

Von: Jan-Fabio La Malfa, Ivan Lovric, Dennis Kraus

mail@audioinfos.de

Fotos: Innocentia / EUHA / Foto Rechnitz

VON INNOVATIONEN, EHRUNGEN UND JUBILÄEN DER 61. INTERNATIONALE HÖRGERÄTEAKUSTIKER-KONGRESS (TEIL 2)



Mit 134 Ausstellern aus 19 Ländern auf über 14.000m² war die Fachausstellung des EUHA-Kongresses in diesem Jahr so groß wie nie. Neben den Ständen der großen Player beeindruckten auch viele kleinere Aussteller mit spannenden Innovationen und Angeboten. Die Audio Infos holt Sie hier ab zu einem ausgedehnten Gang durch die Messehalle.

Der 61. Internationale Hörgeräteakustiker-Kongress legte einen Traumstart hin. Lag der Eröffnungstag zuletzt, zumindest subjektiv betrachtet, in puncto Besucherzahlen doch immer etwas hinter dem traditionell sehr gut besuchten Donnerstag, herrschte in Halle 6 des Messegeländes in Hannover bereits am Mittwochvormittag merklicher Betrieb.

Widex geht „Beyond“

Am Ende des ersten Messtages schwärmt Peter David Schaade von einem „tollen Tag“. „Wir hatten zwei super Presserundgänge, eine unglaublich hohe Resonanz und Nachfrage“, sagt der Geschäftsführer



„Unglaublich hohe Resonanz.“ Peter David Schaade,
Geschäftsführer der Widex Hörgeräte GmbH ▲

der Widex Hörgeräte GmbH. Das große Interesse führt er darauf zurück, dass Widex „eines der Highlights auf der Messe“ präsentiert hätte. Gemeint ist „Beyond“. „Damit komplettieren wir unser Portfolio“, erklärt der Geschäftsführer aus Stuttgart.

Für „Beyond“ habe man sich nach dem erfolgreichen Launch von „Unique“ gefragt, was der nächste Schritt sein kann“, setzt Birgit Ramin an. Die Antwort freilich fand der Hersteller im Handumdrehen. „Der nächste Schritt ist, ohne Zubehör die Verbindung zur digitalen Welt zu schaffen und die 2,4 GHz Bluetooth Low Energy-Technologie in das direkte Streaming mit Apple-Produkten zu integrieren“, führt die audiologisch-wissenschaftliche Leiterin bei Widex in Stuttgart aus. Die Herausforderung hierbei sei unter anderem gewesen, in keinem für Widex wichtigen Punkt Abstriche machen zu müssen. Schließlich stehen Klangqualität, niedriger Stromverbrauch und Design quasi im Widex-Gencode, sagt Birgit Ramin. „Darauf verzichtet kein Widex-Ingenieur freiwillig.“

So hat man den bereits in den „Unique“-Systemen verwendeten „Universal“-Chip zum „Universal Plus“-Chip weiterentwickelt. Das Plus steht für das TriLink-Konzept, das mit drei in den „Beyond“-Hörssystemen verbauten Funkantennen aufwartet. Die erste ist die PureLink-Technologie, mit der man Audiodaten direkt via Bluetooth streamt. Widex Link, die zweite, sorgt für die Interear-Kommunikation und die Dex-Ankopplungen. Die dritte dient dem Empfang induktiver Signale.

Für das Direct-Streaming der Audiosignale von Apple-Produkten verwendet Widex mit PureLink ein eigens

entwickeltes Entschlüsselungsverfahren. Das sorgt einerseits bei der Übertragung von Sprache für eine Optimierung, andererseits sorgt es dafür, dass Musik optimal übertragen wird. Birgit Ramin spricht hier von der Möglichkeit, das Signal in zwei verschiedenen Formaten in hoher Klangqualität zu verarbeiten. „Wir können das 2,4 GHz Bluetooth-Signal nun erstmals für Sprache und Musik getrennt im Klang optimieren“, fasst die audiologisch-wissenschaftliche Leiterin zusammen. Die PureLink-Technologie glänzt nicht nur bei der Klangqualität im Direct-Streaming. Die Technologie erzielt auch Bestwerte beim Stromverbrauch für die Audioübertragung mit Bluetooth. Dieser beträgt bei „Beyond“ im Durchschnitt 1,8 mA bei normaler Nutzung mit etwa 25 Prozent Streaming-Zeit.

Nutzer von Android Smartphones können mit der zweiten integrierten Funktechnologie WidexLink ebenfalls Audiodaten in die „Beyond“-Hörssysteme streamen – entsprechendes Dex-Zubehör wie etwa den Universalstreamer COM-Dex vorausgesetzt. Die drahtlose Audioübertragung mit der patentierten WidexLink-Technologie in Kombination mit Widex Dex-Systemen ist nahezu stromneutral.

Auf beiden Plattformen – iOS und Android – hat der Nutzer mit der intuitiven „Beyond-App“ die Möglichkeit, bestimmte Parameter auch per App steuern zu können. Ebenfalls für Aufsehen auf dem 61. Internationalen Hörgeräteakustiker-Kongress sorgte die Widex Hörgeräte GmbH mit der Präsentation ihres neuen Testimonials. Weil man mit „Beyond“ verstärkt die Babyboomer adressiere, hat das Unternehmen einen Schauspieler und Hörsystemnutzer aus eben dieser Generation als Werbeträger gesucht und gefunden: Christoph Marius Orth, bekannt aus unzähligen Filmen und Serien sowie durch seine Theater-Engagements. „Wir haben für ‚Beyond‘ einen jungen, dynamischen, aktiven Menschen gesucht, der mitten im Leben steht, der mit der digitalen Welt vernetzt ist und diese Techniken auch tagtäglich nutzt“, erklärt Peter David Schaade. Für ihn ist der Schauspieler das ideale Testimonial. „Seine Geschichte ist authentisch und er kommt sehr gut rüber“, sagt Schaade. „Herr Ohrt hatte die ganz normalen Probleme, hatte seine Versorgung ganz normal hinausgezögert und sich im Nachhinein geärgert, dass er so lange gewartet hat. Und heute trägt er seine Hörsysteme ganz selbstbewusst.“ Wie bei Mario Adorf, der natürlich Markenbotschafter von Widex bleibt, lobt er auch bei Christoph M. Ohrt dessen Bodenständigkeit. Und so zeigte Christoph M. Ohrt nicht nur Präsenz am Widex-Messestand, er beantwortete auch die Fragen der Journalisten während des Presserundgangs und von EUHA-Präsident Martin Blecker während der Kongresseröffnung.

