

# ELEKTRONIKK

68. årgang

B R A N S J E N

Nr. 7/2004



**Nye prognoser viser  
god omsetningsvekst**

**Siba med overskudd  
og nytt stormarked**

**HP satser på lyd og bilde**

**Strykerobot fra Siemens**





**MOCCAMASTER:**  
- Med denne kvernen gjør Moccamaster det mulig å lage den perfekte kopp kaffe! sier Jan Fredrik Hagen (t.h.) i Wilfa og Gerard Clement Smit i Technivorm.

# Feirer 40 med ny kvern

- Vi kompromisser aldri på kvaliteten, sier Gerard Clement Smit (74). Han er mannen bak Technivorm B. V., som produserer Moccamaster. Selskapet feirer 40 år med å lansere en ny kaffekvern på det norske markedet.

Siden 1984 har Wilfa solgt over 1,1 millioner kaffetraktere av merket Moccamaster i Norge. Så er da også tonen hjertelig da adm. direktør Jan Fredrik Hagen og produkt- og markedsansvarlig Morten Hoff i Wilfa ønskes velkommen til fabrikk i Amerongen i Nederland.

Gerard Clement Smit og viseadministrerende direktør Ina ten Donkelaar har sørget for at det norske flagget henger oppe, og nytraktet kaffe står på bordet.

### FØRSTE TRAKTER I 69

- Det skulle bare mangle at det serveres god kaffe i dette huset, sier Smit.

I 1969 lanserte han sin første kaffetrakter, og i 1983 kom den første

profesjonelle kaffemaskinen på markedet. Året etter startet samarbeidet mellom Technivorm og Wilfa. Mannen som hadde hatt det norske agenturet for Moccamaster siden 1973, Bjørn A. Larsen, døde. Gjennom Norsk kaffeinformasjon kom Smit i kontakt med Jan Wilhelmsen og Martin Vinje i Wilfa. Dette var starten på et småelektrisk eventyr.

- For oss var Norge bare et av de skandinaviske landene, med en vakker kystlinje og mye fisk. Vi kom imidlertid i kontakt med Norsk kaffeinformasjon, en uavhengig institusjon som stilte svært spesifikke krav for å godkjenne våre traktere. Da vi oppfylte disse, ble vi godt fulgt opp av kaffeleverandørene. Vi vant en forbrukertest i TV, og salget gikk til værs!

### VILLE IKKE KOMPROMISSE

Slik beskriver Smit veien til suksess. Men det var også små skjær i sjøen. For eksempel ønsket Wilfa at Moccamaster skulle produsere rimeligere traktere.

- Det norske markedet var ikke vant til dyrere maskiner, men vi ville ikke kompromisere på kvaliteten. Etter at Moccamaster vant forbrukertesten i norsk fjernsyn, var da heller ikke dette noe stort tema, sier Smit.

Han karakteriserer Wilfa som en

svært stabil samarbeidspartner, og sier med et glimt i øyet at beslutningene deres av og til sitter litt langt inne.

- Wilfa stiller spørsmål som jeg aldri hadde drømt om å få. Men meningene deres er verdifulle, og beslutningene er solid basert. Også de norske kundene er svært bevisste, og det er en fordel for oss. Folk i Norge er svært positive til kaffe. De finner stor glede i å drikke kaffe sammen, og det gjør meg nesten litt sjalu siden jeg selv elsker kaffe! I Norge ser man på gleden av en god kaffekopp, før man ser på prisen. Det er motsatt her i Nederland, vi har alltid vært et land med kremmere, sier Smit.

### DESIGNER AV PROFESJON

Han innrømmer at den forretningsmessige delen av virksomheten ikke appellerer mest til ham.

- Jeg er industridesigner av profesjon, og har bygd opp fabrikk for å produsere mine egne artikler. Jeg har vært nødt til å være forretningsmann for å holde driften i gang, men typisk nok har vi ingen egen salgsorganisasjon. Vi selger på vårt gode navn, som signaliserer kvalitet og eksklusivitet, sier Smit.

Totalt er 150 personer involvert i produksjonen, hvorav 90 arbeider ved fabrikk i Amerongen. En





**NEDERLAND:** Technivorm holder til på et jorde i Amerongen i Nederland. Her produseres hvert år 220.000 kaffe-traktere - for hånd.



**HÅNDLAGET:** Gerard Clement Smit følger stadig med i produksjonen. Formen på dette aluminiumsrøret kjenner vi igjen fra Moccamasteren.



