



DER JAHRESBERICHT DER NEUROTH-GRUPPE

DIE SUBJEKTIVITÄT DES HÖRENS

Y
E
A
R
L
Y
N
G



NEUROTH

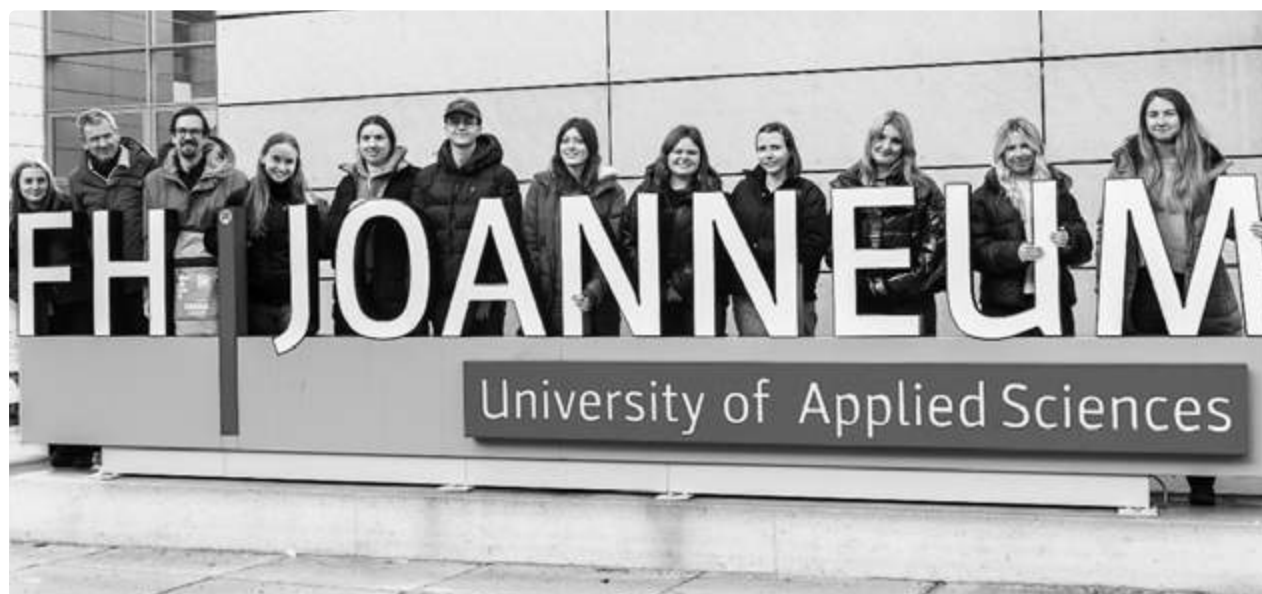
VORWORT

Das ist yEARly25. Der Jahresbericht der Neuroth-Gruppe rückt nicht nur die Highlights unseres Wirtschaftsjahres 2024 / 2025 in den Mittelpunkt, sondern vor allem spannende Geschichten rund um Neuroth und die Welt des Hörens.



Erzählt werden diese heuer von Studierenden des Studiengangs „Journalismus & PR“ der Fachhochschule Joanneum in Graz – unter der Leitung und Koordination von Neuroth-Unternehmenssprecher Thomas Huber und Mares Kohlmayr (Corporate Communications).
Ein herzliches Dankeschön für die großartige Zusammenarbeit!

Das yEARly-Redaktionsteam (v. l. n. r.): Sophie Purkarthofer, Wolfgang Kühnelt (Dozent FH Joanneum), Thomas Huber (Neuroth), Anna Stoppacher, Henrike Pitzke, Georg Mausser, Larissa Buchriegler, Sarina Pinczar, Melanie Ogris, Clara Stubenrauch, Magdalena Roschitz, Mares Kohlmayr (Neuroth)



Viel Spaß* beim Lesen!

IMPRESSUM: Medieninhaber, Eigentümer: Neuroth International AG, Paula-Neuroth-Straße 1, A-8403 Lebring; Tel.: 00800/8001 8001; E-Mail: office@neuroth.com - Für den Inhalt verantwortlich: Corporate Communications, Neuroth International AG, Paula-Neuroth-Straße 1, A-8403 Lebring; E-Mail: office.at@neuroth.com - Chefredaktion: Thomas Huber & Mares Kohlmayr; Redaktion: Wolfgang Kühnelt & FH Joanneum „Journalismus & PR“ - Grafisches Konzept und Layout: Zeitgeist Agentur GmbH - Fotos: Neuroth International AG, Marija Kanizaj, wildundwunderbar, Marvin Strauss, Ziga Intihar, Hitradio Ö3 / Martin Krachler, Alexander Mattersberger, FH JOANNEUM / Böttger, Georg Mausser, Jakob Grill, Fitbase / Hansefit, Neuroth@www.stellawork.at, Freepik.com - Stand: März 2026; © 2026 Druck: Medienfabrik Graz - Satz- und Druckfehler vorbehalten.

*Die in diesem Magazin verwendete &-Schreibung richtet sich nach der österreichischen Rechtschreibung. In der Schweiz ist das „ß“ als „ss“ zu lesen.

Hören ist die Basis für unser soziales Miteinander. Und Hören steht gleichzeitig auch für persönliches Erleben. Denn es ist ein hoch-individueller Prozess. Jeder Mensch hört anders. Das liegt daran, dass unser Gehirn Klänge interpretiert und filtert. Diese subjektive Dimension macht das Hören zu etwas Einzigartigem.

Diese Einzigartigkeit des Hörens steht auch wieder im Fokus unseres diesjährigen Jahresberichts. Wir möchten Wissenswertes aus der Hörakustik mit Highlights aus der Neuroth-Welt mit Ihnen teilen. Das reicht vom 5-jährigen Jubiläum unseres Supply Centers in Lebring über neueste Hör-Innovationen bis zu unserem 1. Neuroth-Summit. Ein Jahr, auf das ich wieder mit Stolz zurückblicke! Danke an all unsere Kolleg*innen, Kund*innen und Partner*innen!

CEO Lukas Schinko

im Namen des gesamten C-Levels der Neuroth-Gruppe



2025: UNSERE HIGHLIGHTS

Die Neuroth-Fokusthemen aus dem Jahr 2024 / 2025 und weitere spannende Einblicke in die Welt des Hörens im Kurzüberblick.

BESSER HÖREN STATT WARTEN

Warum ist Hören nicht nur etwas sehr Individuelles, sondern auch Subjektives? Warum warten Menschen oft so lange mit einer Hörversorgung? Antworten auf Fragen wie diese und weitere spannende Hör-Geschichten. Lesen Sie ab **SEITE 20**

20

POSITIVE ENTWICKLUNG

Mit mittlerweile rund 1.550 Mitarbeiter*innen an über 300 Standorten in acht Ländern erwirtschaftete die Neuroth-Gruppe im Vorjahr einen Jahresumsatz von 212 Millionen Euro. Siehe **SEITE 8**

8

DAS KLEINSTE IM-OHR-HÖRGERÄT MIT AKKU

Mit dem „Viennatone Pace 8“ bringt Neuroth 2025 das erste Akku-Hörgerät im Miniaturformat auf den Markt. Bis zu 28 Stunden Laufzeit, Smartphone-Anbindung und ein flexibles Upgrade-Konzept machen es zur idealen Lösung für aktive, technikaffine Kund*innen. Lesen Sie ab **SEITE 32**

32

EARWEAR IM SELBSTTEST

Mehr Ruhe für Nächte und Alltag: Student Georg Mausser testet den maßgefertigten Schlafschutz Earwear Sleep. Außerdem: Mit der neuen earwear GmbH bündelt die Neuroth-Gruppe ihr Know-how und schafft die Basis, um dem wachsenden Bedarf im Bereich Gehörschutz gezielt zu begegnen. Lesen Sie mehr ab **SEITE 34**

34

38

5 JAHRE SUPPLY CENTER LEBRING

Neuroth blickt auf fünf erfolgreiche Jahre Produktions- und Logistikstandort Lebring (Steiermark) zurück und setzt mit einem neuen zweiten Produktionsstandort in Belgrad den nächsten Schritt, um die lokalen Märkte in Südosteuropa noch besser zu bedienen. Siehe **SEITE 38**

1 VOICE – 8 ECHOES: DER 1. NEUROTH-SUMMIT IN LJUBLJANA

1.000 Mitarbeitende aus acht Ländern kamen im Frühjahr 2025 in Ljubljana zusammen, um beim ersten Neuroth-Summit miteinander neue Zukunftsimpulse zu setzen. Weiterbildung, Inspiration und Vernetzung standen an diesem besonderen Wochenende im Mittelpunkt und setzten damit ein starkes Signal für eine gemeinsame, internationale Lern- und Innovationskultur. Siehe **SEITE 44**

44

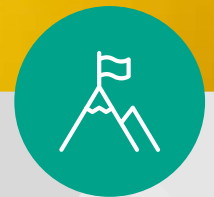
52

VIelfalt & TEAMSPIRIT ALS ERFOLGSREZEPT

Gemeinsam Neues erleben und über sich hinauswachsen: Ob beim 1. gruppenweiten Kochevent, der Backpack-Challenge oder Millionen gesammelter Schritte – 2025 zeigte Neuroth, wie Zusammenarbeit Grenzen überwindet. Kreative Aktionen und sportliche Challenges stärkten nicht nur die Gesundheit, sondern vor allem auch den Zusammenhalt. Siehe **SEITE 52**

YEARLY

24/25



IM FOKUS

Die Rubrik „yEARly“ präsentiert die wirtschaftlichen „Hard Facts“ der Neuroth-Gruppe: vom wirtschaftlichen Jahresrückblick, den Highlights aus allen Ländern bis zu unserer Mission und Vision.



EIN BLICK ZURÜCK UND NACH VORNE.

Die Neuroth-Gruppe blickt auf eine positive Geschäftsentwicklung im Wirtschaftsjahr 2024/2025 zurück und investiert in diesem Jahr in die nachhaltige Stärkung der Hörversorgung.



Weitere Zahlen und Fakten finden
Sie auf den Seiten 14 & 15 bei unseren:

YELLOW FACTS

WIRTSCHAFTLICHER RÜCKBLICK: POSITIVE WEITERENTWICKLUNG

Die Neuroth-Gruppe setzte ihren Wachstumskurs im abgelaufenen Wirtschaftsjahr 2024/2025 fort. Das Unternehmen verzeichnete im vergangenen Geschäftsjahr einen gruppenweiten Umsatz von 212 Millionen Euro. Das Wachstum von über 19 Prozent (2023/2024: 177 Mio. Euro) ist insbesondere auf Neueröffnungen in Südosteuropa, auf die Erstkonsolidierung des 2024 übernommenen Schweizer Tochterunternehmens „Misenso“, das nun erstmals in den Konzernzahlen berücksichtigt ist, sowie auf positive Währungseffekte zurückzuführen.

„Wir freuen uns über unsere positive kontinuierliche Weiterentwicklung und dass der Bedarf an Hörlösungen weiter steigt“, bilanziert Lukas Schinko, CEO der Neuroth-Gruppe, und spricht über aktuelle Entwicklungen: „Wir bewegen uns derzeit in einem sehr dynamischen Marktumfeld – das reicht von Kostensteigerungen über sich verändernde Kundenbedürfnisse bis hin zum digitalen Wandel. Umso wichtiger ist es uns, nachhaltig in die Qualität der Hörversorgung unserer Kundinnen und Kunden zu investieren.“

AKTUELLE TRENDS: KI & CO. AUF DEM VORMARSCH

Insgesamt versorgte Neuroth im Vorjahr gruppenweit rund sechs Prozent mehr Menschen mit Hörgeräten als im Jahr davor. Dabei ist die Nachfrage nach Hörgeräten mit neuen Technologien tendenziell gestiegen: „Smarte Hörgeräte nutzen heute zum Beispiel KI, um sich automatisch an jede Hörsituation anzupassen“, sagt Schinko. Der Anteil an Akku-Hörgeräten ist weiter gestiegen.

Parallel dazu setzt Neuroth seine digitale Transformation auch innerhalb des Unternehmens weiter fort – etwa in der Fertigung: So wird beim Modellieren individueller Hörlösungen mittlerweile auf Unterstützung von künstlicher Intelligenz gesetzt, wodurch die Durchlaufzeiten weiter verkürzt werden. Rund 208.000 Otoplastiken – sogenannte Ohrpassstücke – wurden im Vorjahr insgesamt produziert.



AUSBLICK: INVESTITION IN NEUE QUALITÄTSSTANDARDS

2026 setzt Neuroth ein starkes Zeichen für die Zukunft der Hörversorgung und investiert gruppenweit in neue audiologische Qualitätsstandards. Nach und nach werden alle Fachinstitute und Hörcenter in allen Neuroth-Ländern flächendeckend mit neuen hochpräzisen Audiometern, Video-Otoskopie-Systemen und innovativen Tools zur Simulation realer Hörsituationen ausgestattet.

„Hören ist sehr subjektiv. Unsere neue audiologische Ausstattung ermöglicht es künftig,

Hörerfolge nicht nur messbar, sondern auch sicht- und spürbar zu machen. Somit können wir zum Beispiel Vorher-Nachher-Effekte während der Hörversorgung noch besser demonstrieren und künftig noch individueller auf unsere Kundinnen und Kunden eingehen“, sagt Schinko. Damit stärkt Neuroth nicht nur das Kundenerlebnis, sondern schafft neue einheitliche Qualitätsstandards in allen Neuroth-Ländern.

Blitzlichter aus acht Ländern.

Die Leiter*innen der Neuroth-Landesgesellschaften, Zentralstandorte und Tochterunternehmen blicken auf ein Jahr voller Meilensteine zurück.



