

audio

ZELGER MAGAZINE

20

20 JAHRE AUDIO

mit Jubiläums-Gewinnspiel



*Liebe Leserinnen,
liebe Leser,*

nachdem die letzte Zeitschrift Corona-bedingt nicht zugestellt werden konnte, freut es uns ganz besonders, dass Sie nun diese etwas „spezielle“ Ausgabe der audio in Händen halten. Im Juni vor 20 Jahren haben wir die erste Ausgabe unseres Kundenmagazins herausgegeben. Seitdem ist unser Unternehmen, auch dank Ihres Vertrauens, stetig gewachsen, und mit ihm die audio. Wenn Zelger heute als Marke wahrgenommen wird, ist dies auch der Verdienst dieser Zeitschrift, die stets die Unternehmenswerte kommuniziert und „lesbar“ gemacht hat.

Das 20. Jubiläum der Zeitschrift ist zugleich schon deren 60. Ausgabe. In dieser Jubiläumsausgabe wollten wir die wichtigsten Momente in der Entwicklung der Zeitschrift und unseres Unternehmens Revue passieren lassen. Und wir wollten, dass die Mitarbeiter selbst diesen Rückblick erzählen und kommentieren – daher hat diese Ausgabe der audio einen etwas anderen Aufbau als Sie es gewohnt sind.

Trotz des Sondereinsatzes der Hörex-perten in diesem Heft braucht es weiterhin ein Team, das sich speziell der audio widmet. Dies ist daher auch die Gelegenheit all jenen zu

danken, die daran mitarbeiten, dass diese Zeitschrift stets aufs Neue ihre Leser kompetent und anschaulich informiert: dem Redaktionsteam, dem presserechtlich Verantwortlichen, der Grafikagentur. Insbesondere aber danke ich Ihnen, liebe Leser, die Sie all die Jahre der audio treu geblieben sind, und ebenso den Kunden, die mit ihren Erfahrungsberichten Wesentli-ches beigetragen haben.

Ich wünsche Ihnen wie immer eine angenehme Lektüre – dieses Mal in „festlichem“ Rahmen.

Roland Zelger
Roland Zelger

Gewinnspiel „20 Jahre audio“!

Die audio will sich bei Ihnen, liebe Leser, für Ihre Treue bedanken. Anlässlich des 20-jährigen Bestehens der Zeitschrift verlosen wir **5 iPads***. Was Sie tun müssen, um zu den glücklichen Gewinnern zu gehören? Ganz einfach: Lesen Sie die Texte in der vorliegenden audio aufmerksam durch, dann finden Sie sicher die Lösungen für die Fragen unseres Gewinnspiels.

Die Teilnahmebedingungen und den Teilnahme-schein, auf dem Sie die Fragen des Gewinnspiels beantwor-ten können, finden Sie auf unserer Homepage unter www.zelger.it/audio.

Folgende Fragen müssen Sie auf dem Teilnahme-schein des Gewinnspiels beantworten, um eines der **5 iPads*** gewinnen zu können:

- Wann wurde das Unternehmen Zelger gegründet?
- Wie viele Mitarbeiter hat das Unternehmen Zelger Hörex-perten?
- Wie lautet die Abkürzung der kleinsten Im-Ohr-Hörsysteme?

Um den Teilnahme-schein ab-schicken zu können, müssen Sie den Gewinnspiel-Code „2020“ eingeben!



Seite an Seite: 20 Jahre audio

Vom einfarbigen 4-Seiter zum 4-farbigem 12-Seiter: Parallel zum Unternehmen Zelger hat sich sein wichtigstes „Organ“ kräftig entwickelt – vom Mitteilungsblatt zum Kundenbindungsinstrument. Der runde Geburtstag der Firmenzeitschrift ist Grund genug zurückzuschauen auf zwei Jahrzehnte Unternehmenskommunikation im Wandel.

Im Juni 2000 eröffnete die erste Ausgabe der Zeitschrift, die damals noch „Audio News“ hieß, den Reigen der noch bunt gemischten Inhalte aus der Welt des Hörens. Schon bald hoben sich jedoch die Berichte zu den Leistungen der neuartigen digitalen Hörgeräte ab.



