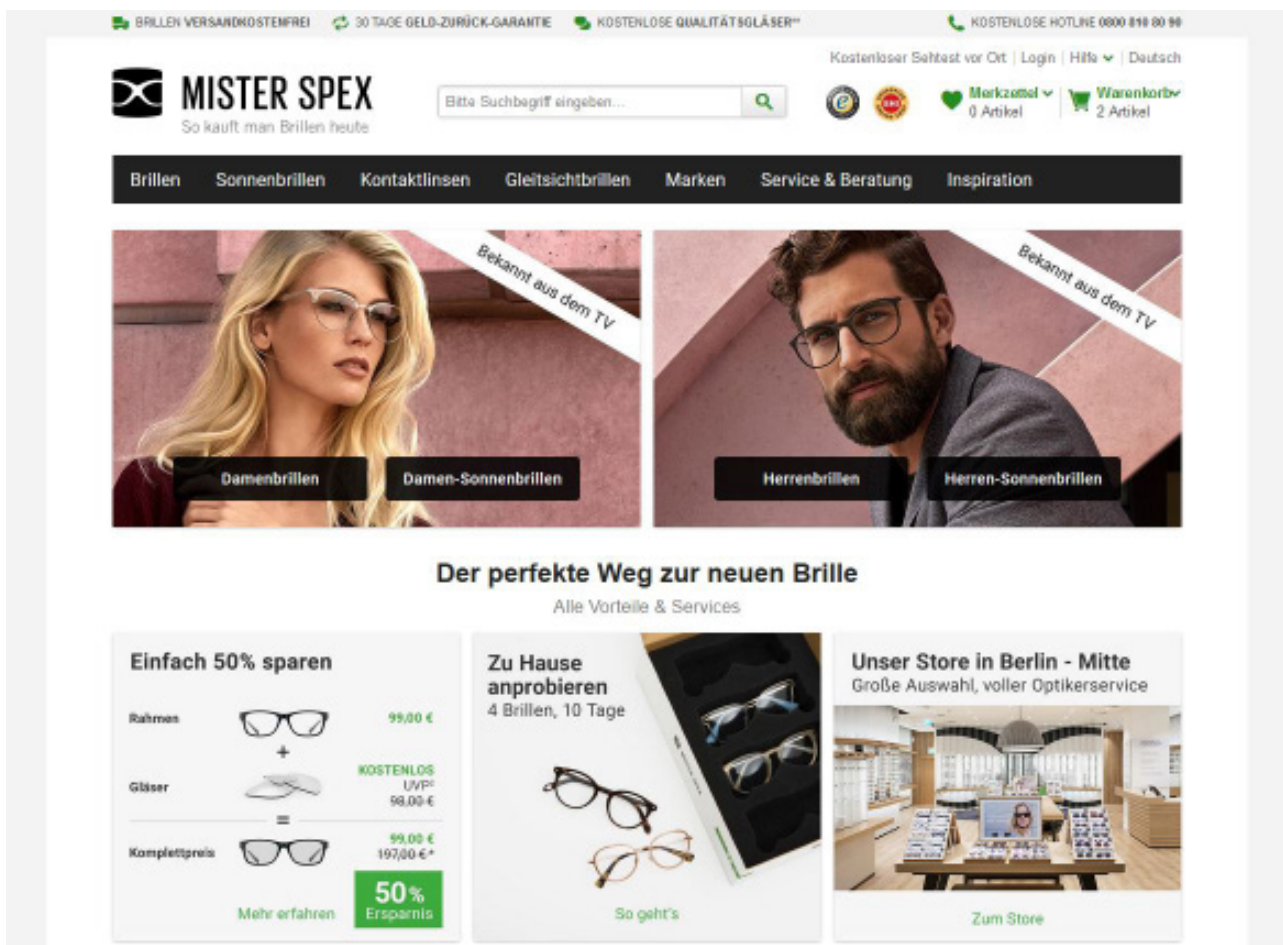


PRESSEMAPPE



The screenshot shows the Mister Spex website interface. At the top, there are navigation links for 'BRILLEN VERSANDKOSTENFREI', '30 TAGE GELD-ZURÜCK-GARANTIE', 'KOSTENLOSE QUALITÄTSGLÄSER**', and 'KOSTENLOSE HOTLINE 0900 818 80 80'. The main header includes the Mister Spex logo, a search bar, and navigation links for 'Kostenlos Selbst vor Ort', 'Login', 'Hilfe', and 'Deutsch'. Below the header is a menu with categories: 'Brillen', 'Sonnenbrillen', 'Kontaktlinsen', 'Gleitsichtbrillen', 'Marken', 'Service & Beratung', and 'Inspiration'. The main content area features two promotional banners for women's and men's sunglasses, both with the text 'Bekannt aus dem TV'. Below these is a section titled 'Der perfekte Weg zur neuen Brille' with the subtitle 'Alle Vorteile & Services'. This section contains three sub-promotions: 'Einfach 50% sparen' showing a price breakdown from 99,00 € to 197,00 €* with a 50% savings badge; 'Zu Hause anprobieren' offering 4 glasses for 10 days; and 'Unser Store in Berlin - Mitte' highlighting a large selection and full optician service.

FACTSHEET MISTER SPEX GMBH

- Kurzbeschreibung: Europas führender Online-Optiker
- Kontaktdaten: Greifswalder Straße 156, 10409 Berlin
- Website: www.misterspex.de
- Blog: corporate.misterspex.com/de/blog
- Frame Magazine: frame.misterspex.de
- Facebook: facebook.com/misterspex
- Twitter: twitter.com/misterspex
- Instagram: instagram.com/misterspex_official
- Branche: E-Commerce, Augenoptik
- Gründung: Dezember 2007 (Shop online seit April 2008)
- Geschäftsführung: Dirk Graber, Dr. Mirko Caspar
- Gründer: Dirk Graber, Björn Sykora, Thilo Hardt, Philipp Frenkel
- Sortiment: Über 9.000 Korrektions- und Sonnenbrillen von bekannten Marken und Designern sowie alle gängigen Kontaktlinsenmarken inkl. Pflegemittel und Zubehör
