



Kriseramt køkkenfirma

A man with short grey hair, wearing a blue textured blazer over a light blue button-down shirt and blue jeans, stands in a modern kitchen. He is looking slightly to his left. The kitchen features a dark countertop, a brass faucet, and a green wall with wooden shelves holding decorative items. The lighting is warm and focused on the man.

ma har vendt bøtten

Køkkenproducenterne har haft fuld gang i salget i årets første måneder. TCM Group har haft en stigning på 17 pct. Det mellemstore selskab Designa Kitchen Group bruger de gode tider til at komme på ret køl efter flere år i krise ►

Af Peter B. Rasmussen

Designa Kitchen Group A/S er langsomt ved at høste gevinsterne af den store omstilling af forretningen, der er foregået i de seneste par år.

Det netop offentliggjorte årsregnskab for 2018 viser et driftsresultat på 2,4 mio. kr. og et årsresultat på beskedne 369.000 kr.

Tallene er baseret på en omsætning på 250 mio. kr., oplyser selskabet.

Den kendte erhvervsmand Per Christensen spiller en væsentlig rolle for udviklingen af selskabet. Han er medejer og næstformand i selskabet, der indtil 2017 var i økonomisk uføre, og tidligere

250

mio.kr. omsatte Designa Kitchen Group for i 2018.

bl.a. ligget i et rekonstruktionsbo, hvor gælden blev reduceret.

Per Christensen trådte til med kapital sammen med flere andre, og siden er der arbejdet hårdt på at få skuden på ret køl.

Per Christensen, der blev hovedrig på Axcels succesrige børsnotering af Pandora, har tidligere været engageret i køkkenbranchen. Han var i flere år medlem af bestyrelsen i køkkenvirksomheden TCM Group, da den var ejet af Axcel.

“Det peger i den rigtige retning for Designa, der er i en transformationsproces. Designa har været bagud på grund af de udfordringer, der har væ-

ret i virksomheden. Så det er et langt sejt træk,” siger Per Christensen, der understreger at hans investering er langsigtet, og at produktionen skal foregå i Danmark.

Bl.a. derfor valgte investorkredsen at købe virksomheden inklusive bygninger.

“Jeg tror på rigtig gode vækstmuligheder i Designa. Vi har bl.a. mulighed for at lægge butikkerne nogle endnu bedre steder, end de gør i dag,” siger Per Christensen.

Designa åbner således netop nu sin første butik på Gl. Kongevej i København, som er Danmarks største og mest kendte køkkengade.

“Der er nogle dele af erhvervssegmentet, hvor vi ikke har fået banket nok på døren, og hvor vi skal bearbejde markedet,” siger Per Christensen.

En anden væsentlig brik i turnarundprocessen er Erik Høj, der er adm. direktør i forretningen. Han kom til Designa for fire år siden, og har i det seneste år været aktiv med at få virksomhedens hjemmeside op på et tidssvarende niveau og skære i de dele af aktiviteterne, der ikke var lønsomme.

“Et ordentligt produkt, et ordentligt brand og et ordentligt serviceniveau – det er områder, som vi accelererer på,” siger Erik Høj.

Designa sælges via 45 butikker. 30 i Danmark og 15 i Norge.

Omsætningen ventes kun at stige marginalt i indeværende regnskabsår. Det skyldes ifølge Erik Høj, at man gradvist er i gang med at omstille forretningen fra lavmargin til højmargin, som han udtrykker det.

“I de seneste fire år har vi skruet på alle knapper. Der er justeret i partner set up, vi har lukket butikker, vi har sagt farvel til kunder, der gav et negativt dækningsbidrag, vi har justeret i organisationen, og hele forretningsmodellen omkring brandet er ændret markant,” siger Erik Høj. ▶

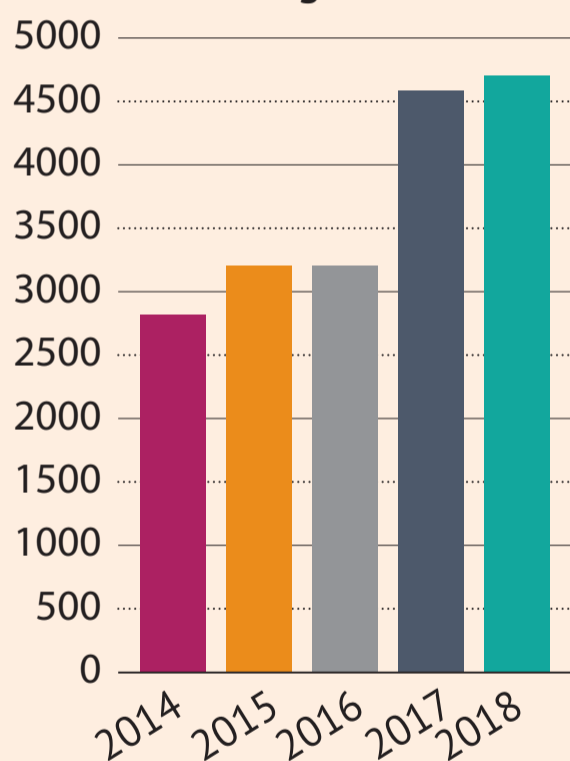
Sammenlagte nøgletal for køkkenbranchens tre største producenter: Nobia, Kvik og TCM Group*