Als weitere Neuheit präsentierte Widex das „Unique Fashion Power“ sowie das „Fashion Mini“. Damit ist

nun die ganze „Unique“-Familie sowie „Beyond“ mit der 2,4 GHz-Schnittstelle komplett in vier Preisklassen aufgestellt. Ebenfalls neu im Programm bei Widex ist das kleine Funkmikrofon „Remote Mic“. Dies ist unter anderem für Nutzer von Android-Systemen im Zusammenspiel mit „Com-Dex“ interessant. Man kann es als Tischmikrofonssystem, zum Beispiel in kleinen Gruppen, nutzen. Nutzer des iPhone hingegen können alternativ für diese Anwendung das interne Mikrofon von Apple verwenden.

Ein traditionell gut besuchter Donnerstag

Der zweite Messetag steht auch in diesem Jahr ganz im Zeichen eines großen Besucherandrangs. Durch welchen Gang man auch geht, es ist voll. Welchen Stand man auch betritt, jeder Aussteller befindet sich in Gesprächen mit Kunden oder Interessenten. Neben der obligatorisch großen Zahl an Besuchern aus Deutschland sieht man viele Interessenten aus dem nahen wie auch aus dem fernen Osten. Junge, asiatische Damen laufen mit Selfiesticks über die Messe. Dem Stimmgewirr an den Ständen zu Folge sind überdies viele Besucher aus den Niederlanden und aus Frankreich angereist.

Ein Wald hinten links in Halle 6

Unter den 134 Ausstellern befand sich auch das eine



Schon am zweiten Tag kein Info-Material mehr: Messestand von Signison ▲

oder andere Start-up. Besonders auffällig war der Andrang am Stand des Münchner Unternehmens Signison, einem neuen Anbieter innovativer Hörsysteme. „Ich kenne das von mir selbst: Auf einer solchen Veranstaltung siehst du den Wald vor lauter Bäumen nicht“, sagt Andreas Perscheid, einer der beiden Geschäftsführer.

„Genau deshalb haben wir bei unserer EUHA-Premiere einfach einen ganzen Wald mitgebracht!“ Damit spielt Perscheid auf seinen Stand an. Bäume, bunte Stühle, gedeckte Kaffeetafeln. Doch womit Perscheid und sein Partner Henning Schmidt nicht rechneten, war der Andrang. „Als wir nach Hannover fuhren, wollten wir einen Teil unseres Informationsmaterials noch Zuhause lassen, weil wir dachten, es würde genügen. Mit dem Run konnten aber nicht einmal kühnste Optimisten rechnen“, meint Henning Schmidt, der zweite Geschäftsführer des Joint Venture aus Intricon und Soundperience. Gesprächsthema Nr. 1: Das „Sentibo Smart Brain System“. Perscheid und Schmidt beschäftigen sich seit langem mit dem Phänomen der Hörentwöhnung und genau hier setzt ihr System an. Während sich konventionelle Hörgeräte auf das periphere Hören konzentrierten, geht es bei Sentibo darum, peripheres und zentrales Hören wieder miteinander zu verbinden. Damit weckt Signison auf der Messe einiges an Interesse. Daher wird sich die Audio Infos in ihrer kommenden Ausgabe etwas genauer mit Signison beschäftigen.

Die „Goldene Concha“

Mit eigenen Ständen dürfen Einkaufsgemeinschaften auf der Fachausstellung nicht antreten. Zugegen sind die Repräsentanten einiger Gemeinschaften freilich dennoch. So auch Tannassia Reuber und Jürgen Leisten von Individual Akustiker Service (IAS). Die noch junge Gemeinschaft verleiht in diesem Jahr an Hersteller erstmals die „Goldene Concha“ für Hörsysteme. Die Jury setzt sich aus Inhabern und Mitarbeitern unabhängiger, in der IAS organisierter Fachgeschäfte zusammen. Verliehen wird der Preis in den Kategorien „HdO“, „IdO“, „RIC“, „Power-Hörgerät“, „Kinder-Hörgerät“ und „Hörgeräte-Produkt-Familie“. Überreicht werden die Auszeichnungen während der Messe von



▲ Überreichte Markus Bröcker und Thorsten Quaa von Starkey die «Goldene Concha» in gleich zwei Kategorien: Jürgen Leisten von der Gemeinschaft IAS

DURACELL[®]
ACTIVAIR[®]
HEARING AID

0%
MERCURY

Umweltfreundliche Energie
mit extra langem Tab.



Wir bedanken uns für Ihren Besuch
auf dem EUHA Kongress 2016.

www.duracell-activair.com



Tannassia Reuber, Jürgen Leisten und Mitgliedern der IAS. Die Gewinner sind ReSound für das „LiNX2“ in den Kategorien „HdO“ und „Hörgeräte-Produkt-Familie“. Ebenfalls ausgezeichnet wird Starkey für die „Z-Series“ in der Kategorie „IdO“. Oticon gewinnt wiederum in der Kategorie „RIC“ mit dem „Opn mini“ und Phonak holt sich mit dem „Sky“ den Sieg in der Kategorie „Kinder-Hörgerät“ sowie mit „Naída“ den Sieg in der Kategorie „Power-Hörgerät“. Den Sonderpreis als in den Augen der IAS-Mitglieder bester Hersteller erhält Starkey. „Mit der Goldenen Concha wollen wir in jedem Jahr die Produkte auszeichnen, die sich in der Praxis bei der Verbesserung des Hörens besonders bewährt haben. Die Herstellerunabhängigkeit und Praxiserfahrung aller Mitglieder spielen hierbei eine bedeutende Rolle. Den Gewinnern in diesem Jahr möchte ich herzlich gratulieren“, so IAS-Mitglied Thomas Müller.

Terminvereinbarungssoftware bei Asego

Terminvereinbarungen kosten Zeit. Nicht jeder Kunde mag für jeden Termin extra einen Anruf tätigen. Der Ruf nach einer Online-Lösung wurde laut. Zumal: Was Software für Ärzte längst erledigt, sollte auch für Hörakustiker möglich sein. Das dachte sich auch der



Dennis Wiebking, Key-Account- und Marketing-Manager bei Asego ▲

Softwarespezialist Asego. „Nachdem wir von unseren Kunden mehrmals die Anfrage erhielten, ein solches Tool in unsere Software zu integrieren, haben wir das Internetnutzungsverhalten der Generation 50 und 70 plus studiert und sind zu dem Ergebnis gekommen, dass das Modul nicht nur unseren Kunden einen Mehrwert bringt, sondern auch Akzeptanz bei den Kunden des Hörakustikers erfährt. Das Modul jetzt schon guten Gewissens an unsere Kunden weiterzugeben, war aber nur möglich, weil wir Kunden, mit denen wir enge Beziehungen pflegen, bereits in die Betaphase miteingebunden haben. Wir sind uns sicher, dass das Terminverwaltungstool sauber läuft“, sagt Dennis Wiebking, Key-Account und Marketing-Manager bei Asego. Das Besondere: Durch „asego.net“ erhält der Hörakustiker nicht nur sofort einen Überblick über die Belegung seiner Anpassräume. Auch der Überblick über seine Beratungsräume ist garantiert. Jeder Kundentermin wird dabei nicht nur einzeln abgebildet, sondern auch mit dem Online-Termin-Modul vollwertig synchronisiert. Entsprechend aktualisiert das dazugehörige