Seniorchef Heinrich Zelger erinnert sich: „Unser Unternehmen wurde 1982 unter dem Namen ‘ZTS - Zentrum Taubheit Südtirol’ gegründet. Mit der Einführung der Audio News im Jahre 2000 firmierten wir den Firmennamen in ‘Zelger’ um. Dies geschah aus zweierlei Gründen: Mit der Streichung des Begriffs „Zentrum Taubheit“ wollten wir verstärkt auf unsere Tradition als Familienunternehmen setzen. Zum anderen wollten wir damit aber auch gezielt zur Entstigmatisierung von Hörsystemen und deren Nutzern in der Gesellschaft beitragen. Hörsys-

temträgern haftete nämlich noch vielfach das Image des „Alt- und Taubseins“ an, bedingt auch durch Vorurteile gegenüber Hörgeräten. Da damals gerade die digitalen Hörsysteme die analogen ablösten, wurden diese Vorbehalte aber hin-fällig und wir wollten auch über das Medium Audio News für mehr Akzeptanz sorgen.“

Interaktion mit den Kunden

Mit der Anerkennung der Leistung von Hörsystemen stieg auch der Anspruch an die Kommunikation. Im Jahr 2002, anlässlich des 20-jährigen Bestehens von Zelger, wurde das Mitteilungsblatt mit der Eintragung beim Landesgericht Bozen zur Zeitschrift und damit sozusagen „erwachsen“. Damals gab es auch ein erstes, in der Zeitschrift veröffentlichtes Gewinnspiel, bei dem die Frage zu beantworten war: „Beim Kauf wie vieler Zelger Hörgeräte-Batterien erhält man jetzt eine 6er-Packung kostenlos?“ Kundennutzen und Interaktion mit den Kunden traten in der Redaktionsarbeit langsam in den Vordergrund gegenüber der reinen Produktinformation, die dem Leser mithilfe des Glossars „audioInfo“ auch begrifflich näher gebracht wurde. Auch den Erfahrungen der Kunden mit ihren Hörsystemen wurde immer mehr Platz eingeräumt und dafür sogar eine eigene Rubrik eingeführt: die „Hör-

Erlebnisse“, meist mit Kundeninterviews. Schriftlich bei der Redaktion eingehende Fragen zum praktischen Umgang mit den Hörhilfen und damit zusammenhängenden Belangen beantworteten schon seit einigen Jahren regelmäßig die HÖRExperten auf der Beratungsseite „Der Experte antwortet“.

Unterstützung aus dem Netz

„Schon längst ist Internet kein Fremdwort mehr – auch nicht für ältere Generationen“, so stand es in der Ausgabe 1/2003 anlässlich der Präsentation der neuen Firmenwebseite. Seitdem unterstützen und ergänzen sich die Zeitschrift und die Webseite gegenseitig. Heute kann man auf www.zelger.it die audio online lesen und sich parallel und vertiefend zur Zeitschrift über Produkt-





Astrid Steinmair, Marketingverantwortliche von Zelger, erklärt das gereifte Kommunikationskonzept: „Im Vergleich zu früher hat sich inhaltlich der Schwerpunkt geändert: weg vom Produkt und hin zum Kundennutzen. Und natürlich sind die Kanäle, über die wir kommunizieren, vielfältiger geworden. Heute binden wir verstärkt Internetauftritt und Facebook in unsere Marketingaktivitäten mit ein, um für Kunden nutzbringende Inhalte und Interaktionsmöglichkeiten zu bieten.“

neuheiten und neue Forschungsergebnisse informieren.