- Anzahl Mitarbeiter: > 450
- Anzahl Kunden: Europaweit > 2.000.000
- Anzahl Partneroptiker: > 500 in Deutschland, Österreich, der Schweiz, den Niederlanden und Schweden
- Versendete Pakete: In Spitzenzeiten > 15.000 Stück am Tag
- Auszeichnungen (Auswahl): Meilenstein des deutschen Versandhandels (2011), Shop Usability Award (2012), Online-Shop des Jahres (2012), Bester Online-Shop für Brillen (2014), National Champion bei den European Business Awards (2015-16), Red Dot Award (2016), iF Design Award (2017), POPAI D-A-CH Award (2017)
- Zertifizierungen (Auswahl): Trusted Shops Zertifikat, EHI geprüfter Online-Shop, Ray-Ban Certified Dealer, Vogue-Eyewear Certified Dealer, TÜV-Siegel „sehr gut für Service und Preis/Leistung“

Mitgliedschaften: Augentiker-Innung Berlin,
Bundesverband E-Commerce und Versandhandel Deutschland
e.V. (bevh),
Bundesverband Deutsche Startups e.V.

UNTERNEHMENS PORTRAIT

GO-LIVE

Die Mister Spex GmbH ist Europas führender Online-Optiker. In seinem Online-Shop bietet das schnell wachsende und innovative Berliner E-Commerce-Unternehmen mehr als drei Millionen Kunden eine umfangreiche Auswahl qualitativ hochwertiger Brillen sowie Sonnenbrillen und Kontaktlinsen zu günstigen Preisen. Mister Spex wurde 2007 gegründet und ging Anfang April 2008 mit dem deutschen Shop online. Damit feiert das Unternehmen 2018 sein zehnjähriges Bestehen.

INTERNATIONALISIERUNG

Seit 2010 ist das Unternehmen auch international aktiv und betreibt mittlerweile Online-Shops für Frankreich, Spanien, Österreich, die Schweiz, Großbritannien, die Niederlande, Schweden, Finnland und Norwegen. In Skandinavien übernahm Mister Spex im Juli 2013 die schwedischen Online-Eyewear-Shops Lensstore und Loveyewear sowie im Januar 2015 den norwegischen Kontaktlinsenhändler Lensit und stärkte damit seine Position im skandinavischen Raum und Europa.

