Case: Opstartsvirksomhed styrker forretningen gennem konkrete bæredygtighedstiltag

Resume

Da Manigrip måtte vente længe på finansiering til produktudvikling hos Innovationsfonden, søgte virksomheden alternative veje til at komme hurtigere på markedet – og ved hjælp af 3D-print forventer virksomheden nu at kunne lancere sin første demomodel i starten af 2021.

Samtidig har virksomheden fået rådgivning til, hvordan den via fem konkrete handlingstiltag kan styrke både forretning og bæredygtighedsprofil. Fx planlægger virksomheden at lease halvdelen af sine demomodeller – og herved forlænge levetiden på det enkelte produkt, som samtidig kan tjenes hjem flere gange.

Manigrip

Fokus for forretningstilpasning

Bæredygtighed

Branche

Hjælpemidler

Antal ansatte

5

Geografisk placering

Aarhus

INDUSTRIENS FOND FREMMER DANSK KONKURRENCEEVNE
The Danish Industry Foundation

genstartNU.dk
Denne case er udarbejdet af IRIS Group ifm. erfaringsopsamlingen på genstartNU.

Baggrund og motivation

Manigrip er en lille opstartsvirksomhed, der udspringer af en ide fra et eksamensprojekt på uddannelsen Digital Design på Aarhus Universitet.

Virksomheden har udviklet en grebsforstørrer, som kan hjælpe mennesker med nedsat funktion i hænderne til bedre at kunne gribe om lange og smalle genstande – som fx tandbørster, knive, pensler, mv. Produktet er fx relevant for personer med gigt, muskelsvind og milde lammelser.

Virksomhedens produkt er endnu ikke lanceret på markedet, men de første versioner forventes afsat i foråret/sommeren 2021. Planen er at sælge gennem forhandlere af hjælpemidler, og Manigrip har allerede nu indgået aftaler med Gigtforeningen, Seniorland samt en privatpraktiserende ergoterapeut, som alle har egen webshop med hjælpemidler.

Virksomheden har arbejdet målrettet med produktudvikling siden 2018 og har bl.a. rejst kapital fra Innovationsfonden, Otto Bruuns Fond og Fonden for Entreprenørskab. Virksomheden drives af tre ejerledere og beskæftiger desuden to praktikanter.

Lange svartider skubber tidsplan for produktudvikling

Corona-krisen var med til at forsinke Manigrips plan for produktudvikling, da de manglede finansiering til udviklingsarbejdet.

Da Danmark lukkede ned i marts 2020, havde Manigrip lige søgt støtte til produktudvikling under Innovationsfondens program Innobooster. Krisen betød imidlertid, at mange virksomheder satte skub på udviklingsprojekter – og fonden skulle derfor behandle langt flere ansøgninger end normalt, hvorfor der også var længere svartider. Samtidig fik Manigrip afslag på sin første ansøgning, som måtte omskrives og indsendes på ny.

Afsøger alternative muligheder for at lancere produkt på markedet

På grund af de forlængede svartider begyndte Manigrip at se sig om efter alternative muligheder for at komme hurtigere og billigere på markedet.

Virksomheden fandt ud af, at det var muligt at fremstille demomodeller af produktet betydeligt billigere ved hjælp af 3D-print. Herved kan Manigrips demomodel være klar til brugertests i starten af 2021, og de kan samtidig begynde at udarbejde markedsføringsmaterialer. Dette er svært at komme i gang med, før demomodellen ligger klar, fordi det tydeligt kunne ses, at den nuværende version er en prototype.

Bæredygtighed som bærende grundværdi

Fordi Manigrip fremstiller et produkt, som indeholder plast, føler virksomheden et ansvar for at have tænkt over forsvarlig plastanvendelse. Samtidig har virksomheden en ambition om at integrere bæredygtighed som en grundværdi i virksomheden, som afspejles i måden at drive forretning på.

Manigrip tog derfor initiativ til et kaffemøde med rådgivningsvirksomheden Zeal, som de kender gennem inkubationsmiljøet "The Kitchen" på Aarhus Universitet, hvor de har kontor. Zeal rådgiver om bæredygtig forretningsudvikling og så Manigrip som en oplagt kandidat til et rådgivningsforløb under programmet genstartNU. Parterne blev derfor hurtigt enige om at opstarte et forløb.

Tilpasning af forretningsmodellen

Forløbet startede med et indledende møde mellem Manigrip og to rådgivere fra Zeal med speciale i hhv. bæredygtig forretningsudvikling og materialer. Målet var, at rådgiverne skulle lære både virksomhed og stiftere godt at kende.

På mødet gav Manigrip en grundig præsentation af virksomheden, herunder forretningsmodel, kunder og markeder, historik og overvejelser omkring bæredygtighed. Samtidig fik rådgiverne mulighed for at stille en masse spørgsmål til bl.a. virksomhedens produkt og materialer.

Afdækning af økonomisk, miljømæssig og social impact

Det indledende møde blev fulgt op af en workshop, som bestod af et kort oplæg fra rådgiveren, hvor hun kort fremlagde sine observationer fra det første møde – og foreløbige ideer til anbefalinger. Dernæst bestod workshoppen af tre øvelser, som havde til formål at optegne Manigrips konkurrent- og samarbejdslandskab samt afdække virksomhedens økonomiske, miljømæssige og sociale bundlinje.