Der Kreis erweitert sich

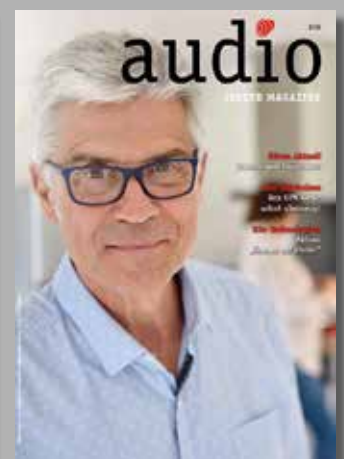
Mit der Ausgabe 1 des Jahres 2005,

als auch das neue Zelger Center in der Romstraße in Bozen ästhetische Maßstäbe für die Unternehmensentwicklung setzte, kam Farbe in die Zeitschrift. Bis dahin war die audio „eintönig“ erschienen, zuerst noch in der Signalfarbe Rot, die auf ein gesellschaftlich lange unterbewertetes Thema aufmerksam machte und dann in dezenterem Blau. Nun erweiterte sich mit dem Kreis der Interessenten und der Themenvielfalt für Menschen mit Hörproblemen auch das Farbspektrum auf den 4c-Druck. Das Rot im Firmenlogo von Zelger Hörexperten setzt jedoch weiterhin, auch im aktuellen audio-Schriftzug, das „Tüpfelchen aufs i“. Im Zuge der Expansion des Unternehmens wurde 2008 eine eigene Ausgabe für die Kunden im Raum Verona eingeführt, als deutliches Zeichen für die Entwicklung von Zelger im oberitalienischen Gebiet. Ein Jahr später wurde das Layout gründlich erneuert, die Seitenanzahl erweitert und das Heft als getrennte Ausgabe auf Deutsch und Italienisch herausgegeben. Die Heftstruktur erreichte nun allmählich ihren heutigen Inhaltsumfang: neben den Erlebnis- und Serviceseiten Berichte über Hörtrends, wissenschaftliche Erkenntnisse, neue Produkte und Technologien. Die in den letzten Jahren gewachsene Rubrik

„Menschen & Fakten“ informiert den Leser über die verschiedenen Initiativen von Zelger Hörexperten im Fortbildungs- und Veranstaltungsbereich und zeigt die Menschen im Unternehmen: eine ebenfalls stetig gewachsene Zahl motivierter Mitarbeiter.

Selbstbewusst im Vordergrund

2011 berichtete die audio über eine von Zelger in Auftrag gegebene Studie, die ergab, dass direkt oder indirekt fast die Hälfte der Einwohner von Südtirol und Venetien von Hörproblemen betroffen war. Diesem Phänomen, das nun offensichtlich keine Randerscheinung mehr war, geht die audio seitdem in allen Facetten nach. 2014 bekam die Zeitschrift außer der festen Rubrikeneinteilung auch ihren heutigen Namen: „audio Zelger Magazine“. Damit wurde eine Entwicklung abgeschlossen, die Menschen mit Hörminderung selbstbewusst in den Vordergrund stellt (audio = ich höre!) und gleichzeitig den Anspruch des Unternehmens unterstreicht, sein Konzept der Kundenbetreuung im norditalienischen Raum fest zu etablieren. Heute wird die audio in einer Auflage von über 20.000 Stück als 12-seitige Firmenzeitschrift viermal im Jahr an Kunden, Ärzte und andere Interessierte in Norditalien verteilt. 🍷



2000–2020: die goldene Ära der Hörgeräte

Als die erste Ausgabe unserer Zeitschrift erschien, war der Wandel von analogen zu digitalen Hörsystemen voll im Gange. Seither konnten wir in der audio zahlreiche technische Neuerungen vorstellen und erklären. Hier einige der wichtigsten Etappen.

„Ich trage die Hörsysteme seit ein paar Wochen und ich traue meinen Ohren kaum! Der Klang ist so viel natürlicher, einfach klasse.“ Das schrieb die damals 36-jährige Kirsten in der audio 3/2003 über ihre Erfahrungen mit Gaia, einem



Digitale Gaia-Hörsysteme aus dem Jahre 2003

der ersten digitalen Hörsysteme, die sie sich bei Zelger anpassen ließ. Heute gibt es fast nur noch volldigitale Hörsysteme, doch vor 20 Jahren stellten sie eine Revolution dar. Erstmals nämlich konnte damit Nutz- von Störschall unterschieden und somit Sprache viel deutlicher hervorgehoben werden. Ein weiterer Vorteil der digitalen Systeme lag darin, dass sie vom Hörakustiker optimal eingestellt werden konnten. Während sich daher bei den analogen Hörgeräten noch der Nutzer dem Hörsystem anpassen musste, war es nun umgekehrt, das Hörsystem ließ sich dem Nutzer individuell anpassen.

Software statt Schraubenzieher

Die erste Anpass-Software wurde bei Zelger im Jahre 2003 eingeführt. Sie

enthielt eine Datenbank mit unterschiedlichen Verstärkungsstrategien, aus denen der Hörakustiker je nach Alter und Lebensstil des Nutzers automatisch die optimale Einstellung auswählen konnte. Ein Quantensprung, wenn man bedenkt, dass die Verstärkung zuvor nur geringfügig und händisch – mit einem kleinen Schraubenzieher – an den individuellen Hörverlust angepasst werden konnte.

