

# INSIDE



SVEGRO | På Färingsö ar Al kung 4

SANDVIK | Styrkeprov för kraftpaket 9

MACKS ØLBRYGGERI | Arktiska drycker... 14

SCHYSST KÄK | Mästerkocken... 20

KEMPPI | Kemppis världsberömda kvalitet... 24

DS SMITH | Trippelt prisade i ScanStar! 26





# Välj en evighetsmaskin

Förpackningars hållbarhet är på tapeten igen.

EU-kommissionen har föreslagit en ny förordning gällande förpackningar och förpackningsavfall (PPWR). Och vår branschorganisation Grafiska företagen är bekymrad.

Förordningen förordar återanvändning. Det kan låta bra men riskerar att missgynna återvinning, bromsa övergången till en cirkulär ekonomi och i värsta fall öka användningen av onödiga förpackningar baserade på fossil råvara - rejält.

Vi ska inte återvinna gamla idéer. Vi ska återvinna sunda material och undvika onödigt avfall.

Positivt är att det fortfarande är lika enkelt att välja rätt.

Välj wellpapp så får du inte bara en stilfull behållare till din produkt, du får en förpackning som är ny och fräsch, stark och lätt och byggd för högt ställda krav på inpackning och hantering.

Varje fiber är dessutom kommen ur jord. Och kan återvinnas upp till sju gånger innan den åter blir till jord. Och snurrar vidare i evigheters evighet.

I det här numret finns flera goda exempel på förpackningar som placerar våra kunders varor på rätt plats i både omlopp och kretslopp. Kanske får du någon idé till hur du kan bli mer cirkulär med wellpapp?

Hör av dig så förklarar vi.

Om och om igen.



**Thorbjörn Sagerström**

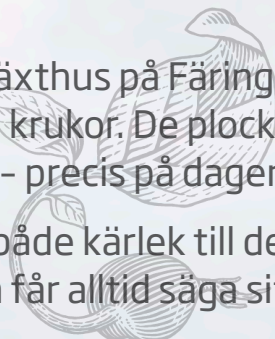
Managing Director Nordic Countries

svegro

# På Färingsö är AI kung







I **SVEGRO**s majestätiska växthus på Färingsö, gror ekologiska sallater och örter i tiotusentals små krukor. De plockas, packas och levereras till butiker i hela landet - precis på dagen när de är som bäst.

En sådan bedrift kräver både kärlek till det goda, och en förkärlek för innovationer. Basilikan får alltid säga sitt, men det är AI som styr.

Svegro såg dagens ljus 1960 när Ingegerd och Thore Norman bestämde sig för att satsa på grossistförsäljning av grönsaker. Så småningom tog de båda entreprenörerna över Ingegerds föräldrahem, på klassisk odlingsmark på Färingsö utanför Stockholm. Där satte de sina första egna frön till bland annat dill och gräslök och de hade även rabarberodlingar.

Verksamheten expanderade och 1983 byggde paret sitt första växthus med en vision om att sälja svensk sallat året runt.

- Ingegerd och Thore var pionjärer som redan från början hade både kärlek till grödorna och näsa för nya

idéer, säger Kristin Orrestig, vd på Svegro. Det har vi burit med oss, och än idag är det vår styrka att kombinera odlarglädje med ett starkt affärs-, lönsamhets- och utvecklingsfokus, hela vägen från frö till förpackningar.

#### **Störst på sallat och örter**

Idag är Svegro Sveriges största växthusodlare med 55 000 inglasade kvadratmeter och cirka 70 anställda, beroende på säsong. Företaget levererar sallater och örter till hela Sverige, både under eget varumärke och åt de stora kedjorna.







Klimat- och hållbarhetsarbetet är djupt rotat i verksamheten och ända sedan starten har Svegro arbetat för att hushålla med resurser som vatten, energi, insatsvaror och förpackningar.

- Färingsö ger oss fina förutsättningar för cirkulär bevattning, direkt från Mälaren, och samtidigt bra möjligheter till effektiva transporter, säger Kristin Orrestig. Vi har också ett näringsflöde som

minimerar utsläpp och till 2025 siktar vi på att nå fossilfria inrikes-transporter.

#### Från frö till butik på 8 veckor

De noga utvalda fröerna börjar sin resa i krukor med odlingssubstrat. Den första veckan tillbringas i gro-ningskammaren, och därefter flyttas krukorna till barnkamma-ren där fröna får slå rot ordentligt. Efter ytterligare två veckor är

plantorna redo att placeras ut i växthusets odlingsbanor där de får växa sig stora, starka och smakrika.

- Det tar cirka åtta veckor från sådd till skörd, och varorna skör-das samma dag som de ska skick-as. Vi kan inte lagerhålla, och vi kan inte heller påverka tillväxt-takten på våra grödor. Därför är vi beroende av bra prognoser och minutiös planering, ofta i nära samarbete med våra kunder. Vi får order vid lunch och på efter-middagen ska allt stå packat på bryggan för vidare transport ut i landet. Vi måste också ta hänsyn till de olika grödornas tillväxttakt och egenskaper. Som exempel växer körvel och koriander snabbt, medan gräslök tar längre tid på sig. I transportledet är det basilikan som har mest att säga till om, eftersom den är känsligast för temperaturskiftningar.



