

# Ny direktør for handelsselskab øjner 30 mio i amerikansk omsætning inden for tre år

AF [THOMAS MØRCH](#)

Offentliggjort 09.01.18 kl. 12:02

**Det har været en dyr fornøjelse for handelsselskabet Kalu at etablere datterselskabet Nordic Food Export, der sælger danske fødevarer til især det amerikanske marked. Opstarten har været bekostelig og langsommelig, men nu forventer direktøren, at der kommer turbo på forretningen.**



Foto: Google Street View

46-årige Thomas Høy har fra årsskiftet sat sig bag cockpittet i Kalu, hvorfra han er klar til at styre handelsselskabet mod nye højder.

Og den nye adm. direktør i Kalu, der importer og sælger friske fødevarer som fjerkræ, vildt, trøfler og foie gras, kender allerede instrumenterne i den københavnske virksomhed. I 2014 købte han således de første aktier i firmaet, og i 2015 var han frontmand, da Kalu etablerede datterselskabet Nordic Food Export, der arbejder med at eksportere danske fødevarer til England, Tyskland, Canada, Dubai og ikke mindst USA, hvor selskabet indtil videre har lagt den største indsats.

**Vi skal vokse radikalt på bundlinjen."**

THOMAS HØY, NY ADM. DIREKTØR I KALU A/S

Fra etableringen af Nordic Food Export til indgangen af 2018 har han været direktør for datterselskabet, men med den nye titel som øverstkommanderende i moderselskabet, bliver hans arbejdsopgaver justeret.

"Kalu har haft et par omtumlede år pga. store opstartsinvesteringer i Nordic Food Export. Vi vidste godt, at det ville tage nogle år, før det ville komme til at virke. Jeg har brugt meget af

min tid på at få vind i sejlene, og nu begynder vi at have en stabil kundemasse i USA. Derfor bliver mit fokus på Kalu, og jeg vil begrænse rejseaktiviteten i forhold til tidligere, men jeg er stadig direktør i Nordic Food Export," fortæller Thomas Høy indledningsvist til FødevarerWatch.



Thomas Høy er ny adm.

direktør for handelsselskabet Kalu A/S.

Thomas Høy var godt klar over, at det krævede en stor investering at etablere Nordic Food Export, men det har alligevel været dyrere end forventet, erkender han.

"Vi vidste, at det ville koste. Jeg sagde til Carl Henrik (stifter og nu tidligere ejer af Kalu, Carl Henrik Skovdal, red.), da vi startede, at jeg troede, det ville koste mellem 2 og 2,5 mio. kr., men det holdt ikke. Det har vi nok overskredet med 1 mio. kr., når alt kommer til alt. Men vi har i slutningen af 2017 fået bekræftet nogle store aftaler, som træder i kraft i 2018. Det ser vi som et vendepunkt. Det kommer et år for sent, men nu er den der," siger han om Nordic Food Export, der blandt andet har Claus Meyers amerikanske projekter som kunde.

I det seneste regnskabsår for 2016/17, der sluttede med udgangen af april 2017, kom Kalu ud med et underskud på minus 900.000 kr. Underskuddet skyldes datterselskabet Nordic Food Export, som bidrog til det samlede regnskab med et underskud på 1,55 mio. kr.

### **Nyt regnskab skal nærme sig nul**

Kalu har isoleret set givet overskud hvert år, men Nordic Food Exports underskud har sendt det samlede regnskab i minus de seneste to år. Den udvikling skal vendes hurtigt, og det

gælder både den danske forretning Kalu og datterselskabet Nordic Food Export, forsikrer den nye direktør.

"Jeg har nogle lidt store krav til indtjeningen i de næste par år, fordi jeg ser et potentiale, som vi ikke har været gode nok til at udnytte. Vi skal vokse radikalt på bundlinjen. Det er alle tre ejeres ambition," siger han med henvisning til, at økonomichef Michael Landdorf Rasmussen og stifter af virksomheden Carl Henrik Skovdal hver ejer 20 pct. af handelsselskabet.

**Jeg er ikke i tvivl om, at vi inden for de næste to-tre år omsætter for over 30 mio. kr. i USA.**

THOMAS HØY, NY ADM. DIREKTØR I KALU A/S

Selskabets regnskabsår løber til og med udgangen af april, og dermed er 2017/18-regnskabet gået ind i de afsluttende måneder. Thomas Høy forventer, at Kalus første regnskab med ham som topchef bliver bedre end det forgangne år.

"Vi kommer igen med et underskud i Nordic Food Export, men dog ikke på nogen måde som sidste år, fordi vi har taget investeringer i forbindelse med opstarten én gang. For Kalu inklusiv Nordic Food Export har vi budgetteret med plus-minus et nul. Jeg tror ikke helt, vi når over nul, men det er svært at spå om, fordi Kalu er inde i nogle gode måneder."

### **Store forventninger til amerikansk marked**

Det er især oste i en høj kvalitet og tilsvarende høj prisklasse, Nordic Food Export har lykket sig med at eksportere til det amerikanske marked, hvor selskabet har fem-seks ret store kunder. Den største kunde er Murrays Cheese, der køber et bredt spektrum af selskabets varer hver 14. dag. Derudover er The Worlds Best Cheese og Gourmet Food International blandt de største kunder i USA.

Det har taget lang tid at komme dertil. De kunder, som Nordic Food Export starter en kontrakt med i 2018, begyndte selskabet allerede at tale med tilbage i 2015, og derfor forventer direktøren også, at udviklingen bliver eksponentiel i de kommende år.

"Jeg tror uden tvivl, at vores amerikanske salg vil stige drastisk. Selvom vi har brugt de første to år på at have en omsætning på samlet et par millioner, så tror jeg, at det regnskabsår, som begynder i maj, kommer til at give mellem 10 og 15 mio. kr. i omsætning bare i USA. Det er endda med et lille sortiment, men med den loyalitet, som vi har opbygget hos enkelte kunder, så tror jeg meget på det. Jeg er ikke i tvivl om, at vi inden for de næste to-tre år omsætter for over 30 mio. kr. i USA."

Nordic Food Export har en person ansat på konsulentbasis i New York, mens selskabet også samarbejder med selskabet Norrskyr, der er ejet af to danskere. For eksportselskabet var det en overraskelse, hvad det kræver at etablere sig på den anden side af Atlanten.

"Det er det dyreste marked at komme ind på, men det er også det marked med det største potentiale. Vi troede, at logistikken ville blive vores største udfordring, men det er det slet ikke. Det har vi mere eller mindre haft styr på fra dag 1. Samtidig har alle godkendelser, som FDA-registreringer og tredjepartscertificeringer og andre krav taget tid, men det har vi haft fint styr

på. Den største udfordring er, at fra kunder indikerer, at vores produkter er spændende til, at de begynder at købe, går der så lang tid. Det skal passe ind i nogle rytmer og nogle andre distributører osv. Det havde jeg ikke forestillet mig skulle være så stor en øvelse."

*Burde du have set det?*

"Måske. Hvis jeg havde brugt 100.000 kr. på yderligere en analyse, men det valgte jeg ikke at gøre."

Erfaren fødevaremand giver depechen til sit livsværk videre

Thise-oste skal prøve lykken i USA og Canada

Danske håndværksoste åbner døren til lugtesultne newyorkere