Hörakustiker-Online-Service

Ein neuer, teleaudiologischer Ansatz: Motive und Vorteile, Implementierung und erste Erfahrungen

Martin Schaarschmidt und Rabea Wortmann

EINLEITUNG

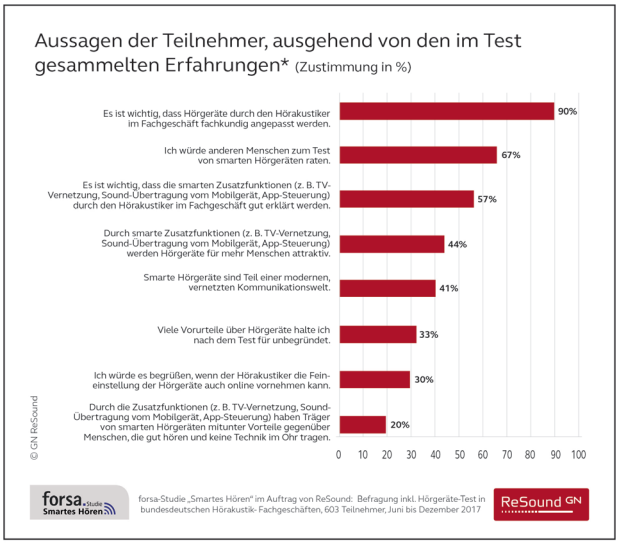
Mit seinen Hörgeräten ReSound LiNX Quattro, ReSound LiNX 3D und ReSound ENZO 3D ermöglicht Hersteller ReSound erstmals einen optionalen Hörakustiker-Online-Service. Wer möchte, kann seinen angestammten Hörakustiker mithilfe der ReSound Smart 3D App von jedem beliebigen Ort aus um Unterstützung bitten und die Geräte-Einstellungen verbessern lassen, entweder sofort oder zeitverzögert. Die Motive zur Entwicklung dieser neuen Lösung, ihre Funktionsweise und ihre Implementierung in die Arbeitsabläufe von Hörakustik-Fachgeschäften sowie erste Rückmeldungen aus dem Markt werden in folgendem Artikel zusammengefasst.

AKTIVER KUNDE UND TELEAUDIOLOGIE

Geht es um Gesundheitsvorsorge oder um Dienstleistungen aus dem Gesundheitsbereich, so wollen die Verbraucher heute weit besser informiert sein als früher. Der Patient versteht sich als mündiger Konsument, der sich aktiv zwischen verschiedenen Angeboten des Gesundheitswesens entscheidet. Und er will auch stärker in diese Dienstleistungen einbezogen werden, als das traditionell der Fall war. Das gilt auch für Hörgeräte-Versorgungen: Bei einer Befragung von 100 Hörgeräte-Trägern wünschten sich beispielsweise 90% der Befragten, stärker in den Prozess der Hörgeräte-Anpassung einbezogen zu sein (1).

Gerade im Bereich der Gesundheitsvorsorge zeigt sich, dass der Trend zum aktiven Konsumenten zu besseren Ergebnissen führt. Für die Hörakustik weisen zahlreiche Studien darauf hin, dass die Patientenzufriedenheit und die Wahrnehmung der Vorteile einer Hörgeräte-Versorgung damit zusammenhängen, wie stark der Hörgeräte-Träger in den Prozess der Versorgung eingebunden wird (2).

Ein zweiter allgemeiner Trend im Gesundheitsbereich sind Angebote, bei denen Information und Dienstleistungen mittels elektronischer Geräte auch über Entfernung bereitgestellt werden. Die eingangs beschriebenen aktiven Konsumenten stehen diesem Trend zu Telemedizin und Teleaudiologie offen gegenüber. So sagten z. B. 30 Prozent der mehr als 600 Probanden, die im Rahmen der forsa-Studie „smartes Hören“ zwei Wochen lang Hörgeräte testeten, sie würden es begrüßen, wenn ihr Hörakustiker Feineinstellungen an den Geräten auch online vornehmen könnte (3).



forsa-Studie „smartes Hören“ - 30 Prozent der mehr als 600 Probanden würden es begrüßen, wenn ihr Hörakustiker Feineinstellungen an den Geräten auch online vornehmen könnte (Grafik: ReSound).

