

Das gibt's nur in Düsseldorf: Nach dem Ende der Handball-WM geht der Blick voraus auf die EM 2024, bei der der erste Auftritt des Gastgebers am 10. Juni 2024 im Düsseldorfer Fußballstadion vor einer neuen Weltrekordkulisse stattfinden soll (bisherige Bestmarke: 44.000, bereits verkaufte Karten: 40.000, Fassungsvermögen: 50.000). Auch in der Hörakustik-Branche ist Ihre 'mi'-Redaktion mittendrin statt nur dabei: ■ Traumtor – Eora bietet Style statt Stigma ■ Großereignis – Welttag des Hörens mit Kampagne 'ICH gehÖRE daZU!' ■ Eröffnungsspiel – Premiere der Ucon on the Road ■ Titelgewinn – 1a-Hörakustiker 2023. – Doch zunächst, sehr verehrte Dame, sehr geehrter Herr, ein Schrittfehler:

## Demant: Bald eigene Geschäfte in dreistelliger Zahl! Kein Einstieg des Hörgeräteherstellers in die Augenoptik

„Die Mr. Optik-Gruppe besteht aus etwas mehr als 100 Geschäften, die sich hauptsächlich in den östlichen Teilen Deutschlands befinden. Das Optikgeschäft ist nicht Teil der möglichen Transaktion“, erläutert uns **Trine Kromann-Mikkelsen**, Vice President Corporate Communication &

**Demant**

Relations der **Demant A/S/DK-Smørum**, eine Meldung des **Bundeskartellamts/Bonn.** In dessen

Auflistung laufender Fusionskontrollverfahren finden wir den Eintrag vom 16. Januar 2023, wonach **WDH Germany/Hamburg** den Erwerb sämtlicher Anteile und die alleinige Kontrolle über **Mr. Optik/Zschopau** angezeigt hat (Az.: B3-24/23). Als betroffene Branche ist der „Hörgeräte-Einzelhandel“ angegeben.

Seit der Übernahme der **Kerstin Ritter Hörgeräte** mit Vertrag vom 30. September 2021 und wirtschaftlicher Wirkung

zum 1. Dezember 2021 (H 03/22) ist Demant (Hörgerätemarken **Bernafon, Oticon, Philips und Sonic**) im direkten Wettbewerb mit seinen regionalen Partnern um die Gunst der Hörgeräteträger. Der große Aufschrei blieb bislang aus. Vielleicht weil die Konkurrenz angesichts der erst punktuellen Übernahmen für die meisten Partner nicht spürbar ist. Das könnte sich jetzt vor allem in den neuen Bundesländern ändern.

**'mi'-Fazit:** ■ Nach dem eher halbherzigen Einstieg in den deutschen Eigenhandel greift Demant nun nach dem ersten größeren Stück vom Branchenkuchen ■ Wer die Mini-Präsenz der Dänen in der deutschen Hörakustik bislang belächelt hat, dürfte nun mit anderen Augen auf die neue Konkurrenz um Standorte blicken ■ Übergabewillige Inhaber können sich über eine neue Option freuen, sofern sie keine grundsätzlichen Skrupel haben, an Hersteller zu verkaufen ■ Welche Erfahrungen haben Sie mit Demant als Wettbewerber gemacht?

## Style statt Stigma: Schöner hören mit Eora

„Eora ist der weltweit erste Schmuck für besseres Hören“, berichtet uns **Alexander Hecker**, Geschäftsführer **Eora/München**. Auf der Suche nach Produktangeboten, mit denen Sie sich breiter und anders aufstellen können als Ihre Wettbewerber, erhält Ihre 'mi'-Redaktion einen Hinweis von dem für Augenoptik zuständigen Kollegen **Ulrich Badenber**. Der Kontakt ergab sich auf einer Abendveranstaltung am Rande der **opti/München**, die für Ihre auf Sehhilfen spezialisierten Kollegen denselben Stellenwert hat wie der **EUHA-Kongress** für Sie! Seit dem Marktstart im November 2022 ist der angebotene Hörschmuck bei ausgewählten Hörakustikern und Augenoptikern mit angeschlossener Akustik erhältlich und wird sowohl von der GKV als auch von der PKV unterstützt. Wir nehmen also gleich Kontakt mit dem – auf dem Campus der Ideen der bayerischen Landeshauptstadt beheimateten – Unternehmen auf und erfahren vom Eora-Chef:

„Eora fokussiert hierbei vor allem auf neue und unerschlossene Zielgruppen, die sich heute meist nicht von den bisherigen Produktangeboten angesprochen fühlen. Dieses große Segment der Menschen will Eora durch ihre lifestyle-orientierten



Produkte ansprechen. Vision ist, ähnlich dem Werdegang der Brille als ein lifestyle-orientiertes Produkt wahrgenommen zu werden, das die

medizinischen Aspekte erfüllt. Die brillante Technik von Eora ermöglicht es, Gesprächen ohne Anstrengung zu folgen, und überzeugt in unterschiedlichsten Umgebungssituationen. Durch die verschiedenen Designs der hochwertigen Wechsel-schmuckstücke haben Träger:innen immer die freie Auswahl, damit Eora zu ihrem persönlichen Stil passt. Die funktionalen Ohrstecker verbinden die Welt der Hörakustik mit der Schmuck- und Fashionwelt. Dank hochwertiger audiologi-

scher Technik verbessern sie die akustische Wahrnehmung ihrer Träger:innen, ohne in ihrer Funktion aufzufallen. Der hochwertig verarbeitete Schmuck verbirgt die Technik, die über ein kaum sichtbares Hörerkabel direkt mit dem Ohrhörer verbunden ist. Eora bietet damit eine neue und innovative Hilfe für Menschen mit leichtem bis mittelgradigem Hörverlust.“

Angesichts des Feilens der Hörgerätehersteller um die optimale Positionierung der Antenne oder die bestmögliche Vent-Einstellung drängt sich die Frage auf, inwiefern sich Nutzer Sorgen machen müssen, dass durch den Schmuck das integrierte Hörsystem Eora G1 beeinträchtigt werden kann. Alexander Hecker beruhigt uns: „Die Eora-Technik in Verbindung mit dem eigentlichen Schmuck ist perfekt aufeinander abgestimmt. Eora steht für ein absolut natürliches Hörempfinden, und die stilvolle Eora-Lösung unterstützt durch die Ausrichtung auf das natürliche Hören in Kombination mit dem geringen Gewicht eine schnelle Eingewöhnung an die verstärkende Wirkung der Hörtechnik. Die Träger:innen profitieren so langfristig von besserem Hören.“

Nachdem wir diese Bestätigung erhalten haben, dass die dekorativen Elemente der Funktionalität des Geräts nicht entgegenstehen, sind wir aufgeschlossen für Details, welche Art von Hörschmuck Eora anbietet. Der Geschäftsführer zählt auf: „Aktuell sind die drei Designs Jazz, Free Jazz und Beat aus der Kollektion Universe erhältlich. Die komplexen Ohrstecker Jazz vereinen einen starken Körper mit einer leichten, schwebenden Struktur, die dem Schmuckstück einen eleganten Look verleiht. Free Jazz begeistern mit ihrem filigranen Design und sorgen für Leichtigkeit. Mit Beat vereint Eora Purismus mit Moderne: Die sportlichen Stecker sind so wandelbar wie ihre Träger:innen und passen zu jedem Outfit. Alle Ohrstecker sind aus 925er Sterling Silver und rhodiniert oder mit Gelbgold oder Roségold vergoldet sowie in matt oder glänzend erhältlich.“

Vor der Kontaktaufnahme hatte uns der Zusatz „by Neuroth Hörcenter“ zum Firmennamen verunsichert, ob inhabergeführte Hörakustiker den Hörschmuck überhaupt beziehen können. Eine gewisse Schranke gibt es zwar, aber unabhän-

gig vom Unternehmenstyp und aus gutem Grund. Alexander Hecker führt aus: „Interessierte Handelspartner benötigen eine medizinische Zertifizierung. Deshalb richtet sich das Eora-Handelspartnerkonzept an Akustiker:innen und Optiker:innen mit angeschlossener Akustik. Interessierte Händler können über eora.me einen Termin mit einem Eora-Berater vereinbaren, der ihnen das Partnerkonzept inkl. dem Marketingansatz sowie alle Vorzüge und Bestellmöglichkeiten