„Das vergangene Wirtschaftsjahr war für Neuroth Österreich geprägt von wichtigen Meilensteinen. Neben der Übernahme der Hörgeräte Seifert GmbH in Österreich haben wir zahlreiche Fachinstitute ausgebaut und modernisiert. Neue Kooperationen – etwa mit der Secession Wien für freien Kunstzugang und dem Goldenen Kreuz für diverse Gesundheitsaktionen – stärken unsere Kundennähe und unser gesellschaftliches Engagement. Zudem freuen wir uns, dass wir uns erneut mit der Auszeichnung als Top-Lehrbetrieb als attraktiver Arbeitgeber präsentieren können.“

Ronny Bauer & Daniel Kaura
Geschäftsführung Neuroth Österreich

AT

„Freie Kunst für alle“

Gemeinsam mit der Wiener Secession – einem der weltweit ältesten Ausstellungshäuser zeitgenössischer Kunst – setzt sich Neuroth mit den „Freien Mittwochen“ für einen erleichterten Zugang zu Kunst für ein breites Publikum ein – an jedem 1. Mittwoch im Monat ist der Eintritt frei. Unter dem Motto „Freie Kunst für alle“ können Interessierte die Secession kostenlos besuchen – inklusive Beethovenfries und 12 wechselnden Ausstellungen zeitgenössischer Kunst. „Wenn man genau hinsieht, passen Hören und Kunst perfekt zusammen. Beides öffnet Welten – das Ohr wie das Auge. Gemeinsam mit der Secession wollen wir Barrieren abbauen, beim Hören wie beim Erleben von Kunst“, sagt Lukas Schinko, CEO der Neuroth-Gruppe.



Mehr zu den
„Freien Mittwochen“



KI-Support bei der Modellierung von Gehörschutz

Seit rund eineinhalb Jahren unterstützt künstliche Intelligenz das Operations-Team, indem sie bei der Gehörschutz-Fertigung Modellierungsvorschläge erstellt. Diese werden in weiterer Folge von erfahrenen Modellierern geprüft, bewertet und – sofern sie unseren Qualitätsanforderungen entsprechen – für die Produktion freigegeben. Die Verbindung aus moderner Technologie und fachlicher Expertise sorgt für hohe Effizienz und konstant hohe Qualitätsstandards.



„In den vergangenen zwei Jahren haben wir umfassende Prozessoptimierungen umgesetzt, die es uns ermöglichen, kürzere Lieferzeiten für unsere maßgefertigten Ohrpassstücke bei unverändert hoher Qualität sicherzustellen. Ein weiterer Schritt in unserer Entwicklung ist der Support künstlicher Intelligenz bei der Modellierung von Gehörschutz. Mit diesen technologischen, aber auch mit strukturellen Weiterentwicklungen stellen wir sicher, auch künftig zuverlässig, effizient und kundenorientiert zu arbeiten.“

Thomas Berg
Leitung Operations Lebring

OPS

„2025 war für Neuroth Südosteuropa ein Jahr des starken Wachstums: Mit neuen Hörcentern in Serbien, Bosnien-Herzegowina, Kroatien und Slowenien sowie der Grundsteinlegung für unsere Produktion in Serbien setzen wir wichtige Schritte für die Zukunft. Die Einführung von Viennatone und die Kooperation mit dem Musiker Tony Cetinski stärken unsere Markenpräsenz nachhaltig und unterstreichen unseren Anspruch, innovative und verlässliche Hörlösungen für die gesamte Region bereitzustellen.“

Peter Jagodič
Geschäftsführung Neuroth
Südosteuropa (SI, HR, RS & BIH)

SOE



Einführung von Viennatone in Südosteuropa

Die Einführung der exklusiven Eigenmarke Viennatone in der südosteuropäischen Region ist ein wichtiger Meilenstein, um die regionale Präsenz von Neuroth zu stärken und Wachstum zu ermöglichen. Mit dem Launch der Exklusivmarke unterstreicht Neuroth sein Engagement für Innovation, Kundenservice und Zugänglichkeit und positioniert sich als führender Anbieter intelligenter Hörlösungen für ein noch breiteres Publikum. Mehr zu Viennatone ab Seite 32.

„Aus unserer Gehörschutz-Angebotsmarke earwear wurde im Vorjahr auch eine eigenständige Company – die earwear GmbH –, um uns noch klarer zu positionieren, Skalierung zu ermöglichen und die Zusammenarbeit zwischen den Bereichen zu stärken. Dies ist ein klares Zeichen, um dem Thema Gehörschutz jene Aufmerksamkeit zu geben, die er verdient. Dementsprechend haben wir auch einen eigenen Online-Shop aufgebaut, um sowohl Privatkunden als auch Profianwender aus Industrie und Gewerbe bestmöglich versorgen zu können. Zudem freuen wir uns, dass wir unsere B2B-Geschäftstätigkeit in der Schweiz, Serbien und in Kroatien erweitern konnten.“

Thomas Schinnerl
Geschäftsführung earwear GmbH
(gemeinsam mit Robert Kacalek und Guy Schleiniger)



**Zum Online-Shop
von „earwear“**



Lesen Sie mehr über die neue earwear-Company auf Seite 36.



Neuroth übernimmt das Hörzentro Rosenheim in Bayern

Das Hörzentro Rosenheim gilt als etablierter Hörakustik-Ansprechpartner in Bayern. Neuroth Deutschland hat das Fachgeschäft im Vorjahr übernommen und mittlerweile zeigt es auch nach außen hin sichtbar die Hörstärke von Neuroth, um Kund*innen vor Ort noch besser betreuen zu können.

„Ganz im Zeichen der Weiterentwicklung stand das Wirtschaftsjahr 2024/25 für Neuroth Deutschland: Klare Impulse für noch mehr Qualität haben wir mit der Optimierung unserer Vertriebssteuerung, mit der Angleichung von Prozessen durch neue Telefonanlagen und Tablets sowie der verstärkten Ausbildung in unseren Hörcentern gesetzt. Ein weiteres Highlight war die Übernahme des Hörzentros Rosenheim.“

Ronny Bauer & Daniel Kaura
Geschäftsführung Neuroth Deutschland



DE

„Auch auf Gruppenebene hat sich im letzten Jahr einiges getan: Unser C-Level bekam Verstärkung durch Rik van Dijk als neuen Chief Sales Officer und durch Rabindra Rao als Chief Marketing Officer. Beide bringen starke internationale Expertise mit. Zusätzlich freuen wir uns, in Wien eine zusätzliche Dependence unseres gruppenweiten Headquarters etabliert zu haben.“

CEO Lukas Schinko
Headquarters Graz & Wien



„Durch einen starken und holistischen Konsumentenfokus im Marketing bauen wir Barrieren früher ab und verhelfen mehr Menschen zu besserem Hören.“

CMO RABINDRA RAO

„Ich freue mich sehr, Teil von Neuroth zu sein, da ich die Unternehmenswerte schätze. Volle Hörstärke voraus!“

CSO RIK VAN DIJK



Kooperation mit dem Schweizer Volksmusik-Verband

Neuroth Schweiz fokussierte im Sommer 2025 sein Sponsoringengagement auf den Bereich der Volksmusik und ist neuer Presenting Partner des Verbandes Schweizer Volksmusik (VSV). Denn: Musik und Hören sind untrennbar miteinander verknüpft. Der Hörsinn trägt dazu bei, positive emotionale Erlebnisse zu fördern. Neuroth Schweiz trägt mit der Unterstützung der Volksmusik aktiv zur Entwicklung von musikalischer Exzellenz und zum Erhalt oder zur Zurückgewinnung der Hörstärke bei.



„2025 war für Neuroth Schweiz und Liechtenstein ein Jahr des starken Vorwärtsblicks: Mit modernisierten Standorten in Visp, Schlieren, Olten, Lenzburg, Lausanne, Liestal, Genf und Vaduz schaffen wir ein verbessertes Kundenerlebnis und stärken unsere regionale Nähe. Unser neues, voll ausgestattetes Hörmobil bringt zudem moderne Hörversorgung mobil in die ganze Schweiz. Besonders freuen wir uns über die neue Kooperation mit dem Volksmusikverband, die unser Engagement für gelebte Hörkultur weiter vertieft.“

Tanja Matzer & Patrick Hofer
Geschäftsführung Neuroth
Schweiz & Liechtenstein

CH

LI

Hörberatung und Services

Hörgeräte und Zubehör

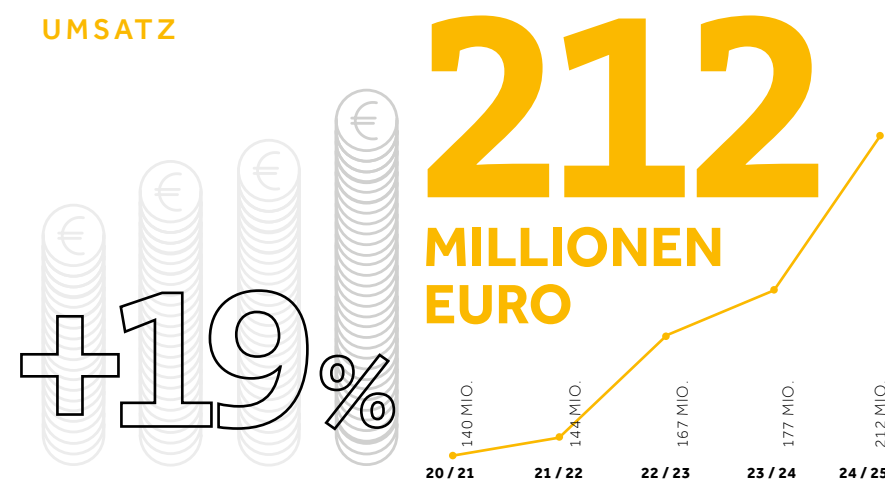
Gehörschutz

Kinderakustik

Medizintechnik



UMSATZ



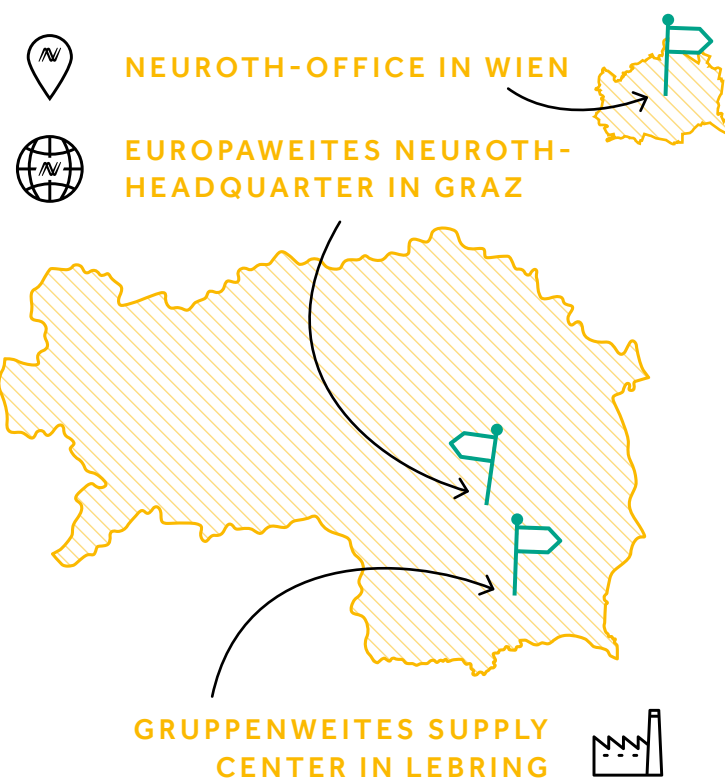
WIRTSCHAFTSJAHRE 24 / 25

HOCHWERTIGE PRODUKTE + UMFASSENDE DIENSTLEISTUNGEN = HÖRLÖSUNGEN VON NEUROTH

C-LEVEL DER NEUROTH INTERNATIONAL AG

C	E	©
	LUKAS SCHINKO	
C	F	©
	MARTIN LAMPRECHT	
C	©	©
	BARBARA TSCHELIESSNIGG	
C	S	©
	RIK VAN DIJK	
C	M	©
	RABINDRA RAO	

Unsere Zentralstandorte:



ANGEBOTS-MARKEN DER NEUROTH-GRUPPE:

NEUROTH
BESSER HÖREN • BESSER LEBEN

VIENNATONE

earwear
YOUR EARS. YOUR RULES.

WEITERE GESELLSCHAFTEN DER NEUROTH-GRUPPE:

earwear

BETEILIGUNGEN DER NEUROTH-GRUPPE:

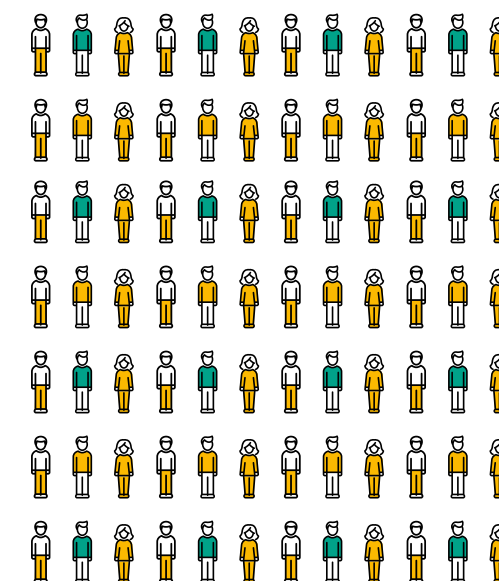
eora
HEAR AND BE HEARD

misenso

LANDESZENTRALEN IN ZUG (CH),
MÜNCHEN (DE) UND BELGRAD (SRB)

8
LÄNDER

ÖSTERREICH, DEUTSCHLAND, SCHWEIZ,
LIECHTENSTEIN, SLOWENIEN, KROATIEN,
SERBIEN UND BOSNIEN-HERZEGOWINA



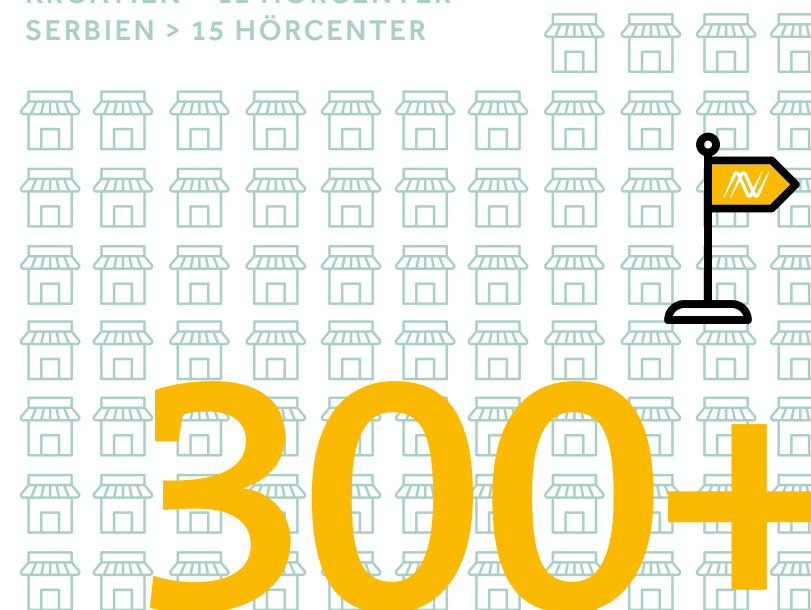
1550
Mitarbeiter*innen

(INKL. MISENSO)

GEFERTIGTE
OTOPLASTIKEN
PRO JAHR

ZWEIHUNDERTACHTTAUSEND

ÖSTERREICH > 140 FACHINSTITUTE
SCHWEIZ & LIECHTENSTEIN > 80 HÖRCENTER
(+ MISENSO > 25)
DEUTSCHLAND > 5 HÖRCENTER
SLOWENIEN > 12 HÖRCENTER
BOSNIEN-HERZEGOWINA > 10 HÖRCENTER
KROATIEN > 12 HÖRCENTER
SERBIEN > 15 HÖRCENTER



FACHINSTITUTE + HÖRCENTER (INKL. MISENSO)

MISSION & VISION

UNSERE VISION & MISSION ALS NEUROTH-GRUPPE.