**DEN FØRSTE:** Smit viser frem sin første kaffekvern. Denne utviklet han i 1964. I bakgrunnen ser vi modellene som har ført frem til årets nyhet.



**MØTE:** Gerard Clement Smit (f.v.), Ina ten Donkelaar, Morten Hoff og Jan Fredrik Hagen diskuterer nye modeller i Amerongen.



**FAVORITT:** Gerard Clement Smit fremholder denne kompakte trakteren som sin favoritt. Nå håper han også kundene vil oppdage maskinen, som skrur seg av automatisk når kannen fjernes.



**NYHETER:** Produkt- og markedsansvarlig Morten Hoff studerer nye modeller. Legg merke til de ferrarifargede trakterne!

underleverandør i Tyskland lager varmeelementene. Men Smit vil ikke høre snakk om å flytte hele eller deler av produksjonen til det fjerne Østen.

– En periode hadde vi en fabrikk som lå åtte-ni mil herfra. Selv det var for langt unna, fordi jeg måtte reise dit så ofte for å følge med, sier Smit.

Han har planer om å øke produksjonen fra 220.000 til 300.000 kaffetraktere i året – hvis etterspørselen tilsier det.

#### **NORGE VIKTIG MARKED**

– Norge er et svært viktig marked for oss, men vi får stadig positive tilbakemeldinger også fra andre deler av verden. For eksempel har vi ikke turt å satse skikkelig på USA, for man vet aldri hva som vil skje hvis det tar av der borte, smiler Smit.

– Hvilket av dine produkt er du mest fornøyd med?

– En veldig interessant maskin, som jeg utviklet fra 1992 til 1994. Den heter Moccamaster GCS, og strømmen slår seg automatisk av når kannen fjernes. Samtidig slår dryppstopperen inn. Trakteren kan henge på veggen, den er svært kompakt. Dessverre har ikke kundene våre fatet interesse for den ennå, sier Smit.

Han er levende opptatt av kaffe og trakterne sine, og presiserer at han

ikke ville produsert noe som ikke interesserer bare for å tjene penger.

– Fabrikken er mitt barn. Selv om jeg tar det litt mer med ro og overlater stadig mer til mine medarbeidere, er jeg fortsatt dedikert til driften. Da jeg lå på sykehus og stirret i taket etter en ryggoperasjon i 1999, startet jeg å designe vår nye kaffekvern. Denne har gjort konseptet vårt komplett; vi skal hjelpe folk til å lage den perfekte kopp kaffe!

Mye avhenger av introduksjonen på markedet, at vi lykkes i å forklare kunden hvilke muligheter kvernen har:

Kvernen gir en malingsgrad som er ideell for filtertraktere, oppbevaringsboksen er lufttett, og dispenseren måler nøyaktig kaffemengde.

De tre enhetene selges samlet eller enkeltvis. Det er ikke lett å se at det er en kvern ved første øyekast, men Wilfa har gjort en strålende jobb med å utvikle en demonstrasjonsløsning for butikkene, sier Smit.

#### **LANSERER KOMPLETT PAKKE**

Produkt- og markedsansvarlig Hoff forteller at de i høst vil pakke kvernen sammen med trakter, kaffebok, kaffebønner, filter og rensemiddel.

– Det blir den perfekte julegave, sier han.

Gerard Clement Smit markerer i

år at det er 40 år siden Technivorm ble etablert. Nesten like lenge har visedministrerende direktør Ina ten Donkelaar vært ansatt. Hun begynte som kontoransatt etter et par måneder, og har siden gått gradene.

– Hun viste initiativ, tok videreutdanning og kan vise til elleve eksamener, sier Smit.

#### **UTNEVNT TIL RIDDER**

ten Donkelaar leder blant annet arbeidet mot distributørene.

– Jeg blander meg borti alt, og trives svært godt. Hadde jeg ikke likt å jobbe med Gerard, ville jeg sluttet for lenge siden! Gerard kunne gått av med pensjon for lenge siden, men jeg tror ikke han ville trives med det, sier ten Donkelaar.

– De trodde jeg skulle trekke meg tilbake da Dronningen utnevnte meg til ridder av Oranjeordenen i 1999! ler Smit.

Han sier livet har fart godt med ham.

– En god kopp kaffe betyr mye. Det er ikke bare en drikk, men en inntektskilde. 25 millioner mennesker lever av kaffe på verdensbasis. Jeg er glad for å være en av dem.

