



MISTER SPEX

So kauft man Brillen heute

Berlin, 02. November 2017

Online-Optiker Mister Spex realisiert mit Berliner Filmproduktion neue Werbespot-Reihe

„So kauft man Brillen heute“. Mit diesem Claim wirbt Mister Spex seit Jahren erfolgreich für den Brillenkauf im Internet. In Zusammenarbeit mit der Berliner Filmproduktionsfirma Dog Ear Films, sind nun drei neue TV-Spots entstanden, die anschaulich aufzeigen, wie „Brille Online“ und neuerdings auch „Offline“ funktioniert. Erstmals bekommen Zuschauer die Vorteile der Kombination „beider Welten“, die der Online- und Offlinewelt, in einprägsamen Erklärstücken erläutert.

Die neuen Werbefilme zahlen konsequent auf die bereits gelernte Markenidentität von Mister Spex ein und werden künftig crossmedial, in allen europäischen Zielmärkten eingesetzt. Das Kerngeschäft des Berliner Unternehmens, der Online-Brillenkauf, steht hierbei stets im Fokus. Zusätzlich wird die Werbebotschaft um den Multichannel-Ansatz von Mister Spex erweitert: Kunden profitieren einerseits von der großen Auswahl und den Preisvorteilen eines Kaufs im Internet. Zum anderen können diese zusätzliche Serviceleistungen in den stationären Mister Spex-Stores und bei über 500 Partneroptikern deutschlandweit in Anspruch nehmen. Visuell greifen die Spots dabei die Mister Spex-typische Bildsprache auf und führen diese in reduzierter und stilisierter Weise fort.

Zur Handlung der Spots: In zwei von drei Werbefilmen veranschaulichen eine weibliche Protagonistin und ihr männliches Pendant jeweils unterschiedliche Aspekte des intuitiven Bestellvorgangs. Zum einen wird die kostenlose Ansichtsbestellung des Online-Optikers dargelegt, bei der sich der Kunde bis zu vier Modelle für die persönliche Anprobe bequem nach Hause liefern lässt. Der zweite 30-Sekünder demonstriert die Einfachheit, Brillen in wenigen Klicks online zu bestellen und Gläser an individuelle Korrektionswerte anzupassen. Ein dritter Werbespot fasst abschließend sämtliche Vorteile von Mister Spex in einem edukativen Beitrag zusammen.

Verantwortlich für die Realisierung der Werbespots zeichnet sich der Berliner Regisseur Andreas Henn und seine Firma Dog Ear Films. Geschäftsführer von Mister Spex, Mirko Caspar, erklärt: „Mit Dog Ear Films haben wir einen agilen Wunschpartner gefunden, der gemeinsam mit uns die Visualisierung und Kommunikation unserer Kern-Markenversprechen zielführend umgesetzt hat.“ Seit Oktober 2017 wird der TV-Spot im deutschen Fernsehen ausgestrahlt. Ab November 2017 folgt dann die Ausstrahlung im Ausland.



MISTER SPEX

So kauft man Brillen heute

Pressekontakt Mister Spex:

Thomas Erhardt | thomas.erhardt@press-factory.de

PRESS FACTORY GmbH | Anklamer Straße 38 | D-10115 Berlin

Tel. +49 (0)30 / 28879 - 007 | Fax +49 (0)30 / 28879 - 003

Unternehmenskontakt Mister Spex:

Katharina Berlet | presse@misterspex.de

Mister Spex GmbH | Greifswalder Straße 156 | D-10409 Berlin

Tel. +49 (0)30 / 4431 230 - 206 | Fax +49 (0)30 / 4431 230 - 25 206

www.misterspex.de

Über Mister Spex:

Die Mister Spex GmbH ist Europas führender Online-Optiker. Über seine Website bietet das Berliner Unternehmen neben Kontaktlinsen europaweit das umfangreichste Sortiment an direkt verfügbaren Markenbrillen und -sonnenbrillen zu attraktiven Konditionen an. Zusätzlich zur Preistransparenz und der Preisersparnis bei Brillen mit Sehstärke profitieren Kunden auch von kostenlosen Services wie Sehtests und Brillenanpassungen, denn Mister Spex kooperiert in Deutschland, Österreich, der Schweiz und den Niederlanden bereits mit über 550 lokalen Augenoptikern in einem Partnernetzwerk. Im Service-Team von Mister Spex beraten ausgebildete Augenoptiker die Kunden telefonisch oder per E-Mail. Das Unternehmen verfügt über eine eigene Optikerwerkstatt in Berlin, in der die Endfertigung und Qualitätskontrolle der Brillen erfolgt. Die gute Qualität der Brillen wurde im Dezember 2014 von der Stiftung Warentest bestätigt, die Mister Spex als einen der besten getesteten Optiker auszeichnete (test 1/2015, S.86 ff.).

Europaweit zählt Mister Spex mehr als zwei Millionen zufriedene Kunden. Derzeit beschäftigt das Unternehmen über 400 Mitarbeiter und ist seit 2015 Ausbildungsbetrieb. Mister Spex ist mit eigenen Websites neben Deutschland auch in Österreich, Frankreich, Spanien, der Schweiz, in Großbritannien und in den Niederlanden aktiv und übernahm im Juli 2013 zudem das schwedische Online-Eyewear-Unternehmen Lensstore, das mittlerweile in Norwegen, Finnland und Schweden unter der Marke Mister Spex operiert, sowie im Januar 2015 den norwegischen Kontaktlinsenhändler Lensit. Im Februar 2016 hat Mister Spex seinen ersten eigenen Store in Berlin eröffnet und wurde im gleichen Jahr mit dem Red Dot Award für sein innovatives Ladenkonzept ausgezeichnet. 2017 folgten weitere Stores in Berlin-Steglitz, Oberhausen, Bremen, Bochum und Dortmund und die Prämierung mit dem iF Design Award.

Mehr Informationen: www.misterspex.de