

Audika-Mitarbeiterin Nadine Ryf

Ihren Kunden ist Nadine Ryf ganz Ohr

Seit September tritt die Filiale der HZ Hörmittelzentralen AG in Langenthal unter dem Dach der Marke Audika auf. Geblieben sind die bewährten Mitarbeitenden wie Nadine Ryf (28): Sie verspricht den Audika-Kunden «einen noch ausgeprägteren Know-how-Transfer und damit einen optimalen individuellen Kundennutzen». Dieser wird vor allem auch durch Weiterbildung garantiert. Ein Porträt.

Nadine Ryf spricht hörbar lauter mit ihrer Kundin, einer älteren Frau, die in Begleitung ihres Sohnes in der Filiale von Audika an der Wiesenstrasse 22 in Langenthal vorbeigekommen ist. Soeben hat sie der Frau das Hörsystem abgenommen, um es einem kleinen Service zu unterziehen. Das Hörsystem soll «wieder optimal dem individuellen Nutzen und Potenzial angepasst werden», wie sie später erklärt. Geduldig arbeitet die 28-Jährige mit dem Hightech-Gerät, erklärt der Kundin laut und klar formulierend wie sie vorgeht.

Es sind solche Kontakte zu Menschen und die Kundennähe, die bei ihr die Leidenschaft zum Beruf als Hörsystemakustikerin ausmachen. «Anderen Leuten mit einer sinnvollen Tätigkeit zu mehr Lebensqualität verhelfen zu können, damit sie wieder optimal am Leben teilhaben können», dies mache für sie den Kern ihrer Tätigkeit aus. Dass man «Menschen sehr nahe kommt», empfindet sie nicht als störend. Im Gegenteil: «Dies macht den Kundenservice aus», so die in Solothurn wohnhafte Audika-Mitarbeiterin.

Kundenkontakt und der Servicegedanke – zwei Leitmotive, die sie bereits aus ihrer früheren Tätigkeit kannte. Zehn Jahre hatte sie zuvor in der Gastronomie gearbeitet, ehe sie den Schritt in die Welt der Hörsystem- und Akustikbranche wagte. «Meine Grossmutter hat ein Hörsystem.» Von daher sei sie schon vorher damit «in Berührung gekommen und habe den Sinn und Zweck der Arbeit gesehen.» Letztlich gehe es darum, «Vertrauen aufzubauen und den Kunden zu kennen, damit man ihm helfen kann.»

Und noch etwas erscheint bei Audika zentral: Die Nähe zu den Herstellern innovativer Technologien sowie der Umstand, dass alle Mitarbeitenden regelmässig an entsprechenden Weiterbildungen teilnehmen. Audika hat denn auch angekündigt, nach dem Zusammenschluss «ganz bewusst noch mehr in die Weiterbildung und Schulung der Mitarbeitenden zu investieren.» Entsprechend wurde eine «Academy» auf die Beine gestellt, welche sich gezielt der Schulung annimmt.

Nadine Ryf hat sich zudem unlängst entschlossen, die Ausbildung zur Hörsystemakustikerin aufzunehmen. «Ein sehr vielseitiger Beruf», ist sie überzeugt. «Man kommuniziert mit Menschen, arbeitet aber auch sehr konzentriert.» Man könne sich mit «faszinierender und modernster Technologie und Technik befassen.» Und: «Der gezielte und permanente Erfahrungsaustausch unter den Mitarbeitenden sorgt schweizweit dafür, dass die Kunden stets persönlich und bestens betreut sind», ist Nadine Ryf überzeugt.

Den jüngst erfolgten Zusammenschluss der HZ Hörmittelzentralen AG mit weiteren starken Partnern (vgl. Kasten) unter dem Dach der Marke Audika wertet Nadine Ryf gerade unter diesem Aspekt denn auch als sehr positiv. «Ich bin überzeugt, dass wir alle voneinander profitieren können und jeder Mitarbeitende sich so stetig verbessern kann», fasst sie ihre Erwartungen zusammen.

Eine Erwartung, die auch Audika-CEO Dino Di Fronzo mit dem Zusammenschluss von 80 Filialen schweizweit verbindet: «Wir wollen unseren Kunden dank optimaler Kundennähe und der Nutzung von Synergien individuell zu mehr Lebensqualität verhelfen.» Konkret sollen die Kunden von einer individuellen und professionellen Beratung profitieren, wobei Audika sein Geschäftsmodell vorbehaltlos auf die Mitarbeiter-Expertise wie jene von Nadine Ryf sowie die neueste und beste Technologie fokussiert.

Audika: Starke Partner, eine Marke

Die Kunden der traditionsreichen Schweizer Hörsystemakustik-Unternehmen HZ Hörmittelzentralen AG, Beltone Hörberatung AG und AUDILAB SA profitieren ab sofort vom Zusammenschluss unter dem Dach der Marke Audika. Schweizweit entsteht eines der grössten Netze in der Hörsystem- und Akustikbranche. Oberstes Ziel ist es, dank modernster Technologie und dem einzigartigen Expertenwissen die Kunden optimal zu betreuen und ihnen so persönlich zu mehr Lebensqualität zu verhelfen. Mit 80 Filialen in der ganzen Schweiz und über 200 Mitarbeitenden vereint Audika das Expertenwissen für seine Kunden. Dabei fokussiert Audika sein Geschäftsmodell vorbehaltlos auf die Kundennähe, die auf der Mitarbeiter-Expertise sowie dem Einsatz innovativer Technologien basiert. Sie stellt die individuelle Lebensqualität der Kunden in den Vordergrund.

Weitere Informationen:

- Dino Di Fronzo, CEO Audika AG, +41 79 108 01 08

Beilagen/Download:

- Medienmitteilung Audika
- Imageflyer
- Download Fotomaterial (zur freien Verwendung):
<http://www.audika.ch/audika/ueber-uns/downloadbereich/>