Als qualitätsbewusster, verlässlicher Profi für besseres Hören stärken wir unsere Kund*innen in allen Lebenssituationen und ermöglichen ihnen damit ein besseres Leben – seit 1907! Unser Ziel als Unternehmensgruppe ist es, 1. Ansprechpartner rund ums Hören – ein Leben lang – zu werden.

UNSER LEITGEDANKE SEIT 1907.

Besser hören, besser leben.

„Besser hören, besser leben“ – dieser Leitgedanke treibt Neuroth seit über 115 Jahren an. Unsere Mission & Vision im Überblick.

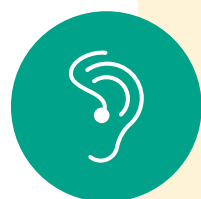
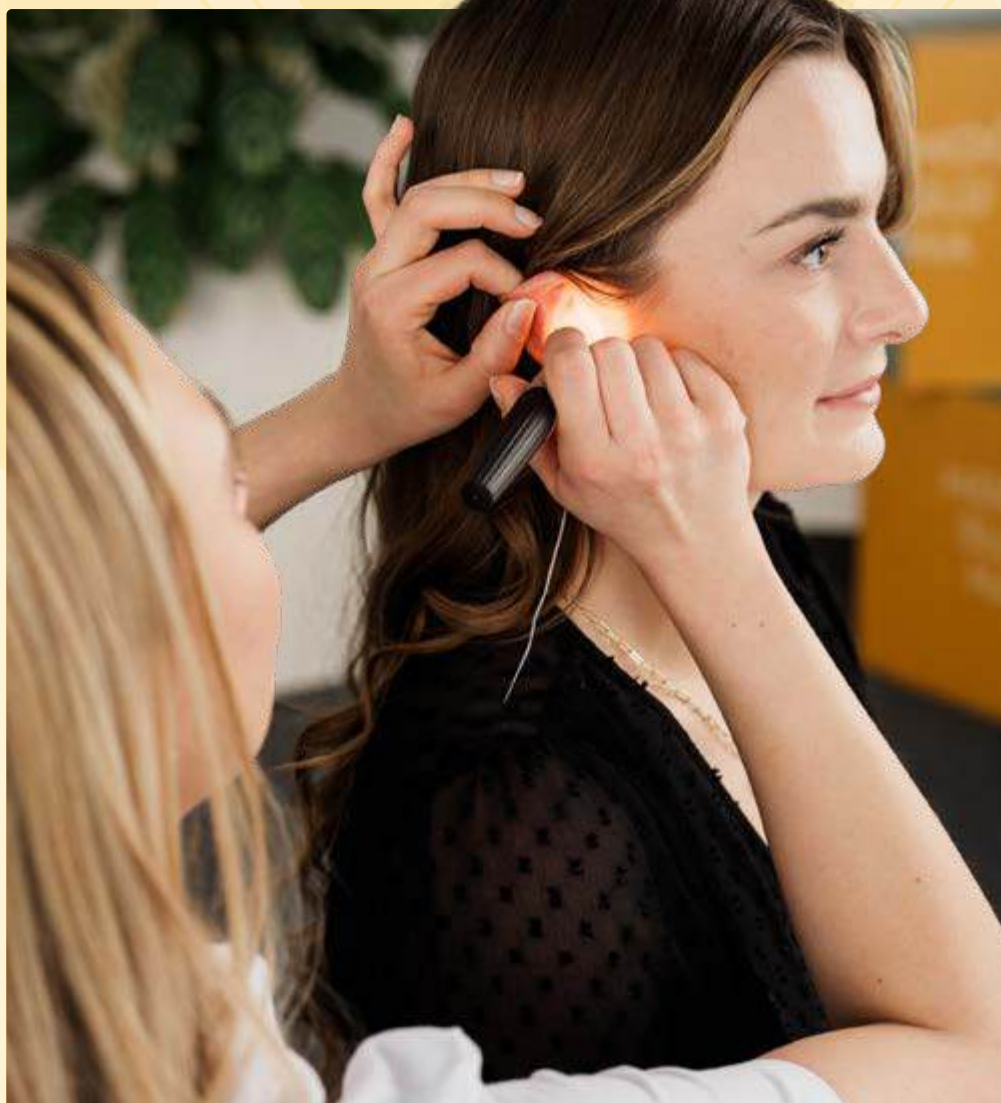
UNSER ANSPRUCH.

Hörstärke ist das, wofür wir stehen – weg vom Tabu und Stigma, hin zu einer selbstverständlichen Optimierung. Unser Anspruch ist es, den Blick auf das Thema Hörminderung und Hörgeräte zu transformieren und Hörlösungen jenen Stellenwert in unserer Gesellschaft zu geben, den sie in der heutigen Zeit verdienen. Dazu zählt auch ein starker Präventionsgedanke. In einer Welt, die immer lauter wird, ist der bestmögliche Schutz unserer Ohren essenziell – sei es in Form eines regelmäßigen Hörtests oder eines passenden Gehörschutzes. Dieses Bewusstsein möchten wir vor allem bei jüngeren Generationen stärker verankern.

HÖRSTÄRKE



HÖREN



IM FOKUS

In der Rubrik „Hörstärke“ steht die Vielfalt des Hörens im Mittelpunkt. Neben Wissenswertem rund um unseren Hörsinn erzählen unterschiedlichste Menschen ihre persönliche Hör-Geschichte.



Wenn Geräusche Geschichten schreiben.

Wir sind umgeben von Tönen und Geräuschen – überall und rund um die Uhr. Doch auch, wenn Menschen zur selben Zeit am selben Ort sind, so hören sie selten wirklich dasselbe.

Was es mit der Subjektivität des Hörens auf sich hat.

VON ANNA STOPPACHER •

Die Vögel zwitschern, die Sonne lacht mit 30 Grad Celsius vom Himmel. Es ist Mitte August und die Menschen tummeln sich auf dem goldglänzenden Sandstrand im Süden Griechenlands. Die Wellen klatschen sanft gegen die Felsen, auf denen kleine, weiße Salzflecken zu sehen sind. Die bunten Schirme flattern im trockenen Nordwind und zaubern Leben in die sonst so karge Landschaft.

Die Menschen sind alle von derselben Geräuschkulisse umgeben, doch das, was sie hören, ist nicht ident. Denn Hören ist subjektiv. „Hören hat schon sehr

viel mit Erfahrungen und Emotionen zu tun“, weiß Christoph Thanner, Audiologie-Experte bei Neuroth.

Von weit weg ist eine Eule zu hören. Für die griechischen Strandbesucher*innen nichts Außergewöhnliches, schließlich steht die Eule in ihrem Kulturkreis für Weisheit und Wissen. Doch das Gurren der Eule löst bei einigen Angst aus, so kündigt es in manchen Kulturen den Tod an. Nachdem die Eule wieder verstummt ist, schallt leise Musik aus der Bar, die gegenüber jenen Felsen steht, gegen die die Wellen klatschen. Die Reggae-Musik aus den späten

Was versteht man unter „Subjektivität des Hörens“?

Das Hören ist eine zutiefst individuelle Erfahrung: Wahrnehmung, Verarbeitung und Bewertung akustischer Reize sind von physiologischen, psychologischen und sozialen Faktoren abhängig. Diese Subjektivität des Hörens bedeutet, dass identische Messergebnisse – etwa in einem Hörtest – zu sehr unterschiedlichen Alltagserfahrungen führen können.

60er-Jahren lässt die einen träumen und in Gedanken versinken, schließlich erinnern sie die Lieder an ihre jungen Jahre. Andere wiederum vertiefen sich lieber in ein Gespräch. Christoph Thanner erklärt, dass das aufgrund von individuellen akustischen Hörfiltern passiert, denn diese bestimmen, was in einem Moment wichtig ist und was nicht.

Fokus Muttersprache

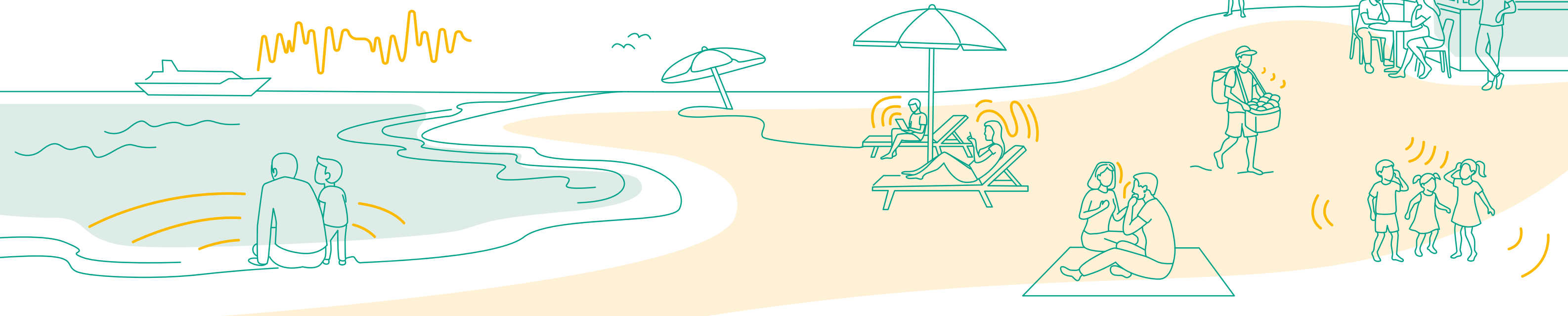
Unweit ist das Gespräch einer griechischen Familie zu hören. Sie unterhalten sich gut und scheinen einen schönen Strandtag zu verbringen. Jene Menschen, die diese Unterhaltung wahrnehmen, selbst aber nicht Griechisch als Muttersprache haben, tendieren dazu, eher einem der vielen Gespräche in ihrer eigenen Muttersprache zuzuhören und nicht jenem in griechischer Sprache. „Diese wird nämlich, da sie emotional stärker geladen ist und somit eine stärkere Resonanz aufweist, schneller verarbeitet als andere Sprachen. Das ist auch bei all jenen Menschen der Fall, die fließend mehrsprachig sind“, weiß der Audiologie-Experte.

Hören als Wunschkonzert

Plötzlich ertönt ein Schiffshorn, ein tiefer Klang, der sich am Strand ausbreitet. Das laute Geräusch des Bootes, das hinter einem großen Felsen im türkis-blauen Wasser fährt, erregt Aufsehen. Die Gespräche werden kurz angehalten, um zu lokalisieren, woher das Geräusch kommt. Nachdem klar ist, dass alles in Ordnung ist, geht das rege Treiben weiter. Ein Strandverkäufer spaziert mitsamt seinen Luftmatratzen, Ketten, Armbändern, Hüten und Handtüchern zwischen den bunten, flatternden Schirmen umher und ruft seinen Werbespruch mehrmals den Badegästen zu. Die Kinder schauen ihn mit großen Augen an, die lauten Rufe haben ihre Aufmerksamkeit erregt. Ihre Eltern hingegen blenden die Werberufe gezielt aus, sie sollen nicht ihre wohlverdiente Urlaubsruhe stören. Sie halten die Augen geschlossen und hören das, was sie hören wollen – das angenehme Rauschen des Meeres. Sie müssen es aufsaugen, bevor sie wieder ein Jahr auf die Klänge warten müssen, die sie so glücklich machen.

Die Subjektivität des Hörens

Auch wenn an diesem Tag am Strand objektiv alle dasselbe gehört haben, so ist die Wahrnehmung von Geräuschen sehr stark davon abhängig, wie man sich fühlt, was an dem Morgen bereits passiert ist und auch davon, ob man mit den Geräuschen schöne Assoziationen hat oder nicht. Wenn Kinder am Strand spielen, fühlt sich die eine Person vielleicht gestört vom Lärm, eine andere aber erfreut sich am hellen Kinderlachen. „Beide nehmen das gleiche Geräusch total anders wahr“, erklärt Christoph Thanner. Was unser Gegenüber hört, ist also gar nicht so offensichtlich, wie es scheint.



Warum ein Hörgerät jung macht.

Eigentlich sind die meisten von uns ziemlich spät dran. Zwischen sieben und zehn Jahre dauert es vom ersten Auftreten einer merkbaren Hörminderung bis zur Hörgeräteversorgung, das zeigen Studien. Was sind die Gründe dafür?

VON WOLFGANG KÜHNELT •

Bis zu zwei Drittel der Menschen mit einem klar definierten Hörverlust haben in Europa noch gar keine Versorgung erhalten. Und in der Tonart geht es leider weiter: Fast ein Drittel derjenigen, bei denen es bereits eine entsprechende ärztliche Empfehlung gibt, haben noch kein Hörgerät. Dabei weiß die Wissenschaft heute, dass zu spätes Gegenlenken irreversible Folgen haben kann.

Was hält uns ab? An den Kosten liegt es jedenfalls meistens nicht. In vielen Ländern Europas werden Hörlösungen teilweise oder sogar zur Gänze von den Gesundheitskassen finanziert. Und auch wenn dazu gezahlt werden muss, lohnt sich das bestimmt. Es geht um körperliches und geistiges Wohlergehen. Wer gut hört, leidet seltener unter Depressionen und hat ein niedrigeres Risiko, dement zu werden. „Das Hören spielt eine entscheidende Rolle im Zusammenhang mit Demenz“, betont Thomas Huber, als Unternehmenssprecher auch für den neugeschaffenen Public-Affairs-Bereich bei Neuroth verantwortlich. „Als Unternehmen möchten wir einen großen Beitrag dazu leisten, das Thema in der gesellschaftlichen Wahrnehmung zu heben und den Stellenwert unseres Hörsinns mit Aufklärungsarbeit auf breiter Ebene zu erhöhen.“ Warum dann das lange

Zögern und Zaudern? Immer wieder zeigt sich die weit verbreitete Befürchtung, mit der Anschaffung eines Hörgeräts sei man quasi offiziell alt. Und bestimmt werde man nun ausgegrenzt in einer Gesellschaft, die so gerne jung und dynamisch wirkt.