Derzeit beanspruchen Nachsorge und Feinanpassung der Hörgeräte sehr viele Ressourcen – sowohl die des Hörakustikers als auch die seines Kunden.

Zu fragen ist, inwieweit Ansätze aus der Telemedizin helfen können, den Prozess der Anpassung zu rationalisieren und zugleich zu verbessern – und das ohne Kontrollverlust für den Akustiker und ohne eine Beeinträchtigung der Beziehung zwischen dem einzelnen Kunden und seinem persönlichen Hör-Experten.

DIE BEZIEHUNG ZWISCHEN DEM HÖRAKUSTIKER UND SEINEN KUNDEN

Im Unterschied zu den angeführten Hörgeräte-Kunden begegnen nicht wenige Hörakustiker dem teleaudiologischen Ansatz eher zurückhaltend. Geäußert wird etwa die Sorge, dass sich nicht nur Teile der Feinanpassung, sondern der gesamte Prozess der Hörgeräte-Versorgung ins Internet verlagern und dies die allgemein hohe Versorgungsqualität erheblich gefährden könnte. Betrachten wir also, wie wahrscheinlich es ist, dass Teleaudiologie die qualitativ hochwertige Versorgung im Fachgeschäft vollständig ersetzen kann.

Wie bereits erwähnt, haben die Beratung und das Zusammenwirken mit dem Hörakustiker einen positiven Effekt darauf, wie der Nutzer den Vorteil der Versorgung wahrnimmt und wie zufrieden er ist (4). Eine aktive Teilnahme am Anpass-Prozess, der offene Austausch mit dem persönlichen Hörakustiker, führt zu besseren Ergebnissen.

Untersuchungen legen nahe, dass Hörgeräte-Träger, die sich aktiv an der Feinanpassung ihrer Hörtechnik über eine App beteiligen, Verstärkungseinstellungen in Nähe der berechneten Zielwerte eher akzeptieren als solche Nutzer, die traditionell – also ohne Möglichkeit zur aktiven Einflussnahme – versorgt werden (5). Dies sollte jedoch nicht zu der Annahme führen, dass sich der Kunde bei der Hörversorgung zukünftig ausschließlich auf Online-Angebote, Apps und Teleaudiologie verlässt. In der zitierten forsa-Studie „smartes Hören“ etwa, bei der sich 30% der Teilnehmer für einen Hörakustiker-Online-Service aussprachen, sagten zugleich 90%, es sei wichtig, dass Hörgeräte vom Hörakustiker im Fachgeschäft fachkundig angepasst werden (3).

In einer kürzlich durchgeführten Interview-Studie außerhalb Deutschlands wurden 18 erfahrene Hörgeräte-Träger nach ihrer Meinung zu einem möglichen Online-Kauf von Hörgeräten befragt (6). Die Teilnehmer der Studie sahen hierin einige Vorteile, darunter die Annehmlichkeit, das Haus nicht verlassen zu müssen, um die Geräte zu erhalten. Zugleich jedoch äußerten sie starke Bedenken hinsichtlich der fehlenden Dienstleistungen des Hörakustikers.

Insbesondere sorgten sich die Befragten darum, wie ihr individueller Hörverlust bei der Programmierung berücksichtigt würde und wie die Hörgeräte-Einstellungen vorgenommen würden. Sie sahen zwar, dass es auch Vorteile haben könnte, Änderungen selbst über das Internet vorzunehmen; eine reine Online-Lösung für zu Hause erschien ihnen als bequemer. Zugleich jedoch äußerten sie Bedenken hinsichtlich des dann fehlenden persönlichen Kontakts zum professionellen Anpasser. Statt einer ausschließlich internetbasierten Lösung bevorzugten sie klar die Betreuung durch den sachkundigen und erfahrenen Experten.