„Offene Ohren“

Die nächste wichtige Verbesserung ergab sich mit der Einführung der so genannten offenen Anpassung, mit der es gelang, den Okklusionseffekt, also den Verschluss des Gehörgangs beim Gähnen oder Kauen, zu beseitigen, bei dem für den Hörsystemträger unnatürliche Klänge entstanden. Die ersten Hörsysteme, die bei Zelger offen angepasst werden konnten, hießen „Adapto“. Sie erzielten eine bis dahin unerreichte natürliche Klangqualität, da sie Rückkopplung in Bruchteilen von Sekunden aus dem Klangprofil entfernten und gleichzeitig alle anderen Klänge erhalten blieben.

Künstliche Intelligenz im Ohr

Die Einführung der künstlichen Intelligenz stellte einen weiteren bedeutenden Fortschritt in der Hörsystementwicklung dar und fand in der

internationalen Presse ein starkes Echo. „Künstliche Intelligenz wird dazu genutzt, den Verarbeitungsweg des Hörens in einem menschlichen Gehirn nachzuempfinden“, schrieb das Wirtschaftsmagazin Business Week 2005. Zelger widmete dem Hörsystem „Syncro“ eine ganze Ausgabe der audio, die Kunden äußerten sich in der Ausgabe 1/2005 begeistert: „Syncro ist wie ein neues Gehör! Ich kann jetzt im Restaurant sogar die Gespräche am Nachbartisch verstehen“ (Wolf). „Ich kann mich sogar unterhalten, während ich Auto fahre“ (Helen). „Ohne zu übertreiben: Ich war von der vollen Klangfarbe direkt begeistert. Mein erster Gedanke war: Wie ein guter Wein – vollmundig!“ (Manfred).

Beidseitig statt einseitig

2007 nahm Zelger die ersten Hörsysteme mit binauraler Technologie in das Sortiment auf. Diese Technologie ermöglicht im Falle einer beidseitigen Hörversorgung die Koordination des



Binaurale Technologie in Epoq-Hörsystemen 2007

links- und rechtsseitigen Hörsystems, die bis dahin unabhängig voneinander funktionierten und lediglich die Lautstärkeunterschiede ausglich. Träger von binauralen Systemen konnten nun Klänge viel besser lokalisieren und einen natürlichen Raumklang erleben, der dem Effekt des beidseitigen Hörens nachempfunden ist. Die im Juni 2007 vorgestellten Epoq-Geräte kommunizierten nicht nur miteinander, sie waren auch die ersten Bluetooth-kompatiblen Hörsysteme und setzten zugleich mit dem Ex-Hörer Konzept neue ästhetische Maßstäbe.



Hörexperte Willi Weißensteiner:

„Die Einführung zuerst der digitalen Technologie und dann der künstlichen Intelligenz eröffnete Menschen mit Hörproblemen bisher ungeahnte Möglichkeiten. Die Signalverarbeitung wurde wesentlich verbessert und die Geräte wurden kleiner und diskreter. Ganz langsam vollzog sich ein Imagewandel, weg von klobigen und pfeifenden Geräten, hin zu benutzerfreundlichen und leistungsfähigen Hörsystemen.“

Designobjekt statt Prothese

Man kann die Entwicklung seit dem Jahr 2000 etwa so umreißen: von der auffälligen und technisch nicht ausgereiften Prothese zum winzigen Hightech-Kommunikationsprodukt

mit formschönem Design, für das manches Modell sogar einen Preis einheimste. Hinter-dem-Ohr-Systeme mit Ex-Hörer-Technologie (RITE) ersetzen den bisher verwendeten dickeren Schallschlauch durch ein hauchdünnes, sehr unauffälliges Hörerkabel. Auch bei den Im-Ohr-Systemen schritt die Miniaturisierung stetig voran, etwa durch per Lasertechnologie hergestellte Schalen. 2014 kamen die ersten IIC-Hörsysteme auf den Markt, die kleinste Form der Im-Ohr-Geräte, die seitdem nahezu unsichtbar im Ohr verschwinden.

Batteriewechsel ade!

Mit diesem Titel kündigte die audio 3/2016 eine von vielen Hörsystemnutzern seit langem erhoffte Neuerung an: aufladbare Hörsysteme. Der Batteriewechsel gehörte somit der Vergangenheit an. „Audéo B-R“ von Phonak waren die ersten aufladbaren Hörsysteme, die bei Zelger erhältlich waren.



