



Mer kaffe Styreleder Berit Kjeldsberg og nysjefen Odd Arne Dalsegg er ikke fornøyde med en markedsandel på ni prosent for Kjeldsberg Kaffe. De bebuder grep som skal gi økt salg og bedre lønnsomhet. Foto: JENS PETTER SØRAA

Ny sjef skal gi sterkere kaffe

» Vi må komme med nyheter som fenger hos forbrukerne.

Odd Arne Dalsegg

Ni prosent av det norske kaffemarkedet holder ikke for Kjeldsberg. Ny sjef og nye produkter skal få fart på salget. Og på lønnsomheten, som har vært skral de siste par årene.

Nye produkter og ordentlig kvalitet er stikkord i strategien Odd Arne Dalsegg (52) skisserer for Kjeldsberg Kaffebrenneri AS. Han tiltrådte som administrerende direktør i selskapet sist mandag.

– Vi må komme med nyheter som fenger hos forbrukerne. Kaffen i de velkjente gule Kjeldsberg-posene er og blir det store produktet, men vi må ha flere varianter. Dessuten skal driften effektiviseres. Her som i andre bedrifter kan små ting sikkert gjøres på en riktigere måte. I sum blir det fort millioner av besparelser som hver for seg kan virke ubetydelige, sier den nye kaffebrenneri-sjefen til Adresse-

avisen.

– Når Kjeldsberg Kaffe har fått sin markedsandel redusert fra ti til i underkant av ni prosent, forteller det tydelig nok at vi ikke har vært dyktige nok til å hevde oss i en stadig tøffere konkurranse, sier styrelederen i kaffebrenneri-selskapet, Berit Kjeldsberg (54).

Hun er medeier og administrerende direktør i R. Kjeldsberg AS, som eier 60 prosent av Kjeldsberg Kaffebrenneri. Finske Gustav Paulig OY eier 30 prosent, trondheimsselskapet I. K. Lykke ti prosent.

Merkevarebygger

Berit Kjeldsberg mener hun gjorde et kupp da hun fikk Odd Arne Dalsegg til å gå på som daglig leder av kaffebrenneriet. Han har mer enn 30 års yrkeserfaring fra næringsmiddelbransjen, og har ry som spesialist på strukturering, lønnsomhetsforbedring og ikke minst merkevarebygging.

De siste fem årene har Dalsegg vært ansatt i det svære, bondeieide Nortura-konsernet, bl.a. som adm. dir. i dattersel-

skapet Terina. I hele ti år var han Orkla-ansatt, med spesielt ansvar for utviklingen av KIM's snacks som markedsleder i Norge, Norden og Baltikum. Produkter av merket Delikat har Dalsegg også jobbet med i mange år.

Kjeldsberg står for kaffe

– Kjeldsberg Kaffebrenneri blir en beskjeden virksomhet i sammenligning med konsernene du har tjent tidligere?

– Ja, en årsomsetning på knappe 100 millioner kroner og 25-30 ansatte er lite i forhold til det jeg er vant med. Noen kaffeekspert er jeg heller ikke. Det som fristet meg til å slå til på jobbtilbudet fra Trondheim, var det svært gode omdømmet Kjeldsberg har, både som merkevare og som arbeidsgiver. Jeg har spurt meg for hos folk fra mange kanter av landet, og så godt som alle vet at Kjeldsberg står for kaffe, sier Dalsegg.

Selv er han opprinnelig fra Tynset, og har fra barnsben hatt et forhold til Trondheim som «Byen».

I tillegg til hovedproduktet i

gul pose produserer brenneriet på Nyhavna et par andre kaffemerker, hvorav Mills er det største. Bedriften importerer dessuten espressokaffe. Fra 3000 tonn på det meste, falt årsproduksjonen i fjor til 2800 tonn. Driftsinntektene stoppet på 92 millioner kroner, den laveste summen på fire år. Og enda verre: bunnlinjen ble svakt rød.

Svakt kaffe-år i fjor

– Så sent som i 2004 tjente kaffebrenneriet over ti millioner kroner før skatt, bemerkter Berit Kjeldsberg. Med ny daglig leder på plass har styrelederen forventninger om bedre inntjening igjen. Et kaffebrenneri med tradisjoner tilbake til 1856 bør ha to i seg til å hevde seg i markedet.

Nysjefen har rukket å konstatere at Kjeldsberg Kaffebrenneri rent teknisk holder god standard, med høy grad av automatisering. Medarbeidere som har ord på seg for å være lojale og dyktige, gjør sitt til at utgangspunktet for ny fremgang er bra.

ASBJØRN GRAVÅS 95 19 87 21
asbjorn.gravaas@adresseavisen.no