

Berlin, 15. Dezember 2020

## **Mister Spex schließt Geschäftsjahr 2019 erfolgreich ab und bleibt weiter auf Wachstumskurs**

- Umsatz auf 139 Millionen Euro gesteigert
- Positives bereinigtes EBITDA von 2 Millionen Euro
- Omnichannel-Ansatz sichert starkes Wachstum auch während der Corona-Pandemie
- Einführung neuer technologischer Innovationen wie der Online-Sehtest stärkt Vorreiterrolle

Europas führender Omnichannel-Optiker Mister Spex blickt auf ein erfolgreiches Geschäftsjahr 2019 zurück. So konnte das Unternehmen seinen Umsatz auf rund 139 Millionen steigern. Das bereinigte EBITDA lag mit 2 Millionen Euro (2018: 0,2 Millionen Euro) erneut im positiven Bereich. Zuwächse verzeichnete Mister Spex in allen drei Produktkategorien: Brille, Sonnenbrille und Kontaktlinsen. Neben zehn europäischen Online-Shops und einem Netzwerk mit über 500 Partneroptikern betreibt Mister Spex inzwischen 34 eigene Stores in Deutschland.

„Wir sind sehr zufrieden mit den Entwicklungen in 2019 und konnten unsere Marktposition weiter stärken. Vor allem der strategische Ausbau im Retail und ein stabiles Neukundenwachstum im Online-Geschäft haben zu den positiven Zahlen beigetragen“, sagt Dirk Graber, Geschäftsführer von Mister Spex. „Damit haben wir eine gute Basis geschaffen, um den Herausforderungen des aktuellen Geschäftsjahres gestärkt zu begegnen.“

Durch den konsequenten Omnichannel-Ansatz konnten individuelle Kundenbedürfnisse während des Corona-Jahres weiterhin sehr gut abgedeckt werden. Dank zusätzlicher digitaler Services und Features wie der Optikerberatung via Video und der Einführung des ersten Online-Sehtests in Deutschland gleich zu Beginn des ersten Lockdowns Anfang April, wurde die Versorgung der Kunden nicht nur während dieser Zeit schnell und umfangreich sichergestellt, sondern darüber hinaus das Serviceangebot von Mister Spex auch für die Zukunft sinnvoll ergänzt. So überzeugt Mister Spex auch 2020 durch ein starkes Wachstum im Online-Bereich und baut seine Marktführerschaft damit konsequent weiter aus.

„Wir arbeiten intensiv daran, als Optiker auch nach Inkrafttreten des erneuten, verschärften Lockdowns ab dem 16. Dezember unsere Services in den Stores unter strengen Hygieneauflagen weiter zu offerieren. Darüber hinaus bieten wir natürlich unsere umfangreichen Online-Services an – die aktuell überproportional nachgefragt werden. Das ist der große Vorteil unserer Omnichannel-Ausrichtung. Wir können unsere Kunden über alle Kanäle versorgen“, erklärt Graber.

Mister Spex hat allein in diesem Jahr deutschlandweit 16 neue Läden eröffnet. „Wir glauben an die Zukunft der Innenstädte und ein kanalübergreifendes Einkaufserlebnis“, ergänzt Dr. Mirko Caspar,

Geschäftsführer von Mister Spex. „Wir sehen den digital getriebenen Omnichannel-Ansatz als das zukunftsweisende, langfristige und nachhaltigste Geschäftsmodell an.“

Im Bereich technologischer Innovationen baut der Omnichannel-Optiker seine Vorreiterposition kontinuierlich aus. Bereits seit 2011 ermöglicht Mister Spex die virtuelle 3D-Brillenanprobe und bietet seit April dieses Jahres als erstes Unternehmen in Deutschland den erwähnten Online-Sehtest an, der kundenseitig sehr gut angenommen wird und bereits tausende Male genutzt wurde. Im Herbst hat Mister Spex außerdem als erster Online-Optiker sein Angebot um die Verglasung von smarten Audiobrillen der Marken Bose und Fauna erweitert. Auch in der Zukunft möchte Mister Spex mit neuen technischen Lösungen aufwarten und hat daher zuletzt das Berliner Deep-Tech-Unternehmen Tribe erworben, das sich auf KI-basierte Anwendungen fokussiert, die das Kundenerlebnis beim Brillenkauf maßgeblich optimieren. „Wir arbeiten permanent daran, unseren Kunden auch in Zukunft den besten Kaufprozess in der Augenoptik zu bieten“, so Mirko Caspar weiter. „Der Erwerb von Tribe ist eine vielversprechende Möglichkeit, gemeinsam neue Features zu entwickeln und den Brillenkauf noch einfacher und innovativer zu gestalten.“

Sowohl für das aktuelle als auch für das kommende Geschäftsjahr rechnet das Unternehmen mit einer weiteren Umsatzsteigerung.

**Pressekontakt:**

Katharina Berlet | VP Public Relations | [Katharina.Berlet@misterspex.de](mailto:Katharina.Berlet@misterspex.de)

Anastasia Hansen | Senior PR Managerin | [Anastasia.Hansen@misterspex.de](mailto:Anastasia.Hansen@misterspex.de)

[www.misterspex.de](http://www.misterspex.de)

**Über Mister Spex:**

[Mister Spex](#) wurde 2007 gegründet und ist heute der führende Omnichannel-Optiker in Europa. Für sein überzeugendes Geschäftsmodell wurde das Unternehmen mit zahlreichen renommierten Preisen ausgezeichnet und hat von Anfang an als wesentlicher Treiber der digitalen Transformation die Optik-Branche grundlegend verändert. In wenigen Jahren entwickelte sich Mister Spex von einem reinen Online-Player zum erfolgreichen Omnichannel-Optiker mit über dreieinhalb Millionen Kunden, 10 europäischen Online-Shops und zahlreichen eigenen stationären Stores in ganz Deutschland. Als Digital Native spielten Technologie und Innovation immer eine zentrale Rolle in der Unternehmensentwicklung. Dazu gehören unter anderem 2D- und 3D-Online-Anproben und intelligente Filter-Funktionen. Ziel von Mister Spex ist es, den Brillenkauf als einfaches und transparentes Shoppingerlebnis mit Freude am Einkauf zu etablieren. Dafür bietet das Unternehmen neben einem großen, vielseitigen Sortiment aus Qualitätsprodukten auch umfassende Expertise und Beratungsangebote über seinen Kundenservice, die eigenen Stores und über das flächendeckende Partneroptikernetzwerk.