

Sjømatforvalter gjør sin femte investering

SJØMAT: Broodstock Capital, med flere milliardærer på eiersiden, kjøper seg kraftig opp i IT-selskapet Maritech. Og flere oppkjøp innen sjømatsektoren kan ventes.

OLAV GRAM DEGNES
olav.degnas@finansavisen.no

Den ferske PE-forvalteren Broodstock Capital hadde sitt første fulle driftsår i 2017, hvor det allerede samme år kjøpte 52 prosent av IT-selskapet Maritech. Dette selskapet er en ledende leverandør av programvare og digitale løsninger til sjømatnæringen.

I mellomtiden har Maritechs omsætning økt med omtrent 140 prosent, gjennom organisk vekst og oppkjøp.

– Multiplene vi priser selskapet til er omtrent det samme som i 2017, kanskje litt høyere, sier partner Kjetil Haga i Broodstock Capital, som forteller at det da priset selskapet til rundt syv-gangen av det justerte driftsresultatet, før avskrivninger og finans.

Det justerte driftsresultat blir ofte brukt i prising av selskaper, for å dra ut kostnader knyttet til blant annet vekst og investeringer, og på den måten være sikker på at driftsresultatet ikke er kunstig lavt.

Tresifret millionbeløp

Broodstock Capital tilrettela for en annen investering for et par uker siden, da Maritech kjøpte programvareselskapet Timpex. Det nyinnkjøpte selskapet Timpex hadde et driftsresultat rundt 2,5 millioner i 2018 mens Maritech oppnådde et driftsresultat på 8,2 millioner i 2018

– Vi skal være en vekstinvestor, og kjøper selskaper vi tror kan være nettopp det, sier Haga.

Selgerne er Midvest Fondene og Bølgen Invest, som har eid henholdsvis 36 og ti prosent.

– Så Maritech kan være priset til mer enn 100 millioner kroner?

– Det er et tresifret millionbeløp, det er det vi kan si, sier Haga.



FOTO: NTB SCANPIX

INVESTOR: Johan Andresen i Ferd kommitterte under etableringen 1 milliard kroner til Broodstock Capital.

Etter oppkjøpet vil Maritech ha over 100 ansatte og en omsætning over 130 millioner kroner.

Flere matskandaler

Maritech har omtrent 70 prosent av markedet for datafangst og dokumentasjon for sjømat, med både oppdrattere, tradere og dagligvarekjeder på kundelisten.

– Tjeneren vår sørger for at kunder over hele verden kan være trygge på kvaliteten på fisken, og ikke minst at innholdet er korrekt, sier Haga.

For det har vært flere matskandaler i de senere år, hvor matvarer bevisst blir feilpakket for å tjene mer peng.

– Om man selger hyse, og selger det som torsk, er det ikke noe vits å ta risiko ved å smugle narkotika, sier Haga, og mener at man må ta mat-svindelen på alvor:

– Frem til nå har det vært for enkelt, men vi kan spore en fisk ned i detaljnivå, legger han til.

Kontroll fra havet til tallerken

For med datafangst allerede ombord i fiskebåten kan systemet med GPS-tracking fortelle om

BROODSTOCK CAPITAL

- Forvalter to fond.
- Rendyrket sjømatinvestor.
- Investerer i små- og mellomstore virksomheter innen sjømatnæringen generelt og i leverandøri industrien spesielt.
- Strategien er å eie og utvikle virksomheter i partnerskap med grunnleggere, ledelsen i selskapet og nåværende eiere.
- Eier Maritech, Åkerblå, NP Innovation, Billund Aquaculture og MPI.

Aksjonærer:

Ferd (Johan Andresen)
Johan Odvar Odjell
Kristine og Karianne Klavness
Knut Olav Stokke, Geir Kåre Stokke med familie
Kjell Brodal
Per-Arnfinn Brekke med familie

MARITECH

- Ledende leverandør av programvare til sjømatindustrien.
- Utvikler og leverer verktøy som effektiviserer og øker lønnsomheten til sjømatbedrifter.
- Er majoritetseier i IoT-selskapet Ljil-lebakk og sjømatanalyse-selskapet SeaDataCenter på Island.
- Hovedkontor i Molde med kontorer på Averøy, Harstad, Oslo, Nord-Amerika, Spania og Chile.
- Over 100 ansatte med en omsætning på over 130 millioner kroner.
- Eies nå 98 prosent av Broodstock og 2 prosent av styreleder Mette Kamsvåg.

båten har fisket i områder det har kvote i. Deretter blir fisken scanet på vei til sløyng og deretter på nytt igjen når fisken er pakket.

På transporten fra fiskebåten til sluttkunden kan man også spore kassene, og når fisken ombord kommer på matfattet kan kundene gå inn å sjekke at den fisken de kjøper faktisk er den de får.

– Med det er prosessen digitalisert, effektivisert og samtidig på en bærekraftig måte, sier han, med poenget til slutt:

– Først da kan kundene være trygge på at det de kjøper faktisk er rett. Og at kvaliteten er prima. Skal man ha fersk fisk i utlandet må man ha kvalitet, sier Haga.