Synchronisationsmodul, in dem neben grundlegenden Zugangsdaten etwa auch Terminlänge oder das Anzeigeformat individuell festgelegt werden können, die Terminbelegungen in regelmäßigen Abständen. Zudem kann es Kunden eine Terminanfrage schriftlich bestätigen. „Automatisierte E-Mails sind kein Muss. Jeder Kunde kann das Programm für sich konfigurieren wie er es möchte. Die Terminverwaltung in unsere Software mit zu integrieren“, so Dennis Wiebking abschließend, „bringt insgesamt viele Vorteile, wie Reduzierung der Anruflast und Terminausfälle, Neukundengewinnung und Komfort. Zusätzlich wurde das Tool absichtlich sehr einfach gehalten. Deshalb gibt es auch nur vier Felder als Pflichtfelder. Anrede, Vorname, Nachname und die E-Mail Adresse. Das war's.“

Unitron schafft neue Dimension für gutes Hören

Der kanadische Hörgeräte-Hersteller Unitron hat auf der Industrieschau das kleinste wireless RIC der Welt vorgestellt: „Moxi Now“ misst 20,2 auf 6,5 Millimeter und ist laut Herstellerangaben 14 Prozent kleiner als das nächst größere RIC-System. Das jüngste Mitglied der designorientierten und leistungsstarken „Moxi“-RIC-Produktfamilie spreche damit vor allem jüngere und ästhetisch orientierte Kunden an und passe aufgrund seiner Bauform gut in die Red-Dot-prämierte „Moxi“-Baureihe. „Bei ‚Moxi Now‘ ist es uns wieder einmal gelungen, die Kundenbedürfnisse perfekt umzusetzen und eine neue Dimension für gutes Hören zu schaffen. Das Gerät ist beim Tragen fast unsichtbar und so bequem, dass sich der Nutzer auf die schönen Dinge des Lebens konzentrieren darf. Diese Vorteile haben unsere Partner erkannt und waren von unserem Neuzugang entsprechend begeistert“, fasst ein zufriedener wirkender Jochen Meuser, Geschäftsführer von Unitron Deutschland, den Messeauftritt zusammen. Damit man in puncto Funktionalität keine Einbußen hinnehmen muss, habe man für „Moxi Now“ viel investiert. Allein die Gehäuseentwicklung, so Meuser, habe zwei Millionen Dollar gekostet. Durch die Weiterentwicklung der Unitron-Strategie „Ihr Weg zum Erfolg“, bestehend aus den vier Elementen „Flex:trial“, „Flex:upgrade“, „Log It All“ und Einblicke in den Höralltag, stand bei der kanadischen Sonova-Tochter auch das Verkaufsgespräch im Fokus des Messeauftrittes, bei dem über 2000 Unitron-Waffeln ausgegeben wurden. „Flex:trail“ etwa ist nicht mehr nur ein Testgerät, sondern eine Analysewerkzeug, mit dem man eine Höranalyse vornehmen kann. Die Geräte würden nun die verschiedenen Hörsituationen „tracken“ und gleichzeitig analysieren, um noch besser auf die Bedürfnisse des Kunden besser eingehen zu können. „Akustiker, die unser Beratungsmodell übernommen haben, erzielen damit extrem große Erfolge. Es ist mehr als das normale Datalogging, weil man damit noch mehr auf veränderte Lebenssituationen eingehen kann. Man muss es nur



Unitron präsentierte das weltweit kleinste RIC-System ▲

richtig einsetzen“, sagt Jochen Meuser. Überdies bietet Unitron hierzu spezielle Workshops an und erfreut die Kunde zudem mit neuem Point of Sales-Material.

Hansaton zelebriert German Design Award

Gute Laune herrschte auch am Stand von Hansaton. Der Grund hierfür war eine langersehnte Auszeichnung: Der German Design Award 2017, den Hansaton mit dem „soundHD S312e“, dem neuen Außenhörersystem für

„optisch“ sowie „akustisch“ hohe Ansprüche, gewinnen konnte. Hansaton-Geschäftsführer Johannes Fischer: „Ich bin stolz, den German Design Award gewonnen zu haben. Wir erhielten in der Vergangenheit zwar schon mehrfach eine Nominierung, geklappt hat es aber nie.“ Erhältlich in vier verschiedenen Performance Level, punktet das filigrane Hörsystem „soundHD S312e“ neben seinem Äußeren auch mit dem innovativen Inneren: der HD-Technologie von Hansaton. Ein weiterer Hingucker war das neue „AQ HD S“. Die dort eingesetzte Lithium-Ionen-Akku-Technologie garantiert den Nutzern 24 Stunden Laufzeit nach nur 3 Stunden Ladezeit. Die innovative Technologie, die einen Batteriewechsel überflüssig macht, ist durch die Plasma beschichtete Oberfläche bestens gegen Staub und Wasser geschützt und darüber hinaus IP 68 zertifiziert. Erstmals wurden auch die neuen Trockenstationen „DRY mini UV“ und „DRY mini“ vorgestellt. Entwickelt wurden sie von Hansaton, um dem mittelständischen Akustiker, dem sich Hansaton ganz besonders verpflichtet fühlt, schon ab einer geringen Abnahmemenge ein eigenes Privat Label zu ermöglichen. „Die Marke des Akustikers vor Ort zu stärken, ist das Versprechen, das wir unseren Partnern geben. Durch sein eigenes Branding auf der Trockenstationen ruft er sich zweimal am Tag beim Hörsystemnutzer ins Gedächtnis und bleibt positiv in Erinnerung“, so Johannes Fischer abschließend.

Bestes Hören und eine Vielzahl an Wireless-Anbindungen bei ReSound

ReSound präsentierte mit der um ein neues Mini-HdO erweiterten Hörsystem-Familie ReSound LiNX², mit Super Power Hörsystem ReSound ENZO², mit Kinderhörersystem ReSound Up Smart sowie mit neuestem Wireless-Zubehör nicht nur bestes Hören, sondern



www.asego.de/otb

EXKLUSIV bei uns!
Online-Terminbuchung
 Für Ihre Kunden



RELAX!

auch eine Vielzahl an Möglichkeiten zur drahtlosen Anbindung an die moderne, vernetzte Kommunikationswelt – und zwar als einziger Hersteller für jedes Alter, für vielfältigste audiologische Bedürfnisse sowie bereits ab dem Einsteiger-Segment. Außerdem wurde über ein Programm zur Vermarktungsunterstützung von Hörakustik-Betrieben informiert.