Free Jazz  
© Eora

vorstellt und weitere Fragen beantworten kann. Die innovative, hochwertige audilogische Technik muss von zugelassenen Akustiker:innen oder Optiker:innen mit angeschlossener Akustik angepasst werden. Interessierte Endkunden:innen können sich über [www.eora.me](http://www.eora.me) informieren, sich dort für den Newsletter registrieren, oder über das Eora-Handelspartnerverzeichnis einen Beratungstermin direkt bei den autorisierten Handelspartnern anfragen. Die Wechselschmuckstücke sind neben den Verkaufsstellen bei den autorisierten Handelspartnern auch zukünftig über [eora.me](http://eora.me) bestellbar.“

**'mi'-Fazit:** ■ Vom Stigma zum Lifestyle-Produkt ist es ein weiter Weg, auf dem Eora mit seinem Angebot einen nächsten Schritt geht ■ In den meist schmucklosen Auslagen oder Schaufenstern von Hörakustikern sind die Produkte der Münchener zweifellos Hingucker, die auch als Blickfang für Neukunden geeignet sind ■ Trauen Sie sich, audilogische Kompromisse zu machen – von einer dekorativen Hörhilfe, die getragen wird, profitiert Ihre Kundin mehr als von einem funktional überlegenen Hörgerät, das stigtabehaftet in der Schublade landet und nicht zum Einsatz kommt ■ Nach dem pazifischen Inselstaat Tuvalu (.tv) scheint nun auch die Balkanrepublik Montenegro ihre Länderdomain international zu vermarkten. Wenn Sie bei Ihrer Homepage eine englische Ansprache Ihres Kunden bevorzugen, könnte auch für Sie die Endung .me interessant sein ([hear.me](http://hear.me) steht aktuell zum Verkauf).

## Branchen-Nachrichten – HdO, IdO, Auf dem Papier

### Welttag des Hörens-Kampagne „ICH geHÖRE daZU“

Am 3. März ist der Welttag des Hörens. Erneut setzen sich der **Bundesverband der Hörsysteme-Industrie (BVHI)**/Frankfurt am Main und die **Weltgesundheitsorganisation (WHO)/CH-Genf** mit dem internationalen Aktionstag für besseres Hören und eine verbesserte Hörvorsorge und -versorgung ein. Mit dem Motto 'Hörvorsorge ab 50 – ICH geHÖRE daZU!'



Motiv der 'ICH geHÖRE daZU'-Kampagne | © BVHI

liegt der Schwerpunkt in diesem Jahr auf der frühzeitigen Erkennung der Schwerhörigkeit im Alter. Die bundesweite Aufklärungskampagne soll Menschen ab 50 für das Thema sensibilisieren und dazu beitragen, dass Hörverluste nicht jahrelang unbemerkt und unbehandelt bleiben, sondern frühzeitig versorgt werden.

**Premiere der 'Ucon on the Road'** Nach der gelungenen Auftaktveranstaltung der Ucon live vor Ort in Köln (H 13/22) setzt **Unitron/Fellbach** das Format in diesem Jahr an jedem dritten Mittwoch im Monat jeweils um 14 Uhr als digitaler 'On the Road'-Event in der Mittagspause fort. „Es geht darum, über den Tellerrand hinauszuschauen“, be-

schreibt Business Director **Ed Theunissen** noch einmal das Veranstaltungskonzept. Los geht es in seinem Heimatland, im niederländischen Almere, mit seinem Landsmann **Vincent Ostendorf**, Global Sales Manager Health Care der **Sennheiser Consumer Division**. Insofern lehnt sich Unitron seitens der personellen Besetzung nicht wirklich über den Tellerrand hinaus, sondern bleibt innerhalb der **Sonova-Familie**. Diskutiert wurde dann über OTC, „Hörgeräte, für die man keine Verordnung braucht und die man selbst anpassen kann“, wie Vincent Ostendorf sie definiert. Dass diese Produkte irgendwann auch nach Westeuropa und Deutschland kommen, ist für ihn klar, aber nicht wann. Auf die Frage, ob Hörakustiker vor dem Thema Angst haben müssen, gibt es von ihm ein klares „Nein“, aber der Hörakustiker sollte schon jetzt „die Zukunft umarmen“ und darauf vorbereitet sein, dass