Oft werden hier Stereotype sichtbar, die in der Realität gar keine Rolle mehr spielen. Ein Hörgerät ist genauso wenig stigmatisierend wie eine Brille. Es schränkt uns auch nicht ein. Im Gegenteil: Eine Hörlösung macht sicher. Und das gleich mehrfach. Wir sind besser integriert. Und wir bewegen uns gefahrloser im Straßenverkehr.

Aber nicht nur das: Mehr als die Hälfte der berufstätigen Träger*innen von Hörgeräten sagt, dass sie auf diese Weise länger im Job bleiben kann. Ein Hörgerät macht also nicht alt. Im Gegenteil: Es hält jung.



„Das Hören spielt eine entscheidende Rolle im Zusammenhang mit Demenz.“

You never walk alone

Thomas Huber bestätigt das: „Ein gesteigertes Sicherheitsgefühl und gewissermaßen auch ein neues Lebensgefühl, das ist sehr oft das erste, das Menschen empfinden, wenn sie wieder besser hören. Die wahrscheinlich häufigste Aussage von Kundinnen und Kunden, die bei uns erstmals ein Hörgerät bekommen, lautet: ‚Warum habe ich nur so lange gewartet?‘ Da sollten wir ansetzen.“

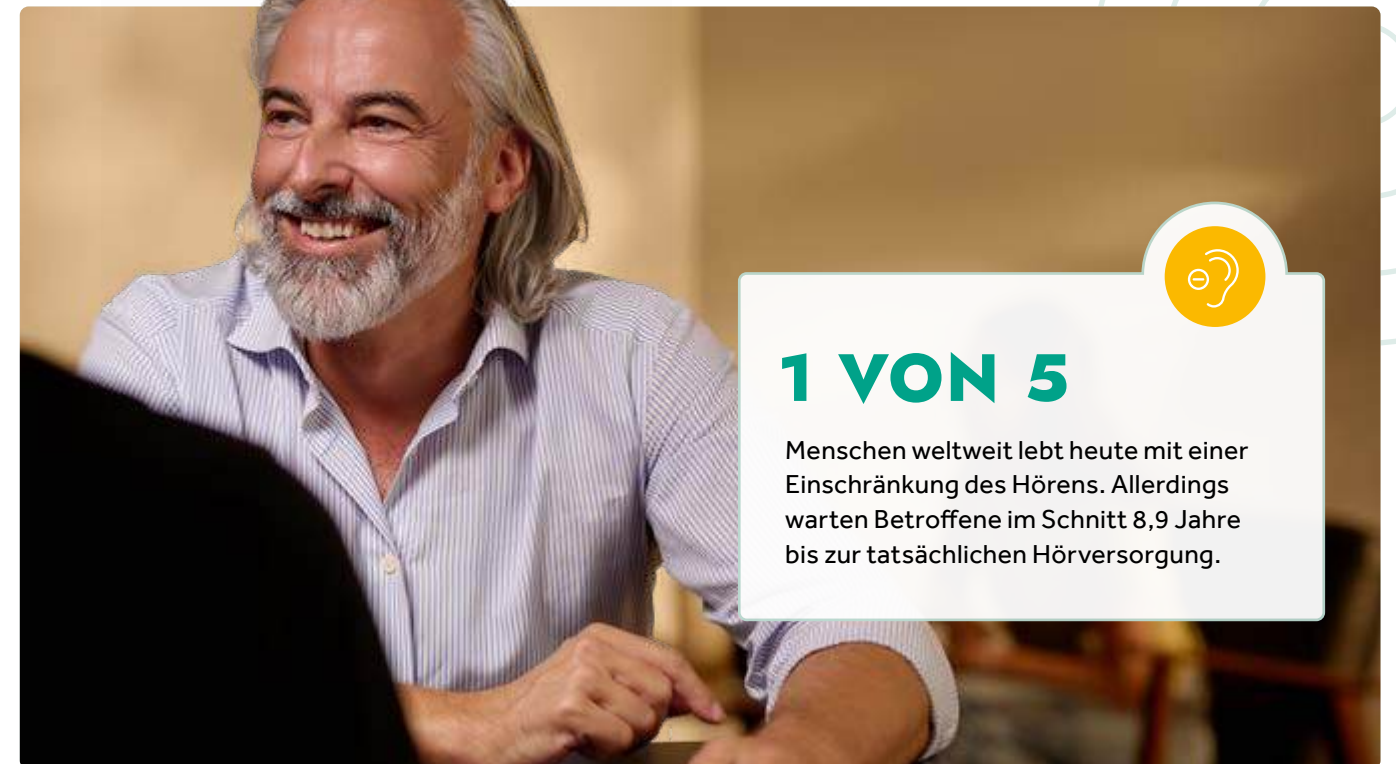
Eine Einschränkung des Hörvermögens ist kein Einzelfall. Gegenwärtig geht man davon aus, dass weltweit jeder fünfte Mensch davon betroffen ist. Im Jahr 2050 wird es durch den demografischen Wandel jeder vierte sein. Schnell wird klar, dass wir hier nicht nur von sozialen Auswirkungen sprechen, sondern auch von Folgen für das Gesundheitssystem.

Die spektakulärste Zahl stammt aus einer Studie der Weltgesundheitsorganisation WHO. Sie zeigt: Unbehandelter Hörverlust verursacht global jährlich Kosten von mehr als 980 Milliarden US-Dollar.

Sichtbar machen liegt im Trend

Im Lauf der menschlichen Hörgeschichte wurde es en vogue, Hörgeräte so unsichtbar wie möglich zu machen. Vielleicht war das für die Akzeptanz gar nicht notwendig? „Nehmen wir die Brille als Beispiel. Mittlerweile ist sie nicht mehr primär ein ‚Heilbehelf‘, sondern ein schickes Accessoire. Einen ähnlichen Trend gibt es auch beim Hören, das sehen wir gerade bei Kindern und Jugendlichen, die bunte Hörgeräte bevorzugen oder auffallende In-Ear-Kopfhörer zum Musikhören tragen“, sagt Huber.

Eines ist dem Kommunikationsexperten von Neuroth zum Abschluss noch wichtig: „Die individuelle Anpassung und Gewöhnung an eine Hörlösung ist ein Prozess. Da gibt es schon einen Unterschied zur Brille, die man aufsetzt und man wieder gut sieht. Das ist beim Hören etwas anderes. Das geht nicht von heute auf morgen, das Gehirn muss es erst wieder lernen. Und ganz wichtig: Ein Hörgerät sollte möglichst oft getragen werden, dann geht der Prozess wesentlich schneller.“



1 VON 5

Menschen weltweit lebt heute mit einer Einschränkung des Hörens. Allerdings warten Betroffene im Schnitt 8,9 Jahre bis zur tatsächlichen Hörversorgung.

Hörgeräte als treue Lebensbegleiter.

Gerhard Oberkofler ist bereits seit Jahrzehnten Kunde bei Neuroth. Er erzählt, wie modern Hörtechnik mittlerweile ist und wie diese seinen Alltag verbessert.

VON MELANIE OGRIS •

Wenn Gerhard Oberkofler über seine Hörgeräte spricht, wird schnell klar, wie selbstverständlich sie zu seinem Leben gehören. „Grundsätzlich trage ich Hörgeräte seit meiner Einschulung im Jahr 1971.“ Die ersten Modelle waren noch weit entfernt von dem Komfort, den er heute erhält: „Mit fortschreitender Zeit wurden die Geräte immer besser und angenehmer zu tragen.“ Seine aktuellen Hörsysteme trägt er nun seit zwei Jahren.

Nicht nur die technische Entwicklung überzeugt Gerhard Oberkofler, auch die persönliche Betreuung der Verkaufsassistent*innen und Hörberater*innen: „Ich muss sagen, dass die Firma Neuroth mein volles Vertrauen genießt, auch dadurch, dass ich in meinem Heimatort eine Kundendienstfiliale vorfinde. Die Mitarbeiter*innen schätze ich besonders – sie kümmern sich immer um meine Belange.“

Alltag neu erleben

Schon Jahrzehnte ist das Tragen von Hörsystemen für ihn Alltag und neue, moderne Funktionen begeistern ihn: „Das Musikhören hat einen gewaltigen Sprung gemacht. So markant, dass ich echt überrascht war.“

Gerhard Oberkofler nutzt seine Hörgeräte nicht nur, um Hits der 70er-, 80er- und 90er-Jahre auf dem Handy anzuhören, sondern auch für Live-Erlebnisse: „Bei Konzerten ist es gut, dass man die voreingestellte Lautstärke etwas herunterregeln oder nach oben anpassen kann.“

Aber auch eine andere Funktion ist für den Hörgeräte-Träger nicht mehr wegzudenken: Die Bluetooth-Verbindung mit meinem Smartphone und das Freisprechen sind eine tolle Errungenschaft.

„Es zahlt sich aus, früh gegen einen schleichenden Hörverlust vorzugehen.“



Sein Hörerlebnis hat sich spürbar verbessert: „Da ich die Geräte ja schon recht lange und jeden Tag trage, merke ich einen signifikanten Anstieg meiner Hörqualität.“ Zudem beobachtet er positive Effekte in seiner Sprache: „Veränderungen bemerke ich auch bei meiner Aussprache, die dadurch wieder besser und klarer wurde.“ Auch das Verstehen seiner Gesprächspartner*innen in etwas lauterer Umgebung falle ihm leichter.

Oberkoflers Rat an andere: „Es zahlt sich aus, früh gegen einen schleichenden Hörverlust vorzugehen.“ Denn ein Hörgerät sei heute etwas, für das man sich nicht schämen muss. „Ich sage meinen Mitmenschen – egal ob Kolleg*innen, in der Familie und der Verwandtschaft –, dass es sich auszahlt, bei bemerkter Hörminderung gegenzusteuern.“

Ein Ruhestand mit vollem Klang

Seit April 2025 genießt Gerhard Oberkofler seinen neuen Lebensabschnitt: „Ich bin jetzt im Ruhestand“, erzählt er. Sein neuer Alltag steht unter dem Motto: „Alles kann, nichts muss.“

Gemeinsam mit seiner Frau, ebenfalls pensioniert, gestaltet er seine Tage flexibel. Bewegung gehört für ihn unbedingt dazu: „Meine Hobbys sind Nordic Walking, Wandern, Spaziergehen und Radfahren.“

„Veränderungen bemerke ich auch bei meiner Aussprache, die dadurch wieder besser und klarer wurde.“

Bei seinen Aktivitäten unterstützen ihn seine Hörgeräte zuverlässig: Sie funktionieren selbst bei Wind, nassem Wetter und bei Hitze. In seinem Ruhestand sind Gerhard Oberkofler Entspannung und Reisen wichtig: „Wellness-Aufenthalte in Slowenien und Reisen in benachbarte Länder mache ich besonders gerne. Mein Merksatz lautet hier: ‚Reisen Sie vor dem Sterben, denn sonst machen es die Erben!‘“ Dank seiner Hörgeräte kann Gerhard Oberkofler jeden Moment bewusst erleben und hören – sei es im Alltag oder auf Reisen.

Mit Hörgeräten im Höhenflug.

Bereits vor 14 Jahren entschied sich Esther Bartenstein für ein Hörgerät – und damit für mehr Lebensfreude, Leichtigkeit und ein aktives Leben.

VON CLARA STUBENRAUCH •



Als ausgebildete Logopädin versteht Esther Bartenstein nicht nur etwas von Sprache, sondern auch vom Hören. „Gut zu hören heißt gut zu sprechen – und das wiederum bedeutet Kommunikation und dabei sein zu können“, sagt die Schweizerin. Sie selbst hat damit auch privat Erfahrung gemacht. Denn seit ihrem 65. Lebensjahr war das Hören keine Selbstverständlichkeit mehr für sie. Vor allem in Gesellschaft fiel es ihr schwer, Gesprächen zu folgen. „Treffen mit Freundinnen und Freunden wurden anstrengend, Ausgehen kostete Kraft – vieles, was früher selbstverständlich war, wurde mühsam“, erzählt Bartenstein. Als sie zu Neuroth kam, hatte sie bereits Erfahrungen mit Hörgeräten. Trotzdem merkte sie immer deutlicher, dass ihre bisherigen Geräte nicht mehr ausreichten.

Der Besuch im Neuroth-Hörcenter ergab sich eher zufällig: Die neu eröffnete Filiale lag ganz in der Nähe ihres Dorfes in der Schweiz. Also entschied sich Esther Bartenstein dazu, einen Termin zu vereinbaren. „Ich wollte neue Geräte ausprobieren und testen. Die Erwartungen waren hoch.“ Schon beim ersten Gespräch fühlte sie sich ernst genommen. „Die Beratung war sehr freundlich, sachlich und unaufgeregt.“

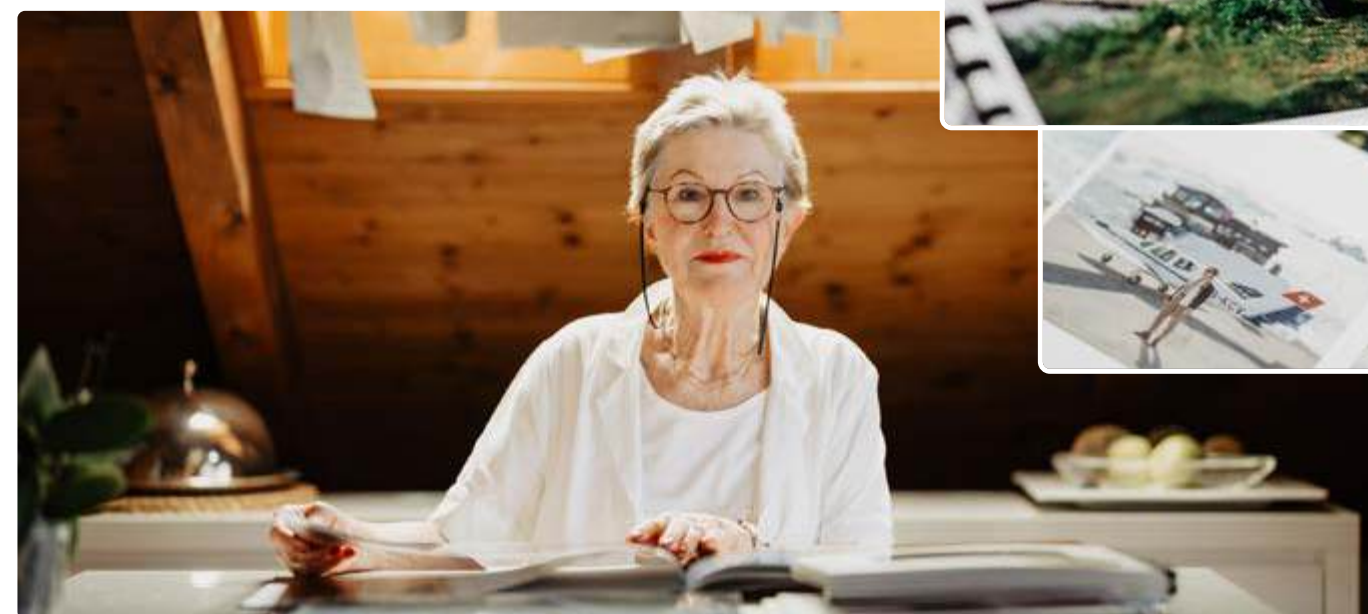
Neue Technik – neues Hören

Esther Bartenstein ist Pilotin und Fluglehrerin – das Fliegen und Reisen ihre große Leidenschaft. Die aktive Pensionistin entschied sich daher für ein modernes Hörgerät. Mit der neuen Technik begann für Esther Bartenstein eine Phase der Umstellung.



