GS1 Denmark

The Global Language of Business

Mave & Hjerte er vejen til innovation hos Peter Larsen Kaffe

Alle jagter innovation. Her finder du opskriften, som den har udviklet sig i Viborg siden 1902.

Det må godt være lidt snirklet

Peter Larsen Kaffes logo er karakteriseret af de svungne bogstaver, der sender tankerne til svundne tider. Det står i skarp kontrast til det indtryk, man får af den Viborgensiske virksomhed. Her står produktudvikling og skæve vinkler på, hvad kaffe kan bruges til, nemlig øverst på dagsordenen.

"Vi er nok mere innovative, end vi selv går og tænker i hverdagen", fortæller Michael Bisgaard, Kommerciel Chef. "Men det er også nødvendigt, at arbejde på nye måder at udvikle kategorien på, når vi nu engang er en håndfuld store brands, der kæmper om forbrugernes opmærksomhed på hylderne".

Fra detailhylde til festivalbod

Måske netop derfor tog Peter Larsen Kaffe for ca. 7 år siden springet fra hylderne og ud på festivallerne. "Vi er på Northside, Roskilde og mange flere, og vi er vilde med den direkte feedback, som vi der får fra nutidens og fremtidens kaffedrikkere – det er brændsel til udvikling", fortæller Michael.

Og innovation sker løbende hos Peter Larsen Kaffe: Man var først i Danmark med økologisk kaffe og Fair Trade i 90'erne, og i 2013 blev koldbrygget kaffe på flaske lanceret. Senest er kaffebreve kommet på markedet i 2018.

"Vi er i øvrigt 100% drevet af biogas og vindenergi. Det kunne vi måske godt blive bedre til at fortælle om", mener Michael.

Hvordan fostrer man et innovativt miljø?

Det er nok umuligt at sætte på formel, men Michael Bisgaard og Annette Wisler Houmann har flere bud på byggestenene:

"Medarbejdere skal opleve, at alle helt reelt har mulighed for at påvirke vores udvikling med deres idéer. Dét er motiverende. Ligeså at man mærker, at der er kort fra beslutning til handling, når den gode idé er der", fortæller Michael.

Annette Wisler Houmann, der har arbejdet hos Peter Larsen Kaffe i 27 år, begyndte som kontorelev og er nu Produktchef:

"Jeg har på egen krop mærket, hvor meget det betyder for ens arbejdsglæde, når der er respekt for den enkeltes styrker og bidrag. Det er det, der gør, at man siger 'yes!', når man går ind ad døren om morgenen. Vi går meget op i at sammensætte teams med supplerende kompetencer og at ansætte mennesker, der har samme gejst og åbenhed som os".

"Og så er vi meget bevidste om, at al vores innovation og virksomheden som helhed skal køre på et solidt og korrekt grundlag. Det gælder alt lige fra at der er styr på fødevarelovgivningen til at kunderne services med korrekte produktdata".

Den uundværlige ingrediens til styr på pluklageret

En anden del af det, der skal give innovationen et solidt fundament, er lagerstyring, og for ca. 6 år siden indførte man stregkoder overalt på pluklageret i Viborg. Det vil sige, at hver lagerlokation er mærket med en stregkode, som bippes, når noget sætte på plads eller plukkes til en ordre. På pallerne sætter man GS1-128 labels, med information om bl.a. holdbarhed for produkterne og pallens unikke "nummerplade", SSCC-nummeret. "Vi skal efterleve strenge krav til sporbarhed, og det sikrer stregkoderne", fortæller Annette.

"Nu da vi har vænnet os til at arbejde med stregkoder, er de simpelthen uundværlige her på lageret", mener Jonas Bach Boel, lagerekspedient. "De hjælper bl.a. til at mindske spild, fordi vi har helt overblik over, hvilke varer med hvilken holdbarhed der findes hvor på lageret".

Fra ”øv-opgave” til topprioritet

Det er den rejse, som Annette har oplevet med produktstamdata gennem de sidste ti år:

”Jeg har i dag personligt en helt anden holdning til det at arbejde med stamdata, end jeg havde i begyndelsen. Det er gået fra at være en ’mindre interessant’ del af mit job, som nogle gange blev nedprioriteret, til noget som jeg prioriterer meget højt”.

”Vigtigheden og værdien af korrekt stamdata har udviklet sig meget de sidste år, og i takt med at flere af vores kunder er kommet med på ’bølgen’, så er vores prioritering af området også steget. I dag er stamdata en yderst vigtig del af et succesfuldt samarbejde med vores kunder. Det har for os topprioritet, at alt data ligger tilgængeligt for vores kunder, og vi har altid fokus på at levere data til tiden”.

”De allerfleste kunder henter selv data i GS1Trade Sync, og internt er vi også begyndt at drage nytte af systemet. Eksempelvis er vores Detailchef oprettet som bruger og kan dermed til enhver tid selv finde de data, han har brug for”.

Nyt økonomisystem under opsejling: Det skal integreres med GS1Trade Sync

I Peter Larsen Kaffes nuværende setup, opretter Annette selv produktstamdata i GS1Trade Sync b.la. via skabeloner. Men virksomheden er i gang med at vælge nyt ERP-system:

”Jeg var tidligt ude med ønsket om, at vores nye system skal integreres med GS1Trade Sync. Det kommer til at betyde færre indtastninger og færre Excel-ark – og dermed sikrere og hurtigere arbejdsgange. Dertil kommer de anvendelsesmuligheder, som jeg er sikker på, vil dukke op, når vi har systemet i drift”, vurderer Annette.

”Jeg opfordrer alle medlemmer af GS1Trade Sync til at gøre brug af den hjælp man får, når man kontakter GS1. Servicen er helt utrolig, og du føler aldrig, at dine spørgsmål er dumme. Samtidig er der imødekommenhed over for ændringsforslag”.

Relationer er bærende, internt og eksternt

”Vi har meget fokus på, at vi skal tale til mennesker, ikke Excel-ark. Du kan kalde det godt, gammelt købmandskab”, fortæller Michael. ”Vi tror på at bygge relationer med kunderne og at være fleksible: Hvis kunden har brug for 1 kilo til en promotion, så får han det, ligeså villigt, som hvis det er 100 kilo. Vi ser også GS1Trade Sync som en del af relationen med vores kunder”.