Färingsö är Sveriges näst största insjö-ö, belägen i Mälaren med bland annat Ekerön och Lovön som nära grannar. Området blev tidigt plats för kungliga ägor, här finns Drottningholms slott på Lovön och Svartsjö slott på Färingsö. Öarna är kända för sitt kulturlandskap, som i alla tider försett stockholmarna med färska grönsaker.



## Effektivt och hållbart när AI styr

I en ekologisk odling är det en stor utmaning att minska svinn, men genom intensiv utveckling av teknik, verktyg och material har Svegro lyckats väl. De senaste tre åren har svinnet halverats - till stor del tack vare en egenutvecklad AI.

- Nyckeln är att sköta varje individuell planta på bästa sätt, säger Kristin Orrestig. Det är alla som jobbar här specialister på, men ju större verksamheten blir desto svårare blir det för det mänskliga ögat att räkna till. Därför har vi utvecklat en AI som använder avancerad kamerateknik till att övervaka grödorna. AI-systemet bedömer plantornas storlek, tillväxttakt och utseende och ger tillsammans med klimatdata, som till exempel temperatur, luftfuktighet och ljusmängd, en prognos framåt som anger när rätt storlek är uppnådd och om det finns några kvalitetsproblem. Systemet föreslår också lämpliga åtgärder för att nå rätt storlek och kvalitet. Genom den stora mängden insamlad data lär vi oss vilka förutsättningar som ger den bästa kvaliteten och den optimala tillväxten för plantorna.

- Tack vare AI:n kan vi styra produktionen mer exakt, så att fler plantor klarar sig och varje planta kan skördas när den är som bäst, säger Kristin Orrestig. Om något växer för fort eller för sakta, får vi information som hjälper oss att justera ljus, vatten, näring och värme. AI:n har också hjälpt oss att hålla med resurser och spara energi.

## Ett tryggt samarbete

När Svegro tog kontakt med Anders Holstein på DS Smith, handlade de initiala förfrågningarna om lösningar till produktionens automatiserade packsystem, och tekniska detaljer som wellpappens fuktbeständighet.

Men Svegro sökte också en stabil och långsiktig partner.

- För oss är det lika viktigt med trygga leveranser, bra service och rätt kvalitet



Svegros AI använder avancerade algoritmer för att bedöma växternas kvalitet och storlek. Med hjälp av QR-koder kopplas batchens odlingsdata till klimatdata och bilddata. Via förslag från AI-systemet styrs bland annat ljus, näring och värme, så att grödorna blir så fina som möjligt.

"Med DS Smith ligger fokus på både hög kvalitet och optimerade resurser. Det passar oss väldigt bra."

Kristin Orrestig, vd Svegro

i rätt tid som att vi har någon att diskutera utvecklingsprojekt med, säger Kristin Orrestig. I DS Smith har vi fått både och. De flesta av våra produkter levereras i sina krukor, placerade på speciella bevattningstråg som ser till att sallater och örter mår bra hela vägen fram till butik. Inledningsvis har vi fått hjälp med de förtryckta emballage som formas och limmas runt om trågen i våra automatiserade lådresare. Men framåt driver vi flera utvecklingsprojekt tillsammans.

- Vi har samlat ett team av konstruktörer och grafiker och tittar nu tillsammans på nya sätt att exponera Svegro's varor i butik, framför allt under kampanj-



perioder, säger Anders Holstein, account manager på DS Smith. Exponeringar är ofta väldigt arbetsintensiva eftersom de monteras manuellt. Nu tittar vi på lösningar där förpackningarna med några enkla handgrepp även kan fungera som exponering. Målet är att spara tid, pengar och resurser samtidigt som vi tillmötesgår butikernas högt ställda önskemål.

- Vi levererar varje år cirka 20 miljoner produkter vilket innebär att förpackningar och emballage är en betydelsefull del av vår affär, säger Kristin Orrestig. I samarbetet med DS Smith ligger fokus på både hög kvalitet och optimerade resurser. Det passar oss väldigt bra.



Växthuset på Färingsö förser hela Sverige med ekologiska och smrika örter och sallater. En WA-lösning (Wrap-Around) skyddar och håller allt i god form. Du hittar sorter, smaker och recept på [Svegro.se](http://Svegro.se)!



# Styrkeprov för kraftpaketet



Inom topphammarborrning matar en bergborr tusentals slag om upp till 50 ton vardera rakt in i berget varje minut. På sin väg till borrartröjan passerar kraften från hammaren en nackadapter – ett avancerat och värdefullt precisionsverktyg som trots sin tyngd och styrka kräver varsam hantering vid försäljning och leverans.

En ny och hårdtestad förpackning från DS Smith har förenklat transportererna, och ser till att nackadapterarna alltid anländer rena, repfria och med orubbat förtroende.





Varje enskild nackadapter mäter från två decimeter upp till en meter och väger mellan ett och trettio kilo.

**SANDVIK** är en högteknologisk industrikoncern med 40 000 medarbetare, fördelade på 150 länder. Företaget erbjuder lösningar för ett flertal industrigrenar, baserat på egna investeringar i innovation, forskning och utveckling. Sandvik är bland annat världsledande inom utrustning och tekniska lösningar för gruv- och anläggningsindustrin, bland annat till bergborrning, bergavverkning, tunneldrivning och stenbrytning.