Kunden an seine Tür klopfen und diese Hearables nachfragen. Sonst wandern sie zum Elektromarkt ab und kommen nicht wieder. Der Sennheiser-Werbeblock gab zu verstehen, dass sich die Produkte audiologisch immer mehr Richtung Hörverbesserung und zu mehr Sprachverständnis entwickeln. Mit diesen stigmafreen Produkten werde eine jüngere Zielgruppe (ab 45 Jahren) angesprochen. Doch „die MediaMärkte wissen alles über Audio/Video, aber nichts über Hörverlust“, sieht der Sennheiser-Mann als bleibenden Vorteil für Hörakustiker. **'mi'-Fazit:** ■ Die Auftaktfolge thematisierte eine Entwicklung, mit der auch Sie sich beschäftigen sollten ■ Letztlich empfahl Gesprächspartner Vincent Ostendorf die Aufgeschlossenheit gegenüber Hearables, die auch 'markt intern' propagiert ■ Für diese Erkenntnisse hätte man aber auch einen kompetenten Gast außerhalb der Sonova finden können ■ Am 15. Februar 2023 macht die 'Ucon on the Road' Halt in Düsseldorf.

## Kurz und knapp – Schallwellen in Worte umgewandelt

**GN Hearing verstärkt Führungsmannschaft** Seit 1. Januar 2023 hat **Hans-Christian Drechsler** die Leitung des Produkt-Marketings für Deutschland, Österreich und die Schweiz übernommen. In dieser Funktion leitet er fortan ein 15-köpfiges Team aus Vertriebsaudiologen im Außendienst sowie audiologischem Innendienst und audiologischem Marketing. Den Bereich Produkt-Marketing hatte die **GN Hearing/Münster** Anfang vergangenen Jahres geschaffen, um den audiologischen Support und die Trainingsangebote für ihre Partnerbetriebe auszubauen und zu optimieren (H 04/22).



Hans-Christian Drechsler  
© GN Hearing

dert und durch die individuelle Anpassung an das eigene Hörvermögen direkt verbessert. Am neuen Standort finden zukünftig auch Veranstaltungen, Vorträge und Seminare statt. Den Beginn machte eine HNO-Infoveranstaltung am 18. Januar 2023. Na, dann wissen die Ohrenärzte ja, wohin sie ihre Patienten demnächst schicken sollten ...

**Bernhard Brink wirbt für Rottler** „Du entschuldige, ich kenn Dich“, werden sich Passanten beim Blick auf das neue Hörakustik-Werbeplakat von **Rottler/Arnsberg** denken – und haben damit bereits einen seiner größten Hits im Kopf. **Bernhard Brink** ist das neue Werbe Gesicht zum Thema Hören des Filialisten. Das Familienunternehmen möchte mit einer neuen Kampagne den Hörsinn noch einmal stärker ins Bewusstsein der Menschen rufen.



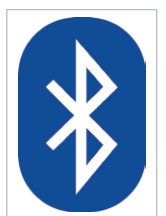
Bernhard Brink wirbt für gutes Hören  
© Rottler

**Geers-Neueröffnung in Gelsenkirchen** Am 9. Januar 2023 hat **Geers (Sonova Retail Deutschland)**/Dortmund ausgerechnet in der Stadt des Ruhrgebietsrivalen Schalke eines der modernsten Fachgeschäfte in Deutschland eröffnet. Der großzügige Standort in der Bahnhofstraße umfasst drei Hörstudios und ein Pädakustik-Hörstudio. Ein dreiköpfiges Team ist auf die Versorgung von Säuglingen, Kindern und Jugendlichen mit Hörminderung spezialisiert. Als besonderes Highlight bezeichnet der Filialist mit rund 750 Standorten den Hörerlebnisraum. In der Hörkabine wird das Ergebnis des persönlichen Hörtests auf unterschiedliche Hörgerätemodelle und Situationen übertragen – sowohl auf eine Leinwand als auch über eine Hörsimulation. Kunden sollen so in einer lebensnahen Situation erleben, wie sich ihr Hören mit verschiedenen Produkten verän-



