

Berlin, 2. Mai 2022

Mister Spex SE will den Brillenmarkt kontinuierlich nachhaltiger gestalten und präsentiert erste Erfolge im Bereich Corporate Responsibility aus dem vergangenen Jahr sowie Ziele für 2022 und darüber hinaus

Rund ein Jahr nach der Gründung seines eigenen Corporate Responsibility Teams stellt Mister Spex, Europas führender digital getriebener Omnichannel-Optiker, seinen [zweiten Nachhaltigkeitsbericht](#) vor und baut seine Initiativen in den Handlungsfeldern Umwelt, Mitarbeiter*innen und Community weiter aus. Eine Reihe von Schlüsselinitiativen wurden ins Leben gerufen, um die unternehmerische Verantwortung in der Brillenindustrie in den Fokus zu rücken. Als Händler, der seine Kund*innen mit allen Bedürfnissen konsequent in den Fokus seines Tuns stellt, ist es Mister Spex ein Anliegen, der steigenden Nachfrage nach nachhaltigen Materialien und Produktionsprozessen sowie verantwortungsvollem sozialen Handeln nachzukommen, damit Konsument*innen ihren Werten nach entsprechend agieren können.

„Ich bin sehr stolz darauf, dass wir 2021 bereits extrem große Fortschritte bei unseren Bemühungen im Bereich Nachhaltigkeit machen konnten“, sagt Maren Kroll, CHRO und Vorstand der Mister Spex SE. „Wir sind ein klimaneutrales Unternehmen inklusive Verpackung, Versand und freiwilligem Klimaschutzbeitrag, haben mehrere hundert Brillen in unseren Stores eingesammelt und gespendet, bereits fünf nachhaltige Marken im Sortiment und all das mit dem Engagement eines starken internationalen, diversen Teams. In allen Bereichen sind wir auf einem guten Weg, aber das reicht uns noch nicht. Wir wollen in den kommenden Monaten und Jahren weitere nachhaltige Erfolge erzielen und nehmen unsere unternehmerische Verantwortung sehr ernst.“

Im Handlungsfeld „Unsere Umwelt“ will Mister Spex zukünftig neben der Kompensation von CO₂-Emissionen einen stärkeren Fokus auf die Reduktion von Emissionen legen. 2021 wurden hierfür bereits Maßnahmen ergriffen, um im Rahmen der Einführung eines New-Work-Konzepts die generelle Arbeit aus dem Homeoffice zu erlauben, das Reisen auf ein Minimum zu reduzieren und konsequent auf die Nutzung des ÖPNV zu setzen. Zudem wurde firmenweit auf Elektrizität aus erneuerbaren Energien umgestellt.

Als digital getriebenes Unternehmen liegt ein Schwerpunkt des Omnichannel-Optikers in der klimafreundlichen Gestaltung der Verpackungen sowie des Versands. Hierbei besteht das Versandmaterial bereits zu einem hohen Anteil aus recyceltem Material und die verwendete Luftpolsterfolie aus Blue Ocean Folie, einem zu 100 Prozent recyceltem Material. Das erklärte Ziel ist es jedoch, zukünftig nur noch wiederverwertbare und nachhaltige Materialien zu verwenden und bis zum Jahr 2025 komplett auf Einwegplastik zu verzichten.

Aktuell bietet Mister Spex fünf nachhaltige Marken im Sortiment an: EOE, Stella McCartney, Wood Fellas, Timberland sowie die Eigenmarke CO CO. Für die Rahmen der CO CO Kollektionen werden ausschließlich recycelbares Metall und Bioacetat verwendet, das ein reines Naturprodukt und zu 100 Prozent organisch ist. Für jedes verkaufte Modell wird ein Euro an die gemeinnützige Organisation CleanRiver gespendet, die sich für saubere Flüsse und Meere einsetzt und der Plastikmüllverschmutzung entgegenwirkt.

