

Man brukar prata om **40-årskris**, en tidpunkt när en person nått ett slags mittpunkt i sitt liv. Den typen av kris går inte att överföra på en verksamhet, och speciellt inte på agenturföretaget **KafeKO**, som i år firar sina första fyrtio år. Optimismen flödar i verksamheten och prognoserna inför framtiden ser intressanta ut. Inte mycket som ger vd, och ägare, **Johan Hintze**, gråa hår med andra ord.

TEXT BO WALLTEG FOTO KAFEKO



Syntegon horisontal flowpack- och toplading-linje för choklad hos en av Kafekos Nordiska kunder. Från vänster syns Steven Rossmann, Syntegon Food Sales Director EMEA, Johan Hintze, Kafeko Nordic, Christian Korte, Syntegon Food Vice President och René Jelen, Kafeko Danmark.

KAFEKO KÄNNER INGEN 40-ÅRSKRIS – FRAMTIDEN SER LJUS UT

Det har onekligen hänt en hel del sedan Esko Ahtola grundade företaget år 1981. Han hade då varit i Tyskland några år och fått kontakt med en del företag som skulle kunna ge en grund till ett agenturföretag i Finland. Inledningsvis var det bara han och en bokförare på deltid. Verksamhet höll i gång och år 1990 kom Johan Hintze in i verksamheten för att i mitten av nittioalet lämna den ett par år och komma tillbaka igen med tanken att köpa företaget av Esko som var i pensionsåldern. Så kom det att bli och snart ägde Johan sjuttio procent av verksamheten (år 2008 blev det hans till etthundra procent). Sex år tidigare kompletterades företagsnamnet till Kafeko Nordic Oy.

- Jag insåg tidigt att vi behövde ha en nordisk närvaro för att kunna expandera på det sätt jag ville, berättar han. Det var dock inte en självklarhet, det tog drygt fem år av diskussioner med våra huvudmän om att vi kunde hantera hela den nordiska marknaden.

- Vi lyckades och vi fick rättigheterna. År 2010 bildades Kafeko i Sverige och i Norge och ett år senare i Danmark. Island är ju också en del av Norden, och vi har faktiskt gjort en del bra affärer där, men vi sköter den marknaden från Norge.

Två ben

När Esko Ahtola startade hade han två ben att stå på i företaget, det ena var agenturen för Hesser AG, ett företag med anor tillbaka till mitten av 1800-talet och ett av de som lade grunden till den tyska förpackningsmaskinindustrin. De tillverkade förpackningslinjer för kaffe, mjöl och socker. Det köptes av Bosch på sjuttioalet (Robert Bosch Apparatebau GmbH som senare blev Bosch Packaging Technology). Bosch var då för övrigt själva nya på marknaden sedan år 1969. Det andra benet var processutrustning för kafferoasterier, tillverkade av världsledande Probat.

Numera heter det inte Bosch, 2020 blev man Syntegon med högklassig tillverkning av förpackningslinjer för livsmedel- och läkemedel

och de tillsammans med Probat är fortfarande två grundpelare i Kafekos verksamhet som i dag även omfattar svenska Evomatic som levererar automatiseringslösningar, HDG som tillverkar påsfillningsmaskiner, Rotzinger PharmaPack som tillverkar maskiner för packning av läkemedel (och är en avknoppning från Syntegon) samt kvalitetskontrollutrustningar från Mekitec. Det är en mix med företag som Johan Hintze är bekväm med. Kafeko har kontor i Karlstad, Helsingfors, Korsör (Danmark) och Oslo och fem servicetekniker fördelade på Sverige, Finland och Danmark.

- Det vore inget problem att lägga till företag på listan, jag får minst ett samtal i veckan om förslag på samarbeten, men vi känner att vi är rätt nöjda nu. Ska vi ta på oss ytterligare agenturer måste vi känna att vi verkligen kan bidra och ha personal för det, och i dag har vi fullt upp med det vi har.

- Samtidigt stänger vi inga dörrar för diskussioner, det vore fel.

