**PRESSEMELDING**

**Optimera vil knive om kjøkken i prosjektmarkedet**

**(Oslo, 18. juni 2013): Montér har utpekt HTH, Sigdal og Norema som hovedkonkurrenter når byggevarekjeden skal ta en større andel av prosjektmarkedet innenfor kjøkken, bad og garderobe. Et av grepene kjeden gjør er å satse med kun et merke, den familieeide danske produsenten Aubo.**

Optimera har gjort kjøkken, bad og garderobe til satsingsområde. Overfor entreprenørene i prosjektmarkedet har selskapet per mai i år solgt mer kjøkken, bad og garderobe enn i hele 2012. I Region øst er salget doblet.

Produktkategorien appellerer til designbevisste kunder hvor smarte løsninger, kvalitet og utvalg står sentralt. Optimera satser for fullt på utvalget fra den danske familiebedriften Aubo som produserer med høy kvalitet, kan ta store volumer, følger godt med på trender som presenteres blant annet i Milano og er sterke i prosjektmarkedet. Mye kjøkken for pengene er et av Aubos sterkeste salgsargumenter.

– Entreprenørene kjenner oss allerede godt i prosjektmarkedet, og er tjent med å begrense antall leverandører for å oppnå høy effektivitet og lønnsomhet. Dette gjelder ikke minst med tanke på logistikken til og på byggeplass. Vi leverer byggevarer og kjøkken i en integrert logistikkjede, helt frem til monteringsstedet inne i bygningen. På dette området har vi et betydelig konkurransefortrinn sammenlignet med rene kjøkkenaktører, sier salgsdirektør Jan Rostad i Optimera.

Like fullt handler kjøkken, bad og garderobe om kjærlighet og livskvalitet. Optimera har derfor bygd opp studioer i 20 byggevarehus, inkludert 12 kompetansesentre spesielt rettet inn mot proff-markedet. Hit kan både ingeniører, arkitekter, byggherrer og entreprenører komme og få inspirasjon og hjelp til å spesifisere. Både når det gjelder utvalg, presentasjon og kompetanse hos medarbeiderne kunne studioene like gjerne ligget på kjøkken-stripa Bygdøy Allé i Oslo.

– Med kjøkken-studioene henvender vi oss naturligvis også til forbrukerne, både de som vil gjøre tilvalg til den nye leiligheten og de som pusser opp. Igjen er det en betydelig konkurransefaktor at kundene får alt av byggevarer og rådgivning på et og samme sted. Når du bygger kjøkken, bad og garderobe, så skal du ofte også se på dører, vinduer, listverk og maling samtidig. Å gjøre alt på ett sted er enkelt, lønnsomt og behagelig, sier Rostad.

Aubo konkurrerer design-, utvalgs- og kvalitetsmessig med mer kjente merkevarer på markedet.

– Like fullt satser vi på merkevarebygging blant annet gjennom sponsorater på TV. Slik når vi frem både til proffkundene og forbrukere, sier Rostad.

For nærmere informasjon, vennligst kontakt salgsdirektør Jan Rostad på telefon 90 01 90 06.