Vieles war neu, manches ungewohnt. „Ab sofort ging ich nicht mehr ohne Smartphone aus dem Haus und probierte an verschiedenen Orten aus, wie ich die optimale Hörsituation einstellen konnte“, erzählt sie. Umso wichtiger war für sie die Begleitung durch das Neuroth-Team: In mehreren Terminen im Hörcenter wurden Alltagssituationen besprochen, Einstellungen angepasst und Fragen geklärt. „Ich konnte immer ehrlich ansprechen, was funktioniert – und was nicht“, erinnert sich die 79-Jährige.

Mit der Zeit wurde das neue Hören selbstverständlicher und floss immer mehr in ihre Alltagsgewohnheiten mit ein. Mithilfe ihres Handys, das sie nun überall hin mitnahm, konnte Esther Bartenstein ihr Hörgerät individuell einstellen und ausprobieren, was in welchen Situationen am besten passt. „Besonders den komfortablen Umgang mit Telefongesprächen empfinde ich mittlerweile als große Erleichterung.“



„Gutes Hören
macht mich sicherer.“

Anrufe, die direkt über das Hörgerät möglich sind, geben mir Sicherheit, gerade weil ich viel unterwegs bin“, erzählt sie zufrieden. Nachfragen seien heute kaum mehr nötig.

Rückkehr zur Unbeschwertheit

Auch im sozialen Leben machte sich die Veränderung bemerkbar. Gespräche fielen wieder leichter, Treffen wurden entspannter. „Ich gehe wieder gerne unter Menschen und höre entspannt zu, ohne ständig mitdenken oder mich anstrengen zu müssen“, sagt Bartenstein. Dass ihr Hörgerät dabei kaum auffällt, sei für sie ein zusätzliches Plus. „Oft bemerken andere es erst, wenn ich selbst davon erzähle.“

Rückblickend ist für sie klar: Der Schritt zur erneuten Hörberatung war wichtig. Sie empfiehlt allen, die unsicher sind oder Veränderungen beim Hören bemerken, sich beraten zu lassen und verschiedene Möglichkeiten auszuprobieren. „Gutes Hören macht mich sicherer – bei all meinen Aktivitäten“, betont Esther Bartenstein. Für sie bedeutet gutes Hören heute vor allem eines: wieder selbstverständlich am Alltag teilzunehmen – in aller Ruhe, sicher und mit Freude.



„Wir müssen Vorurteile überwinden.“

Jahrelang lebte Tony Cetinski, ein bekannter kroatischer Musiker, nach seinen Auftritten mit einem „Summen im Kopf“ und einer Hörminderung. Erst als der Leidensdruck zu groß wird, beschließt er, sich Hilfe zu holen. Heute engagiert er sich als Marken-Botschafter für Neuroth in Südosteuropa aktiv für den Abbau von Vorurteilen.

VON MARES KOHLMAYR •

„Wenn man einem Musiker ideale Bedingungen bietet, ist es kein Problem, zwei Tage lang ohne Unterbrechung zu spielen. Man ist nicht müde, man hat einfach nur Spaß. Jetzt genieße ich jeden einzelnen Ton.“ – Tony Cetinski beschreibt die deutlich merkbare Veränderung, die Hörgeräte und ein individuell angepasstes In-Ear-Monitoring-System für ihn mit sich gebracht haben. Allerdings zögerte der bekannte kroatische Musiker zuvor lange, sich professionelle Hilfe zu suchen: „Viele Jahre lange habe ich es einfach hingenommen und dachte, es sei normal, dass nach einem Konzert, wenn man schlafen geht, die Ohren eine Weile klingeln – bis es immer länger dauerte,

dass das Summen verschwand.“ Zunehmend fühlte sich Tony Cetinski unwohl: „Andere Leute ständig bitten zu müssen, das Gesagte zu wiederholen, oder meine Familie in den Wahnsinn zu treiben, weil sie den Fernseher für mich so laut aufdrehen mussten, das war für mich sehr unangenehm.“

Als es so weit kam, dass seine Hörminderung auch beruflich starke Auswirkungen hatte und sich der passionierte Musiker nicht mehr traute, Live-Auftritte aufzunehmen, war für ihn der entscheidende Punkt erreicht: „Ich habe mir einige meiner Live-Aufnahmen angehört und festgestellt, dass ich nicht völlig falsch

lag, aber immer irgendwo zwischen den Tönen. Ich habe ein sehr gutes musikalisches Gehör, aber ich konnte die Frequenzen einfach nicht mehr klar hören. Und wenn ich einmal mit einem falschen Ton anfangen, bleibe ich dabei, und am Ende klingt das ganze Lied für mich falsch. Ich wusste einfach, dass ich handeln muss.“

„Ehrlich gesagt, ist es wunderbar, Hörgeräte zu tragen.“



ZURÜCK ZUR PERFEKTEN FREQUENZ.

„Musik macht wieder Spaß“

Tony Cetinskis Handeln sah so aus: Erst Online-Recherche und dann ins nächste Neuroth-Hörcenter für einen ersten Hörtest. „Nachdem bei mir ein erheblicher Hörverlust festgestellt wurde, habe ich mich für das Hörgerät Phonak Infinio, das neueste Modell, entschieden. Ich bin sehr zufrieden damit. Und nicht nur das: Ich fühle mich bei Neuroth sehr wohl, als wären sie Teil meiner Familie, was für mich vielleicht sogar noch wichtiger ist als das Hören selbst.“

Wenn der in Südosteuropa besonders geschätzte Publikumsmagnet auf der Bühne auftritt, benutzt er zudem ein In-Ear-Monitoring-System, ebenfalls von Neuroth. „Alle Musiker meiner Band nutzen diese individuell abgestimmte Hörlösung – das hat alles verändert! Der Klang ist einfach perfekt und Musik macht wieder Spaß.“



Ein ehrliches Gespräch mit sich selbst führen

Nach wie vor ist es für viele Menschen eine Überwindung, sich bei einer auftretenden Hörminderung professionelle Hilfe zu suchen. Auch Tony Cetinski kennt dieses Gefühl, aber weiß es heute besser: „Ja, ich habe anfangs auch ein wenig gezögert. Denn zuerst muss man sich eingestehen, dass es nicht nur eine Frage des Alters ist – es kann jeden treffen. Manchmal muss man einfach in den Spiegel schauen und ein ehrliches Gespräch mit sich selbst führen – und dann rechtzeitig handeln, denn besser wird es von allein nicht.“ Heute engagiert sich der Musiker als Marken-Botschafter für Neuroth aktiv für den Abbau von Vorurteilen. „Ich verstecke mein Hörgerät nicht – ganz im Gegenteil, ich spreche oft und offen darüber. Ich spreche aus tiefstem Herzen, aus eigener Erfahrung darüber, wie ich mich jetzt fühle, da ich wieder gut hören kann. Ehrlich gesagt, es ist wunderbar, Hörgeräte zu tragen.“

INNOVATION

5
YEARS LEBRING

TECHNIK & FORT

Auf den folgenden Seiten dreht sich alles um Fortschritt und Ideen, die Neuroth als Unternehmen voranbringen. Von neuen Lösungen und Services bis zu neuen Technologien, die in der Fertigung eingesetzt werden.



SCHRITT

IM

FOKUS

N





Klein, kleiner, am kleinsten.

Neuroth hat sein Hörlösungsportfolio um eine weitere Innovation erweitert: Das 2025 erschienene erste Akku-Hörgerät im Miniaturformat „Viennatone Pace 8“ eröffnet für Kund*innen völlig neue Welten.

VON MAGDALENA ROSCHITZ •



Das Im-Ohr-Hörgerät im Miniaturformat „Viennatone Pace 8“ ist das kleinste Akku-Modell von Neuroth und erweitert die bisherigen Hörösungen der exklusiven Eigenmarke Viennatone. Der integrierte Akku mit bis zu 28 Stunden Laufzeit und der dazugehörige Travel Charger bieten Hörgeräte-Träger*innen besonders viel Komfort – egal ob Zuhause oder unterwegs. Viele Kund*innen entscheiden sich aus genau diesem Grund für das neue Modell, da sie ihre Hörlösung für lange Zeit unbeschwert in ihrem Ohr tragen können und sie über Nacht ganz einfach wieder aufladen. Hörgeräte-Modelle wie diese stehen sichtlich hoch im Kurs: „Immer mehr Menschen entscheiden sich für wiederaufladbare Hörgeräte – in der Schweiz liegt der Akku-Anteil bereits bei 74 Prozent, in Österreich bei 58 Prozent“, bemerkt Neuroth-CSO Rik van Dijk.

Technologische Besonderheiten

Das neue Viennatone Pace 8 ist die optimale Option für alle Kund*innen, die ihr Hörgerät im statt hinter dem Ohr tragen möchten. Es zeichnet sich allerdings nicht nur durch die beinahe unsichtbare Gestaltung, sondern auch durch eine sehr gute Klangqualität in lauten Umgebungen aus. Darüber hinaus lässt es sich mit dem Smartphone verbinden. Hörgeräte-Träger*innen können so bequem mit einer App Einstellungen vornehmen und zum Beispiel regeln, aus welcher Richtung Stimmen verstärkt werden sollen.

Wie die anderen zwei Viennatone-Modelle ist auch das neue Viennatone Pace 8 durch das moderne, dreistufige Upgrade-Konzept völlig individuell konfigurierbar. Denn gemeinsam mit den Kund*innen sollen sich auch

16 MILLIMETER

klein ist das Viennatone Pace 8 und verschwindet damit förmlich im Ohr.

ihre Hörösungen weiterentwickeln. Auf Wunsch von Hörgeräte-Träger*innen können bei sämtlichen Modellen von Viennatone je nach Bedarf zusätzliche Features aktiviert werden. Die Upgrades „Premium“, „Pro“ und „Max“ schalten neue Funktionen wie eine verbesserte Lärmreduktion, ein volleres Musikerlebnis oder auch eine präzisere Situationserkennung frei.



Individuell angepasstes Hörerlebnis

Viennatone richtet sich besonders an aktive und digital affine Kund*innen und möchte diese dazu ermutigen, ihre Hörlösung nicht als Unannehmlichkeit, sondern als Bereicherung zu sehen. Insbesondere das Upgrade-Konzept ermöglicht ein optimales, individuell angepasstes Hörerlebnis für Hörgeräte-Träger*innen. Unterhaltungen in leisen oder lauten Umgebungen, unbeschwerte Konzerterlebnisse oder auch die automatische Unterdrückung von lästigen Impulsschall- und Windgeräuschen: Kund*innen wird ein unbeschwerter Alltag des Hörens ermöglicht.

Erfolgreicher Launch in Südosteuropa.

Die Marke Viennatone ist inzwischen bereits seit 2024 im DACH-Raum etabliert. „Wir sind mit dem Start unserer Eigenmarke

sehr zufrieden. Mit den smarten Hörösungen von Viennatone erreichen wir eine jüngere Zielgruppe, die moderne Technologie und persönliche Flexibilität gleichermaßen schätzt“, sagt CSO Rik van Dijk.

Dank des bisherigen Erfolgs zog Viennatone im Vorjahr auch in die Neuroth-Hörcenter in Südosteuropa ein – zuerst in **Slowenien und Kroatien**, in diesem Jahr folgt der Launch dann auch in **Serbien und Bosnien-Herzegowina**.

Es kommt auf die leisen Momente an.

Entspanntere Nächte und mehr Ruhe im Alltag als Ziel: Georg Mausser hat getestet, wie sich ein maßgefertigter Schlafschutz in seinem Studentenleben schlägt.

VON GEORG MAUSSER •

Es ist kurz vor Mitternacht. Ich liege im Bett und versuche schnell einzuschlafen, um für den bevorstehenden Tag ausgeruht zu sein. Doch wie jeden Abend höre ich Schritte im Flur, den Aufzug und den Mieter über mir, der sich zu später Stunde an die Klimmzugstange hängt. Normalerweise versuche ich, diese Geräusche erfolglos auszublenden. In dieser Nacht probiere ich jedoch etwas Neues aus. Ich greife zu meinem maßgefertigten Gehörschutz



Abformung des Gehörgangs

Earwear Sleep von Neuroth, der meinen schlaflosen Nächten ein Ende bereiten soll. Aber beginnen wir von ganz vorne.

