

Pressemeddelelse

30. marts 2009

Partnerskaber skaber 100 nye job hos Louis Nielsen i 2009

Dygtige optikere med lokalkendskab parret med et gennemført butikskoncept, kvalitetsprodukter til lave priser og en markant markedsføring er opskriften på vækst hos optikerkæden Louis Nielsen. Med sin unikke partnerskabsmodel kombinerer Louis Nielsen entreprenørens energi og engagement med kædens styrke og skaber vækst i en krisetid. 20 nye butikker og mindst 100 nye medarbejdere er målet allerede i 2009 og de første partnerskaber er allerede i hus.

Optikerbranchen er i dag præget af kapitalkæder, hvor det er svært for optikere med ambitioner om at blive mere end blot butiksbestyrer at få foden under eget bord. Det er en stor investering at åbne en optikerbutik og med barometeret på økonomisk krise, er det blevet endnu sværere at springe ud som optisk entreprenør. Men nu giver optikerkæden Louis Nielsen 36 ambitiøse optikere muligheden for at blive selvstændige og blive en del af virksomhedens væksthistorie.

– Med vores partnerskabsmodel åbner vi helt nye muligheder for ambitiøse optikere med energi og engagement. Vi undersøger mulighederne grundigt, før vi går ind i en ny by. Vi tilbyder et partnerskab, som dækker alle aspekter ved etableringen af en ny optikerforretning, lige fra finansiering til butikssindretning og markedsføring. Det giver optikeren mere tid til det, der er kernen i enhver optikerforretning. Nemlig god og personlig kundebetjening med et højt fagligt niveau, siger Mads Nygaard, som er adm. direktør for Louis Nielsen.

Hovedlinjerne i Louis Nielsens partnerskabsmodel er enkle. I samarbejde med en ny partner oprettes et fælles selskab, som etablerer og driver en optikerforretning med partneren som direktør. De to partnere indskyder hver kr. 250.000 som kapital, når selskabet oprettes og det fælles selskab låner de resterende midler i banken. Når butikken giver overskud, tilbagebetales lånet først. Derefter tilbagebetales partnernes investering og når det er gjort, så fordeles overskuddet efter aftale. Så enkelt er det.

– Vi har arbejdet med at udvikle konceptet gennem en årrække og er nu parat til at trykke på knappen. Vi vil åbne 36 nye butikker over hele landet og planlægger at åbne mindst 20 allerede i år og samtidig skabe mere end 100 nye jobs. Partnerskabskonceptet er en afgørende del af vores strategi, fordi det skaber et kolossalt engagement, som er afgørende for Louis Nielsen. Vi er en udfordrervirksomhed, som udfordrer konventionerne i optikerbranchen og derfor har vi brug for ildsjæle, siger Mads Nygaard, der selv er uddannet optiker.

Siden Louis Nielsen i 2005 blev købt af den internationale optikerkæde Specsavers, har man ekspanderet i lyn tempo, og har mere end fordoblet sin markedsandel. Efter et forrygende 2008 har Louis Nielsen erobret cirka 40 procent af det danske brillemarked målt på antallet af solgte briller - og i februar skruede man yderligere op for konkurrencen. Åbningen af butik nr. 50 i Århus 16. fe-



bruar var nemlig startskuddet til markante prisnedsættelser, som skal lægge yderligere pres på konkurrenterne på det danske brillemarked.

– Der er rigtigt mange danskere, som køber briller hos os, fordi de godt kan se, at det er dumt at betale for meget. Samtidig tror vi på, at den økonomiske krise vil øge prisbevidstheden markant og derfor slår vi til med en ambitiøs vækstplan, som skal sikre os tocifret vækst i 2009. Vi tilbyder vores partnere en unik mulighed for at blive herrer i eget hus og samtidig nyde godt af den sikkerhed, der ligger i konceptet. Ingen af Specsavers 1.400 butikker har nogensinde måttet dreje nøglen om, fordi forretningen ikke kunne løbe rundt. Det er da sikkerhed, siger Mads Nygaard.

Louis Nielsen er en væsentlig faktor i konkurrencen på det danske optikermarked, som i årtier har været stillestående og præget af dominerende højprofilkæder. Før Louis Nielsen blev en del af Specsavers gruppen, var virksomheden kendt for at presse priserne nedad og lægge sig ud med resten af branchen - og med Specsavers i ryggen har Louis Nielsen fået adgang til produktudvikling, indkøb og logistik i verdensklasse, der understøtter rollen som branchens prispresser nr. 1.

De vedlagte fotos kan frit benyttes af medierne. Yderligere oplysninger på www.louisnielsen.dk.

Yderligere oplysninger kontakt:

Adm. direktør Mads Nygaard
Louis Nielsen A/S
Tlf. 20 99 99 59
E-mail: mads@louisnielsen.dk

Alternativt kontakt:

Kommunikationsrådgiver Mads Lindberg
Mark, Lindberg & Partners A/S
Tlf. 30 31 71 41
E-mail: mal@marklindberg.dk

Om Louis Nielsen:

Louis Nielsen er en af Danmarks største optikerkæder med 50 butikker over hele landet. Virksomhedens er grundlagt i 1978 af optikeren Louis Nielsen i Aalborg og i 2005 blev Louis Nielsen en del af den internationale optikerkæde Specsavers, som har mere end 1.400 butikker i ti lande verden over. Louis Nielsen har fortsat sit danske hovedkontor i Aalborg mens Specsavers har nordisk hovedkontor i København og internationalt hovedkontor på den engelske kanal ø Guernsey. Louis Nielsen og Specsavers har som mission at levere briller og linser af den højeste kvalitet til overkommelige priser.