

OMNIdirekt

WIR HÖREN ALLES.

»MEINE HÖRREISE« –

EIN MUSTERBEISPIEL FÜR WOHNORTNAHE VERSORGUNG



➔ **Hersteller:** Torben Lindø, Sonja D'Introno und Horst Warncke über das Oticon Symposium

➔ **Labore:** Ein Besuch in der Otifaktur in Salzkotten

➔ **Implantate:** Ein Plädoyer für die Funktionsüberprüfung von CIs



Digitales Magazin



JETZT BEWERBEN: MARKETING-PREIS FÜR SMARTE HÖRAKUSTIKER

Von Martin Schaarschmidt (GN) / Fotos: GN Hearing



Jury-Mitglied des Smart Hearing Awards: Marina Teigeler (GN) ➔

Zum siebten Mal ist er aktuell ausgeschrieben: der Smart Hearing Award. Der Wettbewerb für smarte Hörakustiker und Hörakustikerinnen sucht auch diesmal wegweisende Ansätze, Konzepte und Aktivitäten beim Marketing für gutes Hören. Bewerbungen können noch bis 1. März 2023 über die neu gestaltete Wettbewerbs-Homepage www.smart-hearing-award.de eingereicht werden. Über Teilnahmemodalitäten, Anliegen und Hintergründe des Marketing-Wettbewerbs sprachen wir mit Jurymitglied Marina Teigeler, Head of Channel Marketing DACH & Account Manager der GN Hearing.

Frau Teigeler, für alle, die den Smart Hearing Award noch nicht kennen – worum geht es bei diesem Wettbewerb?

Der Award ist der Marketing-Preis für smarte Hörakustiker. Zum einen ist es ein Wettbewerb, bei dem herausragende Marketing-Aktivitäten von Hörakustikbetrieben gewürdigt werden – neue Ideen, kluge Strategien und originelle Aktionen, die auch den Weg zu jüngeren Hörerättekunden eröffnen. Die suchen wir, bewerten sie in unserer Expertenjury und zeichnen sie öffentlichkeitswirksam aus. Zudem gibt es ein zweites Anliegen, das uns nicht weniger

wichtig ist: Indem wir Best-Practice-Beispiele herausstellen, wollen wir auch das allgemeine Bewusstsein schärfen, und zwar insbesondere bei kleineren, inhabergeführten Unternehmen: Strategische Kommunikation und Marketing sind unverzichtbar. Für die Betriebe heißt das vor allem, sie müssen ihre eigene lokale Servicemarke aufbauen und führen. Es geht eben nicht nur um tolle Hörgeräte. Hörakustikerinnen und Hörakustiker sorgen dafür, dass Mensch und Technik bestmöglich zusammenkommen. Sie personalisieren diese Technik. Sie schaffen den Zugang zu neuen, smarten Möglichkeiten. Die Hörakustik ist ein höchst komplexes Handwerk. Das alles muss ich vermitteln, damit die Kunden weiterhin den Weg in mein Fachgeschäft finden.

Initiator des Awards ist GN mit seiner Marke ReSound. Wieso engagiert sich ein Hersteller für Servicemarken von Hörakustikern?

Auf den ersten Blick scheint das vielleicht erstaunlich. Schließlich sollte ein Hersteller an die eigenen Marken denken – könnte man meinen. Doch zumindest aus Sicht von GN wäre das einseitig und wenig nachhaltig. Denn wir sehen

uns als Partner der Hörakustikbetriebe. Anders als unsere Wettbewerber haben wir uns gegen eine Retail-Strategie entschieden. Wir wollen nicht in Konkurrenz zu unseren Kunden treten, sondern auf Augenhöhe und zum gegenseitigen Vorteil mit ihnen zusammenarbeiten. Das heißt, dass wir uns eben nicht auf den Verkauf von Hörgeräten beschränken. Zum Selbstverständnis von GN gehört die Partnerschaft mit Hörakustikern, die unsere Produkte bestmöglich anpassen, und die die hohe Qualität ihres Handwerks stark und selbstbewusst herausstellen. Das liegt auch diesem Wettbewerb zugrunde.

Wer kann am Award teilnehmen?

