

PRESSEINFORMATION

Neuer Beratungs- und Anpassprozess steht im Kampagnenfokus Der Hörtest mitten im Leben: Thomas Gottschalk wirbt für das innovative GEERS Hörerlebnis

Dortmund, 16.06.2022: Mittendrin statt nur dabei: In der neuen Kampagne von GEERS, Deutschlands führendem Anbieter im Bereich Hörakustik, taucht Markenbotschafter Thomas Gottschalk auf seine ganz persönliche Art und Weise in den Lebensalltag der GEERS-Kunden ein und zeigt, dass ein Hörtest gerade dort am besten funktioniert, wo man ihn bisher am wenigsten verortet hätte: mittendrin im Leben – beim Ausflug mit dem Cabrio ebenso wie beim Schulkonzert der Enkelin. Der Hörakustik-Spezialist bewirbt damit erstmalig das „GEERS Hörerlebnis“, einen branchenweit neuen Beratungs- und Anpassprozess für Menschen mit Hörminderung. Den Auftakt machen zwei TV-Spots, die ab dem 20. Juni 2022 bundesweit auf alle großen TV-Sendern ausgestrahlt werden. Flankiert wird die Kampagne mit Online-Maßnahmen, auf den Social Media-Kanälen des Unternehmens sowie in den rund 750 Fachgeschäften von GEERS. Unter geers.de/hoererlebnis finden Interessierte zudem ab Kampagnenstart weiterführende Informationen zum Hörerlebnis.



Wer bereits ein Hörgerät hat, weiß es, wer eines braucht, schreckt vor dem zeitlichen Aufwand oft zurück: Nach einem ersten Hörtest beim Hörakustiker probiert man

diverse Hörgeräte aus, und es dauert oft lange, bis man das richtige für sich gefunden hat. Das ist alles andere als ideal: „Denn immer mehr Menschen mit Hörminderung haben den Anspruch, dass sie einfach und unkompliziert ihr perfektes Hörgerät erhalten“, so Thomas Hesse, Chief Marketing Officer bei GEERS. „Deshalb wurde in mehr als einem Jahr intensiver Arbeit von einem Team aus GEERS Hörakustik-Expertinnen und -Experten das sogenannte GEERS Hörerlebnis entwickelt – ein innovativer Beratungs- und Anpassprozess, mit dem wir den Kunden ermöglichen, ihr Leben schnell wieder in vollen Zügen genießen und bestes Hören erleben zu können. Dieses einzigartige Konzept steht ab sofort im Fokus unserer Kommunikationsaktivitäten.“

Im Rahmen des GEERS Hörerlebnisses erhält der Kunde bereits bei seinem ersten Termin ein Analysegerät, das er rund 10 Tage im Alltag trägt und damit den Hörtest quasi mitten im Leben macht. Das Analysegerät zeichnet während dieser Zeit Daten zu den Hörsituationen des Trägers auf. Zugleich erlebt dieser bereits ein deutlich besseres Hörvermögen. Anschließend wertet der Hörakustiker gemeinsam mit dem Kunden die Ergebnisse aus. Danach kann er eine genaue Empfehlung für die persönliche Hörlösung aussprechen, diese direkt an das Ohr des Kunden anpassen und sie ihm sofort mit nach Hause geben.

In den neuen TV-Spots mit Thomas Gottschalk sind die Protagonisten noch mittendrin in der Analysephase. Sie zeigen aber auch: Es ist nicht nur unkompliziert, das Gerät zu tragen, sondern es schränkt sie auch in keiner Weise im Alltag ein – im Gegenteil: Sie können damit wieder umso aktiver am Leben teilnehmen. Unterstrichen wird diese zentrale Botschaft zusätzlich vom Kampagnen-Claim „Weil das Leben ruft“.

Entwickelt wurde die integrierte Kampagne von YOU Hamburg, die GEERS als Lead-Agentur betreut. Auch Online-Aktivitäten, Direktmarketing und Point of Sale-Materialien hat die Agentur konzipiert und gestaltet. Die TV-Spots wurden zusammen mit der Produktion Sterntag Film und Regisseur Fabian Hothan produziert.

Hier können Sie sich die neuen Spots bereits ansehen:

[Der neue TV Spot mit Thomas Gottschalk "Cabrio"](#)

[Der neue TV Spot mit Thomas Gottschalk "Konzert"](#)

Bildmaterial zur Kampagne finden Sie [hier](#) zum Download.

Über GEERS

GEERS begleitet seit 70 Jahren Menschen mit Hörminderung auf dem Weg zurück zum guten Hören. Der Hörakustik-Spezialist bietet seinen Kunden moderne und qualitativ hochwertige Hörlösungen sowie ein herausragendes Beratungs- und Serviceangebot. Durch die interdisziplinäre Zusammenarbeit mit Medizinern und Wissenschaftlern, die Entwicklung neuer Anpassverfahren und die Einrichtung von spezialisierten Kinderhörzentren trägt GEERS dazu bei, die Lebensqualität von Menschen mit Hörminderung zu verbessern.

GEERS ist eine Marke der Sonova Retail Deutschland GmbH mit Sitz in Dortmund und Teil von Sonova Audiological Care, das über eines der weltweit größten Filialnetze in der Branche verfügt und seinen Kunden erstklassigen Service und Expertise mit den technologisch fortschrittlichsten Lösungen bietet. Mit rund 750 audiologischen Fachgeschäften und rund 2.200 Mitarbeitenden ist GEERS der führende Hörakustiker in Deutschland. www.geers.de

Über Sonova

Sonova ist ein weltweit führender Anbieter von innovativen Lösungen rund um das Thema Hören: von persönliche Audiogeräten und drahtlosen Kommunikationslösungen über audiologische Dienstleistungen bis hin zu Hörgeräten und Cochlea-Implantaten. Die 1947 gegründete Gruppe hat ihren Hauptsitz in Stäfa in der Schweiz.

Sonova ist in vier Geschäftsfeldern tätig – Hörgeräte, Audiological Care, Consumer Hearing und Cochlea-Implantate. Die Gruppe ist im Markt durch die Kernmarken Phonak, Unitron, AudioNova, Sennheiser (unter Lizenz) und Advanced Bionics sowie regional etablierte Marken vertreten. Über ein breites globales Vertriebsnetzwerk betreut Sonova eine stetig wachsende Anzahl von Kunden in mehr als 100 Ländern.

Im Geschäftsjahr 2021/22 erzielte die Gruppe einen Umsatz von CHF 3,4 Mrd. sowie einen Reingewinn von CHF 664 Mio. Die mehr als 16.000 Mitarbeitenden von Sonova verfolgen gemeinsam eine Vision – eine Welt zu schaffen in der jeder in den Genuss des Hörens kommt.

www.sonova.com

Ansprechpartner für Medien

Eva Simmelbauer
Head of Communications
Sonova Retail Deutschland GmbH
Otto-Hahn-Straße 35
44227 Dortmund
Tel.: +49 231 9760 – 262
E-Mail: eva.simmelbauer@sonova.com