» **Våra servicetekniker är mycket kvalificerade, men när det kommer till de riktigt stora och avancerade installationerna måste vi ofta ta hjälp från våra huvudmän, vilket i sig inte är något problem.**

- Det här är något som driver på vår utveckling. En annan pådrivare är hållbarhetsfrågorna, säger Johan Hintze. Det handlar inte sällan om nya förpackningsmaterial som ska in i existerande linjer eller som kräver nya maskininvesteringar. Det är ofta stora processer och vi har många projekt inom det för närvarande.

- Livsmedelsindustrin har klarat sig mycket bra under pandemin och har ökat med mellan sex och tio procent. För ögonblicket är det inget som påverkat oss så mycket, de har haft så mycket att göra att det här med investeringar har fått skjutas åt sidan. Nu börjar vi dock se effekten av ett uppdämt behov och det ser väldigt intressant ut inför nästa år.

- Det är också intressant att notera att problemen med logistikkedjorna som råder, gör att företag tidigarelägger sina investeringar

för att vara säkra på att ha den kapacitet man behöver i framtiden. Leveranstiderna är idag cirka en till två månader längre än före pandemin.

- Vi har inte sett så mycket av det i Norden ännu, men på andra marknader, till exempel i USA är det tydligt.

Investeringsbehov i kaffeindustrin

Kaffe är så klart ett livsmedel, om vi ser specifikt på detta område, så bedömer Johan Hintze att det finns ett stort behov av investeringar även här. Nya förpackningsmaterial kräver ny teknik och det finns generellt ett investeringsbehov. Maskinparken i denna rostningsorienterade bransch börjar "rosta" lite och behöver bytas ut. En svensk, stor producent har precis avslutat investeringen i en ny fabrik och mycket annat är på gång. Kaffemarknaden svarar för cirka tjugo procent av Kafekos omsättning.

När Esko Ahtola startade låg försäljningen på cirka en halv miljon euro, idag säljer Kafeko för fyrtiofem miljoner euro på femton anställda, och mer ska det så klart bli.

- I vår plan ligger att vi ska ha nått femtiofem miljoner euro och vara tjugo anställda år 2024, säger Johan Hintze.

Finns överallt

Så här långt är det livsmedelsindustrin som svarar för den stora delen av omsättningen. Kafeko är i princip inne på alla stora livsmedelsbolag i Norden, på det ena eller andra sättet men även hos de lite mindre företagen, till exempel familjeföretag. Utvecklingstrenden hos livsmedelsindustrin är intressant.

- Vi ser tydligt hur intresset för växtbaserade livsmedel ökar, det gäller alla bolag, även de stora, och inte sällan krävs det maskininvesteringar för att det ska fungera. Många av de installationer vi gjort de senaste arton månaderna har en koppling till växtbaserade livsmedel. Du kan inte köra dem i de vanliga linjerna hos företagen.



Lars Andersson, Kafeko AB, Annelie Philipp, bågge från Kafeko i Sverige, samt Johan Hintze.



Ingo Binzen, Probat, Lars Andersson, Kafeko Sverige och Carsten Ehling, Probat på besök hos en kaffeproducent.
I bakgrunden är en rostmaskin från Probat-Werke, Neptune 1500.

- Det här är vårt stora expansionsområde, vi kommer att behöva ny säljkapacitet och vara strategiskt rätt uppbyggda, men det måste understrykas att vi inte börjar från noll.

Mer avancerade maskiner

Förpackningsmaskiner blir mer och mer avancerade och klarar att jobba i allt högre hastigheter. Dessutom byggs mer och mer elektronik in. Det ställer krav inte minst servicemässigt på ett företag som Kafeko.

- Våra servicetekniker är mycket kvalificerade, men när det kommer till de riktigt stora och avancerade installationerna måste vi ofta ta hjälp från våra huvudmän, vilket i sig inte är något problem.

