

A NYHETER MATEN VÅR

Dagligvaremilliardærene viser til marginer på rundt 4 prosent når de forsvare matprisene. Men avkastningen de sitter igjen med, ligger rundt 14-15 prosent.

Matbaronene tjener mye mer enn «en krone her og en krone der»

MARITA E. VALVIK

Hver dag legger norske forbrukere igjen 445 millioner kroner i matbutikkene. Eierne sitter igjen med en langt større del av pengene enn de liker å gi inntrykk av.

– De overpriser varene, svarer Maria Nordbø Baugstø (25) kontant da Aftenposten spurte henne hvordan eieren av matkjeden de handler hos blir så rik.

Det er trangt i den lille, søndagsåpne Joker-butikken på Holten i Oslo, der vi møter henne. Kundene her legger igjen penger som ender opp i lommeboken til eier av Norgesgruppen, milliardær Johan Johansson (48).

– Norgesgruppen er ikke alene om det. Rema 1000 og Reitanfamilien gjør det samme. Og sammen har de for mye makt til å presse småleverandører ut av markedet, fyller forloveden Stig Marius Halvorsen (25) raskt inn.

Små marginer, mange milliarder
«En krone her og en krone der», lokker Kiwi på bæreposene sine. Aktørene i mat- og butikkbransjene har lenge kranglet om hvem som har skylden for høye, norske priser, hvem som har mest makt, og om konkurransen er god nok. Mange har pekt mot de nå bare tre aktørene som har full kontroll i alle butikkene - Norgesgruppen (Joker, Kiwi, Meny og Spar), Coop og Rema 1000.

– Vi er i en bransje hvor det ikke er høye marginer, men store volumer.

Slik begrunnet konsernsjef Tommy Korneliussen Norgesgruppens 2014-resultater i mars i år.

Dagligvarebaronene forsvare seg altså med at de har lave marginer, mens leverandørene har svært mye høyere marginer. Regnskapstall for lønnsomheten, viser imidlertid at dette bildet er snudd på hodet de siste årene. Korneliussens lave marginer og store volumer viser bare deler av bildet.

Snudd på 15 år

Tall Aftenposten har hentet inn fra årsrapportene til Norgesgruppen viser at de hadde en avkastning på 14,5 prosent. Reitangruppens eiere sitter igjen med 14,6 prosent, mens matleverandøren Orkla har 11,1 prosent.

Matbaronene sitter altså årlig igjen med 11-15 kroner for hver hundrelapp de har investert. Den årlige avkastningen på 11-15 prosent kan sammenlignes med gevinsten fra aksjefondet eller renten på sparekontoen din.

For 15 år siden var det Orkla som kunne vise til best lønnsomhet. Da var den på 13 prosent, mens de to dagligvarekjedene lå på 10,6 og 11 prosent.

– Du kunne fått lavere priser

Endringen i hvem som stikker av med lønnsomheten, bekymrer blant annet Forbrukerrådet.

– Dette er en indikasjon på økt



Maria Nordbø Baugstø (25) og forloveden Stig Magnus Halvorsen (25) mener eierne av Joker, Kiwi og Rema sitter på for mye makt. – De eier for stor andel av butikkene som selger noe alle må ha: Mat. Uten skikkelige konkurrenter, blir de rike, sier Baugstø. FOTO: ALEKSANDER ANDERSEN

markedsrett og mindre konkurranse og viser at forbrukerne kunne fått lavere priser hvis konkurransen i dagligvarehandelen var bedre, sier fagdirektør Gunstein Instefjord i Forbrukerrådet.

Lavere risiko med butikker

Leverandørene opplever at redusert pris fra dem ikke nødvendigvis når ut til forbrukerne.

– Å tjene penger er helt legitimt, og det kritiserer vi ingen for, sier administrerende direktør Helge Hasselgård i Dagligvareleverandørenes forening (DLF), der blant annet Orkla er medlem.

Hasselgård påpeker at leverandørene bruker mye penger på å lage produkter som de ikke vet om slår an (se egen sak).