Hörexpertin Ilaria Polito:

„Die Nutzer möchten unauffällige Geräte und nach Möglichkeit vergessen, dass sie überhaupt Hörsysteme tragen. Smartphone, Tablet und soziale Medien gehören mittlerweile auch für ältere Menschen zum Kommunikationsalltag, weshalb die Nachfrage nach Konnektivität und Geräten mit wireless-Anbindung

zunimmt. Eine wesentliche Neuerung im Vergleich zu den früheren Hörsystemen ist die Aufladbarkeit, die von den Nutzern immer mehr nachgefragt wird.“

Generationswechsel:

OPN-Hörsysteme

Ebenfalls 2016 legte Hersteller Oticon mit „OPN“ die Grundlage für eine neue Generation von Hörsystemen, die alle Klänge in der Umgebung blitzschnell analysieren und alle Geräusche ausblenden, die Sprachverstehen stören. „OPN“ setzte aber auch neue Maßstäbe in der Konnektivität, etwa indem der Nutzer seine Geräte über Internet mit anderen internetbasierten End-



Die neueste Generation: OPN-S-Hörsysteme

geräten vernetzen oder sich drahtlos und ohne Streamer mit dem iPhone und anderen Endgeräten verbinden konnte. Letztes Jahr erschien dann die weiterentwickelte Technologie „OPN S“ mit einem neuen System des Rückkopplungs-Managements. Lästiges Pfeifen wird nun schon verhindert, bevor es überhaupt entstehen kann, das Sprachverstehen weiter verbessert.

Vielseitiger Alltagsbegleiter

In den letzten 20 Jahren haben sich Hörsysteme somit zu zuverlässigen Helfern im Ohr entwickelt, die vollau-

tomatisch alle Hörsituationen optimal verarbeiten und den Träger dank Tragekomfort und Batterieleistung auch zeitlich nahezu uneingeschränkt begleiten. Heute sind sogar Hörsysteme erhältlich, die mehrere Wochen im Ohr bleiben können, wie etwa das Modell „Lyric“ von Phonak. Auch die Vernetzung schreitet weiter voran. Verschiedene App-unterstützte Zusatzdienste wie die Fernregulierung durch den Hörakustiker oder eine Übersetzungsfunktion, zum Beispiel für Urlaubsaufenthalte, bieten zusätzliche Unterstützung und können bequem über das Smartphone bedient werden. Auch in Zukunft wird die Entwicklung der Hörgeräte sicher weiterhin aufhorchen lassen.



Hörexperte Luca Boscaini:

„Künftig wird sich der Nutzer von Hörsystemen verstärkt in einem von digitalen Medien geprägten Umfeld bewegen. Der Trend geht sicherlich dahin, Hörsysteme im Zusammenhang mit dem persönlichen und technischen Umfeld noch benutzerfreundlicher zu machen, besser zu vernetzen und zusätzliche Funktionen über Smartphones anzubieten.“ 📱

**Von Anfang an eine feste Rubrik:
Hier das audioInfo der Ausgabe
3/2003:**

AUDIO INFO

Digital

Digitale Signalverarbeitung bedeutet, dass der Schall nicht in Form zeitlicher Spannungsänderung, sondern in digitaler Form als Folge von Zahlen (Einsern und Nullen) verarbeitet wird. Die Zahlen enthalten in verschlüsselter Form die Informationen über Frequenz und Lautstärke des ursprünglichen Signals. Digitale Hörsysteme arbeiten wesentlich präziser und erlauben, Teile eines Signals zu verarbeiten (z. B. nur den Nutzschall). Dies ist mit analoger Signalverarbeitung nicht möglich.

Feedback

Feedback ist der englische Fachausdruck für Rückkoppelung. Unter Rückkoppelung versteht man das lästige Pfeifen bei Hörsystemen, das entstehen kann, wenn der verstärkte Schall zum Mikrofon gelangt, wie z. B. bei zu großer Lautstärke. Moderne Hörsysteme haben eine dynamische Pfeifunterdrückung. Somit ist lästiges Pfeifen ausgeschlossen.

Hörschwelle

Unter Hörschwelle versteht man die Grenze der hörbaren Töne des Gehörs. Sie wird im Audiogramm dargestellt. Mit dem Audiometer wird die Hörschwelle Frequenz für Frequenz ermittelt. Hörschwellen werden in dB HL angegeben,

Taschengerät

Das Taschengerät kann als „Ahne“ der modernen Hörsysteme bezeichnet werden. Es war bis vor 50 Jahren das einzige Hörgerät. Das Gerät wurde in der Tasche getragen und ein am Ohr sitzender Hörer war mittels Kabel am Gerät verbunden.