Jedes Hörakustikfachgeschäft, das sich bis 1. März auf www.smart-hearing-award.de bewirbt. Wir laden alle ein, die eigene Marketing-Ansätze, Konzepte und Aktivitäten entwickelt haben, um Service und handwerkliche Kompetenz, gutes Hören und moderne Hörlösungen zu bewerben. Und wir richten uns erstmals nicht nur an Betriebe aus Deutschland. Bewerber aus Österreich und der Schweiz, die es in der Vergangenheit vereinzelt auch schon gab, sind nun ausdrücklich ebenso zur Teilnahme eingeladen. Außerdem liegt uns daran, jedem Interessenten Mut zu machen: Was bei uns zählt, sind vor allem neue Ideen, die mit Engagement und Leidenschaft umgesetzt werden. Es geht uns nicht unbedingt um aufwändige Aktionen mit riesigem Budget. Gerade bei Einzelkämpfern und kleineren Betrieben sind die Mittel begrenzt. Andererseits ist viel Geld längst keine Garantie für originelles Marketing. Auch kleine Unternehmen können Großes erreichen. Das belegen die preisgekrönten Bewerbungen unserer bisherigen Wettbewerbe, etwa die von Thorsten Rahm aus Saarbrücken, von Birgit Kämmerling aus Wilhelmshafen oder vom aktuellen Gewinner, der »Hörschmiede« aus Lüneburg.

Welche Art Aktivitäten sollte man einreichen?

Das ist vielfältig. Es könnte zum Beispiel ein besonderes Ladenkonzept für jüngere Zielgruppen sein. Originelle eigene Werbemittel sind denkbar; Plakate, Broschüren, Anzeigen, Direkt Mailings, Give-aways. Ebenso eine neuartige Online-Werbeform, ein Blog, eine Social-Media-Präsenz. Oder eine tolle Aktion, vielleicht an einer ungewöhnlichen Location, oder ein Sponsoring in Sport und Kultur, im sozialen Bereich, im Umweltschutz. Man kann sich mit einem kompletten Markenauftritt bewerben oder mit einer Kampagne ... Doch in jedem Fall sollte



deutlich werden, dass das eingereichte Projekt Teil einer Strategie ist, die die lokale Marke des Akustikers befördert.

 Marketing-Preis für smarte Hörakustiker: der Smart Hearing Award 2023

Was kann man beim Wettbewerb gewinnen?

Zum einen natürlich den Smart Hearing Award – also die Siegetrophäe, verbunden mit einem attraktiven ReSound-Marketing-Paket im Wert von 5.000 Euro. Zudem konnten wir in der Vergangenheit aufgrund der zahlreichen guten Bewerbungen stets weitere Preise vergeben – unsere Tribute Awards. Auch sie sind mit einem Kommunikationspaket verbunden – mit Presstext, Gewinnerlogo, Anschreiben ... Die Auszeichnungen bieten die Möglichkeit, sich am jeweiligen lokalen Markt einmal mehr als Spezialist für smarte, zukunftsweisende Hörakustik zu empfehlen. Die bisherigen Gewinner haben das gut für sich nutzen können. Hinzu kommt die eigentliche Verleihung, die wir in den letzten Jahren als VIP-Event mit Workshopcharakter gestaltet hatten. Das heißt, es gibt auch die Gelegenheit, sich gemeinsam mit anderen Preisträgern zu treffen, die prämierten Arbeiten vorzustellen und sich auszutauschen. Beim letzten Mal mussten wir das Treffen aufgrund der Corona-Lage online durchführen. Wir gehen jedoch davon aus, dass es diesmal wieder live möglich ist.

Wie aufwändig ist es, eine Bewerbung abzugeben?

Den Aufwand haben wir bewusst sehr überschaubar gehalten. Auf der Award-Homepage gibt es eine Bewerbungsmaske. Dort trägt man den Titel der Bewerbung und seine Adresse ein. Zudem muss man drei kurze Angaben machen. Man beschreibt das Projekt in wenigen

JETZT BEWERBEN

Sätzen. Man teilt mit, was man mit dem Projekt erreicht hat und warum es ausgezeichnet werden sollte. Außerdem wollen wir noch wissen, was erfahrungsgemäß am meisten zählt, wenn man neue, smarte Hörsysteme vorstellen und jüngere Kunden überzeugen will. Grundsätzlich hat man nur wenig Platz, um zu antworten. Um alles auszufüllen, reichen vielleicht 15 Minuten. Aber man sollte sich ein paar Gedanken machen, um überzeugend zu sein. Ergänzend können Materialien per Post oder Mail mitgeliefert werden, z. B. eine Broschüre, ein Plakat, Fotos zu einem Ladenkonzept oder von einer Aktion, Online-Links. Doch auch da sollte man gut auswählen. Die Bewerbung sollte aussagekräftig sein, jedoch nicht zu umfangreich.

Wann wäre es zu umfangreich?

