

Berlin, 04. August 2025

Pionier im Optikmarkt: Mister Spex bringt Brillen-Abo online

Mister Spex, einer der führenden Optiker Deutschlands, bietet sein Mitte Mai 2025 eingeführtes Abo-Modell für Korrekations- und Sonnenbrillen, „Mister Spex Switch“, ab sofort auch online an. Damit ist Mister Spex der erste Optiker in Deutschland, der ein abonnementbasiertes Mietmodell für Brillen digital anbietet.

Kundinnen und Kunden können die Abo-Option nun direkt im Checkout-Prozess des Online-Shops auf www.misterspex.de auswählen. Das abonnementbasierte Mietmodell ermöglicht die parallele Nutzung von zwei bis drei Brillen – mit der Möglichkeit, nach zwölf Monaten ein Modell gegen ein neues auszutauschen. Ergänzt wird das Angebot durch ein umfassendes Servicepaket, das einen Versicherungsschutz, eine kostenfreie Gläseranpassung bei veränderter Sehstärke sowie einen jährlich kostenfreien Augengesundheits-Check umfasst. Ein weiterer Bestandteil der strategischen Ausrichtung auf präventive Versorgung. Kundinnen und Kunden erhalten Zugang zum vollständigen Sortiment von Mister Spex aus rund 100 Marken und 12.000 Artikeln.

Das Unternehmen reagiert mit diesem Schritt auf die positive Entwicklung im stationären Geschäft und markiert einen weiteren Meilenstein auf dem Weg zur Skalierung wiederkehrender Umsätze. Es ermöglicht Mister Spex außerdem, neue Kundinnen und Kunden zu gewinnen, die Profitabilität des Online-Kanals zu steigern und die Positionierung als ganzheitlicher Anbieter für augenoptische Versorgung weiter zu stärken.

Starkes Wachstum und hohe Nachfrage im Store-Geschäft

Seit dem Start in den Stores am 14. Mai 2025 hat sich „Mister Spex Switch“ zu einem festen Bestandteil des Unternehmensangebots entwickelt und verzeichnet bereits über 3.000 abgeschlossenen Abonnements. Allein im Juni und Juli erzielte das Modell rund 10 Prozent des gesamten Store-Umsatzes – ein deutliches Signal für die Relevanz und Marktakzeptanz des Angebots. Die Ergebnisse unterstreichen die starke Kundenresonanz und das Potenzial des Modells, wiederkehrende Umsätze zu generieren.

„Mister Spex Switch leistet bereits zwei Monate nach Markteinführung einen wichtigen Beitrag zur Entwicklung unserer Profitabilität und Kundenbindung“, sagt Tobias Krauss, CEO von Mister Spex. „Die starke Performance in den Stores hat die Entscheidung für den Online-Rollout maßgeblich gestützt.“

Höherwertiger Produktmix und starke Neukundengewinnung

Das Abo-Modell unterstützt zudem das strategische Ziel von Mister Spex, den Produktmix verstärkt auf margenstärkere Kategorien auszurichten. Kundinnen und Kunden entscheiden sich im Rahmen von „Mister Spex Switch“ überdurchschnittlich häufig für Premiumprodukte – was zu einem signifikant höheren durchschnittlichen Bestellwert führt. Dieser liegt im Abo-Modell etwa dreimal hbei regulären Store-Käufen. Ein wesentlicher Teil der Bestellungen entfällt auf Gleitsichtgläser und individuell verglaste Sonnenbrillen: Gleitsichtgläser machen rund ein Drittel aller verglasten Brillen im Rahmen von Switch-Abonnements aus, Sonnenbrillen mit Sehstärke rund 30 Prozent – beide Werte liegen deutlich über dem üblichen Store-Niveau. Darüber hinaus zeigt sich Switch als effektives Instrument zur Neukundengewinnung: Über 40 Prozent der Abonnements werden von Erstkäuferinnen und -käufern abgeschlossen.

Über Mister Spex:

Mister Spex ist einer der führenden Optiker Deutschlands, der sich durch die nahtlose Integration von Online- und Offline-Präsenz, innovative Technologien, ein umfassendes Sortiment und exzellenten Kundenservice auszeichnet. Seit seiner Gründung 2007 hat sich Mister Spex vom reinen Online-Player zu einem erfolgreichen Omnichannel-Optiker mit mehr als 8 Millionen Kunden und 10 Online-Shops in ganz Europa sowie eigenen Filialen entwickelt. Mister Spex beschäftigt über 120 eigene hochqualifizierte Optiker, die einen erstklassigen optischen Service in den Filialen gewährleisten. Als Digital Native waren Technologie und Innovation schon immer wesentliche Bestandteile der Entwicklung des Unternehmens. Mit fortschrittlichen Technologien wie digitalen 2D- zu 3D-Werkzeugen für die Rahmenanpassung bis hin zu intelligenten Browse-Funktionalitäten setzt Mister Spex neue Maßstäbe in der Optikbranche und bietet seinen Kunden einen außergewöhnlichen Mehrwert. Der Fokus von Mister Spex liegt darin, den Brillenkauf für Kunden zu einem einzigartigen 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 Kundenservice, eigenen Filialen und einem umfangreichen Partnernetzwerk aus Optikern.

Corporate Communications

Eлина Schneiders | Head of Corporate Communications | elina.schneiders@misterspex.de

Investor Relations

Irina Zhurba | Director of Investor Relations | irina.zhurba@misterspex.de

Mister Spex SE

Hermann-Blankenstein-Strasse 24
D-10249 Berlin
Website: www.misterspex.de
Corporate Website: <https://corporate.misterspex.com>