Vom Ohrabdruck zum persönlichen Gehörschutz

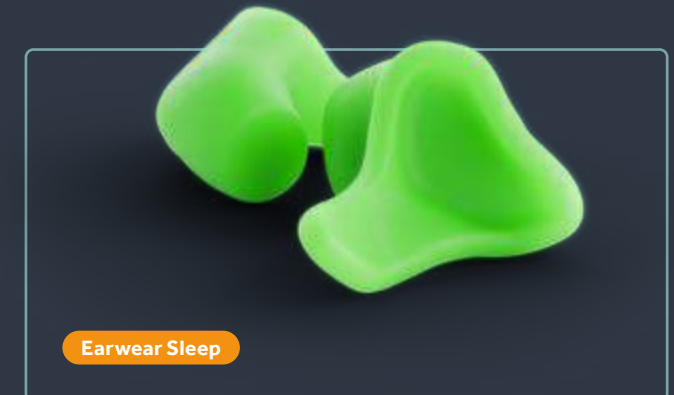
Zunächst muss mein Gehörschutz individuell gefertigt werden. Dazu habe ich einen Termin in einem Neuroth-Fachinstitut vereinbart. Eine Hörakustikerin betreut mich und führt eine Anamnese, ehe die Abformung meines Gehörgangs beginnt: Ein Stück Watte wird in meinen Gehörgang gesteckt, gefolgt von einer kühlen Silikon-Masse, die sich mit der Zeit ausbreitet. Nach etwa zwei Minuten spüre ich ein Knacken im Ohr – die Masse ist ausgehärtet und wird herausgenommen. Mit Staunen begutachte ich die Abformungen meines Gehörgangs. Die Hörakustikerin erkundigt sich noch nach meinen persönlichen Präferenzen hinsichtlich Dämmung und Farbe, bevor mein Termin auch schon zu Ende ist. Die Abformungen wandern anschließend in das Supply Center von Neuroth, wo jeder Gehörschutz maßgefertigt wird.

Zwei Wochen später halte ich meinen fertigen earwear-Gehörschutz in der Hand, eingepackt in einer kompakten Box inklusive Reinigungsset. Beim ersten Einsetzen vor Ort fühlt er sich noch fremd an, sitzt aber wie angegossen im Gehörgang. Die Dämmung bemerke ich unmittelbar. Die Geräuschkulisse um mich herum

verklings fast komplett und ich fühle mich wie in meiner persönlichen Ruhezone. Nach kurzer Passformkontrolle kann ich meinen Gehörschutz endlich auf Herz und Ohren prüfen.

Meine Nächte mit dem Earwear Sleep

Sobald ich den Gehörschutz verwende, bemerke ich, wie sich plötzlich alles ruhiger anfühlt. Die Geräusche aus dem Flur sind gedämpfter und fühlen sich weit entfernt an, kaum wahrnehmbar. Der Earwear Sleep – so der Name des Produkts – ist immer noch etwas ungewohnt, aber keineswegs störend. Ich schlafe deutlich schneller ein als üblich, nicht schlagartig, sondern eher wie ein langsames Einsinken im Bett. In der Früh wache ich oft müde und etwas erschöpft auf, doch dieses Mal nicht. Ich merke, ich habe tief geschlafen. In den folgenden Nächten mache



Earwear Sleep

Ich probiere den Gehörschutz auch während meiner Zugfahrten nach Hause aus. Ein Ort, der durch Gespräche, Motorgeräusche des Zuges und Durchsagen nicht unbedingt zum Entspannen einlädt. Diesmal klingt alles viel unauffälliger, fast nicht wahrnehmbar. Ich schlafe sogar kurz ein, was mir sonst nie gelingt.

Kleine Helfer, große Wirkung

Was als Produkttest begann, entwickelte sich zur Selbstbeobachtung, wie viel Lärm ich täglich eigentlich ausgesetzt bin und wie viel ich davon tatsächlich hinnehmen kann. Der Gehörschutz ist klein, sanft und unscheinbar. Aber er schafft genau diesen Ruheraum, den ich oft brauche, sei es vor allem in der Nacht aber genauso auch tagsüber, wenn mir die Welt zu laut wird. Er schafft keine vollständige Stille, er schafft Ruhe und Fokus. Und manchmal ist das der größere Luxus.

55 DEZIBEL

Lärmbelastigung kann bereits Konzentrationsschwierigkeiten und erhöhten Stress verursachen. Gehörschutz hilft, Umgebungsgeräusche angenehm zu dämpfen, ohne vollständig zu isolieren.

ich ähnliche Erfahrungen. Mein Schlaf fühlt sich erholsamer an und mein Körper ausgeruht. Mein Gehörgang hat sich zudem nach wenigen Tagen vollständig an den Schlafschutz gewöhnt, sodass ich ihn nach dem Einsetzen kaum noch bemerke.

Mehr Ruhe, wenn der Alltag laut wird

In den darauffolgenden Tagen teste ich meinen neuen Gehörschutz auch außerhalb des Schlafzimmers. Denn störende Geräusche sind nicht nur ein Nachtproblem, sondern ein ständiger Begleiter im Alltag. Etwa beim Lernen in der Bibliothek, wo zum Beispiel durch die flüsternden Gespräche vom Nachbartisch selten die versprochene Ruhe herrscht. Mit dem Earwear Sleep im Ohr fühlt sich alles gedämpfter an, die Geräusche verlieren ihren spitzen Klang und rücken weiter in den Hintergrund. Ich kann mich besser konzentrieren.



Ohrabformungen

Gehörschutz-Offensive mit earwear

Lärm zählt zu den größten Gesundheitsrisiken für unser Gehör.

Daher wird Prävention immer wichtiger. Mit der neuen earwear GmbH bündelt die Neuroth-Gruppe ihr Gehörschutz-Know-how und schafft die Basis, um dem wachsenden Bedarf gezielt zu begegnen.

VON GEORG MAUSSER •

Bereits ab 85 Dezibel kann das Gehör langfristig geschädigt werden, auch im Alltag – am Arbeitsplatz oder auf Konzerten. Aber nicht nur Lärmquellen nehmen heutzutage zu, auch das Bewusstsein für Hörgesundheit steigt deutlich, besonders bei jungen Menschen. „Die Awareness, seine Gesundheit zu erhalten, nimmt stark zu. Und dazu zählt auch das Gehör“, erklärt earwear-Geschäftsführer Robert Kacalek.

Mit der Gründung der earwear GmbH hat die Neuroth-Gruppe im Sommer 2025 ihr Gehörschutz-Geschäftsfeld neu ausgerichtet. Alle Aktivitäten rund um maßangefertigten Gehörschutz sind nun unter einem Dach untergebracht. Kacalek sieht darin großes Potenzial, sowohl bei Privat- als auch bei Industriekund*innen.

Langlebig, praktisch, gefragt

Am Markt zeigt sich ein klarer Trend in Richtung langlebiger Mehrwegprodukte. Auch in der Industrie wächst die Nachfrage nach zertifiziertem Gehörschutz. Earwear begegnet dieser Entwicklung mit einem breiten Lösungsangebot. Von Schlafschutz und Musikfilter bis hin zu sportlichen Lösungen wie dem Earwear Swim.

Speziell im Sportbereich sieht man großes Zukunftspotenzial. Das österreichische Wintersportteam wurde für die diesjährigen Olympischen Spiele mit dem Earwear Sleep ausgestattet. „Eine entscheidende Komponente von effektivem Training ist Schlaf“, so Kacalek.

Der direkte Weg zu neuen Kund*innen

Gehörschutz soll künftig zugänglicher werden. Das universelle Gehörschutz-Produkt „Earwear Intro“ ist daher seit vergangenem Jahr auch online im Webshop erhältlich. Perspektivisch ist auch ein Vertrieb der „Intro“-Produktfamilie im stationären Handel wie in Bau- und Drogeriemärkten geplant.

Das langfristige Ziel ist klar: „Wir wollen bis 2030 zu den Top-5-Anbietern für hochwertigen Gehörschutz in Europa gehören.“ Dafür brauche es Mut, Geschwindigkeit und Fokus.



Mehr Infos zum Thema Gehörschutz und earwear finden Sie online!



„Eine entscheidende Komponente von effektivem Training ist Schlaf.“

ROBERT KACALEK

Effizienz trifft Präzision

Neue Scanner für Ohrabdrücke.

Über 50 Neuroth-Hörcenter wurden in der Schweiz 2024 bereits mit neuen 3D-Scannern zur digitalen Ohrabformung ausgestattet – mit dem Ziel, Lieferzeiten für Kundinnen und Kunden zu verkürzen. Nun konnte im vergangenen Jahr das Projekt erfolgreich ausgeweitet werden.

VON SARINA PINCZAR •

Für maßangepasste Hörlösungen wird eine Ohrabformung benötigt. Dabei wird die Form des Ohrs aus Abformmaterial genommen. Bevor die neuen 3D-Scanner eingeführt wurden, musste diese anschließend per Post ins zentrale Neuroth Supply Center nach Lebring (Österreich) geschickt werden, um nach dieser Vorlage ein passendes Ohrpassstück anfertigen zu können. Wie aufwendig dieser Ablauf vor allem für die Schweiz war, beschreibt Hörcenter-Leiterin Helena Pälchen: „Nach der manuellen Ohrabformung mussten die Abformungen sorgfältig verpackt, ein Zollschein und ein Paketauftrag erstellt werden. Im Schnitt dauerte es zwei bis fünf Tage, bis das Paket schließlich in Österreich ankam.“

Innovation und Integration

Um diese Herausforderungen zu meistern, wurden schließlich in einem Pilotprojekt erste Ohrabformungsscanner in Schweizer Hörcentern getestet. Der Scanner überträgt die Scandaten des Ohrabdrucks direkt in die Produktionsstätte und lässt sich nahtlos in die bereits bestehenden Neuroth-Systeme integrieren – „dieser Arbeitsprozess verläuft ohne manuelle Zwischenschritte“, freut sich die Hörakustikerin.

Die digitale Transformation

Durch die Einführung der 3D-Scanner erhalten Kund*innen ihre Produkte wesentlich schneller und profitieren von erhöhter Zuverlässigkeit, da die Versandwege der Ohrabformungen entfallen. Außerdem erhöht der digitale Prozess die Sicherheit, da die Ohrabformungen auf dem Postweg nicht mehr verloren

1.100 PAKETE

trafen monatlich im Schnitt aus der Schweiz im Neuroth Supply Center in Lebring ein, wovon ca. 50 Prozent ausschließlich Ohrabformungen enthielten. Mit der Digitalisierung der Ohrabformungen werden nun Transportkosten und Verpackungsmaterial gespart.

gehen oder beschädigt werden können. Durch die Reduktion der Transportwege und des Verpackungsmaterials wird die Nachhaltigkeit gefördert. Helena Pälchen bringt es auf den Punkt: „Insgesamt bedeutet das für unsere Kund*innen weniger Wartezeit, mehr Transparenz und das gute Gefühl, Teil eines nachhaltigen Prozesses zu sein.“

Zukunftsansichten

Mittlerweile wurde das Projekt weiter ausgebaut: In der Schweiz wurde die Ausstattung bereits flächendeckend abgeschlossen, sodass alle Hörcenter Ohrabdruck-Scanner nutzen können. In Österreich werden seit Jänner 2026 erste Fachinstitute mit den neuen Scannern ausgestattet. Auch in Deutschland, Serbien und Bosnien-Herzegowina ist der Einsatz der Scanner geplant. Ziel ist es, gruppenweit einen einheitlichen digitalen Scan-Vorgang zu etablieren.

ZWEI STANDORTE, EIN ZIEL.



Mehr Effizienz und Kundennähe –
ein Interview mit CEO Lukas Schinko.

Vor fünf Jahren wurde das gruppenweite Supply Center von Neuroth am Standort in Lebring (Steiermark) eröffnet. CEO Lukas Schinko spricht über Erfolge, Innovationen und den nächsten Meilenstein: den neuen zweiten Produktionsstandort in Belgrad.

VON MARES KOHLMAYR •

Fünf Jahre Produktions- und Logistikstandort Lebring – was bedeutet dieses besondere Jubiläum für Sie?

Lukas Schinko: Fünf Jahre Supply Center Lebring – das sind fünf Jahre voller Pioniergeist, Herzblut und auch wichtigen Lernkurven. 2020 haben wir aus Platzgründen den großen Schritt gewagt und unsere Produktion und Logistik hierher nach Lebring verlegt. Natürlich war das anfangs ungewohnt – wir mussten uns von unserem früheren und langjährigen Firmen- und Familiensitz in Schwarzau verabschieden. Umso stolzer bin ich, wenn ich heute durch unser gruppenweites Supply Center gehe, das unsere Kundinnen und Kunden in ganz Europa zuverlässig beliefert. Wir haben einen modernen Standort geschaffen, sind dadurch noch näher an unseren Kund*innen und können effizienter arbeiten.

Worauf sind Sie im Zuge dieses Jubiläums besonders stolz?

Was mich besonders stolz macht: der Unterschied, den wir als Team jeden Tag spürbar machen. Mit Qualität, Verlässlichkeit und der Bereitschaft, Neues anzupacken. In vielen kleinen und großen Schritten haben wir unseren Produktions- und Logistikstandort in den vergangenen Jahren nach vorne gebracht – von der Ausstattung über die Digitalisierung bis zu neuen Technologien und Strukturen. Unser Leitsatz „Besser hören, besser leben“ ist dabei kein Slogan, sondern Anspruch an uns selbst. Dazu gehört auch unsere HörErlebniswelt, mit der wir schon viele Besucherinnen und Besucher begeistert haben.

Vom Rückblick zum Blick in die Zukunft: Welche nächsten Schritte sind zu erwarten?

Wir erleben gerade, wie unser Engagement in Serbien und Bosnien-Herzegowina Früchte trägt: Die Nachfrage nach individuellen Hörlösungen wächst stetig. Südosteuropa ist für die Neuroth-Gruppe ein

wichtiger Zukunftsmarkt. Deshalb bauen wir in Belgrad einen zweiten Produktionsstandort auf, der unsere Versorgung vor Ort verbessert und die Wege in die beiden Nicht-EU-Märkte verkürzt. Bisher wurden unsere Otoplastiken ausschließlich in Lebring produziert. Pro Jahr sind das mittlerweile rund 208.000 Stück. Aufgrund des steigenden Bedarfs in Serbien und Bosnien-Herzegowina setzen wir diesen großen Schritt, um unsere Kund*innen vor Ort noch besser und schneller versorgen zu können. So wird der neue Standort eine 3D-Druck-unterstützte Produktion von Ohrpassstücken und einen zentralen Logistikhub für Serbien und Bosnien umfassen.



MEHR ZUM SUPPLY CENTER LEBRING →



EINE HÖR-REISE

durch die tägliche Arbeit.

Leises Gemurmel ist zu hören. Ein leerer Rollwagen holpert über eine kleine Stufe. Im Hintergrund rattert eine Maschine, die Füllmaterial für Versandpakete herstellt. Jemand lacht – eine Hör-Reise durch den zentralen Produktions- & und Logistikstandort von Neuroth.

