

Gir melkemillioner til gode formål

Geir Ole Bjartvik
geir.ole.bjartvik@vl.no 22 310 382

Hos en av Norges største dagligvareprodusenter heter eieren god vilje.

Kavlifondet er eier av milliardvirksomheten bak Q-melk, Kavli smøreost og Kornfi flatbrød. Hvert av de siste par årene har fondet delt ut rundt 20 millioner kroner til gode formål.

Tilskuddene har gått til vidt ulike ting, fra Frelsesarmeens arbeid i Norge til undervisning av barn som dropper ut av skolen i Burkina Faso.



Styreleder Reidar Lorentzen i Kavlifondet ønsker å bruke pengene fra salg av melk og smøreost til å forbedre verden.

Hensikten med fondet er «å fremme humanitære formål, forskning og kultur».

Opptopping. Vårt Land skrev i går om hvordan norske stiftelsers finansielle styrke er på kraftig fremmarsj, og at dette også gjelder stiftelsene som deler ut penger til allmen-nyttige formål. Kavlifondet er et tradisjonsrikt fond i denne siste kategorien. Bak opprettelsen i 1962 sto daværende eier

Knut Kavli. Den barnløse Kavli var drevet av ønsket om å sikre virksomheten en langsiktig og samfunnsengasjert eier.

Etter en god del år med lite overskudd, der penger og krefter ble pløyd tilbake i Kavlikonsernet, er de samfunnsnyttige utdelingene nå trappet opp. Samtidig er profileringen av pengestøtten økt. Både på ostetuber og flatbrødpakker er det nå tydelig merket at overskuddet går til gode formål.

Potensial. – Det vi ønsker oss er å kunne trå til med støtte til prosjekter som har problemer med å få støtte andre steder, men som har et potensial vi kan forløse, gjerne prosjekter som ikke er kommet så langt, forklarer Reidar Lorentzen, Kavlifondets styreleder.

I det humanitære arbeidet betones blant annet støtte til svake og vanskeligstilte i utviklingsland. I forskning skal pengestøtten rettes inn mot bekjempelse av alvorlige sykdommer og skadevirkninger av et moderne levesett. Lorentzen vedgår gjerne at fondets ledelse, satt sammen av fire økonomer, er påvirket av tankegodset som de siste årene har gjort seg gjeldende blant forretningsdrivende i mange

land: ønsket om å ta styrings-systemer og erfaringer fra forretningsdrift og benytte dem i sosialt og humanitært arbeid.

– Dette er oppfatninger vi har hatt lenge. Verktøy fra forretningsverden kan være svært anvendelige på andre områder. Noen prosjekter kan også ha en økonomisk side, sier Lorentzen.

Investering. Han viser til at noen av fondets investeringer er såkalt impact investing-prosjekter, prosjekter der investorer tar sikte på å forene miljøgevinst, finansielt utbytte

«Det ligger en utfordring i at sosiale forbedringer og endringer ikke alltid er lett å måle som økonomiske resultater»

Reidar Lorentzen, styreleder i Kavlifondet

og positive samfunnsforandringer. I fjor investerte fondet en halv million amerikanske dollar – tre millioner norske kroner – i et fond som investerer i handel med afrikanske småbrukere.

Et annet sentralt begrep for fondet er «sosialt entreprenørskap», virksomhet som tar sikte på å utvikle nye og smarte løs-

Veldedige pengebinger eser ut



Stiftelsene er i kraftig vekst, og regnes nå som en ny, potensiell finansieringsmuskel av paraplyorganisasjonen Frivillighet Norge
Vårt Land 10.07.12

ninger på samfunnsproblemer. – Det ligger en utfordring i at sosiale forbedringer og endringer ikke alltid er like lett å måle som økonomiske resultater, men vi prøver likevel å få det til, sier Lorentzen.

Eierskapet et fortrinn. Styrelederen mener den sosiale profilen til Kavli-eieren også påvirker forretningsdriften positivt. I magasinet Kavlifondet har gitt ut i forbindelse med femtiårsjubileet går han i rette med de som mener bare at bare kommersielt, privat eierskap duger i en tøff konkurransesituasjon.

– Jeg har vanskelig for å se at et eierskap som beriker samfunnet, ikke er like motiverende som et eierskap som beriker personlige eiere, skriver Lorentzen der.

Han mener eierens samfunnsmessige profil har påvirket bedriftskulturen i Kavli i en positiv retning. Fondets langsiktige eierskap kan ifølge Lorentzen også ha bidratt til at Kavli holdt ut i den lange prosessen for å skaffe konsernets meierier, Q-meieriene, innpass på monopolisten Tines melke-marked. Etter mange års kamp mot det Kavli mener var konkurransevridende rammebetingelser, tjener de to meieriene nå godt med penger.

Reidar Lorentzen kan ikke dokumentere at Kavlifondet har en salgsfremmende effekt på produktene fra Kavli.

– Først og fremst ønsker vi at forbrukerne skal velge våre produkter ut fra egenskapene de har. Men ved ellers like forhold har vi ikke noe i mot at det allmenntilgjengelige formålet vårt spiller inn, sier styrelederen.

Kavlifondet eier både Q-melk, Kavli smøreost og Kornfi flatbrød. De siste årene har både barn som dropper ut av skolen i Burkina Faso og Frelsesarmeen fått penger fra fondet.

Foto: Kai-Otto Melau

