CASE: KEN

DIREKTØR FOR FØRENDE MASKINPRODUCENT: VORES MEST SUCCESFULDE PRODUKTER ER LAVET MED DESIGNERE

“Når jeg ser på, hvad det koster at lave en ny produktserie, er det en meget lille del, der går til den eksterne designproces. Det er under 5 pct. – og den investering får du med sikkerhed flere gange igen.”

— JOHN VEJE OLESEN, ADM. DIREKTØR HOS KEN



- KEN Hygiene Systems producerer vaskemaskiner til sundheds- og life science-industrien.
- Virksomheden har 300 medarbejdere og mere end 85 års erfaring med udvikling, produktion, salg og service af desinficerende vaskemaskiner.
- KEN Hygiene Systems har en ledende position på det skandinaviske marked, men eksporterer også til en række markeder i resten af verden.

KEN Hygiene Systems' produkter kan i praksis betyde liv eller død. Hvis en opvaskemaskine til sundhedssektoren ikke rengør maskinens indhold tilstrækkeligt, kan det have fatale konsekvenser. Det gør ingeniørarbejdet meget afgørende, men ifølge adm. direktør John Veje Olesen spiller designkompetencer også en vigtig rolle i KENs produktion.

"Vi har mange ingeniører ansat, som er sindssygt dygtige til teknik, men vi har også godt af lidt hjælp udefra. Når vi udvikler vaskemaskiner, bruger vi designere til at udfordre vores egne idéer," siger John Veje Olesen.

Selvom det ifølge John Veje Olesen ikke er alle i KEN, der i starten af udviklingsprocesser er lige begejstrede for at inddrage eksterne designere, opleves samarbejdet alligevel altid som værdifuldt.

"Mange vil gerne gøre alt selv og spørger, hvorfor der nu skal komme nogen udefra, der blander sig. Men når det er overstået, og vi står med et færdigt produkt, kan alle se værdien af det."

Designbureauet 3PART har hjulpet KEN med at designe produktserien IQ. Designerne har optimeret i flere led – lige fra brugervenlighed til materialevalg. De har eksempelvis anbefalet at udskifte stål med glas i flere maskiner, hvilket ifølge John Veje Olesen har sikret den "flotteste maskine på markedet". Tilmed muliggør glasset, at man nemt kan skifte til andre farver og tilføje logoer for at tilpasse maskinerne til kundernes egne brands.

"Det er jo reelt en ret simpel øvelse at udskifte et materiale. Men ideen får du bare nemmere, hvis du arbejder med glas den ene dag, plast den anden og metal den tredje, end hvis du arbejder med metal hver dag," siger John Veje Olesen om den værdi, designerne bringer.

Det er også grunden til, at den administrerende direktør kalder produkter, som er udviklet i samarbejde med designere, for KENs "mest succesfulde".

"Hvis man går ind på vores hjemmeside, er det tydeligt at se, hvilke produkter vi har haft designbureau på, og hvilke vi ikke har haft – produkterne fremstår lettere og mere elegante med designere ind over. Der er mange teknikere, som køber produkter ind, der er bedøvende ligeglade med design – men det giver awareness og kundeloyalitet at have et flot og brugervenligt produkt," siger direktøren.



JOHN VEJE OLESEN
Adm. direktør hos KEN

DET GODE RÅD

"Din virksomhed kan ikke alt selv. Hav øje for jeres blinde vinkler og tænk, at et produkt ikke er helt færdigt uden, at der har været en designer ind over. Produktet bliver lidt mere lækkert og nemmere at sælge."