Die Hörexperten erzählen ihr Unternehmen

In 20 Jahren vom „Zentrum Taubheit Südtirol“ in Bozen zu den „Zelger Hörexperten“ mit Filialen in ganz Norditalien: Für unser Unternehmen war die Geburtsstunde der Firmenzeitschrift im Jahr 2000 zugleich das Signal für den Aufbruch zu neuen Ufern. Die Hörexperten selbst beschreiben ihre Erfolgsgeschichte.



Roland Zelger, der das Unternehmen in zweiter Generation leitet:

„Wir haben damals beschlossen, uns ganz neu zu positionieren: als kompetenter und verlässlicher Partner für Menschen mit Hörproblemen, denen wir eine Steigerung ihrer Lebensqualität ermöglichen wollten. Die technische Entwicklung jener Jahre machte für unsere Kunden erstmals wirklich gutes Hören möglich und damit konnten wir ihnen mehr bieten als den reinen Hörgerätehandel. Die Entwicklung vom klassischen Hörgeräteanbieter zum Hörexperten ergab dann die Notwendigkeit, auch unsere Räumlichkeiten entsprechend auszurichten. So ist das Konzept der Zelger Center entstanden.“

Das Jahr 2000 war für das 1982 gegründete Unternehmen der Beginn einer bedeutenden Wende: Nicht nur verschwand die nicht mehr zeitgemäße Bezeichnung „ZTS - Zentrum Taubheit Südtirol“ und der Firmenname wandelte sich in „Zelger“. Vielmehr entsprach diese Umfirmierung einer inhaltlichen Neuausrichtung des Unternehmens und einem neuen Erscheinungsbild der Hörgeräte-Filialen, das in den folgenden Jahren konsequent umgesetzt wurde. Die Zelger Center wurden in der Folge zum Ausdruck der Unternehmenswerte und haben wesentlich dazu beigetragen, dass Zelger auch als Marke wahrgenommen wird. Gleichzeitig lässt sich an ihnen die Expansion von Zelger Hörexperten nachvollziehen: vom einstigen 2-Mann-Betrieb zum bedeutenden Hörsystemanbieter mit einem Team von über 30 Mitarbeitern. Das erste Zelger Center war das Zelger Center Bozen. Das Konzept des Zelger Centers verknüpft innovative Technik und moderne audiologische Ausstattung mit angenehm wohnlicher Atmosphäre.

Was ist das Besondere am Zelger Center?

Der Kunde wird in persönlicher Atmosphäre betreut und die Mitarbeiter



Hildegard Huber, die seit 20 Jahren in der Buchhaltung Zelger die Zahlen in Ordnung hält, erinnert sich:

„2005 sind wir in Bozen vom ursprünglichen Firmensitz in der Turinstraße in das neue Geschäftslokal in der Romstraße umgezogen. Unsere Kollegen aus Verona kamen uns beim Umzug zur Hilfe. Das Arbeiten wurde nun viel angenehmer als im alten Geschäft. Ich bekam ein eigenes Büro, wo ich viel Ruhe und mehr Platz zum Einräumen der Akten hatte. Diese wurden ja mit dem Wachstum des Betriebes immer mehr.“

können dank der funktionellen Raumgestaltung ihr Potenzial entfalten. Ein Leitsystem führt den Kunden vom Eingangsbereich, wo er sich informie-

ren, Prospekte einsehen und Zubehör kaufen kann, zum Wartebereich und schließlich in den Anpassraum, wo er von den Hörexperten professionell betreut wird. Dieses Konzept wurde in allen Zelger Filialen umgesetzt.

Wohin führt der Weg des Unternehmens?

Roland Zelger lässt an seinen strategischen Zielen keinen Zweifel:

„Erklärtes Ziel war es schon immer, unser Betreuungsangebot auf der gesamten Achse vom Brenner bis nach Padua auszubauen, wobei wir die Marktführerschaft anstreben. Die Auswahl der Standorte für neue Zelger Center wird mit Bedacht an strategisch interessanten Positionen gewählt. Eine nachhaltige Entwicklung ist ein wesentlicher Bestandteil unserer Unternehmensphilosophie“.

