

SERIE

Vækstchefer

■ Mens hverdagen for dele af erhvervslivet netop nu byder på dyk i salget, underskud og afskedigelser, har en gruppe danske virksomheder fortsat vækst og fremgang – trods de turbulente tider.

■ Morgenavisen Jyllands-Posten har besøgt fem danske virksomhedsledere i en artikelserie om at være vækstchef midt i en krisetid.

TIDLIGERE
ARTIKLER I SERIEN:

■ Designchef vil sætte kulør på verden (27.12. 2011).

■ Ostechefen er vant til kriser (28.12. 2011).

■ Modechef vil op i størrelse (29.12. 2011).

■ Fiskedirektør henter vækst i Afrika (30.12.2011)

■ **Koncernchefen bag køkkenkæden Svane vil levere nye design-produkter som adskiller sig fra konkurrenterne.**

■ **Mens markedet samlet er styrtdykket siden 2007, har TMK-selskabet ekspanderet og udvidet forhandlernettet.**

JESPER OLESEN

jesper.olesen@jp.dk

»Det er jo kun døde fisk, som svømmer med strømmen. Det gælder om at turde svømme mod strømmen i en tid med turbulens. Også selv om det ser svært ud.«

Adm. direktør Ole Lund Andersen kender alt til udfordringer i markedet. Han er chef for den største danskejede køkkenvirksomhed, TMK-koncernen, som omfatter Svane Køkkenet og Tvis Køkkener. Netop markedet for køkkener har siden finanskrisen i 2008 været voldsomt under pres i takt med, at nybyggeriet er bremset og hussalget stagneret.

»Markedet er siden toppen i 2007 faldet med 50-60 pct., så vi kender alt til konsekvenser af krisen. Alligevel er det lykkedes for os at holde fast i at bevare indtjening og en positiv bundlinje i regnskabet. Samtidig vinder vi markedsandele,« siger Ole Lund Andersen.

Kurs mod Norge og Sverige

Hovedaktiviteten i TMK er køkkenkæden Svane, der har vist rigtig god vækst de seneste to år. Kædens køkkenforretninger drives af lokale franchisetagere og gennem den seneste periode er antallet vokset med 10, så der nu er 28 af slagsen rundt om i landet.

Næste skridt bliver at sikre en solid forankring i både Norge og Sverige. Svane går efter at udvide de nuværende fire butikker i Norge til væsentligt flere, mens den første butik netop er åbnet i svenske Helsingborg.

»Udviklingen på markedet har betydet, at andre i branchen har valgt at gå fra forhandleriet i afsætningen til at blive en koncernejet kæde. Det giver os muligheder for at sikre samarbejde med dygtige køkkenfolk. Så dermed er krisen og dens forandringer med til at sikre muligheder for vækst og ekspansion,« siger Ole Lund Andersen.

Han fastslår, at omsætningen for Svane Køkkenet nu er tilbage på niveauet fra 2008 og før finanskrisen.

Stærkere end før krisen

Svane Køkkenet har haft to-cifret vækst i 2010, og selv om regnskabet for 2011 endnu ikke er afsluttet, oplyser Ole Lund Andersen, at Svane



For Ole Lund Andersen og hans køkkenkoncern har krisen og dens forandringer været med til at skabe mulighed for ekspansion.

Foto: Gorm Olesen

BLÅ BOG

Ole Lund Andersen

■ 52 år.

■ Uddannet produktionsingeniør i 1987.

■ Adm. direktør for TMK A/S siden 2007.

■ Har tidligere bl.a. været sektionsleder i Dansk Teknologisk Institut, salgsdirektør hos Jutlandia Døren og adm. direktør samt eksportdirektør i Kilsgaard-koncernen.

■ Var 1995-2007 ansat hos Danmarks største møbelfabrik, Tvilum-Scanbirk. Først som koncerndirektør med ansvar for salg og derefter som adm. direktør.

■ Formand for bestyrelsen i Winnie Papir og bestyrelsesmedlem i bl.a. Interstil A/S og Scancom International A/S.

TMK A/S

Egne fabrikker i Danmark

■ Den største danskejede køkkenproducent.

■ Hovedaktionær er kapitalfonden Axcels.

■ TMK består af Svane Køkkenet og Tvis Køkkener.

■ 230 ansatte samt ca. 250 hos forhandlere

■ Hovedsæde i Holstebro.

■ Egen produktion på danske fabrikker.

■ Svane Køkkenet er en kæde af 28 selvstændige franchise-tagere.

■ TMK A/S omsatte i 2010 for 232 mio. kr. og nåede et resultat efter skat på 8 mio. kr.

Køkkenchef går mod strømmen

og TMK i år har oplevet en tilsvarende positiv fremgang – også selv om køkkenmarkedet er gået tilbage med 6-8 pct.

»Vi har dækket danmarkskortet med butikker i de vig-

tigste byer, så faktisk står vi nu væsentligt stærkere på markedet, end før krisen satte ind. De nye butikker i kæden er selvfølgelig med til at øge salget, men de eksisterende butikker er også med til

at erobre markedsandele. Det gælder både på privatmarkedet og salget rettet mod erhverv med typehusproducenter, boligforeninger og andre. Inden for erhvervsområdet har vi opnået en markant fremgang,« siger Ole Lund Andersen.

TMK-koncernen har valgt at bevare produktionen på danske fabrikker, som er placeret ved Holstebro. Bortset fra komponenter inden for glas og metal produceres alle køkkener efter ordre.

Nyt designkøkken

Svane Køkkenet har trods udviklingen i markedet valgt at satse på investeringer i pro-

duktudvikling for at sikre nyheder til forbrugerne. Det indgår som et væsentligt element i de seneste års store forandringer i TMK.

Derfor lancerer Svane nu her ved årsskiftet et nyt designkøkken, som selskabet selv har store forventninger til.

»Alt for mange køkkener har alt for længe lignet hinanden. Det vil vi gerne gøre op med, og produktudvikling indgår i vores strategi om at skille os ud. Netop i det marked, som hersker lige nu, er det afgørende,« mener Ole Lund Andersen.

Alt for mange køkkener har alt for længe lignet hinanden. Det vil vi gerne gøre op med, og produktudvikling indgår i vores strategi om at skille os ud.

Ole Lund Andersen, adm. direktør, TMK-koncernen

FRA CHEF TIL CHEF

Mit bedste råd til andre chefer

Adm. direktør Ole Lund Andersen, TMK-koncernen:

»I en tid med masser af dårlige nyheder om samfundsøkonomien og udviklingen i erhvervslivet er det let at miste fokus. Men uanset om det lyder banalt eller ej, er det afgørende at turde stå fast på egen strategi og have mod til at træffe de nødvendige beslutninger – også om at gå mod strømmen.«