Omsætningsstigningen hos de store køkkenfirmaer var svækket i 2018, men lønsomheden er god i branchen

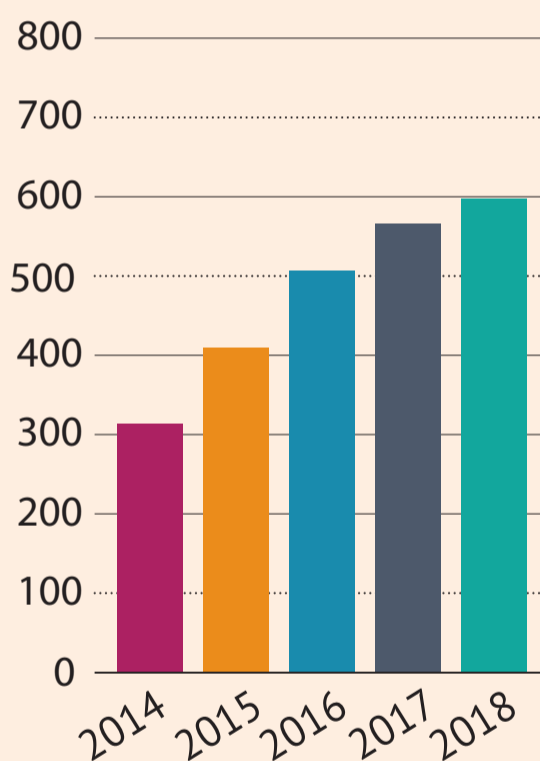
*Udgør ca. 60 pct. af markedet.

Samlet udvikling for de tre største køkkenkoncerner

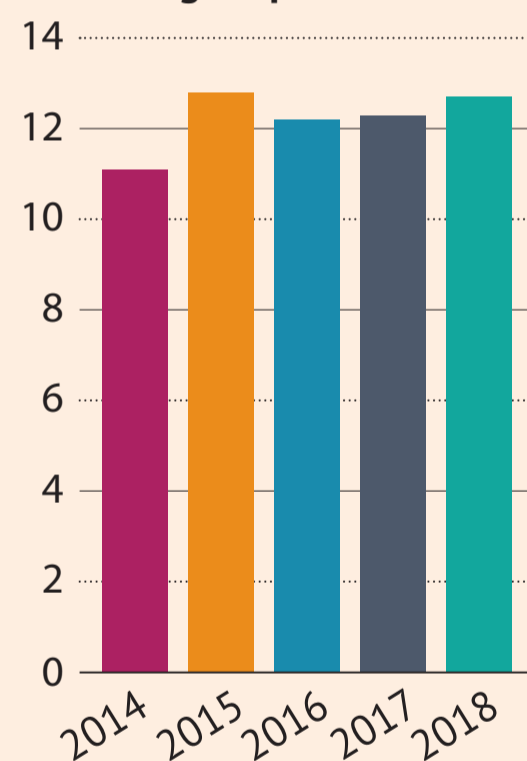
Nettoomsætning i kr.



Primært resultat i kr. ebit.



Ebit-margin i pct.



Kilde: Børsen Research • Grafik: Linda Frøkjær

Desuden får virksomheden energi af, at salgsløddet består af selvstændige erhvervsdrivende med hænderne på kogepladen, som Høj udtrykker det.

Designas positive udvikling sker samtidig med, at branchen har fået vind i sejlene i årets første måneder.

Det sker efter et broget 2018, hvor omsætningsstigningen for de fem største aktører på markedet gik både op og ned. De første måneder af 2019 har imidlertid budt på markant vækst i

salget, hvilket bl.a. bekræftes af TCM Group, der især er kendt for Svane Køkkenet. Udviklingen i TCM Group var god igennem hele 2018, men i første kvartal af 2019 er salget nærmest eksploderet med ikke mindre end 17 pct. i forhold til samme kvartal i 2018. Det er højt bl.a. i lyset af, at den børsnoterede virksomhed har en forventet vækst for hele året på 7-11 pct.

