

Echte Geschichten statt künstlicher Bilder: Wie bachmaier mit „Ready?“ Gehörschutz neu inszeniert

Neue Marketingkampagne unterstützt Hörakustiker dabei, maßgefertigten Gehörschutz emotional, alltagsnah und verkaufsstark zu präsentieren.

Bischofswiesen, 06. August 2026 – Maßgefertigter Gehörschutz gehört zu den wachstumsstärksten Bereichen der Hörakustik. Ob Motorradfahren, Konzertbesuche, Reisen, konzentriertes Arbeiten, erholsamer Schlaf oder Wassersport – die Einsatzmöglichkeiten werden vielfältiger und das Bewusstsein für präventiven Gehörschutz steigt kontinuierlich. Gleichzeitig bleibt das Potenzial im Fachgeschäft häufig ungenutzt, weil viele Endkunden nicht wissen, dass es für genau diese Alltagssituationen individuelle Lösungen gibt.

Mit der neuen Marketingkampagne „Ready?“ unterstützt die bachmaier GmbH Hörakustiker dabei, Gehörschutz dort sichtbar zu machen, wo Kaufentscheidungen entstehen: mitten im Leben der Menschen.

Vom Produkt zur Lebenssituation

Die Kampagne verfolgt bewusst einen anderen Ansatz als klassische Produktkommunikation. Statt technische Eigenschaften oder Filterwerte in den Mittelpunkt zu stellen, erzählt „Ready?“ Geschichten aus dem Alltag.

Fragen wie „Ready für Fahrspaß?“, „Ready für Gänsehaut?“, „Ready für Ruhe?“ oder „Ready fürs Wasser?“ schaffen sofort einen emotionalen Bezug und zeigen, welchen Mehrwert maßgefertigter Gehörschutz in unterschiedlichen Lebenssituationen bietet.

Die Kampagne gliedert das Sortiment in vier Produktwelten – protect, fidelity, comfort und water – und macht die wichtigsten Anwendungsbereiche auf einen Blick verständlich.

„Menschen kaufen keinen Gehörschutz, weil sie einen bestimmten Filter benötigen. Sie möchten entspannter Motorrad fahren, Musik genießen, besser schlafen oder unbeschwert Zeit im Wasser verbringen. Genau dieses Lebensgefühl wollten wir sichtbar machen“, erklärt Fabian Kubicke, Unternehmensleitung der bachmaier® GmbH.

Authentizität statt künstlicher Perfektion

Während im Marketing zunehmend KI-generierte Bilder entstehen, entschied sich bachmaier® bewusst für einen anderen Weg. Für „Ready?“ wurden ausschließlich echte Menschen an realen Einsatzorten fotografiert und gefilmt. Die Motive zeigen Situationen, wie sie täglich erlebt werden – authentisch, emotional und nahbar.

„Wir wollten keine Kampagne entwickeln, die Produkte erklärt. Wir wollten Geschichten erzählen, in denen sich Menschen wiederfinden. Denn genau dort beginnt erfolgreiche Beratung“, so Kubicke.

Neun Monate Produktion an echten Einsatzorten

Die Entwicklung der Kampagne erstreckte sich über rund neun Monate. In zahlreichen Foto- und Videoproduktionen entstanden Aufnahmen in Deutschland und Österreich – unter anderem auf Alpenpässen, in Werkstätten, auf Festivals, in Schwimmbädern und an vielen weiteren Orten.

Die authentische Bildwelt bildet das Fundament der gesamten Kampagne und schafft einen unmittelbaren Bezug zum Alltag der Zielgruppen.

Ein Marketingpaket für den Fachhandel

Mit „Ready?“ stellt bachmaier® seinen Partnern nicht nur eine Kampagne, sondern ein umfassendes Marketingkonzept zur Verfügung.

Zum Kampagnenpaket gehören unter anderem Schaufensterplakate und Poster, Flyer, Roll-ups, Social-Media-Vorlagen, Website- und Online-Inhalte sowie digitale Werbemittel. Sämtliche Materialien folgen einer einheitlichen Bildsprache und sind auf die vier Produktwelten sowie die verschiedenen Anwendungsbereiche abgestimmt.

So können Hörakustiker die Kampagne flexibel im Fachgeschäft, auf ihrer Website oder in den sozialen Medien einsetzen und Gehörschutz über alle Kanäle hinweg aufmerksamkeitsstark präsentieren.

