

Persbericht

Pearle Opticiens introduceert de knalplanga

100.000 ogen veilig het nieuwe jaar in

Amsterdam, woensdag 12 december– Vandaag introduceert Pearle Opticiens de ‘knalplanga’. Het merk speelt hiermee in op de hype die afgelopen zomer werd gecreëerd rondom de Snelle Planga. De 50.000 knalplanga’s, beter bekend als vuurwerkbrillen, zijn tussen 12 en 31 december gratis op te halen bij een van de ruim 320 winkels.

Pearle introduceert de knalplanga in navolging van Donnie, die eerder deze week in samenwerking met Rijksoverheid de gelijknamige track en videoclip [Knalplanga](#) lanceerde. De knalplanga is de opvolger van de snelle planga, waarmee rapper en social media fenomeen ‘Maradonnie’ afgelopen zomer een hype creëerde.

‘No fear door het vuurwerk’

Uit eerder onderzoek van Pearle blijkt dat een op de vijf jongeren een vuurwerkbril heeft, maar deze niet opzet, omdat anderen dat ook niet doen. Van de ondervraagden geeft een derde aan geneigd te zijn een vuurwerkbril op te zetten als iemand waar ze tegenop kijken dat ook doet. “We hebben een social campagne met Donnie opgetuigd om het onderwerp op een ludieke manier onder de aandacht te brengen. Zo proberen we tijdens oud en nieuw zoveel mogelijk ogen te beschermen”, aldus Daphne Rehm, Marketing Manager Pearle Opticiens Nederland.

“Ik ben getikt met mijn uurwerk, maar met deze ga ik ‘no fear’ door het vuurwerk. Met oud en nieuw zijn de mogelijkheden oneindig: zet hem op en je bent direct in 2055.”, aldus Maradonnie in zijn [Instagram post](#).

Planga hype

De rapper kreeg met zijn snelle planga landelijke aandacht, de hashtag #snelleplanga werd meer dan 10.000 keer gebruikt en er werd ook actief gepost door BN'ers, waaronder artiest Don Diablo, schaatser Kjeld Nuis en influencer Xelly Cabeau van Kasbergen, maar ook zanger Frans Bauer en presentatrice Margriet van der Linden deelden selfies met hun snelle planga. Het gelijknamige nummer Snelle Planga, wat volgens de rapper “een vlot montuurtje” betekent, werd een van de zomerhits van 2018.

Gezonde ogen naar 2019

Ondanks dat de meerderheid van de jongeren nog geen vuurwerkbril draagt tijdens oud en nieuw, zien ze er wel het belang van in. Driekwart vindt zelfs dat het dragen van een vuurwerkbril voor iedereen verplicht moet worden. Cijfers van het Nederlands Oogheelkundig Gezelschap tonen aan dat bijna de helft (46%) van het oogletsel wordt veroorzaakt door vuurwerk van een ander. “Als grootste opticien van Nederland vinden wij het belangrijk dat

alle ogen goed beschermd worden tijdens de jaarwisseling en dat willen we graag faciliteren door gratis vuurwerkbrillen uit te delen”, vervolgt Rehm. De campagne loopt van 12 tot en met 31 december. De knalplanga's worden uitgedeeld zolang de voorraad strekt.

einde bericht

Noot voor de redactie / Niet voor publicatie

Over Pearle Pearle Opticiens is in Nederland marktleider in brillen en contactlenzen. Pearle staat voor deskundige en betaalbare oogzorg door deskundige opticiens en optometristen en is voor iedereen bereikbaar met 320 winkels door heel Nederland. Breng je ogen eens langs, worden ze blij van. Pearle. For Happy Eyes! www.pearle.nl

Over het onderzoek Het onderzoek is in opdracht van Pearle Opticiens uitgevoerd onder 1262 jongeren van 10 tot 18 jaar oud en is representatief op leeftijd en geslacht. Het onderzoek is uitgevoerd door Novioresearch. Het online veldwerk is uitgevoerd tussen 14 en 17 november 2017. Novioresearch werkt uitsluitend met gecertificeerde (internationale) onderzoeks- en veldwerkbureaus die zich committeren aan Esomar-richtlijnen en zijn aangesloten bij de Nederlandse Marktonderzoeksassociatie (MOA). Dit borgt de garantie voor onafhankelijkheid en kwaliteit van de dataverzameling.

Perscontact Voor meer informatie kunt u contact opnemen met:

Deluc AM Luc de
Boer
luc@deluc.am
+31611028479