Das Handlungsfeld „Unsere Mitarbeiter*innen“ beschäftigt sich mit Maßnahmen für das Wohlbefinden, die Gesundheit und die Sicherheit der mehr als 1.100 Spexies aus 58 Nationen. Maren Kroll: „Unsere Mitarbeiter*innen sind unser höchstes Gut. Mit ihrem Engagement, ihrer Begeisterung und ihrem Spirit haben sie Mister Spex zu dem gemacht, was wir heute sind. Jeden Tag leisten sie einen enormen Beitrag zu unserer weiteren Entwicklung.“ Um den individuellen Bedürfnissen aller Mitarbeitenden bestmöglich gerecht zu werden, wurde im vergangenen Jahr u.a. der Ansatz für New Work neu definiert, der bei entsprechender Tätigkeit allen Spexies die Möglichkeit gibt, im Homeoffice zu arbeiten und 20-40 Prozent ihrer Arbeitszeit im Büro zu verbringen. Kolleg*innen, die außerhalb Berlins oder sogar außerhalb Deutschlands arbeiten, wird empfohlen, zwei- bis viermal im Jahr ins Büro zu kommen – unabhängig von der Entwicklung der Corona-Pandemie.

Eine Vielzahl von Initiativen wird von den Mitarbeitenden bei Mister Spex selbst vorangetrieben, die sich in eigenen Projektgruppen rund um das Thema Nachhaltigkeit organisieren. In welchen Bereichen sich das Unternehmen engagiert, entscheiden die Spexies selbst. „Unsere Community“ umfasst das gesellschaftliche Engagement, Regelungen zur Zusammenarbeit mit Partner*innen und Lieferant*innen sowie Verhaltens- und Compliance-Regeln. Einige Organisationen unterstützt Mister Spex bereits seit vielen Jahren, immer wieder kommen jedoch auch neue hinzu. Seit Dezember 2021 gibt es zum Beispiel die erste social Eyewear Collection der sozialen Marke share. Die Idee: Mit jeder verkauften Brille wird einem Menschen in Not eine Brille oder eine augenoptische Grundversorgung ermöglicht.

Selbstverständlich strebt Mister Spex an, seine nachhaltigen Initiativen weiter zu stärken und auszubauen. Neben dem grundsätzlichen Ausbau des Angebots nachhaltiger Kollektionen sollen eigene Labels zukünftig helfen, Kund*innen das Angebot leicht zugänglich zu machen und nachhaltige Kaufentscheidungen treffen zu können. Nach einer umfassenden Messung des CO₂-Fußabdrucks soll ein Fokus auf der nachhaltigen Reduktion von Emissionen liegen.

Über Mister Spex:

Die 2007 gegründete [Mister Spex SE](#) (zusammen mit ihren Tochtergesellschaften 'Mister Spex') ist ein mehrfach ausgezeichnetes Unternehmen, das sich zum führenden, digital getriebenen Omnichannel-Optiker in Europa entwickelt hat. Mister Spex war an der Spitze des Wandels der Branche und hat sich von einem reinen Online-Player zu einem erfolgreichen Omnichannel-Optiker mit mehr als 5 Millionen Kund*innen, 10 Online-Shops in ganz Europa und stationären Einzelhandelsfilialen entwickelt. Als Digital Native waren Technologie und Innovation schon immer wesentliche Bestandteile der Entwicklung des Unternehmens, von digitalen 2D- zu 3D-Werkzeugen für die Rahmenanpassung bis hin zu intelligenten Browse-Funktionalitäten. Der Fokus von Mister Spex liegt darin, den Brillenkauf für Kund*innen zu einem Einkaufserlebnis zu machen, das einfach und transparent ist und gleichzeitig Spaß macht – in einer Kombination aus einem umfassenden und vielfältigen Sortiment an hochwertigen Produkten mit umfangreicher Optik-Expertise und Beratung durch den Kund*innenservice, eigenen Filialen und einem umfangreichen Partnernetzwerk aus Optiker*innen.

Pressekontakt:

Judith Schwarzer | Head of Corporate Communications | Judith.Schwarzer@misterspex.de

Thalissa-Jennifer Klaps | Senior Corporate Communication & PR Manager | Thalissa-Jennifer.Klaps@misterspex.de

Mister Spex SE

Greifswalder Strasse 156

D-10409 Berlin

Website: www.misterspex.de

Corporate Website: <https://corporate.misterspex.com>