eine starke Hörentwöhnung stattgefunden und es braucht meist lange, bis dies wieder aufgefangen wird.

Eine weitere Folge ist, dass Menschen zunehmend beim ersten Hörgerät auf ein Im-Ohr-Gerät bestehen, das oft schon nach kurzer Zeit seine Leistungsgrenze erreicht hat, weil es für die bestehende Schwerhörigkeit eigentlich schon nicht mehr geeignet war.

Es müsste daher im ureigenen Interesse der Hörgeräteindustrie sein, die „Unsichtbarkeit“ von Hörgeräten gerade nicht zu bewerben.

Aber es ist halt wie bei so Vielem: Es hat sich so entwickelt. War es bei den früheren, unhandlichen Hörgeräten noch ein echter Vorteil, sie kleiner, und damit leichter zu machen, ist es heute geradezu lächerlich, ein 2,5 cm großes Hörgerät aus Wettbewerbsgründen auf 2 cm zu verkleinern. Vor allem dann, wenn dies noch mit Qualitätseinbußen einhergeht.

Nachdem zum Beispiel Handys in ihrer Anfangsphase auch immer kleiner geworden waren (und dies auch aktiv beworben worden war), stellten die Käuferinnen und Käufer recht schnell fest, wie unpraktisch die Telefone geworden waren: Jede SMS dauerte ewig, bei den nicht mehr ganz so Jungen war die Lesebrille ein Muss. Dazu kam, dass ein Vertippen an der Tagesordnung war - und wie schnell war das Ding verlegt!

Die Anbieter haben darauf reagiert und ihre Werbestrategie geändert. Weil die Kunden mit den