Das neue Fachgeschäft in Gelsenkirchen | © Sonova Retail Deutschland

**Google-Topmanager neu im Bluetooth-Vorstand** Die **Bluetooth Special Interest Group (SIG)/USA-Kirkland** wählte **Alain Michaud**, der Connectivity Area Tech Lead und Senior Staff Software Engineer bei **Google/USA-Mountain View**, für eine zweijährige Amtszeit zum Associate Member Director. Der Vorstand von Bluetooth SIG spielt eine wichtige Rolle bei der Weiterentwicklung der Bluetooth-Technologie. Google könnte eine zentrale Rolle zukommen bei der Etablierung des neuen Auracast Broadcast Audio, das einem Audiosender ermöglicht, eine unbegrenzte Anzahl von Audioempfängern in der Nähe zu erreichen (H 22/22).



**In eigener Sache** Drei Jahre konnten wir den Preis stabil halten. Doch Pandemie, Inflation, Gaskrise und steigende Papier-



preise sind auch an uns nicht spurlos vorbeigegangen. Deshalb müssen wir leider ab dem 1. April 2023 unseren monatlichen Netto-Abopreis um 0,50 € moderat anheben. Bei dieser Gelegenheit bieten wir Ihnen aber auch die Möglichkeit, ab dem nächsten Berechnungszeitraum zu sparen, falls Sie Ihre Bezahlweise nicht ohnehin bereits umgestellt haben: Bei Änderung auf jährliche Berechnungsweise gewähren wir Ihnen 15 % Rabatt, bei Einzugsermächtigung 3 % Rabatt und bei Umstellung auf

ein Digital-Abo inkl. Zusendung Ihrer 'mi'-Ausgabe als PDF-Datei sparen Sie gleich die gesamten Versandkosten. Bei Interesse prüfen Sie bitte anhand der letzten Rechnung, ob Sie bereits über eine oder bestenfalls alle der oben genannten Vergünstigungen verfügen. Falls nicht, wenden Sie sich bis spätestens 15.2.2023 mit Angabe Ihrer Kundennummer direkt telefonisch (0211 6698-0), per Fax (0211 6698-555), Brief oder E-Mail ([abonnement@markt-intern.de](mailto:abonnement@markt-intern.de)) an uns.

## 2023 mit dem 1a-Gütesiegel durchstarten

Gütesiegel steigern die Kaufwahrscheinlichkeit um 5 % und die Bereitschaft, einen höheren Preis zu bezahlen, um 4 %. Zu diesem Ergebnis kommt der 'Gütesiegel Monitor 2021' des Marktforschungsunternehmens **Splendid Research**/Hamburg. 2.523 Deutsche zwischen 18 und 69 Jahren wurden für die Studie befragt. 46 % stimmten der Aussage zu, dass ein Produkt mit Gütesiegel besser sei als eins ohne, nur 17 % lehnten sie ab. Die Zahlen zeigen: In Zeiten von Dauerbeschallung mit Werbung und immer kürzerer Aufmerksamkeitsspannen sind Gütesiegel ein nicht zu unterschätzender Wettbewerbsvorteil.

Was für Produkte gilt, lässt sich auch auf Unternehmen übertragen, zumal die Kunden bei der 1a-Auszeichnung mit der Bestätigung ihrer Zufriedenheit bereits ins Bewerbungsverfahren eingebunden sind. Diese Erfahrung machen **Jochen Andernach** und **Steffi Martin** von **Hörakustik Andernach & Martin**/Haßfurt, die das 1a-Gütesiegel 2022 zum zweiten Mal erhielten: „Wir sind stolz auf diese Auszeichnung. In den letzten zwei Jahren haben wir uns jeden Tag aufs Neue für unsere Kunden eingesetzt. Diese Wertschätzung von unseren Kunden ist für uns das größte Lob und die beste Anerkennung, sie bestärkt uns darin, dass unser Gedanke von einzigartigem Service absolut richtig ist und wir diesen Weg so weitergehen werden.“ Von **Hörgeräte Kersten**



**Süd/Bargteheide** im Norden bis **Wiedenmann & Philipp Hörsysteme**/Freilassing im Süden und vom **Hör-Studio Heinsberg** im Westen bis **Hörgeräte Schwalm**/Cottbus im Osten machen viele weitere 1a-Hörakustiker bundesweit bereits ähnliche Erfahrungen – und das nicht nur an kleinen Standorten, sondern bis hin zu Millionenstädten wie **Die Hörlounge**/Köln und **HörproblemLöser**/Berlin.