In einer weiteren internationalen Studie wurden unterschiedliche Versorgungswege mit einander verglichen: zum einen eine audiologische In-Shop-Anpassung, und zum anderen eine Versorgung mit Over-the-Counter (OTC) Hörgeräten, bei der die Probanden ihre Hörgeräte selbst auswählten und anpassten. Der Unterschied in der Zufriedenheit, die die jeweilige Gruppe auf ihrem Versorgungsweg erreichte, belegt sehr deutlich, wie groß der Einfluss eines professionellen Zusammenwirkens ist. Die Beziehung zum Hörakustiker beeinflusste signifikant die Qualität der Versorgung – und letztendlich auch die Bereitschaft des Nutzers, die Hörgeräte tatsächlich zu tragen (7).

Analog zu zahlreichen Untersuchungen aus dem Bereich der Telemedizin zeigte sich auch in den hier angeführten Studien zur Teleaudiologie, dass das menschliche Element weiterhin bevorzugt wird und notwendig ist, um Zufriedenheit zu erreichen.

Es steht also gar nicht die Frage, ob bei einer qualitativ hochwertigen Versorgung ganz auf das Zusammenspiel von Hörgeräte-Träger und persönlichem Hörakustiker verzichtet werden kann. Es geht vielmehr darum, wie diese Beziehung durch neue, technologische Möglichkeiten gestärkt und zugleich effektiver gestaltet werden kann. Andererseits ist zu fragen, wie der Nutzer noch aktiver in den Prozess der Anpassung eingebunden werden kann. Der direkte Kontakt bei Anamnese, Beratung und Erst-Anpassung im Hörakustik-Fachgeschäft ist hier unabdingbar.

Möglichkeiten der Effektivierung bieten sich hingegen dort, wo Akustiker und Nutzer nicht zwingend gleichzeitig anwesend sein müssen – bei der Feineinstellung der Hörgeräte unter Berücksichtigung einer fundierten Rückmeldung des Trägers.

DER NEUE ANSATZ - VORTEILE FÜR HÖRAKUSTIKER UND HÖRGERÄTE-KUNDEN

In den zurückliegenden Jahren, im Zuge fortschreitender Digitalisierung, gab es bereits mehrere Ansätze, um Kundenrückmeldungen auf neue Art für die Optimierung der Hörgeräte-Einstellung zu gewinnen. Es begann mit den sogenannten lernenden Hörgeräten, die sich an die Hörumgebungen und Gewohnheiten des Trägers automatisch anpassten, was Vor- und auch Nachteile brachte. Ein weiterer technologischer Schritt war die Einführung benutzergesteuerter Apps, in denen beispielsweise Einstellungen für häufig besuchte Orte als Favoriten hinterlegt und per Geotagging automatisch wieder abgerufen werden können. Mit der Möglichkeit zum Online-Hörakustiker-Service ist nun ein weiteres Level erreicht.

Bei der Entwicklung und Implementierung dieser neuen Technologie standen zwei Ziele im Vordergrund: Zum einen soll der Hörgeräte-Träger stärker in den Anpass-Prozess eingebunden werden, um eine bessere In-Shop-Anpassung und eine erhöhte Zufriedenheit zu erreichen. Zweites Ziel ist es, diesen Prozess noch effektiver zu gestalten. Darüber hinaus ergeben sich noch weitere Vorteile:

- **Zeitersparnis:** Sie ist laut einer Studie der am häufigsten genannte Grund dafür, dass Hörgeräte-Kunden den Online-Service nutzen möchten (8), und dies trotz der Tatsache, dass 86% der hier Befragten nicht mehr als 50 Minuten von ihrem Hörakustiker entfernt wohnten (ebd.). Zeitersparnis nutzt aber auch dem Akustiker. Er kann die gewonnene Zeit für die Beratung und die Betreuung anderer Kunden nutzen, denen der persönliche Kontakt im Geschäft wichtig ist.