- Beroende på bergart och vad man vill åstadkomma kan man använda olika tekniker, där topphammarborrning är den vanligaste, säger Kristina Wickholm, packaging development manager på Sandvik Rock Tools. Inom topphammarborrning finns dessutom flera olika applikationer med en stor bredd vad gäller hålstorlek, och man kan välja att borra horisontellt eller vertikalt. Sandvik borrverktyg för topphammarborrning överför effektivt slagkraften till berget, vilket minimerar energiförlusten. Detta ger ökad produktion, minskat underhåll och en mer hållbar verksamhet.

- Hålen används oftast för att spränga berget, säger Kristina Wickholm. Hela systemet är monterat på en borrhög där kraften från en bergborr går genom en borrhög bestående av en nackadapter, en eller flera borrhögar och slutligen en borrhögskrona. Nackadapters uppgift är att överföra slagenergi och rotationsmoment från bergborrens kolvidare ner i borrhögen.

#### Premiumleverans - ingen enkel resa

En nackadapter är ett noga utvecklat precisionsverktyg, en premiumprodukt som har både stor teknisk betydelse och ett högt ekonomiskt värde för kunden. De är konstruerade för att tåla extrema påfrestningar under omilda förhållanden. Men vid leverans är det av yttersta vikt att nackadapterna kommer fram i toppskick, utan skador eller repor i det yttre rostskyddet så att kunden kan vara säker på att funktionalitet, hållbarhet och kvalitet är intakt.



Sandvik strävar efter resurseffektivitet med målsättningen att vara cirkulära till över 90 % till 2030. Företaget har bland annat utvecklat en process för att separera och återvinna borrhögskronornas värdefulla hårdmetallstift av wolframkarbid, vilket minskar såväl användningen av jungfruligt material som transporter och CO2-utsläpp. Programmet för återvinning av hårdmetall ingår kostnadsfritt i alla borrhögskronor.





- Ur ett förpackningsperspektiv är utmaningen att det finns hundratals olika nackadaptrar med en mängd variationer i dimensioner, och att varje enskild nackadaptrar kan väga upp till trettio kilo, säger Kristina Wickholm. Den är tung att hantera och ska samtidigt tåla ett flertal av- och pålastningstillfällen - från tillverkning, via olika mellan-

lager och vidare till slutleverans. Dessutom ligger gruvorna på vitt skilda destinationer i olika klimatzoner, från Afrika till Alaska, vilket innebär stora variationer i temperatur och luftfuktighet.

- Sandvik har också höga ambitioner när det gäller hållbarhet i hela organisationen, från återbruk av material ända ner till stiftet i

våra borrhonor, och vidare till våra förpackningar, säger Kristina Wickholm. Det ultimata målet är förpackningar som är helt biobaserade, återvinningsbara och nedbrytbara, och med den här nya lådan med pappershandtag har vi kommit så nära det, som det går just nu.



### Tryggt för tungviktare

I samband med en översyn av förpackningslinjen för nackadaptorna tog Kristina Wickholm kontakt med studenterna på Nackademin i Stockholm, en yrkes-högskola inriktad på bland annat förpackningsdesign.

- Vi fick tillbaka en designidé vi tyckte om och skickade ritningen till olika förpackningsleverantörer, säger Kristina Wickholm. Från DS Smith kom förslag på ett inrede som alla i arbetsgruppen nappade på direkt och vi inledde ett samarbete. Kärnan i inredet är en hålförm bestående av well som är vikt i fem lager i vilken nackadaptorn kan "hänga". Trots sin tyngd vilar nackadaptorn stabilt och skyddat i lådan, på betryggande avstånd från förpackningens utsidor.

I konstruktionen ingår en serie distanser så att även kortare adaptrar ligger stadigt på plats.

Nackademin hade också tagit reda på att Sandviks tidigare plasthandtag eventuellt skulle kunna ersättas med pappershandtag. Jonas Krantz, account manager på DS Smith berättar:

- Genom Kristina och Nackademin fick vi kontakt med Andreas Carlson på Persson Innovation i Kumla, som specialiserar sig på att utveckla just handtag av papper, säger Jonas Krantz. Tillsammans i arbetsgruppen har vi tittat på olika typer av handtag i olika kvaliteter, och lim som klarar alla typer av klimat. Persson Innovation har hjälpt oss med bland annat prototyper i små serier där målet har varit att använda





Sandviks nackadaptrar används i en mängd riggar för topphammarborrning, till ortdrivning, produktions- och gruvborrning både ovan och under jord. Beroende på modell kan hålen bli mellan 28-178 millimeter stora och upp till 50 meter långa.

papper så långt det är möjligt. Valet föll till slut på en lösning med en minimal inblandning av plast i handtagets väv, för att garantera hållfasthet och undvika skaderisk vid de tyngsta lyften. Handtagen monteras manuellt av oss på DS Smith i Järfälla innan förpackningarna levereras till Sandvik.

### Styrkeprov i klimatkammare

För att säkra att förpackningen möter alla högt ställda krav har den genomgått en rigorös testning hos RISE Research Institutes of Sweden - ett oberoende, statligt forskningsinstitut. Lådorna har utsatts för olika sorters väder i testcentrets klimatkammare. Teamet har dragit och slitit, skakat förpackningarna med nackadaptrar inuti och till och med hängt i handtagen från en gaffeltruck. Allt efter att materialet utsatts för extrem värme, fukt eller kyla.