PARTNEROPTIKER UND EIGENE STORES

Im August 2011 startete Mister Spex ein [Partnernetzwerk](#) mit Optikern vor Ort, die Serviceleistungen wie Sehtests und Brillenanpassungen für Kunden des Online-Händlers anbieten. Das Unternehmen kooperiert dabei mit insgesamt mehr als 500 lokalen Augenoptikern in der D-A-CH-Region sowie den Niederlanden und Schweden. Im Februar 2016 eröffnete das Unternehmen seinen ersten eigenen Store im Berliner Shoppingcenter Alexa und baute damit sein Omnichannel-Konzept weiter aus. 2017 folgten weitere Stores in Berlin-Steglitz, Oberhausen, Bremen, Bochum und Dortmund. 2018 eröffneten bisher zwei neue stationäre Geschäfte, eines im Main-Taunus-Zentrum in Sulzbach nahe Frankfurt und eines in Erfurt. Die mittlerweile acht [Stores](#) folgen dabei der Customer Journey des Online-Shops und sind unter anderem mit den gleichen Filtern wie online ausgestattet, so z.B. der Brillenbreite oder Fassungsform. Das innovative Ladenkonzept wurde 2016 mit dem Red Dot Design Award ausgezeichnet, gefolgt vom iF Design Award sowie dem POPAI D-A-CH Award 2017.

SORTIMENT

Die Produktpalette umfasst derzeit ein Vollsortiment aus über 9.000 verschiedenen Korrektions- und Sonnenbrillen von zahlreichen Marken und Designern sowie allen gängigen Kontaktlinsenmarken inklusive Pflegemittel und Zubehör. Die Korrektionsbrillen und auch viele Sonnenbrillen werden für den Kunden individuell in seiner Sehstärke verglast. Die Qualitätsgläser stammen von Markenherstellern wie SEIKO Optical, Hoya Lens und Essilor. Sie sind alle superentspiegelt sowie gehärtet und verfügen über einen UV-Filter. Zudem entsprechen sie der CE-Norm und werden der Berliner Meisterwerkstatt mithilfe moderner Technologie, dem Edger, passgenau eingeschliffen und anschließend von qualifizierten Augenoptikern geprüft sowie in die Fassung eingesetzt.

Mister Spex wird von allen großen Brillen- und Kontaktlinsenherstellern direkt beliefert und vertreibt Marken wie Calvin Klein, Gucci, Prada, Ray-Ban, Tom Ford, Miu Miu oder Saint Laurent. Bei den Produkten handelt es sich ausschließlich um Originalware, welche direkt von den Herstel-

lern oder über autorisierte Händler bezogen wird. Zudem bietet der Optiker auch ein vielseitiges Sortiment an Eigenmarken, wie z.B. CO Optical bei Brillen oder TrueLens bei Kontaktlinsen. Eine weitere Besonderheit sind die exklusiven Designer-Kooperationen Michalsky for Mister Spex und Blogger for Mister Spex.

KUNDENVORTEILE

Ein wesentlicher Vorteil von Mister Spex gegenüber den meisten Optikergeschäften ist die Sortimentsvielfalt. Such- und Filterfunktionen auf der Website, mit denen das Angebot beispielsweise nach Marke, Farbe, Form, Preis oder anhand der eigenen Gesichtsform eingeschränkt werden kann, ermöglichen den Kunden eine intuitive Auswahl. Auch eine physische Anprobe der Brillen ist möglich: Dafür lässt sich der Kunde ganz einfach bis zu vier Modelle kostenlos zur [Ansicht](#) nach Hause schicken.

Bei Brillen mit Sehstärke ist das Unternehmen bis zu [50 Prozent günstiger](#) gegenüber der unverbindlichen Preisempfehlung (UVP) der Hersteller. Unter anderem durch eine bessere Personalauslastung und höhere Skalierbarkeit der Vertriebsaktivitäten hat Mister Spex als Online-Optiker Kostenvorteile, die das Unternehmen an seine Kunden weitergibt. Das Ergebnis: hohe Preistransparenz und das beste Preis-Leistungsverhältnis. Mit dem 30-Tage-Rückgaberecht mit Geld-zurück-Garantie geht der Kunde zudem beim Kauf keinerlei Risiken ein.

Der Versand der Ware ist kostenlos und erfolgt innerhalb von ein bis zwei Werktagen nach Deutschland sowie Österreich. Die Auslieferung einer Brille mit Sehstärke dauert durch das fachgerechte Einschleifen der Gläser je nach Modell fünf bis 14 Tage. Kontaktlinsen werden bei einer Bestellung vor 12 Uhr sogar noch am gleichen Tag versandt.

