

ENTREPRENÖR

Varje dag om små och medelstora företag

■ Vad vill du läsa om på DI Entreprenör? Tipsa oss, entreprenor@di.se
08-573 650 00

Redaktörer: Katarina Butovitsch, katarina.butovitsch@di.se, tel 08-573 650 63 och Peter Lundegårdh, peter.lundegardh@di.se, 08-573 651 78

Öppet mål för sportbolaget

Skellefteåbaserade Nordic Sport blir ny partner på arenautrustningar åt Idrottsveriges största specialförbund, Svenska Fotbollförbundet.

”Det är en marknad med otroligt stark potential”, säger Dennis Österberg, ägare till Nordic Sport.

Partneravtalet innebär att Nordic Sport, som tillverkar friidrotts-, ishockey- och fotbollsutrustning, sponsrar Svenska Fotbollförbundet, SvFF.

I gengäld blir företaget ensam lanserat av SvFF som leverantör av arenautrustningar, bland annat fotbollsmål, hörnflaggor och spelarbåsar, och får använda sig av förbundets namn på sina produkter. Företaget finns även med på förbundets hemsida och vid vissa matcher.

”Vi kommer förmodligen in på de flesta arenor där vi inte har varit aktuella tidigare”, säger Dennis Österberg, ägare till Nordic Sport.

Förspång mot konkurrenterna

I Sverige säljs arenautrustning för fotbollen för cirka 25–30 miljoner kronor årligen. Nordic Sport sålde före avtalet för cirka en tredjedel.

”Nu eftersträvar vi att ta mer än hälften av marknaden. Det kan göra en ökning på 10 Mkr i omsättning för oss”, säger Dennis Österberg.

Företaget ska även utveckla produkter tillsammans med SvFF.

”Det är något vi har eftertraktat länge. Vi får ett förspång mot konkurrenterna.”

Nordic Sport omsatte 49 Mkr förra året, 6 Mkr mindre än rekordåret 2008.

”Men resultatet stärktes till cirka 1,2 Mkr efter finansnetto och vår vinstmarginal har gått upp”, säger Dennis Österberg.

”Det var lite läskigt”

Omsättningsminskningen berodde på att företaget har skurit bort olönsam produktion, bland annat till idrotter som handboll och basket.

Dessutom dök den svenska marknaden under augusti, september och oktober förra året.

”Det skedde nästan ingen försäljning av idrottsutrustning över huvud taget i Sverige. Varför vet vi inte, möjligen var kommunerna oroliga för hösten och drog in på inköp”, säger Dennis Österberg.

”Det var lite läskigt. Vi levde på vår export. Men november och december var jättebra, och i år ser det ut att bli nytt omsättningsrekord.”

CAMILLA ANDERSSON
camilla.andersson@di.se
070-598 70 04



NY CHEF. Fagersta Hygiens nye vd, Mats Högbäck, siktar på att bredda sortimentet. Företaget är annars mest känt för sina badrumsskåp.

FOTO: ROBERT ÖSTERLIND



EFFEKTIVARE. Snart bygger företaget en ny slutmonteringslina för sina badrumsskåp.



FÖR BARNEN. Skötbord är en av företagets många produkter.

Ny vd höjer tempot

Fagersta Hygiens försäljning ska dubblas på två år

FAGERSTA

Nya produkter och en koncentration på kärnverksamheten är recepten som ska ge den anrika badrumsskåpstillerkaren Fagersta Hygien mer luft under vingarna. ”Mitt uppdrag är att fördubbla omsättningen till 2012”, säger företagets nye vd, Mats Högbäck.

Väldigt många svenskar har en relation till Fagersta Hygien, eftersom företagets badrumsskåp har monterats i svenska lägenheter ända sedan miljonprogrammets tid på 1960-talet. Fast under större delen av företagets livslängd har det ägts av Samhall.

Köpte bolaget 2008

2004 tog den dåvarande platschefen i Fagersta, Sten-Åke Andersson, över bolaget och gav det namnet Femett. Och i november 2008 köpte affärsmanen Peter Kandel, genom sitt investmentbolag Kandel Management, företaget och ändrade namnet till Fagersta Hygien.

Under varumärkena Kungsör och Femett tillverkar företaget allt från badrumsskåp i plåt och trä till hygienskåp, medicinskåp, vinklade väggspeglar, dispenser, skötbord och skåpbelysningar.

Vill effektivisera

Efter sitt övertagande inledde Peter Kandel omedelbart en effektiviseringsprocess, ett arbete som Mats Högbäck nu har i uppdrag att fortsätta. Han tillträdde som vd för en månad sedan efter åtta år som vd för Kablageproduktion i Västerås. Tidigare har han arbetat i 25 år i olika roller inom ABB-koncernen.

”Fagersta Hygien har fram

Di FAKTA

Fagersta Hygien

- **Ägare:** Kandel Management.
- **Omsättning 2009:** 18 Mkr.
- **Budget 2010:** 21,6 Mkr.
- **Resultat före skatt:** Minus 168 000 kronor.
- **Budgeterar plus** 617 000 kronor i år.
- **Anställda:** 13.

till nu gjort allt själv, från ax till limpa. Man har köpt in plåt, bockat och klippt den, svetsat, målat, slutmonterat och sedan transporterat i väg de färdiga produkterna från fabriken”, förklarar Mats Högbäck.

”Nu siktar vi in oss på att köpa in produkter och tjänster av leverantörer som kan göra det här effektivare. Vi kan ju inte mäta oss med exempelvis duktiga plåtföretag som har hypermoderna maskiner för plåtbearbetning. Vi ska i stället sikta in oss på att bygga en modern linja för att göra slutmonteringen på ett bra och effektivt sätt.”

Utvecklar nya produkter

Därför säljs nu flera av Fagersta Hygiens maskiner. Och omkring tre fjärdedelar av den 3 500 kvadratmeter stora fabriken i Fagersta, som bolaget äger, ska hyras ut till andra företag.

”Vi räknar med att öka volymerna ordentligt de båda närmaste åren, både på

befintliga produkter och på de nya produkter som vi håller på att utveckla. Det nya handlar om andra artiklar som används i samma miljö som skåpen, exempelvis handdukhängare, toapappershållare, krok och sådant.”

Till privatpersoner

Hittills har Fagersta Hygiens produkter mest sålts genom grossister som Ahlsell, BIG, Byggseslag, Dahl och Grunda. Men allt fler förfrågningar från privatpersoner gör att företaget tittar på möjligheterna att sälja en del direkt via webben. Att bredda marknaden utanför Sverige är en annan sak som Fagersta Hygien inte utesluter.

”Vi ser verkligen framtiden an med tillförsikt. Vi har en stabil och växande orderingång på våra befintliga produkter”, förklarar Mats Högbäck.

ROBERT ÖSTERLIND
robert.osterlind@di.se
070-593 27 45