

GRÜNDER

Sterke vokse- smerter

Masalamagic har hatt en 15 år lang reise fra Norge til India og tilbake igjen.

HILDE ORELD
IVAN KVERME (FOTO)

– NÅ HAR VI FÅTT VOKSESMERTER, sier Ayush Kumra og kikker kjærlig på sin mor Niru Kumra.

Det var hun som startet det som senere ble Masalamagic for 15 år siden. Et kokkekurs på skolekjøkkenet på Lørenskog for foreldrene i klassen til sønnen Ayush ble en snakkis. Deretter kom lærerne og SFO-tantene. Niru hadde det så gøy at hun ville gjøre mer ut av det. Mannen satt opp en statisk nettside, og tre uker senere ble hun invitert til Wenches kjøkken på God Morgen Norge på TV 2.

Deretter fulgte kokebok og kokkekurs i egne lokaler i Helgesensgate i Oslo. Deltakerne ville kjøpe ingredienser, Niru lanserte chutneyer, krydder og tilbød nødvendig utstyr i egen nettbutikk. Niru startet med kulinariske reiser til India, blogg, sønnen Ayush presset på at de måtte inn i dagligvare, datteren Aditi la til rette for at mor skulle starte en blogg. På sidelinjen trakk ektemannen også i trådene. For to år siden gikk omsetningen i dagligvare forbi omsetningen på firmaevents, som kurs, jubileer, bryllup, konfirmasjoner og venner som ville lære mer om indisk mat og kultur.

SELSKAPET ER DELT I TO; en dagligvareavdeling og en eventavdeling. I fjor endte omsetningen i dagligvare på 6,2 millioner kroner, med et minusresultat før skatt på 485.000 kroner.

Masalamagic Inspirasjon og Event omsatte for 1,7 millioner kroner og tapte 83.000 kroner før skatt.

– I år regner vi med en totalomsetning på over 10 millioner kroner. Nå har vi nådd en milepæl i selskapet;



INDISK MATKURS PÅ NORSK: Niru Kumra holder kurs for Joachim Thorso Sætrom og Kristin Bockelle.

vi har fått voksesmerter, sier Ayush og fortsetter:

– Vi må jobbe mer med struktur og retningslinjer. Før var det mer ad hoc; hele familien løp litt hit og dit. Nå må vi ha jevnlig møter. Vi kaller det avdelingsmøter. Der ser vi på hva vi må bruke mer tid på og mindre tid på. Nå som vi har gått fra en oppstartsfasen til en

vekstfase, må vi prioritere, sier siviløkonomen.

– Vi er blitt flere ansatte, har eget demopersonell og flere biler. Lønnskostnadene er de høyeste. Vi har også et varelager som er verd mye penger. For alle rundt 700 dagligvarebutikkene må vi ha et varelager som skal dekke leveranse i fire måneder. Nå jobber vi med å kutte

Historien om Masalamagic

Kokkekurs på et skolekjøkken i Lørenskog. Lanserte en statisk nettside.

Fikk egne lokaler for kokkekurs. Startet nettbutikk.

Startet med kulinariske reiser med kokkekurs i India.

Fikk mye oppmerksomhet i media. Niru skrev litt selv og delte oppskrifter.

2003

2004

2005

2006

2007

2008

2009

2010

Ga ut første indiske kokebok laget i Norge. Fikk terningkast seks.

Jobbet med etableringen av de nye lokalene.

Utvidet lokalene til å bli tre ganger så store. Ga ut digitalt kokkekurs på DVD.

Jobbet med merkevaren Masalamagic.