ONLINEANPROBE

Seit Juni 2011 bietet Mister Spex Kunden des Online-Shops eine [3D-Anprobe](#) von Brillenmodellen an. So können verschiedenste Gestelle direkt am PC, Tablet oder Smartphone mithilfe der integrierten Kamera „anprobiert“ werden. Die Brillen passen sich allen Kopfbewegungen an, so dass die Anprobe einem Spiegelbild sehr nahe kommt. Zudem können Kunden online auch via [2D-Anprobe](#) Fassungen anprobieren – hier können sie entweder ein vorhandenes Bild hochladen oder ein Foto mit der Kamera ihres Computers oder Smartphones machen.

SERVICELLEISTUNGEN

Kundenservice wird bei Mister Spex großgeschrieben. Neben erfahrenen Kundenberatern sind rund die Hälfte der Service-Mitarbeiter ausgebildete Augenoptiker, die die Kunden telefonisch unter der kostenlosen Hotline 0800-8108090 beraten und E-Mails an service@misterspex.de beantworten. Außerdem gibt es die Möglichkeit, sich als Kunde per Call-Back-Service zurückrufen oder auf Facebook beraten zu lassen.

KOOPERATION MIT OPTIKERN VOR ORT

Neben den Vorteilen des Online-Vertriebs bietet Mister Spex gleichzeitig persönlichen Service wie Sehtests, Brillen- und Kontaktlinsenanpassungen bei über 500 Partneroptikern in Deutschland, Österreich, der Schweiz, den Niederlanden und Schweden. Kunden können beim Partneroptiker vor Ort einen Sehtest machen lassen. Der Kunde erhält so seine Werte, mit denen er die Brille online bei Mister Spex bestellt. Außerdem gibt es zu jeder fertigen Brille einen kostenlosen Anpassgutschein, mit dem sich der Kunde seine Brille individuell beim Partneroptiker anpassen lassen kann. Zusätzlich können Kunden in Deutschland ebenfalls einen der bisher achts eigenen Stores von Mister Spex aufsuchen, um sich persönlich vor Ort beraten zu lassen und von kostenlosen Services wie dem Sehtest oder Brillenanpassungen profitieren.

UNTERNEHMENSPHILOSOPHIE, MANAGEMENT UND MITARBEITER

Mister Spex beschäftigt über 450 Mitarbeiter. Das Durchschnittsalter liegt bei ca. 34 Jahren. Neben den Geschäftsführern Dirk Graber und Mirko Caspar gehören acht Vice Presidents zum Management-Team. Die Organisationsstruktur hat sich dem rasanten Wachstum vom Start-up zu Europas führendem Online-Optiker angepasst. Neue Mitarbeiter werden unkompliziert und in kürzester Zeit in das Unternehmen und seine Abläufe integriert: Jeder absolviert Praxistage im Kundenservice und in der Logistik. Zudem gibt es einen Einführungstag („Onboarding“) sowie regelmäßige Erwartungs- und Feedbackgespräche. Die interne Kommunikation sorgt mit verschiedenen Informationskanälen, Meetings und gemeinsamen Unternehmungen für ein gutes Betriebsklima sowie umfassende Information. Durch Umfragen zur Mitarbeiterzufriedenheit wird der Erfolg dieser Maßnahmen überprüft. Zudem gibt es insgesamt fünf Unternehmenswerte, die Mister Spex auszeichnen und im Arbeitsalltag als Inspiration dienen.

Auf der Arbeitgeber-Bewertungsplattform kununu.com wurde Mister Spex von Mitarbeitern und Bewerbern jüngst als „Top Company“ bewertet. Das Unternehmen integriert Mitarbeiter verschiedener Nationalitäten, Altersgruppen und Ausbildungshintergründe. Zudem ist Mister Spex seit 2015 selbst Ausbildungsbetrieb, unter anderem auch in der Augenoptik. Eine Frauenquote ist nicht nötig: Rund die Hälfte der Mitarbeiter sind Frauen, sie arbeiten auch in Führungspositionen und im Management. Bei der Mitarbeitersuche stehen Team-Fit, Motivation und praktische Erfahrung im Vordergrund. Auch Quereinsteiger sind bei Mister Spex willkommen.