- Nu har vi en komplett lösning som fungerar i alla våra led, från packning till transport, lagring, omlastning och hela vägen till kunden, säger Kristina Wickholm. Den går att stapla på våra pallar, den skyddar produkterna i olika klimat och den fungerar att bära och lyfta, såväl när vi använder maskinlyft med vakuumsug, som när den ska lyftas med mankraft. DS Smith har dessutom hjälpt oss med ett specialtillverkat verktyg som underlättar för vår pack-

personal och sparar deras händer vid förslutning av den kraftiga well-lådan.

- Framåt har vi flera gemensamma projekt där vi bland annat ska fortsätta att utveckla förpackningar för våra största nackadaptrar, säger Kristina Wickholm. Vi ska också fortsätta implementeringen av vår nya grafiska profil och layout. Samarbetet med hela teamet har fungerat utmärkt. Inte minst har vi varit glada för flexibiliteten och öppenheten hos DS Smith, och deras förmåga att engagera hela sin organisation och alla sina kompetenser för att ta fram unika speciallösningar. Det har mött våra behov väldigt bra.

**"Nu har vi en komplett lösning som fungerar i alla våra led, från packning till transport, lagring, omlastning och hela vägen till kunden."**

Kristina Wickholm, packaging development manager, Sandvik Rock Tools



# Arktiska drycker

från


»Porten till Ishavet«

Tromsö 1877 - en etablerad metropol för handel, nöjen och upptäckare på väg ut i Arktis. Här och då startar Ludvig Markus Mack världens nordligaste bryggeri.

Resten är historia - en sex generationer lång historia om öl och kultur, isbjörn och polarexpeditioner, norrsken och lyskraft.

Och så grunden till allt - det rena, friska vattnet från Lyngsalpan. Den orörda naturens egen smaksättare.





- Snart 150 år senare är **MACKS ØLBRYGGERI** inte bara världens nordligaste bryggeri, utan också det största norskägda bryggeriet med ungefär 110 anställda, säger Ken Stian Olsen, ansvarig för export och marknadsföring på Mack. Sedan 2012 har vi ersatt det ursprungliga, centralt belägna bryggeriet i flera våningar med en nybyggd och toppmodern fabrik strax utanför Tromsø. Här driver vi nu en flexibel och effektiv bryggeriverksamhet med stor kapacitet, allt i ett plan. Anläggningen producerar cirka 25 miljoner liter öl per år.

Mack erbjuder ett rikt urval av egenproducerade drycker, från lager, pilsner och ofiltrerad IPA till cider, läsk, energidryck och mineralvatten. Sedan 1963 är Mack också certifierad producent åt Coca-Cola. I portföljen finns varumärken med lokalt klingande namn som Nordlys, Arctic Beer och Isbjørn.

- Vi ligger 364 kilometer norr om polcirkeln, säger Ken Stian Olsen. Om du ritar en linje härifrån och runt jorden passerar du många platser där det nästan inte går att bo. Vi har Golfströmmen att tacka för alla de möjligheter som Tromsø







erbjuder oss. Men Arktis är ständigt närvarande och vi sätter stort värde på kopplingen mellan den speciella naturen och vårt varumärke. Isbjörn, som tidigare hette Polar Beer, och Arctic Beer är kända som de första ölsorterna på både Nord- och Sydpolen. Isbjörn blev efter relanseringen 2014 vårt största brand inom loppet av tre månader, och har vuxit rejält de senaste fem åren, både nationellt och internationellt.

### Natur och kultur

Den lokala förankringen visar sig inte bara i produkt-namn, utan också i rollen som kulturbärare i Tromsø.

- Våra historiska lokaler är en välkänd samlingsplats i Tromsø, säger Ken Stian Olsen. Här driver vi den snart hundra år gamla Ölhallen, Tromsøs äldsta pub och en

av stadens största turistattraktioner med inte mindre än 72 olika ölsorter på tappkran. I samma byggnad har vi ett mikrobryggeri med ett stort urval av ölsorter på repertoaren och en butik som erbjuder det mesta till entusiasten och hemmabryggaren.

- Platsen där vi verkar har även betydelse för dryckerna i sig, säger Ken Stian Olsen. Vårt sortiment består till över 90 procent av vatten som vi får från den intelligande, orörda fjällkedjan Lyngsalpan. Det är ett av världens renaste vatten, fritt från salter och mineraler, vilket skänker rena och friska smaker till våra produkter och uppskattas av våra kunder både i Norge och runt om i världen.

I Norge är Mack grossistleverantörer och sortimentet når butiker och kunder över hela landet. Därtill har

Under det tidigare namnet Polar Beer blev Isbjörn, tillsammans med Arctic Beer, världens första öl på Nord- och Sydpolen (1981/1990). Efter relansering i ny form har Isbjörn gjort succéartad comeback.







företaget inlett en satsning på export som växer sig allt större, inte bara till grannländer och Europa utan även till länder som Australien, Nya Zeeland och Kina. Varumärket bär på värden som uppfattas exotiska och spännande utomlands.

### Hållbarhet - en självklarhet

Med kopplingarna till ett arktiskt naturområde följer också ett naturligt engagemang för hållbarhet, vilket blivit allt starkare i takt med den tilltagande expansionen.