- **Bessere Anpass-Ergebnisse:** Demonstrationen im Fachgeschäft, wie die Hörgeräte in simulierten Umgebungen klingen, können hilfreich sein; doch nur, wenn die Geräte im Alltag getragen werden, entsteht ein Bedarf für eine Feinanpassung. Da beim Online-Service Hilfe-Anfragen in Echtzeit von genau dem Ort übermittelt werden, an dem der Hörgeräte-Träger Unterstützung benötigt, erhält der Hörakustiker bessere Informationen für eine genauere Feinanpassung. Der Anpasser erhält ein Feedback aus dem täglichen Leben seines Kunden. Er erfährt, wie sich sein Kunde an die neuen Einstellungen gewöhnt hat und welche Modifikationen er benötigt.

- **Mehr Kundenzufriedenheit:** Mit dem zusätzlichen Service wird dem Hörgeräte-Träger mehr Beratung und bestmögliche Unterstützung geboten – an jedem Ort der Welt. Zudem erhält der Träger ein mehr an Komfort. Ob Urlaub oder Geschäftsreise, Termin-Schwierigkeiten, eingeschränkte Mobilität, Krankheit… - in vielen Fällen, die einen Besuch im Fachgeschäft unmöglich machen, muss dennoch nicht auf den gewohnten Service verzichtet werden.

- **Attraktive Positionierung:** Durch das deutliche Plus an Service und Kundennähe erweitern Hörakustik-Anbieter ihr Leistungsportfolio. Sie können sich somit auch von ihren unmittelbaren Mitbewerbern abheben.

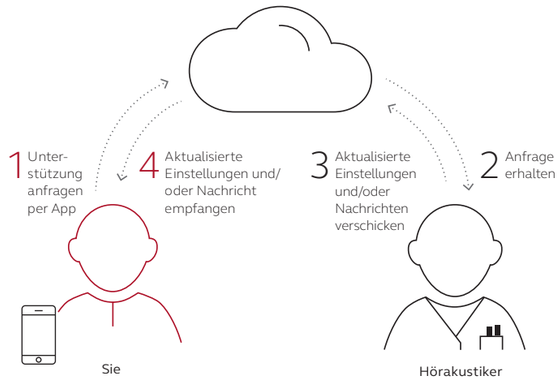
Darüber hinaus eröffnet der Online-Service Hörakustik-Betrieben ein Mehr an unternehmerischem Spielraum. Das schließt beispielsweise neue Arbeitszeitmodelle, oder ebenso die Option ein, sich seinen Extra-Service vom Kunden gesondert vergüten zu lassen.

EINRICHTUNG DES ONLINE-SERVICE UND ABLÄUFE

Wie können Hörakustiker mit dem neuen Service starten? - Hat sich ein Unternehmen für die Einführung des Online-Service entschieden, so sollte es dies dem Customer Care Center in Münster mitteilen. Hier wird der Service für sein Unternehmen freigeschaltet. Das Unternehmen erhält eine Bestätigungsmail mit seinen Zugangsdaten. Mit diesen kann es sich auf gnonlineservices.com anmelden und die Nutzung konfigurieren. Das Unternehmen kann mehrere Filialen anlegen, Zugänge und Zugriffsrechte für Mitarbeiter regeln sowie die automatische Standard-Antwort festlegen, die seine Kunden bei jeder Anfrage erhalten. Auch jeder Mitarbeiter bekommt eigene Zugangsdaten, mit denen er sich anmeldet.

