

Hans Anders lanceert nieuwe mediacampagne gestoeld op oude belofte

Optieketen blijft trouw aan zijn roots

<Gorinchem 11 mei 2023> Optiek- en audicienketen **Hans Anders** start de nieuwe campagne ‘Hans, alleen de prijs is anders’. De optieketen grijpt terug naar zijn roots en naar het merkthema ‘alleen de prijs is anders’ uit de vroege jaren. Deze beroemde *pay-off* staat nog altijd in het collectieve geheugen van Nederland gegrift.

Met de nieuwe campagne onderstreept Hans Anders dat het zich al meer dan veertig jaar inzet om goed zien en horen voor alle Nederlanders betaalbaar en bereikbaar te maken. Volgens de keten is er door de jaren heen veel veranderd, maar is de belofte van Hans Anders nog altijd dezelfde en onverminderd relevant: de beste service, oog- en hoormetingen en kwaliteit in brillen, contactlenzen en hoortoestellen, voor de beste prijs. Via het uitgebreide omnichannel platform, met meer dan 400 winkels en een sterke online aanwezigheid in Nederland en België is Hans Anders bovendien goed bereikbaar voor iedere klant.

Nieuwe TV Commercial Hans Anders per 15-5

Bart van den Nieuwenhof, CEO van moederbedrijf nexeye

‘Wij vinden het van groot belang dat alle Nederlanders, jong en oud, goed kunnen zien én er goed uit kunnen zien. De nieuwe tv-campagne toont precies hoe ‘Wij van Hans Anders’ dat voelen. In alle online en offline kanalen en communicatie-uitingen maken we onze belofte waar met inspiratie en informatie over producten en diensten en natuurlijk onze bekende, scherpe aanbiedingen.’

Op 15 mei gaat de nieuwe campagne van start in alle mediakanalen. Op TV met een hartverwarmend verhaal over een meisje dat voor de eerste keer met een bril op naar school gaat. Een herkenbare situatie die invoelbaar maakt dat goed zien én er goed uitzien belangrijk is en bereikbaar moet zijn voor iedereen.



De merkstrategie en -communicatie werd ontwikkeld in samenwerking met [VENGEAN](#), het bureau dat eerder ook verantwoordelijk was voor de rebranding van Hans Anders Retail Group naar nexeye – het internationale moederbedrijf van Hans Anders, eyes + more en Direkt Optiek. [Amp Amsterdam](#) werd betrokken voor sonic branding, sound design en productie van de radiocommercials en Juul op den Kampe van [Pink Rabbit productions](#) regisseerde met haar kenmerkende, documentaire-achtige benadering de eerste tv-commercial.

Stills en tag-on



Straatinterview 'Hans, alleen de prijs is Anders'

**Alleen
de prijs
is Anders**



**Groots
van Hans**



montuur



HANS ANDERS

ALLEEN DE PRIJS IS ANDERS

ORIGINAL URL

<https://news.nexeye.com/nl-WW/225951-hans-anders-lanceert-nieuwe-mediacampagne-gestoeld-op-oude-beloofte>

OVER HANS ANDERS

Nexeye

Nexeye is a platform of retail companies that currently consists of three value-for-money options brands operating in five European countries.

Hans Anders was founded 40 years ago and operates eye and hearing care with 407 shops in the Netherlands and Belgium. In 2021, the chain won the 'Shopping Award' thanks to a successful omnichannel strategy.

eyes + more operates with 282 branches in Germany, Austria, the Netherlands, Sweden and Belgium, focuses on affordable, fashionable eye care and is the fastest-growing optical chain in Europe.

Direkt Optik has 37 shops in Sweden.

In total, nexeye and labels employ more than 4,000 people (headcount). British **investor 3i** owns nexeye.



 **HANS ANDERS**

Hans Anders