

## Norge har nest høyest BNP i Europa

Ifølge SSB er det bare Luxembourg som har høyere prisnivåjustert BNP pr. innbygger enn Norge, men dette henger sammen med at arbeidstakerne fra det førstnevnte landet bor i nabolandene og derfor bidrar til verdiskapingen i

landet uten å være inkludert i innbyggertallet.

BNP pr. innbygger brukes ofte som mål på den materielle velstanden i et land.

Oversikten fra Eurostat viser at det er store økonomiske forskjeller mellom lan-

dene i Europa. Luxembourgs prisnivåjusterte BNP var ni ganger høyere enn i Bosnia-Hercegovina i 2013. På samme tid hadde Norge en prisnivåjustert BNP per innbygger 91 prosent over gjennomsnittet i de 28 EU-landene. **NTB**

## Tre pågrepet for kortsvindel i Bergen

Banden har kopiert informasjon fra minst 2.000 bankkort, ifølge politiet. Den såkalte skimmingen har skjedd ved minst fire minibanker de siste dagene, melder Bergens Tidende og Bergensavisen.

En 42-åring ble pågrepet av politiet på Nesttun onsdag formiddag, mens to menn på 27 og 30 år ble pågrepet på en campingplass i Bergen senere på dagen.

– Til nå har vi tilbakemeldinger fra Sparebanken

Vest om at cirka 2.000 bankkort er blitt såkalt skimmet, altså at datainformasjon og eventuelt kode er blitt kopiert, sier koordinator Johannes Råen for organisert kriminalitet ved Hordaland politidistrikt. **NTB**

## CENIKA 2013 ERTER DE STORE MED LAVE PRISER



**IRRITASJONSMOMENT:** Medeier og daglig leder Svein Tore Moe i Cenika er en torn i øyet på de store el-utstyrsløseleverandørene. FOTO: IVAN KVERME

■ Kutter mellomledd ■ Prøver å ligge 30 % under konkurrentene

# Lønnsom prispresser

**INDUSTRI:** Lier-selskapet Cenika, med blant andre Nadir Nalbant på eiersiden, tjener gode penger på å presse prisene i el-utstyrsmarkedet.

JOHN FULLER  
JOHN.FULLER@FINANSAVISEN.NO

El-utstyrsløseleverandøren Cenika har et uttalt ønske om å være en el-rebell.

– Vi holder oss nok ikke helt til de gamle uskrevene spillereglene i bransjen, forteller medeier og daglig leder Svein Tore Moe, som startet selskapet hjemme i garasjen for ni år siden.

Frem til 2005 jobbet han i ABB

som i dag er en konkurrent.

### 30 prosent under

Cenika har gjort det til sitt varemerke å kutte overflødige kostnader i alle ledd og klarer dermed å tilby el-materiell til en lavere pris enn de etablerte aktørene.

– Nå har vi nettopp gått inn i markedet for LED-belysning til privatboliger og industri. Vi har lansert et prisnivå som er 30 prosent under

det markedslederen tar. Det er stort sett en tommelfingerregel at vi ligger på det nivået, sier Moe.

I tillegg til LED-satsingen er det el-materiell som sikringsskap, komfyrvakt og elektriske tavler selskapet lever av å selge.

– Vi leverer kun til proffbransjen, men mye av det vi leverer ender likevel opp i leiligheter og eneboliger hjemme hos folk.

– Hva gjør at dere kan være billigere enn store aktører som ABB eller Siemens?

– Vi handler rett fra fabrikk som produsere. Dermed sparer vi minst to ledd i forhold til mange andre. I tillegg holder vi en lav profil når det gjelder lokaler, administrasjon og antall ansatte. Vi har like mange ansatte i dag som i 2011, da omset-

ningen var rett under 100 millioner kroner, sier Moe.

### Større partner

De siste fem årene har selskapet et samlet resultat før skatt på rundt 60 millioner kroner. Men selv om bedriften har blitt en stor suksess, og eierne har tjent gode penger siden starten, er det ingen umiddelbare planer om å selge bedriften.

– Jeg startet ikke Cenika for å bli rik, og at det skulle gå som det har gått var ikke planen. Det som kunne være interessant for oss er å finne en partner som kan tilføre oss noe mer, og kanskje hjelpe oss til å ekspandere internasjonalt.

Selskapet har allerede startet opp i Sverige, men ønsker å øke satsingen internasjonalt og da kan de ha nytte

Cenika		
(Mill. kr)	2013	2012
Driftsinntekter	134,5	118,9
Driftsresultat	22,0	19,3
Resultat før skatt	18,8	19,6
Resultat etter skatt	13,0	14,0

av en større partner.

I Norge har selskapet en målsetting om å nå 500 millioner kroner i omsetning innen tre år. For å få til det må man fylle på med flere produkter.

– Rent organisk regner jeg ikke med en vekst på mer enn 20 prosent, så skal vi nå målet, må vi øke sortimentet, sier Moe.

Selskapet eies av gründeren Moe med 46 prosent, mens hans svoger Nadir Nalbant eier 48 prosent gjennom Nalbant Holding.