

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 Messtag 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 Soundperice. 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, gehe 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 Quaas von Starkey die «Goldene Concha» in gleich zwei Kategorien: Jürgen Leisten von der Gemeinschaft IAS

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 ▲

Software spezialist 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