“Privatkunderne i Danmark køber fortsat køkkener, og med stigende vækst. På erhvervsmarkedet er der endnu større vækst. Mange taler

◀ om, at erhvervsmarkedet er på vej ned, men det kan vi ihvertfald ikke se,” siger adm. direktør Ole Lund Andersen fra TCM Group.

Noget af forklaringen er, at TCM er bredt repræsenteret i hele landet, hvor nedgangen i Københavns byggeaktivitet ikke spiller en afgørende rolle. Bl.a bygges der mange sommerhuse på den jyske vestyst, hvor TCM Group får afsat mange køkkener.

Det sker bl.a. i kraft af et stærkt fokus på innovation, hvor der hvert år sendes nye produkter på markedet. Designere og arkitekter medvir-

ker i disse processer, der er med til at sikre TCM Group et støt stigende salg med historiske vækstrater, der normalt har været tocifrede. Selskabet havde i 2018 en omsætning på 736,8 mio. kr. og en ebit-margin på 17,8 pct.

Danmarks største køkkenproducent, Nobia, tabte 3 pct. af omsætningen i 2018 i forhold til 2017.

Nobia er svenskejet, og de danske aktiviteter omfatter de kendte brands HTH, Unoform og Invita. “Vi har en anden situation nu, end vi oplevede i 2018. Det danske marked er godt og bærer rig-

Per Christensen blev hovedrig i Axcel: “Jeg er jo en heldig rad”

Af Peter B. Rasmussen

Køkkenproducenten Designas hovedaktionær Per Asmund Christensens meritter smager lidt af elite: Tidligere McKinsey-konsulent og en lang periode som partner i kapitalfonden Axcel med en lang række virksomhedsopkøb i bagagen.

Sådan ser han imidlertid ikke selv på tingene. Hans grundlæggende værdier er grundlagt i en lille købmandsbutik mellem Vejle og Fredericia. Den lå ud til Vejle Fjord, hvor der ikke skete ret meget om vinteren, mens der var fuld knald på i sommerperioden.

“Jeg har bare fået en god, sund fornemmelse for virksomheder. Mange vil nok sige, at jeg har forståelse for det gode købmandsskab. Det ligger i årene på mig. Sammen med en analytisk kraft, som jeg især fik trænet i McKinsey, er det nogle af mine forcer,” siger Per Christensen, der samtidig understøtter at hans netværk også hører med til forcerne hos ham.

Han er i dag aktiv i sin egen forretning, der

hedder M/S2 Holding ApS, hvor der er aktiver for 520 mio. kr.

“Jeg er jo en heldig rad på den side,” siger Per Christensen om de store værdier, der udgør de væsentligste aktiver i hans samlede formue.

Aktiverne i M/S2 er en stribe virksomheder inden for mange forskellige brancher – køkkenfirmaet Designa er et af aktiverne. Han betegner sig selv som opportunistisk i sine opkøb og har ingen favoritbrancher. Ligger der en god businesscase på den flade hånd, så slår han til.

Det gælder bl.a. Designa, der igennem flere år havde været under rekonstruktion, og kunne erhverves til en rimelig pris, hvor Per Christensen fik indflydelse på udviklingen af selskabet og samtidig hånden på kogepladen, som han udtrykker det.

Han har også købt dele af det krakkede Hesa-light ud af konkursboet. Disse aktiver ligger nu i selskabet Novalume A/S.

“Jeg kigger bl.a. ind i selskaber, hvor konkurrencen ikke er så hård, og hvor der har været nogle særlige forhold omkring selskabet. De kan være udfordrede på forskellig vis, eller der

“tig flot igennem,” siger Rune Stephansen, der er adm. direktør i Nobia.

I Danmark omsætter Nobia for 2,5 mia. kr. Det samlede marked i Danmark er i størrelsesordenen 7,5 - 8 mia. kr., og Nobia er markedsleder med en andel på godt 30 pct.

En af årsagerne til nedgangen i 2018 og stigningen i starten af året skal findes i produktet HTH, hvor der på et tidspunkt var en usikkerhed om brandet, da det f.eks. blev solgt i en discountudgave. Det er der kommet styr på nu, og salget er gået op, oplyser Rune Stephansen.

Også generelt er der en god udvikling på det danske køkkenmarked.

