



PERSBERICHT

SPECSAVERS VOERT GROEITEMPO IN NEDERLAND OP

Huizen, 17 januari 2017 – Specsavers houdt onverkort vast aan haar doelstelling om in drie jaar tijd zeker 30 nieuwe winkels in Nederland te openen. In 2016 opende het van origine Britse familiebedrijf 7 winkels. In de periode 2017/2018 volgen nog 25 nieuwe fysieke winkels op A1-locaties. Ook hier zal het accent komen te liggen op hoogwaardige gecombineerde oog- en hoorzorg. Het bedrijf kijkt daarbij naar relatief grotere winkelpanden dan gebruikelijk in de branche. Een winkelvloeroppervlakte van ca. 150m² biedt voldoende plaats aan de diverse metruimten voor opticiens en audiciens, voorzien van geavanceerde apparatuur. In totaal heeft Specsavers nu 124 winkels in middelgrote en grote Nederlandse gemeenten. Binnenkort opent de 125^e winkel.

Op dit moment komt één op de vier in Nederland verkochte brillen bij Specsavers vandaan. Voor hoortoestellen geldt dat één op de vijf toestellen in Nederland wordt verkocht door Specsavers. Vooruitlopend op de jaarcijfers die het Britse bedrijf eind juni publiceert (door een fiscaal jaar dat start en eindigt op 1 maart), verwacht topman Remko Berkel dat na de beste decembermaand ooit, de omzetgroei voor optiek nog hoger uitvalt dan het jaar daarvoor. Zoals voorspeld verwacht Specsavers voor hoorzorg, ondanks een hoger verkoopvolume, een lagere omzet als gevolg van de prijsdaling van hoortoestellen.

Zorgen om kwaliteit oogzorg

“Regulering en bescherming van beroepsgroep opticiens noodzakelijk”

Berkel maakt zich zorgen om de wildgroei van winkels die alleen brillen verkopen, maar geen oogzorg leveren. “Omdat we opereren op het snijvlak van gezondheidszorg en retail, zou de overheid de kwaliteit van de oogzorg moeten willen reguleren. Ik ga mij er binnen onze brancheorganisatie NUVO ook in 2017 hard voor maken. Nu is het zo dat bij meer dan een op de drie van alle optiekwinkels in Nederland geen gediplomeerde opticiens rondloopt. Daar is onze oogzorg en uiteindelijk de consument in Nederland allerminst bij gebaat.”

Specsavers pleit overigens al langer voor een volledige regulering en bescherming van het beroep van opticiens om de kwaliteit van de oogzorg in Nederland te borgen. De wetgever blijft hier in gebreke aldus het bedrijf. Berkel: “Als je doel is om de eerstelijnsgezondheidszorg te ontlasten en consumenten te beschermen, dan is het moeilijk te begrijpen dat een drogisterijketen binnen de kaders van het systeem brillen kan aanbieden zonder te beschikken over gediplomeerde opticiens. Iets waarvan de consument zich nauwelijks bewust is.”

Berkel vult verder aan: “Wij verkopen kwaliteitsproducten tegen scherpe prijzen door hoge inkoopvolumes en veel klanten in de winkel. We investeren een groot deel van onze omzet in opleiding van onze medewerkers. Daar mag van uit de overheid tegenover staan dat er uniforme kwaliteitsnormen komen inclusief handhaving.”

Ruimte voor groei is er zeker nog. Berkel: “Uit het meest recente onderzoek van onze branchevereniging NUVO blijkt dat de gemiddelde prijzen van enkelvoudige en multifocale brillen bij de zelfstandige opticiens 2,5 keer zo hoog zijn dan bij de optiekketens zoals Specsavers. Als je beschouwt dat het gezamenlijke marktaandeel van de optiekketens nu circa 80% is gemeten in volume, dan is het duidelijk dat er voor ons in 2017 en verder meer dan voldoende groeikansen zijn.”

2/.

Online aanbieders geen bedreiging

Anders dan wel in de media wordt gesuggereerd heeft Specsavers niet of nauwelijks last van de snelle opkomst van online brillenketens. Deze nieuwe generatie merken, goed voor minder dan 1% marktaandeel, biedt in feite slechts modieuze halffabricaten. “Ze verrichten zelf geen uitgebreid oogonderzoek, stellen geen brillen af en bieden nauwelijks nazorg”, aldus Berkel die verwacht dat de marktpotentie van dit soort concepten beperkt zal blijven. “Zeker als je in acht neemt dat je in de meeste Europese landen al snel zo'n €50 voor een uitgebreid oogonderzoek moet betalen. Voor onze eigen klanten verwacht ik dat de oogmeting gratis blijft. Echter voor mensen die alleen een oogmeting bij ons doen en vervolgens hun bril online kopen, bestaat de kans dat we de kosten van een oogmeting in rekening gaan brengen. Dan neemt de aantrekkelijkheid om online te shoppen snel af.”

