

Brännpunkten

konstnärstidning för Kanthal Höganäs-koncernen

Nr 3 • November 1990



Öppet hus
med Hasse
i Höganäs

Brännpunkten

Kanthal Höganäs-koncernens
personaltidning

Redaktion: Ordspråket, Helsingborg

Tryckeri: Boktryck, Helsingborg

Sätter: Typsnitt, Helsingborg

Copyright: Kanthal Höganäs AB,
Höganäs

REDAKTIONSKOMMITTÉ:

Hans Mivér, Kanthal Höganäs AB,

Anita Björk, Höganäs AB,

Marie Allroth, Höganäs Eldfast AB,

Berit Hedman, Kanthal AB,

Björn Johansson, Bulten AB,

Janos Nemeth, Fabriks,

Peter Bengtsson, SIF och

Anders Nyberg, Ordspråket AB.

HUVUDMAN

Koncerndelegationens

Arbetsutskott

Ansvarig utgivare

Vid adressändring: Fäst etiketten med din gamla adress på baksidan på det adressändringskort, som finns på posten. Skriv sedan din nya adress på avsedd plats på samma kort och sänd till

Kanthal Höganäs AB,
263 83 HÖGANÄS

Omslagsbilden:

Metallpulvers familjedag i Höganäs hade Hasse "Kvinnaböske" Andersson som dragplåster. Anställda med familjer – totalt 1000 personer fick vara med om ett välarrangerat och trevligt öppet hus, där Höganäs AB:s nye VD Claes Lindqvist, passade på tillfället att presentera sig för personalen. HB-hallen var forum för det mixade informations- och underhållningsprogrammet.

Mer om familjedagen och Höganäs Bjufs öppet hus på sidorna 18–19.

Foto: Anders Nyberg

ISSN 0345-1801

VD har ordet "Vi måste se över våra kostnader"

Kanthal Höganäs delårsrapport (januari-augusti) publicerades i slutet av oktober. Omsättningen ökade med drygt åtta procent, och det är en ökning som till stor del beror på att Svenska Forshammar AB numera ingår i koncernen. Resultatet för åttamånadersperioden har däremot försämrats kraftigt.

Metallpulver är det enda affärsområde som har ökat volymen, medan konjunkturnedgången drabbat de övriga enheterna med volymminskning och begränsade möjligheter till prisökningar som följd.

Av delårsrapporten framgår att den kraftiga resultatnedgången beror på ett stort underskott i Bulten. Dessutom har resultatet drabbats av start- och nedläggningskostnader i samband med sammanslagning av två tegelfabriker (Affärsområde Eldfast). Resultatet för helåret väntas uppgå till ca 150 miljoner kr. Att jämföra med 1989 års resultat 208 miljoner.

Har du några ytterligare kommentarer till delårsrapporten?

– Bultens aktuella problem kvarstår. Produktionstakten är låg och marknaden kraftigt vikande. I Bulten har vi hittills nödgats minska personalstyrkan med 200, säger koncernchef Hans Mivér.

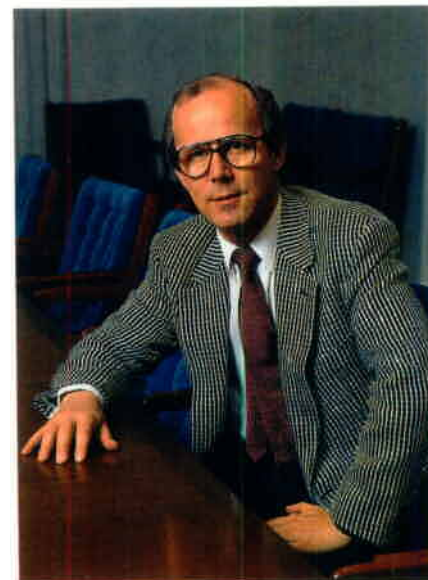
– Läger vi därtill de höga kostnadsökningarna i Sverige i år, så har vi förklaringen till att årets resultat kraftigt försämrats jämfört med motsvarande period 1989.

Du har för närvarande en mycket tung arbetsbörda som koncernchef och stf chef för Bulten. Vad gör ni i ledningsgruppen åt det vikande resultatet? Jämfört med motsvarande period 1989 var resultatet drygt 100 miljoner kr sämre i år!

– För att kunna möta en försämrad konjunktur pågår just nu en översyn av kostnaderna inom samtliga affärs-

områden. På Bulten har tex personalstyrkan fått anpassas till produktion och marknad.