UNTERNEHMENSKONTEXT

E-COMMERCE & AUGENOPTIK

Der deutsche E-Commerce boomt. Seit Jahren verzeichnet der Handel mit Waren aus dem Netz ein Wachstum im zweistelligen Prozentbereich. 2016 haben Kunden für rund 52,7 Milliarden Euro Waren im Netz eingekauft (Quelle: Bundesverband E-Commerce und Versandhandel, bevh). Laut einer repräsentativen Befragung des Digitalverbands Bitkom kaufte 2017 knapp jeder fünfte deutsche Internetnutzer mehrfach die Woche online ein. Ein Drittel der Befragten kaufte dabei lieber online ein als im Laden vor Ort. Dabei liegen auch immer häufiger Brillen mit Sehstärke im Warenkorb.

Branchenprimus Günther Fielmann hält nach wie vor wenig vom Online-Brillenkauf. „Das ist ein Rückfall ins Mittelalter. Damals gab es auf den Märkten auch nur Fertigbrillen“, so sein Statement in einem Interview mit „Die Welt“ aus dem Jahr 2012. Der Marktgigant setzt bisher noch ausschließlich auf den stationären Handel. Auf der Bilanzpressekonferenz 2013 ruderte Fielmann jedoch etwas zurück und vermeldete, dass das Unternehmen über Cross-Selling-Potenziale im Online-Geschäft nachdenke. Fielmanns Gegenspieler Apollo hingegen stieg Ende Juli 2016 in den Online-Handel mit Einstärken-Brillen ein.

Mit einem Umsatz von rund 250 Millionen Euro lag der Online-Anteil am Gesamtumsatz der Augenoptikbranche 2016 bei nur 4,1% (Quelle: Zentralverband der Augenoptiker und Optometristen, ZVA). Jedoch hat sich der Umsatz im Online-Bereich seit 2011 mehr als verdoppelt. Zudem wuchs der Vertriebsweg Internet 2016 in der deutschen Augenoptik um fast 10% im Vergleich zum Vorjahr, während die stationäre Branche laut ZVA im gleichen Jahr insgesamt nur ein Wachstum von 1,8% verzeichnen konnte.

Mister Spex-Geschäftsführer Dirk Graber räumt reinen Online-Anbietern von Korrektionsbrillen zukünftig einen möglichen Marktanteil von bis zu zehn Prozent ein. Mit einem Omnichannel-Konzept aus eigenen Stores sowie dem Partneroptikerprogramm könne der Anteil langfristig sogar auf 20 bis 25 Prozent ausgedehnt werden. „Damit sprechen wir als Online-Optiker eine größere Zielgruppe an und erweitern unser Marktpotenzial erheblich“, so Graber.

Inzwischen gibt es in der Optikbranche eine wachsende Zahl an Online-Anbietern, die neben den großen Filialisten und den traditionellen Optikern um Marktanteile der fast sechs Milliarden schweren Branche kämpfen. Über 40 Millionen Brillenträger über 16 Jahre gibt es bundesweit, 2016 gingen mehr als 12 Millionen Brillen über den Ladentisch (Quelle: ZVA). Außerdem profitiert die Branche im Gegensatz zu vielen anderen vom demografischen Wandel, der die wachsende Nachfrage an Lese- und Gleitsichtbrillen mit sich bringt.

MEILENSTEINE

- Dezember 2007 Unternehmensgründung; Unterstützung der Business Angels Lukasz Gadowski (Team Europe), Oliver Beste und Karsten Schneider
- April 2008 Go-live des deutschen Online-Shops
- Dezember 2008 Finanzierungsrunde; neue Investoren: High-Tech Gründerfonds und Grazia Equity
- Januar 2009 Ausstrahlung des ersten TV-Spots
- Mai 2010 Start mit eigenem Shop in Frankreich unter www.misterspex.fr
- August 2010 Go-live der englischsprachigen Seite unter www.misterspex.co.uk
- September 2010 Finanzierungsrunde; neue Investoren: DN Capital und XAnge
- März 2011 Start mit eigenem Shop in Spanien unter www.misterspex.es
- Juni 2011 Einführung der 3D-Online-Anprobe
- August 2011 Start der Kooperation von Mister Spex mit stationären Optikern
- Mai 2013 Finanzierungsrunde; neuer Investor: SEP
- Juli 2013 Übernahme der Eyewear-Shops Lensstore und Loveyewear aus Schweden
- Juni 2014 Start des Partneroptikerprogramms in Österreich
- Januar 2015 Finanzierungsrunde; neuer Investor: Goldman Sachs
- Februar 2015 Übernahme des norwegischen Kontaktlinsen-Onlineshop Lensit.no
- März 2015 Start mit eigenem Shop in der Schweiz unter www.misterspex.ch
- Juni 2015 Start mit eigenem Shop in den Niederlanden unter www.misterspex.nl
- Oktober 2015 Start des Partneroptikerprogramms in der Schweiz
- Februar 2016 Eröffnung des ersten eigenen Stores in Berlin
- Mai 2016 Start des Partneroptikerprogramms in den Niederlanden

