

# PERSBERICHT

## HOORBRANCHE MAAKT GELUID VOOR TEKORT AAN AUDICIENS

Zoetermeer, 24 september 2024 – Als er geen actie wordt ondernomen, dreigen in 2030 meer dan 150.000 mensen met gehoorverlies niet de hoorzorg te krijgen die ze nodig hebben. Dit verontrustende inzicht is aanleiding voor een unieke samenwerking. Onder het krachtige motto ‘Maak Geluid’ slaan de belangrijkste spelers in de hoorbranche de handen ineen voor een nieuwe arbeidsmarktcampagne. Het doel van de campagne is om de bekendheid van het beroep audicien te vergroten, het imago te verbeteren en zo samen te werken aan de instroom van voldoende nieuwe audiciens om hoorzorg bereikbaar te houden voor iedereen.

### Vraag naar audiciens neemt toe

Door de groeiende behoefte aan hoorzorg neemt ook de vraag naar audiciens toe. Tegelijkertijd gaan de komende jaren veel ervaren audiciens met pensioen. De instroom van nieuwe audiciens via de MBO4-opleidingen blijft achter en is ontoereikend om aan de toekomstige vraag te voldoen. Niet voor niets werd het beroep van audicien ook in 2024 door het UWV opgenomen in de lijst van ‘Kansrijke beroepen’.

### Een beroep met toekomst

Kees van der Sluijs, directeur van GAIN (de brancheorganisatie van leveranciers van hoortoestellen en hoorhulpmiddelen in Nederland), benadrukt: *“Veel mensen hebben een ouderwets beeld van de audicien. De moderne audicien is echter allesbehalve een stoffig figuur in een witte jas, omringd door medische instrumenten. Het is een dynamisch, innovatief en toekomstgericht beroep, met een mooie balans tussen zorg, techniek en commercie. Audiciens maken écht het verschil in het leven van klanten en hun naasten, door hen weer te kunnen laten deelnemen aan het sociale en professionele leven.”*



Carmen de Jonge, voorzitter van de NVAB (Nederlandse Vereniging van Audicien Bedrijven), voegt toe: *“Binnen tien jaar bereikt ongeveer een kwart van alle audiciens de pensioengerechtigde leeftijd. Om hoorzorg toegankelijk te houden voor iedereen, moeten we samen werken aan de instroom en het aantrekkelijker maken van het vak. Ik ben blij dat we als branche onze verantwoordelijkheid nemen en nu gezamenlijk stappen zetten. Het is immers een echt mooi beroep waarmee we mensen in staat stellen weer volwaardig deel te nemen aan werk en samenleving.”*



## Campagne 'Maak geluid'

De campagne 'Maak geluid' brent op een eigentijdse en opvallende groeiende tekort aan audiciens onder de aandacht. Het is een oproep tot saamhorigheid en betrokkenheid van alle audiciens en spelers in de hoorbranche, én een oproep aan heel Nederland om dit probleem serieus te nemen. De campagne zal zichtbaar zijn via online kanalen, in de winkelstraten en op scholen en zal ondersteund worden met gerichte online advertising.

### Groei aantal slechthorenden legt druk op hoorzorg

Het aantal mensen met gehoorverlies neemt flink toe. In 2020 telde Nederland al 2,6 miljoen slechthorenden, waarvan 1,3 miljoen mensen met een aanzienlijk gehoorverlies (> 35 dB). Volgens onderzoek van de WHO (World Health Organization) zal dit laatste aantal in 2030 oplopen tot 1,7 miljoen Nederlanders. Deze groei komt enerzijds door de vergrijzing. Maar, zo stelt ook de WHO, als gevolg van het groeiend gebruik aan hearables en diverse geluidsbronnen op werk en in de recreatieve sfeer, neemt ook onder jongeren en werkenden het aantal mensen met gehoorverlies toe. Gehoorverlies heeft ingrijpende gevolgen voor het kunnen meedoen op het werk en in de maatschappij. De samenhang met concentratieproblemen, vermoeidheid en verzuim enerzijds en eenzaamheid en dementie anderzijds, is door diverse studies aangetoond. Mede daarom is investeren in goede hoorzorg essentieel.

### Initiatiefnemers en werkgroep

De campagne 'Maak geluid' is geïnitieerd en gefinancierd door onder andere [GAIN](#), de branchevereniging van leveranciers van hoortoestellen en hoorhulpmiddelen in Nederland, die het dringende tekort aan audiciens erkent. De campagne is ontwikkeld door werkgroep 'Arbeidsmarktcampagne Audiciens' die bestaat uit vertegenwoordigers van GAIN, de brancheverenigingen [NVAB](#), [De Kwaliteitsaudiciens](#), [Hoorprofs](#), [Collectief van Zelfstandig Audiciens \(CvZA\)](#), en de [DHTA](#), die de audiciensopleidingen vertegenwoordigt. De strategie, creatie en uitvoering van de campagne 'Maak geluid' is ontwikkeld door [Scheepens](#), Your Creative Agency in Tilburg.

Voor meer informatie over de campagne 'Maak geluid' en om gratis campagnemateriaal te downloaden om het bereik en de impact van de campagne te vergroten, ga naar [www.maakgeluid.nl](http://www.maakgeluid.nl) en [www.maakgeluid.nl/toolkit](http://www.maakgeluid.nl/toolkit)

-----EINDE PERSBERICHT-----

Contactpersonen (namens de werkgroep) voor de media:

Rian van Koulil, tel. 06 12 68 38 24/ [rian.van.koulil@nexeye.com](mailto:rian.van.koulil@nexeye.com) (namens NVAB)

Pieter de Munnik, tel. 06 18 53 88 55/ [pieter.demunnik@amplifon.com](mailto:pieter.demunnik@amplifon.com) (namens DKA)

Bijlages: 2 campagnebeelden, foto's Carmen de Jonge en Kees van der Sluijs.

Ga voor meer campagnemiddelen naar [www.maakgeluid.nl/toolkit](http://www.maakgeluid.nl/toolkit)