

”Förpackningslogistik är ett outnyttjat konkurrensmedel med jättepotalential”

Av Stefan Karlöf

Förpackningslogistik låter kanske tekniskt och trist? Bakom den något torra beteckningen döljer sig dock ett tvärvetenskapligt ämne med stora inslag av innovation och fokus på både miljö, resurshushållning, kundvärde och lönsamhet.

– Förpackningslogistik handlar om hur förpackningssystem väljs och utvecklas för att säkerställa hanteringen hela vägen från packning till dess att produkten anländer och används hos slutkunder eller konsumenter, säger Annika Olsson, professor i förpackningslogistik vid Lunds Tekniska Högskola.

Hon brinner givetvis för det område som hon började forska inom för femton år sedan. Då var hon 38 år och produktchef på Tetra Pak. Hon mötte Gunilla Jönson – legendarisk förpackningsprofessor och senare rektor vid Lunds Tekniska Högskola – sade upp sig från jobbet som produktchef för att börja doktorera inom det nystartade forskningsämnet förpackningslogistik.

– Jag lockades av det tvärvetenskapliga och gränsöverskridande inslagen i ämnet och att få utveckla tankar och idéer som jag hade haft när jag jobbade i näringslivet. Vår forskning handlar om hur själva förpackningen påverkar logistiken, och det innebär att det blir ett oerhört brett fokus som bland annat inkluderar supply chain management, förpackningsteknik, hållbarhet, transport och detaljhandel, förklarar Annika Olsson som menar att förpackningslogistik i de flesta företag fortfarande är ett outnyttjat konkurrensmedel med stor potential.

Ikea är ett lysande undantag

På avdelningen Förpackningslogistik ägnar man sig åt tillämpad forskning, liksom åt teori- och metodutveckling. Ett huvudfokus är hur förpackningen integreras med produktutvecklingsprocessen och därefter är med och skapar både effektivitet, miljönytta och kundvärde i ett samlat erbjudande. Annika Olsson tycker att förpackningsfrågan ofta hanteras slarvigt och inte får den

uppmärksamhet den förtjänar i företag. Supply chain-ansvariga och logistikchefer tenderar att betrakta det som en detaljfråga.

– Ikea är fortfarande ett av få undantag. Där har man sedan decennier integrerat förpackningsutvecklingen med produktutvecklingen och gjort en affärsidé av att tänka logistik och flöden i allt man gör. Ikea har byggt hela sin affär på platta paket och logistiktänkande och de är dessutom så stora att de kontrollerar sin egen supply chain och kan ställa krav och agera på ett sätt som är ganska få förunnat.

Förpackningsföretagens ansvar

Men bristen på god förpackningslogistik är inte bara ett ansvar som ska bäras av supply chain managers och logistiker. Även förpackningsföretagen måste bli bättre på att förmedla nyttan med en genomtänkt förpackningslogistik och inte minst erbjuda kundunika systemlösningar.

– Det är glädjande att företag som BillerudKorsnäs och Tetra Pak har börjat arbeta mer med att kommunicera nyttan av förpackningslogistik. Men det finns mycket att göra inom detta område, säger Annika Olsson och understryker att det gäller att visa hur genomtänkta förpackningslösningar ökar ditt företags konkurrenskraft.

– Alla företag vill reducera sina transportkostnader, minska sin klimatpåverkan, sitt svinn, sina produktskador och så vidare. Det gäller att visa att förpackningslogistiken är en nyckel till detta. Här gäller det att se till totalkostnaden och nyttan totalt sett, inte stirra sig blind på kostnaden för en viss förpackningslösning.

Inom livsmedels- och dagligvarusektorn är nyttan



Foto: Mats Nygren/Lunds universitet

ANNIKA OLSSON

Annika Olsson är professor i Förpackningslogistik och vice rektor för samverkan och innovation, vid Lunds Tekniska Högskola. Hon är 53 år, har man och två barn 25 och 22 år gamla. På fritiden gillar hon att träna, vara i naturen och gå på teater.

” *...en konventionell leksaksförpackning kan bestå av så mycket som 70% luft.*

av genomtänkta förpackningslösningar särskilt tydlig. Samhällets matsvinn är enormt – 25% av alla livsmedel i Europa slängs av konsumenten – och i försörjningsflödet är det också mycket som förstörs eller kasseras redan innan det når konsumenten. Ett enormt slöseri med resurser som skulle minska radikalt med bättre förpackningslösningar, anser Annika Olsson, som menar att dagligvaruhandeln är en viktig kravställare och maktfaktor som kan påverka utvecklingen mot en bättre förpackningslogistik under förutsättning att de ser förpackningen som en del av lösningen och inte enbart som en kostnad som ska minimeras.

– Satsningen på att bilda Svenska Retursystem och deras system för leverans i returlådor och pallar visar att dagligvaruhandeln och producenterna kan göra skillnad när man arbetar tillsammans. Men det går att göra mycket mer och det är få liknande initiativ som tas inom andra branscher och sektorer.

Smartare transportlogistik

Ett annat problem som sammanhänger med förpackningslogistiken är att det transporteras väldigt mycket luft i försörjningskedjorna. Både i produktförpackningarna, i lådor och i transportfordon. Annika Olsson berättar att en konventionell leksaksförpackning kan bestå av så mycket som 70% luft. Motivet är ibland att tillverkaren vill att förpackningen ska synas i hyllan, men många gånger handlar det helt enkelt om brist

på kunskap och engagemang. På samma sätt är sällan dessa primärförpackningar anpassade för att fungera effektivt i lådor eller på pallar, vilket genererar ännu mer luft eller skador i transporten. Förutom att tänka in förpackningen redan på produkt-utvecklingsstadiet så behövs mer standardisering, systemtänkande och en insikt om vilka enorma vinster som kan göras med små justeringar.

Styrkeområde för Sverige

– Ikea är ju en fantastisk förebild. Där har man under decennier arbetat gränsöverskridande och integrerat med att utveckla sina produkter och hur dessa ska hanteras på sin väg till konsumenterna.

Annika Olsson efterlyser mer av denna samverkan och föreslår att en förpackningslogistiker alltid är med i produktutvecklingsarbetet, tillsammans med produktutvecklare, designers, logistiker, inköpare och marknadsfolk.

– I Sverige borde vi ha goda förutsättningar för att jobba ännu mer med detta och utveckla det till ett nationellt styrkeområde. Vi har ingenjörskunnande, avancerat miljötänk och progressivt hållbarhetsarbete och vi är vana vid samarbete, säger hon.

Och dessutom har vi ju Ikea. Denna småländska möbeljätte som har gjort flödestänk, fiffighet och förbättringar till stor konst. ■