

Pressemeldung

pro optik holt Topmodel Franziska Knuppe als Markenbotschafterin an Bord

- **Eigene Sonnenbrillenkollektion „pro sun by Franziska Knuppe“ mit 10 Modellen geplant**

(Wendlingen/Berlin, Januar 2021) Hochkarätige Zusammenarbeit – Deutschlands drittgrößter Optikerkette pro optik ist es jetzt gelungen, für den Launch ihrer ersten eigenen Sonnenbrillenkollektion Deutschlands Supermodel Franziska Knuppe als neue Markenbotschafterin an Bord zu holen. „pro sun by Franziska Knuppe“ soll die Linie heißen, die bereits in diesem Frühjahr in den pro optik Fachgeschäften erhältlich sein wird. Damit konnten die Wendlinger eine internationale Größe des Modelbusiness verpflichten, die sowohl den Glanz und die Modernität als auch die Bodenständigkeit von pro optik widerspiegeln soll. Knuppe ist bereits für Weltmarken wie Shiseido oder Mercedes-Benz aktiv und für pro optik der nächste Schritt, Markenbekanntheit und Wachstum voranzutreiben. Micha S. Siebenhandl, CEO von pro optik, erläutert: „Franziska Knuppe gehört nicht nur zu den schönsten Frauen Deutschlands, sondern auch zu den bekanntesten und erfolgreichsten Models überhaupt. Wir freuen uns sehr auf die Zusammenarbeit, auch weil sie für das neue, coole pro optik steht und zeigt, welche Strahlkraft unsere Marke ausübt und wie ambitioniert unsere Pläne sind.“

Sportlich bis elegant, cool bis klassisch – insgesamt 10 Modelle soll die neue Kollektion enthalten, die den ersten Schritt der Zusammenarbeit mit dem deutschen Model-Aushängeschild markiert. Knuppe lief bereits für Designer wie Thierry Mugler oder Vivienne Westwood, wurde von Starfotografen wie Peter Lindbergh abgelichtet und war in den vergangenen Jahren auch immer wieder im Kino und im TV zu sehen, zuletzt mit ihrem spektakulären Auftritt als „Fledermaus“ bei „The Masked Singer“ auf ProSieben. Franziska Knuppe über die Zusammenarbeit mit pro optik: „pro optik steht für höchste Qualität und erstklassige Brillen zu fairen Preisen. Deshalb freue ich mich riesig über die Zusammenarbeit und die Möglichkeit, meine Ideen für zeitgemäße, coole, aber zugleich für alle erschwingliche Sonnenbrillen verwirklichen zu können.“

Nächster strategischer Meilenstein

Die Zusammenarbeit mit Franziska Knappe ist für pro optik auch der nächste konsequente Schritt auf dem Weg, seine Angebotsvielfalt auszubauen, noch mehr Aufmerksamkeit im Markt zu erreichen und das Wachstum auch außerhalb des Kerngeschäfts mit Gleitsichtgläsern zu beflügeln. Im Rahmen der Strategie „pro optik 2.0“ ist das Unternehmen seit Anfang 2020 auf starkem Erfolgskurs. Allein bis 2025 soll die Anzahl der Fachgeschäfte von derzeit 150 auf rund 350 erhöht werden. Erst zuletzt hatten die Wendlinger mit dem Launch ihrer eigenen Glasmarke „pro glas by Rodenstock“ in Kooperation mit dem führenden Glashersteller Rodenstock ein Ausrufezeichen im Markt gesetzt.

Über pro optik:

pro optik ist mit rund 150 Fachgeschäften die drittgrößte Optikerguppe 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 395395-22