Will nun ein Hörgeräte-Kunde dieses Unternehmens dessen Online-Service nutzen, muss er über ein geeignetes Mobilgerät verfügen (s. aktuelle Aufstellung der kompatiblen Geräte auf www.resoundpro.com). Dann kann der Akustiker den Service für diesen Kunden in der SmartFit Software freischalten. Zudem muss sich auch der Endverbraucher selbst für den Service anmelden – und zwar in der ReSound Smart 3D App. Sobald er das getan hat, kann er seinen Akustiker per App von überall her um Unterstützung bitten. Er erhält dann zuerst dessen automatische Standard-Antwort und erfährt, in welcher Zeit der Akustiker sich voraussichtlich melden wird. Der Hörakustiker erhält mit jeder Anfrage eine kurze Beschreibung der schwierigen Hörsituation sowie ein Protokoll zur aktuellen Einstellung und ggf. zusätzliche Informationen.

Zum zuverlässigen Online-Service gehört, dass der Akustiker regelmäßig prüft, ob Anfragen vorliegen. Er könnte z. B. täglich zwei Zeitpunkte zur Überprüfung eventueller Anfragen festlegen. Eingehende Nachrichten erscheinen in der Taskleiste - und zwar immer nur die Nachrichten für den jeweiligen Account. So kann man sicherstellen, dass nur der persönliche Akustiker die Anfrage bearbeiten wird. Zusätzlich zu den Meldungen auf dem Desktop werden dem jeweiligen Akustiker die Anfragen direkt über E-Mail geschickt. Loggt er sich in sein Dashboard ein, so sieht er die Anzahl der Hilfe-Anfragen sowie die der Fern-Feinanpassungen - immer mit dem jeweiligen Status.



Den persönlichen Hörakustiker per ReSound Smart 3D App immer dabei – Funktionsweise des Hörakustiker-Online-Service (Grafik: ReSound).

Die Bearbeitung der Anfragen in der ReSound Smart Fit Software erfolgt nicht anders als beim Besuch des Kunden im Fachgeschäft. Sämtliche Einstellungen, die der Hörakustiker im Geschäft vornehmen kann, kann er mit dem ReSound Online-Service auch aus der Ferne vornehmen. Er kann seinem Kunden Informationen, Feinanpassungen, zusätzliche Hörprogramme und Updates schicken. Hat der Kunde diese Daten erhalten, kann er sie einfach installieren. Sollte er dann keine Verbesserung feststellen, kann er zur ursprünglichen Einstellung zurückkehren.

Weiterhin ermöglicht der Online-Service, auch die Firmware der Hörgeräte aus der Ferne nach Belieben des Endkunden zu aktualisieren - so wie der Kunde für sein Smartphone bzw. iPhone Apps herunterladen und aktualisieren kann, um eine optimale Leistungsfähigkeit zu erreichen.

Der Online-Akustiker-Service ist auf dem Azure Cloud Server von Microsoft gehostet. Dieser erfüllt höchste Sicherheitsstandards und gilt als eine der vertrauenswürdigsten Cloud-Plattformen weltweit. Hörakustiker und Kunde können sich somit darauf verlassen, dass alle Informationen vollständig verschlüsselt und sicher gespeichert werden.

AKTUELLER STAND UND RÜCKMELDUNGEN AUS DEM MARKT

Zum jetzigen Zeitpunkt muss eingeschätzt werden, dass die Implementierung des Online-Service in das Leistungsportfolio bundesdeutscher Hörakustik-Fachgeschäfte gerade erst begonnen hat. Exemplarisch sei hier Hörakustiker-Meister Rico Schiller (Bad Appach) zitiert: „Die neuen Möglichkeiten, die diese Fernanpassung bietet, finden die Kunden toll. Sie sehen die Relevanz. … Ich habe keinerlei Zweifel, dass der Online-Service zukünftig zur Normalität dazugehören wird. Aber das muss sich entwickeln. Erst einmal muss der Kunde wissen, dass er diese Möglichkeit hat. Und der Akustiker muss sich damit auseinandersetzen – jetzt und nicht irgendwann. Da kann ich nur dringlich an alle appellieren. Man muss das ausprobieren, selbst zum Profi werden. Nur dann kann man es dem Kunden später auch selbstverständlich anbieten“ (9).

