

Stockholm, 21. April 2021

Premiere von Europas führendem Omnichannel-Optiker in Schweden: Mister Spex eröffnet erste Stores in Stockholm

Heute eröffnet Mister Spex in Stockholm seinen ersten Store in Schweden in der beliebten Einkaufsmeile Drottninggatan. Am 28. April folgt bereits ein weiterer Store in der Mall of Scandinavia, Stockholms bekanntestem Shopping-Center. Genau wie im Online-Shop, bietet Mister Spex Kundinnen und Kunden in Schweden nun auch vor Ort ein einfaches digitalisiertes Shopping-Erlebnis mit gleichermaßen Trend- wie Optik-Expertise. Das erste Geschäft von Mister Spex ging Anfang 2016 in Deutschland an den Start, inzwischen betreibt das Unternehmen dort 38 Stores.

Mister Spex ist in Schweden schon seit vielen Jahren nicht nur mit einem eigenen Online-Shop erfolgreich: Mit einem starken lokalen Team in Stockholm, einem eigenen Kundenservice und Lagern in Schweden sowie Norwegen hat der Omnichannel-Optiker sein Angebot im skandinavischen Markt sukzessive ausgebaut. Das neue Geschäft in der Drottninggatan 61 bietet auf einer Verkaufsfläche von mehr als 120 qm eine vielseitige Auswahl aus über 900 Brillen und Sonnenbrillen. Im Store in der Mall of Scandinavia sind es auf rund 60 qm mehr als 700 Modelle. Die Sortierung folgt dabei dem intuitiven Aufbau des Online-Shops und ist unterteilt nach Brillenform, -größe sowie -farbe. Gleichzeitig haben Kundinnen und Kunden vor Ort Zugriff auf das gesamte Online-Portfolio mit mehr als 10.000 Modellen von über 100 Marken. Neben der persönlichen Fachberatung bieten die Stores zusätzliche Services wie Sehtests. Der Omnichannel-Optiker punktet zudem mit einem hervorragenden Preis-Leistungsverhältnis und setzt beim Brillenkauf auf volle Transparenz. Das Standard-Glaspaket inklusive aller wichtigen Veredelungen ist im Preis schon enthalten.

Das vielseitige fashion-orientierte Sortiment von Mister Spex ist in der Eyewear-Branche einzigartig: Es umfasst attraktive Luxus- und Premium-Marken genauso wie die neuesten Independent-Labels und beliebte Klassiker. Darunter befinden sich viele Marken, die insbesondere in Skandinavien besonders gefragt sind: Die Bandbreite reicht von Brands wie Ray-Ban, Carrera und Marc Jacobs über Designer-Labels wie Gucci, Saint Laurent, Tom Ford und Dolce & Gabbana bis hin zu angesagten skandinavischen Marken wie Vasuma, EOE und

Chimi, die Mister Spex europaweit anbietet. Luxus- und Independent-Marken finden bei Kundinnen und Kunden in Schweden dabei einen besonders hohen Zuspruch.

„Wir freuen uns sehr, in Stockholm gleich mit zwei Stores für unsere Kundinnen und Kunden vor Ort da zu sein“, sagt Mirko Caspar, Vorstand von Mister Spex. „Wir sind bereits seit vielen Jahren sehr erfolgreich in den skandinavischen Märkten und mit unserem Online-Shop und Partneroptikerprogramm aktiv. Wir kennen den Markt gut. Bei allem, das wir tun, stehen immer unsere Kundinnen und Kunden im Mittelpunkt. Dank unseres Omnichannel-Konzepts können sie sich nahtlos zwischen der On- und Offline-Welt bewegen und selbst entscheiden, wann, wo und wie sie einkaufen. Unser Ziel ist es, sie zu inspirieren und ihnen zu ermöglichen, die für ihren individuellen Look perfekte Brille mit viel Freude und Selbstbewusstsein zu finden und zu tragen – on- und offline. Und dabei bieten wir natürlich optische Fachexpertise und hochwertige Produkte.“

Sofia Rundström, Shopping Center Manager der Westfield Mall of Scandinavia, ergänzt: „Wir finden es großartig, Teil vom Mister Spex Angebot in Schweden zu sein und dass in der Westfield Mall of Scandinavia ein stationäres Geschäft eröffnet. Die Marke ist eine sehr gute Ergänzung zu unserem vorhandenen Store-Portfolio und wir freuen uns darauf, unseren Besucherinnen und Besuchern das einzigartige Konzept von Mister Spex anzubieten.“

Den Markteintritt in Schweden vollzog Mister Spex, mit Hauptsitz in Berlin, mit der Übernahme der beiden schwedischen Online-Eyewear-Unternehmen Lensstore und Loveeyewear im Jahr 2013, die inzwischen unter der Marke Mister Spex operieren. Der Onlineshop von Mister Spex bietet neben einer innovativen virtuellen Anprobe in 3D ebenfalls die Möglichkeit, sich bis zu vier Brillen kostenfrei zur Anprobe nach Hause schicken zu lassen. Partneroptiker gibt es seit 2018 in den wichtigsten Metropolregionen Schwedens.

Eine weitere interessante Entwicklung in Schweden: 2020 wurde im Durchschnitt rund jede sechste bis siebte dort verkaufte Brille mit Blaufilter verglast. In Zeiten von Lockdown und Home Office verbringen viele Menschen beruflich wie privat deutlich mehr Zeit vor Bildschirmen. Dafür setzen sie weniger auf Kontaktlinsen, sondern greifen öfter zur Brille. Die Brille ist das Accessoire der Zoom-Konferenz. Die gesundheitliche Relevanz spiegelt sich dazu in einer steigenden Nachfrage nach Verglasung mit Blaufilter-Technologie wider. Sie filtert das blaue Spektrum aus dem Licht, das Bildschirme ausstrahlen, und unterstützt darüber die Leistungsfähigkeit und den natürlichen Schlafrhythmus*.

Zum Schutz der Gesundheit und Sicherheit von Kundinnen und Kunden sowie Mitarbeiterinnen und Mitarbeitern setzt Mister Spex in allen Stores auf umfangreiche Hygiene- und Vorsichtsmaßnahmen. Beratungen und Sehtests werden zudem vor allem über die Online-Buchung von Terminen angeboten.

Anschrift und Öffnungszeiten der neuen Mister Spex Stores:

Store 1 (ab 21.04.)

Drottninggatan 61

111 21 Stockholm

Mo.-Sa.: 10:00 - 18:00 Uhr

So.: 11.00 – 17:00 Uhr

Store 2 (ab 28.04.)

Mall of Scandinavia

Stjärntorget 2

169 79 Solna

Mo.-So.: 11:00 - 20:00 Uhr

SEE YOU! at #teamsplex:

<https://corporate.misterspex.com/en/career/>

* Studie von Prof. Barnes von der Universität Washington (<https://hbr.org/2020/10/will-blue-light-glasses-improve-your-sleep>)

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 fünf Millionen Kunden, 10 europäischen Online-Shops und zahlreichen eigenen stationären Stores. 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 umfangreiche Partneroptikernetzwerk.

Pressekontakt:

Katharina Berlet | VP Public Relations | Katharina.Berlet@misterspex.de

Anastasia Hansen | Senior PR Managerin | Anastasia.Hansen@misterspex.de

Mister Spex | Greifswalder Straße 156 | 10409 Berlin | www.misterspex.se