„Es ist unser Selbstverständnis, attraktiver, engagierter und fairer Partner der Hörakustikerinnen und Hörakustiker zu sein, ihnen mit Innovationen und Leidenschaft zur Seite zu stehen“, so Geschäftsführer Joachim Gast. „Den Akustikern wollen wir ermöglichen, den Wünschen und Bedürfnissen ihrer Kunden vielfältig zu entsprechen, ihnen nicht nur gutes Hören, sondern auch erheblichen Mehrwert zu bieten. Zudem tragen unsere smarten Produkte dazu bei, die Akzeptanz für die Versorgung zu steigern und jüngere Zielgruppen zu erreichen.“

Belegt wird dieses Akzeptanzplus durch Ergebnisse einer Umfrage, die ReSound im Rahmen seines diesjährigen IFA-Auftritts unter mehr als 200 Besuchern durchgeführt und zur EUHA-Messe vorgestellt hatte.

Nicht zuletzt freute man sich bei ReSound darüber,

ist sie schon jetzt der herstellerübergreifende Standard für die drahtlose Anpassung im Hörakustik-Fachgeschäft; und immer mehr Wettbewerber beginnen damit, sie zur Anbindung ihrer Produkte an Smartphone, TV und andere Geräte zu nutzen. Die Industrie folgt uns auf dem 2,4 GHz Band; und die Hörgeräte-Träger werden davon erheblich profitieren.“

Innovative Batterie- und Fertigungstechnologien bei der Varta-Micro-Gruppe

Dass Herbert Schein, Chief Executive Officer (CEO) der Varta-Micro-Gruppe, in den letzten Jahren die Forschungsvorhaben, Investitionen und Geschäftsfelder des Batterieherstellers konsequent ausgeweitet hat, ist bekannt. Doch obwohl die Lithium-Ionen-Batterie ein Schwerpunktthema der diesjährigen Messe darstellte, redete man mehr über die Hersteller als über die Batteriehersteller selbst – dabei dürfte ein solcher Entwicklungsschritt ohne einen Batteriehersteller kaum möglich gewesen sein. Die Ellwangerer jedenfalls bewarben neben ihrem Vollsortiment 2016 auch eine neue Lithium-Ionen-Batterie. Die Unterschiede zur alten Technologie sind enorm. Während die Nickel-Metallhydrid-Knopfzelle bei einer 13er Batterie bis zu 140 Wh/l abgeben kann, leistet die neue Lithium-Ionen-Hörgerätebatterie von power one 220 Wh/l mit einer p13. Allerdings ist diese nur als herstellerspezifische Lösung zu erhalten. Herbert Schein: „power one steht für eine neue, innovative Batterie- und Fertigungstechnologie und ein einzigartiges Hörgerätebatterie-Komplettsortiment, sowie für modernste wiederaufladbare Batterielösungen. Als Partner der Hörgeräte-Industrie werden Trends direkt von uns aufgegriffen. Wir sind Pioniere, wenn es um neue Technologien geht. Das gilt auch etwa für Lithium-Ionen-Akkus. Heute wird auf Premium-Hörgerätebatterien sehr viel Wert gelegt, die hohe Sicherheit gewährleisten. Deshalb sollte man unbedingt auf das Label „power one inside“ achten.“

Starkey launcht „Synergy“ und „Muse“

Am Stand von Starkey Hearing Technologies trifft man nicht nur Mitarbeiter der deutschen Niederlassung. Auch aus dem Headquarter in Minnesota sind Repräsentanten des Unternehmens angereist. Darunter William „Bill“ Austin, Gründer und CEO von Starkey. „Auf diesem Kongress zu sein, ist noch wichtiger, als an anderen Veranstaltungen teilzunehmen“, sagt Austin. „Hier trifft man auf Besucher aus aller Welt. Damit ist der EUHA-Kongress ein guter Kontaktpunkt für uns, auf dem wir viele unserer Kunden treffen können.“ Ebenfalls aus den USA angereist ist Chris McCormick, Chief Marketing Officer. „Wir nehmen den EUHA-Kongress zum Anlass, unsere neueste Technologie auf dem deutschen Markt zu launchen“, sagt er. So präsentiert Starkey zum einen die neue Plattform „Synergy“, die



Am Stand von ReSound wurde in diesem Jahr auch erstmals der „Smart Hearing-Award“ vergeben ▲

dass die vom Hersteller seit 2010 genutzte Wireless-Anbindung mit 2,4 GHz nach anfänglich großer Skepsis mittlerweile bei immer mehr Wettbewerbern Wertschätzung findet: „Mit diesem Kongress dürfte auch dem letzten Skeptiker klar sein, dass unsere Technologie die Zukunft der Hörgeräte-Vernetzung darstellt“, so Joachim Gast weiter. „Mit Einführung des neuen Noahlink

Ihr Plus für erfolgreiches Marketing

ReSound
Marketing



ReSound GN

Mit ReSound Marketing+ starten wir jetzt das neue Partnerprogramm.

Als Partner erhalten Sie viele Vorteile, die das alltägliche Kerngeschäft einfacher gestalten:

- Kompetente Marketing-Beratung
- Professioneller Außenauftritt für Ihr Geschäft
- Saisonale Aktionen und Dekomaterial
- Online Bestellung unter www.resoundplus.de

Sie möchten mehr über das ReSound Marketing+ Programm erfahren? Fordern Sie jetzt Ihre Webinar-ID unter marketing@gnresound.de an und lernen Sie Ihre Marketing-Vorteile kennen.

Webinar-Termine:

Mittwoch, 16. November um 15:00 Uhr

Mittwoch, 7. Dezember um 15:00 Uhr

GN Making Life Sound Better

fünf Mal mehr Rechenoperationen bewältigen kann als der Vorgänger-Chip. Zum anderen zeigt Starkey mit „Muse“ eine neue Hörsystem-Familie, ausgestattet mit eben diesem Chip.

In den USA ist „Muse“ bereits gelauncht. Die Markteinführung sei „fantastisch“ gewesen, sagt Chris McCormick. Das Feedback von Akustikern wie Endkunden sei überragend. „Muse“ übertreffe etwa in puncto Klangqualität selbst noch die „Z-Series“, die ja auch schon „sehr erfolgreich“ war, betont der Chief Marketing Officer. Denselben Erfolg erhofft man sich nun in Deutschland. So wurden viele Akustiker, Bestandskunden wie potenzielle Neukunden, eingeladen, um sie über die neuen Technologien zu informieren. Dies geschah in Gesprächen und Präsentationen genau so wie im „Innovation Center“, der am Starkey-Stand

aufgebaut war. „Den kann man sich ein wenig vorstellen wie ein Kino“, erklärt Chris McCormick. Hier lassen einen kurze Filme eintauchen in die Welt von Starkey. Man erfährt zum Beispiel etwas über die Quad-Core-Twin-Kompressor-Technologie, mit der „Synergy“ ausgestattet ist, und die in hoher Präzision und mit großer Bandbreite

für mehr Musikgenuss, Klangqualität und maximalen Hörkomfort Sorge.