– Jag tror också att vi kommer att få se en minskad avsättning det närmaste året på våra huvudmarknader. För närvarande finns det ingen tillväxt för många av våra huvudprodukter, men vi behåller marknadsandelar genom att inte höja priserna. Därför får vi i



– *Kostnaderna måste hållas nere i Sverige, säger VD Hans Mivér.*

Sverige anpassa kostnaderna. Alla inom koncernen – det gäller såväl ledning, fackliga representanter som övrig personal – måste därför vara mycket kostnadsmedvetna.

Vad kan ytterst hända menar du, om resultatutvecklingen inte vänder uppåt?

– Då kan hela koncernens framtida

expansion avstanna. För att kunna befästa våra ledande positioner på marknaden måste vi fortsätta att ligga före konkurrenterna. Till detta behövs vinstmedel för att investera i nya anläggningar och till forskning och utveckling.

Hur ser du på utvecklingen i höst?

– September månads resultat var i de flesta affärsområden mycket bättre än tidigare månader. Men att tro utvecklingen har vänt, bara för att en månad varit bra, är alltför optimistiskt. Däremot är jag övertygad om att pågående åtgärdsprogram kommer att förbättra nuläget, även om det tar viss tid.

Kan du säga något mera konkret om Bultens framtid. Det är väl ganska naturligt att en viss oro har infunnit sig inte bara i Hallstahammar, utan även på de andra produktionsorterna?

– Bulten har haft problem under många år och vi måste nu komma fram till vilka verksamheter som kan vara utvecklingsbara och lönsamma. Budgetarbetet i år kommer att utvisa detta.

– I Bulten finns en mängd kunskap inom många områden. Det gäller att

ta tillvara dessa resurser på ett positivt sätt. Hur ett framtida Bulten kommer att se ut är det emellertid för tidigt att säga något om.

Det blev ingen ny miljörättegång med fastighetsägarna i Höganäs. I början av oktober, ett par dagar före den nya rättegångens start, gick Kanthal Höganäs och fastighetsägarna gemensamt ut i pressen och informerade om

att förlikning träffats mellan parterna. Vad är din kommentar?

– Det är bra att en förlikning kom till stånd. Båda parterna är nöjda med det och Kanthal Höganäs slipper en ny uppsplitande process. Det ankommer nu på oss att fortsätta vara disciplinerade och medvetna om vår verksamhets miljöeffekter, säger Hans Mivér och sätter punkt för intervjun.

Limerick-tävling! *Skriv den bästa och vinn keramik*

Limerick heter en stad på Irland, och enligt vad det sägs skall limericken komma därifrån. En limerick är en femradig skämtvers med rimningen a b b a. Första rimmet är ofta ett ortnamn och av de fem raderna är de båda första och den sista längre än de två mittradererna.

Brännpunkten efterlyser nu limerickar med ortsnamn med anknytning till Kanthal Höganäs-koncernen. Tex: Bjuv, Göteborg, Hallstahammar (Hallsta), Höganäs, Kalix, Kolbäck, Kungälv, Lidköping, Oxelösund, Surte, Svartå, Åmål, Äninsmök och Åshammar. Om du inte lyckas komponera en limerick med ortsnamn med anknytning till koncernen så godkänner juryn även bidrag som innehåller produkter som vi är kända för; pulver, band, tegel, massa, lansar, bultar, stengods etc etc.

Du får skicka in obegränsat antal bidrag, bara du följer ovanstående regler. De bästa bidragen kommer att publiceras i personaltidningen. Dessutom kommer deras upphovsmän att belönas med saltglaserat stengods, unika produkter från Höganäs Saltglaserat AB (som bekant också ingår i Kanthal Höganäs).

Ur-limericken lyder så här:

*There was a young lady in Riga
who went on a ride on a tiger;
they return from the ride
with the lady inside
and a smile on the face of the tiger.*

Redaktionen för Brännpunkten bidrar med denna limerick:

*En ärtig fabriksarbeterska från Bjuv
av bolagsgrabbar upplevs ljuv;
Men, för själva katten
hon arbetar om natten
som utklädd transvestit och tjuv.*

Följande bidrag är hämtat ur tidningen VLT, husorgan för alla som bor i Hallstahammar. Limericken innehåller inte ortsnamnet Hallstahammar, men däremot Sura (Surahammar):

*En vemodig älgko i Sura
i skogsbrynet ofta ses kura;
Hon hänger med mulen
är dyster och kulen.
Hon trånar så hemskt efter tjura.*

Sätt nu igång och rimma och skicka in så många bidrag du vill.

