

Avgående VD med hjärtat i Haga

Jan Lundberg lämnar VD-rollen 1 juli. Hur känns det? Vad minns han framförallt av 25 innehållsrika år? Möt mannen som med ett gäng entusiaster förvandlat ett bysnickeri till välrenommerat köksföretag och nu drömmer om att bli trummis.



Scandinavian Kitchens avgående VD har oftast haft roligt på jobbet. Men då lagen om medbestämmanderätt (MBL) infördes sent 70-tal, med upp till 20 procents personalfrånvaro som följd, var det bitvis tufft.

Att summera 25 år går inte i en handvändning. Vi slår oss ner i Jans kontor i Haga. Ett stilla vårregn strilar utanför fönsterrutan, syrenerna blommar och det är en knapp månad kvar innan det är dags att kliva av skutan. *Hur känns det?*

– Vemodigt. Jag har tidigare sagt att jag ställer mig på knopplagret när jag är för gammal för VD-uppdraget men jag har tänkt om, säger han med glimten i ögat. Han är fyllda 65. Som liten drömde han om en skidkarriär och flängde runt i de norrländska skidspåren. Som tonåring tog yrkeslivet allt större tid och skidåkning hamnade på hyllan. Första jobbet var på Bröderna Olsson Bil AB i Piteå.

– Jag började som "piasavapilot". Sopade, bonade och avancerade till reservdelslagret. Minns att mor sa; försök att bli försäljningschef och de där orden etsade sig fast i bakhuvudet.

Efter militärtjänstgöring som "tung granatkastare", biträde på en järn- och sportaffär, försäljningsansvarig för kök och isolering på Bygma i Piteå dök ett erbjudande upp om att bli filialchef för Starprodukter i Stockholm.

– Trodde inte att jobbet var något för mig och såg anställningsintervjun som en bra förevändning att komma till storstan, säger Jan och ler finurligt.

Spanade i Haga

Som filialchef för Starcenter, som sedermera köptes upp av Marbodol, vidgade han sina kökskunskaper. Efter 15 år som köks säljare för Marbodol började Jan på Elis Broberg Bygghandel.

– Under en av mina säljresor på Starcenter stannade jag till i Haga för att kolla upp bysnickeriet tillika konkurrenten som då gick under namnet Ernst Olsson Snickerifabrik. Slutsatsen jag drog efter första besöket var; *det där kommer att gå åt helvete.*

Två år senare, 1984, sitter Jan som ansvarig för verksamheten som strax bytte namn till Hagaköket.

– Man måste sticka ut hakan och våga för att vinna. Först tackade jag nej till erbjudandet om att bli VD men tävlingsinstinkten är mitt driv och jag kände en nyfikenhet på det lilla snickeriets potential. Men visst var jag

rädd.

1984 hade företaget 29 anställda och en omsättning på fyra miljoner. På sju år ökade omsättningen till 44 miljoner.

– Jag "råddade" om en hel del, ordnade direktavtal med producenter, jagade nya kunder och ordnade ett bättre flöde i den labyrintliknande fabriken, säger han och blickar ut.

Nämn en tuff period.

– När lagen om medbestämmande rätt (MBL) trädde i kraft med hög personalfrånvaro som följd. Då tänkte jag ofta på väg hem till Stockholm att *nu skiter jag i det här*. Men efter en natts sömn kändes allt roligt igen, säger Jan.

Minnesvärda episoder

Jag ber honom nämna viktiga händelser under sina 25 år. Jan nämner satsningen på export till USA, samarbetet med Hafa Bad, exportsatsningen till Norge, köpet av Canadaköket 1994, nybyggarandan i samband med uppstarten i Tärnsjö samt svackan i början på 90-talet.

– Vi var nära konkurs 1992 men klarade oss som den enda av dåvarande sju kökskollegor i samma situation. Mitt i oron var det inte kul men i efterhand är jag glad för erfarenheten.

USA-satsningen för en halv miljon 1986 resulterade bara i fem sålda kök.

– Visionen var att sälja kök till svenskättlingar i Minneapolis och vi byggde upp "showhouse". Men tidsskillnaden, att de mäter i inch istället för millimeter samt språkförbistringar gjorde att vi snart drog öronen åt oss. Men visst var det spännande för en vanlig arbetarpojke som mig att flyga jumbojet och dricka gin och tonic under en kort period. Utan chansningar kan du inget vinna. Men det gäller att satsa med en schysst riskkalkyl. Det hade vi.

Växande portfölj

1994 köper Hagaköket upp Canadaköket. Ett smart drag för att bredda varumärkesportföljen. Strax därpå byter företaget namn till Scandinavian Kitchen.

– Vi hade sneplat på Canadakökets sortiment en längre tid och såg investeringen som ett bra sätt att få inblick i en bra produkt.