– Leverandørene må jevnlig investere i produksjonsutstyr og utvikle nye produkter. Dette innebærer en helt annen økonomisk risiko enn det å selge varene gjennom butikk, sier han.

Uenig i tallbruken

Norgesgruppen sier det er vanskelig å kommentere på disse tallene. – Aftenposten opererer med

ulike definisjoner, noe som kan påvirke konklusjonene, skriver direktør for næringsliv og myndighetskontakt Bård Gultvedt i en e-post.

Men i 2009 forklarte Norgesgruppen forskjellen på resultat og lønnsomhet nettopp slik:

«Resultat og lønnsomhet er ikke det samme. For å kunne se hvor lønnsom en virksomhet er, må en se på resultat i forhold til hva som er investert i den konkrete virksomheten.»

Flere finansanalytikere Aftenposten har kontaktet, mener dette er den beste sammenligningen.

– Kan drive butikk

Gultvedt trekker frem at driftsmarginene til Orkla er gode, og at Orkla har tatt seg råd til solide utbytter de siste årene.

– Norgesgruppen har de siste årene investert relativt mye, også sammenlignet med Orkla. En stor andel av Norgesgruppens investeringer bidrar til økt verdiskaping og økt effektivitet, skriver Gultvedt.

– Disse tallene sier ikke noe om maktforholdene, men hvem som

kan drive butikk eller ikke. Det finnes leverandører som tjener godt og leverandører som tjener dårlig, akkurat som det finnes kjeder som tjener bra og kjeder som tjener dårlig, sier Rema-eier Ole Robert Reitan.

– Vi vil ha et bedre utvalg

Utenfor Joker-butikken har de to unge kundene mye på hjertet når det gjelder butikkene de handler i. De er opptatt av pris, de ansattes forhold, men først og fremst forteller de om hvordan de som forbrukere opplever at kjøpmannen og kjedene ikke tar hensyn til hva de som kunder vil ha.

– Vi vil ha et bedre utvalg. Flere ganger opplever vi at varer vi kjøper jevnlig plutselig blir borte, sier Halvorsen.

marita.valvik@aftenposten.no

Ferske tall fra Orkla-Hagen

Hvor mye tjente Stein-Erik Hagen på Orkla i 1. kvartal? Selskapet legger frem resultat i morgentimene. Følg med på ap.no



Norges matbaroner



JOHAN JOHANNSON (48)

- Kontrollerer landets største handelshus, Norgesgruppen, med en omsetning på 71,4 milliarder kroner og et driftsresultat på 2,9 milliarder kroner. Driftsmargin 4,1 prosent.
- De største kjedene er Kiwi, Meny, Spar og Joker.
- Har i dag 39,9 prosent av dagligvaremarkedet, antas å øke når de får hånd om 50 av Ica Norges butikker.
- Tredje rikest i landet, med anslått formue på 27,8 milliarder kroner, ifølge Kapital.
- Familien har drevet grossistvirksomhet siden 1866, og startet med egne butikker for 15 år siden.



ODD REITAN (63)

- Eier Reitangruppen sammen med sønnene Ole Robert og Magnus, som blant annet kontrollerer Rema 1000, Narvesen, 7-Eleven og Uno-X.
- Norges nest rikeste, med en anslått formue på 31 millioner kroner, ifølge Kapital.
- Selskapet omsetter for 82 milliarder kroner og et driftsresultat på 2,4 milliarder kroner. Driftsmargin 3,6 prosent.
- Har en markedsandel på 23,7 prosent i dagligvaremarkedet.



STEIN ERIK HAGEN (58)

- Skapte sin formue gjennom Rimi, som i disse dagene skrur ned skiltene. Solgte livsverket til svenske Ica og eier i dag rundt 20 prosent av mat- og merkevareselskapet Orkla.
- Norges 6. rikeste, med en formue på 16,3 milliarder kroner, ifølge Kapital.
- Orkla omsetter for 29,6 milliarder kroner og har et driftsresultat på 3,2 milliarder kroner. Driftsmargin 10,9 prosent.

Fire av fem matvarer flopper

Idun gul tomatketchup, sjokoladen Soho og Spa-serien Explore har alle en ting felles: De kostet mer enn de smakte.