Limerickarna vill vi ha senast fredagen den **21 december 1990** under adress: **Kanthal Höganäs AB, Personaltidningen Brännpunkten, 263 83 Höganäs.** Märk kuvertet "Limerick-tävling". Juryn utgörs av redaktionskommittéen.



Kanthal Höganäs 23:a i Norden!

En svensk affärstidning har rankat de 1000 största företagen i Norden, sett till omsättningen och respektive bransch. ASEA inkl. ABB är inte helt överraskande Nordens största företag med 135, 8 miljarder kr i omsättning och drygt 184 000 anställda. De svenska företagen Volvo och Electrolux belägger platserna därefter och de i sin tur följs av Norsk Hydro och Statoil.

Bland verkstadsindustriföretagen ligger Kanthal Höganäs på 23:e plats. Den listan toppas av de svenska storföretagen ASEA/ABB, Volvo, Electrolux, Saab-Scania, SKF och Sandvik.

Kanthal Höganäs räknas med 3,4 miljarder kr i omsättning som det 203:e största företaget i Norden. I 1989 års ranking var placeringen 187, men då ingick SlipNaxos i koncernen.

Inte mindre än 22 svenska företag finns med bland de 30 största nordiska företagen, medan Finland har fem, Norge två och Danmark ett företag i 30-topp.

Profilen:

Höganäs nye chef sätter personalen i centrum

Det första intrycket du får av Claes Lindqvist, 40, är att Höganäs AB:s nye VD är en intelligent, okonstlad och mycket öppen person. En som gärna lyssnar på andra, men som inte drar sig för att säga ifrån när så behövs.

Claes Lindqvist blir den yngste medlemmen i koncernens ledningsgrupp, men är inte utan meriterande erfarenhet. I VD-rollen ser han sig i första hand som chef, en coach som ser det nödvändiga och utmanande i att förmå alla personligheter och förmågor att dra åt samma håll.

Född i Värmland, men uppvuxen i bohuslänska Uddevalla, stod hans håg egentligen till läkarkallet. Men bra skolbetyg räcker inte alltid till och Claes slogs ut av lotten. Därpå följde en i hans tycke bortkastad termin på Tandläkarhögskolan, innan han beslöt att söka till Chalmers. På fyra och ett halvt år läste han sedan in kurserna för såväl Chalmers som Handelshögskolan. Dessutom hann han med att göra lumpen! Här gick det undan.

Claes Lindqvist är alltså något så

ovanligt som både civilingenjör och civilekonom. På Chalmers i Göteborg var linjeinriktningen starkström och reglerteknik. Därifrån och till ASEA i Västerås var steget inte så långt.

– Att det blev ASEA hängde kanske mera samman med att jag som elevingenjör erbjöds en bra utbildning samt utlandspraktik. För 15 år sedan var det i stort bara ASEA och Ericsson som kunde erbjuda detta. Idag är det däremot mycket vanligt att storföretagen lockar med s k trainee-

karriärer, förtydligar Claes Lindqvist.

Tolv år som aseat

Efter tolv år på ASEA, där han åren 1982–1987 var försäljnings- och marknadschef på ASEA Control, har Claes hunnit med tre år som divisionschef på Åkerlund & Rausing i Lund. Ett företag som också stått i centrum i miljödebatten vid flera tillfällen.

– Förpackningsindustrin har sin PVC-debatt. Men jag vill påstå att det finns ett mycket stort miljömedvetande hos Åkerlund & Rausing. Här i Höganäs har det också gjorts oerhört mycket vad gäller bättre miljö. Vi kan nämna Distaloyverket, som ett exempel. En anläggning med en helt suverän miljö. Miljön blir också den tunga biten när vi nu sätter oss ned och projekterar atomiseringsverket i Halmstad.

Enligt Claes är miljön ett globalt problem. Det är därför positivt att det finns en miljödebatt anser han.

– Vi enskilda som företag, måste värna om miljön. Sverige ligger inte i främsta linjen som vi gärna inbillar oss. Vi är bra men inte bäst.

Ser sig själv som en coach

Känns det inte som en alltför stor utmaning att komma till Höganäs AB utan att vara "pulverexpert"?