Ebenfalls in den „Muse“-Systemen verfügbar ist Acuity, ein System, das die Sprachverständlichkeit auch in schwierigen Hörsituationen weiter verbessere. Für die Anpassung gibt es außerdem eine Funktion, die dafür sorgen soll, dass sich das Hirn schrittweise an die neuen Höreindrücke gewöhnen kann. Auch auf die neue Multiflex-Tinnitus-Technologie kommt Chris McCormick zu sprechen. „Die findet sich in allen Produkten, die mit ‚Synergy‘ arbeiten, also in der ‚Muse‘-Familie und in ‚Halo 2‘“, so der Chief Marketing Officer.

Die Neuheiten bei Starkey locken selbst am Freitag noch zahlreiche Besucher an den Stand. „Die deutschen Vertriebs- und Marketingkollegen sind sehr zufrieden“, sagt Chris McCormick. Die Zufriedenheit sieht man auch dem Geschäftsführer der deutschen Starkey-Niederlassung an. „Wir sind kontinuierlich weiter gewachsen“, sagt Thorsten Quaas. Zudem sei man selbst in „allen Segmenten besser“ geworden. Das würden die Kunden im Übrigen auch erwarten, weiß Thorsten Quaas. Und

dabei gehe es nicht allein um die Produkte. Die andere Frage sei, wie man den eigenen Kunden dabei behilflich sein kann, deren Namen bekannter zu machen. „Ein gutes Produkt ist heute ein Muss“, betont der Geschäftsführer der deutschen Niederlassung. „Daher glauben wir, dass wir unsere Kunden dann am besten unterstützen können, wie wir ihnen über die Produkte hinaus behilflich sein können.“ Mit diesem Weg habe man in den USA wie auch in Deutschland schon gute Erfahrungen machen können. Und das will man, genau wie technische Entwicklungen, bei Starkey weiter verfolgen.

Auch die Headquarter der großen Hersteller sind vertreten

Aus Stäfa in der Schweiz ist Martin Grieder nach Hannover gereist. „Für uns ist der EUHA-Kongress die weltweit wichtigste Veranstaltung“, sagt der Group Vice President Hearing Instruments Marketing bei der Sonova AG. „Wir sind hier mit unseren drei Marken Hansaton, Unitron und Phonak vertreten. Dazu kommen noch kleinere Geschäftszweige von uns.“ Mit insgesamt fünf Ständen sind die Schweizer auf der Fachausstellung vertreten.

„Der EUHA-Kongress hat die wichtigste Messe für Hörsystem-Technologie weltweit“, sagt auch Dr. Roger Radke am Donnerstag vor dem Signia-Stand.

Man treffe nicht nur viele Partner und Kunden, so der CEO der Sivantos Gruppe weiter. Die Messe ist auch „der beste Ort, unsere neuen Technologien zu präsentieren.“ Anders Hedegaard, CEO und President bei GN Hearing, sieht das ähnlich. „Der EUHA-Kongress ist das wichtigste Branchentreffen weltweit“, sagt er. „Er ist bei Kunden wie auch in der Industrie sehr bekannt. Daher müssen wir dabei sein.“

Bernafon mit Ergebnissen der Umfrage zu „BeFlex“

Am Stand von Bernafon lockte nicht nur ein Schnellzeichner die Messebesucher an. Die Berliner Niederlassung des Schweizer Herstellers präsentierte auch ihr gesamtes Portfolio – inklusive der weltweit nach wie vor einzigartigen Lösung „BeFlex“.

Zu „BeFlex“ hatte Bernafon zuletzt eine Kundenbefragung durchgeführt. Man wollte unter anderem wissen,



▲ Thorsten Quaas (li.) und Chris McCormick



Martin Grieder ▲



Dr. Roger Radke ▲

Automatische Anpassung
der Hörgeräte an jeden Klang
des Lebens.
Life is on.



Phonak Audéo™ B mit dem weiterentwickelten AutoSense OS™



- Neue RIC-Produktfamilie in 5 Modellen in 4 Technologiestufen
- Moderne Gehäuse in 8 Farben und IP68 zertifiziert
- Weiterentwickeltes Automatik-Betriebssystem AutoSense OS und adaptive Frequenzkompression SoundRecover2 für eine überlegene Hörleistung

Das weiterentwickelte AutoSense OS analysiert alle 0,4 Sekunden die Hörumgebung und greift auf verschiedenste Konfigurationen zurück. Aus über 200 Einstellungen wählt das Hörgerät präzise und in Echtzeit die zur erkannten Hörumgebung passende Konfiguration aus.

www.phonakpro.de

A Sonova brand

PHONAK
life is on



▲ Carsten Braun, Leiter der Audiologie bei Bernafon

wie die Bernafon-Kunden das Anpasskonzept in ihren Alltag integriert haben, ob sie mit „BeFlex“ zufrieden sind und ob das Konzept die Arbeit mit den Endkunden erleichtere. Befragt wurden 148 Akustiker in Frankreich, den Niederlanden, Kanada, der Schweiz und Deutschland. Die Ergebnisse der Umfrage hatte man mit nach Hannover gebracht.

Demnach seien 85% der befragten Akustiker zufrieden mit „BeFlex“. „Das spiegelt sich auch in unserem Alltag mit unseren Kunden“, sagt Daniela Häußler, Marketingleiterin bei Bernafon in Berlin. „72% Prozent der Befragten berichteten, dass die Anpasszeit durch ‚BeFlex‘ verkürzt wurde. Die Kunden

haben sich also früher für das passende Hörgerät entschieden“, setzt Carsten Braun nach. Der Leiter der Audiologie bei Bernafon sieht darin eine weitere Bestätigung für das Anpasskonzept. Zumal sich, auch das habe man beobachtet, der Produktmix der Bernafon-Kunden, die mit „BeFlex“ arbeiten, „nach oben verschoben“ hätte. „Dazu haben wir die Rückmeldung, dass Kunden während der ‚BeFlex‘-Tragephase in den anspruchsvolleren Situationen meist die stärkere Technologie nutzen“, sagt Carsten Braun. Die Idee, Hörgerätekunden die Möglichkeit zu geben, mit einem simplen Programmwechsel zwischen verschiedenen Bernafon-Technologiestufen hin- und herschalten zu können, um die Vorteile der hochwertigen Lösungen erleben zu können, ging also auf. Ohnehin habe man, erzählt Carsten Braun, seit der Einführung von „BeFlex“ viele neue Kunden gewinnen können.