Gesagt, getan, könnte man sagen: „Zelger und Favale gehen jetzt gemeinsame Wege“, titelte die Audio News 3/2004. Mit der Übernahme des traditionsreichen Veroneser Hörgeräte-Unternehmens Sordità Favale bestätigte Zelger seine Unternehmensziele im norditalienischen Raum. In den folgenden

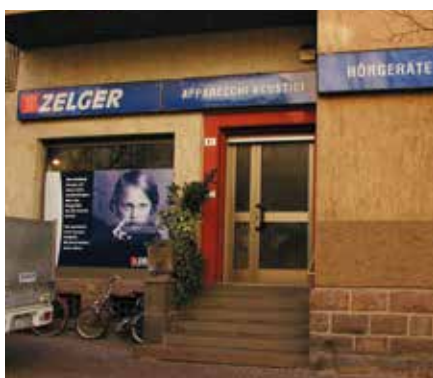


Jahren wurden nach dem Hauptsitz in Bozen und den Zelger Centern Meran und Bruneck fünf Zelger Center in der Provinz Verona eröffnet, 2012 das Zelger Center Brixen.

2016 folgten weitere drei in der Provinz Padua und 2017 eines in Trient. Mittlerweile betreibt das Unternehmen 14 Zelger Center in Südtirol, Trient, Verona und Padua – und seit Anfang Juni auch eines in Turin. Mit dieser Entwicklung einhergehend wurde der Unternehmensname Zelger immer mehr zur Marke.

Welche Unternehmenswerte stützen die Marke Zelger?

Zelger steht für klar definierte Werte, die in allen Zelger Filialen auch intern gelebt werden. Der Qualitätsanspruch des Unternehmens hat sich zunehmend auf das wachsende Dienstleistungspaket konzentriert, das eine personalisierte Kundenbetreuung in den Mittelpunkt stellt. Um dieser Ausrichtung verstärkt Ausdruck zu verleihen, wurde 2010 der Begriff „Hörexperten“ ins Firmenlogo integriert. „Auf Experten hören: Menschen mit Hörproblemen mehr bieten



Erster Zelger-Firmsitz in der Turinstraße in Bozen



Heutiger Firmsitz in der Romstraße



Wartebereich mit aktuellen Plexiglas-Trennungen



Einheitlicher Empfangsbereich in den Zelger Centern



Sekretärin Claudia Ceccato vom Zelger Center Padova:

„Die Marke Zelger steht für Sicherheit und Vertrauen, für eine professionelle Arbeitsweise und ein Höchstmaß an Personalisierung. Wer zu uns kommt, erhält nicht nur ein modernes und maßgeschneidertes Produkt. Er oder sie erfährt auch eine an Qualitätsmaßstäben orientierte vertrauensvolle, persönliche Beziehung und kompetente Betreuung, was letztendlich ausschlaggebend für die Zufriedenheit der Kunden ist“.

als nur Hörsysteme, um besser zu hören“, lautete die Begründung für die Entscheidung in der Audio News 2/2010. Im direkten Verhältnis zum Kunden verstehen sich die Hörexperten heute auch als persönliche Hörtrainer.



Hörexpertin Margot Trevisan:

„Hören beginnt mit Verstehen: Vom Hörakustiker werden Sorgfalt, Einfühlungsvermögen und die Bereitschaft zuzuhören erwartet. Denn die Kunden suchen individuelle Lösungen für ihre jeweiligen Bedürfnisse. Sie erwarten sich beste Hörleistung, Benutzerfreundlichkeit und optimalen Einsatz der Hörsysteme in ihrem

persönlichen Alltag. Dies geht weit über eine standardmäßige Anpassung der Hörsysteme unter rein technologischen Gesichtspunkten hinaus. Deswegen hat sich in den letzten Jahren bei uns auch das Konzept des persönlichen Hörtrainers durchgesetzt, der jedem Zelger-Kunden als individueller Hörberater und Vertrauenspartner während und noch lange nach der Anpassungsphase zur Seite steht.“

Welche Ziele verfolgt der Unternehmensbereich „Zelger Training“?

„Um mit der modernen Technik Schritt zu halten, hat Zelger Hörexperten das Augenmerk verstärkt auf Information und Weiterbildung gelegt“, steht in Ausgabe 1 der Audio News von 2013. Im selben Jahr wurde mit „Zelger Training“ ein eigenständiger Unternehmensbereich gegründet – eine logische Konsequenz der Ausrichtung, die für eine qualitativ hochwertige Betreuung die Mitarbeiter in den Mittelpunkt stellt.



