

BARE MÅTTE: Konsernsjef Otto Drakenberg (t.v.) sier Arcus bare måtte kjøpe Snällersöds da muligheten bød seg. Nå skal konserndirektør Brennevin, Erlend Stefansson (i midten), kapre markedsandeler. Til høyre Eric Berntson, gründer av Snällersöds.

FOTO: EVIND YGGESETH

■ Skall kapre markedsandeler fra finske Altia

Arcus kjøper svensk akevitt

INDUSTRI: Med kjøpet av Snällersöds i Sverige har Arcus endelig en svensk akevitt i sin portefølje. Nå skal man ta markedsandeler fra O.P. Anderson og Skåne Akvavit.

SVEN CHR. STENVAAG
SVEN.STENVAAG@FINANSVISEN.NO

Etter kjøpet av De Danske Spritfabriker i 2012, hvor merker som Aalborg Akevitt og Gammel Dansk, har Arcus vært dominerende i akevittmarkedet både i Danmark og Norge. I Sverige har man derimot stått i skyggen av finske Altia, som leder an med O.P. Anderson som sitt flaggskip.

– Vi er store i Sverige, men for å

bli virkelig store trengte vi et eget svensk akevittmerke, sier Erlend Stefansson i Arcus.

Han er konserndirektør Brennevin, og nå har han fått drømmen oppfylt. Arcus kjøper svenske Snällersöds, som i tillegg til akevitt også produserer gløgg som blant annet selges hos IKEA.

– Arcus er en god kjøper, med sitt store fokus på akevitt. Mitt mål hele veien har vært å ta vare på sven-

ske akevitt- og brennevinstradisjoner, sier Eric Berntson, som nå selger livsverket.

Snällersöds har tradisjoner tilbake til 1901, men det er først de siste åtte årene produksjonen virkelig har skutt fart. I fjor solgte Snällersöds 25.000 liter akevitt, rundt to prosent av markedet.

– Vi kunne ha startet noe eget i Sverige, men det hadde vært en vanskeligere, og en lengre vei å gå. Det våre norske og danske merker har til felles er fantastiske historier som ikke kan dupliseres, sier konsernsjef Otto Drakenberg i Arcus.

– Nå skal vi gjøre samme reisen som vi har gjort i Norge og Danmark, og snu trenden med fallende akevittkonsum i Sverige, sier han.

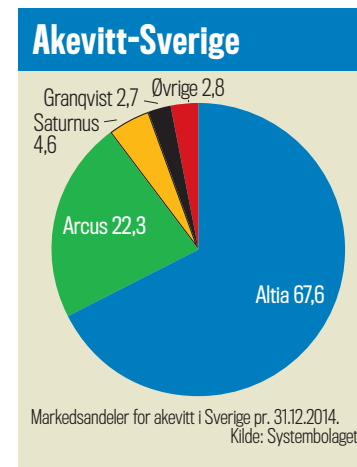
Skal vokse
Etter kjøpet har Arcus rundt 22

prosent av det svenske akevittmarkedet. Målet er nå todelt, både ta markedsandeler for å vokse til 30 prosent – og bidra til at markedet som helhet vokser.

– Nå kan vi jobbe med den svenske akevitt-tradisjonen, og ikke mot den. Akevitt er tre ulike tradisjoner i tre ulike nordiske land, og de skal vi ta vare på og drive fremover, sier Stefansson.

Gründer Eric Berntson har i mange år slitt med at gamle Vin & Sprit bare fokuserte på vin, og neglisjerte svenske tradisjonsprodukter.

– Det toppet seg da de skulle lære svenskene å drikke vin til sildebordet. Da var bunnen nådd. Så nyskjerrige som svensker er på whisky, tror jeg historien om det håndverket og den historien som ligger bak ake-



vitten, kan skape vekst.

– Og du blir en rik mann når Arcus nå kjøper?

– Det har ikke vært gratis å bygge dette opp, så det er hyggelig å få en viss kompensasjon for utgiftene, svarer han diplomatisk.

Ingen av partene vil kommentere prisen på selskapet.

Todelt strategi

Otto Drakenberg sier Arcus fortsetter med sin strategi om både å vokse organisk og gjennom oppkjøp.

– Vi ser på en rekke muligheter, men hovedfokus er å vokse organisk. Vi skal bli best i Norden, og da må oppkjøp til.

– Snällersöds var et kjøp vi bare måtte gjøre. Uten en svensk akevitt i porteføljen hadde vi ikke vært komplette.