

Kristianstad

Stärkelsefabriken är redo att växa mera

Nöbbelöv 8 timmar sedan



Lyckeby rustar för att växa. En långsiktig strategi finns för att de kommande fem åren öka produktionen med närmare 10 000 ton stärkelse om året. "Det är lätt att ha stora ambitioner, men det är mycket som krävs för en sund tillväxt", säger Mathias Samuelsson, försäljnings- och utvecklingschef.

f  AA

Fram till 2012 hade Lyckeby Starch ingen möjlighet att bli större. Då var stärkelsemarknaden nämligen reglerad, och enligt EU:s direktiv fick den svenska produktionen uppgå till 62 900 ton.

– Men efter avregleringen 2012 får vi producera hur mycket vi vill, förutsättningarna för Lyckeby har därmed förändrats helt och hållet. Vi har möjlighet att växa så mycket vi kan och vill, och därmed kan vi nu också börja prata om tillväxt på ett sätt som inte varit möjligt tidigare, säger Mathias Samuelsson, som förutom att vara utvecklingschef också är säljchef i företaget.

Han fortsätter:

– På Lyckeby's anläggningar produceras i dag 75 000 ton stärkelse utifrån 300 000 ton potatis. I vår långsiktiga strategi för tillväxt har vi ett mål om att 2021 ligga på 82 000 ton stärkelse om året.

För en stärkelseproducent som Lyckeby är det dock inte helt okomplicerat med tillväxt. Det räcker liksom inte med att kavla upp ärmarna, anställa tio personer till och öka trycket.

– Livsmedelsanläggningen här i Nöbbelöv är ju en processindustri, och vi kör redan dygnet runt, sju dagar i veckan. Vi skulle inte kunna köra processen fortare bara för att vi blev tio personer till, utan för att växa måste vi också öka kapaciteten, och det innebär stora investeringar, konstaterar Anna Åhlander, HR-chef på Lyckeby.

Inte bara det: I grunden handlar det också om att få mer potatis från odlarna, så att det finns mer råvara att göra stärkelse av. En tillväxt innebär ökning och effektivisering i alla led: Från potatisåkrarna till säljandet av den färdiga produkten. Lyckeby i Nöbbelöv utanför Kristianstad jobbar med stärkelseproduktion för livsmedel, men inom koncernen (Lyckeby har anläggningar på fem olika platser i Skåne och Blekinge) finns också stärkelseproduktion för papperstillverkning.

– På det sättet är vi ett häftigt bolag. Vi är verkligen med hela vägen i processen, från att sälja utsäde till odlarna till att sälja de färdiga produkterna över hela världen.

En annan del i det strategiska arbetet med att växa handlar om att utbilda sin personal. Lyckeby tror på att rekrytera både inifrån och utifrån, vill odla kulturen att de anställda har en möjlighet att växa och utvecklas inom bolaget.

– När alla processerna effektiviseras betyder det också att vi behöver mer kvalificerad personal i alla led. Vi har de senaste två åren ökat med ett 20-tal tjänster, men vi har också många av de anställda som vuxit inom organisationen. Samtidigt har vi en liten och platt organisation, att växa inom företaget betyder inte självklart att man hierarkiskt klättrar uppåt på karriärstegen, utan kan också vara att man lär sig nya saker och utvecklas, säger Anna Åhlander.

Som ett led i att utveckla sin personal har Lyckeby startat en ledarskapsutveckling tillsammans med Högskolan Kristianstad Uppdrag AB.

– I förlängningen är det också en av strategierna för att skapa tillväxt i bolaget, och vad utbildningen i grunden handlar om är att lära sig att vara ledare i Lyckeby. Det är viktigt att stärka det vi har och att investera i personalen är en jätteviktig faktor om man ska lyckas, säger Anna.

I somras blev det klart att Lyckeby ingår ett samarbete med det amerikanska bolaget Ingredion, som tillverkar ingredienser. För Ingredion innebär det att produktportföljen utökas med potatistärkelse, för Lyckeby's del innebär det att bolaget når nya marknader och nya kunder.

– Ingredion har flera stora och betydelsefulla kunder som kan öppna dörrarna för oss. Det är ett samarbete vi tror mycket på, men då gäller det ju också att vi produktionsmässigt kan möta en ökad efterfrågan, konstaterar Mathias Samuelsson.

Q **FAKTA**



Lyckeby Starch AB

Omsättning verksamhetsår 2016/2017: cirka 650 miljoner kronor.

Verksamhet i Sverige: Nöbbelöv, Bäckaskog, Mjällby, Karlshamn och Jämjö.

Antal anställda: drygt 170 anställda under kampanjperiod, cirka 125

CECILIA ISBERG