**Für Sie gilt:** ■ Dokumentieren Sie für jedermann sichtbar Ihre Leistungen als selbständiger Hörakustiker durch eine 1a-Auszeichnung. Machen Sie mit diesem Qualitäts- und Serviceversprechen Werbung in eigener Sache und für den inhabergeführten Mittelstand vor Ort ■ Nutzen Sie dafür das Marketing-Material, das wir Ihnen zusammen mit der 1a-Urkunde zur Verfügung stellen, darunter Schaufenster- und Auto-Aufkleber sowie Muster-Kundenmailings

■ Investieren Sie in das Premium-Paket und erhalten Sie Unterstützung für die öffentlichkeitswirksame Übergabe der Urkunde durch Ihren Bürgermeister oder eine andere Persönlichkeit des öffentlichen Lebens ■ Laden Sie Ihre Bewerbungsunterlagen noch heute unter [www.markt-intern.de/1a-bewerbung](http://www.markt-intern.de/1a-bewerbung) herunter oder fordern Sie diese durch eine E-Mail an unsere Redaktion oder an [1a-auszeichnung@markt-intern.de](mailto:1a-auszeichnung@markt-intern.de) an.

Mit dem Abonnentenvorteil für Ihr 1a-Marketing-Paket holen Sie die anstehende Erhöhung des Monatspreises gleich 400-fach wieder raus! Ihr



*Carsten Schmitt*

Ass. jur. Carsten Schmitt  
– Chefredakteur –

„Ich bin kein Koch, ich bin ein Besteller. Neulich hat meine Tochter zu mir gesagt: »Ich würde nie etwas essen, was Du kochst, aber alles, was Du bestellst.“

**Michael Mittermeier**

## markt intern und **iiiDIREKT** – volle Leistung für Abonnenten!

Europas größte Brancheninformationsbrief-Verlagsgruppe kämpft für den Erhalt und die Stärkung des deutschen Mittelstandes. Nutzen Sie deshalb unsere umfangreichen Zusatzangebote durch den Bezug eines unserer klassischen Print-Briefe inkl. Digitalversion und Online-Zugang oder der rein digitalen Variante. Sie sind noch kein Abonnent? Informationen zu den Möglichkeiten (bei jährlicher Berechnung mit 15 % Nachlass, beim Bezug mehrerer Briefe mit weiteren 40 % Nachlass) und Urheberrechten finden Sie unter [www.markt-intern.de](http://www.markt-intern.de). – Im **markt intern** Verlag erscheinen zumeist wöchentlich:

### Steuern & Mittelstand:

- arbeitgeber intern
- GmbH intern
- immobilien intern
- steuerberater intern
- steuertip
- umsatzsteuer intern

### Gesundheit & Freizeit:

- Apotheke/Pharmazie
- Augenoptik/Optomietrie
- Hörgeräteakustik
- in motion – Sport- plus Schuh-Handel
- Parfümerie/Kosmetik
- Spielwaren/Modellbau/Kreativ

### Technik & Lifestyle:

- Automarkt & Tankstelle
- Büro-Fachhandel
- Consumer Electronics
- Elektro-Fachhandel
- Foto-Fachhandel & -Studio
- Uhren & Schmuck

### Bauen & Wohnen:

- Eisenwaren/Werkzeuge/Garten
- Elektro-Installation
- Installation Sanitär/Heizung
- Möbel-Fachhandel

### International:

- EXCLUSIV (Schweiz)

### Im **kapital-markt intern** Verlag

- erscheinen wöchentlich:
- Bank intern
  - finanztip
  - kapital-markt intern
  - versicherungstip