Über die Implementierung der Lösung im eigenen Fachgeschäft berichtet der Hörakustiker-Meister: „Man muss sich zuerst einmal klar machen, welche Möglichkeiten sie bietet. Und man muss für sich entscheiden: Wie könnte der eigene Online-Service ablaufen? – Bei uns haben wir alle Computer mit dem Online-System gekoppelt. Wenn ich morgens einschalte, sehe ich sofort, ob ich eine Anfrage von einem Kunden habe. Ich kann dann direkt in dessen Programmeinstellungen gehen. Schickt der Kunde eine Mail, so erhält er automatisch eine von uns vorgegebene Standard-Nachricht: „Wir werden dein Problem innerhalb von 24 Stunden lösen. … Empfehlen würde ich, alles einzurichten und es durchzuspielen. Man sollte sich mit der Technik auseinandersetzen, mit den Geräten und mit der Software. Es ist alles logisch und intuitiv. Wenn man selbst nicht zurechtkommt, bietet ReSound ja auch Workshops an“ (ebd.).

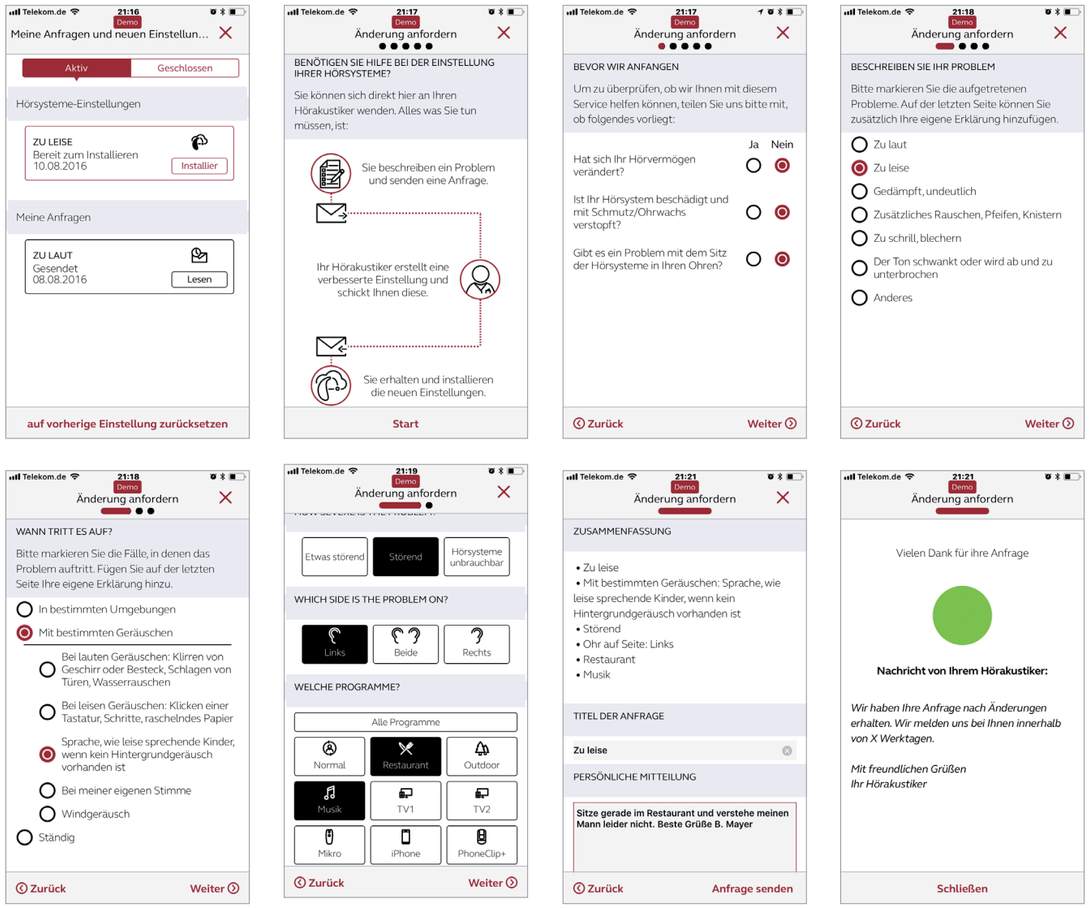
An zahlreichen Standorten hat sich der Online-Service schon jetzt gut bewährt. So urteilt etwa Hörakustiker-Meister Fabian Krause (Sprockhövel): „Der Online-Service funktioniert sehr zuverlässig. Eine Reihe meiner Kunden nutzen den Service bereits, sie alle sind sehr zufrieden. Gerade für Leute, die voll im Beruf stehen, ist die Flexibilität ein riesiger Vorteil. Sie können eben nicht immer kommen, wenn Geschäftszeit ist. Auch wenn Kunden weiter weg wohnen, ist es prima. Alles ist sehr intuitiv; wer mit einem Smartphone umgehen kann, der wird mit der Bedienung gut zurechtkommen“ (10).

