

Pressemeldung

Undercover im Meeting von pro optik auf ProSieben: Anke Engelke crasht Video-Call der Optikerkette bei Late Night Berlin

- [Prankvideo](#) begeistert TV-Zuschauer und Netz
- Comedy-Star stört Kampagnen-Call von pro optik Managern mit nervigen Fragen
- Nur pro optik CEO Micha S. Siebenhandl eingeweiht

(Berlin/Wendlingen, 06.10.2020) pro optik liebt Dich! Seit Kurzem feiert Deutschlands drittgrößte Optikerkette pro optik ihr 33-jähriges Jubiläum mit einer großen bundesweiten Kampagne. Das Ganze hat nun offenbar auch Klaas Heufer-Umlauf mit seiner ProSieben-Show „Late Night Berlin“ interessiert, denn am Montagabend wurde ein Video-Call von pro optik Managern zu der Aktion zu einem Höhepunkt der Latenight-Sendung. In der Reihe „Undercover im Meeting“ schlich sich Comedy-Star Anke Engelke als „glatte Karrierefrau“ buchstäblich in einen Update-Call zum Verlauf der Kampagne mit fünf pro optik Führungskräften ein – und nervte mit kritischen Fragen. Doch nur CEO Micha S. Siebenhandl war eingeweiht. Das Ergebnis: Eine superwitzige Episode, die TV-Zuschauer und Netz begeistert.

Zielscheibe der Reihe „Undercover im Meeting“ sind immer große Unternehmen wie zum Beispiel SAP – oder jetzt eben pro optik. Dabei fragte CEO Micha S. Siebenhandl sein Führungskräfte-Team, wie die Kampagne „draußen so ankommt“. Challenge des „Video-Hacks“ für Anke Engelke war es, trotz Einwüfen wie „Mir fehlt in der Idee die Nähe zum Herzen“ oder „Ich hätte mir ein Herz mit einer Brille gewünscht“ so lange wie möglich unerkannt zu bleiben. Nach zwei Minuten flog der TV-Star dann aber doch auf. Und das Team von pro optik nahm es mit Humor.

pro optik steht für pure Freude

Micha S. Siebenhandl: „Wir von pro optik wollen immer auch Spaß bei der Arbeit haben, deshalb habe ich diesen Gag von ProSieben gerne mitgemacht. Und natürlich war es auch witzig zu sehen, wie meine Kolleginnen und Kollegen auf die ‚Fragen‘ der neuen Kollegin im Video-Call reagieren. Zugleich zeigt das Ganze aber auch, dass unsere große Jubiläumskampagne draußen ankommt und wir mit unseren

Maßnahmen, den Markt weiter aufzurollen, wahrgenommen werden – sogar von Late Night Berlin.“

Große Jubiläumskampagne bis Ende November

Noch bis Ende November läuft die große Jubiläumskampagne von pro optik, die derzeit in allen Kanälen, von POS- über Out-of-Home bis hin zu Direkt- und Online-Marketing, präsent ist. Beworben wird dabei unter anderem das große Jubiläumsgeschenk, 120 Euro Rabatt auf alle Korrektionsbrillen und Korrektionssonnenbrillen ab 179 Euro.

Mit einem erstklassigen Portfolio, Spezialisierung auch auf den Bereich Hörakustik, dem unnachahmlichen pro optik Service und fairen Preisen will das Unternehmen den Markt weiter erobern und allein in den nächsten 5 Jahren zusätzlich zu den 145 bestehenden 250 neue Standorte in Deutschland eröffnen.

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