



Comprix 2013: Hear the World gewinnt mit der Unheiligen Hör-Tour den begehrten Preis für Healthcare-Kommunikation

(ddp direct) Fellbach, Deutschland / Stäfa, Schweiz ? Die Hear the World Foundation freut sich über eine ganz besondere Auszeichnung: Für die ?Unheilige Hör-Tour?, eine integrierte Kampagne in Zusammenarbeit mit dem Grafen von Unheilig, hat die Stiftung am vergangenen Freitag den Comprix in der Kategorie ?Medizinprodukte? entgegen genommen. Im Rahmen einer feierlichen Galaveranstaltung in Berlin wurden die besten Healthcare-Kommunikationskonzepte, die eine hochkarätige Experten-Jury unter 270 Einreichungen ausgewählt hat, ausgezeichnet.

Die Unheilige Hör-Tour, eine Aufklärungskampagne der Hear the World Foundation, wurde vom Hörgerätehersteller Phonak in Zusammenarbeit mit dem Grafen von Unheilig realisiert. Die Planung, Konzeption und Umsetzung lag beim Team von BSKom, Büro für strategische Healthcare-Kommunikation in München. Ziel der integrierten Kampagne war es, möglichst viele Menschen aller Altersgruppen dazu zu bewegen, sich mit dem Thema Hören und der Prävention bzw. den Folgen von Hörverlust zu beschäftigen. Zu diesem Zweck begleitete Hear the World mit einem Aktionsstand die 18 deutschen Konzerte der Lichter der Stadt Tournee von Unheilig, der Band des Grafen.

Daneben wurden deutschlandweit Hörgeräteakustiker als wichtige Partner und erste Anlaufstelle zum Thema Hören in die Unheilige Hör-Tour mit einbezogen. Dafür rief der Graf ? selbst gelernter Hörgeräteakustiker ? mit einer deutschlandweiten Poster-Kampagne zu Gratis-Hörtests auf. Weitere wichtige Elemente des Kommunikationskonzepts waren: Anzeigen, Media Relations, PoS sowie Online (Website, Facebook, Banner) ? alle zeitlich sowie inhaltlich eng miteinander verzahnt. Key Visual der Unheiligen Hör-Tour war das Porträt des Grafen in der Hear the World Pose für bewusstes Hören, mit der Hand hinter dem Ohr, in Szene gesetzt von Rocklegende und Fotograf Bryan Adams.

?Wir sind sehr stolz darauf, die anspruchsvolle Jury des Comprix mit unserer Unheiligen Hör-Tour überzeugt zu haben?, sagt Wolfgang Bennedik, Geschäftsführer der Phonak GmbH, einer Tochtergesellschaft der Sonova Gruppe. ?Neben der überwältigenden Resonanz, die wir vor und während der Kampagne erhalten haben, bestätigt diese besondere Auszeichnung das Potenzial eines integrierten Kommunikationsansatzes. Ein Erfolg, der unsere Erwartungen im Vorfeld deutlich übertroffen hat.?

Hörverlust ? ein unterschätztes Thema mit gravierenden Folgen

Weltweit sind über 630 Millionen Menschen von Hörverlust betroffen , 80 Prozent von ihnen leben in Ländern mit niedrigem bis mittlerem Einkommen und haben oftmals keinen Zugang zu audiologischer und medizinischer Versorgung . Jährlich kommen rund 665.000 Kinder mit einem signifikanten Hörverlust zur Welt . Obwohl die Zahlen eine eindeutige Sprache sprechen, ist Hörverlust nach wie vor ein unterschätztes Thema. Dabei sind die Folgen gravierend: Kinder mit einem unversorgten Hörverlust haben Probleme Sprache zu erlernen und damit ? vor allem in Entwicklungsländern ? nur geringe Chancen auf Schulbildung und eine altersgerechte Entwicklung.

Weitere Informationen finden Sie auf www.hear-the-world.com.

Shortlink zu dieser Pressemitteilung:

<http://shortpr.com/xcharh>

Permanentlink zu dieser Pressemitteilung:

[http://www.themenportal.de/gesundheits/comprix-2013-hear-the-world-gewinnt-mit-der-unheiligen-hoer-tour-den-begehrten-preis-fuer-healthcare-kommunikation](http://www.themenportal.de/gesundheits/comprix-2013-hear-the-world-gewinnt-mit-der-unheiligen-hoer-tour-den-begehrten-preis-fuer-healthcare-kommunikation-24682)

-24682

Pressekontakt

BSKom GmbH

Frau Tatiana Hurth
Ickstattstr. a 11
80469 München

hurth@bskom.de

Firmenkontakt

BSKom GmbH

Frau Tatiana Hurth
Ickstattstr. a 11
80469 München

shortpr.com/xcharh
hurth@bskom.de

Mit der Unterstützung der gemeinnützigen Hear the World Foundation setzt sich Sonova für Chancengleichheit und erhöhte Lebensqualität von Menschen mit Hörverlust ein. Als führender Hersteller von Hörsystemen sieht sich das Unternehmen in der sozialen Verantwortung, einen Beitrag zu einer Welt zu leisten, in der jeder Mensch die Chance auf gutes Hören hat. So engagiert sich die Hear the World Foundation weltweit für bedürftige Menschen mit Hörverlust und ist in der Prävention und Aufklärung tätig. Besonders werden Projekte für Kinder mit Hörverlust gefördert, um ihnen eine altersgerechte Entwicklung zu ermöglichen. Mehr als 60 prominente Botschafter, darunter Stars wie Bryan Adams, Annie Lennox, Sting und Joss Stone, unterstützen die Hear the World Foundation. Weitere Informationen finden Sie auf www.hear-the-world.com.

Werden Sie Fan auf <http://www.facebook.com/CanYouHearTheWorld>.