Auch die beschriebenen Vorteile bei der Anpassung werden durch Fabian Krause bestätigt: „In der Smart 3D App kann mein Kunde selbst Änderungen vornehmen. Schickt er mir dann eine Anfrage, so kann ich die Einstellungen anhand seiner Änderungen optimieren. Der Kunde kann mir dadurch genau mitteilen, was er in einer bestimmten Situation benötigt. Und ich bin sozusagen immer bei ihm und kann sofort reagieren. Das ist völlig anders als im Geschäft, wo ich trotz bester Ausstattung unmöglich jeden Raum und jede Situation simulieren kann, in denen sich mein Kunde aufhält“ (ebd.).

Aufschluss über Erfahrungen in unterschiedlichen Märkten liefert eine aktuelle Untersuchung, bei der Interviews mit 31 Fachleuten für Hörgeräte-Versorgung in 11 Ländern geführt wurden. Sie alle hatten den Online-Service bereits 10-mal oder mehr genutzt. Von den Befragten glaubten 94%, dass der Online-Service ihnen ermöglicht, ihren Kunden ein besseres Hörerlebnis zu bieten. 87% sagten, dass der Online-Service ihnen ermöglicht, die beste Anpassung in einem kürzeren Zeitrahmen durchzuführen. 81% waren der Meinung, dass der Online-Service die Anzahl der notwendigen Termine im Geschäft reduziert. Und 100% gaben an, dass sie den Online-Service empfehlen würden. D. h. Akustiker, die den Online-Service für die Fern-Feinanpassung genutzt haben, schätzen ihn auch (11).

DAS BISHERIGE FEEDBACK DER HÖRGERÄTE-TRÄGER

Wie der Online-Service im Urteil der Hörgeräte-Träger abschneidet, wurde mit Hilfe einer In-App-Umfrage betrachtet, an der 70 Nutzer des neuen Services aus den USA und aus den Niederlanden teilnahmen. 83% stimmten darin überein, dass es einfach sei, über die App eine Anfrage an den Akustiker zu senden. 89% sagten, dass es einfach ist, die neuen Einstellungen, die sie erhalten haben, aus der App zu



Hörakustiker-Online-Service über die ReSound Smart 3D App – Routine für eine Anfrage an den persönlichen Hörakustiker (Abbildungen: ReSound).

übernehmen. 77% sagten, das die neuen Einstellungen ihr Hörerlebnis verbessert hätten. Und 89% sagten, dass sie den Online-Service anderen empfehlen würden (12).