VON SOPHIE PURKARTHOFFER •

Nach fünf Jahren Supply Center im südsteirischen Lebring sind die Mitarbeiter*innen im Lager mit dieser Geräuschkulisse bereits vertraut. Genauso wie mit der Arbeit, die sie täglich leisten. „Ratsch, ratsch, ratsch“ und das nächste Paket mit einem Ohrabdruck und den dazugehörigen Kundendaten ist geöffnet und wird kontrolliert. Alles passt. Danach geht es weiter zur nächsten Station. Ein großes Büro, viele Computer und wieder leises Gemurmel. Hier wird die Ohrabformung gescannt. Begleitet von unzähligen Mausklicks mischt sich unter das leise Gemurmel auch das Piep-Geräusch von einem Barcode-Scanner, mit dem sichergestellt wird, dass die Ohrabformungen auch mit den angegebenen Daten

übereinstimmen. Die Ohrabformung ist nun für die Modellierung am Computer bereit, die sich im hinteren Teil des Labors befindet.

3D-Druck in Rekordgeschwindigkeit

Getrennt sind die beiden Bereiche mit einer von der Decke hängenden grauen Akustik-Trennwand mit der Aufschrift „HÖRSTÄRKE“. Die Mausklickfrequenz wird hier stärker. Zum ersten Mal ist auch zu hören, dass ein Radio leise im Hintergrund läuft. „Don't you know...“ schallt es gerade aus den Lautsprechern, als die Modellierung für den 3D-Druck bereit ist. Der Raum ist hell, ringsum verglast und obwohl gerade nichts gedruckt



Über eine Fläche von **4.835 Quadratmetern** erstreckt sich unser Standort Lebring.

wird, surrt es, als würden 20 Computerrechner auf Hochtouren arbeiten. Beim Öffnen eines 3D-Druckers verändert sich die Geräuschkulisse so, als hätte man einen Föhn angemacht. Eineinhalb Stunden später sind die Otoplastiken fertig gedruckt. Anschließend werden sie mit Alkohol und einem Lichtaushärtegerät bearbeitet und gereinigt. Nun sind sie biokompatibel und bereit für die Nacharbeit.

Mehr als nur der Feinschliff

Beim Betreten wird klar, dass hier höchste Konzentration gefragt ist. Vertieft in die Arbeit und beschallt von leiser Musik über die eigenen Kopfhörer, sitzen die Mitarbeitenden da. Vor ihnen eine große Lupe, durch die die Otoplastiken plötzlich gar nicht mehr so klein wirken. In der rechten Hand den Fräser, der dem beim Zahnarzt stark ähnelt. In der linken Hand die Otoplastik aus dem 3D-Drucker. Beim Blick über die Schulter wird klar, hier sind Präzision und Geduld gefragt. „Bzzzz, bzzzz, bzzzz“ ertönt das ständige Fräsgeräusch und unterdrückt den im Hintergrund laufenden Radio. Es erinnert an die Atmosphäre in einem Zahnarztwartezimmer. Hier wird aber nicht nur gefräst, sondern auch lackiert und graviert. Jede fertige Otoplastik wird noch mit dem Namen und der Seriennummer versehen.

Im hinteren Teil der Produktion werden zusätzlich die maßgefertigten Gehörschutz-Lösungen für Kund*innen finalisiert, bevor es für sie zur Qualitätskontrolle geht. Auch für die Otoplastik, bei der bereits



mit Fingerspitzengefühl und viel Geduld die Elektrik eingebaut wurde, geht es zur vorletzten Station, der Qualitätskontrolle, weiter.

Der finale Check

Auf 15 Quadratmetern stapeln sich hier unzählige kleine Kistchen in den verschiedensten Farben. Drinnen liegen die fertigen Hörgeräte und die Information zu den jeweiligen Kund*innen, gedruckt auf einen kleinen Zettel. Ein grünes Kistchen wird vom Stapel genommen. Hörgerät raus, unter die große Lupe und noch einmal checken, ob alles funktioniert. Auch hier wieder das Piepen des Barcode-Scanners im Hintergrund. „Nji nji“ ertönt es dann zweimal vom Etikettendrucker aus der rechten Ecke des Raumes. Das Hörgerät entspricht den hohen Qualitätsstandards von Neuroth, das Etikett, versehen mit dieser Information, wird auf den Kundenzettel geklebt.

Leises Gemurmel ist zu hören. Ein voller Rollwagen rollt über eine kleine Stufe. Es raschelt, Füllmaterial wird zum Schutz neben die Hörgeräte in den Verpackungskarton gelegt. Jemand lacht – das fertige Hörgerät ist bereit, um eine Kundin oder einen Kunden auf ihre oder seine persönliche Hör-Reise zu begleiten.



208.000 maßgefertigte Otoplastiken (Ohrpasstücke) haben Neuroth-Mitarbeiter*innen aus Lebring insgesamt im vergangenen Wirtschaftsjahr mit 3D-Druck und präziser Handarbeit gefertigt.

#WEARE NEUROTH



PEOPLE & CULTURE

#weareneuroth ist alles, was Neuroth als Arbeitgeber ausmacht und wer wir sind. Diese Rubrik widmet sich den Menschen hinter Neuroth: unserem Team, unserer Kultur und den vielfältigen Karrierewegen.



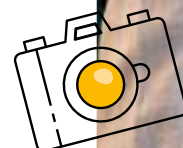
URE

IM FOKUS



HIGHLIGHTS DES 1. NEUROTH-SUMMIT

Unter dem Motto „1 Voice – 8 Echoes“ im März 2025 haben sich rund 1.000 Mitarbeitende aus 8 Ländern zum 1. Neuroth-Summit in Ljubljana getroffen, um gemeinsam in die Zukunft zu blicken. Ganz im Zeichen von Aus- und Weiterbildung erlebten sie ein Wochenende voll inspirierender Vorträge und voller interaktiver Messestände. Auch die Vernetzung und gemeinsame Teamaktivitäten kamen nicht zu kurz.



Welcome to Ljubljana!

Der offizielle Startschuss für den 1. Neuroth-Summit fiel am 14. März 2025 in der Hauptstadt Sloweniens. Rund 1.000 Mitarbeitende haben Ljubljana Gelb und Seegrün gefärbt – mit farbenfrohen Regenschirmen und Rucksäcken.

Gemeinsam wurde via Quiz-App die Stadt erkundet – ein Highlight erwartete die Teilnehmenden im Tivoli-Park: Die Kunstaussstellung „The World of Sound and Silence“. Sie wurde von Neuroth gemeinsam mit dem Institut für Gehörlose und Schwerhörige Ljubljana ins Leben gerufen.

Mit dem Bühnenprogramm beim Welcome Evening wurde der Neuroth-Summit schließlich offiziell eingeläutet. Neben Neuroth-CEO Lukas Schinko standen auch Aufsichtsratsvorsitzender Gregor Schinko sowie SOE-Länderleiter Peter Jagodič und Slowenien-Leiter Robert Lepener auf der Bühne.

Bevor es dann zu den Foodtrucks mit traditionellem Essen aus jedem Neuroth-Land ging, wurde noch eine glanzvolle Taneinlage hingelegt, und zwar gemeinsam mit Unternehmensgründerin Paula Neuroth in virtueller Form.

Mit Teamspirit und Innovation in die Zukunft

Der Samstag begann mit einer zukunftsweisenden Key Note von CEO Lukas Schinko mit einem Vortrag darüber, wohin sich Neuroth in den nächsten fünf Jahren weiterentwickeln wird – mit besonderem Fokus auf Kundenbegeisterung. Danach öffneten die Messestände der Neuroth Fair, bei denen nicht nur die neuen Unternehmenswerte und Innovationsgeist spürbar waren, sondern sich auch alle Besucher*innen informieren und austauschen konnten.

Zudem wurde die im Vorfeld gemeinsam überarbeitete Neuroth-Philosophie erstmals in gedruckter und digitaler Form vorgestellt – unter anderem von den Neuroth-Ambassadors.

„Let me hear your voice“

Krönender Abschluss am Samstag war die Neuroth Night, bei der alle gemeinsam das Summit-Wochenende bei Musik und Leckereien an verschiedensten Live Cooking Stations ausklingen lassen konnten. Vor allem Special Guest Tony Cetinski hat auf der Bühne so einige Fan-Herzen höherschlagen lassen.

6 WERTE

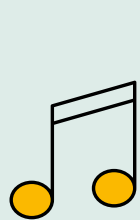
Neben der Unternehmensstrategie standen die 6 neuen Unternehmenswerte von Neuroth beim Summit im Fokus: Herzblut, Teamspirit, Verantwortung, Kundenbegeisterung, Vertrauen und Zukunftsorientierung.

Nächste Seite:
Der Summit in
Bildern!



Mit einer gemeinsamen Stimme und vielen bunten Program Highlights haben wir (hör-)starke Neuroth-Energie nach Ljubljana gebracht. Rund 1.000 Mitarbeitende aus 8 Ländern machten den 1. Neuroth-Summit zu einem echten Jahres-Highlight.

Gelb-seegrüne Schnappschüsse mit Neuroth-Gründerin Paula auf der Burg von Ljubljana



Let me hear your voice!
Die Neuroth Night war der krönende Abschluss des gemeinsamen Summit-Wochenendes



Im Zuge des „Forum of Excellence“ wurden die Eckpfeiler der Neuroth-Zukunftsstrategie präsentiert



Lasst uns über Werte sprechen: Sie liegen der Neuroth-Philosophie zugrunde



Vom Einzelkämpfer auf der Piste zum Teamplayer bei Neuroth.

Silvan Zurbriggen verbrachte viele Jahre auf der Piste. Als Profi im Ski-Sport kämpfte er sich unter anderem bei den Olympischen Spielen und Weltmeisterschaften bis aufs Podium. Wie er nach dem Ende seiner Ski-Karriere zu seiner zweiten Leidenschaft, der Hörakustik bei Neuroth, fand, und wie er dort Teamspirit heute neu erfahren kann.

VON LARISSA BUCHRIEGLER •



Bereits seit Kindheitstagen prägte der Ski-Sport den Schweizer Silvan Zurbriggen. Aufgewachsen in der Region Wallis, stand er mit drei Jahren bereits das erste Mal auf den Skiern und mit neun Jahren bestritt er seine ersten Rennen. Angefangen als Slalomspezialist, entwickelte sich Silvan Zurbriggen zu einem Allrounder in der Skiwelt. Seine größten Erfolge konnte er bei der Weltmeisterschaft in St. Moritz im Jahr 2003 mit einer Silbermedaille im Slalom und bei den Olympischen Spielen 2010 in Vancouver mit einer Bronzemedaille in der Super-Kombination feiern.

Das Ende einer Karriere

Aufgrund gesundheitlicher Probleme musste Silvan Zurbriggen 2015 vom Ski-Sport zurücktreten. „Ich war eigentlich auf einem guten Weg im Winter“, sagt Zurbriggen. Doch seine Rückenprobleme wurden immer schlimmer, sodass ihm schließlich keine andere Option als eine Operation blieb. „Aufgrund dessen habe ich entschieden, dass es keinen Sinn mehr macht, wenn das Vertrauen in meinen Körper und das nötige Gespür fehlen“, erzählt er über seinen Rücktritt damals.

Seine Frau Nathalie und Neuroth

Nach Ende seiner Ski-Karriere arbeitete Silvan Zurbriggen zunächst als Bankfachmann bei seinem Sponsor aus dem Ski-Sport. Seinen Weg zu Neuroth fand er schließlich durch seine Frau Nathalie, die bereits seit 2008 bei Neuroth arbeitet. „Es hat mich immer begeistert, mit welcher großen Freude sie jeden Tag zur Arbeit gegangen ist“, sagt er.

Somit startete Zurbriggen seine Ausbildung zum Hörakustiker in Innsbruck und absolvierte später die Ausbildung zum Meister. Seit 2017 ist er nun Teil des Neuroth-Teams und seit 2019 leitet er im Kanton Wallis die Hörcenter Brig und Visp. Zuvor führte seine Frau diese Tätigkeit aus, doch aufgrund der Familienplanung übernahm Silvan Zurbriggen diese Rolle.

Das Gefühl des Zurückgebens

Die Leidenschaft für den Beruf des Hörakustikers kann Zurbriggen nun mit seiner Frau teilen. Dabei findet er es besonders erfüllend, wenn die Kund*innen zum ersten Mal ihre Hörsysteme ausprobieren können: „Dieser Moment ist einzigartig, weil man weiß, dass man dieser Person Lebensqualität zurückgeben kann.“ Die Dankbarkeit, die in diesen Situationen entsteht, beschreibt für Zurbriggen das Schöne an seinem Beruf.

Dankbarkeit empfindet er auch, wenn er an sein Team denkt: „Es ist ein unglaublicher Zusammenhalt, ein Füreinander-da-sein, ein Helfen und Unterstützen.“ Dabei musste er zuerst noch lernen, Aufgaben abzugeben und auch einmal nach Hilfe zu fragen. „Aus dem Einzelsport kennt man das nicht so. Da kannst du nicht einfach jemanden fragen: ‚Was nehme ich heute für einen Ski?‘“, erzählt Zurbriggen.



2 Bereiche, 1 Gemeinsamkeit:

Ob im Ski-Sport oder als Hörakustiker, die ständige Motivation zur Suche nach der besten Lösung ist eine Fähigkeit, die Silvan Zurbriggen in beiden Bereichen einsetzen kann.



Herzensangelegenheit Hören

Mittlerweile gibt der frühere Ski-Star seit vielen Jahren sein Wissen übers Hören an seine Kund*innen erfolgreich weiter. Doch auch vor seiner Karriere bei Neuroth spielte das Thema Hören bereits eine bedeutende Rolle in seinem Leben. Er erzählt von seinem Hobby als Jäger und dass hierbei ein Gehörschutz schon immer sehr wichtig für ihn und vor allem für ein gutes Gleichgewicht beim Skifahren war: „Ich habe noch nie einen Waffenschuss ohne Gehörschutz abgegeben.“

Auch ein Hörsturz seines Vaters sensibilisierte Silvan Zurbriggen für das Thema Hören. Es ist für ihn zu einer Herzensangelegenheit geworden: „So wie ich früher die Passion des Skifahrens hatte, kann ich heute stolz sagen ‚Ich bin Hörakustiker‘.“ Dabei weiß er, wie wichtig es ist, die Geduld nicht zu verlieren: „Nicht aufgeben, wenn mal was nicht funktioniert, sondern wieder probieren.“ Diese Offenheit und das Streben nach stetiger Optimierung setzte Zurbriggen nicht nur im Ski-Sport, sondern auch jetzt bei Neuroth ein. „Ich versuche jede Kundin und jeden Kunden so anzupassen, als wäre es für mich selbst“, wobei er auch gerne mal übers Limit hinausgeht, erzählt er schmunzelnd.

