



Pressemitteilung

Neue Kampagne startet: „Erlebe den Unterschied – Befreie deinen Blick“

Die neue, globale Marketingkampagne für 2021 setzt das innovative Design von ZEISS SmartLife Brillengläsern kreativ in Szene.

Aalen, 18. März 2021

Das [Brillenglas-Produktportfolio ZEISS SmartLife](#) stellte mit seiner Einführung 2020 ein Novum dar, da es große Sichtfelder über alle Entfernungen und in alle Blickrichtungen bietet – aber vor allem das Sehen aus den Augenwinkeln berücksichtigt. Damit trägt es unserem heutigen Sehverhalten, das stark von der mobilen Nutzung digitaler Geräte geprägt ist, Rechnung. Diesen markanten Produktvorteil des [peripheren Sehens](#) stellt die neue Marketingkampagne aufmerksamkeitsstark in den Mittelpunkt und erzählt, wie leicht es mit ZEISS SmartLife Brillengläsern ist, alle Details des Lebens im Blick zu haben.

Kampagnenkern von „Befreie deinen Blick“

„Die aktuelle Kampagne legt den besonderen Fokus auf das zentrale Verkaufsargument von ZEISS SmartLife: das heutige Sehverhalten in Verbindung mit breiten Sichtfeldern,“ erklärt Matthias Wehrle, Leiter DACH Marketing, ZEISS Vision Care Deutschland. Visuell greift das [Kampagnenvideo](#), das sowohl für B2B als auch für B2C zum Einsatz kommt, diesen Ansatz aufmerksamkeitsstark auf. Das kreative Konzept dahinter ist eine "open up"-Idee, die Brillenträger unterschiedlichen Alters zeigt. Sie alle wenden beim Gehen ihren Blick starr auf ihr Smartphone und nehmen ihre Umgebung nur sehr eingeschränkt wahr. Mit ZEISS SmartLife Brillengläsern aber weitet sich ihr Sichtfeld und sie bemerken, dass sie sich inmitten eines unerwarteten, lebendigen und ungewöhnlichen Szenarios befinden – sei es in einem Skatepark, einer Markthalle oder auf einem Parkplatz.

„open up“ Ansatz über alle Marketingmaterialien hinweg

Dieser „open up“ Ansatz kommt in allen Marketingmaterialien zum Tragen. Der Marketingschwerpunkt liegt dabei auf PoS-Materialien für ZEISS Augenoptik-Partner, B2B und B2C Social Media Kampagnen, die im DACH-Markt insbesondere auf Facebook und Instagram ausgespielt werden, oder im inzwischen fest etablierten Native Advertising. Das setzt ZEISS Vision Care bereits seit mehreren Jahren erfolgreich ein – auch für die erste umfangreiche Kampagne zur Einführung von ZEISS SmartLife.

„Unser neues Produkt-Portfolio verkauft sich seit Markteinführung weltweit sehr gut. Dennoch wollten wir für das Marketing 2021 einen anderen Schwerpunkt in der Kampagne setzen, der die Produkteigenschaften von ZEISS SmartLife fokussiert und auf neue, ungewohnte Weise erzählt“, ergänzt Wehrle.



Sämtliche Marketing-Materialien sind für ZEISS Partneroptiker im Raum DACH bereits seit Februar 2021 erhältlich.

SmartLife ist eine Marke der Carl Zeiss Vision GmbH.

Ansprechpartner für die Presse

ZEISS Vision Care

Miriam Kapsegger

Tel.: +49 7361 5911261

E-Mail: miriam.kapsegger@zeiss.com

www.zeiss.de/newsroom

www.zeiss.de/augenoptik-newsroom

Über ZEISS

ZEISS ist ein weltweit führendes Technologieunternehmen der optischen und optoelektronischen Industrie. In den vier Sparten Semiconductor Manufacturing Technology, Industrial Quality & Research, Medical Technology und Consumer Markets erwirtschaftete die ZEISS Gruppe zuletzt einen Jahresumsatz von 6,3 Milliarden Euro (Stand: 30.9.2020).

ZEISS entwickelt, produziert und vertreibt für seine Kunden hochinnovative Lösungen für die industrielle Messtechnik und Qualitätssicherung, Mikroskopielösungen für Lebenswissenschaften und Materialforschung sowie Medizintechniklösungen für Diagnostik und Therapie in der Augenheilkunde und der Mikrochirurgie. ZEISS steht auch für die weltweit führende Lithographieoptik, die zur Herstellung von Halbleiterbauelementen von der Chipindustrie verwendet wird. ZEISS Markenprodukte wie Brillengläser, Fotoobjektive und Ferngläser sind weltweit begehrt und Trendsetter.

Mit diesem auf Wachstumsfelder der Zukunft wie Digitalisierung, Gesundheit und Industrie 4.0 ausgerichteten Portfolio und einer starken Marke gestaltet ZEISS den technologischen Fortschritt mit und bringt mit seinen Lösungen die Welt der Optik und angrenzende Bereiche weiter voran. Grundlage für den Erfolg und den weiteren kontinuierlichen Ausbau der Technologie- und Marktführerschaft von ZEISS sind die nachhaltig hohen Aufwendungen für Forschung und Entwicklung. ZEISS investiert 13% seines Umsatzes in Forschungs- und Entwicklungsarbeit – diese hohen Aufwendungen haben bei ZEISS eine lange Tradition und sind gleichermaßen eine Investition in die Zukunft.

Mit über 32.000 Mitarbeiterinnen und Mitarbeitern ist ZEISS in fast 50 Ländern mit rund 30 Produktionsstandorten, 60 Vertriebs- und Servicestandorten sowie 27 Forschungs- und Entwicklungsstandorten weltweit aktiv. Hauptstandort des 1846 in Jena gegründeten Unternehmens ist Oberkochen, Deutschland. Alleinige Eigentümerin der Dachgesellschaft, der Carl Zeiss AG, ist die Carl-Zeiss-Stiftung, eine der größten deutschen Stiftungen zur Förderung der Wissenschaft.

Weitere Informationen unter www.zeiss.de

ZEISS Vision Care

ZEISS Vision Care ist einer der weltweit führenden Hersteller für Brillengläser und augenoptische Instrumente. Der Bereich ist Teil der Sparte Consumer Markets und entwickelt und produziert Angebote für die gesamte Wertschöpfungskette der Augenoptik, die weltweit unter der Marke ZEISS vertrieben werden.