- August 2016 Mister Spex gewinnt den Red Dot Award 2016
- September 2016 Auszeichnung als „Deutschlands Bester Onlineshop 2016“ in der Kategorie Augenoptik vom Deutschen Instituts für Service-Qualität
- Januar 2017 Lensstore heißt jetzt Mister Spex
- Februar 2017 Eröffnung des zweiten Stores in Berlin
- März 2017 Mister Spex gewinnt iF Design Award für Offline-Store-Konzept
- März 2017 Eröffnung des Stores im Centro Oberhausen
- März 2017 Launch der eigenen Kontaktlinsenmarke TrueLens
- April 2017 Eröffnung des Stores in Bremen
- Juli 2017 Mister Spex gewinnt den Silbernen Indianer in der Kategorie „Visual Merchandising, Retail Design, Ladenbau, Shop in Shop Systeme und Flagship Store“ beim POPAI D-A-CH Award
- August 2017 Eröffnung der Stores in Bremen und Dortmund
- September 2017 Auszeichnung als „Deutschlands bester Online-Shop“ in der Kategorie „Augenoptik“ des Deutschen Instituts für Service-Qualität
- Dezember 2017 Zehnjähriges Jubiläum der Unternehmensgründung von Mister Spex
- März 2018 Start des Partneroptikerprogramms in Schweden
- April 2018 Zehnter Geburtstag des Go-lives vom ersten Online-Shop in Deutschland
- April 2018 Eröffnung der Stores im Main-Taunus-Zentrum in Sulzbach nahe Frankfurt und in Erfurt

PORTRAIT DIRK GRABER GRÜNDER AUS ÜBERZEUGUNG

Dirk Graber ist Geschäftsführer der Mister Spex GmbH und verantwortet die Bereiche Business Development, IT, Finanzen & Controlling, International & Omnichannel, Operations und Human Resources. Der 40-jährige gründete Deutschlands größten Online-Optiker im Dezember 2007 in Berlin.

Der aus Halle an der Saale stammende Unternehmer war vor der Unternehmensgründung mehr als zwei Jahre lang als Berater bei der Boston Consulting Group tätig.



Dort arbeitete er für Projekte in der Konsumgüterindustrie, im Bankensektor und im Bereich Corporate Development / Corporate Finance. Seine Affinität zu Online-Themen stammt aus seiner Studienzeit. Damals absolvierte er Praktika beispielsweise bei Jamba und Ebay.

2005 hat Dirk Graber seinen Abschluss als Diplom-Kaufmann an der Handelshochschule Leipzig (HHL) gemacht, wo er im Vertiefungsfach Entrepreneurship seine Begeisterung für das Unternehmertum entdeckte. Während seiner Studienzeit war er unter anderem an Universitäten in Moskau und Hong Kong. Davor hatte er im Rahmen eines dualen Studiums an der Berufsakademie Leipzig bei der Commerzbank Leipzig gearbeitet.

Dirk Graber über die Erfolgsfaktoren von Mister Spex:

„Unser Erfolg beruht im Wesentlichen auf drei Dingen: unserer konsequenten Kundenorientierung, unseren hervorragenden Lieferantenbeziehungen und unseren gut ausgebildeten und motivierten Mitarbeitern.“

Dirk Graber über die Zukunft der Augenoptik:

„Heute bestimmen Politik, Verbände und Krankenkassen, wie mit dem Thema Brille als Medizinprodukt umgegangen wird. Die Digitalisierung und veränderte Kundenbedürfnisse spiegeln sich in der heutigen Gesundheitspolitik dabei nicht wider. Wenn sich die Branche nachhaltig aufstellen will, um auch in Zukunft zur Entlastung des Gesundheitssystems beizutragen, muss die Online-Optik als elementarer Bestandteil dessen integriert werden.“

PORTRAIT DR. MIRKO CASPAR MARKETINGPROFI AUS LEIDENSCHAFT

Dr. Mirko Caspar ist seit September 2011 neben Firmengründer Dirk Graber Geschäftsführer der Mister Spex GmbH. Der 46-jährige Marketingstratege verantwortet die Bereiche Marketing, CRM & Customer Experience, Category Management, Public Relations und Produktmanagement.

