

Zeitschrift: Hochparterre : Zeitschrift für Architektur und Design
Herausgeber: Hochparterre
Band: 20 (2007)
Heft: 12

Artikel: Hase in Bronze : der Lotse hinter dem Ohr : Hörgerät als Schmuck
Autor: Scharf, Armin
DOI: <https://doi.org/10.5169/seals-123324>

Nutzungsbedingungen

Die ETH-Bibliothek ist die Anbieterin der digitalisierten Zeitschriften auf E-Periodica. Sie besitzt keine Urheberrechte an den Zeitschriften und ist nicht verantwortlich für deren Inhalte. Die Rechte liegen in der Regel bei den Herausgebern beziehungsweise den externen Rechteinhabern. Das Veröffentlichen von Bildern in Print- und Online-Publikationen sowie auf Social Media-Kanälen oder Webseiten ist nur mit vorheriger Genehmigung der Rechteinhaber erlaubt. [Mehr erfahren](#)

Conditions d'utilisation

L'ETH Library est le fournisseur des revues numérisées. Elle ne détient aucun droit d'auteur sur les revues et n'est pas responsable de leur contenu. En règle générale, les droits sont détenus par les éditeurs ou les détenteurs de droits externes. La reproduction d'images dans des publications imprimées ou en ligne ainsi que sur des canaux de médias sociaux ou des sites web n'est autorisée qu'avec l'accord préalable des détenteurs des droits. [En savoir plus](#)

Terms of use

The ETH Library is the provider of the digitised journals. It does not own any copyrights to the journals and is not responsible for their content. The rights usually lie with the publishers or the external rights holders. Publishing images in print and online publications, as well as on social media channels or websites, is only permitted with the prior consent of the rights holders. [Find out more](#)

Download PDF: 12.01.2026

ETH-Bibliothek Zürich, E-Periodica, <https://www.e-periodica.ch>

Hase in Bronze

Der Lotse hinter dem Ohr

Text: Armin Scharf

Fotos: Bruno Bättig

Einst Prothese, heute ein Lifestyle-Artikel: Milani Design gestaltet für Phonak das Hörgerät «Audéo», das gar keines sein will. Das kleine Teil hinter dem Ohr ist vielmehr ein persönlicher Kommunikations-Assistent, der bunt und formschön seine Trägerin durch die Geräuschemwelt lotst.



1

Ein Hörgerät, im Fachjargon Hörsystem genannt, ist alles andere als ein Produkt mit hohem Sozialprestige. Es gilt als Synonym für Altern, für körperlichen Abbau und reduzierte Wahrnehmungsfähigkeit. Tatsächlich ist der Hörgeräteträger im Schnitt über 70 Jahre alt und ging erstmals mit 69 Jahren zum Ohrenarzt, als der Hörverlust bereits massiv war. Das jedenfalls sagen die Studien von Phonak aus Stäfa. Doch die Hörleistung schwindet bereits viel früher, ab Mitte 20 geht die Sensibilität im hochfrequenten Bereich zurück. Das ist ein ganz natürlicher Vorgang, den allerdings äussere Lärmeinflüsse zunehmend beschleunigen. Eine US-Studie aus dem Jahr 2004 ergab, dass etwa die Hälfte der 40- bis 59-jährigen US-Bürger akute Hörprobleme haben. Trotzdem machen sie einen grossen Bogen um passende Hilfsmittel, ja, sie meiden sogar Hörtests. In Europa dürfte die Situation ähnlich sein.

