

N Næring og handel

Kommer: Reiseliv - Fritid

“ - Det er ingen ni til firejobb. Man kan ikke hvile i denne bransjen, og vi kan ikke si oss fornøyd. ”



Flyet til Skyways trafikkerte Stockholmsruta fra Røros lufthavn i 2010.

- Gode resultater må

Røros Produkter opplevde god vekst, positive resultater og stor oppmerksomhet for sine produkter i 2012. Men det gir ikke daglig leder Rolf Schjølberg noen som helst grunn til å lene seg tilbake. - Å skape resultater er ingen ni til fire-jobb, og vi kan ikke hvile nå, sier Schjølberg og sikter mot videre vekst.

BJØRN TORE HINDKLEV

Rolf Schjølberg og May Kristin Knutsen har drevet Røros Produkter siden 1997 og May Kristin var daglig leder de første ti årene. Det driftige ekteparet er i tillegg til å drive selskapet også eiere, og de siste seks årene har også Rolf hatt daglig tilhold i bedriften på Øverhagaen.

Stor vekst

Og resultatene av mange års hardt arbeid med bevisste mål kom til overflaten i 2012. En omsetning oppimot 22 millioner kroner betyr en omsetningsvekst på over 20 prosent, og er vel verdt å nevne. Et positivt resultat etter skatt vitner også om solid drift.

- Omtrent 600.000 kroner i pluss er vi brukbart fornøyd med, men ingen hvilepute. Og vi må tjene penger om vi skal kunne investere i bedriftens videre vekst. For der handler det om investeringer i nybygg, i teknologi og enda større fokus på rasjonell drift, sier Rolf og fortsetter.

- Mye av resultatet skriver seg fra dyktige ansatte på Røros, men også at vi har inngått et samarbeid med underleveranser fra Bosnia. Det er en vinn/vinn situasjon da de sårt behøver oppdrag for å komme på fote igjen etter krigens herjinger, men også at de kan være med å ta topper der vi har kapasitetsproblemer på Røros. Vi har en policy om at alt vi setter ut skal vi også kunne klare å gjøre sjøl.

Designbevisst

- En av forutsetningene for å utvikle firmaet videre var nye lokaler, forteller Rolf. Men det er andre faktorer enn lokaliteter som har bidratt til vekst de siste årene.

- Vi har vært nødt til å finne gode løsninger og gjøre riktige valg for å være konkurransedyktige. Vi har vært hardt pressa på pris, og kan ikke konkurrere kun på pris, forteller han. Løsningen har vært tung satsing på design, og Rolf illustrerer en av grunnene til at de også har lyktes med nettopp det.

- Når et firma bruker 10 millioner på nytt inngangsparti, tegnet av designbevisste arkitekter, så trekkes helhets-

inntrykket ned om de henger opp noen ulekre søppelbeholdere på den fasaden, sier han. Og peker på en av grunnene til at Røros Produkter har skilt seg ut. Og de ser at strategien med å være designbevisst fungerer, både på bunnlinja og i medieomtale og vekst.

- Vi har en bevisst strategi om å bruke (mye) ressurser på design, og jeg tror nok at om vi måler i forhold til omsetning så er vi nok en av bedriftene i landet som bruker mest på design, sier han. Og etterhvert har Røros Produkter fått en merkevare som lener seg tungt på design. Men ikke bare design.

Ikke glem kvaliteten

- Kvalitet er vel så viktig, og funksjonalitet ikke noe mindre viktig. Disse tre tingene hører sammen og bidrar hver for seg til at kundene velger oss, fortsetter Rolf. Design skaper ikke suksessprodukter alene, ei heller kvalitet. Det er flere faktorer som bidratt til suksess hos industribedriften.

- Vi har vært mye flinkere de siste femseks årene til å ha fokus på salg. Tidligere var det litt venstrehåndsarbeid for oss, og det går bare ikke an om man vil lykkes i vår bransje. Eller i noen annen bransje som har produkter å selge, fortsetter han.

Investerer

Og som han forklarer, så er ikke overskuddet som skapes noen hvilepute. Og veien til suksess har heller ikke vært enkel.

- Det er ingen ni til firejobb. Man kan ikke hvile i denne bransjen, og vi kan ikke si oss fornøyd. Det er bare to år siden vi måtte permittere i januar, så her må vi tenke utvikling og framtidsrettet hele veien, forklarer han. Og investeringer er allerede gjennomført, blant annet tre millioner kroner i lakkavdelingen, og mer kommer om sjefen får det som han ønsker.

- Vi har kommet langt med planer for å bygge ut, og da snakker vi om utvidelse av produksjonshallen med over 300 kva-

dratmeter. I tillegg må bedriften investere i nye teknologi. Teknologi som gjør oss mer rasjonell og mer effektiv, forklarer Rolf. Og følger opp med hva som har skjedd på administrasjonssiden, med blant annet nye datasystemer som også løfter leveringsevnen til bedriften. Og gjør hverdagen enklere og mer effektiv.

Sikter høyt

Og om veksten på 22 prosent i fjor er god så sikter ekteparet på Røros Produkter videre.

- Vi har et mål om å nå ei omsetning på 30 millioner kroner i løpet av tre år, sier Rolf.

- Og det klarer dere med dagens mannskap, så fram effektivisering, investeringer og rasjonalisering er gjennomført?

- Nei, når vi det målet snakker vi om å skape nye arbeidsplasser også ja. Administrasjonen klarer nok en slik økning, men det vil bli industriarbeidsplasser av dette, svarer han. En av faktorene som han mener vil bidra til videre vekst, i tillegg til investeringer og effektivisering, er deltagelse i det såkalte ARMs-prosjektet, der flere Rørosbedrifter er involvert sammen med ekspertise fra Sintef. Måler å tilby industriell skreddersøm, for at bedriftene skal stå enda bedre rustet til å møte en konkurranseutsatt framtid.

Viktig med samarbeid

- Vi vil nyte veldig godt av dette prosjektet, det ser vi allerede. Og kompetansen fra Sintef er gull verdt. Men det viktigste er egentlig samarbeidet med de andre bedriftene, det vi kan lære av hverandre og det at vi kan både hjelpe og løfte hverandre som et resultat av tettere samarbeid, forklarer Rolf.

Røros Produkter anser seg som lilegutt i klassen, all den tid HÅG, Røros Metall og andre «kanoner» også er med på laget. Men den minste gutten i klassen har vist seg å gjort mye riktig, og mange Rørosbedrifter kan ha noe å lære også her.



Ekteparet May Kristin Knutsen og Rolf Schjølberg har skapt gode resultater, men sikter framover heller enn å skue bakover. Her med Odd Ingar Døhl i produksjonen.

- Jo, noen kan sikkert lære av oss og. Men det viktigste for å skape resultater er å tørre å følge strategiene sine, være bevisst hele veien og ikke la et godt år føre til at man lener seg bakpå. Her må det jobbes hele veien, for å trygge arbeidsplassene, for å skape mer vekst og eventuelt enda flere arbeidsplasser, sier han før han springer videre til neste avtale.

Bedriften skal videre og da kan ikke sjefen lene seg tilbake med en bladfyk og mimre om året som gikk, snøen som falt i fjor og gode regnskapstall.