- Som grossistleverantörer kan vi bidra till effektiva transporter, genom att bilar som kommer med livsmedel till Tromsö lämnar härifrån med öl, läsk och mineralvatten i lasten, säger Ken Stian Olsen. På det viset undviker vi i det längsta att skapa nya koldioxidavtryck. Vi har också investerat i utrustning som fångar in koldioxid som uppstår i vår egen produktion, så att vi kan återanvända den som kolsyra i våra egna drycker. Totalt använder vi 800 ton koldioxid om året till kolsyra, och 500 av dem kommer nu från oss själva. Inkluderat transporter har vi reducerat våra







"Vårt sortiment består till över 90 procent av vatten som vi får från den intilliggande, orörda fjällkedjan Lyngsalpan; ett av världens renaste vatten, fritt från salter och mineraler."

Ken Stian Olsen, ansvarig för export och marknadsföring på Mack



koldioxidutsläpp med 600 ton per år. De restprodukter som uppstår i vår tillverkning har vi ända sedan starten lämnat till bönder i närområdet att använda till djurfoder, vilket är både ekonomiskt och miljömässigt sunt.

#### Ett tryggt och effektivt samarbete

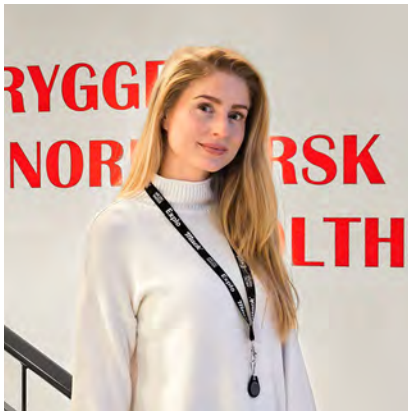
Sedan några år tillbaka är DS Smith huvudleverantör åt Mack av bland annat displaymaterial, produkttråg och emballage. Macks snabba tillväxt och branschens rörlighet ställer höga krav på ett tätt samarbete.

- Att valet föll på DS Smith beror till stor del

på deras förmåga till flexibilitet, säger Maria K. Svensli, inköpschef på Mack. Bryggeribranschen är otroligt oförutsägbar, och vi måste ha möjlighet att göra ändringar med väldigt kort varsel och korta ledtider. Det har DS Smith hanterat galant.

- Det är självfallet utmanande att byta förpackningsleverantör i en intensiv och snabbväxande bransch, säger Arne Erik Bjørnholt, product manager på DS Smith Norway. Men vi lutar oss mot lång erfarenhet av bryggeriverksamhet i Sverige och har kunnat erbjuda trygga leveranser och effektiva lösningar från start.





"Vi har ett intensivt utvecklingsarbete, där DS Smith är proaktiva och driver oss framåt."

Maria K. Svensli, inköpschef, Mack

Vi har också hittat sätt att utveckla Mack tillsammans, inte bara till det yttre. Som exempel har vi kunnat reducera praktiska bekymmer med nya lösningar för den automatiserade packningen. Det är ett spännande samarbete där vi kan erbjuda bra service både genom vår geografiska täckning och den kombinerade kunskapen från ett flertal av våra enheter i Norden.

- Som liten aktör på en tuff marknad är vi beroende av bra och stabila

relationer, säger Maria K. Svensli. Gemensamt driver vi ett intensivt utvecklingsarbete där vi tar fram nya lösningar för våra olika produkter. DS Smith är proaktiva och driver oss framåt. Bland annat tittar vi nu på sätt att förbättra våra tråg, såväl av estetiska skäl som för att göra dem mer stabila på pall. En liten men avgörande ändring som kommer att få stor betydelse för våra leveranser. Det ska bli spännande att se.



När Mack 2021 behövde en brådskande kampanjskyltning till butik för energidrycken Explo, fann Mats Casimir på DS Smith i Norrköping en effektiv lösning direkt. Det blev början till ett innovativt partnerskap där DS Smith står bakom Macks hela portfölj av display, tråg och emballage.



I ett färskt designprojekt har DS Smith knäckt hörnen på Macks dryckestråg. **8 Corners** ger ett mer stabilt och lätthanterligt tråg. Snyggt är det också. Snart i en butik nära dig.





# Mästerkocken som fick fredagsfeeling

Det här är framgångssagan om Amir och Alex Kheirmand. När Amir vinner Sveriges Mästerkock i TV4 2014 startar bröderna företag och hakar på pulled pork-trenden. Intresset i butikerna är svalt och framgången uteblir. Då får Amir en snilleblix: Allt ska handla om helg, familj - och kebab.

Amir och Alex Kheirmand är uppvuxna i Västerås och välkända namn i stadens näringsliv. Tillsammans har de drivit bland annat digitaltryckeri och en reklambyrå som 2011 blev årets Gasellföretag. Utöver entreprenörskapet delar de en passion för matlagning, och när Amir gick hela vägen i Sveriges Mästerkock såg de en möjlighet att bygga ett eget mat-varumärke från grunden.

- Redan från början handlade **SCHYSST KÄK** om att bygga ett starkt namn kring god och schysst mat för dagligvaruhandeln, säger Michael Dupé, brand manager på Schysst käk. Slow cooked-trenden med pulled pork och ribs flög dessvärre inte alls, det hörnet av marknaden var redan inmutat. Men precis när det såg som mörkast ut kom Amir på att alla äter kebab - men ingen lagar det hemma.