TEKST OG FOTO:  
STIAN SØNSTENG





**TRAKTER:** Jan Fredrik Hagen i Wilfa får prøve seg i produksjonen. Gerard Clement Smit, Gerda Quint og Sandra Kersten følger spent med.

## - Flaggskipet vårt

- Moccamaster er et flaggskip i vår portefølje, sier adm. direktør Jan Fredrik Hagen i Wilfa. Selskapet er slanket fra 35 til 21 ansatte, og regner med gå i pluss igjen neste år.

**D**et er morsomt å representere noe som uten sammenligning er det beste innen sitt felt, sier Jan Fredrik Hagen.

Han har selv jobbet i Wilfa i to år, og er imponert over arbeidet selskapet har gjort med Moccamaster i Norge siden de overtok agenturet i 1984.

- Dette er en del av identiteten vår. Vi er den største enkeltkunden, og føler oss som en del av Moccamaster. Vi selger 95.000 traktere i året i Norge og Sverige og har startet salg i det fjerne Østen, blant annet Japan, sier Hagen.

Han sitter i styret i Norsk kaffeinformasjon (NKI), og innrømmer at godkjenningsordningen har betydd mye for Moccamaster.

### - IKKE SAMRØRE MED NKI

Han forstår antydningene i bransjen om samrøre, men avviser dette bestemt:

- Vi er to som representerer maskinleverandørene i et styre som ellers består av folk fra kaffebrenneriene. Wilfa har ingen innflytelse på godkjenningen fra NKI, men vi samar-

beider med dem for å få godkjent trakterne. Gerard Smit har virkelig strevd for å få godkjent alle trakterne sine, og i dag er de 14 godkjente traktere på husholdningsmarkedet alle av merket Moccamaster, sier Hagen.

Han forklarer situasjonen med at mange av de internasjonale gigantene ikke finner det lønnsomt å tilpasse seg til kravene i et lite marked som Skandinavia. Moccamaster er i en annen situasjon, siden de har Skandinavia som sitt største marked.

- Problemet er ikke å produsere en trakter med nok watt. Kunsten er å få riktig traktetid og temperatur; man må finne balansen mellom varmelement og resten av trakteren, sier markeds- og produktansvarlig Morten Hoff.

Han eier Morek, som er morselskapet til Wilfa. sammen med sin far, Stein Hoff. Senior er det Jan Fredrik Hagen kaller en "aktiv styreleder" i Wilfa.

Han forteller at Wilfa er i en endringsfase, der mye har vært gjort det siste halvannet året for å rasjonalisere driften og få bedre kontroll med kostnadssiden.

### KUTTET 14 ÅRSVERK

- Vi begynner å se resultatet av dette arbeidet, og har skapt en plattform for en sunn fremtidig utvikling. Vi er i dag 21 årsverk i Norge, vi var hele 35 i desember 2002. Blant annet kjøper vi nå alle servicetjenester eksternt. Vi omsetter for 165 millioner kroner i år - det samme som i fjor. I 2003 hadde vi et negativt resultat

etter skatt på 11 millioner kroner. Da hadde vi tatt en rekke engangskostnader. I år vil vi fremdeles få et negativt resultat, i overensstemmelse med budsjett. Fra neste år regner vi igjen med å kunne vise til et positivt resultat, sier Hagen.

Driften av datterselskapene i Danmark og Estland er stilt i bero, klar til å starte opp igjen når Wilfas kunder ønsker det.

### - STERKE EIERE

- Vi har gasset og bremsert samtidig. Eierselskapet er veldig sterkt finansielt, og vi har brukt betydelige midler på produktutvikling fordi eierne har ønsket å satse, sier Hoff.

Han sier Wilfa har brukt 2003 og 2004 til å posisjonere seg for fremtiden.

- Wilfa og Elram er våre egne merkevarer. I tillegg representerer vi Moccamaster, samt Remington pleieprodukt fra USA og det sveitsiske strykesystemet Laura Star. I Sverige og Finland har vi i tillegg Panasonic profesjonelt håndholdt elektrisk verktøy, som har 10 og 25 prosent av markedet, sier Hoff.

Han er spent på å rulle ut en ny demonstrasjonsløsning i 140 butikker, som skal vise den nye kaffekvernen i bruk.

- Vi ønsker å utvide markedet, for det selges lite kaffekverner i dag. Nå skal kundene i butikkene få kjenne lukten av nymalt og nytraktet kaffe, de kan til og med få brygge den selv!

TEKST OG FOTO:  
STIAN SØNSTENG