

INNOVATION

FRAMTIDENS ARBETSPLATS


FEB 2020

*Engagerad
företags-
finansiering
gör skillnad
sid.6*

*Kursakademin utbildar
framtidens arbetsplatser!
se baksidan*

*Miljösmart företagsidé
framtidssäkras med AI
sid.5*

*Organisationsutveckling
genom interaktiv teater!
sid.7*

*Dagens digitala medarbetare
väljer sina verktyg själva
sid.10*

*Värmelampan som kommer
att revolutionera framtiden
sid.8*

”
*Framtidens
arbetsplats
-hur ser den ut?*

Profilen: Wessel Bronstring från
Planon Software diskuterar vad som är avgörande
för framtidssäkra kontor **sid.14-15**



Miljösmart företagsidé framtidssäkras med AI

Under det gångna året har alltfler sökt sig ut i naturen, vilket medfört en ökad medvetenhet om hur viktigt det är att motverka nedskräpning och värna om miljön. TiksPacs gröna verksamhet har märkt ett uppsving och nu möter man framtiden med nya innovationer.

TiksPac startades för 20 år sedan av Stig-Arne Mårtensson i Falkenberg. Idén till verksamheten fick han när han rastade sin hund och en dag trampade i kvarlämnade hundexkrementer, vilket fick honom att tänka att om hundägaren haft en påse i närheten skulle denne kunnat plocka upp efter sin hund. Idén om gratis avfallspåsar åt hundägare var född. Stig-Arne presenterade den för Falkenbergs kommun som blev eld och lågor och började testa konceptet som bekostats av de företag i kommunen vars logos fick pryda de små miljöstationerna. Det blev succé och idag når man hundägare i 350 kommuner i Sverige, Norge, Danmark och Finland, där man delar ut drygt 27 miljoner skräppåsar per år. Med tiden har påsarna även börjat nyttjas som skräppåsar av den breda allmänheten. Företagssponsrade miljöstationer placeras ut i enlighet med anvisning från kommunerna, för vilka hanteringen och servicen till kommuninvånarna är gratis.

Grunden i verksamheten är kommunrelationerna och relationen med företagen i kommunerna som gör en insats genom att påvisa sitt CSR-ansvar. I utbyte får de exponering i kommunen och invånarna får ta del av gratis skräppåsar. Det positiva, gröna kretslopp TiksPac skapat kommer på så vis alla till del. Idén kan tyckas enkel, men trots det är företaget relativt ensamma i världen som stor aktör i denna sektor. Förra året innebar dessutom ett uppsving för företaget.

–Pandemin ledde till en ökning i nyttjandet av påsarna under hösten och vintern. Vi har sett ett anpassande av be-



teende hos allmänheten till de riktlinjer om social distansering som satts upp och distansarbetet har också lett till att folk är ute mer, så fler påsar nyttjas. Fler hundägare bidrar också till ett ökat nyttjande av påsarna. Detta leder i sin tur till ökad exponering för kunderna som sponsrar miljöstationerna. Vi hoppas att friluftsinteressen är bestående även när pandemin är över, säger VD Dejan Shabacker.

Att sponsra miljöstationerna är för företagen ett både kostnadseffektivt och miljösmart sätt att exponera sitt varumärke. Det delas ut 100 000 påsar per år i en normalkommun, vilket innebär 100 000 kontakttillfällen i en positiv och miljösmart kontext, dessutom till en låg kostnad per kontaktyta.

Nytt för 2021 är att TiksPac nu byter ut de biologiskt nedbrytbara påsar man haft länge mot påsar gjorda av insamlad, återvunnen plast - något som FN förespråkar

i sin hållbarhetsrapport från hösten 2020 i syfte att rädda världshaven från mer plast. Med en stabil grund att stå på efter år av relationsskapande och med en uppdaterad produkt är man nu redo att möta framtiden med en digital version av miljöstationen.

–De kommuner som redan valt att gå över till den nya miljöstationen är överförtjusta, då den inbegriper hela allmänheten istället för att rikta sig till enbart ett segment (hundägare). Det är en viktig del i kommunernas kommunikation att få alla att plocka upp skräp efter sig, menar Dejan.

I den lösning som kommer att användas framåt har den statiska mediaytan med logos bytts ut mot en digital skylt, genom vilken företag och kommunen kommer att kunna kommunicera med invånarna på ett helt nytt sätt. Det blir mer dynamiskt med byte av meddelanden och dekalер,

samtidigt som exponeringsmöjligheten för företagen förbättras. Stationerna drivs av solceller som laddar ett batteri och styrs av en rörelsedetektor som gör att skylten aktiveras när någon kommer inom ett visst avstånd.

–Vi använder AI-teknik i de nya stationerna, vilka med hjälp av en sensor i realtid bedömer ålder och kön på den som står vid skylten. Baserat på det kan skylten förmedla skraddarsydda budskap från företag som främst vill nå just den demografin. På detta vis ökar vi förutsättningarna för att det blir ett positivt möte mellan mottagare och företaget som skickar budskapet, menar Dejan.

Integritetsmässigt möter den nya lösningen inga hinder, då inga bilder tas och ingen information sparas. Under 2021 kommer de nya stationerna att sättas upp i ett antal utvalda kommuner i Sverige.

–Detta blir ett naturligt nästa steg i verksamheten. Vi har en plåt av väleablerad verksamhet men ska vi komma vidare så är det digitaliseringen som kommer att driva oss mot framtiden. Vi blir några av de första i världen med att kombinera ett analogt förfarande med en digital exponering. I ett miljöpositivt sammanhang är vi ensamma om detta, avslutar Dejan.

Skribent: Anna Bjärenäs

