

Berlin, 17. August 2026

Mister Spex erweitert sein Kerngeschäft um Kinderbrillen

Mister Spex, einer der führenden Optiker Deutschlands, erweitert sein Angebot in Deutschland um Kinderbrillen. Das speziell auf Schulkinder im Alter von 6 bis 12 Jahren ausgerichtete Sortiment ist ab dem 17. August 2026 im deutschen Online-Shop erhältlich und ab dem 31. August 2026 in allen 66 eigenen Mister Spex Stores bundesweit verfügbar.

Mit dem Einstieg in die neue Kategorie erweitert Mister Spex den adressierbaren Kundenkreis seines Korrektionsbrillengeschäfts um Familien mit Schulkindern. Veränderungen von Sehwerten und Passform im Verlauf des kindlichen Wachstums können eine erneute fachliche Beratung und Anpassung erforderlich machen. Daraus ergeben sich Potenziale für Folgekäufe und langfristige Kundenbindung.

„Mit Kinderbrillen erweitern wir unser Kerngeschäft um eine Kategorie, in der persönliche Beratung, hohe Servicequalität und Vertrauen entscheidend sind“, sagt Tobias Krauss, CEO von Mister Spex. „Wir verbinden die Reichweite unseres deutschen Online-Shops mit der Beratungskompetenz unserer Teams in den Stores. Damit können wir Familien über verschiedene Lebensphasen begleiten und schaffen zusätzliches Potenzial für langfristige Kundenbeziehungen und profitables Wachstum in unserem deutschen Kernmarkt.“

Kuratiertes Sortiment für unterschiedliche Anforderungen im Kinderalltag

Bei der Auswahl einer Kinderbrille sind eine der Gesichtsgröße entsprechende Fassung, ein stabiler und druckfreier Sitz sowie die Anforderungen in Schule, Sport und Freizeit maßgeblich. Im Einklang mit der firmenweiten Sortimentsstrategie setzt Mister Spex auch bei Kinderbrillen auf ein fokussiertes, kuratiertes Portfolio. Es umfasst gezielt ausgewählte Modelle der vier etablierten Marken Ray-Ban Junior, Oakley Youth, Nano Vista und TITANFLEX Kids, die verschiedene Preislagen abdecken und sich hinsichtlich Gewicht, Flexibilität und Belastbarkeit unterscheiden. Kinderbrillen mit klassischen Einstärkengläsern und Basishärtung sind ab 75,95 Euro erhältlich. Dünnere Gläser und zusätzliche Veredelungen können gegen Aufpreis ergänzt werden.

Die Teams in den Stores werden gezielt für die Beratung von Eltern und Kindern sowie für die fachgerechte Anpassung von Kinderbrillen geschult. Auch nach dem Kauf bieten die Mitarbeitenden in den Stores weitere Anpassungen und Serviceleistungen an.

Weitere Informationen und das Kinderbrillen Sortiment finden Sie [hier](#).

Über Mister Spex

Mister Spex ist einer der führenden Optiker Deutschlands. Das Unternehmen liefert Best-in-Class Optik-Services wie den Augengesundheits-Check und bietet das best-kuratierte Designer-Brand-Portfolio im Markt. Mit dem Abo-Modell "Mister Spex Switch" hebt es den Servicegedanken auf die nächste Stufe und generiert wiederkehrende Umsätze mit hoher Kundenbindung. Seit der Gründung im Jahr 2007 hat sich Mister Spex vom reinen Online-Player zu einem Omnichannel-Optiker mit mehr als 8 Millionen Kunden, über 120 eigenen Optikern sowie einem Netzwerk von aktuell 66 Stores in Deutschland entwickelt. Sein skalierbares, innovationsfähiges Omnichannel-Modell schafft eine einheitliche Datenbasis, konsistente Kundenerfahrung über alle Touchpoints und durchgängige Personalisierung und damit die Grundlage für profitables Wachstum bei disziplinierter Kostenbasis in einem strukturell wachsenden Markt.

Investor Relations:

GFD Finanzkommunikation GmbH | investorrelations@misterspex.de

Unternehmenskommunikation:

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

Mister Spex SE

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