2002 vidgas portföljen ytterligare med Sundbornköket.

– Våra kunder efterfrågade nostalgi, det kändes naturligt att möta behovet. Att lyssna på kunden har varit den röda tråden under alla år liksom att våga sticka ut hackan.

Regelbundna informationsträffar för personalen har också värderats högt.

– Jag vill att personalen ska känna till hur företaget går, vissa har nog tyckt att det bara varit siffror, och svårt att ta in, men lyssnar man så lär man sig mer och mer för varje gång.

Research på IKEA

En onsdagsförmiddag sätter han sig strategiskt på IKEA för att analysera antalet kökskunder i varuhuset. Upplevelsen ledde till ett fjärde varumärke.

– Byggfirma efter byggfirma lastade på kök, jag insåg helt enkelt att vi måste bredda vår portfölj med ett billigare varumärke. IKEA säljer cirka 750 000 köksstommar per år. Visionen med vårt fjärde varumärke är att erbjuda den stora målgruppen ett alternativ till den stora varuhusjätten.

Men Klaraköket har inte fått en ärlig chans. Varken produktionsmässigt eller marknadsföringsmässigt.

– Klaraköket växer dock och jag tror på Scandinavian Kitchens bredd. Jag hävdar med bestämdhet att en kökssäljare inte klarar att arbeta med flera olika köksleverantörer på ett bra sätt. Det är krångligt att hålla rätt på olika prisnivåer, rabattsystem och skåpbeteckningar från olika håll. Tack vare fyra varumärken kan våra återförsäljare täcka in bredden på marknaden i fråga om såväl prisnivåer som kökskaraktärer från en enda leverantör.

Sålde till sist

För fyra år sedan valde Jan och den andre delägaren tillika ekonomichef Bernt-Olov Wallgren att sälja Scandinavian Kitchen till New Cap.

– Vi har uppvaktats av ett par aktörer under åren. Att vi till sist tackade ja hänger samman med läget. Vi närmade oss båda pensionsåldern och det var dags att tänka på refrängen i yrkeslivet, säger Jan.

Men det är med tudelade känslor han trappar ner.

– Jag behöver den dagliga sociala kontakten. Jag känner en viss skräck för att tvärnita. Jag har många vänner bland våra återförsäljare, van att delta på varenda mässa och har ett stort kontaktnät. Det känns konstigt att inte vara en naturlig del av det framöver.

Successiv nedtrappning

2009 fungerar som ett avfasningsår. Ett år utan för mycket kvälls- och helgarbete för att vänja såväl kropp som själ.

– Jag är van att jobba kvällar och har alltid fått sjukligt dåligt samvete om jag slutat två timmar tidigare en eftermiddag. Nu har jag faktiskt gått hem tidigare både en och annan fredag.

Han har i stort sett aldrig missat en inventering i fabriken. Att se och uppleva med egna ögon har varit viktigt.

– Jag har alltid velat vara väl insatt i hur fabriken fungerar i praktiken, det gör det lättare att ta rätt beslut.

Men visst har ett och annat beslut förorsakat sömnlösa nätter och stirrande i taket. Bland annat inköpet av spärrpapper istället för faner som i efterhand visade sig härda ut och påverka luckorna negativt med sprickbildning som följd.

– Då målade jag upp rubriker i huvudet; *Hagaköket i skandal* och såg fruktansvärt kostsamma summor framför ögonen. Tack och lov var det bara ett par kök som vi fick göra om, säger han och lutar sig tillbaka i den svarta snurrfåtöljen.

Ljust framtidsscenario

Hur ser du på Scandinavian Kitchen framöver?

– Företaget har en kanonportfölj och "världens bästa" förutsättningar att ta marknadsandelar. Helheten, sortimentet, tillgängligheten och inte minst den engagerade och positiva personalen gör oss unika som köksleverantör. Kännedomen om våra varumärken ökar där ute och det finns många obearbetade regioner som passar för etablering, säger Jan.

När nuvarande marknadschef och vice VD Lars Lejman tillträder VD-posten 1 juli börjar Jan en ny befattning i koncernledningen för Jamie Industries som sträcker sig fram till september. *Vad tänker du göra med all ledig tid därefter?*

– Jag har köpt en röd fiskestuga på en holme i Byske Älv. Jag hatar att fiska men ser fram emot att pyssla, röja och snygga upp.

Därutöver har han fritidsboendet i Piteå, lägenhet i Spanien, golfklubborna och flera utforskade intressen att utveckla.

– Jag gillar musik och planerar att gå en trumkurs. Drömmer om att jamma med ett gubbgång i någon källare. Om det nu visar sig att jag har talang. Tänk dig att spela trummor till My Way eller Splanky, säger han drömskt.

Text & Foto

Thérèse Larsson