Toms tæt på at slikke nullinjen - og det er helt efter planen

30. april 2020 Food-Supply.dk

- Det er dyrt at lukke en fabrik og bygge en ny, men det har betydet, at vi nu har en konkurrencedygtig produktionsplatform, fastslår Toms-direktør Carsten Lyngsø Thomsen.

Danmarks største slikproducent, Toms Gruppen med base i Ballerup, kom i 2019 næsten helt ned og slikke nullinjen: Resultatet før skat er ifølge 2019-regnskabet på 16,7 millioner kroner, mens resultat efter skat udgør 1,1 million kroner. De foregående fire år har der i gennemsnit været tæt på 50 millioner på bundlinjen efter skat.

Det store dyk giver dog ikke panik hos ledelsen, som kan glæde sig over, at det hele er nærmest lige efter planen. Tallene skyldes således i høj grad, at Toms i 2019 lukkede sin chokoladefabrik i Tyskland og byggede en ny i Polen, og den transformation har samlet set kostet omkring 80 millioner kroner på bundlinjen. I Tyskland er blandt andet fratrædelsesordninger, afskrivning af produktionsudstyr og destruktion af emballage løbet op i omkring 60 millioner kroner.

- Det er dyrt at lukke en fabrik og bygge en ny, men det har betydet, at vi nu har en konkurrencedygtig produktionsplatform. Også fordi vi samtidig har investereret i produktionsanlægget på vores slikfabrik i Hvidovre, konstaterer Toms-direktør Carsten Lyngsø Thomsen.

**Bevidste fravalg**

I alt investerede Toms Gruppen sidste år 327 millioner kroner. og selv om direktøren ikke ønsker at gå i detaljer med, hvordan investeringerne er fordelt, ligger det fast, at den nye fabrik i Polen har slugt en stor del af udgifterne. Fabrikken er på cirka 22.000 kvadratmeter i ét plan.

- Den nu lukkede fabrik i Bremen var cirka lige så stor, men det var fordelt på fire etager, og fabrikken lå klemt inde i et byområde. Der var kun én elevator med plads til én Europa-palle, og den slags forhold kan man jo ikke generere vækst ud fra, siger Carsten Lyngsø Thomsen.

Toms' omsætning faldt i 2019 med cirka 235 millioner kroner og endte på 1,53 milliarder. Også det fald var helt efter planen.

- Vi foretog nogle bevidste fravalg i 2019, fordi vi vidste, at flytningen af fabrikken ville kunne påvirke leveringssikkerheden. Så for ikke at skuffe nogle kunder undlod vi at indgå store kontrakter med for eksempel møbel- og tøjkæder, som plejer at købe små poser slik til deres markedsføring. Det er et stort marked i Tyskland.

….

Han føler sig nu særdeles godt rustet til en fremtid, hvor Toms vil forsøge at erobre nye markedsandele. Også selv om koncernen som følge af coronasituationen ikke p.t. ser sig i stand til at udtale sig om forventningerne til 2020.

**Niche med likørflasker**

- Vi arbejder videre med vores ikoniske produkter i ikke mindst Danmark, Sverige og Tyskland. Og så har vi jo fået en nicheproduktion med likørfyldte chokoladeflasker fra Anthon Berg, og der vil vi fortsætte med at ekspandere. Ikke mindst har vi fået hul igennem til Kina med de flasker, nævner Carsten Lyngsø Thomsen.

Direktøren lægger ikke skjul på, at Toms sidste år tabte nogle markedsandele, efter at det var gået den anden vej i 2016, 2017 og 2018.

- Sidste år skar vi ned på den meget aggressive markedsføring, vi havde kørt de foregående år. Den ændring gav en bedre lønsomhed, for med sådan nogle kampagner, vi kørte i årene forinden, kommer man til at sælge sit produkt for billigt, og det er ikke sundt for os, fastslår slikchefen.

Han er selv ret god til at spise slik og chokolade. På Toms' hjemmeside angiver han Kæmpe Skildpadde som sit yndlingsslik, men det skyldes, at han kun måtte pege på én ting, afslører han over for Food Supply.

- Jeg kan også rigtig godt lide Dronning Mandler og marcipanbrød. Og i det hele taget har jeg været ret meget igennem sortimentet.

- Hvad ville du nævne som yndlingsslik, hvis du ikke måtte sige noget fra Toms?

- Det kan jeg ikke sige. Jeg spiser 98 procent slik fra Toms. Hvis jeg i ny og næ bliver budt noget andet, så spiser jeg det af ren og skær høflighed, ha-ha, lyder svaret.