„Gehörschutz verkauft sich nicht über Dezibel oder Filterwerte. Er verkauft sich über Emotionen und Geschichten, in denen sich Menschen wiederfinden. Genau diese Geschichten erzählt unsere Ready?-Kampagne“, betonen Anne Hotzler und Benjamin Laimgruber aus dem Marketing- und Designteam der bachmaier® GmbH.

Ab sofort verfügbar

Die komplette „Ready?“-Kampagne steht bachmaier® Partnern ab sofort zur Verfügung. Sämtliche Marketingmaterialien können bequem über das Marketingportal oder den Zubehör-Shop bestellt beziehungsweise heruntergeladen werden. Weitere Infos unter: pro.bachmaier.de.

Hör-Innovationen aus den Alpen

Die bachmaier GmbH mit Sitz in Bischofswiesen ist Entwickler, Hersteller und Dienstleister für Produkte rund um das Thema Hören. Mit insgesamt 90 Mitarbeitern entwickelt und produziert das Unternehmen seit 40 Jahren maßgefertigte Produkte für die Hörgerätebranche, die Gehörschutzbranche und die Musikindustrie. Mittlerweile unterhält bachmaier Fertigungsstätten in Deutschland und Ungarn und beliefert europaweit Akustiker, Gehörschutzproduzenten und Otoplastik-Labore mit professionellem Equipment.

*Es sind stets Personen jeden Geschlechts gemeint; zur leichteren Lesbarkeit verwenden wir nur die männliche Form.

Pressekontakt bachmaier GmbH

bachmaier GmbH | Am Pfaffenkogel 4 | 83483 Bischofswiesen | Germany
office@bachmaier.de | +49 8652 655320 | bachmaier.de



/bachmaier.de

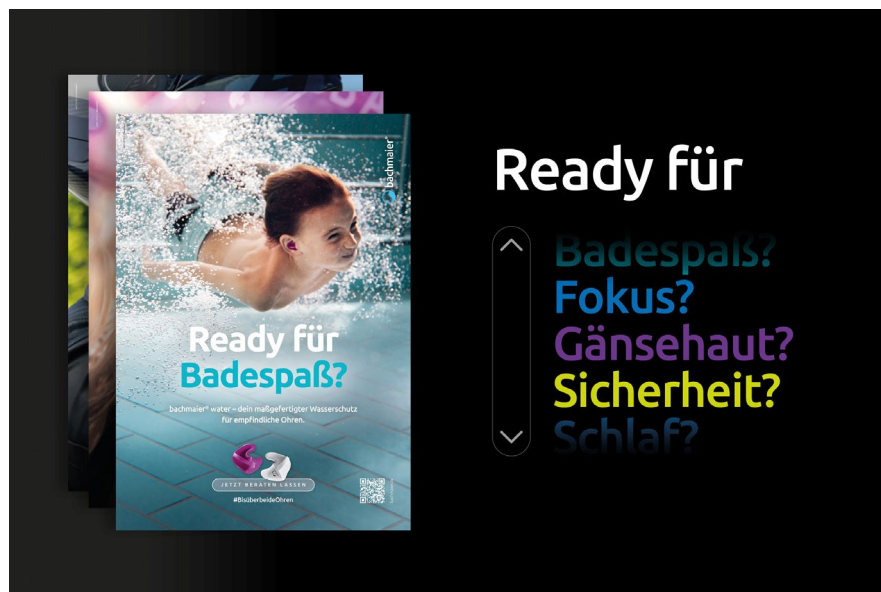
Bis über beide Ohren.

Anne Hotzler (Marketing/PR)
+49 (0) 170 830 5999
a.hotzler@bachmaier.de

Foto:

Vier Produktwelten, acht Anwendungsbereiche und unzählige Geschichten aus dem echten Leben. Die neue „Ready?“-Kampagne unterstützt Hörakustiker dabei, maßgefertigten Gehörschutz emotional und alltagsnah zu präsentieren.

Fotocredit: bachmaier®



The advertisement features a central image of a child swimming underwater, wearing a pink and white Bachmaier earplug. To the right, the text 'Ready für' is followed by a list of activities: 'Badespaß?', 'Fokus?', 'Gänsehaut?', 'Sicherheit?', and 'Schlaf?'. A vertical scrollbar is positioned to the left of this list. The background is dark, and the overall design is clean and modern.

Ready für

Badespaß?
Fokus?
Gänsehaut?
Sicherheit?
Schlaf?

bachmaier GmbH | Am Pfaffenkogel 4 | 83483 Bischofswiesen | Germany
office@bachmaier.de | +49 8652 655320 | bachmaier.de



/bachmaier.de

Bis über beide Ohren.