



” Vi var blevet lidt hjemmeblinde og havde brug for nye input udefra. Vi har fået nye markeder og nye produkter ud af det og et par idéer, som vi omgående begyndte at implementere. Den ene med en potentiel besparelse på ca. 200.000 kr.”

Ole Jørgensen
Fabrikschef
Greif Danmark
www.greif.dk

BRUDT VANETÆNKNING SKABER NYE MULIGHEDER

Det er let at se sig blind på nye muligheder, når den daglige drift og vaner styrer dagens gang. Det oplevede emballage-fabrikanten Greif Danmark, der kunne se problematikken og valgte at gøre noget ved den. I dag er der både tid til drift og udvikling.

Den brændende platform

Emballage-fabrikanten Greif Danmark er del af en international koncern med 250 fabrikker på verdensplan. Greif Danmark laver paptønder og har over 50 års erfaring i faget. Greif Danmark opererer på et marked, hvor der er mange alternative emballageformer, og deres kundekreds er meget styret af markedet omkring dem og derfor svær at påvirke. Det fik ledelsen hos Greif Danmark til at indse, at det var nødvendigt at tænke i nye baner, vende det hele lidt på hovedet og finde på nye produkter – stadig med en vis relation til deres nuværende produkter, så den interne knowhow og ekspertise blev udnyttet til fulde.

Innovationsførstehjælp udefra

I erkendelsen af at have brug for bistand udefra til at blive vristet løs af driften og vanetænkningen indgik Greif Danmark i efteråret 2011 en aftale med innovationskonsulenter fra Teknologisk Institut om et innovationsforløb baseret på den systematiserede idéudviklingsmetode Creative Idea Solution (CIS).

Udover en række møder og samtaler blev der afviklet en stor workshop, hvor fem af virksomhedens medarbejdere arbejdede intenst med idéudvikling. En sand storm af ideer forløste sig, og det endte med 580 ideer, der blev testet og behandlet

med hjælp fra relevante eksperter. De blev gennemarbejdet til virksomheden stod tilbage med 10 ideer med strategisk potentiale samt to koncepter. Flere af ideerne kredsede om at bruge paptønder til opbevaring af grøntsager.

Nye løsninger allerede i markedet

CIS-forløbet har indtil videre ført til en håndfuld prototyper og to produkter på vej i markedet. Den ene er en paptønde med gode, miljørigtige egenskaber til opbevaring af kartofler og andet grønt, som blev skabt og lanceret i efteråret 2013 i et produktudviklingssamarbejde med Samsø Grønt og Teknologisk Institut. Det er et forbrugerprodukt, der via en stærk salgskanal, kan blive interessant. Det andet nye produkt, der er på vej, er et indpakningsmateriale, der er stærkere end bølgepap og billigere end konkurrerende plastprodukter.

Plads til både drift og udvikling

Det har taget et par år for alvor at blive vristet fri af fortidens vaner, men nu oplever virksomheden geist til udvikling af nye produkter og metoder. De er blandt andet ved at undersøge nyt produktionsprincip til fastgørelse af tøndernes bunde.

”Vi var blevet lidt hjemmeblinde og havde brug for nye input udefra. Derfor gik vi i gang med Teknologisk Institut og deres CIS-model. Vi har fået nye markeder og nye produkter ud af det og et par ideer, som vi omgående begyndte at implementere. Den ene med en potentiel besparelse på ca. 200.000 kr.,” siger Ole Jørgensen, fabrikschef hos Greif Danmark.

For mere information, kontakt:

ANNETTE SKYT
INNOVATIONSKONSULENT
ANSK@TEKNOLOGISK.DK
7220 2868

Teknologisk Institut, Center for Idé & Vækst
T: 72 20 14 55
W: www.teknologisk.dk
E: ideogvaekst@teknologisk.dk
LinkedIn: bit.ly/ideogvaekst