

Interview mit der Einkaufsgemeinschaft Individual Akustiker Service (IAS)

## Die IAS auf Kundensuche in der Schweiz

Die IAS expandiert in die Schweiz und macht gleich Nägel mit Köpfen, denn das Geschäft wird nicht von Deutschland aus gesteuert, sondern hat seinen Sitz direkt in der Alpenrepublik. Der neue Schweizer Geschäftsführer ist Gerald Hosinner. Mit ihm sowie mit den geschäftsführenden Gesellschaftern Jürgen Leisten und Tannassia Reuber sprach die „Hörakustik“ über den Schweizer Markt und seine Besonderheiten sowie über die Vorhaben der Einkaufsgemeinschaft.

**Hörakustik:** Frau Reuber, Herr Leisten, Sie expandieren mit der von Ihnen 2015 gegründeten Einkaufsgemeinschaft IAS in die Schweiz. Sie wagen diesen großen Schritt mitten in der Coronapandemie – was hat Sie dazu bewogen?

**Tannassia Reuber:** Vorweg sei gesagt: Corona hatte und hat keinerlei Einfluss auf unsere Überlegungen, die wir schon länger gedanklich durchspielen. Der Schweizer Hörgerätemarkt ist aus unserer Sicht attraktiv. Einerseits erwartet die Schweizer Kundschaft ein sehr hohes Serviceniveau, andererseits ist ein intensiver Verdrängungswettbewerb zwischen teilweise herstelleregebundenen Ketten und inhabergeführten Hörakustikbetrieben dort in vollem Gange. Wir helfen inhabergeführten Fachgeschäften im harten Wettbewerb zu bestehen, indem wir ebenso professionelle wie individuelle Marketingmaßnahmen anbieten und mit Differenzierungsmaßnahmen dafür sorgen, dass unsere Mitglieder der Kundschaft echte Nutzenvorteile bieten können. Diese Differenzierungsmaßnahmen sind marken- oder patentgeschützt, so dass Kunden ganz zielgerichtet in die Mitgliedsbetriebe kommen, um diese nachhaltigen Servicevorteile in Anspruch nehmen zu können.

**Hörakustik:** Wird sich Ihr Team mit der Expansion vergrößern – vielleicht durch Kollegen vor Ort?

**Jürgen Leisten:** Ja, ich darf Ihnen hier unseren Schweizer Geschäftsführer Gerald Hosinner vorstellen. Gerald Hosinner ist Hörakustikermeister und ausgebildeter Businesscoach und war mehr als 18 Jahre

als Direktmarketingleiter einer großen Hörakustikkette in Österreich, Deutschland und der Schweiz tätig. Als ideenreicher, umsetzungstarker und innovativer Berater, der den Schweizer Markt bestens kennt, ist er in unseren Augen der perfekte Ansprechpartner für Mitglieder und Interessenten, um alle Vorteile der Mitgliedschaft zu nutzen.

**Hörakustik:** Herr Hosinner, welchen Mitkonkurrenten stehen Sie in der Schweiz gegenüber?

**Gerald Hosinner:** Wir sehen Marktbegeleiter, die sich eher auf die Basisleistungen von Einkaufsgemeinschaften wie Einkaufspreise und Weiterbildung konzentrieren. Aus unserer Sicht gibt es keine Gemeinschaft, die zusätzlich zu diesen

Basics so viel Marketing – oder gar Differenzierungsmaßnahmen bietet.

**Hörakustik:** Hierzulande liegt der Fokus der IAS auf Marketing und Verkaufsförderung. Wird das in der Schweiz ebenso sein?

