Mehr Zeit für Beratung: Alteos entwickelt HörgeräteSchutz weiter

Seit dem 13. Oktober: Produktupdate erweitert Auswahlmöglichkeiten im Beratungsgespräch und vereinfacht Abläufe für Hörakustikbetriebe

Gute Hörgeräteversorgung braucht Zeit für persönliche Beratung. Wie wichtig diese Begleitung im Fachgeschäft ist, belegt der Alteos Hörakustik-Report 2026: Rund 30 Prozent der Babyboomer erwarten von ihrer Hörakustikerin oder ihrem Hörakustiker vor allem eine Begleitung als Coach, der die Bedienung sowie Nutzung einfach und sicher macht. Etwa ein Drittel wünscht sich zudem vollständig eingerichtete Geräte und eine Erklärung der zentralen Funktionen. Diese Begleitung braucht Zeit, und Zeit ist im Fachgeschäft die knappste Ressource.
Deshalb entwickelt Alteos den HörgeräteSchutz, die speziell für Hörsysteme konzipierte Versicherung, konsequent weiter. Das Produkt-Update ist ab dem 13. Oktober 2026 verfügbar und setzt dort an, wo im Fachgeschäft im Alltag Zeit verloren geht: bei administrativen Abläufen rund um Abschluss und Abwicklung. Ziel ist es, Prozesse zu vereinfachen und damit mehr
Freiraum für die persönliche Beratung und Versorgung zu schaffen.

Grundlage für die Weiterentwicklung waren die Erfahrungen und Rückmeldungen der Partnerbetriebe. Wo entstehen unnötige Rückfragen? Welche Schritte lassen sich vereinfachen? Und wo braucht es mehr Flexibilität, weil sich Versorgungssituationen und Kundenbedürfnisse unterscheiden? Daraus ergeben sich zwei klare Stoßrichtungen: mehr Auswahl bei der Absicherung und weniger Aufwand bei wiederkehrenden Prozessen.

Dass die Absicherung dabei durchaus auf Interesse stößt, zeigt der Alteos Hörakustik-Report 2026: Rund 41 Prozent der befragten Babyboomer bewerten ein Versicherungsangebot beim Kauf positiv, weitere rund 39 Prozent stehen einem solchen Angebot unentschieden gegenüber. Der HörgeräteSchutz setzt dort an, wo die Herstellergewährleistung endet: Während diese Material- und Produktionsfehler abdeckt, schützt die Versicherung auch bei alltäglichen Risiken wie Herunterfallen,

Feuchtigkeit oder Verlust. Die anschließende Abwicklung übernimmt Alteos – und entlastet damit das Fachgeschäft auch über den Abschluss hinaus.

Mehr Möglichkeiten für unterschiedliche Versorgungssituationen

Mit dem Produktupdate erweitert Alteos die Optionen und Flexibilität für alle Beteiligten. Der Premiumschutz lässt sich künftig mit „Akku+“ um Schutz gegen Akkuverschleiß erweitern. So kann die Absicherung gezielter an den individuellen Bedarf angepasst werden. Auch Versorgungen ohne Kassenbeteiligung können direkt beim Abschluss als Selbstzahler-Option ausgewählt werden. Dies soll den Entwicklungen im Gesundheitswesen, dem Genehmigungsvorbehalt und dem ab 2027 zu zahlenden Abschlag von 3 % auf die mit den Krankenkassen vertraglich vereinbarten Zahlungen vorgreifen. Bei einer binauralen Versorgung lassen sich zudem die Kosten für das linke und rechte Hörgerät getrennt erfassen. Im Schadenfall ist damit von Beginn an eindeutig hinterlegt, welcher Anteil auf welches Gerät entfällt.

„In der Hörakustik entscheidet sich Versorgungsqualität in der Zeit, die für die Kundin oder den Kunden bleibt. Unsere Aufgabe als Partner des Fachhandels ist es daher, Prozesse möglichst effizient zu gestalten. Unser neuer HörgeräteSchutz macht das Angebot an den Stellen genauer, an denen unsere Partner unterschiedliche Versorgungssituationen abbilden müssen“, sagt Dr. Sebastian Sieglerschmidt, Geschäftsführer von Alteos.