Darüber hinaus äußerten Nutzer in Einzelinterviews eine Reihe weiterer Vorteile, die sie durch den Online-Service erlebt hatten: So sprachen sie von einem besseren Hörerleben, das sich in kürzerer Zeit und ohne zusätzliche Besuche im Fachgeschäft herstellen lässt. Probanden hatten den Eindruck, mehr und bessere Unterstützung zu erhalten als bei vorherigen traditionellen Versorgungen ohne Online-Service. Sie begrüßten die Möglichkeit, neue Settings ausprobieren zu können, ohne lange auf einen Termin warten zu müssen, ebenso die Möglichkeit, neue Feineinstellungen in Echtzeit in genau der Umgebung testen zu können, in der Schwierigkeiten auftraten. Beschrieben wurde auch, dass sich Hörgeräte- und App-Funktionalität durch das Learning by Doing beim Online-Service schneller erlernen ließen. Befragte hatten mehr und bessere Möglichkeiten erlebt, um dem Hörakustiker zu vermitteln, welches Hörerlebnis man außerhalb des Fachgeschäftes hatte. Begrüßt wurde auch das Gefühl, unmittelbarer am Prozess der Feineinstellung beteiligt zu sein.

LITERATUR:

1. Abrams HB, Chisolm TH, McManus M, McArdle R. Initial-fit approach versus verified prescription: comparing self-perceived hearing aid benefit. J Am Acad Audiol. 2012; 23:768-778.
2. Hibbard JH, Greene J. What the evidence shows about patient activation: Better outcomes and care experiences; fewer data on costs. Health Affairs. 2013; 32(2): 207-214.
3. Schaarschmidt M, Krey J, Drechsler HC. Forsa-Studie „Smartes Hören“ auf Initiative von ReSound sowie in Zusammenarbeit mit zahlreichen Hörakustik-Betrieben aus ganz Deutschland: Was sagen Kunden zu den neuen Möglichkeiten smarter Hörgeräte?, Hörakustik 2018; 5: 6-10.

4 - Street RL, Makoul G, Arora NK, Epstein RM. How does communication heal? Pathways linking clinician- patient communication to health outcomes. Patient Education and Counseling. 2009; 74(3): 295-301.

5. Hallenbeck S, Groth J. Engage users and reinvent your fittings with the ReSound Smart 3D app. ReSound white paper; 2017.
6. Chandra N, Searchfield GD. Perceptions toward internet-based delivery of hearing aids among older hearing-impaired adults. J Am Acad Audiol. 2016; 27: 441-457.
7. Humes L, Rogers S, Quigley T, Main A, Kinney D, Herring C. The effects of service delivery model and purchase price on hearing aid outcomes in older adults: a randomized double-blind placebo-controlled clinical trial. American Journal of Audiology. 2017; Accessed online on March 10, 2017 at: http://aja.pubs.asha.org/ epdf aspx?doi =10. 1044/2017_aja-16-0111.
8. Angley GP, Schnittker JA, Tharpe AM. Remote hearing aid support: The next frontier. J Am Acad Audiol. 2017; 00:1-8.
9. Rico Schiller im Interview mit M. Schaarschmidt. Smarte Erfahrungen: Diesen Wow-Effekt erzeugen. Audio Infos 2017; 9:42-50.
10. Fabian Krause im Interview mit M. Schaarschmidt. „Ich bin sozusagen immer mit dabei“. Hörakustik 2018; 4:73-75
11. Externe Interviews mit 31 Fachleuten der Hörvorsorge in 11 Ländern, die die Assist-Funktion 10-mal oder mehr genutzt haben.
12. In-App-Umfrage mit 70 Assist Nutzern in den USA und den Niederlanden.

GN Hearing GmbH
An der Kleimannbrücke 75
48157 Münster
Tel.: +49 251 20396-0
Fax: +49 251 20396-250
www.resoundpro.com

Folgen Sie uns in den sozialen Netzwerken:

© 2018 GN Hearing A/S. Alle Rechte vorbehalten. ReSound ist eine eingetragene Marke von GN Hearing A/S. Apple, das Apple-Logo, iPhone, iPad, iPod und iPod touch sind eingetragene Marken der Apple Inc. in den USA und anderen Ländern.