Ser etter oppkjøpskandidater

I følge Maritech snakker alle i bransjen om «big data», men skal derimot glemme å faktisk drive datainnsamling selv.

– Men det gjør vi, og vi prøver å gjøre en drivende utvikling på det, sier han.

Mandatet i Broodstock er utelukkende mot sjømatin-



Har sysselsatt rundt en halv milliard kroner.

GIR GASS: Selv etter oppkjøpet av Maritech har Kjetil Haga (t.v.) og Simen Landmark Bjørnstad i Broodstock Capital vært knytt til å gjøre flere oppkjøp. FOTO: BRANN CLIFF GLOVIN

industrien, og med det siste oppkjøpet fem selskaper i porteføljen.

– Fokuset er ikke å trimme bunnlinjen, men å øke topplinjen, sier Haga.

– Hvor er potensialet?
– Laksefangst står kun for mellom to og fire prosent i verden, så det er et enormt internasjonalt marked, sier han.

– Er det sannsynlig med flere oppkjøp?

– Det finnes flere aktører for å utvide verdikjeden og bedre funk-

sjonalitet, så svaret er ja, sier han, og legger til:

– Er det noen som har noe så er det bare å ta kontakt, sier Haga.

Johan Andresens Ferd er den største deltageren, hvor det også er flere kjente milliarder-familier. Både Klavness-, Stokke- og Brekke-familien har investert store summer i Broodstock. Forvaltningskapitalen er rundt 1 milliard kroner hvor omtrent halvparten av kommittert kapital er sysselsatt.

Øyner euro i 2023

Tidligere i år sendte Kroatia brev til Den europeiske sentralbank (ESB) hvor de kunngralbat at de vil bli med i European Exchange Mechanism (ERM-2), et «venteverelse» for euroadopsjon.

– Vår plan er å bli med i ERM-2 i andre halvdel av 2020. Der regner vi med å bruke to-tre år. Deretter kan euroadopsjonen starte

i 2023 eller starten av 2024, sier statsminister Andrej Plenkovic, ifølge Reuters.

Kroatia håper at euro vil minske muligheten for valuta-tap, at de kan få lavere lånekostnader og styrke økonomien. Pr. nå har Kroatia sin egen mynt, som kalles kuna. En kuna er lik 1,35 norske kroner.

Kroatia ble medlem av EU 1. juni 2013.



FOTO: NTB SCANPIX

VALUTAENDRING: Kroatiats statsminister Andrej Plenkovic sier de vil ha euro på plass innen få år. Her i forbindelse med at Kroatia tok VM-sølv i fotball sommeren 2018.

Kampanje™ JOBB

Har du jobbe med medier, markedsføring, kommunikasjon eller teknologi?

GRID Kreator Grid	GRID Designer Grid	telenor Campaign Developer Telenor
storebrand Innholdsansvarlig med fokus på UX skriving Storebrand	storebrand Innholdsansvarlig og content koordinator Storebrand	Schibsted Kommersiell analytiker Bergan Schibsted
den norske Nettredigiver Legitimeringen	OBOS Innholdsrådgiver OBOS	2 Firlands fotoredigiver TV 2
PEOPLE Manager Egmont PEOPLE	PEOPLE Kommersiell rådgiver Egmont PEOPLE	PEOPLE Bookingsagent Egmont PEOPLE
PEOPLE Prosjektleder digital markedsføring Egmont PEOPLE	EGMONT Produktchef Egmont Publishing	AXACTOR Markedskoordinator med digitalt telt Axactor
M E I X S H Head of Marketing The Creators Community	F Salgs- og markedsmedarbeider Fremdenborg Bilig	Nettforikk Head of Performance Nettforikk
Statkraft Senior Brand & Digital Advisor Statkraft	CAPA Innholdsrådgiver CAPA	AIR THINGS PR & Events Manager Airthings
smood Sjefredaktør Smood Social	smood Innholdsprodusent/ Kreator til sosiale medier Smood Social	smood Performance-spesialist til sosiale medier Smood Social
whyidentify Digitalt rådgiver - media, tekst & tekst Whyidentify	Se flere stillinger på kampanje.com	

Din stillingsannonse her?

Hver måned er 240.000 media, pr- og kommunikasjonsfolk innom Kampanje.com for å oppdatere seg på de viktigste nyhetene i bransjen.

En stor andel av disse er allerede i jobb og har erfaring og kompetanse som er relevant for deg.

MARKEDSSJEFER, KOMMUNIKATØRER, MARKEDSANALYTIKERE, SEO/SEM-SPELIALISTER, MERKEVARESPESIALISTER, DESIGNERE, TEKSTFORFATTERE, JOURNALISTER, PROMOTØRER. For å nevne noen.

En stor andel av disse er allerede i jobb og har erfaring og kompetanse som er relevant for deg.

For nærmere informasjon eller skreddersydd tilbud kontakt oss:
Anne Margrethe Horvei Barnevik
annemargrethe@kampanje.com
98 20 99 51

Kampanje™

- hvis du skal forstå medie- og kommunikasjonsbransjen