Der wissenschaftlich Verantwortliche von Zelger Hörexperthen, Ing. Daniele Tregnaghi:

„Mit Zelger Training bündeln wir unsere Weiterbildungsmaßnahmen für Mitarbeiter und medizinisches audiologisches Fachpersonal. Unsere Mitarbeiter unterscheiden sich von den Wettbewerbern und sind letztlich der Schlüssel zum Erfolg. Deshalb müssen wir alles dafür tun, dass sie ihr Potenzial voll ausschöpfen können, indem wir ihnen ermöglichen, ihr Wissen auf den neuesten Stand zu bringen.“



Zelger Training: Weiterbildung für medizinisches und audiologisches Fachpersonal

In Zusammenarbeit mit Herstellern und Partnern werden daher im Rahmen des medizinischen Fortbildungssystems für Fachkräfte des Gesundheitswesens laufend Fortbildungs- und Qualifizierungskurse organisiert, die mittlerweile – beschleunigt durch die Corona-Sicherheitsbestimmungen – oft in Form von Webinaren und Video-Konferenzen angeboten werden. Schließlich bietet Zelger Training spezifische Weiterbildung für medizinisches audiologisches

Fachpersonal an. Denn in der Betreuung hörgeschädigter Menschen setzt das Unternehmen auf eine optimale Zusammenarbeit mit HNO-Ärzten, Logopäden und Audiometristen. 📞



Online-Kurs für die Hörexperthen während der Pandemie

Impressum

Erscheinungsweise:
4x jährlich im Postversand

Herausgeber:
Zelger GmbH
Romstraße 18M, 39100 Bozen
Tel. 0471 912 150
www.zelger.it

Verantw. i.S.d.P.:
Dr. Ulrich Beuttler
Reg. beim Gericht Bozen
Nr. 14/2002 am 12.08.2002

Redaktion:
Zelger Hörexperthen

Grafik & Layout:
markenforum.com

Fotos:
Adobe Stock, Zelger Hörexperthen, Sibylle Huber, sibyllehuber.com, Oticon, Phonak

Druck:
Ferrari-Auer, Bozen

Vervielfältigung auch auszugsweise nur mit
Einwilligung des Herausgebers gestattet.



Entdecken macht glücklich.
Hören auch.

Testen Sie jetzt die
neuen Hörsysteme zum
Glücklich fühlen.
Im winzigen Format
mit größter Leistung.

Bozen (BZ)

Romstraße 18M
Mo.-Fr. 8.30-12.30 Uhr
14.30-18.30 Uhr

Brixen (BZ)

Stadelgasse 15A
Mo.-Fr. 8.30-12.30 Uhr
14.00-18.00 Uhr

Bruneck (BZ)

Herzog-Sigmund-Straße 6C
Mo.-Fr. 8.30-12.30 Uhr
14.00-18.00 Uhr

Meran (BZ)

Freiheitsstraße 99
Mo.-Fr. 8.30-12.30 Uhr
14.00-18.00 Uhr

Trient (TN)

Corso 3 Novembre 41
Mo.-Fr. 8.30-12.30 Uhr
14.30-18.30 Uhr

Bussolengo (VR)

Via Cavour 32B
Mo.-Fr. 8.30-12.30 Uhr
14.30-18.30 Uhr

San Bonifacio (VR)

Corso Venezia 47
Mo.-Fr. 8.30-12.30 Uhr
14.30-18.30 Uhr

Verona (VR)

Via Giovanni della Casa 22
Mo.-Fr. 8.30-12.30 Uhr
14.30-18.30 Uhr

Verona (VR)

Via IV Novembre 13B
Mo.-Fr. 8.30-12.30 Uhr
14.30-18.30 Uhr

Villafranca (VR)

Corso Garibaldi 4C
Di.-Fr. 8.30-12.30 Uhr
14.30-18.30 Uhr

Camposampiero (PD)

Contrà Rialto 10
Di. Mi. Do. 8.30-12.30 Uhr
14.30-18.30 Uhr

Padova Arcella (PD)

Galleria San Carlo 3
Mo.-Fr. 8.30-12.30 Uhr
14.30-18.30 Uhr

Piove di Sacco (PD)

Via Roma 73
Mo. Di. Do. 8.30-12.30 Uhr
14.30-18.30 Uhr

Chivasso (TO)

Via Torino 11B
Mo.-Fr. 8.30-12.00 Uhr
14.30-18.00 Uhr



T 800 835 825
zelger.it



ZELGER

Ihre Hörexperten