Als weitere Neuheit gab es die Nachricht, dass man drei zusätzliche Produktrainer eingestellt hat, ein vierter startet ab Januar 2017. „Mit dem bisherigen Trainerstab waren die Anfragen nach Schulungen zu unseren Anpasskonzepten und Produkten nicht länger zu bewerkstelligen“. Ohnehin legt der Hersteller sehr viel Wert auf eine ganzheitliche Betreuung seiner Kunden – von der Audiologie über das Marketing bis hin zu Schulungen. Dazu bietet Bernafon ein neues Trainingskonzept an, das Carsten Braun auf einer neuen Trainingskarte veranschaulicht. Mit dem deutlich erweiterten Trainingsangebot vor Ort bietet Bernafon Hörakustikern die Möglichkeit, gemeinsam mit dem Trainer einen individuellen Schulungsfahrplan für die Mitarbeiter zusammenzustellen. Die Online-Trainings, die einen „enormen Zulauf“ erfahren, wurden ebenfalls ausgebaut und ergänzen das Angebot, wie der Leiter der Audiologie betont.

Und auch in puncto Verkaufstraining bietet Bernafon etwas Neues an. „Wer fragt, führt“, ist das Seminar-Konzept betitelt. Hierfür arbeitet der Hersteller mit dem Audio Coach Jana Verheyen zusammen. „Zusammen

mit unseren Kunden erarbeitet sie, wie man im Anpassprozess bei Hörgerätenutzern mit gezielten Fragen eine bessere und objektivere Wertschätzung für hochwertige Hörgeräte erzielen kann“, erklärt Carsten Braun.

Interton will Akustikern mehr Möglichkeiten bieten

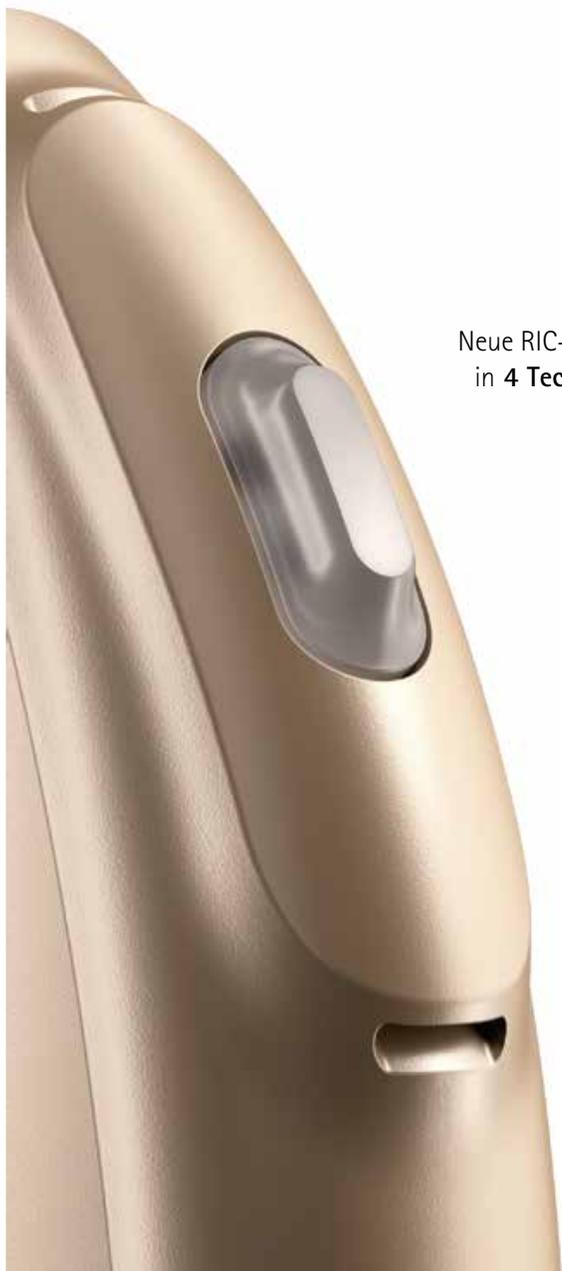
Mit einem deutlich breiteren Produktportfolio, zahlreichen attraktiven Hörlösungen und einer vergrößerten Vertriebsmannschaft reiste auch Interton nach Hannover. Damit reagieren die Münsteraner auf die stetig steigende Nachfrage, die „die deutsche Traditionsmarke für essentielles Besserhören“ in den zurückliegenden Monaten auf dem hiesigen Markt erfuhr. „Wir haben 2015 begonnen, Interton neu auszurichten. Denn wir wollen dem Akustiker mehr Möglichkeiten in der Auswahl bieten. Damit wir das erreichen konnten, war es notwendig, eine bessere Verzahnung mit der Hauptmarke zu erreichen. Entsprechend haben wir sowohl

auf technologischer als auch auf personeller Ebene nachgelegt“, sagt Gebietsleiter Rainer Wille. Unter der Führung von Kay Stamer, Vertriebsleiter der GN Hearing GmbH, teilen sich seit September die Kundenberater Rainer Wille, Andreas Kluge, Enrico



Rockstroh und Yaser Georgos die Betreuung der Interton-Kunden im gesamten Bundesgebiet. Alle vier verfügen über langjährige Erfahrungen in der Hörakustik. Wichtigste Neuheit auf technologischer Seite ist bei Interton in diesem Jahr das Hörsystem „Step 6“, ein laut Unternehmensangaben „formschönes Winkel-System mit zahlreichen exzellenten audiologischen Features“. Durch Asymmetrische Direktionalität ermögli- che „Step 6“ selbst im Störlärm ausgezeichnetes Sprachverstehen, ebenso intuitive Raumwahrnehmung und Richtungshören. Das Hörsystem „Step“ steht aber auch in zwei weiteren Leistungsklassen zur Verfügung, die sich in puncto Konnektivität voneinander unterscheiden. Einen weiteren attraktiven Neuzugang gibt es bei Interton mit „Centro“. Auch hier stehen durch die Einführung des neuen „Centro 2“ die Ex-Hörer-Systeme von Interton in drei verschiedenen Leistungsklassen zur Verfügung. Highlight dieser Produktfamilie bleibt jedoch der Interton „Centro 6“, das die Funktionalität Made for

Phonak Audéo™ B mit dem weiterentwickelten AutoSense OS™



Neue RIC-Produktfamilie in **5 Modellen**
in **4 Technologiestufen**

Moderne Gehäuse in **8 attraktiven Farben**
und **IP68*** zertifiziert

Weiterentwickeltes **Automatik-**
Betriebssystem AutoSense OS und
adaptive Frequenzkompression
SoundRecover2 für überlegene
Hörleistung

* IP68 bedeutet, dass das Hörgerät wasserresistent und staubdicht ist. Es hat ein konstantes 60-minütiges Eintauchen in 1 Meter tiefem Wasser und 8 Stunden in der Staubkammer gemäß IEC60529 Standard schadlos überstanden. Im Gehäuse wurden keine Spuren von Staub nachgewiesen.

iPhone bietet. Hier können Lautstärke und Programme direkt und absolut diskret auf dem Touchscreen des iPhone, iPad oder iPod touch gesteuert werden.

Audio Service launcht vierte Generation

Freitagmittag am Stand von Audio Service. Almut Niederfeld und Thomas Mettang sehen zufrieden aus. „Die letzten zwei Tage waren sehr gut“, sagt Geschäftsführer Thomas Mettang. Am Mittwoch sei der Andrang gar ungewöhnlich „heftig“ gewesen.

