



i Fakta

Papemballage-fabrikant Greif Danmark i Hedehusene er del af en international koncern, der tæller 250 fabrikker over hele verden. Greif Danmark har cirka 35 ansatte og laver paptønder samt materialer til dekoration og dekoratører. De primære markeder er medico og kemi. Virksomheden har over 50 års erfaring med fremstilling af runde paptønder med en diameter mellem 140 og 1120 mm.

BRUDT VANETÆNKNING SKABER NYE MULIGHEDER

Det har taget et par år for paptønde-fabrikanten Greif Danmark at vriste sig fri af fortidens vaner, men nu er der gejst til udvikling af nye produkter og metoder. Virksomheden tog affære og søgte hjælp til fornyelse udefra, da den oplevede stigende konkurrence og et vigende marked. En tønde til opbevaring af kartofler er det første synlige bevis på den nye innovationskraft.

Greif Danmark opererer på et marked, hvor de runde paptromler er oppe imod en række alternative emballageformer, og virksomhedens nuværende kundekreds er meget styret af markedet omkring dem og er svære at påvirke. Virksomheden har traditionelt deres største markeder inden for medico og kemi.

Men der er gennem nogle år sket en stadig stærkere konkurrence på emballage-området, og det er svært at holde stand med markedsandelene.

Ledelsen hos Greif Danmark erkendte derfor, at det var nødvendigt at finde på nye produkter eller alternativ brug af de eksisterende, hvor de udnytter de mange års ekspertise i at producere paptønder.

- Der er hård konkurrence i vores branche og vores virksom-

hedskunder sparer på emballage, så vi taber terræn. Vi sælger omkring 15.000-30.000 færre tønder årligt. Det giver os en begrænset levetid som rentabel virksomhed, hvis vi ikke gør noget for at ændre det, siger fabrikschef Ole Jørgensen.

Blev vristet ud af den cylindriske tankegang

I erkendelsen af at have brug for bistand udefra til at blive vristet løs af vanerne indgik Greif Danmark i efteråret 2011 en aftale, med innovationskonsulenter fra Idé & Vækst på Teknologisk Institut, om at gennemløbe det systematiserede idéudviklingsforløb Creative Idea Solution (herefter: CIS) med det formål at få en masse ideer på banen og få dem testet og behandlet med hjælp fra relevante eksperter.

- Vi kontaktede Teknologisk Institut, fordi vi gerne ville tænke nyt og i alternativ brug af det, vi plejer at lave. Vi har altid levet inden for vores begrænsninger og har ikke forfulgt tanken om, at vi kunne lave noget andet med vores maskiner og kompetencer. Derfor var det vigtigt at blive provokeret til anderledes tænkning, siger Ole Jørgensen.

CIS-forløbet trak ekspertise, i form af fire forskellige forskere, med ind i innovationsforløbet med Greif Danmark. Virksomheden stillede med fem ledere og medarbejdere.

Udviklingsworkshoppen blev sat op på neutral grund, og så forløste der sig en sand storm af ideer.

Det endte med 580 af slagsen på 12 flipoversider. De blev gennemarbejdet til virksomheden stod tilbage med 10 ideer med strategisk potentiale og to koncepter. Flere ideer kredsedde om at bruge paptønder til opbevaring af grøntsager.

Derefter blev ideerne ratede til de bedste 10-12 stykker var tilbage, som der blev arbejdet videre med. Særligt ideen med at bruge paptønder til opbevaring af grøntsager gav genlyd. Men der var eksempelvis også bud på at bruge paptønder til at tænde grillkul i.

Det var en vigtig del af innovationsprojektet at hente inspiration og ny viden ind udefra til Greif Danmark. De rådførte sig blandt andet med en forsker med speciale i proces om der kunne være andre mulige forretningsområder at gøre sig indenfor med paptønder. De har også besøgt Rørcentret på Teknologisk Institut for at kigge på kloakområdet og muligheden for at levere rør af pap til kloakkerne.

To nye produkter på vej i markedet

De håndfaste følger af innovationsforløbet er en håndfuld prototyper og to produkter på vej i markedet.

- Det har krævet ekstra af os at nå længere end den undersøgende fase af vores bedste ideer, men det er blevet til en håndfuld prototyper og to produkter. Det ene er på markedet. En paptønde med gode egenskaber til opbevaring af kartofler og andet grønt er blevet lanceret i efteråret 2013 i et produktudviklingssamarbejde med Samsø Grønt og Teknologisk Institut. Det andet er godt på vej i markedet, siger Ole Jørgensen.

Paptønden til opbevaring af kartofler og andre grøntsager er et forbrugerprodukt, der via en stærk salgskanal kan blive interessant. Udviklingen af tønden startede i begyndelsen af 2012, og der står stadig forskellige prototyper af kartoffeltønder på Ole Jørgensens kontor i vindueskarmen, hvor de blandt andet er blevet testet for forskellig slags ventilation i forhold til grøntsagernes holdbarhed i tønden.

Stærkere end bølgepap og billigere end plastik

Det andet nye produkt på vej er et indpakningsmateriale, der er stærkere end bølgepap og billigere end konkurrerende plastprodukter. Det er ved at blive testet før introduktionen til B2B-markedet. Indpakningsproduktet udmærker sig ved, at Greif Danmark kan producere det uden at skulle lave store forandringer i produktionshallen.



“ Vi har altid levet inden for vores begrænsninger og har ikke forfulgt tanken om, at vi kunne lave noget andet med vores maskiner og kompetencer. Derfor var det vigtigt at blive provokeret til anderledes tænkning”

Ole Jørgensen
Fabrikschef
Greif Danmark

Ny teknik til at sætte bunde på tønder under opsejling

Greif Danmark er også ved at undersøge et nyt interessant produktionsprincip, som handler om fastgørelse af tøndernes bunde ved sammentrækning, i stedet for at det sker ved brug af ring og hæftning som nu. Der kan gemme sig en pæn besparelse ved den nye produktionsteknik til at fastgøre bundene. Den nye teknik er et knopskud fra udviklingen af den aktuelle kartoffeltønde og er for Greif et godt eksempel på, hvad der sker, når de investerer manpower og ressourcer i at arbejde innovativt.

- Tidligere ville vi aldrig have udfordret teknikken til at montere bunde på vores tønder. Da sagde vi, at vi producerer runde paptønder, der ser ud, som de altid har gjort, siger Ole Jørgensen og fortsætter:

- Vi har lært, at det ikke behøver at være dyrt at udvikle nye produkter. Det handler om at være kreativ og udnytte sine muligheder for at samarbejde med andres ekspertise, som vi har gjort det med opbevaringstønden, hvor vi har samarbejdet med Teknologisk Institut og Samsø Grønt.