

Case: Forretningsudvikling og mentorskab

Optimeret produktion skal give bæredygtig forretning

Place de Bleu har fået bedre styr på produktionen og nedbragt virksomhedens omkostninger.

Place de Bleu, som bl.a. sælger puder produceret af udsatte indvandrerkvinder, stod med den udfordring, at virksomhedens udgifter oversteg indtægterne. Produktionen skulle optimeres, og her fik Place de Bleu hjælp fra Kry Herholdt, ekspert i LEAN hos Teknologisk Institut.

Virksomheden samarbejder desuden med tekstilvirksomheden Kvadrat, hvor Place de Bleu har en indkøbsaftale af stofrester til favorabel pris. For Kvadrat betyder det, at stof, som ellers skal kasseres, kan afsættes på en miljømæssig bæredygtig måde. – Det er god intern branding.

"Før har vi givet vores rester til skoler eller til udlandet, men med Place de Bleu bliver det meget mere håndgribeligt. Det er fantastisk at se, at en virksomhed, som integrerer indvandrerkvinder, kan bruge vores rester i produktionen," siger Mette Bendix, produktdirektør hos Kvadrat.

Styr på produktion og kvaliteten

For Place de Bleu var udfordringen bedre produktionsstyring. Første skridt var at indføre en medarbejderoversigt med tydelig markering af, hvem der er på arbejde. Hovedparten af medarbejderne har meget fleksibel arbejdstid, og det var en stor logistisk udfordring. Derudover er der indført produktionsplan over, hvad der skal laves og med tydelige deadlines.

"Vi gennemgik hele produktionen for at se, hvor fejlene opstod. Her blev det klart, at der er behov for bedre verbal instruktion, når opgaver sættes i gang," siger Kry Herholdt.

Resultatet viste sig hurtigt. Antallet af 2. sorteringsva-

rer er minimeret, og det giver Place de Bleu flere varer af bedre kvalitet, som de kan få en bedre pris for.

"Vi har kvinder fra hele verden, hvor sprogbarrierer og misforståelser betød for mange fejl, og når en pude skal syes flere gange, er det nærmest penge ud af vinduet. Men nu har vi styr på vores processer og større bevidsthed om, hvad vi gør," siger Trine Pantan, daglig leder af Place de Bleu.

Hvad skal arbejdsgiver betale?

Foruden optimering af produktionen har Kry Herholdt haft fokus på de udfordringer, der er i virksomheden, når sociale og kommercielle forhold skal gå hånd i hånd. Skal arbejdsgiveren fx betale løn, hvis medarbejderen skal til sprogundervisning? Her handler det ifølge Trine Pantan om at finde det rette niveau.

"Foreløbig har vi placeret danskundervisning for lønnede medarbejdere uden for arbejdstiden, og på sigt vil vi ændre flere ting, men vi skal gøre det på vores måde. Vi skal balancere de sociale og kommercielle hensyn i vores virksomhed. Kommercielt skal det hænge sammen, men vi kommer fx aldrig til at indføre akkordarbejde," fastslår hun.

Kvadrat giver også Place de Bleu sparring på salg og marketing, og de to virksomheder vil fortsætte deres samarbejde. For Mette Bendix er det vigtigt at vise over for sine medarbejdere, at Kvadrat tager sit samfundsansvar alvorligt. Og hun tror på Place de Bleu

"Hvis de får optimeret produktionen, tror jeg også på, at de kan få nogle konkurrencedygtige priser. Og så skal de brande sig på, hvem de er. Det er en vigtig del af historien," siger Mette Bendix.

Fakta:

- Kvadrat er en af Europas førende producenter af designtekstil.
- Kvadrat har hovedsæde i Ebeltoft og har 400 medarbejdere i 23 integrerede selskaber verden over.
- Place De Bleu er en socialøkonomisk virksomhed, som producerer bl.a. puder, tæpper og boliginteriør.
- Place de Bleu uddanner og beskæftiger udsatte indvandrerkvinder. Virksomheden har fire ordinært ansatte syersker og 10-12 indvandrerkvinder på særlige vilkår.
- Kvadrat og Place de Bleu har arbejdet sammen siden 2011. Bl.a. om en indkøbsaftale, fragt og markedsføring.
- Teknologisk Institut udvikler, anvender og formidler forsknings- og teknologibaseret viden til dansk erhvervsliv. Instituttet samarbejder også med uddannelsesinstitutioner og har desuden egen kursus-, certificerings- og foredragsvirksomhed.

Gode råd fra Place de Bleu og Kvadrat

- Find en virksomhed, I har et interessefællesskab med.
- Brug hinanden til gensidig markedsføring. Også på de indre linjer.
- Søg hjælp og rådgivning hos hinanden
- Tænk fælles værdi i jeres samarbejde
- Lav regnestykker: Hvordan hænger udgifter og indtægter sammen?

Model: Forretningsudvikling