**Tannassia Reuber:** Ich muss das etwas präzisieren. Bei uns bekommen Mitglieder alles, was man zunächst von einer Einkaufsgemeinschaft erwartet. Dazu gehören gute Einkaufskonditionen bei allen Herstellern, Weiterbildungsangebote oder auch Beratungsleistungen. Wir bieten darüber hinaus eine Vielfalt an Marketingmaßnahmen, die ganz individuell durch die Mitglieder genutzt werden können. Ständig werden neue Maßnahmen entwickelt und in Fachgeschäften auf



Tannassia Reuber und Jürgen Leisten – geschäftsführende Gesellschafter der IAS

Fotos: IAS

ihre Effektivität getestet. Die Mitglieder können so auf neue Ideen für Anzeigen, Beileger oder Postwurfsendungen zurückgreifen und gleichzeitig auf die Erfahrung anderer Hörakustiker. Da Marketing und Differenzierung aus unserer Sicht für das Bestehen der inhabergeführten Fachgeschäfte im Wettbewerb besonders wichtig sind, legen wir darauf besonderen Wert.

**Hörakustik: Können Sie Ihr Portfolio und die Marketingkonzepte wie beispielsweise die Goldene Concha auf den Schweizer Markt adaptieren oder müssen landesspezifische Besonderheiten beachtet werden?**

**Jürgen Leisten:** Unsere besonders erfolgreichen Elemente wie zum Beispiel Sympatico, Natural Fitting oder die Goldene Concha werden auch in der Schweiz Einzug halten und den zukünftigen Mitgliedern zur Unterscheidung vom Wettbewerb in deren Stadt verhelfen und Neukunden neugierig machen. Aber natürlich müssen diese Elemente auf landesspezifische Besonderheiten hin adaptiert werden. Ich habe ja selbst in der Schweiz gearbeitet und mir sind die Unterschiede zwischen der Schweiz, Deutschland oder auch Österreich bewusst. Deshalb wird die IAS auch nicht aus Deutschland gesteuert, sondern hat ihren Sitz in der Schweiz und mit Gerald Hosinner einen Geschäftsführer, der in der Schweiz wohnt und sich mit dem Schweizer Hörakustikmarkt hervorragend auskennt.



Gerold Hosinner, Schweizer Geschäftsführer der IAS

**Hörakustik: Sie sind stark im Bereich Onlinemarketing aktiv sowie in Social Media. Ticken die Schweizer hier anders als die Deutschen?**

**Gerald Hosinner:** Suchmaschinen und Social Media gehören in beiden Ländern zur täglichen Routine. Wir halten Onlinemarketing auch im Bereich der Hörakustik für sehr wichtig, um Leads zu erzeugen. Leider wird es auf der Ebene der inhabergeführten Fachgeschäfte zu wenig eingesetzt, aber wir unterstützen unsere Mitglieder stark dabei, in diesem Bereich gegenüber den Großfilialisten aufzuholen.

**Hörakustik: Werden Sie Ihrem Modell – keine Gebühren oder Mindestumsätze**

**von den Mitgliedern zu erheben – in der Schweiz treu bleiben?**

**Gerald Hosinner:** Ja, das bleibt so. In der Schweiz wird es wie in Deutschland weder Mitgliedsgebühren noch Mindestumsätze geben. Es gibt auch keinerlei Einflussnahme oder gar Vorschriften, bei welchem Hersteller die Mitglieder möglichst bestellen sollen. Wir schätzen die Selbstständigkeit unserer Mitglieder und wollen diese keinesfalls beschneiden. Ein großer Vorteil der inhabergeführten Betriebe ist es ja gerade, dass man herstellerunabhängig und schnell agieren kann.

**Hörakustik: Sie unterstützen in Deutschland sehr aktiv die Existenzgründung von Hörakustikern. Ist das auch in der Schweiz vorgesehen?**

**Gerald Hosinner:** Auf jeden Fall. Wir glauben, dass die wachsenden Märkte Schweiz und Deutschland auf jeden Fall mehr inhabergeführte Fachgeschäfte brauchen. Viele potenzielle Neugründer lassen sich von den Herausforderungen auf dem Weg in die Selbstständigkeit abschrecken. Um es leichter zu machen, stellen wir Neugründern kostenlos unsere eigens entwickelten Tools und die Erfahrung von mehreren Hundert begleiteten Neugründungen zur Verfügung. Die Begeisterung der Neugründer ist groß und auch in der Schweiz durften wir schon die ersten Neugründungen begleiten.

**Hörakustik: Vielen Dank für das Gespräch!**  
*Nadine Röser*