

SPJUTSPETSAR

Odd Normans företagsfilosofi är egentligen enkel. Det ska vara lönsamt. Det får aldrig stå still. Och det ska vara roligt.

Odd och Maud siktar mot kungligheter

När han tog över Ejmunds gård i Roma på Gotland 1976 var den en spannmålsgård som omsatte 100 000 kronor. I dag produceras köttdjur av hög kvalitet som säljs under eget varumärke.

För tre år sedan startade familjen ett eget förädlingsbolag som nu omsätter nästan lika mycket som lantbruket. Den totala omsättningen för både lantbruket och förädlingen närmar sig 17 miljoner kronor.

Det började med att Odd praktiserade på en gård utanför Nyköping där det fanns charolaisdjur. Där lärde han sig köttjursuppfödning och bestämde sig för att satsa på det. Han köpte några kalvar och när han fick pengar köpte han några till. Nu levererar han cirka 500 djur per år och säljer köttet till 14 utvalda butiker i Stockholm och på Gotland under eget varumärke.

Förädlingen har vuxit snabbt och i år kommer Ejmunds att leverera 15 ton pyttipanna och hamburgare, det mesta till Gotlandsfärjorna. I sortimentet finns också köttgryta, grillspett, köttbullar och pannbiff.

– Vi plockar fram det vi själva vill ha. Jordbruket är tufft men förädlingen ökar både omsättningen och lönsamheten, säger Odd Norman.

Man är extremt kundinriktad och levererar specialdetaljer till butiker och till några stjärnkrogar i Stockholm.

– Vi lyssnar på vad kunden vill ha och kan skraddarsy dju-



Trivs djuren så trivs bonden. Odd har som rutin att prata med djuren varje dag.



Odd och Maud Norman har sitt eget varumärke.

ret efter kundens önskemål när det gäller marmorering, storlek och styckning.

De butiker och krogar som de samarbetar med är lika noga utvalda som köttet. Kravet är att det ska vara rätt personer i

ledningen som vill satsa på något extra.

– Ja vi är lite kaxiga, erkänner Odd.

Kundkontakten är jätteviktig och både Odd och Maud Norman marknadsför ofta själva köttet i butikerna och grillar hamburgare på olika mataktiviteter, nu senast på Bondens egen marknad i Stockholm.

Den direkta kontakten med konsumenten är en av framgångsfaktorerna. En annan är att det är hög kvalitet på allt från uppfödning till färdig produkt.

Djuren föds upp i lösdriksstall på ströbädd och går på bete hela sommaren. Att prata

med djuren varje dag ingår i Odds arbetsrutiner. Trivs djuren så trivs bonden är familjens filosofi.

Duktiga anställda som tar eget ansvar och bra rådgivare har också bidragit till framgången.

Men målet är inte bara att vara framgångsrik och tjäna pengar. Det ska vara roligt att jobba också. Både för familjen själv och för anställda och kunder, tycker Odd och Maud Norman.

Utvecklingen av företaget har inte alltid varit så planerad. Eller som Odd uttrycker det:

– Mycket har gått av bara farten. Vi får nya idéer hela ti-

den. Vi hade väl aldrig trott att det skulle finnas ett sådant mervärde i våra produkter.

Ett grundkrav finns och det är att all verksamhet ska bära sig och inte bygga på EU-pengar.

De närmaste planerna är att öka produktionen med 300 djur på två års tid. Både kalvar och kunder finns.