Ein brachliegendes Marktsegment

Das Potenzial dieser demografisch starken Altersgruppe wurde bislang sowohl von Medizinerinnen als auch Herstellern von Hörsystemen vernachlässigt. Phonak beginnt nun ernsthaft, diese Zielgruppe zu erschliessen. Mit einem Produkt, das sich von den markt gängigen Angeboten unterscheidet. «Statt einer Prothese wollten wir ein Lifestyle-Accessoire, eher dem Bereich Consumer Electronics verwandt als üblichen Hörsystemen, entwickeln», beschreibt Britta Pukall den Designansatz des schicken Geräts. Es heisst «Audéo» und ist um rund 70 Prozent kleiner als Standardsysteme. Nicht nur Maurerhände könnten Schwierigkeiten haben, es zu greifen. «Das grösste Bauteil ist die Batterie», so Therese Naef zum Innenleben des Winzlings. Für die beiden Gestalterinnen vom Erlenbacher Büro Milani ist «Audéo» nicht das erste Hörgerät. Schon das Phonak-Modell «Savia» hat von Milani seine dynamische Form erhalten, mit seiner Grösse und Anmutung gehört es aber zur klassischen Linie der Hörgeräte. Und doch bereitete «Savia» auf «Audéo» vor, denn der Handel, sprich die handwerklich und konservativ geprägte Branche der Hörgeräteakustiker, hätte einen zu grossen Sprung wohl abgelehnt. «Letztlich entscheidet der Handel, welches Hörgerät der Kunde bekommt», erklärt Therese Naef. Weil «Savia» in kurzer Zeit akzeptiert wurde, war der Boden für «Audéo» gut vorbereitet.

Auf den ersten Blick besticht «Audéo» durch seine filigrane Form und überrascht mit einer bunten Palette an Gehäusfarben. Statt sich möglichst diskret in Grau oder hautfarben zu präsentieren, liegt «Audéo» in 15 zweifarbigen Varianten auf dem Tisch – mal edel kombiniert, mal sportlich, traditionell, trendbewusst. Die Farbbezeichnungen schwingen sich zu poetischen Höhen auf: «Back in Black», «Crème Brûlée», «Flower Power» oder «Pure Passion». Statt aus einer spröden Farbkarte wählt der künftige Nutzer aus einer assoziativen Vielfalt. Auch wenn das Gerät im Gebrauch hinter dem Ohr im Alltag kaum sichtbar ist, kommt der Farbgebung eine wichtige Rolle zu: «Sie soll eine persönliche Beziehung herstellen und die Akzeptanz bei der Zielgruppe steigern», sagt Britta Pukall. ««Audéo» ist ein selbstbewusstes und persönliches Statement.»

1 Wer will, sieht eine Maus im Hörgerät. Nicht mal 2 Gramm wiegt das mit Technik vollgepackte Miniaturteilchen.

2 Fertig mit hautfarbiger Prothese, die versteckt wird: «Audéo» ist ein Gerät, dass sich zeigen lassen kann und will.

Dabei bleiben die Farben flexibel, der Fachmann kann das Gehäuse mit einigen Handgriffen wechseln. Übrigens werden die per Spritzguss produzierten Gehäuseteile mit speziellen, besonders hautfreundlichen und schweissresistenten Lackmaterialien beschichtet.

Grössenminimalismus

Die Entwicklung von «Audéo» fand unter hohem Zeitdruck statt. «Wir haben mit dem Phonak-Engineering von Anfang an zusammengearbeitet, also nicht nur eine schicke Hülle über die Technik gezogen.» So leitet sich die Form des Geräts unter anderem aus der besonderen Anordnung der Mikrofone für die selektive Hörunterstützung her und steht unter der Prämisse des ergonomischen Tragekomforts.

Therese Naef ging dabei an die Grenze des Machbaren, hielt die Dimensionen so klein als möglich. «Phonak-Chef Valentin Chapero hat uns immer wieder angehalten, noch kleiner zu werden. Und so sind wir bei Wandstärken von 0,4 Millimetern angekommen, das ist aussergewöhnlich.» Nach der Abstimmung der mittels manueller Skizzen im Massstab 1:1 visualisierten Grundformen wechselte Therese Naef rasch in die 3D-Rechnerebene. Weil von Freiformflächen dominiert, diente dazu die Software SolidWorks. Daraus wurden die Daten für die per Stereolithografie erstellten Prototypen generiert. An ihnen konnten die Grössenverhältnisse überprüft werden und sie dienten als Testexemplare bei ausgewählten Akustikern und Nutzern. «Aber das waren keine Marktanalysen, die wären hier völlig fehl am Platz», wendet Britta Pukall ein. Weil «Audéo» ein neues Marktsegment definiert und damit Vergleichsprodukte fehlen, wären die Ergebnisse solcher Tests vermutlich negativ ausgefallen – in den meisten Unternehmen hätte dies zum Projektabbruch geführt. Bei Phonak hingegen steht Chef Chapero nicht nur hinter neuen An-

sätzen, er fordert sie mit Nachdruck – er weiss, dass er nur so gegen die Mitbewerber bestehen kann. Und dazu gehört der Riese und Weltmarktführer Siemens. «Wir haben schon vor einiger Zeit mit Phonak den Markt und das Unternehmen analysiert, zahlenmässig und nach emotionalen Aspekten», so Britta Pukall. «Das waren anspruchsvolle Diskussionen. Sie dienten dazu, Phonak neu zu positionieren und die künftig notwendigen Entscheidungen auf eine systematisch-rationale Basis zu stellen.»