Efter en marknadsundersökning där samtliga kebab-produkter i detaljhandeln provades, bedömdes - och sågades - följde en intensiv recept- och produktutveckling. Fram växte ett komplett koncept av lättlagad kebab med pitabröd, såser och andra tillbehör.

- Kebaben som fanns i handeln före oss var fryst och inte i närheten av den kebab som folk är vana vid







Framgångarna har inneburit många spännande samarbeten med stora detaljister, bland annat Circle K.

från den lokala pizzerian, säger Michael Dupé. Vårt framgångsrecept är färsk kebab av olika slag, även vegansk. Och ett format som gör kebaberna snabba att laga, lätt att umgås kring och enkel att anpassa efter din egen smak. Vi vill bjuda alla – oavsett ålder och smakpreferenser – på den bästa och schysstaste kebaberna, med en känsla av helg på köpet.

#### Ett schysst varumärke

Idag är Schysst Käk störst på kebab i dagligvaruhandeln. Framgångarna har inneburit ett flertal utmärkelser och samarbeten med stora detaljister.

Erfarenheten från reklamvärlden har kommit väl till pass. Sedan dag ett har företaget byggt ett konsekvent och starkt varumärke, med samma värderingar från affärsidé till människor, produkter och förpackningar.

– När du bygger varumärke finns inga genvägar, du måste vara schysst rakt igenom, säger Michael Dupé. Schysst Käk handlar om rolig och god mat för hela familjen. Alla som kommer i kontakt med oss ska bli på gott humör, och alla våra kanaler ska andas samma sak. Ska vi klara det måste vi agera lika schysst i egen-skap av affärsidkare, arbetsgivare och livsmedels-





Humor och självdistans lyser lika starkt i filmer och annonser som i merchandise som t-shirts, strumpor och underkläder.

producent, som vi gör i vår kommunikation.

All kommunikation produceras inhouse, från tv-reklam och sociala medier till förpackningsdesign. Schysst käk har också lanserat "Svenskarna och kebaberna" - Sveriges första och enda kebabrapport, späckad med matnyttiga

fakta om kundernas relationer till kebab. Här står bland annat att åtta av tio äter kebab, att fyra av tio blir glada när de tänker på att de ska äta kebab och att såsen är det absolut viktigaste för en god kebab.

#### Ingen kebab utan sås

- Vi är inte bara störst på kebab i handeln, säger Michael Dupé. Av våra såser ligger tre på den svenska tio-i-topp-listan, och vår vitlökssås är Sveriges näst mest sålda sås, slagen enbart av - föga förvånande - en bearnaise. Men vi har nu lanserat vår egen kebabbea. Idén var faktiskt inte vår, den fick Amir från en taxichaffis i Malmö som tyckte att vi borde lansera en bearnaise. En förträfflig idé med gott stöd i kebabrapporten som säger att 7% av kebaberna i Sverige äts med bearnaise.

- Som marknadsledare gäller det att våga agera på infall som känns rätt, säger Michael Dupé. Genom

att fatta snabba beslut och göra nya saker hela tiden kan vi fortsätta vinna och behålla marknadsandelar, och hålla konkurrenterna på avstånd.

#### En partner rustad för tillväxt

Verksamheten präglas av en rasande tillväxt och är i ständig förändring. Produktionen ändras ofta och lanseringsfönstren är





korta. All produktion ligger hos leverantörer. Den egna organisationen är liten och snabbfotad och beroende av samarbetspartners som ser värdet av att kunna bistå i den snabba tillväxten.

Mats Larsson är account manager på DS Smith och lärde känna Schysst käk på Scanpackmässan.

- Vi gick i gång med idédiskussioner direkt och har sedan dess haft ett gemensamt utvecklingsarbete där den snabba tillväxten står i fokus, säger Mats Larsson. I dagsläget bistår vi dels med tryckta produktförpackningar som fungerar som displayställ i butikshyllan, dels med transportförpackningar som levereras plano till företagets producenter, där de reses och monteras för hand. Det schyssta i varumärket är centralt i samarbetet, förpackningarna ska vara snygga och kommunikativa men också tåliga, lätthanterliga och effektiva. De ska möta producenternas kravbilder för både manuell hantering och automation, och samtidigt möta butikernas önskemål.

- I DS Smith har vi fått en partner som förstår vikten av rörlighet och snabba beslut, och som har insikt i kvalitets- och varumärkesfrågor, säger Michael Dupé. Vi får fin hjälp med prototyper och diskuterar kontinuerligt nya lösningar för Schysst käk i handeln. Förpackningarna ska vara enkla för butiken att öppna och se snygga ut i hyllorna. Även hållfastheten är viktig, de får inte kollapsa. Högt på vår önskelista står en bra pallstruktur, i relation till både miljö och transportkostnader. DS Smith är en garant för att vi beräknar utrymmet rätt och aldrig fraktar onödig luft - utan bara schysst kebab.



Lådor lika schyssta som innehållet! Maxade med kebab - utan onödig luft. Och enkla för butikspersonalen att öppna och ställa fram.



I norr och söder regerar kebabrollen. I Mellansverige äger kebabpizzan. Stockholmarna, de vill ha ris eller bulgur till. Få full koll på kebab - läs Sveriges enda kebabrapport.







Juhana Venemies, Kemppi och Tiina Kiiskinen, DS Smith.

## Kemppis världsberömda kvalitet inbegriper även förpackningarna

**KEMPPI** är en föregångare inom bågsvetsning och känt världen över för sina högkvalitativa och lättanvända svetsprodukter.

