

PRESSEINFORMATION

GEERS startet neue TV-Kampagne – Gutes Hören als Superkraft des Alltags

Dortmund, 19. Dezember 2024 – GEERS, Deutschlands führender Hörakustiker, präsentiert seine neue deutschlandweite TV-Kampagne, die modernes Hören in den Mittelpunkt stellt. Gemeinsam mit Entertainer Thomas Gottschalk macht GEERS auf unterhaltsame Weise erlebbar, wie innovative Hörlösungen, wie zum Beispiel das KI-gestützte *Phonak Audio Sphere™ Infinio*, den Alltag bereichern und zu einem Schlüssel für mehr Lebensqualität werden.

Unter dem Motto „*Ich höre was, was du nicht hörst*“ setzt GEERS auf eine lebendige Erzählweise, die modernes Hören als Superkraft inszeniert. Der TV-Spot startet ab 23. Dezember und zeigt alltägliche Momente, in denen die Vorteile moderner Hörlösungen spielerisch verdeutlicht werden. Mit charmannten Szenen, in denen auch GEERS Testimonial Thomas Gottschalk einen Auftritt hat, gelingt es, die Bedeutung von gutem Hören auf emotionale und unterhaltsame Weise in den Fokus zu rücken. „Klares und müheloses Hören bedeutet, mitten im Leben zu stehen, kleine und große Momente klar zu erleben und sich dadurch jeder Situation verbunden zu fühlen. Mit unserer neuen Kampagne wollen wir ein klares Zeichen setzen: Hörlösungen sind ein selbstverständlicher Teil eines aktiven Lebens und machen es einfacher, die jeweilige Umgebung in ihrer ganzen Vielfalt wahrzunehmen“, erklärt Arthur Romijn, Geschäftsführer von GEERS.

Gutes Hören als Superkraft des Alltags

Mit dem neuen Werbespot möchte GEERS sowohl auf die Vorteile innovativer Hörtechnologien aufmerksam machen als auch verdeutlichen, wie modernes Hören den Alltag bereichert. Der TV-Spot beleuchtet dafür die Klangerfahrungen unterschiedlichster Protagonisten in verschiedensten Situationen: von der Vortragenden im Konferenzsaal, die jede Frage aus dem Publikum mitbekommt, über den Konzertliebhaber, der endlich wieder Mahlers Fünfte genießen kann bis hin zur Oma, die die Stimme ihres Enkels aus der Entfernung klar hört. Thomas Gottschalk, der selbst die KI-gestützte Hörlösung *Phonak Audio Sphere™ Infinio* trägt, bringt nicht nur seine unverwechselbare Präsenz in die Kampagne mit ein, sondern vermittelt mit seiner humorvollen Leichtigkeit, wie selbstverständlich gutes Hören heutzutage sein kann: „Manche Dinge im Leben sind einfach zu wichtig, um sie unter ‚Werbung‘ abzuhaken. Ich kann aus eigener Erfahrung sagen: Wer gutes

Hören einmal erlebt hat, will nie wieder darauf verzichten. Es ist wie eine Superkraft für den Alltag“, erklärt der Entertainer.

Über GEERS

GEERS begleitet seit 70 Jahren Menschen mit Hörminderung auf dem Weg zurück zum guten Hören. Der Hörakustik-Spezialist bietet seinen Kunden moderne und qualitativ hochwertige Hörlösungen sowie ein herausragendes Beratungs- und Serviceangebot. Durch die interdisziplinäre Zusammenarbeit mit Medizinern und Wissenschaftlern, die Entwicklung neuer Anpassverfahren und die Einrichtung von spezialisierten Kinderhörzentren trägt GEERS dazu bei, die Lebensqualität von Menschen mit Hörminderung zu verbessern.

GEERS ist eine Marke der Sonova Retail Deutschland GmbH mit Sitz in Dortmund und Teil von Sonova Audiological Care, das über eines der weltweit größten Filialnetze in der Branche verfügt und seinen Kunden erstklassigen Service und Expertise mit den technologisch fortschrittlichsten Lösungen bietet. Mit rund 750 audiologischen Fachgeschäften und rund 2.200 Mitarbeitenden ist GEERS der führende Hörakustiker in Deutschland.

www.geers.de

Über Sonova

Sonova mit Hauptsitz in Stäfa in der Schweiz ist ein führender Anbieter von innovativen Lösungen rund um das Thema Hören. Die Gruppe ist im Markt durch ihre Kernmarken Phonak, Unitron, Hansaton, Advanced Bionics und die Marken des Audiological-Care-Geschäfts vertreten, wie zum Beispiel AudioNova, Geers, Boots Hearing Care, Connect Hearing und Lapperre. Sonova bietet ihren Kunden eines der umfassendsten Produktportfolios der Branche – von Hörgeräten über Cochlea-Implantate bis hin zu drahtlosen Kommunikationslösungen.

Sonova verfolgt eine einzigartige, vertikal integrierte Geschäftsstrategie. Die drei zentralen Geschäftsfelder der Gruppe – Hörgeräte, Audiological Care und Cochlea-Implantate – operieren entlang der kompletten Wertschöpfungskette im Markt für Hörlösungen. Mit über 50 Vertriebsgesellschaften und mehr als 100 unabhängigen Distributoren verfügt die Gruppe über das weitreichendste Vertriebs- und Distributionsnetzwerk der Branche. Dieses Netzwerk wird durch das Audiological-Care-Geschäft von Sonova ergänzt, welches professionelle audiologische Dienstleistungen an rund 3.300 Standorten in 20 Schlüsselmärkten anbietet.

Über alle Geschäftsbereiche hinweg und durch die Unterstützung der Hear the World Foundation verfolgt Sonova die Vision einer Welt, in der jeder Mensch die Freude des Hörens und damit ein Leben ohne Einschränkungen genießen kann.

Für weitere Informationen besuchen Sie bitte www.sonova.com und www.hear-the-world.com.

Ansprechpartner für Medien

Leonhard Doppler

mail@presse.geers.at