

## STRULET

## Smarta lösningar som minskar svinnet

Du får inte ut det sista ur yoghurtförpackningen eller så har ketchupen fastnat i flaskan. Känner du igen dig? Men så behöver det inte vara.

Under ett år håller svenska hushåll ut sammanlagt ungefär 224 000 ton mat och dryck via avloppet, motsvarande cirka 26 kilo per person. Ungefär en fjärdedel av detta är mejeriprodukter. Men det behövs inte mycket för att både minska på matsvinnet och förenkla återvinningen. Ett exempel är Norrmejerier, som förra året lanserade en yoghurtförpackning med avtagbar topp. Genom att trycka in tummen vid perforeringen kan du vrida av toppen och lyfta ut flikarna från botten för att få ut den sista yoghurten. Toppen kan sorteras som plast och resten av förpackningen kan återvinnas.

Andra har tänkt några steg till. Företaget LiquiGlide, startat av en professor vid Massachusetts Institute of Technology och en av hans studenter, har uppfunnit ett ytmaterial som får allt att glida ur behållaren. Det spelar ingen roll om det är honung, schampo, ketchup eller tandkräm inuti. Genom att pensla medlet på insidan av en förpackning skapas en glatt yta. Inget fastnar. Företaget har nyligen skrivit på ett stort avtal med en limtillverkare som vill använda tekniken för sina limtuber.

Säg hejdå till ketchupeffekten.

ANIA OBMINSKA

**V**i vet att innovativa produkter och tjänster behövs för att skapa morgondagens jobb, tillväxt och lönsamhet. Men varifrån ska innovationerna komma?

Forskningen visar att i Sverige är det fortfarande de stora teknikintensiva företagen som är de viktigaste innovatörerna. En viktig orsak är att de har kraft att bedriva forskning och utveckling med både djup och bredd. De har också starka marknadspositioner och etablerade kanaler för innovationer. Frågan är om det kommer att vara så i framtiden.

Sedan ett antal år är trenden tydlig, de stora företagen växer inte i Sverige utan på andra marknader. Därmed finns det en uppenbar risk att de större teknikföretagen i Sverige tappar kraft som källa till innovation. En annan trend är att nya teknikföretag köps av internationella riskkapitalbolag och stora företag. Vi ser därför en liten framväxt av nya stora företag med kraft att både bedriva utveckling och

att ta nya innovationer ut i världen. Så varken etablerade eller nyare företag verkar vara givna källor till morgondagens innovationer. Är det då kört?

En lösning med stor potential finns runt

hörnet. Det finns nämligen en stor potential för innovation i existerande kunskap utanför teknikintensiva företags kärnverksamhet. Det handlar om idéer, patent och teknologi som inte används i kärnverksamheten eller som har en "dubbel-användning". Det kan ses som "underutnyttjad kunskap" och som har potential att ge upphov till nya innovationer genom avknoppade företag. Ett exempel på sådan kunskap som har skapat stora värden är C3 Technologies som etablerades baserat på teknologi från försvars- och säkerhetsföretaget Saab, och sedan såldes till Apple.

En både företagsstrategisk och samhällsekonomisk fråga är hur det kommersiella värdet i underutnyttjad teknologi kan realiseras i större skala än vad som är fallet i dag. För aktieägare innebär ökad realisering potentiella vinster. För samhället i stort innebär det arbetstillfällen och skatteintäkter. Men vad krävs för att ta underutnyttjad kunskap till innovationer i avknoppade företag?

För det första, företagsledare behöver göra tydligt att avknoppning är en del av företags innovations- och tillväxtstrategi. Signalen är att värdeskapande genom avknoppning är viktigt. För det andra, det behövs en systematisk process för att gå från att leta efter underutnyttjad kunskap till att etablera avknoppade företag med fungerande affärsmodell. Det är en process som för de flesta företag förutsätter nära samarbete med externa experter och investerare. För det tredje, inställningen måste vara att det är okej att prova underutnyttjad kunskapsaffärspotential och misslyckas. Att inte prova är ett recept för missade möjligheter. Potentialen är stor att göra ett bidrag till innovation och därmed framtidens tillväxt, lönsamhet och jobb.

Morgondagen väntar inte. Om vi ska få tillräckligt med lönsamma innovationer i Sverige är det dags att tänka och handla nytt! En bra början är att satsa på att realisera värdet i underutnyttjad kunskap!

## VISION 2030

Mattias Axelson

## "DET ÄR OKEJ ATT PROVA OCH MISSLYCKAS"

Mattias Axelson är doktor i företagsekonomi vid Handelshögskolan i Stockholm



FOTO: PRIVAT