

Pressemeldung

## 33-jähriges Jubiläum pro optik startet große Citylight-Kampagne

- **Aufmerksamkeitsstarke Out-of-Home-Bewerbung der „pro optik Liebeserklärung“**
- **Kampagnenschwerpunkt Stuttgart**
- **Teil der Wachstumsstrategie**

(Wendlingen, 13.10.2020) pro optik liebt Dich! Mit einer großen Jubiläumsaktion hat Deutschlands drittgrößte Optikerkette pro optik kürzlich den Auftakt einer mehrteiligen Kampagne anlässlich des 33-jährigen Firmenbestehens gefeiert. Im Mittelpunkt: die Liebeserklärung von pro optik an seine Kunden und der dazugehörige 120-Euro-Rabatt auf alle Korrektions- und Korrektionssonnenbrillen ab 179 Euro. Nun „zündet“ das Unternehmen mit Zentrale in Wendlingen (Baden-Württemberg) die nächste Stufe und bewirbt die Aktion im Rahmen einer groß angelegten Citylight-Kampagne. Visual ist das markante Herzmotiv, gestaltet ist das aufmerksamkeitsstarke und sympathische Plakat auch bereits im neuen Corporate Design, das das Unternehmen kürzlich vorgestellt hat. Silke Liebermann, Head of Marketing & Hörakustik bei pro optik: „33 Jahre pro optik ist ein Anlass, den wir natürlich gemeinsam mit unseren Kunden feiern möchten – und zugleich ein Blick in die Zukunft. Denn die große Citylight-Kampagne ist Teil unserer Wachstumsstrategie, auf dessen Weg wir Kunden in ganz Deutschland von pro optik überzeugen und mit dem 120-Euro-Geschenk einfach eine Freude machen möchten.“

Noch bis Ende November läuft die große Jubiläumsaktion, die nun auch – neben anderen Kanälen wie POS-, Direkt- und Online-Marketing – mit der Out-of-Home-Kampagne beworben wird. Mit der Kampagne feiert pro optik nicht nur seine Kundinnen und Kunden, sondern auch seine Partnerinnen und Partner, die dem Unternehmen in den vergangenen 33 Jahren dazu verholfen haben, Deutschlands drittgrößte Optikerkette zu werden. An der Entwicklung der emotionalen Kampagne waren auch einige Franchisepartner direkt beteiligt.

## **Massives Wachstum**

Mit einem erstklassigen Portfolio namhafter Marken, von Emporio Armani, Boss, Ray Ban und Dior über Carrera, Michael Kors und Marc O'Polo bis hin zu Prada und Marc Jacobs, mit Qualitätsgläsern aus dem Hause Zeiss, Spezialisierung auf den Bereich Hörakustik, mit dem unnachahmlichen pro optik Service und fairen Preisen will das Unternehmen den Markt weiter aufrollen. Allein in den nächsten 5 Jahren sollen zusätzlich zu den 145 bestehenden 250 neue Standorte in Deutschland eröffnet werden. Um seine ehrgeizigen Wachstumsziele zu erreichen, setzt pro optik auf nationale Kommunikationskampagnen, die Besetzung neuer Marketingkanäle, das neue Corporate Design und eine kompromisslose Orientierung an den Bedürfnissen der Kunden.

### Über pro optik:

pro optik ist mit rund 150 Fachgeschäften die drittgrößte Optikergruppe in Deutschland. Das Unternehmen hat im Jahr 2019 insgesamt 128 Mio. Euro Außenumsatz generiert. Das Unternehmen mit Sitz in Wendlingen am Neckar feiert in diesem Jahr seinen 33. Geburtstag und blickt auf eine erfolgreiche Entwicklung und kontinuierliches Wachstum zurück. Ein wesentlicher Meilenstein der jüngeren Vergangenheit ist die Erweiterung des Produktspektrums um die Hörakustik. CEO des Unternehmens ist seit März 2020 Micha S. Siebenhandl. [www.prooptik.de](http://www.prooptik.de)

### **Pressekontakt:**

Deutscher Pressestern®

Bierstadter Str. 9 a

65189 Wiesbaden

Caroline Wittemann

[c.wittemann@public-star.de](mailto:c.wittemann@public-star.de)

Tel.: 0611 39539-22