

Jakter partnere i

HANDEL: – Det er bedre å eie litt av noe som blir stort enn å prøve å løse alle problemer selv, sier Ayush Kumra i Masala-Magic.

■ **ANDERS HORNTVEDT**
anders.horntvedt@finansavisen.no

– Jeg vil påstå at ingen har jobbet så mye med å formidle indisk mat til norske ganer som oss. Vi har hatt 9.000 gjester på matlagingskurs. Jeg har skrevet to bøker på norsk om indisk mat og jeg driver en matblogg om indisk mat, sier Niru Kumra (51), matgründer og daglig leder i MasalaMagic.

Merkevaren MasalaMagic brukes på rundt 40 produkter, fra ris til sauser og sprø, runde papadam-flak.

Produktene selges i 1.400 dagligvarebutikker i kjedene Meny, Kiwi, Eurospar, Coop Mega samt Kolonial.no og Adams Matkasse.

Frem til nå har virksomheten vært en ren familiebedrift, men det er eierne åpne for å endre på.

Rundet 10 millioner

Kumra startet det som skulle bli MasalaMagic i 2003. Et kokkekurs på skolekjøkkenet på Lørenskog ble en snakkis. Deretter kom lærerne og SFO-tantene. Gründeren hadde det så gøy at hun ville gjøre mer ut av det. Mannen satte opp en nettside, og tre uker senere ble hun invitert til God Morgen Norge på TV 2.

I fjor omsatte de to MasalaMagic-selskapene for 10,2 millioner kroner til sammen. Det omfatter take away, matvarer, matlagingskurs, guidede, kulinariske reiser til India, cateringvirksomhet og mye annet.

Konsulentsønn

– Vi ønsker ikke å selge hele bedriften, men vi er kommet til at det er bedre å eie litt av noe som blir stort enn å prøve å løse alle problemer selv, sier Ayush Kumra (28), styremedlem i MasalaMagic og sønn av Niru.

Han er siviløkonom fra Norges Handelshøyskole og har de seneste to årene vært konsulent i PA Consulting.

– Bedriften er som en datter for meg. Men nå er hun 16 år og lovlig, så da er det greit å se etter en partner, sier Niru Kumra.

Mor og sønn beskriver en bedrift som startet som en hobby, og der familiemedlemmene ble sendt ut tidlig og sent for å jobbe.

Har fått inn styreproffer

De seneste årene er imidlertid driften blitt profesjonalisert. Blant annet er budsjetter kommet på plass.

– Vi har fått bedre driftsru-



HAR JOBBET I 16 ÅR: Niru Kumru startet det som skulle bli MasalaMagic i 2013. Bak sønnen Ayush Kumra.

FOTO: ANDERS HORNTVEDT



STYREMEDLEM: Bjarne Lervik-Mørck fra selskapet bak Salma-laksen.

FOTO: MASALAMAGIC



REKLAMEMANN: Jon Fredø, tidligere sjef i Dinamo.

FOTO: TWITTER

MASALAMAGIC

(Mill. kr)	2018	2017
Driftsinntekter	7,8	6,2
Driftsresultat	0,0	-0,5
Resultat før skatt	0,0	-0,5
Årsresultat	0,0	-0,5

Eiere: Nirupma Kumra og Sunil Kumar Kumra gjennom Niru Kumra Holding.

MASALAMAGIC INSPIRASJON OG EVENT

(Mill. kr)	2018	2017
Driftsinntekter	2,4	1,7
Driftsresultat	0,1	-0,1
Resultat før skatt	0,1	-0,1
Årsresultat	0,0	-0,1

Eiere: Nirupma Kumra og Sunil Kumar Kumra gjennom Niru Kumra Holding.

ner og outsourcet lagerholdet. I tillegg har vi lykket med nye produkter som nanbrød, sier Ayush Kumra.

– Kort og godt kommer mye av den økte lønnsomheten av systematisk produktutvikling og tilpasning av sortimentet til mattrender, i tillegg til mye bedre distribusjon samt rullering av varen, legger han til.

Inn i styret har matgründerne fått personer med detaljhandel- og merkevareerfaring.

■ Jon Fredø, daglig leder i Mvh,

tidligere sjef i og Dinamo, samt bakgrunn fra Aftenposten, Storebrand og Wikborg Rein.

■ Bjarne Lervik-Mørck, tidligere markedsdirektør i Salmon Brands, selskapet bak Salma-laksen. Har tidligere vært i Orkla, Tine og Mondelez.

Toro og Santa Maria

For 2019 er prognosen 12 prosents økning i omsetningen og et samlet driftsresultat på 8 prosent.



TREFFER VEGGIS-TREND: – Jeg er selv vegetarianer, og alle produktene våre er veganske, sier

– Hvor fornøyde er dere med lønnsomheten?

– Frem til nå har det ikke vært noen lønnsomhet. Vi har nesten bare gått med underskudd siden vi startet. Men det vil endre seg nå som vi får skalaeffekt på innkjøpene, samtidig som mange

av utgiftene vil ligge fast, sier Ayush.

– Da sikter jeg til kostnader til administrasjon, regnskap, IT og annen infrastruktur, legger han til.

Orkla med sine Toro- og Saritas-serier er én konkurrent. An-