“Det danske marked er i sin helhed positivt. Min bedømmelse er, at vi får et positivt helår i 2019, og der er intet i den danske økonomi, der indikerer, at der er vanskeligheder forude, så det ser relativt lyst ud. Det kan vi godt konkludere uden at være alt for optimistisk. Der er ikke de store faresignaler. Vi ser jo en vækst,” siger Nobia-direktøren.

Tror du, at jeres omsætning i 2019 vil være bedre end i 2018? ▶



Per Christensen er medejer og næstformand i Designa Kitchen Group. Foto: Jeppe Bøje Nielsen

er ikke så mange oplagte købere. Det er ofte dér, jeg kommer i spil. Jeg går efter de langsigtede investeringer,” siger Per Christensen.

Og der er blevet skabt store værdier i forbindelse med handlerne omkring køkkenproducenten TCM Group og det nordjyske selskab Cimbria, der laver landbrugsudstyr.

I mange år var Per Christensen partner i kapitalfonden Axcel, hvor bl.a. smykkekoncernen

Pandora endte med at blive en forretning for ejerne.

Axcel købte 60 pct. af Pandora i 2008 for under 2 mia. kr. og børsnoterede selskabet to år senere til en samlet værdi på 27 mia. kr. Forløbet med Pandora betød ifølge Berlingske, at Axcel fik sine penge 40 gange igen, en af de bedste investeringer nogensinde i en europæisk kapitalfond, og overskuddet lå i omegnen af 20 mia. kr. for Axcel og fondens investorer.

Per Christensen bor i Trørød med ægtefællen Mary Ieben Asmund Christensen, der er advokat og partner i Kromann Reumert. Parret har to drenge – den ene på vej ud af gymnasiet og den anden på vej ind efter et skoleophold i USA.

Formen holdes ved lige med cykelture til og fra København, hvor Per Christensen arbejder. Det giver i alt 40 kilometer i benene. Hertil kommer mere tid på cyklen under træning, der bl.a. bringer ham til udlandet sammen med et team af andre cykel-entusiaster.

“Og så holder jeg mig i form på bl.a. en Thorax-maskine. Det er en langrendsmaskine, der er udviklet af den danske læge Ulrich Ghisler. Den er super god til at lave coretræning på. Så det gør jeg et par gange om ugen, hvis jeg kan slippe afsted med det,” siger Per Christensen.

Han har lovet sig selv, at han skal have mindst en times motion om dagen.

“Ellers bliver jeg sur på mig selv og mister mental kraft,” understreger han. ■

Et ordentligt produkt, et ordentligt brand og et ordentligt serviceniveau – det er områder, som vi accelererer på

Erik Høj, adm. direktør i Designa Kitchen Group

- ◀ “Jeg vil da blive skuffet og overrasket, hvis det ikke bliver sådan,” siger han.

De danske forbrugere har fortsat smag for at bruge mange penge på køkkener og bad. Interessen for disse investeringer i design og boligindretning er større end i f.eks. Sverige, og kunderne er rede til at bruge flere penge, mener Rune Stephansen.

“I Danmark har der i de seneste år været en meget kraftig fokuseringer på erhvervsmarkedet. Det har løftet godt, og der har virkelig været meget byggeri. Se blot på København, hvor der virkelig er bygget meget. Det kan godt være, at der kommer en forskydning i markedet, fordi København er mættet med de dyreste lejligheder,” siger han.

Forskydningen vil formentlig gå i retning af f.eks. boligforeninger, ejendomsselskaber og renoveringer.

“Under forskellige konjunkturer vil der altid være en forskydning af segmenterne. Det er vigtigt, at man forstår, at når licitationsmarkedet i København viger, så er der andre segmenter, der

er stabile og måske vokser. Det skal vi finde ud af for vores del,” siger Rune Stephansen.

Nobia har i lighed med mange andre virksomheder fokus på en grønne omstilling og går i høj grad op i, hvor stort et CO₂-aftryk virksomheden efterlader.

“Vi overvejer hele tiden andre materialer, og i det hele taget er den grønne omstilling super-vigtig for hele byggebranchen, som vi jo er en del af,” siger Nobia-direktøren,

Han betragter det danske køkkenmarked som stort i forhold til landets størrelse, og bemærker, at der “sørme også er mange køkkenproducenter”.

Han kaster sig ikke ud i en drøftelse om konsolidering af en branche med enkelte deltagere, der har det hårdt. Men det er tæt på.

“Der er saftsuseme mange producenter. Og så er der selvfølgelig spørgsmålet: Hvordan og hvorledes? Nu har vi jo haft nogle gode år, og ingen sidder med krystalkuglen og ved, hvordan det ser ud om to til tre år for os, der er på markedet,” siger Rune Stephansen. ■