– Förpackningarna ska förmedla samma budskap, säger Juhana Venemies, UI Designer på Kemppi.

Familjeföretaget som grundades 1949 av Martti Kemppi har under sin tre generationer långa resa tagit ett språng från Lahtis och ut i världen, och i dag tillhör det toppskiktet av världens mest ansedda företag inom svetsbranschen.

Kemppis framgångar grundar sig på en gedigen värdegrund. Viktiga ledord är fokus på människan, mod, integritet och prestanda, vilket inbegriper ett starkt engagemang för hållbar utveckling.

– Hållbar utveckling innebär att

vi utvecklar vår verksamhet som helhet, med fokus på klimataspekten. Där ingår i allra högsta grad även materialvalet till våra produkter och förpackningar, säger Venemies som jobbar som förpacknings- och användargränssnitts-



designer inom produktutvecklingen på Kemppi.

Förpackningarna och plasten har bytts ut mot mer miljövänliga alternativ på Kemppi.

- Vi kan ta förpackningen till glödlamporna som ett exempel. Där bytte vi ut de vita kartongerna mot bruna. Det må vara en otydlig ändring, men den vittnar ändå om ett bredare perspektiv.

Venemies har också funderat på hur man kan packa ner olika produkter i samma kartongmodell och gärna så fullt som möjligt så att man slipper frakta luft världen över.

#### Förpackningen säger något om kvaliteten och varumärket

Kemppi har som mål att hålla jämn kvalitet globalt även när det kommer till förpackningarna. Kvalitet inbegriper många olika egenskaper och enligt Venemies ingår åtminstone hållbarhet, smidighet, pallanpassning och miljövänlighet där.

- Förpackningarna ska vara lättanvända och högkvalitativa, precis som Kemppis produkter. Det är viktigt att kunna reducera mängden plastmaterial, men också att förpackningen är smidig i produktionen. På samma sätt ska det vara så enkelt som möjligt att packa upp produkten, fortsätter Venemies.

- Vi är också angelägna om att vårt varumärke Kemppi är väl synligt på emballaget. Emballaget ska dessutom skydda produkten på ett fullgott sätt. Vi vill ju att våra högkvalitativa produkter ska vara hela när de väl levereras till kunden, och samtidigt visa att vi slår ett slag för klimatfrågorna.

#### Produktutveckling tillsammans med förpackningstillverkaren

Venemies uppskattar det mångåriga samarbetet med förpackningstillverkaren DS Smith.

- Det känns kul att kunna kläcka idéer som jag sedan kan bolla vidare till DS Smith för vidareutveckling, till exempel om hur ett invändigt stöd ska fungera för en viss produkt. Vi bollar idéer fram och tillbaka. Det har varit ett smidigt samarbete kring design och produktutveckling, och där har vår kontaktperson Tiina Kiiskinen spelat en avgörande roll.

- Vi har regelbundna möten med teamet på DS Smith då vi går igenom gemensamma projekt, vad som är på gång och i vilket skede vi kan skapa prototyper, vi pratar om nya material inom förpackningsbranschen och så vidare.

- I ett samarbete är det viktigt med tillförlitliga leveranser. Vi måste hela tiden ha tillräckligt med förpackningsmaterial på lager. Och när produkterna ändras är det viktigt att emballaget ändras också, och att man snabbt får fram testmodeller. Allt sådant fungerar smidigt med DS Smith.

Kemppis framtida mål är att främja klimatperspektivet världen över, framför allt på den snabbt växande marknaden i Asien. Där spelar även förpackningstillverkare en viktig roll.

- Det väsentliga är att kunna ersätta plasten med något annat material, även i förpackningarna. När det kommer till svetsprodukter behöver vi fundera på hur vi tar fram ett emballage som är tillräckligt tåligt utan plast eller plastbeläggning. Det är en utmaning framför allt i Asien där all kartong är återvunnen och kortfibrig, och

"Hållbar utveckling innebär att vi utvecklar vår verksamhet som helhet, med fokus på klimat- aspekten. Där ingår i allra högsta grad även materialvalet till våra produkter och förpackningar."

Juhana Venemies, Kemppi

därmed inte klarar av fukt eller högre vikter. Det skulle kunna vara en produkt att utveckla tillsammans med DS Smith, funderar Venemies.



Minarc Evo 180 - svetskapacitet och kvalitet i ett bärbart och kompakt format.





# Trippelt prisade i ScanStar!

ScanStar är en gemensam nordisk förpackningstävling där vinnarna går vidare till **WorldStar Competition** - förpackningsbranschens mest prestigefyllda tävling.

I 2023 års upplaga av ScanStar prisades tre innovativa emballagelösningar från DS Smith i Danmark, Finland och Sverige. De fina jurymotiveringarna för en elegant presentförpackning, ett smakfullt designmöbel-emballage och en intelligent hållare för kabelspolar belyser både bredden och kvaliteten i bidragen.

## Artek

### A design chair packaging | Finland

Winner motivation:

"The packaging respects the chair design well and communicates with quality and simplicity of the product. The packaging is functional, easy to use and works with several chair sizes. The designer has made a packaging that is in harmony with its content and provides good protection too."



