

Innovation som grundstof – en formel ifølge Aalbæk Specialiteter (indlæg på Økologi-Kongres 19/11/2009)



Ude på landet taler vi ikke om innovation. Fine akademiske ord flytter ikke forretning. Alligevel tør vi godt udråbe en slags "innovationsformel", der har vist sig at bidrage til en sund og profitabel virkelighed for os. Og formelen har grundlæggende ikke ændret sig siden vores slagterbutik åbnede i 1920.

Aalbæk Specialiteter

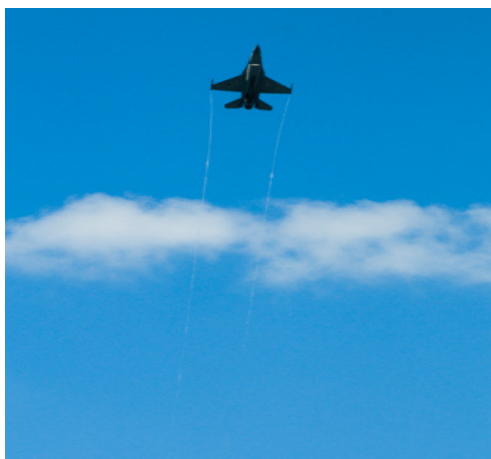
Virksomheden startede tilbage i 1920 med en slagterbutik i Thyregod, senere rykket 13 km sydpå til Farre. Og i dag er butikken i Farre fortsat spydspids i det juridiske selskab, Farre A/S, der består af to fabrikker og to butikker med i alt 53 ansatte. Aalbæk Specialiteter er det såkaldte paraply-brand, hvorunder der eksisterer 14 sub-brands. Brand-strukturen tilgodeser key accounts på tværs i distributionen og giver den danske forbruger et reelt valg, der hvor de dagligt køber ind. Sammenlagt er der mere end 100 varenumre i sortimentet med omdrejningspunkt i økologi og bæredygtighed. Hovedmarkeder internationalt er Tyskland, England og Frankrig.

Sangen om innovation ude af Dansktoppen

Vi har i vores virksomhed aldrig ladet os forføre af smarte ord og fuldfede powerpoints. I mere end 10 år har vi lyttet til sangskatten om innovation – og jeg har selv haft fornøjelsen at sidde i Innovationsudvalget under Direktoratet for Fødevarerhverv. Og nok har vi brummet med på sangen – i et nødvendigt og prisværdigt ærinde, men i praksis mener vi, at der er gået al for meget innovation tabt i selve diskussionen om innovation. Jeg bliver selv så ærgerlig over omfanget af akademisk og forblommet snak på området. Man kan ikke snakke – eller synge - sig til handling og resultater. Stop sangkoret.

Den direkte vej til målet

Vores korte svar på at drive innovation vil være en analogi til fuglenes færden. Vi sværger således til at bruge den direkte vej til løsning af en udfordring, svarende til fugleflugtslinjen, den berømte rute, som fuglene allerede med succes *har* testet. Det betyder, at et udviklingsprojekt hos os kun rummer én fase og ikke spaltes i mange små delprojekter, der nærmest kræver en koordinator på hver finger. Vi vil aldrig risikere, at struktur og Game Plans overtager styringen i et projekt, alt imens tiden går og gode ressourcer går i selvsving. For os er det afgørende at sikre en adræt og ukompliceret udviklingsproces til fordel for os selv og til fordel for kunderne.



Vores hemmelighed uden ubekendte

Et mere uddybende svar på recepten til at lykkes med innovation, det fremgår af 10-punkts-listen herunder:

1. Ubændig trang
2. Det hvide dress
3. Glødende telefonlinjer og slidte dæk
4. Byg universer og katedraler
5. Begavet adræthed
6. Tiltræk ressourcer frem for at allokere ressourcer
7. Docér den akademiske vinkel med finesse
8. Nytænkt ansvarlighed
9. Faseopdeling er en tidsrøver
10. Disciplin

Ved et mix af elementerne ovenfor er innovationsformlen *gået op* for os. Imidlertid er den samlede formel i mange henseender både usynlig og intuitiv. Formlen er et udtryk for en indarbejdet og passioneret måde at arbejde på – et slags grundstof, der præger hele organisationen uanset om det er i Farre, i Billund eller i København. Og vi passer såmænd blot vores daglige arbejde igennem et ædelt og stolt håndværk i tæt samspil med kunderne - hvor banalt det end måtte lyde. Men det virker - og det virker i øvrigt fortrinligt til også at imødegå krisesymptomer. I Aalbæk Specialiteter vil vi gerne gøre vores til at fastholde strategiske vinderpositioner for dansk fødevareproduktion. Det er der brug for opbakning og vedholdenhed omkring.

Hermed et indlæg til inspiration og refleksion. Mød os på vores stand under Økologi-Kongres 2009 d. 18.-19. november 2009 i Odense Congress Center.

Billund, d. 9. november 2009
Henry Franzen