

Pressemitteilung vom 4.10.2022

OTC-Geräte launchen: Fluch oder Chance für die Hörakustik?

Diskussionsrunde im Unternehmerverbund

OTC steht für „over the counter“ (auf Deutsch: „über die Ladentheke“) und bezeichnet Produkte, die ohne Rezept im freien Handel erhältlich sind. Leiden Kundinnen und Kunden an einem ersten, milden Hörverlust, können sie diese Hörhilfen meist zu einem günstigeren Preis im freien Handel erwerben. Die individuelle Anpassung durch einen Hörakustiker entfällt dabei. Was bedeutet das für die Hörakustik-Branche in Deutschland? Welche Risiken und Chancen birgt diese neuen Produktkategorie? In einer Diskussionsrunde hatten die Mitglieder des Fachverbands Deutscher Hörakustiker Gelegenheit, sich auszutauschen und Fragen zu stellen.

Launch von Jabra Enhance: neue Produktkategorie für jüngere Zielgruppe

Einen ersten Einblick in die neuen Geräte gab Christian Lücke, Geschäftsführer der GN Hearing GmbH. Ab November 2022 wird das Unternehmen OTC-Geräte unter der Marke „Jabra Enhance“ in Deutschland launchen. „OTC-Geräte sind eine komplett neue Produktkategorie und nicht mit den bisherigen Hörgeräten zu vergleichen. Sie unterstützen Menschen mit ersten, milden Höreinschränkungen und verbessern zum Beispiel das Hörerlebnis beim Musik hören oder Telefonieren.“ Mit Hilfe einer App können die Kundinnen und Kunden Einstellungen vornehmen.

Bedeutet die Einführung der OTC-Geräte das Aus für den Hörgeräte-Fachhandel? „Nein“ sagt Lücke. „OTC-Geräte sind keine Konkurrenz zu klassischen Hörgeräten, sondern ein erster Einstieg für eine jüngere Zielgruppe mit ersten Höreinschränkungen. Diese bekommen meist noch keine Hörsystem-Versorgung. In Deutschland treffe das derzeit auf rund drei Millionen Menschen zu. „Diese Zielgruppe ab 50+ wünscht sich ein modernes Gerät mit vielen Features und Konnektivität“.

Auch wenn die Wahl der Vertriebswege für OTC-Geräte beim Hersteller liege, will GN Hearing weiterhin auf die Zusammenarbeit mit dem Fachhandel setzen: „Eine ausführliche Diagnose und Beratung sind wichtig, um zu verstehen, welche Höreinschränkungen ein Kunde überhaupt hat,“ ergänzt Lücke.

Kunden von morgen erreichen

Auch Verkaufsberaterin Veronika Vehr sieht in der neuen Produktgruppe vor allem Chancen für die Hörakustik. „Mit den OTC-Geräten können die Hörakustiker eine jüngere Zielgruppe erreichen, die sie derzeit noch nicht bedienen.“ Wichtig sei jedoch eine klare Strategie beim Verkauf, betont Vehr. Die neuen OTC-Geräte schaffen eine Gelegenheit, Kunden frühzeitig

zu binden und Empfehlungen zu erhalten. Dafür müssten sich die Hörakustiker modern aufstellen, mit den Kundinnen und Kunden ins Gespräch kommen und professionell kommunizieren.

Auch ein positives Mindset sei beim Verkauf entscheidend: „Angst ist immer ein schlechter Berater. Führungskräfte müssen ihren Angestellten daher vermitteln, die neuen Produkte als Chance und nicht als Konkurrenz zu sehen.“