

Thomas D wird neuer Markenbotschafter von Signia

Thomas D gehört seit vier Jahrzehnten zu den prägendsten Persönlichkeiten der deutschen Musikszene und gilt als einer der Gründungsväter des deutschen Hip-Hop. Nun wird der Musiker und Hörgeräteträger neuer Markenbotschafter von Signia. Im Mittelpunkt der Zusammenarbeit stehen die bundesweite Kampagne LEBE LAUT und die neue Hörgeräteplattform MaX. Gemeinsam mit dem unabhängigen Hörakustik-Fachhandel startet Signia damit den bislang größten Hörgeräte-Launch Deutschlands.

Erlangen, 15.09.2026. Thomas D prägt den deutschen Hip-Hop seit vier Jahrzehnten – zunächst als Gründungsmitglied der Fantastischen Vier, heute auch mit seinem Soloprojekt Thomas D & The KBCS. Weniger bekannt ist seine persönliche Hörgeschichte: Nach einem Hörsturz ist das Hörvermögen auf seinem rechten Ohr dauerhaft eingeschränkt. „Meinen Hörsturz empfand ich als absolut indiskutablen Zustand“, sagt Thomas D. Statt sich zurückzuziehen, entschied er sich bewusst für die Bühne, die Musik und ein Leben mitten im Geschehen. Genau diese Haltung macht ihn zum neuen Markenbotschafter von Signia.

Im Oktober startet Signia gemeinsam mit Thomas D die Endkundenkampagne LEBE LAUT. Ziel ist es, Hörverlust sichtbarer zu machen und Menschen zu ermutigen, sich frühzeitig mit ihrem Hören auseinanderzusetzen.

Mehr als ein prominentes Gesicht

"Für uns stand von Beginn an fest, dass es nicht nur um ein bekanntes Gesicht gehen sollte. Wir haben jemanden gesucht, der glaubwürdig für modernes Hören steht – weil er selbst erlebt hat, was Hörverlust bedeutet", so Marco Küchler, Marketingleiter bei Signia.

Thomas D trägt selbst ein Signia Hörgerät. Erst moderne Hörversorgung zeigte ihm, dass deutlich mehr möglich ist, als er erwartet hatte.

Kampagnenfilm erzählt persönliche Geschichte

Herzstück der Zusammenarbeit ist ein Kampagnenfilm, in dem Thomas D über seinen Hörverlust und die Bedeutung guten Hörens spricht: „Mit meinen Hörgeräten habe ich eine Lebensqualität zurück, an die ich schon gar nicht mehr geglaubt habe. Ich hoffe, dass meine Geschichte anderen Mut macht, sich früher um das Hören zu kümmern.“

Ergänzt wird der Film durch die Videoreihe „Soundcheck mit Thomas D“. In kurzweiligen Videoformaten – inspiriert vom ARD-Format „Wissen vor 8“, in dem Thomas D regelmäßig komplexe Themen verständlich vermittelt – erklärt er, wie moderne Hörtechnologie funktioniert.

LEBE LAUT und MaX

Mit der bundesweiten Kampagne LEBE LAUT setzt Signia ein Zeichen für mehr Sichtbarkeit von Hörverlust. Unabhängige Hörakustik-Fachgeschäfte können die nationale Kampagne mit individualisierten Motiven für ihr Fachgeschäft nutzen. So entsteht aus einer bundesweiten Kampagne eine Vielzahl lokaler Kampagnen – mit einem Ziel: mehr Aufmerksamkeit für gutes Hören.

Mit MaX hat Signia kürzlich die erste Hörgeräteplattform mit Acoustic Intelligence™ vorgestellt. Statt künstliche Intelligenz nur in einzelnen Funktionen einzusetzen, wurde die Technologie von Grund auf als intelligentes KI-System entwickelt. Sprache, Umgebung, Geräusche und die eigene Stimme werden gleichzeitig analysiert und kontinuierlich aufeinander abgestimmt. So versteht das Hörsystem den gesamten Hörkontext und sorgt für ein Hörerlebnis, das sich echt und mühelos anfühlt.

„Mit MaX beginnt für Signia ein neues Kapitel. Gemeinsam mit Thomas D machen wir diesen technologischen Meilenstein verständlich und zeigen, welchen Unterschied moderne Hörversorgung heute im Alltag machen kann.“ Tobias Wiedmann, Geschäftsführer Signia Deutschland

Mit Thomas D und dem unabhängigen Hörakustik-Fachhandel möchte Signia das Thema Hören stärker in die gesellschaftliche Mitte rücken. Ziel ist es, Vorurteile abzubauen, mehr Menschen für moderne Hörversorgung zu sensibilisieren und sie zu ermutigen, ihr Leben selbstbestimmt – und laut – zu leben.

Über Signia

Signia, ein Teil der WSA-Gruppe, ist eine der weltweit führenden Marken für Hörgeräte. Unser Ziel: Mit ikonischen Innovationen und benutzerfreundlichem Design das Hören zu verbessern und Menschen im Alltag zu unterstützen.

Seit der Markteinführung im Jahr 2016 bringt Signia regelmäßig neue, zukunftsweisende Hörlösungen auf den Markt und gilt als Vorreiter für wiederaufladbare Hörgeräte. Neben modernen Hörgeräten bietet Signia praktische Apps und digitale Hilfsmittel, die den Umgang mit Hörgeräten einfacher machen.

Gemeinsam mit den unabhängigen Hörakustik-ExpertInnen, gleichen wir Hörverlust nicht nur aus. Wir ermöglichen unseren TrägerInnen, ihr volles Potenzial auszuschöpfen. Und jeden Tag brillant zu hören.

Kontakt für JournalistInnen

Sabine Lorenz

Mail: sabine.lorenz@signia-pro.com

Tel: +49 (9131) 308-3334

Bilder für Ihre redaktionelle Berichterstattung im Rahmen der Signia Markenbotschafter-Pressemeldung und Signia MaX finden Sie hier <https://shareit.sivantos.com/index.php/s/KUG7uvKMjH5s0S8>



BU: Thomas D wird neuer Markenbotschafter von Signia



BU: Thomas D besucht die Antennenmesskammer am Entwicklungsstandort von Signia in Erlangen.



BU: Thomas D beim Besuch am Entwicklungsstandort von Signia in Erlangen.