Viele Bestandskunden aber auch etliche Neukunden haben auf der Messe die Gelegenheit genutzt, das Team von Audio Service zu treffen. Neben Fragen zu neuen Produkten und Marketing-Konzepten nutzten viele die Industrierausstellung des EUHA-Kongresses aber auch einfach für den persönlichen Kontakt. Schließlich

sind Hörsysteme „auch ein Beziehungsgeschäft“, weiß Thomas Mettang.

Im Fokus des Messeauftritts von Audio Service stehen auch in diesem Jahr die Produktneuheiten. Worum es sich dabei handelt, darüber gibt schon die Gestaltung des Messestandes Aufschluss: G4. „Wir launchen jetzt unsere vierte Generation“, erklärt Thomas Mettang. Den Ball hält er dabei ostwestfälisch flach. „Das ist keine Revolution, das ist Evolution“, sagt er. So habe man die „bewährte“ Plattform G3 nun weiterentwickelt. Punkte wie das Sprachverstehen

und das Rückkopplungsmanagement wurden noch weiter verbessert, um auch in kritischen Situationen Hörgeräusch gewährleisten zu können. „Neu ist die Funktion Comfort365, die für automatisches Sprachmanagement steht“, sagt der Audio Service-Geschäftsführer. Des Weiteren gehören zum Beispiel ein spezielles Programm für Musiker, ein Algorithmus für die Performance in halligen Umgebungen und „entspanntes Telefonieren“ zu den neuen G4-Funktionen. Auch bietet Audio Service ab sofort CROS-Lösungen an.

Erhältlich ist die G4-Technologie in den oberen drei Preispunkten bei den IdO-, RIC-, HdO- und auch in den quiX-Systemen. Ergänzt wird das Angebot um eine kleine Fernbedienung. Eine weitere Neuheit bei Audio Service ist „Tune“. „Das ist ein neues Anpass- und Verkaufskonzept, bei dem die Akustiker den Tech-Level zunächst in Testgeräte programmieren“, erklärt Marketingleiterin Almut Niederfeld. Die möglichen Technolo-

gie-Stufen sind hier die Level 8, 12 und 16. Das Konzept ist für alle Audio Service-Modelle verfügbar. Für die Kunden des Herstellers würden sich durch „Tune“ „enorme Einsparungen am Lagerbestand“ ergeben, meint Almut Niederfeld. Zum Testen extra das passende Gerät zu bestellen, falle dank „Tune“ weg – genau wie eine umfangreiche Lagerhaltung der Hörsysteme von Audio Service.

Die während der Testphase programmierten Einstellungen lassen sich, hat der Endkunde seine Entscheidung getroffen, auf die Systeme, die er schließlich mitnimmt, übertragen. Darüber hinaus beinhaltet „Tune“ die Möglichkeit eines nachträglichen Upgrades. Steigt ein Hörsystemträger beispielsweise mit einem Tech-Level 8 ein, muss er nicht gleich ein neues Gerät kaufen, wünscht er doch noch einen höheren Tech-Level. „Damit bekommt man auch eine zusätzliche Option, mit dem Endkunden in Kontakt zu bleiben“, sagt Thomas Mettang.

Darüber hinaus bietet sich Audio Service für die Kunden als hilfreicher Partner in puncto Marketing an. Ob off- oder online – im Marketing-Portfolio finden sich viele Optionen, die man als Akustiker nutzen kann. Selbst Micro-Websites kann einem der Hersteller aus Herford anbieten. Wie gut dieses Angebot tatsächlich ist, spiegelt einmal mehr die im Sommer dieses Jahres durchgeführte sogenannte 2hm-Studie. Seit fünf Jahren erhält Audio Service in der vom BVHI in Auftrag gegebenen Studie in der Kategorie Marketing die Bestbewertung. 2015 hatte man überdies als Gesamtbester abgeschnitten. Und in diesem Jahr konnte Audio Service den Titel sogar verteidigen. „Das zeigt, dass wir vieles richtig machen“, kommentiert Thomas Mettang. In dem Besprechungsraum am Messestand steht ein kleiner Aufsteller, der auf den Sieg hinweist. Großes Tamm Tamm wolle man darum nicht machen. „Natürlich sind wir stolz darauf und unsere Kunden sollen das auch wissen“, sagt Thomas Mettang. „Aber man sollte die Kirche auch im Dorf lassen.“

Die Gerüchte, Audio Service müsse seine Zelte in Herford abbrechen, entlocken dem Geschäftsführer im Übrigen nur ein müdes Lächeln. Zwar ist es richtig, dass Audio Service aus dem Gebäude, in dem die Firma seit knapp 40 Jahren ansässig ist, auszieht, berichtet Thomas Mettang. Dem Kreis Herford aber bleibt die Firma erhalten. Audio Service zieht lediglich in ein neues Gebäude, weil der Vermieter Eigenbedarf angemeldet hat. Der Marktführer bei den IdO-Hörsystemen wird also weiter in Ostwestfalen in aller Ruhe und Sachlichkeit gute Arbeit machen können.

Humantechnik präsentiert smarte Lichtanlagen

Seit langem auf der Industrieschau vertreten ist das Familienunternehmen Humantechnik, das audiologische Zubehörsysteme und Licht-Signalanlagen für Menschen mit verringertem Hörvermögen entwickelt und

Audio-Service-Geschäftsführer
Thomas Mettang ▼



WIR BERATEN SIE GERNE!

TESTEN SIE JETZT
DIE NEUE
G4-TECHNIK

ZearPhone



EchoClear

365

Comfort365

G4



MusicSelect

»Wir freuen uns sehr, Ihnen ab sofort die **G4-Technologie** in unseren Hörsystemen der Tech Level 8 bis 16 anbieten zu können.

Die G4-Technologie verfügt über eine verfeinerte automatische Einstellung der Hörsysteme auf unterschiedliche Hörsituationen, sowie spezielle Hörprogramme für das Musikhören, Telefonieren und das Verstehen in halligem Raum.

Lassen Sie Ihre Kunden von einem entspannten Hörerlebnis profitieren.

Ihre Fragen zu der neuen Technik beantworten wir Ihnen gerne.«

Für alle technischen Fragestellungen sind wir als Ihre persönlichen Ansprechpartner für Sie da. Unter unserer Service-Nummer 05221 3807-70 beraten wir Sie gerne.