Man sollte vor allem beachten, dass nicht gleich mehrere Aktivitäten in eine Bewerbung gepackt werden. Sonst gehen die besten Dinge schnell unter. Pro Bewerbung ist nur eine Kampagne, eine Aktion bzw. ein Konzept zugelassen. Jeder Betrieb hat jedoch die Möglichkeit, bis zu drei Bewerbungen einzureichen.

Und wie werden die Preisträger ermittelt?

Durch eine unabhängige, sechsköpfige Jury aus Hörspezialisten, Marketing-Experten und Hör-

geräteträgern, die wir auch auf unserer Award-Homepage vorstellen. Jedem Jurymitglied werden alle eingereichten Arbeiten vorgelegt. Jeder hat die gleiche Anzahl an Punkten, die man auf die Bewerber verteilen muss. Am Ende wird zusammengezählt. Übrigens hat sich die Zusammensetzung der Jury im Vergleich zum vorangegangenen Wettbewerb etwas verändert. Bei der letzten Preisverleihung haben wir unser langjähriges Jurymitglied Professor Jürgen Kießling verabschiedet. Professor Kießling hat unseren Wettbewerb von Beginn an unterstützt; dafür auch hier noch mal ein großes Dankeschön. Zugleich freuen wir uns sehr, Jenny Adebahr, Marketing-Direktorin von Cochlear, sowie Dennis Kraus, Redaktionsleiter der OMNIdirekt, als neue Jurymitglieder begrüßen zu können.

Frau Teigeler, vielen Dank für das Gespräch und wir wünschen erneut viele gute Bewerbungen!

Bewerbungen für den Smart Hearing Award 2023 sind noch bis zum 1. März möglich. Weitere Informationen und Anmeldung unter www.smart-hearing-award.de.

PREISTRÄGER DES SMART HEARING AWARDS 2021
5X SMART HEARING AWARD TRIBUTE



Hörakustik Zimmer (München) erhielt einen Preis für eine selbstproduzierte Videoserie sowie für deren Einsatz in sozialen Medien. Nach dem Motto »Alles wird gut!« will Hörakustik Zimmer Berührungsängste vor dem Gang ins Fachgeschäft abbauen. Dafür geht das Unternehmen neue Wege mit eigenen Ratgeber-Videos.



Hörkönig GmbH (Krefeld) wurde für den Hörkönig und seine »zauberhafte Welt des guten Hörens« prämiert. Die Figur des kleinen Hörkönigs lädt Hörerätekunden auf neue Art ins Fachgeschäft ein und steht im Zentrum zahlreicher Marketing-Aktivitäten.



Hörgeräte Bonsel GmbH

[Groß-Bieberau] erhielt einen Preis für das Projekt »Bonsel On-Air und Online« bzw. für den Podcast »Hörhelden to go«. Der Podcast ist ein attraktives Online-Informationsangebot für Endverbraucher. Es gibt ihn sogar in einer Variante, die als Hörtraining genutzt werden kann.



Hörwelt Duisburg GmbH [Duisburg] wurde für die »Hörwelt Sprechstunde« im lokalen Stadtfernsehsender »Studio 47« ausgezeichnet. Gemeinsam mit einem lokalen TV-Kanal wurde ein neues Sendeformat erarbeitet: monatlich eine ca. 15-20-minütige Experten-Sendung zu Themen wie Hören, Hörgeräte, Gehörschutz und Tinnitus. Empfangen kann man die Sprechstunde via Kabel und auf YouTube.



Hörsysteme Häusler GmbH & Co. KG [Salzkotten] erhielt eine Auszeichnung für den 1. Online-Aktionstag für gutes Hören in Ostwestfalen-Lippe: »Ganz Ohr in Partnerschaft und Familie?«. Um Hörinteressierten aus der Region auch in Zeiten von Corona einen Aktionstag bieten zu können, entwickelte das Unternehmen einen neuartigen Online-Hör-Event, der vielfältig beworben wurde.



GEWINNER DES SMART HEARING AWARDS 2021

Hörschmiede GmbH [Lüneburg] erhielt den Hauptpreis des Wettbewerbs für das Ladenkonzept »Hörschmiede« bzw. für den Gesamtauftritt der Hörschmiede GmbH. – Das Urteil der Jury: »Mit seinem Konzept »Hörschmiede« gelingt es dem Unternehmen in besonderer Weise, neben neuester Hörtechnik vor allem auch die eigene handwerkliche Leistung herauszustellen. Ein origineller Ansatz, der zudem sehr professionell umgesetzt wird.« (Siehe auch unser Interview in der OMNIdirekt #08, März 2022.)