

Pressemeldung

„Mila braucht eine Brille“ – pro optik bringt ein Kinderbuch auf den Markt

- **Sympathisches Geschenk für alle kleinen Kunden**
- **Flankierende Kampagnen und eigenes Kinderbrillen-Sortiment**

(Wendlingen, 11. August 2021) pro optik engagiert sich für die Kleinsten der Gesellschaft und bringt als erste Optikerkette Deutschlands ein Kinderbuch auf den Markt, um ihnen die Angst vor der ersten Brille zu nehmen. Das sympathische und witzige Kinderbuch „Mila braucht eine Brille“ wird künftig an alle kleinen Kunden verschenkt, die mit ihren Eltern eine Kinderbrille kaufen. Es entstand in Koproduktion zwischen der Illustratorin Juliane Abel (www.perrigoon.com), die für die Gestaltung und die liebevolle Figurenzeichnung verantwortlich ist, und der bekannten Texterin Laila Weigl (www.lailaaa.com). Ziel des Buches ist es, Kindern die erste Brille erklärbar zu machen: Welche Arten des „Schlechtsehens“ gibt es, wie erkennt man sie und wie findet man die richtige Brille? Alle Botschaften sind kindergerecht, humorvoll und kurzweilig verpackt, mit der starken Message, dass man auch als Kind stolz darauf sein kann, eine schöne Brille zu tragen. Flankiert wird das Ganze mit einer Kampagne im August, bei der pro optik mit günstigen Kinderbrillen von Topmarken wie Ray-Ban und Titanflex wirbt.

Die Augen der Kinder weltweit werden immer schlechter. Der Anteil der Brillenträger in Deutschland steigt kontinuierlich an – im Jahr 2019 trugen rund 67 % der über 16-Jährigen eine Brille (2015: 63 %).¹ Und auch bei den Kindern und Jugendlichen wächst der Anteil immer weiter an (aktuell liegt er bei rund 20 %) – Experten rechnen mit einem stabilen Trend in den nächsten Jahrzehnten. Der Grund liegt in der vermehrten Nutzung von Mobiltelefonen und Tablets, die die Kinderaugen schon in frühen Jahren stark beanspruchen. Für viele Kleine ist es dabei nicht leicht, eine Brille zu tragen. Die Furcht vor Hänseleien und der neue Alltag mit Brille machen ihnen Angst. Um den Kindern diese Sorgen ein klein wenig zu nehmen, bringt pro optik nun das neue Kinderbuch „Mila braucht eine Brille“ in seine Fachgeschäfte.

¹Quelle: ZVA, Brillenstudie 2019/2020.

Milas Weg zur eigenen Brille

Die Story: Der kleinen Mila wurde in den Ferien eine Brille vom Augenarzt verordnet. Mit ihrem besten Freund Henri kommt sie fortan auf die verrücktesten Ideen, um ihre Sehkraft zu verbessern. Spielerisch, liebevoll und didaktisch aufbereitet wird so Milas Weg zur ersten Brille auf 32 illustrierten Seiten erläutert. Gestaltet wurde das Buch von der Thüringer Illustratorin Juliane Abel. Die Texte stammen von Laila Weigl, die bereits für viele bekannte Firmen wie Bertelsmann, Rodenstock und Allianz gearbeitet hat. Lukas Hahne, Head of Marketing von pro optik, erklärt: „Wir setzen bei pro optik auf First-Class-Service – auch und besonders für die Kleinsten. pro optik ist eine sympathische Marke für alle Altersschichten – von den Kids bis zu den Senioren. Und für alle haben wir perfekt maßgeschneiderte Brillen- oder Kontaktlinsenlösungen parat.“

Tolle Angebote und ein eigenes Sortiment für Kinderaugen

Im Monat August 2021 setzt pro optik dabei auf Kinder und Jugendliche und wirbt in seinen Werbemitteln und auf allen Kanälen mit Kampagnen um junge Kunden. Im Fokus stehen dabei **bekannte Topmarken wie Ray-Ban oder Titanflex**, die zu besonders günstigen Preisen angeboten werden. Und ab Herbst 2021 geht das Unternehmen dann noch einen Schritt weiter und startet seine **Eigenmarken pro kids** und **pro teens**, die mit der gewohnten Topqualität der pro optik Eigenmarken glänzen. Raffinierte Fassungen, coole Styles und kreative Details bringen Kinderaugen zum Strahlen. Und die von Erwachsenen ebenso, auch wegen des perfekten Preis-Leistungs-Verhältnisses!

Kids welcome!

Lukas Hahne beschreibt die Strategie dahinter: „Wir fahren bei pro optik immer zweigleisig: Markenfans finden bei uns die angesagten Brands zu günstigen Preisen. Und gleichzeitig bieten wir für viele Zielgruppen maßgeschneiderte Eigenmarken-Kollektionen – in der bewährten pro optik Qualität, aber preislich natürlich noch attraktiver. Und besonders wichtig für alle Kinder und Eltern: Wir gehen perfekt auf die Bedürfnisse der Kinder ein und wollen ihnen zeigen, dass wir die freundlichsten und besten Optiker sind, die ihre Ängste, Vorurteile und Wünsche wirklich ernst nehmen. Ein kleines Zeichen, dass Kinder bei uns sehr willkommen sind, ist unser neues Kinderbuch, das wir bei jedem Kauf einer Kinderbrille mit persönlicher Widmung verschenken.“

Mehr über die Illustratorin Juliane Abel und die Texterin Laila Weigl findet sich auf den Websites www.perigoon.com und www.lailaaa.com. Weitere Informationen zu pro optik und seinen Kollektionen unter www.prooptik.de.

Über pro optik:

pro optik ist mit über 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 feierte 2020 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

Pressekontakt:

Deutscher Pressestern®

Bierstadter Str. 9 a – 65189 Wiesbaden

Caroline Wittemann

c.wittemann@public-star.de

Tel.: 0611 39539-22