

FUSJONERER

Kaffebryggeriet



NY EIER: Bård Aune (f.v.) sjekker ut kaffebønnene til Kaffebryggeriet som han nå overtar ledelsen i etter at Geir Haraldsen og Knut Aspelund er kjøpt ut.
FOTO: EIVIND YGGESETH



AMBISJONER: Konsernsjef Frans van Tilborg i Miko Group skal bli større i Norge.
FOTO: MIKO GROUP

Stortinget

Men flere aktører som leverer til bedrifter som Finansavisen har snakket med, estimerer omsetningsverdien av kontorkaffe til i overkant av én milliard kroner årlig.

I tillegg kjøper flere tusen småbedrifter kaffeposer direkte fra grossister eller i dagligvarebutikker, og tilbereder kaffe selv på traktere på kontoret.

Millionavtale med Stortinget

Selskapet Kaffeautomater har en ambisjon om å vokse videre i Norge, og med de belgiske eierne på laget har de finansielle muskler til å gjøre oppkjøp.

– Nå har vi rundt 2.000 maskiner utplassert og omsetter rundt 200 tonn kaffe årlig, sier Aune.

For noen dager siden fikk han vite at selskapet hans har vunnet en avtale om servere kaffe til politikere og ansatte på Stortinget.

Estimert kontraktsverdi er 12 millioner kroner over fire år og selskapet vil utplassere 31 maskiner i nasjonalforsamlingen som vil brygge flere hundretusen kaffekopper årlig.

Abonnementsløsning

Bedriftsmarkedet fungerer slik at man leaser en eller flere kaffemaskiner i typisk tre til fem år. Månedskostnaden er fra 400 kroner og i overkant av 1000 kroner. Så kjøper man kaffe fra den som leaser ut maskinen og inngår en vedlikeholdsavtale.

Prisen, som kan ligge på mellom 80 øre og 1,50 per kopp ferdig brygget kaffe, er avhengig av kvaliteten på maskinen og kaffebønnene.

– Vi ligger nok noe over i pris enn større konkurrenter som satser på volum, men vi har en høyere kvalitet på kaffen og vi har en målsetning om å rykke ut

” Nå har vi rundt 2.000 maskiner utplassert

BÅRD AUNE, KAFFEAUTOMATER



KAFFETØRSTE NORDMENN: Det drikkes rundt 12 millioner kopper kaffe i Norge daglig.
FOTO: EIVIND YGGESETH

innen to timer til en kunde som opplever en feil med kaffemaskinen, sier Aune.

Etter noen år med tosifret prosentvekst, regner Aune med en svakere vekst neste år på grunn av sammenslåingen.

– Men fra 2020 vil vi ha skiftet gir, høstet synergier etter oppkjøpet og vokse videre slik vi har gjort de siste årene ved å tilby kaffe som smaker godt og fortsatt god service til kundene, sier han.

Vil vokse i Norge

Miko Group har lagt en plan for å bli større.

Frans van Tilborg er konsernsjef i belgiske Miko Group og styreleder i det norske selskapet Kaffeautomater.

Belgierne omsetter for rundt 2 milliarder kroner årlig, er til stede i over 40 land og er notert på børsen i Brussel.

Selskapet springer ut av en kolonialforretning som åpnet på hjørnet av en bygård i 1801 hvor kjøpmannen Leonardus Michielsen solgte kaffe, te og andre varer.

– Rundt 100 år senere begynte vi å brenne vår egen kaffe som ble solgt i dagligvarebutikker over hele Belgia, sier van Tilborg som er etterkommer i åttende generasjon etter Leonardus.

Familien Michielsen eier fortsatt 55 prosent av Miko Group.

Skal styres lokalt

Utlendinger har tidligere forsøkt å kapre norske kaffemarkedsandeler gjennom oppkjøp, men ikke alltid lykkes. For noen år tilbake rykket Nestlé inn i Norge og brukte millioner på å kjøpe mindre og mellomstore aktører som tjente gode penger, bare for å oppdage at kundene forsvant, og omsetningen og lønnsomheten gikk ned når de norske selskapene ble kjøpt opp. Siden solgte Nestlé seg ut igjen.

– Hvorfor skal ikke det samme skje med dere?

– Vår strategi er å ha med oss de lokale eierne videre. Vi lar dem fortsette med det de er gode på og de kjenner det lokale markedet best. Vi vil ikke overstyre dem fra sentralt hold i den daglige driften med manualer

om hvordan ting skal gjøres, sier van Tilborg.

Vekstambisjoner

For syv år siden la selskapet en strategi om å gå inn i Skandinavia.

– Vi startet i Sverige og Göteborg, før vi ekspanderte til Stockholm og så Danmark. For tre år siden kjøpte vi oss inn i Kaffeautomater i Norge før vi nå øker vår eierposisjon og kjøper Kaffe-bryggeriet.

– Har dere planer om videre oppkjøp i Norge.

– Vi utelukker ikke det. Vårt utgangspunkt er å vokse organisk, men dukker det opp en mulighet og kjemien med dem vi vil kjøpe stemmer, så kan vi vokse ytterligere i Norge og Skandinavia gjennom oppkjøp, sier han.

Taus om prisen

Han vil ikke ut med hva Kaffeautomater måtte betale for Kaffe-bryggeriet, og begrunner det med at om prisen blir kjent, så kan det påvirke fremtidige forhandlinger om man vil kjøpe andre selskaper.

Det er synergier å hente ut av fusjonen. Ingen av de 30 ansatte vil miste jobben, selv om to avdelinger i Oslo blir slått sammen til én i året som kommer. Selskapet skal beholde avdelingen på Hamar som nå følger med gjennom oppkjøpet, og man vil gå over maskinparken. I dag tilbyr de to norske kaffeselskapene kaffemaskiner fra ulike produsenter, men antall merker vil bli færre slik at man får bedre innkjøpsbetingelser fra dem som blir igjen. Det vil også føre til lavere kostnader knyttet til opplæring av teknikere som kalibrerer og driver service på maskinene.