

ECHT FRISCH FAMILIÄR – AKTIVOPTIK ERFINDET SICH NEU

Top 10 Augenoptiker feiert digitalen Relaunch und frischt die Marke auf / hauseigenes Digitalteam

Bad Kreuznach, 02.März 2022 – „Mehr sehen, mehr hören, mehr erleben“ – das verspricht aktivoptik als einer der Top 10 umsatzstärksten deutschen Optik Filialisten seinen Kunden. Getreu diesem Motto positioniert sich aktivoptik neu, wird digitaler und jünger. Das Mutterunternehmen LoQu Optical Group, zu dem neben aktivoptik auch die Vertriebs Säulen smykker und OPTIKHAUS gehören, renoviert mit einem hauseigenen Digitalteam alle seine Marken – den Anfang macht aktivoptik.

Dreh- und Angelpunkt für die digitale Weiterentwicklung der drei LoQu-Säulen ist die Digitalabteilung. Sie ist neben einer bedarfsgerechten aktivoptik Website auch zuständig für den Start des Omnichannel-Geschäftes von smykker im 2. Quartal 2022 und den geplanten Relaunch der OPTIKHAUS Website. In der Digitalabteilung werden Markt, Wettbewerb und Kundeninteressen genau unter die Lupe genommen, um frühzeitig Kundenwünsche zu identifizieren und schnell zu reagieren. Die Web-Programmierer planen zukünftige Erweiterungen des digitalen Angebots von vornherein ein.

aktivoptik setzt bewusst auf eine Website ohne einen E-Shop

Das Jahr 2021 wurde genutzt, um für aktivoptik einen digitalen Weg zu bahnen. Dabei avanciert die neue Website www.aktivoptik.de mit ihrem Storytelling, den zahlreichen Features und Fashion Tipps zum digitalen Herzstück des Optikunternehmens. In der Planungsphase wurde analytisch hinterfragt: Was benötigt der aktivoptik Kunde digital, und wo bleiben die Filialen unverzichtbar? Das Ergebnis überrascht in einer Zeit, in der Onlineshops wie Pilze aus dem Boden schießen: aktivoptik verzichtet im digitalen Angebot bewusst auf einen E-Shop! „aktivoptik Kunden kaufen ihre Brillen derzeit nicht online und lassen sich lieber vor Ort durch unsere Augenoptiker beraten“, sagt LoQu-CEO Tammo Bruns. „Für aktivoptik-Kunden ist modern, wenn eine treffsichere persönliche Kundenansprache erfolgt. Unmodern ist hingegen, wenn hochtechnisierte E-Shops ungeachtet von Bedarfsanalysen installiert werden.“

aktivoptik wurde einem umfangreichen Relaunch unterzogen – auch stationär. Heute kommuniziert die Marke mit innovativer Website, frischen Anzeigen- und Plakatmotiven, überarbeitetem Ladenbau sowie mit neuen Kundenbroschüren – lediglich Claim und das Logo mit der abstrahierten Brille sind geblieben. „aktivoptik zeigt sich nach dem Relaunch authentischer, zeitgemäßer, frischer und umgeben von tollen Menschen“, sagt Christian Blanck, der als LoQu-Marketingchef das Look and Feel von aktivoptik gedreht hat. „Keine Revolution, aber eine klare Evolution“, hatte sich Blanck vor dem Markenumbau vorgenommen.

Der neue Look von aktivoptik zieht die Blicke auf sich: Zu sehen ist die aktivoptik Familie aus vier Generationen – authentisch, entspannt und bestens gelaunt: Kurvendrehen mit Rollschuhen. Kuscheln mit der Haus-Wildgans. Gitarre, Cajon und viel Bass für Familie. „So sympathisch“, ist der erste Gedanke. Der zweite: „Starkes Ton in Ton Styling der Leute.“ Neue Farben betonen die Frische. Der dritte: „Wow, was für eine besondere Brille.“ Die neue Welt des Optik- und Akustik-Dienstleisters aktivoptik ist voller Erleben und zeigt persönliche und nahbaren Szenen im familiären Kontext, in denen man sich pudelwohl mit der passenden Brille fühlt. Dabei erinnern die Motive an die Kernbotschaft der Marke: Brillen für Freunde und Familie.

Shooting auch mit Moderatorin Susanne Böhm

Freunde und Familie – für die Moderatorin Susanne Böhm gibt es kaum etwas Wichtigeres. Nebenbei modelt die sportliche Hamburgerin und wurde von aktivoptik für das Shooting mit dem Fotografen Christoph Köstlin angefragt. Heute ist Susanne Böhm eine von zehn Persönlichkeiten in der aktivoptik Bilderwelt. „Ich war sofort begeistert von dem Fotokonzept“, sagt Susanne Böhm. „Vor der Kamera trage ich meistens Kontaktlinsen, aber privat ist die Brille für mich ein wichtiges Fashion-Item“, sagt Susanne, die je nach Lust und Laune zwischen verschiedenen Brillenmodellen wechselt.