Der technische Kundenservice
von Audio Service



www.audioservice.com

 **Audio Service**

produziert. In diesem Jahr konnten die Südbadener besonders zufrieden sein. Denn das runderneuerte Produktportfolio, das Geschäftsführer und Unternehmensgründer Gerhard Sicklinger und sein Team mitgebracht hatten, kam bei den Besuchern sehr gut an. Das zeigte sich vor allem daran, dass Humantechnik den Nachweis lieferte, dass Signalanlagen ebenfalls smart sein können. Insbesondere die neue Humantechnik-App, die seit November verfügbar ist, stieß auf Interesse. Mit dieser lassen sich nun Ereignismeldungen der Systeme „lisa“-Funk und „signolux“ nun direkt auf die Smartphones ihrer Besitzer senden und als Symbole anzeigen. „Auch bei den Signalanlagen darf die Entwicklung nicht stehen bleiben, selbst wenn es sich um eine bewährte Produktreihe wie die ‚lisa‘ handelt“, sagte hierzu der anwesende Media-Manager Martin Grünbau. Ein sogenannter Gateway-Empfänger dient dabei als Schnittstelle zwischen der jeweiligen Signalanlage und dem Router. Letzterer stellt dann die Verbindung zu den mobilen Netzwerken her. Erweitert wurde das Programm natürlich durch die gleichnamige Digitalwecker-Reihe. Aber auch mit „iBell-2“, einem Rufmelder für Mobiltelefone, der auch in die drahtlosen Signalanlagen „lisa“ und „signolux“ integrierbar ist, konnte Humantechnik in Sachen Vernetzung punkten.

Erlebte einen herausragenden Kongress: Torben Lindø, Geschäftsführer der Oticon GmbH ▼

Ein herausragender Kongress für Oticon

Am Freitagvormittag ist Torben Lindø bester Dinge. „Für uns ist das ein herausragender Kongress“, bilanziert der Geschäftsführer der Oticon GmbH. So habe man am Messestand viele Gelegenheiten gehabt, Produktneuheiten zu präsentieren und mit Kunden ins Gespräch zu kommen, um deren Feedback einzuholen. Neben Torben Lindø sitzt Horst Warncke im Besprechungsraum am Messestand. Am Vortrag hatte der Leiter Audiologie der Oticon GmbH im Convention Center im sehr gut gefüllten Saal einen Vortrag

über den Nutzen des „OpenSound Navigators“ (OSN) im Vergleich zu herkömmlicher Spitzentechnik gehalten. Und auch am Stand referierte Horst Warncke im Wechsel mit Dr. Birgitta Gabriel im Oticon-Auditorium über die neuen Oticon-Technologien stets vor zahlreichen Interessenten.

Im Fokus des Messeauftritts bei Oticon standen die „Opn“-Technologie sowie die „Opn“-Hörsysteme, die der Hersteller im Sommer dieses Jahres als „Paradigmenwechsel“ angekündigt und auf den Markt gebracht hatte. Horst Warncke fasst zusammen, was „Opn“ anders macht. Er spricht von der neuen Herangehensweise bei dem Einsatz von Mikrofontechnologie, wonach Richtmikrofone nicht mehr so genutzt werden, wie man das bisher tat. Er spricht davon, dass der OSN das akustische Umfeld 500 Mal in der Sekunde nach auditorischen Objekten abscannt und von den Patenten, die Oticon für die neuen Technologien angemeldet hat (siehe Audio Infos #184 & #185). Möglich macht all das der neue Velox-Chip. 1,2 Milliarden Rechenoperationen schafft er in der Sekunde. „Vom Volumen her ist Velox weltweit wahrscheinlich einer der stärksten Chips“, sagt Horst Warncke. Elf Kerne stehen in ihm zur Verfügung. Aber genauso wichtig wie das Erklären von Technologien und Neuheiten sei, was die Nutzer erleben, finden Horst Warncke und Torben Lindø. Und das Feedback sei überwältigend. So berichteten Oticon „Opn“-Nutzer, dass sie sich mit ihren neuen Hörsystemen besser unterhalten und Entfernungen besser abschätzen könnten. Selbst in ruhiger Umgebung hätten „Opn“-Nutzer noch mal eine Verbesserung festgestellt. „Zudem konnten wir in Studien nachweisen, dass die Höranstrengung im Vergleich zu unseren bisher besten Geräten noch einmal deutlich abgenommen hat“, sagt Horst Warncke. „Mit Oticon Opn sind danach 20% weniger Höranstrengung, 20% höhere Merkfähigkeit und 30% mehr Sprachverstehen möglich.“ „Sprache in akustisch komplexen Hörumgebungen wird mit Oticon ‚Opn‘ viel schneller und deutlich einfacher an das Gehirn geleitet als bisher“, setzt Torben Lindø nach. Auch auf die Internethörfähigkeit der „Opn“-Systeme kommt er zu sprechen. Die Möglichkeit der Verbindung mit der Plattform IFTTT (ifttt.com) eröffne Endkunden ein riesiges Feld an Vernetzungsoptionen. „Bei Kindern können die Geräte so programmiert werden, dass zum Beispiel die Eltern eine SMS bekommen, wenn sich in den Hörsystemen die Batterien dem Ende neigen“, berichtet Torben Lindø. Auch eine Vernetzung mit der Türklingel, anderen Haushaltsgeräten und eine Erinnerung an die tägliche Medikamenteneinnahme sind möglich. Das Vernetzungsangebot auf ifttt.com umfasst aktuell an die 400 Anbieter, Tendenz steigend. Im Spätsommer auf den Markt gekommen, erhält das „Opn“ nun zwei Erweiterungen. So präsentierte Oticon auf der Industrieschau in Hannover das „Opn 2“ sowie das „Opn 3“. Mit „Opn 1“ war Oticon in der Premiumklasse gestartet. Mit „Opn 2“ und „Opn 3“ bietet der Hersteller die neue Technologie nun auch in der oberen Mittelklasse und der Mittelklasse an. Nicht alle Kunden haben das Geld für zwei Premiumklasse-Hörsysteme, weiß Torben Lindø. Ein Grund, auf





Unglaublich intelligente Leistung.

Der neue Cochlear™ Baha® 5 Power Soundprozessor ist ideal für Patienten, die die Funktionen des Baha 5 Soundprozessors haben möchten, aber eine höhere Verstärkung brauchen.



Ein Soundprozessor mit vollem Funktionsumfang, Programmwechsel, neuer Lautstärkewippe sowie einem Anpassbereich bis 55 dB SNHL. Die Bedienung des Baha 5 Power ist einfach. Er verfügt über eine visuelle LED-Anzeige und für Kinder über ein verriegelbares Batteriefach.



www.cochlear.de/baha   

Ardium, Baha, BCDrive, Cochlear, das elliptische Logo, Hear now. And always sind Marken beziehungsweise eingetragene Marken von Cochlear Bone Anchored Solutions AB oder Cochlear Limited. iPhone, iPad und iPod touch sind Marken von Apple Inc., eingetragen in den U.S. und anderen Ländern. Bluetooth ist eine eingetragene Marke von Bluetooth SIG Inc. Jegliche Verwendung dieser Marken durch Cochlear Limited erfolgt unter Lizenz.

© Cochlear Limited 2016. D981355 ISS1 JUL16 German translation

Hear now. And always



