

Easyfood bare vokser og vokser

4. april 2016 15:20 - Af Henrik Kongsgaard

Overskuddet i Kolding rundede sidste år de 10 millioner

Hos Kolding-virksomheden Easyfood, der laver brød til convenience-markedet, bliver succesen større og større.

Regnskabet for 2015 viser en omsætning, der er vokset godt 10 procent, og et resultat, der er næsten fordoblet og for første gang har rundet de 10 millioner kroner efter skat.

Omsætningen nåede sidste år op på godt 220 millioner kroner, og det skyldes ifølge ledelsens beretning ikke mindst stigende succes på udenlandske markeder som Japan, Tyskland og Skandinavien. I Japan blev der i 2015 for første gang solgt brød fra Easyfood.

Aftagerne af produkter som pølsehorn, kanelnegle, burgerboller og en helt ny serie af protein-snackbars er ikke mindst convenience stores, cafeer og kaffebarer.

Ifølge ledelsen er et meget tæt samarbejde om konceptudvikling med kunderne - gerne ude hos dem - også en vigtig forklaring på succesen.

Stadig på sporet

Direktør Flemming forudså i efteråret i et interview med Food Supply, at omsætningen i 2015 ville stige 8-10 procent, og det endte altså med en stigning på lidt over de 10 procent. Med den positive udvikling på eksportmarkederne er Easyfood dermed også stadig på sporet til den eksplosive vækst, som Flemming Paasch forudså ved samme lejlighed:

- Vi kan da blive megastore. Lige nu er vores eksportandel på cirka 10 procent, men vi forventer, at den er steget til 50 procent om tre år. Og så vil vi være oppe på den gode side af 400 millioner i omsætning, sagde han.

Den optimisme er i høj grad stadig i behold, konstaterer han efter offentliggørelsen af 2015-regnskabet:

- Ja, det tror vi stadig på. Forarbejdet er lavet, så det er ikke usandsynligt, at vores omsætning om to-tre år er fordoblet.

- Vi er i gang i Japan og har også fået genbestillinger derfra. Det er jo meget godt at sende noget af



Easyfood-direktør Flemming Paasch og hans medarbejdere løftede endnu engang resultaterne markant i 2015. Foto: Henrik Kongsgaard

sted første gang, men altid spændende, om kunderne så bestiller igen. Og det gør de, så det ser lovende ud, konstaterer han og tilføjer, at Easyfood også ser spændende muligheder i USA og Australien.