Ein Herz für Mensch und Tier.

Das Leben anderer positiv beeinflussen – das ist das Lebensmotto von Vanja Kisin. Sie ist Hörakustikerin in Serbien, nebenbei auch Logopädin und hilft Kindern, die unter anderem von Hörminderung betroffen sind. Ihre Freizeit nutzt sie, um heimatlosen Tieren ein neues Zuhause zu geben.

VON MARES KOHLMAYR •



Seit Juni 2021 ist Vanja Kisin Hörakustikerin bei Neuroth in Belgrad – und das mit Leidenschaft: „Mich hat die Idee gereizt, in einem Unternehmen zu arbeiten, das Wissen, Engagement und moderne Technologien einsetzt, um die Lebensqualität von Menschen zu verbessern. Gleich haben mich die Professionalität des Teams, das Einfühlungsvermögen der Kolleg*innen gegenüber den Kund*innen sowie die technische Ausstattung, moderne Diagnostik und die digitalen Lösungen beeindruckt.“

Jedes Gehör und jede Hörstärke sind unterschiedlich und daher ist auch die passende Hörlösung für jede und jeden eine andere. „Ich finde die Fokussierung auf diesen individuellen Ansatz gut und wichtig. Schnell habe ich auch gemerkt, wie sehr die Kund*innen meine Hilfe und das Eingehen auf ihre individuellen Bedürfnisse schätzten und wie sehr sich meine Arbeit direkt auf ihr Leben auswirkt – das ist für mich das Größte.“

„Meine Arbeit verbindet Wissenschaft und Empathie“
Ihre Rolle als Hörakustikerin bei Neuroth nimmt sie als dynamisch und verantwortungsvoll wahr: „Der Beruf verbindet Wissenschaft und Empathie“, sagt sie, „Ich habe mich schon immer für den Bereich der Audiologie interessiert, ebenso wie für die Technologie von Hörgeräten. Die Anpassung von Hörgeräten ist für mich das Interessanteste.“



Zugleich steht aber der Mensch klar im Mittelpunkt und es ist wichtig, Kund*innen ein Gefühl von Sicherheit und Verständnis zu vermitteln. Diese Kombination macht die Arbeit für mich so spannend.“

Jeden Tag schöpft die passionierte Akustikerin ihren Antrieb aus der Wirkung ihrer Arbeit: „Mich motiviert es, dass ich mit meinem Tun das Leben eines Menschen verändere. Da ich nicht weit vom Hörcenter entfernt wohne, sind viele Kundinnen und Kunden meine Nachbarn und Bekannten. Das bestärkt natürlich zusätzlich mein Bestreben, gute Arbeit zu leisten. Mein schönster Moment bei Neuroth war, als ich die Hörgeräte einer Lehrerin aus meiner Grundschule einstellen durfte.“ Zusätzlich zu ihrem Vollzeit-Job bei Neuroth arbeitet Vanja Kisin nebenberuflich als Logopädin. Dabei hilft sie Kindern, die unter anderem von Hörverlust betroffen sind und unter sogenannter otogener Dyslalie (siehe Infobox) leiden. „Hier kann ich auch meine Kenntnisse über Hörgeräte anwenden“, erzählt sie.

„Mein schönster Moment bei Neuroth war, als ich die Hörgeräte einer Lehrerin aus meiner Grundschule einstellen durfte.“

Helfen, wo am meisten Hilfe benötigt wird

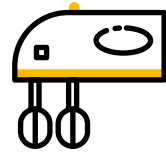
Auch in ihrer Freizeit hilft Vanja Kisin am liebsten anderen: „Ich kümmere mich um Tiere – vor allem um Hunde und Katzen –, gehe mit ihnen spazieren, füttere sie, spiele mit ihnen und gebe ihnen die Hilfe, die sie brauchen. Besonders wichtig ist es mir, dass ausgesetzte Tiere ein neues und sicheres Zuhause finden, damit sie nicht mehr auf der Straße oder in

einem Tierheim leben müssen. Ich kümmere mich um diejenigen, die am meisten Hilfe brauchen.“ Oft ist das bei der Fülle an streunenden Vierbeinern gar nicht so einfach, verrät die Tierfreundin: „Leider kann man nicht immer allen helfen, einige von ihnen bleiben weiterhin heimatlos.“ Doch Vanja Kisins soziales Engagement bleibt ungebrochen.



Unter **otogener Dyslalie** versteht man eine Artikulationsstörung, die durch Hörverlust verursacht wird. Sie tritt auf, wenn Betroffene Laute oder Lautverbindungen aufgrund einer Hörminderung nicht korrekt aussprechen können, was zu Problemen bei der Aussprache und dem Sprachverständnis führt.





#weareneuroth

Vielfalt, Ehrgeiz und Teamspirit als Erfolgsrezept.

Auch 2025 hieß es für die Neuroth-Mitarbeiter*innen: bewegen, ausprobieren und gemeinsam Neues erleben. Unter dem Motto #weareneuroth standen einige sportliche Challenges und kreative Aktionen auf dem Programm, um die Gesundheit und Zusammenarbeit zu stärken. Auch wurde wieder für den guten Zweck gespendet.

VON HENRIKE PITZKE •

Gemeinsam kochen – mit Herz und Seele

Unter diesem Motto nahmen mehr als 100 Mitarbeiter*innen aus verschiedenen Ländern am ersten Neuroth-Kochevent teil. Im Livestream begleiteten externe Kulinarik-Profis die Teilnehmenden durch die Zubereitung eines Vier-Gänge-Menüs. Ob allein oder als Gruppe, alle ließen sich von der Freude am gemeinsamen Werkeln in der Küche anstecken.

Am Ende präsentierten die Teilnehmenden stolz ihre selbst kreierten Gerichte – ein Moment, der spürbar machte, wie Kochen ein Team auf ganz neue Weise zusammenschweißt.

Organisiert wurde das Event von Neuroth-Mitarbeiterinnen im Rahmen des internen Ambassador-Programms.



67.639.699 Schritte



Silvia Vollnhofer

Viktoria Gritsch

Mit Hörstärke mehr bewegen

Um Bewegung im Alltag zu fördern, nahmen zahlreiche Mitarbeiter*innen auch heuer wieder an vielfältigen sportlichen Aktionen und Challenges teil. Der Wings For Life World Run hat bei Neuroth bereits Tradition: 38 Kolleg*innen legten insgesamt eine beeindruckende Strecke von 362 Kilometern zurück.

Von April bis Juni fand außerdem zum zweiten Mal die virtuelle gruppenweite Schritte-Challenge statt. Mit 142 Teilnehmer*innen in 102 Teams konnten insgesamt 67.639.699 Schritte (rund 35.264 km) gesammelt werden. In jedem Land wurde ein virtueller Halt eingelegt, um interessante Fakten rund ums Hören aus aller Welt zu erfahren. Dank des sportlichen Engagements zahlreicher Mitarbeiter*innen spendete Neuroth 3.000 Euro für einen guten Zweck.

„Unser Einsatz hat sich gelohnt“

Silvia Vollnhofer und Viktoria Gritsch, zwei Hörakustikerinnen aus Österreich, konnten die diesjährige Schritte-Challenge für sich entscheiden. Zwei Monate lang setzte das Team „Bumblebees“ alles daran, regelmäßig in Bewegung zu sein.

Die Teilnahme begann im April zunächst als Spaß. Schnell lagen die beiden weit vorne, was sie motivierte, konsequent dranzubleiben. „Wir haben uns dann gegenseitig gepusht. Wenn eine von uns aktiv war, hat sie es gleich per WhatsApp der anderen mitgeteilt, um sie zu motivieren“, erzählt Silvia Vollnhofer.

Mit täglichen Sporteinheiten, wie Radfahren nach der Arbeit und langen Spaziergängen mit dem Hund, hielten sie sich fit. Am Wochenende kamen längere Wander- und Radtouren dazu. Insgesamt legten sie gemeinsam 1.340 Kilometer zurück, obwohl die konsequente Bewegung nicht immer einfach war.

„Die größte Herausforderung war es, nach der Arbeit nicht gleich zuhause erschöpft auf der Couch zu landen – wir nannten sie nur ‚Wellnessoase‘ – sondern gleich ins Sportgewand zu schlüpfen und nach draußen zu gehen. Und das nicht nur einmal, sondern acht Wochen lang“, lacht Viktoria Gritsch. Silvia Vollnhofer aber ist sich sicher: „Das Schöne an der Bewegung ist, dass man auch mental stärker wird, man über sich selbst hinauswächst und sieht, was man eigentlich alles schaffen kann.“

Rucksack rauf, Kamera raus: Ein Rucksack reist um die Welt

Im Rahmen der diesjährigen Backpack-Challenge wurde der Neuroth-Rucksack, der im Frühjahr beim ersten Neuroth-Summit in Ljubljana verteilt wurde, zum treuen Begleiter vieler Mitarbeiter*innen. Von Juni bis September sammelten sie über 60 Momentaufnahmen ihrer schönsten Erlebnisse, egal ob in den Bergen, am Meer oder in einer neuen Stadt – der Neuroth-Rucksack war immer dabei.

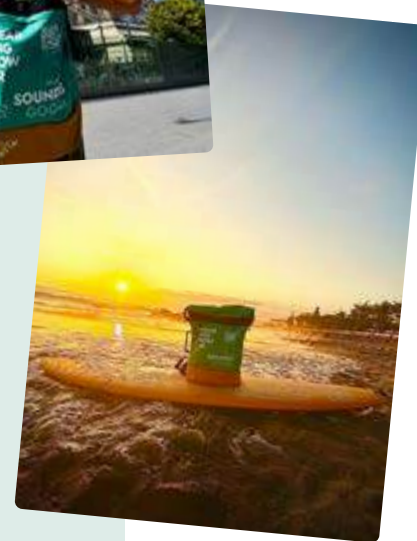


3. Platz:
Nikola Sliskovic



1. Platz:
Anita Schöninger

2. Platz:
David Wanderer



Weihnachtsspende an Familien in Not

Gespendet wurde im Vorjahr nicht nur im Rahmen der Schritte-Challenge, sondern auch Weihnachten haben einige Neuroth-Länder wieder zum Anlass genommen, um Menschen in Not zu unterstützen. Mit einer Spende von 20.000 Euro an das Ö3-Weihnachtswunder hat Neuroth Österreich den „Licht ins Dunkel“-Soforthilfefonds, der Familien und Menschen in Not zugutekommt, nicht nur 2024, sondern auch im letzten

20.000 €

spendete Neuroth Österreich an das
Ö3-Weihnachtswunder, um damit Familien
und Menschen in Not zu unterstützen.

Jahr unterstützt. „Gerade in der Weihnachtszeit ist es wichtig, innezuhalten und an jene zu denken, die Hilfe brauchen. Das Ö3-Weihnachtswunder bewegt jedes Jahr viele Menschen. Mit unserer Spende möchten wir einen Beitrag leisten, um Menschen in Not Hoffnung und Unterstützung zu geben“, sagten Ronny Bauer und Daniel Kaura, die Geschäftsführer von Neuroth Österreich, die den Spendenscheck symbolisch im Ö3-Studio überreicht haben.

Auch Neuroth Schweiz hat seine Spenden-Tradition zu Weihnachten fortgesetzt und unterstützte 2025 die internationale „Hear the World Foundation“, die Kindern mit Hörverlust einen Zugang zu audiologischer Versorgung ermöglicht, mit CHF 5'000.



Dafür steht Neuroth: Unsere Haltungen



Vor allem in der Positionierung als Arbeitgeber, aber auch im Umgang mit Medien sind klare Statements zu Fragen wie Diversität oder Gleichberechtigung von immer größerer Bedeutung. Basierend auf einer traditionsreichen Unternehmensgeschichte und starken Werten vertritt Neuroth authentische und entschlossene Meinungen. COO Barbara Tscheliessnigg über die neu definierten Haltungen.

Warum sind Haltungen wichtig?

Barbara Tscheliessnigg: Auf dem starken Fundament unserer Neuroth-Philosophie sind wir den nächsten Schritt gegangen und beantworten ganz konkrete Fragen, die wir in Bewerbungsgesprächen oder von Journalist*innen gestellt bekommen. Sie formulieren sehr deutlich, wie wir als Arbeitgeber und Partner auftreten. So können wir unser Verhalten und unsere Kommunikation noch gezielter ausrichten.

Welche Themen werden in den Haltungen behandelt?

Die Haltungen behandeln verschiedenste Themen. Diese reichen von Fragen zu Diversität, Gleichberechtigung und Work-Life-Balance über den respektvollen Umgang miteinander und unserer Du-Kultur bis hin zu Themen wie Homeoffice und der Vereinbarkeit von Familie und Beruf.

Wie steht Neuroth beispielsweise zu Diversität?

Vielfalt ist kein Trend – sie ist eine Notwendigkeit in einer global vernetzten Welt. Bei Neuroth leben wir Diversität jeden Tag: in der Zusammenarbeit, im Austausch und in den vielen Perspektiven, die jede*r Einzelne mitbringt. Denn unsere Unterschiede machen uns gemeinsam stärker: Sie fördern Kreativität, Innovation – und führen zu besseren Lösungen für unsere Kund*innen.

7 gesprochene Sprachen:

Deutsch, Englisch, Französisch, Slowenisch, Kroatisch, Serbisch und Bosnisch.

25 Nationalitäten:

von A wie Afghanistan bis U wie Ukraine.

43 Jahre: so alt ist Neuroth im Durchschnitt. Unser jüngstes Teammitglied ist 16, das älteste über 75!

Auszeichnung mit dem Employer Brand Award

Der Einsatz für eine starke Arbeitgebermarke macht sich bezahlt: Jedes Jahr prämiiert der „Employer Brand Managers Club“ DACH-Projekte, die die Attraktivität von Unternehmen als Arbeitgeber steigern. Neuroth nahm 2025 zum ersten Mal teil und schickte die strategische Positionierung seiner Arbeitgebermarke ins Rennen. „Wir waren gespannt, wie wir im internationalen Vergleich abschneiden – umso mehr freuen wir uns über den zweiten Platz in der Kategorie ‚Strategie‘!“, sagt Marko Warum, der das HRM Competence Center leitet.



