



P R E S S E M E L D I N G

Skien, 24. februar 2006

Specsavers til Skien:

Varsler brillekrig i Telemark

Den internasjonale optikergiganten Specsavers gjør sitt inntog i Telemark. Mandag åpner den aller første butikken i fylket, og med dette er kjeden til stede med 23 optikerforretninger i Norge, fordelt på 15 fylker.

Går det i Telemark som det har gjort andre steder Specsavers har etablert seg, bør optikerne i regionen nå forberede seg til en knalltøff priskrig – der kundene er de store vinnerne.

– I samtlige byer og tettsteder hvor kjeden er etablert, har forretningene på rekordtid vist at de er en seriøs utfordrer til de øvrige aktørene i markedet. Tøff priskrig har oppstått flere steder, og vi ser ikke bort i fra at dette også blir utfallet i Telemark, sier optiker Per Inge Seljeseth som mandag åpner Specsavers Optikk i Skien sentrum. Seljeseth har 23 års erfaring fra bransjen, og drev inntil nå Arkaden Ur & Optikk i samme lokaler.

– De store vinnerne i krigen er kundene våre, som plutselig opplever at de kan kjøpe høykvalitetsprodukter til langt lavere priser enn de har vært vant med til nå, uten at dette går på bekostning av verken service-nivået, den generelle, faglige kompetansen eller kvaliteten på synsundersøkelsene, sier han.

Specsavers startet sin offensive priskrig i fjor sommer, for å gi nordmenn billigere briller og kontaktlinser. Kjeden har i løpet av andre halvår i 2005 senket gjennomsnittsprisene på briller med 40 prosent for sine kunder, og har raskt klatret opp på tredjeplass over Norges ledende optikerkjeder. I tillegg er Specsavers landets raskest voksende optikerkjede.

– Ferske tall viser at samtlige forretninger som gikk over til Specsavers-kjeden i løpet av 2005, allerede har rukket å mangedoble brillesalget. I snitt så langt har antall salg av briller økt med rundt

250 prosent. Det økte salget skyldes lave priser, uten at dette har gått utover verken lønnsomheten til optikerne, eller kvaliteten på servicen og kompetansen vi tilbyr kundene våre. At det er fullt mulig å drive lønnsom og seriøs forretning uten at kundene må betale overpris for sine briller og kontaktlinser, er hovedgrunnen til at vi nå velger å gå over til Specsavers, sier Seljeseth.

Han tror at det norske optikermarkedet i enda større grad vil merke konkurransen fremover, etterhvert som Specsavers fortsetter å ekspandere til flere tettsteder, byer og fylker landet rundt.

– Specsavers er blitt en sterk og positiv merkevare i alle byene og landene kjeden har ekspandert i, inkludert Norge. Lanseringen her til lands har vært Specsavers' mest vellykkede inntreden i et internasjonalt marked. Tilbakemeldinger så langt viser at kundene erfarer at de får akkurat den samme servicen og produktkvaliteten som de er vant med – til en mye rimeligere pris. Dette er helt i tråd med vår politikk, sier ansvarlig for ekspansjon i Norge, Helge Fjalsett.

Kontaktpersoner:

Optiker Per Inge Seljeseth: 35 53 48 90

Ansvarlig for ekspansjon i Norge, Helge Fjalsett: 41 64 35 15

Pressekontakt Specsavers Norge, Camilla Kim Kielland: 917 36 971

Den offisielle åpningen av Specsavers Optikk skjer mandag 27. februar, klokken 12.00 i Broene 1. Ansvarlig for ekspansjon i Norge, Helge Fjalsett, vil også være tilstede.

Kort om Specsavers:

§ Specsavers er verdens hurtigst voksende – og femte største – optikerkjede

§ Per i dag har Specsavers over 750 forretninger i Storbritannia, Irland, Nederland, samt i hele Skandinavia. Selskapet er markedsleder i Storbritannia og i Irland

§ Specsavers har satset på eget merke, men produsert ved samme fabrikker som motekolleksjonene til andre. Ergo går ikke de lave prisene på bekostning av kvaliteten.

§ Specsavers ble i 2005 kåret til Storbritannias mest tillitvekkende merkevare i optikerbransjen for fjerde år på rad. Kåringen er basert på en undersøkelse utført av det kjente magasinet Reader's Digest, som intervjuet 40 000 forbrukere i 18 land.

§ Specsavers jobber fortløpende og i høyt tempo med rekruttering av nye optikere over hele landet. Ambisjonen er 70 butikker i løpet av en femårs periode.

§ I oktober 2005 utførte TNS Gallup en merkevareundersøkelse for Specsavers, knyttet til norske optikerkjeder. Hele 83 prosent av de spurte forbandt Specsavers med billige briller.

Kort om optikermarkedet i Skien

§ Ifølge demografiske analyser, undersøkelser og statistikk fra markedsanalyseselskapet InSite, bor det rundt 32.500 brille og /eller kontaktlinsebrukere i Skien-området, som mest sannsynlig handler i området der Specsavers nå etableres

§ I Skien bor det 7 prosent flere brille- og linsebrukere i aldersgruppen 60 +, sammenlignet med det nasjonale gjennomsnittet

§ I aldersgruppen 0 – 14 år er det 5 prosent færre brille- og linsebrukere sammenlignet med det nasjonale gjennomsnittet.

(Kilde: Insite © CACI Limited 2005)