LoQu Optical Group GmbH

John-F.-Kennedy-Str. 26
D-55543 Bad Kreuznach

T: +49 671. 79 64 67 – 100
F: +49 671. 79 64 67 – 101
E: info@loqu.net

www.loqu.net



Website mit Styling-Tipps und Online-Hörtest

Die Website vermittelt dem Betrachter das Gefühl, Teil einer großen Familie zu sein. Das Startbild begrüßt mit einem Familienfoto aus dem neuen Shooting, auf dem zehn Personen jeden Alters – darunter auch Susanne Böhm – feierlich vor einem Sofa posieren. Mit dem Cursor lernt man sie kennen – zum Beispiel „Lara, 16 Jahre, Generation Greta“ oder „Dirk, 50 Jahre, nonchalanter Individualist“. Mit einem Klick steigt man in die Interessenswelt der jeweiligen Charaktere ein und erfährt von ihren Styling-Vorlieben mit abschließendem Brillen-Shopping-Tipp. Die Website zeichnet sich durch hohe Nutzerfreundlichkeit aus. Hier finden sich neben Wissenswerten zu Brillen, Kontaktlinsen und Hörgeräten mit online-Hörtest auch spannende Tipps zur Typberatung für Damen, Herren und Kinder. Unter „Welche Brille passt zu welchem Gesicht“ holt man sich Inspiration rund um die perfekte Fassung je nach Gesichtsform und filtert die dargebotenen 1.000 Fassungen von über 20 Herstellern nach Form, Material oder Preis. Alle Themen sind modern bebildert und gut verständlich strukturiert. Für diejenigen, die im Unternehmen Karriere machen möchten, stehen sogar Informationen rund um Ausbildung, Weiterbildung und Quereinstieg parat.

aktivoptik hat auf seiner Website an so gut wie alles gedacht bis hin zu FAQs, Newsletter u.a. mit Angeboten und einer automatisierten Terminvereinbarung in einer der Filialen.

Das ist die LoQu Optical Group

Erfolgreich ist, wer Service im Detail denkt und kreativ umsetzt. Die Holdinggesellschaft LoQu Optical Group aus Bad Kreuznach (Rheinland-Pfalz), der CEO Tammo Bruns vorsitzt, verbindet gewachsene, erfolgreiche Optik-Konzepte mit innovativen Wegen der Kundenansprache. Dabei gehen die Ursprünge zurück in das regional verwurzelte Optikhaus Gravius. Aus einer Vision heraus, die traditionelle Optik für neue Zielgruppen zugänglich zu machen, wurde ein Konzept für die Vorkassenzonen großer SB-Warenhäuser, das heutige aktivoptik, entwickelt. Von Anbeginn an verschreibt sich LoQu diesem Leitbild und entwickelt kontinuierlich neue Wege der Kundenansprache für sich verändernde Marktbedürfnisse. 2018 beteiligte sich die Investmentgesellschaft Argos Wityu mehrheitlich an der ursprünglichen Unternehmensgruppe. Ein Jahr später erfolgte eine zukunftsweisende Umstrukturierung der Holdinggesellschaft in die heutige LoQu Optical Group. Sie vereint unter ihrem Dach die Großhandelsgesellschaft PROEYES GmbH als Zentral-Einkaufsgesellschaft sowie die drei Vertriebs Säulen im Direktvertrieb: die aktivoptik Vertriebs GmbH, positioniert in Vorkassenzonen großer SB-Warenhäuser; die LoQu Optikhaus Konzept GmbH mit angesehenen traditionell verankerten Optik-Fachgeschäften sowie die smykker Retail GmbH als vertikales Omnichannel Konzept mit Stores in Lagen hochfrequentierter Fußgängerzonen. Ende 2021 beschäftigt die LoQu insgesamt 690 Mitarbeiter in insgesamt 92 Filialen und genießt einen erstklassigen Ruf als „Top-Arbeitgeber“ (2020/zeag).

Verantwortliches Team beim Fotoshooting in Berlin zum Relaunch der Marke aktivoptik

Verantwortlich: Christian Blanck
Markenkonzept: inhouse
Fotograf: Christoph Köstlin, Berlin
Styling: Jeanna Krichel, Stuttgart
Haare/Make-up: Christina „Chrissie“ Moissl, Berlin
Web-Agentur: Teamfresh, Wiesbaden

Pressekontakt LoQu Optical Group GmbH

Loerke Kommunikation GmbH, Christine Loerke, Marxsenweg 18, 22605 Hamburg
Telefon 040-30997990, In dringenden Fällen 0171 54 70 600; Email: loerke@loerke-pr.com

LoQu Optical Group GmbH

John-F.-Kennedy-Str. 26
D-55543 Bad Kreuznach

T: +49 671. 79 64 67-100
F: +49 671. 79 64 67-101
E: info@loqu.net

www.loqu.net

Direktkontakt:

LoQu Optical Group GmbH
Leonie Zimmermann
T: +49 671. 79 64 67-100
E: l.zimmermann@loqu.net

