

Es rauscht im Markt für Hörhilfen

Seit August 2013 bietet die Post Hörverstärker an, im Oktober hat Migros nachgezogen. Diese Geräte leisten nicht, was Hörgeräte vermögen. In dieser Konkurrenzsituation können sich Drogerien mit zugelassenen Hörgeräten als erster Ansprechpartner bei Hörproblemen positionieren.

Die Migros verkauft Hörverstärker der Firma Claratone ab 349 Franken. Erhältlich sind sie vorerst in über 70 M-Electronics-Filialen und im Onlineshop des orangen Riesen. Auch andere Internetschops und die Post verkaufen solche Hörverstärker. Das Marktpotenzial in der Schweiz wird mit 600 Millionen Franken beziffert. In den USA sind die sogenannten Personal Sound Amplifiers inzwischen ein Milliardengeschäft. Experten schätzen, dass mit diesen Produkten in einigen Jahren auch in Europa mehrere Milliarden Euro umgesetzt werden.

«Hörverstärker können Hörverlust nicht ausgleichen»

Hörverstärker sind keine medizinischen Hörgeräte. Diese müssen von den Gesundheitsbehörden zugelassen werden. Hörverstärker verstärken in der Regel alle akustischen Signale, die das eingebaute Mikrofon wahrnimmt, samt störender Nebengeräusche. Die Geräte sind gemäss Eigenwerbung der Migros «für den situativen Gebrauch» bestimmt, die Zielgruppe sind «Menschen ohne Hörverlust». **Georg Simmen**, Präsident der Organisation für Menschen mit Hörproblemen Pro Audito Schweiz, findet dies befremdlich: «Normal hörende Menschen brauchen keine Hörverstärker. Und hörbehinderten Menschen nützen sie nichts.»

Simmen hat denn auch die Schweizerische Post aufgefordert, den Verkauf der Hörverstärker einzustellen. Bisher vergeblich. Der Präsident von Pro Audito Schweiz moniert zum Beispiel, dass Postkunden die Hörverstärker nicht zu Hause in verschiedenen Hörsituationen testen können, wie dies bei Hörgeräten üblich ist. Auch könnten viele Konsumenten, die nicht mit der Hörproblematik vertraut seien, nicht zwischen Hörverstärkern und Hörgeräten unterscheiden. «Verstärker erbringen keine vergleichbaren Dienste und können den Hörverlust nicht ausgleichen», erklärt Simmen. Das Preis-Leistungs-Verhältnis stimme bei diesen Geräten deshalb nicht. Bemerkt jemand einen Hörverlust, rät der Präsident von Pro Audito Schweiz, überlegt vorzugehen: Hörtest, genaue Abklärungen zur Schwerhörigkeit und Kauf eines Hörgeräts. Solche bieten auch etliche Drogerien an.

Vertrauensverhältnis ist für Kauf entscheidend

Die Impuls-Drogerie Schneider in Thusis verkauft seit anfangs 2011 Hörgeräte des Herstellers Sonetik, der seit 2007 auf dem Schweizer Markt präsent ist. Geschäftsführer und Drogist **Manuel Schneider** erklärt, weshalb er dieses Produkt zu 495 Franken in seiner Drogerie anbietet. «Ich habe das Potenzial dieser guten und günstigen Geräte erkannt.» Mit diesem Angebot würden sie ihre wichtigste Zielgruppe ansprechen, sagt Schneider: die Best-Agers. Ein weiteres Argument für den Verkauf von Hörgeräten sei, dass sich seine Kunden in allen Gesundheitsfragen seiner Drogerie anvertrauen können sollen.

Sich einen Hörverlust einzugestehen, ist für die meisten Betroffenen ein längerer Prozess, der Kauf eines Hörgerätes ein schwieriger Schritt. Umso wichtiger ist ein Vertrauensverhältnis zwischen Kunde und Anbieter. Dass der Vertriebskanal Drogerie diesen Vorteil bietet, hat **Dr. Markus Müllner**, Geschäftsführer von Sonetik Schweiz, erkannt. Von den rund 250 Verkaufsstellen für seine Geräte sind etwa 190 Apotheken, 30 sind Drogerien und 20 Apotheken-Drogerien. Der Rest sind Optikergeschäfte. Mit der Dienstleistung Hörtest und dem Produkt Hörgerät könnten sich Drogerien als glaubwürdige Experten in Fragen der Gesundheit und Lebensqualität weiter profilieren, glaubt Müllner.

