

pressemeddelelse, 18. maj 2017

Kohberg klar til fremtiden

Kohberg Bakery Group offentliggør nu et regnskab, der med minus 28,7 millioner på bundlinjen ud af en samlet omsætning på knap en milliard betegnes som utilfredsstillende. Et positivt EBITDA på 33,6 millioner trækker dog opad i det samlede billede, og selskabets direktør ser lyst på fremtiden.

Kohberg Bakery Group må se i øjnene, at fortidens gode resultater ikke lige ligger indenfor rækkevidde. Resultatet for 2016 lyder på minus 28,7 millioner kroner. Et resultat, der opnås på baggrund af en omsætning på 942 millioner, der er på linje med omsætningen i 2015. Selskabets egenkapital udgør ved udgangen af 2016 cirka 113 millioner kroner.

- Resultatet er selvfølgelig ikke tilfredsstillende, og det skyldes en række faktorer. En meget hård priskonkurrence på brødmarkedet og i dagligvarehandlen i Danmark samt prisstigninger på forskellige råvarer er en del af forklaringen, siger administrerende direktør Peder Christensen, der tiltrådte stillingen i august 2016.

Siden Peder Christensen kom til Kohberg, har han iværksat en række ændringer, der skal bidrage til at styrke Kohberg Bakery Group og sikre, at Kohberg-brandet også i fremtiden bevarer sin stærke markedsposition:

– I 2016 har vi afskediget 90 gode medarbejdere. Det har bestemt ikke været med koncernens gode vilje, men vi erkender, at der er behov for, at vi tilpasser os markedsmæssigt. Vi har også været igennem en række ledelsesmæssige udskiftninger, ligesom vi har investeret kraftigt i at opnå en række internationale fødevarer-certificeringer. Alt i alt betyder det, at vi står godt rustet til fremtiden, siger Peter Christensen.

Boller fra Kohberg og ind til kernen

I fremtiden kommer Kohberg til at fokusere skarpt på at skabe en mere klar struktur og en skarpere og mere agil strategi.

- Kohberg er i den stærke position, at stort set alle danskere kender brandet. Og rigtig mange kunder elsker vores gode, gamle kendinge, som for eksempel Herkules-rugbrød og de helt almindelige boller fra Kohberg. Vi har lanceret nye, stærke salgssucceser som for eksempel aktiv og Kernegodt, og i fremtiden skal vi være endnu mere knivskarpe på balancen mellem de velkendte Kohberg-brød og nyheder, der rammer ned i tidens forbrugertrends, siger Peter Christensen.

Billedtekst 1: Administrerende direktør i Kohberg Bakery Group, Peder Christensen, mener, at virksomheden efter en række tilpasninger og investeringer i løbet af 2016 står godt rustet til fremtiden.

Billedtekst 2: Herkules og Viking er nogle af de velkendte Kohberg-produkter, og i fremtiden vil Kohberg Bakery Group være endnu mere skarpe på balancen mellem de gode, gamle kendinge og nyheder, der rammer tidens forbrugertrends.

For yderligere information, kontakt venligst administrerende direktør Peder Christensen på telefon 23685191 eller e-mail pch@kohberg.com