In seiner beruflichen Laufbahn hat Caspar zahlreiche Erfahrungen in der Markenkommunikation gesammelt. Seit 2006 ist er als Marketingberater und Unternehmer tätig.



So ist er beispielsweise Gründer und Gesellschafter von Userlutions und cpi Celebrity Performance. Bis Ende 2010 war er geschäftsführender Gesellschafter beim Virtual-World-Unternehmen Metaversum. Davor war er vier Jahre in leitender Position beim Entertainmentkonzern Universal Music tätig. Dort war der Diplom-Kaufmann zudem Geschäftsführer einer Tochtergesellschaft für Versandhandel und Direktmarketing. Von 1998 bis 2003 entwickelte er als Unternehmensberater und Projektleiter bei McKinsey maßgeblich das strategische Markenführungstool der Beratungsgesellschaft mit.

Sein Studium der Betriebswirtschaftslehre absolvierte Caspar an der Westfälischen Wilhelms-Universität Münster. Dort promovierte der gebürtige Kasseler anschließend bei Professor Herbert Meffert über Markenstrategien.

Mirko Caspar über die Entwicklung von Mister Spex:

„Innerhalb kurzer Zeit haben wir es geschafft, eine neue Art des Brillenkaufs zu etablieren. Dabei kombinieren wir die Vorteile des Internets wie große Auswahl und günstige Preise mit Top-Qualität und dem persönlichen Service durch Partneroptiker vor Ort.“

Mirko Caspar über das Omnichannel-Konzept von Mister Spex:

„Unser Omnichannel-Konzept basiert auf der engen technischen Verknüpfung des Online-Shops mit unseren eigenen Stores und dem Partneroptikerprogramm. Dies stellt für unsere Kunden ein reibungsloses und einheitliches Einkaufserlebnis auf allen Kanälen sicher. Somit können wir bei Mister Spex unseren Kunden dank Omnichannel das Beste aus beiden Welten anbieten. Wir sind uns sicher, dass dies im Handel der Weg der Zukunft ist.“

ÜBERSICHT BILDMATERIAL (AUSWAHL)

Hochauflösendes und zusätzliches Bildmaterial auf Anfrage verfügbar.



Die Mister Spex-Geschäftsführer Dirk Graber und Dr. Mirko Caspar.



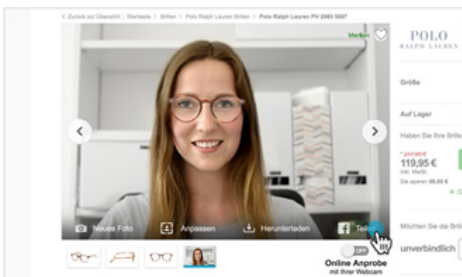
Dirk Graber in der Logistik.



Der Mister Spex-Store in Dortmund.



Die Mister Spex-Meisteroptikerwerkstatt in Berlin.



Die 3D-Anprobe.



Die kostenlose Ansichtsbestellung.

WEITERE INFORMATIONEN

PRESSEVERTEILER

Wir nehmen Sie gerne in unseren Presseverteiler auf. Bitte schicken Sie Ihre Kontaktdaten an presse@misterspex.de und lassen Sie uns wissen, welche Themen für Sie besonders interessant sind.

Vielen Dank!

ANGEBOT FÜR JOURNALISTEN

Möchten Sie den Service von Mister Spex ausprobieren? Dann nutzen Sie unser Journalistenangebot und erhalten Sie 20 Prozent Rabatt beim Kauf einer Brille oder Sonnenbrille. Anmeldung unter

corporate.misterspex.com/de/presse/#more.

PRESSEKONTAKT

Katharina Berlet
Vice President Public Relation / Presssprecherin
Tel.: +49 (0)30 4431 230 206
E-Mail: katharina.berlet@misterspex.de

Anastasia Hansen
Senior PR Manager
Tel.: +49 (0)30 4431 2300 141
E-Mail: anastasia.hansen@misterspex.de