Problemen met gehoor in Nederland groter dan gedacht

“Hoorzorg zou consument helemaal geen geld moeten kosten”

Ook in de hoorzorg groeide Specsavers qua volume in 2016 sterk, ondanks het feit dat de markt in volume daalde en de keten niet als 'preferred supplier' werd verkozen door twee grote zorgverzekeraars. Dat laatste loste het bedrijf op door zelf de resterende 25% bijbetaling voor haar rekening te nemen. “Bij de Nederlandse consument slaat dit concept duidelijk aan, ondanks dat we daar eind vorig jaar door de zorgverzekeraars over gekapitteld zijn. Wij vinden echter principieel dat hoorzorg een slechthorende geen geld zou moeten kosten. Niet in de laatste plaats omdat slechthorendheid een aantoonbaar gebrek is”, zegt Berkel daarover. “Er ligt namelijk al een hoge emotionele drempel om een hoortoestel te nemen. Gemiddeld wachten mensen daar zeven jaar te lang mee en dat heeft onnodige medische, mentale en sociale gevolgen. Vandaar dat wij over ons pleidooi voor een volledige vergoeding van hoortoestellen inmiddels met enkele zorgverzekeraars in gesprek zijn.”

Volgens de topman verlaagt juist de combinatie van oog- en hoorzorg de drempel om het gehoor te laten meten. Berkel: “Er zijn meer argumenten waarom het goed is om die beide vormen van zorg onder één dak te combineren. Maar het feit dat consumenten even de kat uit de boom kunnen kijken in de winkel en *en passant* een gesprek kunnen aangaan over gehoorproblemen, verlaagt de emotionele drempel aanzienlijk. Het is veelzeggend dat wij in de meeste gevallen hoorzorg leveren aan mensen die er voor het eerst een aanschaffen. Want bij nieuwe hoortoesteldragers is die drempel het grootst.”

Specsavers verwacht haar positie in de hoorzorg de komende jaren verder te kunnen versterken. “Er is veel potentie want het hoorprobleem in ons land is veel groter dan gedacht. We vergrijzen aan de ene kant, maar krijgen ook steeds meer jongeren van de iPod- en festivalgeneratie met hoorproblemen. Nu is de gemiddelde hoor-cliënt nog in de zestig, maar dat zou wel eens kunnen dalen tot 55, misschien wel 50 jaar”, zegt Berkel daarover. “Gezien de groei en het succes van ons concept denken wij dat wij de beste kaarten in handen hebben om de Nederlander van kwalitatieve hoorzorg te voorzien. Om die reden verwacht ik dat het niet irreëel is te veronderstellen dat wij straks een op de vier, zelfs een op de drie, van de hoortoestellen in Nederland leveren. En dat zijn dezelfde kwalitatieve hoortoestellen als elders, die met zorg op maat worden aangepast met uitgebreide nazorg, tegen de laagste prijs.”

Volgens Berkel is voorlichting een must, maar moet die beter en breder gedragen worden. “Elke negatieve prikkel om je oren niet te laten controleren moeten we met z'n allen proberen weg te nemen. Van verzekeraar tot huisarts, van medisch specialist tot wijkverpleegkundige. Van familielid tot huisvriend. Om die reden geloven we ook dat de juiste combinatie van oog- en hoorzorg de drempel om je gehoor te laten meten verlaagt.”

./3

3/.

Specsavers staat in 2017 op verschillende manieren stil bij het feit dat het alweer 10 jaar professionele hoorzorg biedt in Nederland. Na het succes van vorig jaar wordt ook in 2017 weer de Clinical Conference georganiseerd in de Jaarbeurs te Utrecht, waar meer dan 500 professionals uit de oog- en hoorzorg op 8 oktober samenkomen op uitnodiging van de retailketen.

[einde bericht]

Volg Specsavers ook online!



- EINDE PERSBERICHT -

Altijd op de hoogte zijn van het laatste nieuws van Specsavers? Neem dan een abonnement op de [newsfeed](#) (via RSS) van onze nieuwsruimte. Alle berichten komen dan automatisch in uw mailbox.

Voor meer informatie (niet voor publicatie):

Specsavers International, Wieteke Lap, telefoon: (035) 628 8311 e-mail: eu.persbureau@specsavers.com. (www.specsavers.nl)

Over Specsavers

Het van oorsprong Britse familiebedrijf Specsavers opende in 1997 in Nederland de deuren van haar eerste winkel. De snelgroeïende retailketen exploiteert in Nederland inmiddels 124 optiek- en hoorzorgwinkels op joint-venture basis onder leiding van lokale winkelpartners. Dit vanuit een heldere missie: kwalitatief hoogwaardige én betaalbare oog- en hoorzorg voor iedereen in Nederland toegankelijk maken.

Specsavers wil de komende jaren een steeds prominentere rol spelen in de eerstelijns oog- en hoorzorg en haar marktpositie verder versterken. Nu al is de keten de grootste opleider van gediplomeerde opticiens in Nederland en is aan nagenoeg elke vestiging een StAr-geregistreerde triage audicien verbonden. Specsavers werkt intensief samen met diverse opleidingsinstituten, zoals het Deltion College en biedt een breed spectrum aan carrièremogelijkheden.

Een niet aflatende focus op innovatie maakt dat Specsavers staat voor kwalitatief hoogwaardige producten en service op het snijvlak van medische zorg, mode en technologie. Via Stichting Specsavers Steunt toont de organisatie haar betrokkenheid bij de samenleving, voornamelijk door het ondersteunen van lokale goede doelen. Zo hebben ruim 1100 goede doelen in Nederland in de afgelopen vijf jaar een financieel steuntje in de rug ontvangen.