



SDG BUSINESS ACCELERATOR

# FOKUS PÅ VERDENSMÅL KAN IGANGSÆTTE NYE PARTNERSKABER I INDIEN

## AUDIENTES' HØREAPPARATER KAN SIKRE BEDRE TRIVSEL OG MINDSKE ULIGHED

I dag oplever 1 ud af 5 mennesker at leve med høretab, og omtrent 430 millioner af disse lider af svært høretab. Det tal forventes at stige til 700 millioner inden 2050<sup>1</sup>. Det er en kæmpe global sundhedsudfordring, der udover selve høretabet i mange tilfælde forringer den mentale sundhed og skaber ensomhed. Audientes blev grundlagt i 2014 med målet om at designe og producere høreapparater i en langt billigere prisklasse, end hvad man ellers ser på markedet. På den måde bidrager Audientes til, at flere mennesker får gavn af de hjælpemidler, der findes til høretab i dag – og i det store billede er de med til at mindske en af de store ulighedskløfter, der findes på sundhedsområdet mellem høj- og lavindkomstlande.

## VERDENSMÅLENE GIVER MENING FOR BÅDE INVESTORER, MEDARBEJDERE OG FORRETNINGEN

Selvom der er mange millioner mennesker, der i dag må leve med svært høretab og følgerkninger heraf, bliver der kun solgt i omegnen af 17 millioner høreapparater i hele verden årligt<sup>2</sup>. Langt de fleste mennesker med høretab lever altså uden hjælpemidler. Det kan der kan være flere årsager til. Høreapparater er ofte en kostelig affære, og samtidig er der få audiologer på verdensplan. Audientes har designet et

høreapparat, der kan imødekomme de udfordringer. Dels fordi deres høreapparater er billigere, og dels fordi man ikke behøver at blive tilset af en audiolog før brug af høreapparatet. Audientes' produkter er nemlig selvjusterende og har en indbygget høretest.

Audientes havde allerede sat fokus på, hvordan deres høreapparater bidrager til at skabe bedre trivsel for flere borgere blandt lavindkomstgrupper. Men Catherine Conlon, der er CMO i Audientes, så et potentiale i at integrere verdensmål og bæredygtighed endnu bedre i virksomhedens eksterne kommunikation, og derfor blev de en del af SDG Business Accelerator-programmet.

*"Det skal give mening for virksomheder at tale om verdensmål – og det gør det for Audientes på flere planer. Det giver mening fra et investor relations-perspektiv, da rigtig mange investorer også har fokus på impact. Det giver mening for vores forretning. Og så giver det mening for vores medarbejdere, der i stigende grad vælger at arbejde de steder, hvor de føler, at de er med til at gøre en forskel i verden,"* Catherine Conlon, CMO.

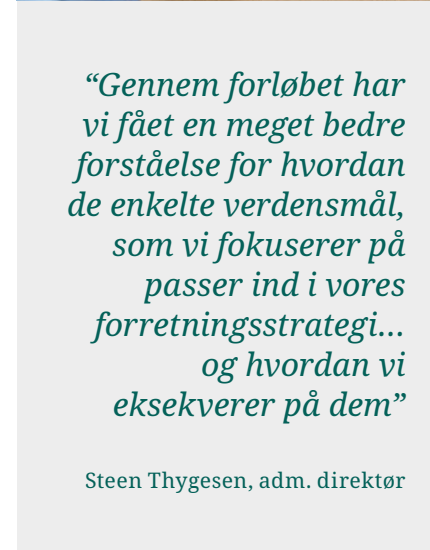
Audientes syntes, at det var svært at komme ud over stepperne i forhold til det målrettede arbejde med bæredygtighed, fordi termerne og målsætningerne



**SDG Business Accelerator** er et 4-måneders accelerator-program for SMVer med eksportpotentiale og aktiviteter inden for sundhed, energi, vand og fødevarer.

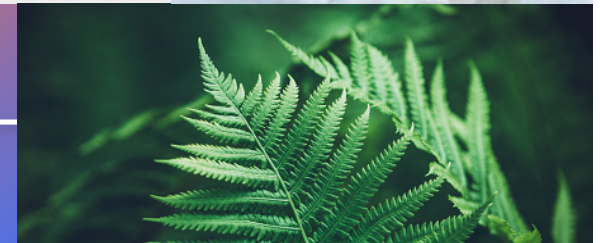
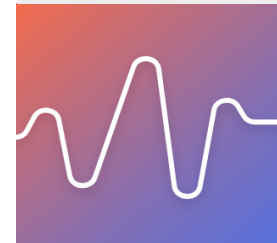
Gennem programmet arbejder virksomhederne målrettet med krav og muligheder inden for bæredygtighed og får sat fokus på hvordan bæredygtighed og verdensmål kan være løftestang for styrket eksport på et relevant eksportmarked.