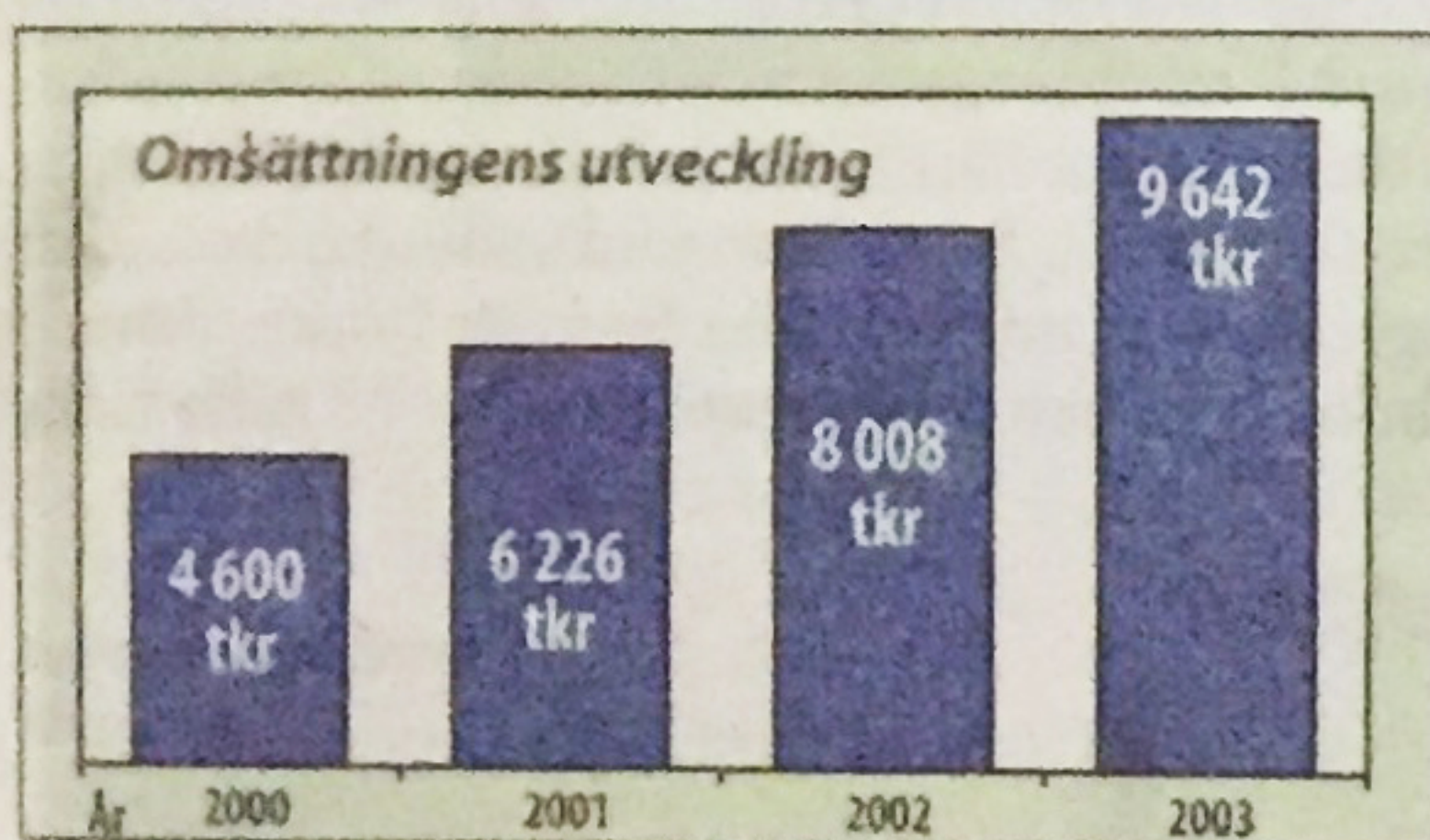
Men sedan får det bli stopp för annars blir det en fabrik i stället för en gård resonerar Normans.

Jo, och så finns det ett mål till. Att bli Kunglig Hovleverantör.

Margriet Pieters

margriet.pieters@lrfmedia.lrf.se
08-787 55 60

Fakta Ejmunds gård



Resultat 2003

- Omsättning 9 642 000 kr
- Omsättning/årsarbetare 1 552 873 kr
- Omsättningsökning 2000–2003 109 procent
- Rörelseresultat 1 326 500 kr

Omsättningen och rörelseresultat gäller Ejmunds gård och såg AB och är justerat för verksamheter i både AB och enskild firma.

Landskap: Gotland.

Familj: Odd och Maud Norman, barnen Ida, 23 år, Märtha, 20 år, och Leo, 9 år.

Arbetskraft: Odd, Maud och fyra årsanställda.

Areal: 125 ha vall, 90 ha spannmål och 10 ha träda, 18 ha skog, 50 ha naturbetsmark arrenderas.

Produktion: Cirka 500 köttdjur årligen, köttet marknadsförs under varumärket Ejmunds Gårds Biffskött. Djuren har fri tillgång till fullfoder som består av ensilage, hö, potatis, morötter och egen spannmål. 90 procent av fodret är producerat på gården. Förädlade produkter, bland annat hamburgare, pyttipanna, köttgryta, grillspett, pannbiff. Nya produkter i år är gotländsk tryffel och aromsmör. Gårdsbutik.

Reparerar och säljer lastpallar.

Verksamheten drivs i två bolag: Ejmunds Gård & Såg AB och Ejmunds Gårdskött AB.

LRF Konsults kommentar

Ejmunds Gård och Såg AB utvecklas ständigt och har arbetat upp en egen säljkanal för kött från ursprungsmärkta djur.

Eftersom de jobbar nära en egen marknad är framgångsfaktorerna planering och uppföljning för att hålla leveranssäkerhet och kvalitet efter butikernas önskemål.

Tillsammans med rådgivare kontrolleras djurens tillväxt och foderstat ständigt. För att klara ekonomistyrning har de hjälp av LRF Konsult cirka en gång per vecka med fortlöpande bokföring och fakturering samt kontinuerlig uppföljning med resultatprognoser med mera.

Odd och Maud Norman ser till att varje inriktning bär sina egna kostnader och är rationell.

De lejer in de tjänster som de inte hinner med eller inte är tillräckligt duktiga på.

Man blir inspirerad av att arbeta tillsammans med Odd och Maud för det är alltid något nytt på gång.

De är positiva och ser alltid möjligheter.

De provar gärna på nya produkter och idéer men stoppar också snabbt om inte idén håller ekonomiskt eller praktiskt.

Stefan Nypelius

LRF Konsult,
Visby