Produktene dukker opp når vi snakker om Orklas bommerter. Det er produkter selskapet har investert tid, design, testing, fabrikktilpasninger og annonsekroner i.

Likevel var det ikke mange nok forbrukere som ville ha produktet. For Orkla betyr dette penger rett ut av vinduet.

I Norge er tommelfingerregelen at fire av fem nylanseringer feiler. Det betyr at Orkla tar en risiko hver gang de vil forsøke noe nytt, mens butikkenes jobb er å selge varene.

Vurderer færre nye varer

Orkla sier de er glade for at handelen tjener godt på deres merkevarer.

– Når det er sagt: Leverandørenes verdikjede dekker alt fra produktutvikling og produksjon til markedsføring og salg. Leverandørene dekker normalt en større del av verdikjeden og tar en høyere risiko. Handelen henter i hovedsak produktene på vårt lager og kjører de ut til butikken. For denne operasjonen får handelen en vel så stor fortjeneste som oss,

sier konserndirektør for kommunikasjon Håkon Mageli.

– Det er stor forskjell på å utvikle og lage produkter, og å selge dem, sier dagligvareekspert og partner i PA Consulting, Erik Fagerlid.

– Noe leverandørene nå vurderer for å bedre lønnsomheten på kort sikt, er å redusere investeringene i innovasjon. Dersom kjedene blir sittende igjen med en for stor andel av lønnsomheten, kan forbrukerne på sikt ende opp med færre produkter, mener Fagerlid.

Trenger lite cash

Dagligvarebutikkene tjener også gode penger på at de selger varene sine kontant. Når du kjøper middagsmaten din, får butikken pengene i det du betaler i kassen. Men selv bruker kjedene gjerne tre til seks uker før de har betalt for den samme varen. Dette fungerer som et gigantisk, gratis lån for matkjeden.

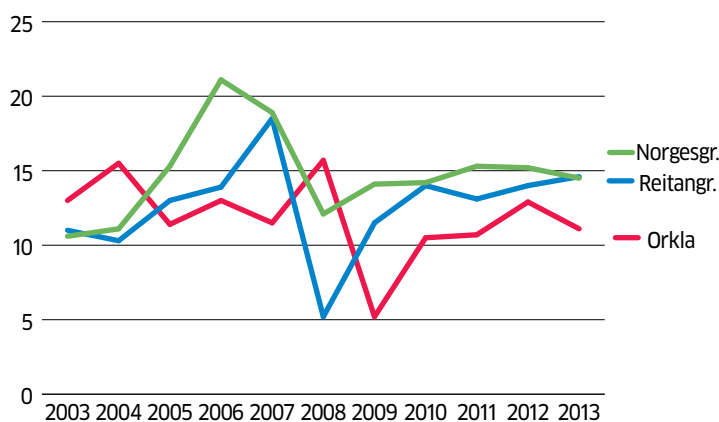
En dagligvarebutikk har relativt begrensete investeringer.

De største utgiftene er varelager og lønn. Husleie, kassaapparater, hyller, kjøll og frys er relativt små investeringer sammenlignet med leverandørenes utbygging av fabrikker og fabrikkutstyr.

Fakta

Lønnsomhet hos matgigantene

«Avkastning på anvendt kapital» eller «Avkastning på sysselsatt kapital», definert som resultat før skatt delt på investert kapital (eiendeler minus ikke rentebærende gjeld).



KILDE: Årsrapportene til Norgesgruppen, Reitangruppen og Orkla.

- ▶ Tallene er hentet fra årsrapportene til de tre selskapene. Brukes til å se hvor lønnsomt et selskap er.
- ▶ Begrepene ROCE og ROACE brukes også om det samme nøkkeltallet. Definisjonene til de tre selskapene avviker noe, men Aftenposten har fått en finansanalytiker til å gå gjennom regnskapene og tallene og konkluderer med at ulikhetene er minimale.
- ▶ Dersom ulikhetene skulle få betydning, kan det se ut som om forskjellen mellom kjedene og Orkla ville vært enda større.