Læs mere her:  
[sdgbusinessaccelerator.dk](https://sdgbusinessaccelerator.dk)



*"Gennem forløbet har vi fået en meget bedre forståelse for hvordan de enkelte verdensmål, som vi fokuserer på passer ind i vores forretningsstrategi... og hvordan vi eksekverer på dem"*

Steen Thygesen, adm. direktør



hurtigt kan synes meget flyvske. Men gennem forløbet har de fået konkrete input til, hvordan de får accelereret deres arbejde med verdensmålene i Indien gennem nye offentlige og private partnerskaber.

### NYE OPDAGELSER PÅ MARKEDSBESØGET

For fem år siden valgte Audientes Indien som deres første marked, da det indiske marked kunne adressere mange af de visioner og mål, virksomheden havde sat sig. Indien er et stort marked, og der var hurtigt interesse for produktet pga. den lave pris. Derudover er der kun ca. én audiolog pr. 350.000 indbyggere<sup>3</sup>, hvilket er en af grundene til, at Audientes' indbyggede høretest er en oplagt løsning til de indiske borgere med høretab.

Selvom Audientes allerede havde godt fat i det indiske marked, har de alligevel fået nogle gode indsigter efter deres markedsbesøg. Selv de medarbejdere, der bor i Indien, har ikke nødvendigvis forståelse for, hvordan det er at bo helt ude på landet.

*"Helt konkret fik vi fx øjnene op for, at de fleste familier – selv i fattige områder – også har adgang til en smart-phone. Den viden har kæmpestor indflydelse på vores produktudvikling, for det giver os lige pludselig mulighed for også at videreudvikle vores app til denne målgruppe. Nu kan de også koble deres høreapparater til deres telefon og få gavn af en masse yderligere funktion,"*  
Steen Thygesen, CEO.

En anden indsigt, de fik med sig, var, at bæredygtighed og verdensmål endnu ikke fylder meget i den enkelte borgers bevidsthed i Indien. Til gengæld er der stor fokus på forurening og affaldsrenovation, og da Audientes' høreapparater ikke bruger batterier, men i stedet er genopladelige, er det et aspekt, de konkret skal slå sig op på.

1. World Report on Hearing, World Health Organization, 2021.

2. Audientes: <https://audientes.com/blogs/insights/the-do-it-yourself-hearing-aid-1>

3. ISHA: <http://www.ishaindia.org.in/>

*“Det skal give mening for virksomheder at tale om verdensmål – og det gør det for Audientes på flere planer”*

Cathrerine Conlon, CMO

### HVAD SÅ NU?

- For Audientes kunne acceleratorforløbet og markedsbesøget ikke have ligget på noget bedre tidspunkt. De er nemlig netop i gang med at planlægge kommende produkter og er nu på et stadie, hvor de er i stand til at tage hånd om nogle af de nye vinkler, de har fået efter markedsbesøget.
- Fra et kommunikationsperspektiv skal de i gang med at finde ud af, hvordan de skal leve op til nogle af de nye mål, de har identificeret, og hvordan de skal integrere det i deres kommunikation. De vil forbedre deres kommunikation med deres produktmålgruppe, og så vil de i gang med at kommunikere til investorerne om, hvad de gør på SDG-området.
- Derudover har Audientes fået nogle gode kontakter blandt de andre deltagere, som også arbejder med det indiske marked – og planen er, at disse virksomheder skal fortsætte med at sparre med hinanden på den anden side af forløbet.

### PARTNERE



### AFSKAF FATTIGDOM

*Vi skal afskaffe alle former for fattigdom i verden.*

Ved at udbrede hjælp til høretab åbner Audientes døren for, at flere mennesker eksempelvis får mulighed for at komme i arbejde, opnå økonomisk uafhængighed, skabe menneskelige relationer og få en uddannelse.



### SUNDHED OG TRIVSEL

*Vi skal sikre et sundt liv for alle og fremme trivsel for alle aldersgrupper.*

Når man får de rette hjælpemidler til sit høretab, er der ofte en række positive følgevirkninger: Man mindsker risikoen for demens, depression og angst, og derudover forebygger man også en del ulykker, der kan opstå som følge af høretab.



### MINDRE ULIGHED

*Vi skal reducere ulighed i og mellem lande.*

Behandling af høretab bør ikke afhænge af, hvor i verden man bor, eller af muligheden for at blive tilset af en audiolog. Får man de rette hjælpemidler til sit høretab, er der større sandsynlighed for at opretholde sin tilknytning til arbejdsmarkedet og til samfundet generelt.