KMC: Fra bulk-producent til high end-leverandør

KMC (Kartoffelmelscentralen AMBA) er en mellemstor virksomhed med høje vækstrater og ambitioner om yderligere fremgang. Væksten drives af en satsning på at levere højtforædlede produkter til fjerne eksportmarkeder, hvor væksten i den globale middelklasse resulterer i vækst i efterspørgslen efter kvalitetsfødevarer.

Virksomheden har 275 medarbejdere og omsætter årligt for ca. 1,2 milliarder kroner. Væksten er cirka 10-20 % pr. år.

KMC er en global virksomhed med en eksportandel på 95 % og salg i 80 lande. De vigtigste markeder er Tyskland, UK, USA, Rusland, Japan og Kina.

**Omstilling fra billigt kartoffelmel til højværdiprodukter**KMC er en landmandsejet andelsvirksomhed, der historisk har leveret kartoffelmel som bulkvare. Den opadgående vækstkurve er resultatet af en omfattende omstillingsproces, der fokuserede på at øge dækningsgraden ved at lægge ”værdi” ind i kartoffelmelet frem for at sælge det i store mængder til relativt lave priser.

Virksomheden er blandt Europas førende producenter af kartoffelmel og kartoffelmelsderivater, dvs. afledte højværdiprodukter som stivelse, fibre og protein. De indgår i f.eks. pasta, snacks, slik, babymad og som bindemiddel i medicin.

**Drivkræfter bag virksomhedens vækst og udvikling**KMC peger selv på følgende faktorer, der skaber væksten i virksomheden:

* ***Samarbejde med universiteter og forskningsinstitutioner***  
  Danmark er en stærk fødevareklynge, og KMC samarbejder med forskere på danske universiteter og forskningsinstitutioner, bl.a. AU Foulum, DTU og Københavns Universitet.
* ***Innovation og udvikling***  
  Virksomheden investerer i forskning og udvikling, blandt andet med egen udviklingsafdeling. KMC er ikke en kartoffelmelsfabrik, men en avanceret og videnstung ingrediensvirksomhed, som arbejder med planteforædling, udvikling af nye proteiner m.m. Virksomheden har startet KMC Food Innovation Center, der består af testkøkkener, hvor kunderne kan udvikle og afprøve små serier af kartoffelmelsbaserede produkter i processen fra idé til marked.
* ***Internationalt samarbejde og eksport***  
  Fokus på udenlandske markeder, især de asiatiske vækstmarkeder. Den globale middelklasse vokser og stiller krav om fødevarer af høj kvalitet; den moderne forbruger har en høj købekraft og stiller krav om at kende produktionsforhold, høj fødevaresikkerhed, sundhed, dyrevelfærd m.m.
* ***Stærke nicher og sammenhængende forretningskoncepter***KMC har fuld kontrol over alle led i værdikæden – lige fra kartoffelavlerne (der ejer virksomheden) over udvikling og produktion til salg i ind- og udland fra egne salgsselskaber. Det har betydning for fødevaresikkerhed og forbrugernes tillid.

**Interviewperson – yderligere oplysninger**CEO Nicolai Hansen, KMC, T: 96 42 55 55