

Pressemeldung

pro optik mit neuer Dachmarke

- Redesign des bestehenden Logos
- Umbenennung der pro optik Akademie in pro optik campus

(Wendlingen, 18.09.2020) Professionell, produktiv und profitabel: Die Optikergruppe pro optik wächst dynamisch und entwickelt sich unter der Leitung von CEO Micha S. Siebenhandl permanent weiter. pro optik wird in diesem Jahr 33 Jahre alt und gehört zu den bekanntesten Marken (und Markenzeichen) im Optikmarkt. Nun überarbeitet das Unternehmen mit Hauptsitz in Wendlingen am Neckar sein Corporate Design, um den zahlreichen Einzelmarken ein einheitliches Markendach zu verleihen. Das neue Logo ist ein Redesign der bestehenden Wort-Bild-Marke, das den Millionen von pro optik Kundinnen und Kunden eine hohe Wiedererkennung gewährleistet. Die neue Wortmarke setzt ganz auf die Signal- und pro optik Erkennungsfarbe Orange. Alle Untermarken des Unternehmens, wie das rasch expandierende pro optik hörzentrum oder das Veranstaltungsformat „the brain“ wurden in ein harmonisches Gesamtkonzept eingebracht. Gleichzeitig wird die beliebte pro optik Akademie – das zentrale Ausbildungsinstitut der Optikgruppe – umbenannt in pro optik campus. Die neue Wortmarke wird nun sukzessive in allen Fachgeschäften und Touchpoints umgestellt.

„Die Marke pro optik hat eine hohe Popularität im Markt. Mit dem neuen Corporate Design wollen wir unsere Markenidentität beibehalten, die Marke aber gleichzeitig etwas wertiger, moderner und frischer machen“, beschreibt Siebenhandl die Motivation zum Redesign. Mit dem neuen Auftritt trägt das Unternehmen seinem dynamischen Wachstum Rechnung – in den letzten Monaten wurden einige erfolgreiche Untermarken, wie das spektakuläre interne Veranstaltungsformat „the brain“ für alle pro optiker und pro optikerinnen, entwickelt. Durch das einheitliche Corporate Design für die Dachmarke und alle Untermarken werden künftig die einzelnen Elemente sauber in der Kommunikation geordnet und zukunftsfähig aufgestellt – ganz im Sinne der internen Philosophie: professionell, produktiv und profitabel.

„Dabei setzen wir in der Kommunikation stark auf die Signalfarbe Orange, die viele bereits mit unserer Marke verbinden. Orange ist eine fröhliche Farbe und symbolisiert

Lebensfreude, Spaß, Energie und Motivation. Genau so wollen wir unseren Kunden gegenüber auftreten. Für unsere Franchisepartner steht Orange für Wachstum und Umsatzchancen – und für die Marke mit dem größten Expansionspotenzial“, erläutert Siebenhandl. Entwickelt wurde das neue Corporate Design von der Agentur STERN aus Wiesbaden, die das Unternehmen im Bereich Imagekommunikation und PR unterstützt.

Akademie wird zum campus

Das interne Aus-, Weiter- und Fortbildungsinstitut von pro optik ist eine echte Erfolgsgeschichte. Im Jahr 2002 gegründet, wurden dort bereits 6.900 Seminare veranstaltet und mehr als 322.000 Stunden an Schulungen gehalten. Neben Seminaren für Führungskräfte werden dort auch die Grundlagen des Optikerhandwerks, wie Refraktion, Kontaktlinsenanpassung oder Kundenorientierung, gelehrt. Die Akademie wird nun umbenannt in pro optik campus, um dem Gedanken des gemeinsamen Lernens und Vernetzens unter allen pro optikerinnen und pro optikern noch stärker Ausdruck zu verleihen.

Über pro optik:

pro optik ist mit 145 Niederlassungen die drittgrößte Optikerkette in Deutschland. Das Unternehmen hat im Jahr 2018 insgesamt 125 Mio. Euro Außenumsatz generiert. Mit Sitz in Wendlingen blickt pro optik auf eine erfolgreiche Entwicklung und kontinuierliches Wachstum zurück. Ein wesentlicher Meilenstein der jüngeren Vergangenheit ist die Erweiterung des Produktspektrums um die Hörakustik. www.prooptik.de

Pressekontakt:

Deutscher Pressestern®

Bierstadter Str. 9 a

65189 Wiesbaden

Caroline Wittemann

c.wittemann@public-star.de

Tel.: 0611 395395-22