

Sulten på mer etter suppe-suksess

Søsken-gründerne i Mere Mat utfordrer de store ferdigmataktørene med middagsretter. Det lille selskapet har hittil vokst stort på salg av supper.



HANDEL

Øyvind Finstad
Sandefjord

De to gründerne og søstrene i Mere Mat står foran en stor kjele i et produksjonslokale i Stokke i Vestfold. Ved første øyekast ser det ut som en grønn masse.

- Her lager vi selve grunnlaget i den grønne curryen, selve currypasten. Den lager vi fra bunnen av med blant annet grønn chili, galangal, sjalottløk, hvitløk og masse sitrongress. Alt moses til en glatt puré, sier Elisabeth I. Rye-Florentz.

Blandingens testsmakes.

- Å, den var sterk, sier Jannike Isachsen.

Søsteren er enig.

- Men den bør bli enda sterkere da den skal kokes ut med blant

annet kokosmelk, sier Rye-Florentz.

«Veksten fortsetter»

Gründerne har testsmakt på en av de tre nye ferdigmiddagsrettene selskapet lanserer i dagligvarehandelen i høst under merkevaeren «Mere gryte».

- Vi lager våre egne varianter av retter fra Thailand, Marokko og Ungarn. Dette er ekte varer. Vi lager alt helt fra bunnen av, sier Rye-Florentz, som innehar tittelen salgs- og styreleder i Mere Mat.

Hun har tidligere jobbet som kokk i flere kjente restauranter som Magma hos Sonja Lee, Bagatelle og Gordon Ramsay i London.

I 2009 gikk hun sammen med sin søster Jannike Isachsen og etablerte Mere Mat for å tilby ferdiglagde supper. Selskapet har fått innpass i de tre store dagligvarekjedene, Norges Gruppen, Coop og Rema 1000.

- Vi solgte i fjor 250.000 suppebegre, sier Isachsen, som er daglig leder i Mere Mat.

Selskapet har vokst sterkt og blir i år gaselle for tredje gang. I fjor oppnådde selskapet en resultatgrad på nesten 13 prosent av en omsetning på over ni millioner kroner etter en omsetningsvekst på nesten 47 prosent fra året før.

- Veksten fortsetter, og vi har i år økt salget i Meny med 50 prosent. I år runder vi 300.000 suppebegre. Vi bruker nå mer tid og ressurser på å følge opp salget i butikkene, sier Isachsen.

Sterk matvekst

Nå går det lille selskapet inn i et marked som domineres av store tunge aktører.

Ifølge tall fra analysebyrået Nielsen utgjorde salget kun av «hurtig/posisjonsmiddag» de siste 52 ukene for 1,2 milliarder kroner i norsk dagligvare.

Mere Mat

Etablert: 2009

Virksomhet: Produksjon av mat

Antall ansatte: Tre

Tall 2017: Omsatte for 9,1 millioner og oppnådde et driftsresultat på 1,2 millioner kroner

Daglig leder: Jannike Isachsen (40)

Styreleder: Elisabeth I. Rye-Florentz (38)

Eiere: Jannike Isachsen (50 prosent) og Elisabeth I. Rye-Florentz (50 prosent)



Currypasten moses til en glatt puré.

Gruppens Fersk & Ferdig, til sammen over 90 prosent av det totale ferdigvaremarkedet.

Av de 15 mest solgte produktene av ferdigmat innenfor hurtigporsjonsegmentet har Fjordland 12 av de mest populære rettene.

«Beinhard konkurranse»

Den største aktøren er Fjordland med en andel på rundt 50 prosent i de forskjellige kategoriene ferdigmatmarkedet er delt opp i.

- Det er beinhard konkurranse

«Dette er en oppgang på 11,3 prosent mot samme periode i fjor», skriver Nielsen i et presse-notat til DN.

Ifølge aktører i bransjen kontrollerer Tine-dominerte Fjordland, Orkla-eide Toro og Norges



Gründerne Elisabeth I. Rye-Florentz og Jannike Isachsen i Mere Mat smaker på currypasten. – Og den er sterk, sier Jannike Isachsen til høyre. Alle foto: Fartein Rudjord



Den grønne curryen inneholder blant annet grønn chili, galangal, sjalottløk, hvitløk og masse sitrongress.



I år vil det bli solgt 300.000 suppe begre.

med litt vekst. Derfor er det et attraktivt marked. Vi konkurrerer eksempelvis mot nye tilbydere som matkasse-leverandører og «takeaway» aktører, sier André Gobel, administrerende direktør i Fjordland.

I høst lanserer selskapet flere nyheter.

