

München/Berlin, 23. März 2026

Mister Spex setzt auf Salesforce für die Weiterentwicklung seiner Omnichannel-Strategie

Mister Spex, einer der führenden Optiker Deutschlands, hat sich für Salesforce entschieden, um seine technologische Infrastruktur neu auszurichten. Durch den Wechsel von hochgradig individualisierten Altsystemen auf die integrierte Salesforce Plattform reduziert Mister Spex Komplexität, erhöht seine Innovationsgeschwindigkeit und schafft die Grundlage für weiteres Wachstum. Im ersten Schritt führt Mister Spex die Salesforce Commerce Cloud inklusive Order Management für seinen Webshop in der DACH-Region und die Salesforce Retail Cloud für den stationären Handel mit aktuell 66 Stores in Deutschland ein. Weitere Ausbaustufen in den Bereichen Marketing, Kundenservice und KI-gestützte Funktionen sind in Vorbereitung.

Webshop und Stores auf einer gemeinsamen Basis

In der Kombination Commerce Cloud mit der Retail Cloud konsolidiert Mister Spex die bisher separaten Systeme für den Webshop und die Retail-Lösung in den Stores auf einer zentralen Plattform. Bislang hatte Mister Spex mit stark individualisierten Lösungen gearbeitet, deren Anpassungen zunehmend komplexer wurden. Mit der Entscheidung für Salesforce setzt das Unternehmen bewusst auf Standardisierung und Best Practices, um nachhaltig strategische Komplexität im operativen Geschäft zu reduzieren. Ziel ist es, durch eine skalierbare Architektur Innovationen schneller umzusetzen und Online- sowie Store-Prozesse effizienter miteinander zu verzahnen. Die neue Lösung wird in Zusammenarbeit mit Salesforce Professional Services implementiert und sukzessive im laufenden Jahr ausgerollt.

„Wir wollen Komplexität konsequent abbauen und gleichzeitig unsere Innovationsfähigkeit stärken. Mit Salesforce schaffen wir eine integrierte Plattform, die Webshop und Stores verbindet und unsere technologische Basis für weiteres Wachstum vereinfacht.“, sagt Tobias Krauss, CEO Mister Spex. „So können wir uns auf das konzentrieren, was für uns im Mittelpunkt steht: ein hochwertiges Kundenerlebnis und nachhaltiges Wachstum.“

Datenkonsolidierung als Grundlage für KI und Personalisierung

Im Zuge der Transformation zentralisiert Mister Spex bislang verteilte Kundendaten auf der Salesforce Plattform und etabliert damit eine Single-Source-of-Truth für die Datenhistorie der aktuell rund acht Millionen Kund:innen. Diese einheitliche Datenbasis schafft die Grundlage für stärker personalisierte Angebote und eine konsistentere Customer Journey über Online und Stores hinweg. Diese einheitliche Datenbasis bildet die Voraussetzung für kanalübergreifende, personalisierte Kundenerlebnisse und den wirksamen Einsatz der integrierten KI-Funktionen in der Commerce Cloud, etwa für intelligente Produktplatzierung und eine effektivere Steuerung des Online-Sortiments. Parallel bereitet Mister Spex für das kommende Jahr die Modernisierung seines ERP-Systems vor, um auch Backend- und Order-

Prozesse weiter zu harmonisieren. In weiteren Projektphasen sollen auch die Salesforce Lösungen für Marketing und den Kundenservice integriert sowie KI-gestützte Anwendungsfälle auf Basis von Agentforce ausgebaut werden.

„Wir freuen uns, Mister Spex bei der Weiterentwicklung seiner Technologieplattform zu unterstützen. Dabei setzt das Unternehmen auf unsere Technologie, um gezielt Wachstum, Innovation und ein nahtloses Kundenerlebnis zu fördern“, sagt Alexander Wallner, CEO Zentraleuropa bei Salesforce. „Mit unserer integrierten Plattform für Commerce, Daten und KI schaffen wir gemeinsam eine innovative Unified-Commerce-Basis für mehr Wachstum durch reibungslose Omnichannel-Erlebnisse.“

Regulatorische Anforderungen berücksichtigt

Als Anbieter medizinischer Produkte unterliegt Mister Spex unter anderem der Medical Device Regulation (MDR). Datenschutz, Sicherheit und Compliance waren daher zentrale Kriterien bei der Auswahl der Plattform. Die neue Systemlandschaft wird damit nicht nur technologische Effizienz schaffen, sondern auch regulatorische Anforderungen zuverlässig abbilden.

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 insgesamt fünf Online-Shops in Europa sowie 66 eigenen Stores in Deutschland entwickelt. Mister Spex beschäftigt über 120 eigene hochqualifizierte Optiker, die einen erstklassigen optischen Service in den Stores 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 Stores und einem umfangreichen Partnernetzwerk aus Optikern. <https://corporate.misterspex.com/de/>

Über Salesforce

Salesforce begleitet Unternehmen jeder Größe auf ihrem Weg zum Agentic Enterprise. Mit Menschen, KI-Agenten, Anwendungen und Daten, vereint auf einer einzigen, vertrauenswürdigen Plattform, für beispielloses Wachstum und Innovation. Weitere Informationen: salesforce.com/de

Pressekontakte

Mister Spex:

Elina Schneiders

Head of Corporate Communications

+49 (0)160 7800450

elina.schneiders@misterspex.de

Salesforce:

Corinna Spohr

Senior Manager Corporate Communications Central Europe

+49 (0)162 2690977

cspohr@salesforce.com

Fink & Fuchs AG:

Stefan Weigl

Account Director

+49 (0)611 7413 178

salesforce@finkfuchs.de