Kunden geben positives Feedback

Julia Bürgisser ist in der Swidro Drogerie Hüttlinger im bernischen Schwarzenburg verantwortlich für den standardisierten Hörtest, den die Drogistin mit der Sonetik-Software durchführt. Dazu wurde sie vom Hersteller geschult. Das Programm zeichnet eine Hörkurve auf und eruiert, ob ein Hörverlust vorliegt. Dazu ermittelt die Software, welches der vier vorprogrammierten Geräte für den Kunden das richtige ist. Die Sonetik-Geräte sind für Menschen mit einem altersbedingten leichten bis mittleren Hörverlust ausgelegt. Test, Auswertung, Beratung und individuelle Anpassung der Schallschläuche und Ohrpassstücke dauern rund eine Stunde. Die Kunden erhalten ein kostenloses Probeergerät, das sie in Alltagssituationen während einer



Bei nachlassendem Hörvermögen lohnt sich eine genaue Abklärung durch Fachpersonal. Die Drogerie hat auf dem Markt mit Hörtests und Hörgeräten eine gute Position, da sie von ihrem Ruf als Beraterin in Sachen Gesundheit und Lebensqualität profitiert.

Woche unverbindlich testen können. «Etwa acht von zehn kaufen das Gerät danach», sagt die Drogistin. Rund 25 bis 30 Hörgeräte gehen bei ihr jährlich über den Ladentisch. Reklamationen, etwa weil das Gerät nicht halten würde, was es verspricht, gebe es praktisch keine.

«Das Feedback der Kunden ist äusserst positiv», sagt auch Manuel Schneider von der Impuls-Drogerie Schneider und ergänzt: «Dieses Angebot festigt unsere Position und unser Image als erste Ansprechpersonen in Gesundheits- und Vorsorgefragen.» Zum ortsansässigen Akustiker schickt Schneider die «komplizierten» Fälle. Also all jene, deren Hörschwäche ausserhalb der Sonetik-Gerätepalette liegt. Neben Imagestärkung und Kundenbindung bergen Hörgeräte auch die Möglichkeit zur Umsatzsteigerung, meint Sonetik-Chef Markus Müllner: Bei einem zeitlichen Aufwand von einer Stunde und einem Umsatz von 990 Franken für zwei Geräte erhält die Drogerie rund einen Drittel des Kaufpreises. Etwas höher liegt die Marge bei den Zusatzverkäufen wie Batterien, Schallschläuchen oder Feuchttüchern.

Das günstige oder das teure Modell?

Die Preisdifferenzen bei Hörgeräten sind enorm. Die Preise bewegen sich zwischen knapp 500 und mehreren Tausend Franken. Die Herstellungskosten betragen jedoch lediglich um die 50 Franken. Wie ist dieser riesige Unterschied zu erklären? «Auch einfache Hörgeräte sind technisch einwand-

frei und in der Regel von guter Qualität», sagt Georg Simmen von Pro Audito Schweiz. Die High-End-Hörgeräte der grossen Hörgerätefirmen würden aber Zusatzfunktionen bieten, die ein günstiges Hörgerät nicht habe. «Diese Zusatzfunktionen benötigen mehr Zeit für die Anpassung, weil der Akustiker alle Funktionen individuell einstellen muss», erklärt Simmen. Und das kostet. Jemandem mit einem komplexen Hörproblem, der stark in der Hörfähigkeit eingeschränkt und auf eine reibungslose Verständigung angewiesen ist, rät Simmen trotz Kosten zu einem solchen Produkt. Da Hörgeräte als medizinisches Gerät zugelassen sind, leisten IV und AHV Beiträge. Verschlechtert sich das Gehör im Lauf der Zeit, kann ein Gerät aus dem Hörgerätefachgeschäft nachjustiert werden, was bei einem preiswerten Sonetik-Modell nicht möglich ist.

Auch **Dorothe Veraguth**, Leitende Ärztin an der Klinik für Ohren-, Nasen-, Hals- und Gesichtschirurgie der Universität Zürich, unterscheidet je nach Hörproblem: Da der Hörverlust schleichend sei, lohne sich der Gang zum Hörgeräteakustiker für jene, die schon ab dem 50. Lebensjahr nicht mehr gut hören würden. Wer aber erst im höheren Alter langsam Hörprobleme habe, fahre mit den günstigeren Geräten in vielen Fällen gut, sagt die Ärztin in einem Artikel in der «NZZ».

Claudia Merki