– Den mest spennende nyheten fra oss er vår første familiemiddag. Frem til nå har vi levert ferdigmatretter beregnet til én porasjon i 20 år. Familie-middagsretter

er kjempestort. I en aktiv hverdag er ferdigmat løsningen for mange som heller konsentrerer seg om å lage maten selv når de har tid til det i helgene. Fortsatt er kjøttkaker vår bestselger, sier Gobel som også er spent på markedets mottagelse av «Lettsaltet svineknok» i Arne Brimi-serien.

– Det er vel mye salt i ferdigmat?

– Det er en myte. Vi lager mat fra bunnen av og har redusert saltnivået. Men vi må ha litt salt i maten, hvis ikke salter kundene

maten enda mer når middagen spises hjemme, sier Gobel.

Fjordland har vokst fra en omsetning på 62 millioner kroner i 1996 til nesten 1,6 milliarder kroner i fjor.

– Når vil selskapet omsette to milliarder kroner?

– Det er jo et morsomt tall. Vi ønsker å nå den toppinjen.

Selv ser han ikke på nye aktører som Mere Mat som trussel.

– Nye aktører inspirerer oss, og kan tilføre markedet dynamikk.



Produksjonsmedarbeider Danica Ellefsen i Matprodusenten fyller potetstappe i pakningene til en av Mere Mats ferdigretter.



– Fortsatt er kjøttkaker vår bestselger, sier André Gobel, administrerende direktør i Fjordland. Foto: Mikaela Berg

Og da blir veksten enda større, sier Gobel.

Mere Mat produserer suppe og gryterettene hos Stokkeselskapet Matprodusenten som eies av Jan Erik Henriksen (48) og ledes av hans sønn Petter-Anton Henriksen (25).

– Vi har kjøpt nabotomten og er klar for å utvide. Vi «gunner på», sier Henriksen.

For andre gang starter han en bedrift som produserer mat. I 2001 etablerte han selskapet Matbørsen med penger familien fikk etter salg av kjøttbedriften Skjeggerød til Flatland Gruppen på 1990-tallet.

Matbørsen vokste i rakettfart og var en gasselle-gjenganger. Selskapet ble etter hvert solgt til Norgesgruppen.

Noe av pengene har gått til investering av Matprodusenten. For andre gang har han etablert et selskap med gassellevekst som krever minst en dobling av omsetningen og et positivt samlet driftsresultat i løpet av de siste fire regnskapsårene.

– Vi har investert 45 millioner kroner i dette bygget og produserer mat for små og mellomstore bedrifter, i tillegg til produksjon og drift av vårt eget varemerke, Telemarksrøra. Bare i fjor produserte vi 600 tonn mat. I år blir det mer, sier daglig leder Petter Anton Henriksen.

Selskapet har en vekst fra en omsetning på åtte millioner i 2014 til 23 millioner i fjor.

– Vi fortsetter å vokse og har nå 15 ansatte. I år satser vi på en omsetning på 30 millioner kroner, sier selskapets daglig leder.

«Tilfører noe nytt»

Gründerne i Mere Mat har i en lengre periode hatt testproduksjon av gryterettene i Stokkebedriften, hvor også deres supper produseres.

De mest solgte ferdigmiddagene

Listen over de 15 mest solgte produktene innen hurtig/porsjon-segmentet i norsk dagligvare.

1. Fjordland kjøttkaker med ertestuing
2. Fjordland svenske kjøttboller
3. Fjordland pasta med ost og skinke
4. Fjordland med svinestek med surkål
5. Fjordland komle med kjøtt
6. Fjordland fransk biffgryte
7. Fjordland biff stroganoff
8. Rema 1000 Fisch & Chips
9. Fjordland oksekjøtt i saus
10. Fjordland kylling sweet & sour
11. Toro Bali kyllinggryte
12. Fjordland Brimis middagskaker
13. Fjordland svin szechuan
14. Fjordland biffsnadder
15. Toro tandoori kyllinggryte

Kilde: Nielsen

– Vi vil i første omgang sende ut 2000 pakker til butikkene. Vi mener vi kan tilføre markedet noe nytt. Forbrukeren fortjener noe mer å velge mellom. De som kjøper våre produkter skal være stolte av det og ikke legge dem nederst i handlekurven, sier Jannike Isachsen.

– Dersom Mere Mat fortsetter å vokse blir dere attraktive overfor oppkjøpere. Vil dere selge selskapet?

– Vi trenger ingen investorer og vil holde på selskapet, sier Elisabeth I. Rye-Florentz.

oyvind.finstad@dn.no