Tre bundlinjer i den bæredygtige forretningsmodel

Hvor traditionelle forretningsmodeller har fokus på økonomisk værdiskabelse, har man med den bæredygtige forretningsmodel udvidet fokus med to yderligere dimensioner – nemlig miljømæssig og social værdiskabelse. En bæredygtig forretningsmodel skal ikke alene skabe værdi i form af et økonomisk afkast for virksomheden selv. Den skal også tage ansvar for den indflydelse, som virksomhedens forretningsførelse har på mennesker og samfund.

Gennem øvelserne skulle Manigrip bl.a. forholde sig til:

- Hvad der er virksomhedens økonomiske behov og muligheder, herunder hvordan virksomheden tjener og bruger penge?
- Hvem møder og påvirker virksomheden, og hvad ønsker virksomheden at give tilbage til samfundet?
- Hvilke materialer bruger virksomheden i sit produkt, og hvor vigtigt er det at bruge genanvendelige materialer?

Input fra alle øvelser blev samlet op og visualiseret via post-its på en tavle.

Efter workshoppen samlede rådgiveren op på de vigtigste input fra forløbet i en bæredygtig forretningsstrategi, som indeholdt generelle observationer om Manigrip samt fem konkrete anbefalinger/handlingstiltag til at udvikle virksomheden i en bæredygtig retning.

Om forløbet

Tilpasning af forretningsmodellen	Beslutningsgrundlag pba. de tre bundlinjer og test af leasing-model for produkt.
Output	Bæredygtig forretningsstrategi.
Ressourcer	50 timers privat rådgivning samt egenfinansiering i form af 200 timer.
Bidrag fra virksomheden	Deltagelse på møder og workshops, forberedelse af præsentation om virksomhed.
Varighed	Ca. en måned.

Resultater

Manigrip er meget positive overfor rådgiverens anbefalinger og overvejer at følge dem alle.

Som første skridt har Manigrip valgt at følge anbefalingen om at bruge de tre bundlinjer som ramme for virksomhedens beslutningstagen. Modellen stemmer godt overens med Manigrips mission (at hjælpe udsatte målgrupper) og arbejdsmetoder (tæt samarbejde med slutbrugere).

Derudover er Manigrip begejstret for rådgiverens anbefaling om at lease frem for at sælge grebsforstørreren. Virksomheden har derfor valgt at lave en "splittest" af demomodellen, hvor halvdelen sælges gennem samarbejdspartnere som Gigtforeningen, mens virksomheden selv leaser den anden halvdel.

Via leasing-modellen forlænges levetiden på det enkelte produkt, samtidig med at det – ifølge virksomhedens beregninger – kan tjenes hjem tre gange, fordi produktet returneres og sættes i stand, når det er slidt ned. Samtidig kan det skabe en mere stabil omsætning på sigt, fordi brugerne betaler pr. abonnement, frem for at Manigrip kontinuerligt skal "jagte" nye kunder, der betaler produktet up front.

Endelig overvejer Manigrip at følge rådgiverens anbefaling om at blive omregistreret til socialøkonomisk virksomhed – bl.a. for bedre at kunne tiltrække investorer, som deler stifternes ambitioner og værdier.

> "Det var et virkelig godt forløb, som har givet os meget mere mod på at arbejde med bæredygtighed i fremtiden. Rådgiverne var gode til at omsætte bæredygtighed til noget konkret – så det ikke bare er varm luft."
>
> - Adm. direktør og co-founder Henrikke Kylén, Manigrip

Læringspunkter

- Sælger din virksomhed et produkt – fysisk eller digitalt – kan der være potentiale for at tjene produktet hjem flere gange og stabilisere omsætningen ved at lease frem for at sælge produktet.
- Brug af teknologi som 3D-print kan hjælpe din virksomhed til at komme hurtigere på markedet med jeres produkt ved at reducere udgifter til opsætning af produktionslinjer.
- Har din virksomhed brug for kapitalindsprøjtninger udefra, er det afgørende at finde investorer, som har god kemi med ledelsen – og et fælles syn på virksomhedens formål og ambitioner. Uden et fælles værdigrundlag kan det være svært at blive enige om retningen for virksomhedens udvikling.
- Rådgivning blandt start-ups kan have stor nytte og effekt. Virksomhedens værdigrundlag og forretningsmodel er ved at tage form – og kvalificeret rådgivning på områder som fx salg og produktudvikling kan optimere mulighederne for at gå fra start-up til levedygtig virksomhed.
- Bæredygtighed i virksomheder kan have mange former. Fx gennem brug af genanvendelige materialer og forlænget levetid på produkter via returnering og istandsættelse. Private rådgivere kan hjælpe med at skabe et overblik over, hvilke konkrete tiltag der kan flytte din virksomhed i en bæredygtig retning.

Erfaringsopsamlingen på genstartNU gennemføres i et samarbejde mellem IRIS Group, Syddansk Universitet, PHA Consult og AMind. Casen gennemgår et samarbejde mellem Manigrip og rådgivningsvirksomheden Zeal.