## FixPack

### Packaging for bobbins | Sweden

Winner motivation:

"The simple carton packaging keeps product well in place offering good protection. The clever insert that goes on top of the bobbin is pushed down and locks to the inside of the box to fixate bobbins in different widths to move vertically. Same box size works with bobbins in different diameters and widths. The monomaterial packaging is easy and fast to use."



## Eliza

### Gift basket for confectionary and wine products | Denmark

Winner motivation:

"The basket made of open flute corrugated cardboard is designed in such a way that it gives a premium look to a simple packaging. Supports the brand well and it is very sturdy so it can be used several times. A basket itself is an old product but this design brings it very good looks."





## DS SMITH INSIDE [#14]

utges av DS Smith Packaging Sweden AB  
© DS Smith Packaging Sweden AB

**Text:** Johan Björklund, **REAPLAN**; Olle Schönbeck, Ritardando AB  
och Hanna Puro / Viesintäiimi Zento

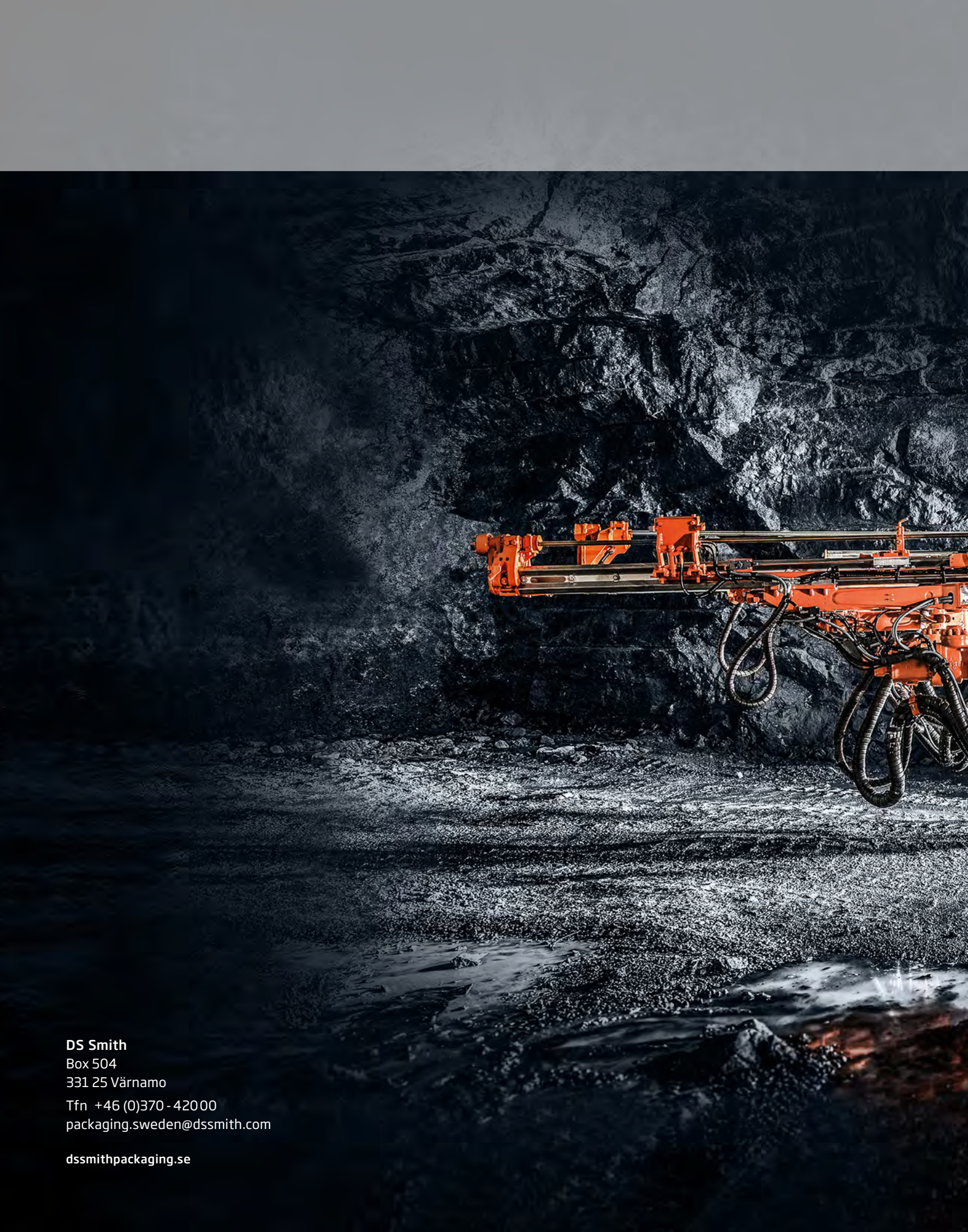
**Grafisk form och produktion:** Magnus Lundh, **LUNARTIC AB**  
Bildbearbetning: Stefan Wulff AB

**Foto:** Aki Loponen (Kempfi), övriga foton med benäget tillstånd från respektive kunds bildbank;  
Shutterstock, Adobe Stock; 3D-visualiseringar och övriga foton från DS Smith

**Tryck:** FYRA PUNKTER, Värnamo

**Papper:** Galerie Art Silk 150 g





**DS Smith**  
Box 504  
331 25 Värnamo  
Tfn +46 (0)370 - 42000  
packaging.sweden@dssmith.com

[dssmithpackaging.se](http://dssmithpackaging.se)