- Maskinerna klarar mer och mer själva, de talas ofta om de helt operatörslösa linjerna, och de kanske kommer inom vissa områden men när det gäller packmaskiner som ska jobba med olika produkter och material tror jag det kommer att dröja. Ärligt talat tror jag inte på helt operatörslösa maskiner.

Kafeko är i dag en av de stora leverantörerna av förpackningsmaskiner i Norden, och så är det tänkt att fortsätta vilket framgår av vad som sagts hittills. Planerna är dragna men samtidigt är det naturligtvis så att man som agenturföretag är helt i händerna på sina huvudmän, vad de investerar i och utvecklar, men med tanke på att flera av dem är världsledande känner Johan Hintze ingen oro över det. Man avser att fortsätta växa och hitta nya kollegor.

Kafeko, vad betyder det?

I vårt samtal har Johan Hintze kommit med tydliga åsikter och svar, men på den sista frågan blir det lite mer osäkert. Det är naturligt att fråga om varför man heter Kafeko, vad betyder det?

- Det är många som undrar, och det gäller nog oss själva också. Jag frågade Esko Ahtola när jag började på företaget men fick inget bra svar, bara något om kalcium och ferrum men inget som gjorde mig klokare, så faktum är att jag inte har ett bra svar att ge. Det borde vara lätt att ta det som en koppling till kaffe, men som sagt, jag vet inte.

Nord emballage gratulerar Kafeko till de första fyrtio åren och till en som det verkar, ljus framtid. Det känns som om det bästa inte har hänt ännu! **nord emballage**

► Mer monomaterial

Många kunder strävar i dag efter monomaterial och det dyker upp allt fler alternativ på marknaden, problemet är ofta att de uppför sig på ett annat sätt än de traditionella laminaten.

- Utvecklingen är intressant. Om någon för ett par år sedan hade sagt att det idag skulle finnas monomaterial för packning av till exempel kaffe skulle jag sagt att det inte finns en chans. Nu finns det både material och maskinlösningar.

- Det är dock lösningar som kräver mer av maskinparken. Ett exempel är temperaturnoggrannheten i förseglingsbackarna. Om det finns en marginal på plus/minus femton grader när man svetsar ett laminat, är den bara två grader för ett monomaterial av polyeten eller polypropen. Missar man det får man ingen försegling eller så bränner man materialet.

- Dessutom krävs det både förförsegling och huvudförsegling. Monomaterialen kräver kunskap och den kunskapen finns hos kaffeproducenterna på den nordiska marknaden.

En annan trend är att man går från plast till papper och där lanserade till exempel BillerudKorsnäs och Syntegon en lösning för cirka fem år sedan. Nya material och nya maskinlösningar med andra ord och det öppnar i sin tur nya möjligheter för Kafeko. Läkemedel i hela Norden

Det finns mycket som talar för en positiv utveckling för Kafeko, men ska man nå omsättningsmålen år 2024 krävs mer och det kommer man att lösa genom att satsa hårt på förpackningsmaskiner till läkemedelsindustrin, ett mycket krävande område. Syntegon är en tillförlitlig leverantör här och Rotzinger PharmaPack likaså.

- Syntegon har ett femtio/femtio förhållande mellan livs- och läkemedel, man har utrustning både för flytande och fasta läkemedel, och i många länder är det olika företag som representerar de bägge områdena. Vi har hittills bara sålt till livsmedelsindustrin i Norden, förutom i Finland. Nu har vi träffat ett avtal med Rotzinger PharmaPack och börjar sälja till hela den nordiska läkemedelsindustrin, ett intressant, men krävande område.

- Vi pratar om en helt annan försäljningsprocess som är mycket mer avancerad och krävande och det innebär att man inte med automatik kan sälja till denna marknad bara för att man är bra på att sälja till livsmedelsindustrin, säger Johan Hintze.

- Alla steg i försäljningsprocessen ska dokumenteras och godkännas av läkemedelsmyndigheterna och det kräver stor kunskap och tar tid. Det ska valideras, optimeras och godkännas. Bara kostnaden för detta är betydligt högre i läkemedelsindustrin.