Vom Hörgerät zum PCA

Milani gestaltete auch die Verpackung, die an ein kleines Schmuckkästlein erinnert. Sie bietet Platz für die Gehäuse mit dem kleinen Innenohrstück, Dome genannt, für Ersatzbatterien und für individuell angefertigte Ohrstücke. Phonak will sich mit «Audéo» von seinen Mitbewerbern und deren zurückhaltendem Design absetzen. «Denn die Miniaturisierung allein ist ja nicht neu, es ist das visuelle Statement, das «Audéo» ausmacht.» Wobei es nach Britta Pukall auch nicht die Form an sich ist, «die könnte auch anders sein». Relevant sei die «Entstigmatisierung» eines Geräts, das den Alltag erleichtert. Dazu gehört, dass Phonak in seinen lifestyle-gestalteten Informationsmaterialien «Audéo» auch nicht als Hörgerät, sondern als den «Persönlichen Kommunikations-Assistenten», kurz PCA bezeichnet. Schönfärberei? Vielleicht. Doch das Potenzial dieser eventuell neuen Geräteklasse ist noch nicht ausgereizt: Die Integration weiterer Techniken ist denkbar. So könnte eine Schnittstelle zum Mobiltelefon oder zum MP3-Player integriert werden, denkbar ist auch der Einsatz als Walkie-Talkie-Ersatz. Letzteres wurde bereits praktiziert: Während der Segelwettkämpfe des America's Cup kommunizierte die Besatzung des Siegerboots Alinghi über modifizierte Hörsysteme von Phonak. •



milani d & c

Therese Naef (37) ([links](#)) ist verantwortlich für «Kreation» von milani d & c. Sie absolvierte eine Design- und Architekturmodellbaulehre bei Wassmann und arbeitete bei Metron-Architekten. Nachher absolvierte sie das Industrial Design Studium an der HGKZ.

Britta Pukall (42) ([Mitte](#)) ist seit 2002 Geschäftsführerin von milani d & c. Sie studierte Design, Architektur und Kunst an der Universität für Angewandte Kunst Wien. Sie war in Unternehmen wie frog design und Schott Glaswerken in Mainz und auch als Dozentin tätig. Florian Wassermann (36) studierte am Art Center College of Design La Tour-de-Peilz und Pasadena. Er ist verantwortlich für Geschäftskontakte Medizintechnik und User Interface Design.

«Audéo»

Das Hörgerät «Audéo» verstärkt die entscheidenden hohen Töne und unterdrückt gleichzeitig störende Hintergrundgeräusche. Damit verbessert es sowohl das Sprachverstehen als auch das Musikhören, ist ein persönlicher Kommunikations-Assistent, ein PCA. Es wiegt knappe 2 Gramm, inklusive Batterie.

--> Kunde: Phonak, Stäfa, www.phonak.ch

--> Design: milani d & c, Erlenbach, www.milani.ch

--> Bezug und Preis: in Fachgeschäften für Hörakustik, CHF 7760.-

Kommentar der Jury

Die Designer haben die Technik in ein handliches, sympathisches Gerät umgesetzt: Es schmiegt sich hinter das Ohr, macht sich aber nicht unsichtbar. Im Gegenteil, fünfzehn verschiedene, zum Teil kräftige Farbkombinationen sind erhältlich. Die Jury lobt, wie intuitiv «Audéo» zu bedienen und trotz der Kleinheit leicht zu öffnen ist. Die Formgebung spielt mit anthropomorphen Formen – wenn man will, kann man darin eine Maus entdecken. Das macht «Audéo» zu einem Gerät, das man gerne hinter das Ohr steckt, weil es jeden Gedanken an eine Prothese weit hinter sich lässt.

Die Nominierten im Überblick auf der Seite 62.

