

TUCO MARINE GROUP

VIRKSOMHED / TUCO Marine Group

WWW / tuco.dk

DATO / December 2013

FORFATTER / Kiki Mikkelsen, SDU

OM D2i

D2i - Design to innovate er et udviklingsprogram, som har til formål at styrke danske virksomheders konkurrenceevne gennem brugen af design. I tilknytning til programmet gennemføres en række analyser, der samlet set skal styrke og udvikle det vidensgrundlag, som D2i arbejder på. I dette arbejde indgår at belyse danske virksomheders designpraksis, det vil sige deres forståelse af design og måden, hvorpå de anvender - eller ikke anvender - design. Casebeskrivelserne giver et indblik i nogle af de muligheder og udfordringer, virksomhederne står over for, hvis design skal gøre en forskel for dem.

2014 © D2i – Design to innovate

Tuco Marine Group blev etableret i Faaborg i 1998 af Jacob Frost og Jonas Pedersen i en næsten direkte forlængelse af deres uddannelse som bådebyggere. I sine første år fokuserede virksomheden på produktion af lystbåde, men havde ved siden af en mindre produktion til industrien, hvor de f.eks. leverede specialkomponenter til blandt andet vindindustrien. Med lystbåde som kernekompetence



leverede de to kompagnoner i de tidlige år over 100 færdigproducerede yachts, dvs. alt fra skrog til motor, el-arbejde og interiør. Kun masten blev ofte eftermonteret ved ankomst til destinationen. I forbindelse med at nye materialer såsom aluminium blev taget i brug, begyndte Tuco Marine Group at producere redningsbåde.

En produktserie, der aldrig rigtigt er blevet til et kerneprodukt trods virksomhedens stærke kompetencer indenfor aluminium. I dag arbejder virksomheden primært i kulfiber og leverer blandt andet katamaranfærger til Norge. Kompetencerne indenfor brugen af dette materiale giver i dag virksomheden store konkurrencemæssige fordele. De to entreprenørers energi og kærlighed til deres fælles interesse samt viljen til at vinde førte i 2011 til en skelsættende rekord, der skabte overskrifter på nationalt tv. Det lykkedes de to kammerater at sejle rundt om Sjælland 3 timer hurtige end den tidligere rekordholder. Båden, de sejlede i, var en trimaran kaldet Carbon³, som de havde bygget i kulfiber i deres fritid fra 2009-2011. Båden blev hurtigt et bevis på de fordele, kulfiberen kan tilbyde i forhold til hastighed, benzinformbrug og dermed CO₂-udslip, og er i dag en vigtig brik i virksomhedens markedsføring.

DESIGN HOS TUCO MARINE GROUP

Design har altid spillet en eller anden rolle for Tuco Marine Group. Ifølge Jonas Pedersen kan design ses som værende resultatet af deres arbejde, dvs. det output, som virksomheden præsenterer for deres kunder. Så selvom design ikke fylder i produktionen i hverdagen, er produkternes funktionalitet og visuelle udtryk meget vigtige for alle virksomhedens medarbejdere. Jonas Pedersen fortæller:

“Jeg er sikker på, at de bådebyggere, der går ude på værkstedet, mener, at designet på det produkt, de bygger, er væsentligt, fordi de produkter, vi laver, er jo også produkter, som de viser til deres familier, når de kommer ned og ligge i havnen. Dermed mener jeg også, at de ser design som en væsentlig faktor.”

Design hos Tuco Marine Group skal i fremtiden fylde mere. Det har altid været noget, man har diskuteret i bestyrelsen specielt i forhold til differentiering og produktionsrettigheder, men design kan ifølge Jonas Pedersen meget mere end det. Han fortæller:

“Vi skal have noget godt design ind. Dermed mener jeg, at design kan give nogle ekstra ting, som hverken brugeren med behovet eller producenten med løsningerne havde tænkt på, da de hver især mødte hinandens krav. Design kan bidrage med noget flødeskum og samtidig komme de to parter til gode. Så får producenten nemmere ved at producere, brugeren får opfyldt endnu flere behov, end han troede muligt, og vi får samtidig et produkt, der udadtil ser lækkert ud. Det er godt design i min verden.”

En anden side af design, som Tuco Marine Group bruger meget bevidst, er den grafiske. Design fylder meget i forhold til markedsføring, hjemmesider og præsentationsmateriale, der alt sammen specificeres af Jonas Pedersen, men produceres af et reklamebureau. Han forklarer:



"Generelt set gør vi det på den måde, at vi selv sætter rammer for det, og så får vi nogle andre til lige og lave det grafiske. For eksempel siger jeg, at jeg godt vil ha' en profil snittet ud af den lille færge, som kan gå igen på en række af de forskellige produkter og på sådan et sted som hjemmesiden. Så vi har et grafisk udtryk, der går igen med kulfiberen, og vi har de samme små skibe, i stedet for prikker som punktstilling. Så vi har en grafisk linje."

Den grafiske linje bliver brugt alle de steder, hvor Jonas Pedersen kan slippe af sted med det. Da deres ene hal brændte ned i foråret 2013, blev en ny opført samme sted. Den nye hal har fået samme farve som kulfiber, hvilket også er den farve, der er gennemgående på virksomhedens hjemmeside, biler m.v. Virksomhedens visuelle identitet bliver taget meget alvorligt, lige meget hvor i verden, de er. Jonas Pedersen fortæller:

"Det er jo en del af alt, hvad vi gør, fordi det fylder jo. Alt hvad folk kan se, når de kører forbi, uanset om det er mig nede i Brugsen med en T-shirt på, eller om det er min bil, så er det jo markedsføring i min optik. Og derfor er det vigtigt, at det hele hænger sammen. Det samme gælder også de både, vi selv udvikler, og som ikke er bygget til en speciel kunde, dem bygger vi også i et design, der falder ind i de rammer."

Design spiller således forskellige roller på forskellige områder i virksomheden, men der er ingen tvivl om, at design anses som en styrke og er noget, der i fremtiden skal være mere fokus på.

UDFORDRINGER

Tuco Marine Group møder i deres daglige virke flere forskellige udfordringer, der i fremtiden skal arbejdes med, og som skal håndteres. De støbeforme, som virksomheden bruger til bådene, er meget dyre at lave, hvilket gør det svært at lave helt kundespecifikke og unikke produkter til fornuftige priser. Derfor bliver nye både ofte lavet ved at sammensætte de forskellige støbeforme på nye måder for dermed at imødekomme kundernes ønsker.

Hertil kommer at Tuco Marine Group både fungerer som leverandør og som underleverandør. Det kan godt skabe huller i produktionen, der ofte planlægges omkring direkte ordrer og dermed understøtter deres rolle som underleverandør. De huller, der automatisk kommer ind imellem ordrer, søger virksomheden at dække med egenproduktion. I fremtiden ønsker Tuco Marine Group i højere grad at styre produktionen og minimere disse huller ved at øge fokus på egen udvikling og produktion. For at muliggøre dette, samt styrke virksomhedens profil, ønsker Jonas Pedersen at bringe design i spil, da det ifølge ham kan give Tuco Marine Group en kant, der kan differentiere virksomheden fra sine konkurrenter og for alvor gøre den til en solid spiller på specielt det militærmaritime område.

