Pressmeddelande 20 Februari, 2013

Vad har Arvid Nordquist, Brio leksaker och Svenska Dagbladet gemensamt?

Jo, dessa tre företag firar 130 år just i år. Tre företag, tre olika branscher, grundade av starka entreprenörer med viljan att bygga något bestående. Av dessa tre återstår endast Arvid Nordquist i dag som familjeföretag. Där firas det med lite extra stolthet genom att lansera ett nytt mörkrostat kaffe som namngivits med anledning av jubileet – Arvid Nordquist 130.

Sedan starten 1884 har familjeföretaget Arvid Nordquist stått på stadiga ben genom två världskrig, börskrascher, motbok och hårdnande konkurrens från internationella koncerner. Kvalitet är fortfarande familjeföretagets ledstjärna, precis som för 130 år sedan, men definitionen av begreppet har utvecklats med tiden och frågor som miljöhänsyn och socialt ansvar blir allt viktigare.

– Det är viktigt att leva med sin tid, inte luta sig tillbaka utan fortsätta vara hungrig och nyfiken, och samtidigt vara villig att kämpa för det man tror på, förklarar Anders Nordquist, tredje generationens ägare och VD för Arvid Nordquist HAB.

Miljö, hållbarhet och socialt ansvar har blivit en naturlig del av svenska företags vardag. Kraven från kunder, medarbetare och konsumenter ökar. Arvid Nordquist har länge arbetat aktivt med att minska sin förbrukning av energi, fossila bränslen och förpackningsmaterial och ökat volymen av ekologiska produkter. Sedan flera år klimatkompenserar företaget för den klimatpåverkan som produktionen av företagets kaffe medför.

- Det är först på senare tid som miljöarbetet satts in i ett globalt perspektiv och samtidigt ändrat namn till hållbarhetsarbete. Tittar vi tillbaka har vi gjort många åtgärder som vi trott på som i efterhand visade sig vara rätt ur ett hållbarhetsperspektiv. I dag ser vi mer strategiskt på arbetet, fortsätter Anders.

1884 kostade de exklusiva kaffebönorna 70 öre kilot i Arvid Nordquists lilla delikatessbutik, ett högt pris på den tiden men ändå vallfärdade man till Östermalmsbutiken för att handla. Trots att prisbilden idag är en annan, är företagets syn på kvalitet fortsatt densamma enligt VD Anders Nordquist.

– Vi har alltid varit hängivna att producera och representera varor med hög kvalitet, i det hänseendet har väldigt lite ändrats från det att min farfar öppnade sin butik till det arbete vi gör här idag. Vi har inte fokuserat på vad kaffebönorna kostar att köpa in utan hur vi kan producera det bästa kaffet vi kan. Jag tror det är största förklaringen till vår framgång och att företaget är aktivt, nu på Nordisk basis, 130 år senare.

Jubileet firar Arvid Nordquist bland annat genom ett nytt extra mörkrostat kaffe som helt enkelt döpts till 130. Kraftig fyllighet och mindre syra. Ett riktigt mörkt kaffe som lämpar sig fint till de som föredrar att dricka sitt kaffe med mjölk.

För mer information:
Erica Bertilsson, Marknadschef Arvid Nordquist kaffe, tel. 0708 761 880, erica.bertilsson@arvidnordquist.se

Arvid Nordquist HAB är ett svenskt familjeföretag som sedan 1884 har tagit världens smaker till Sverige, genom starka internationella varumärken och sitt eget lokalrostade kaffe. Arvid Nordquist erbjuder kaffe, livsmedel, vin och öl till detaljhandeln, restauranger och grossister. Smakupplevelsen är central för Arvid Nordquist, både smaken och eftersmaken. Omsorgsfullt producerad och levererad mat och dryck smakar helt enkelt bättre. Arvid Nordquist arbetar aktivt med att minska sin påverkan på miljö- och människa gm bla certifiering, identifierade miljömål, utbildning och klimatkompensation. Företaget har 160 medarbetare i samtliga nordiska länder och försäljningen 2013 uppgick till 1 644 MSEK. Läs mer på www.arvidnordquist.se.