

Presse-Information

Aufklärungskampagne von Widex mit Health Media Award 2010 ausgezeichnet

TV-Spot mit Mario Adorf erhielt den 2. Preis

Stuttgart, 1. Juni 2010 - Die Widex Hörgeräte GmbH wurde am 31. Mai in Köln für ihre Aufklärungskampagne „Hören macht schön – Die Initiative für besseres Hören“ beim Health Media Award 2010 ausgezeichnet. Für den Kampagnen TV-Spot mit Mario Adorf erhielt das Stuttgarter Unternehmen den 2. Preis in der Kategorie TV-Kommunikation. Der Kampagnenbotschafter Mario Adorf, der selbst Hörsysteme trägt, ermutigt in dem TV-Spot zu einem frühen Hörtest und zu einem positiven Umgang mit Hörgeräten.

Der Health Media Award des EEC-Network wurde in Zusammenarbeit mit der Stiftung Gesundheit zum dritten Mal ausgeschrieben. Mit dem Medienpreis werden hervorragende Leistungen im Bereich der Gesundheitskommunikation ausgezeichnet. Die Juroren würdigten den Widex TV-Spot in ihrer Laudatio für den sensiblen Umgang mit dem Thema Hörminderung, der auch die gesamte Aufklärungskampagne „Hören macht schön – Die Initiative für besseres Hören“ kennzeichnet. „Der TV-Spot von Widex zeigt auf eindrucksvolle Art, wie die Öffentlichkeit seriös, sensibel und unterhaltsam auf ein wichtiges Gesundheitsthema aufmerksam gemacht werden kann.“

Für Peter David Schaade, geschäftsführender Gesellschafter der Widex Hörgeräte GmbH, ist die Auszeichnung ein Ansporn für die gesamte Aufklärungskampagne. „Die Auszeichnung zeigt, dass wir mit unserem Konzept, das lange vernachlässigte Thema Hörminderung sensibel und zugleich unterhaltsam in das Bewusstsein der Menschen zu rücken, richtig liegen. Wir freuen uns über die Auszeichnung, die unsere gelungene Zusammenarbeit mit Mario Adorf würdigt“, so Schaade.

In dem TV-Spot von Widex, der seit Februar 2010 ausgestrahlt wird, erzählt Mario Adorf authentisch und unterhaltsam von seinen eigenen Erfahrungen mit Hörsystemen und wie er dank ihnen auch die leisen Töne des Lebens wieder hören und das

Leben genießen kann. Auf seine gewinnende Art und mit Augenzwinkern fordert er seine Zuschauer zu einem Hörtest beim Hörgeräte-Akustiker auf. Mario Adorf, der selbst Hörgeräte trägt, weiß aus eigener Erfahrung um die Bedeutung des Hörsinns für ein erfülltes Leben und hat sich deshalb zu einer Kooperation mit Widex Hörgeräte entschlossen. Mit der Kampagne soll das Bewusstsein für gutes Hören unterstützt, ein positiver Umgang mit Hörgeräten gefördert und Betroffene zu einem Hörtest bei Hörgeräte-Akustikern ermutigt werden.

(Zeichen 2.461)

Weitere Informationen und druckfähiges Fotomaterial finden Sie im Internet unter www.widex-hoergeraete.de/presse.

Über Widex Hörgeräte GmbH:

Die Widex Hörgeräte GmbH, mit Sitz in Stuttgart, beschäftigt 95 Mitarbeiter und ist die größte europäische Tochtergesellschaft des dänischen Hörgeräte-Herstellers Widex A/S. Das familiengeführte Unternehmen Widex ist mit insgesamt 2.413 Mitarbeitern einer der Weltmarktführer für die Entwicklung, Produktion und den Vertrieb innovativer Hörsysteme. Als Erfinder des ersten volldigitalen Hörsystems agiert Widex an der Spitze hochtechnologischer Entwicklungen und ist mit Produkten am Markt vertreten, die jederzeit hinsichtlich Technologie und Design den Puls der Zeit treffen. Widex steht für innovative Ideen, ein exzellentes Qualitätsniveau und die absolute Ausrichtung auf die Bedürfnisse seiner Kunden.

Presse-Kontakt:

Sandra Peggy Reiß
Leiterin Unternehmenskommunikation
Telefon 0711 7895-124
Fax 0711 7895-202
Mobil 0151 15 13 53 80
E-Mail peggy.reiss@widex-hoergeraete.de