

Viljen til at overleve

Hans W. Schur vil gerne føre firmaet videre til 6. generation

Tekst: Bent Jensen
Foto: Lars Juul

HORSENS - Trods benhård konkurrence på det internationale emballagemarked hersker der ved 150-års jubilæet stor optimisme og tro på fremtiden i Schur-gruppens hovedkvarter i Horsens.

- Kun de stærkeste overlever, og vi er ganske stærke og solide. Vi forener en pæn egenkapital med et godt og moderne produktionsapparat, siger den 45-årige bestyrelsesformand, Hans W. Schur.

- Loyaliteten' fra vores kunder er stor. De kender os som en solid og pålidelig leverandør, og det skaber basis for et et langvarigt samarbejde.

- Føler du det som en byrde at skulle føre verdens ældste familieejede emballagevirksomhed videre?

- Absolut ikke. Da jeg var 17 år, spurgte min far, Axel Schur, mig om jeg var interesseret i at gå ind i virksomheden. Det var jeg, og jeg synes, at det kunne være skægt at være med til at føre Schur-gruppen videre i sjette generation i lige linie.

Ægteparret Inger og Hans Schur har tre børn, en datter på 17 og to sønner på henholdsvis 12 og 10 år.

- Det er naturligvis for tidligt at sige noget om vores børns fremtid. Meget kan ske, og mange faktorer spiller ind. Men det er mit klare mål, at virksomhe-

den skal bevare sin selvstændighed og blive i familiens eje, understreger Hans Schur.

Erfarne folk

- Vore medarbejdere er dygtige. Mange er særdeles erfarne specialister med evne og vilje til at se og tænke fremadrettet. At de også er trofaste og stabile, viser det store antal 25-års jubilæer.

- Vi er en virksomhed, som bygger på sunde, købmændsmæssige værdier - og så har vi viljen til at overleve.

- Vi skal overleve på kreativitet og produktivitet. Gennem foreløbig 150 år har vi vist, at vi er levedygtige. Vi skal nok klare os, fastslår Hans Schur, der glæder sig over, at regnskabsåret 1994/95 blev et af de hidtil bedste i koncernens historie.

Det er gået stærkt

Den oprindelige enmandsvirksomhed er i dag drevet frem til en international emballagekoncern med omkring 1700 medarbejdere, heraf ca. 700 i Horsens.

Koncernen omfatter 15 selskaber og salgskontorer i bl.a. Sverige, Tyskland, England, Holland og USA og en nettoomsætning på omkring halvanden milliard kroner.

Det er især gået stærkt de sidste 40 år. I 1956 omstattede Schur Gruppen for omkring tre millioner kroner. I dag skal tallet ganges med 500.

Mange krav

Hovedformålet for vore kunder er, at indpakningen skal beskytte produkterne, så de er intakte og ufordærvede, når forbrugeren får dem hjem. Em-

ballagen skal give både information om og sælge varerne ved at skabe opmærksomhed og virke indbydende.

- Der skal være overensstemmelse mellem produktets og emballagens kvalitet. Det stiller krav til materiale, tryk og konstruktion - f.eks. at emballagen er let at åbne og lukke igen, siger Hans Schur.

Totalleverandør

- Vi leverer ikke blot emballagen, men også emballeringsprocessen. Vi hjælper gerne kunderne med at løse deres pakkeproblemer.

- Den tekniske side af sagen klares enten af Schur Engineering eller på vores maskinfabrik, Thorsted Maskiner. Over 260 personer er beskæftiget med udvikling af nye ideer og maskiner.

- Vi tager det fulde ansvar, fordi vi er totalleverandør, når vi leverer både emballage og maskiner. Hvis noget derfor skulle gå galt, er der ikke tvivl om, hvem der har ansvaret. Det har vi!

Spænder vidt

Schur spænder vidt med emballager ikke alene i karton og papir, men også miniweel, som er offsettrykt karton kacheret til bølgepap. Det giver en god beskyttelse af de indpakke produkter og samtidig mulighed for at levere et sælgende budskab i et flot tryk.

På den fleksible side leveres plast i flerlagsfolier og trykt i op til otte farver. Der bruges miljørigtige råvarer, f.eks. ikke PVC. og i øvrigt fældes der heller ingen regnskov for at fremstille emballage.

Internationaliseringen begyndte i første halvdel af



Far og søn, konsul Axel Schur (76) og bestyrelsesformand Hans W. Schur (45), henholdsvis fjerde og femte generation i verdens ældste familieejede emballagefirma..

1960'erne med udviklingen af tobakspungen, som var en virkelig international nyskabelse. Den bestod af et et papirindlæg omsvøbt af plastfolie, der blev svejset sammen til en smuk og praktisk tobakspose.

Sundhed og salg

Hans Schur fremhæver emballagens store prakti-

ske og sundhedsmæssige betydning:

- Fornuftig emballage af høj kvalitet betyder, at madvarer ikke fordærvs undervejs fra producent til forbruger, at indholdet ikke løber ud af emballagen osv.

Vi er så forvante med kvalitetsemballage i vores del af verden, at vi aldrig glæder os over, at den er medvirkende til, at vi trygt kan spise den mad, vi har købt - uden at blive syge.

- I stedet ærgrer vi os over, at den tomme emballage fylder i skraldeposen. Havde vi ikke god, gennemtænkt emballering af fødevarer, ville vi alle ofte blive syge af det, vi spiser.

- Og så har emballagen stor betydning for valget af produkt. Hvad præsenterer sig bedst? Emballagen er »den tavse sælger«. Signalværdien er afgørende vigtig.