Weniger Reibung im Arbeitsalltag

Parallel zu den erweiterten Auswahlmöglichkeiten vereinfacht Alteos die Prozesse rund um den HörgeräteSchutz. Eine schlankere Tarifstruktur mit weniger Preiskategorien und kürzeren Tarifübersichten soll das Gespräch über die Versicherungsprämie im Anpassraum beschleunigen und schnelle, nachvollziehbare Entscheidungen ermöglichen.

Auch das Partnerportal wurde ausgebaut: Vertrags-, Schaden- und Provisionsdaten sowie Marketingmaterialien stehen dort gebündelt zur Verfügung und können von Partnerbetrieben selbstständig abgerufen werden. Wiederkehrende administrative Schritte müssen damit seltener über einzelne Anfragen an den Kundenservice gelöst werden. Der persönliche Kontakt bleibt zugleich dort zentral, wo fachliche Einschätzung und individuelle Beratung gefragt sind.

Das entspricht auch den Erwartungen der Zielgruppe: Rund 40 Prozent der Babyboomer wünschen sich eine Kombination aus persönlichem und digitalem Kontakt, rund 39 Prozent bevorzugen ausschließlich den persönlichen Weg. Eine rein digitale Betreuung ist mit rund zwölf Prozent die Ausnahme. Digitale Prozesse können damit vor allem dort entlasten, wo sie Routineaufgaben übernehmen – und mehr Raum für persönliche Beratung schaffen.

„Hörakustikerinnen und Hörakustiker wollen sich auf das konzentrieren, was sie am besten können: Menschen optimal zu versorgen. Alles, was sie dabei unnötig Zeit kostet, möchten wir ihnen abnehmen. Genau daran messen wir die Weiterentwicklung unseres HörgeräteSchutzes: möglichst wenig Aufwand im Fachgeschäft und verlässlicher Service im Hintergrund“, betont Sebastian Sieglerschmidt abschließend.

Alteos übernimmt deshalb bereits heute die Vertragserstellung, Vertragsverwaltung und Schadenregulierung. Gleichzeitig setzt das Unternehmen bewusst auf persönliche und fachliche Kompetenz: Das Schadenteam wurde unlängst um ausgebildete Hörakustiker erweitert, die den Arbeitsalltag und die Anforderungen der Fachgeschäfte aus eigener Praxis kennen. „Unser Anspruch ist es, effiziente digitale Prozesse mit persönlichem Service und echter Branchenexpertise zu verbinden. So schaffen wir unseren Partnern den Freiraum, den sie für ihre Kundinnen und Kunden brauchen.“

Der aktualisierte HörgeräteSchutz ist ab dem 13. Oktober 2026 in Hörakustik-Fachgeschäften verfügbar.

Über Alteos

Alteos denkt Versicherung weiter – mit einem klaren Ziel: Versicherungen dort zu integrieren, wo sie sinnvoll sind. Dafür kombiniert Alteos maßgeschneiderte Produkte, persönlichen Service und eine eigene digitale Versicherungsinfrastruktur, die sich flexibel in die Produktlandschaften von Unternehmen einfügt.

Über 2.000 Partner aus Bereichen wie Fahrrad, Optik, Elektronik und Hörakustik sowie mehr als 40 strategische Kooperationen setzen bereits auf Alteos.

Als 100%ige Tochter der AXA Konzern AG verbindet das Unternehmen technologische Stärke mit Finanzkraft und partnerschaftlicher Umsetzung.

www.alteos.com

Kontaktdaten

DOMINIQUE LELLEK
Chief Marketing Officer
presse@alteos.com

Link kopieren

https://press.alteos.com/274259-mehr-zeit-fur-beratung-alteos-entwickelt-horgerateschutz-weiter/