– Inte alls! Jag skall i första hand vara chef och till min hjälp har jag



Claes Lindqvist, Höganäs AB:s nye VD, ser personalen som en jättelik resurs.

massor av medarbetare med mycket kunnande inom sina respektive områden. Vad jag framför allt har lagt märke till, de få veckor jag arbetat på företaget, är den kompetens och stabila kunnande som finns. Därtill är Höganäs ett välskött företag som kan utvecklas vidare. Vi har en fin marknadspotential som vi skall bygga vidare på.

– Vi skall satsa på kvalitet och med de investeringar som görs kommer vi också på sikt att bli kostnadseffektivare.

– Inom områdena miljö och kvalitet är det av stor betydelse vad ledningen beslutar. Men vi måste komma ihåg, att resultaten hänger helt samman med den enskilde medarbetarens roll och synsätt, tillägger Höganäschefen.

Viktigt med positiv människosyn

Inom affärsområde Metallpulver har det senaste året pågått en omorganisation. Blir det nya kvastar som skall sopa?

– Att jag tillträder mitt i en omorganisation inverkar inte på min frihet att själv se över vad som behöver göras. Med största sannolikhet kommer det att ske förändringar.

Claes Lindqvist har som sagt en mycket positiv människosyn, vilket han också poängterade i sitt framförande inför alla anställda under M:s familjedag 29 september. Chosefri, och iklädd skjortärmarna, presenterade han sig för personalen i HB-hallen.

– Jag kan inte nog understryka hur viktigt det är att respektera individen, fortsätter Claes. I ett företag är alla olika, det måste vi komma ihåg och respektera. Olika personligheter och förmågor måste få finnas i Höganäs AB och mitt primära jobb blir att få alla dessa att dra åt samma håll. Att få människor att bli entusiastiska, mål- inriktade och känna glädje för sitt arbete. Det lyckas du aldrig med om personalen skall bli likriktade. Nej, en del av styrkan i ett företag är just att vi är så olika.

Skall vara roligt att jobba

Hur vill han då själv definiera sig som chef?

– Jag ställer stora krav och lämnar stora befogenheter, men tider och deadlines måste hållas. En dag på jobbet utan rejäla skratt är också en misslyckad dag. Det skall vara kul att jobba och den inställningen hoppas

jag skall genomsyra hela organisationen.

Man kan förmoda att Claes Lindqvist är en chef som vill se saker och ting snabbt förverkligade. Han gillar fart och spänning. Åker med förkärlek utförsäkningskidor på vintern och är även ägare till en SM-plakett i vattenskidåkning.

– Numera blir det inte så mycket vattenskidåkning. Bland fritidsintressena finns annars golf, ett intresse jag delar med min hustru. Men förutom jobbet handlar det numera mest om familjen. Vi har två barn, ett och två år gamla. Skåne måste ha varit en bra jordmån för barn, säger han skrattande.

Finns det då några hotbilder för Höganäs AB? Ett hot mot företagets ledande position är de japanska tillverkarna som investerar och satsar hårt. Konkurrenten finns delvist också från numeriskt styrda maskiner, menar Claes.

– Men det finns ingen konkurrent som har ett så brett spektrum som vi. De andra jobbar hårt i speciella nischer och saknar vårt totalkunnande.

Måste bli kostnadseffektivare

– Vi har tidigare haft höga kostnader på framställning av atomiserade pulver. Vår kostnadseffektivitet kom-

mer att öka i och med nya atomiseringsverket i Halmstad. Att valet föll på Sverige och just Halmstad när alla spekulerade i en investering på kontinenten är en ren slump. Det talar inte på något sätt emot att Kanthal Höganäs' koncernledning helst ser Sverige ansluten till EG.

Bland nya spännande applikationsområden nämner Claes den utveckling som just sker inom plastindustrin. Järn-plast-komponenter kan bli spjuts- petsprodukter i framtiden.

Första månaden på jobbet har mest ägnats åt att läsa in företaget, träffa så många människor som möjligt och lyssna. Nästa fas blir att besöka dotterbolagen. Äth i Belgien står först på tur och vid dotterbolagskonferensen i Höganäs i oktober fick Claes tillfälle att närmare stifta bekantskap med utlandscheferna.

Ett företag att vara stolt över

På en sista fråga, om han upplever Höganäs som ett gammalt företag, vilket det förvisso är (200-årsjubileum 1997), svarar han:

– Visst upplever jag att det är ett gammalt företag, men på ett positivt sätt. Höganäs är inget mossbelupet, hyperkonservativt företag – den tradition det har kan företaget vara stolt över.

KORTA FAKTA OM AFFÄRSOMRÅDE METALLPULVER

Höganäsbolaget räknar sitt ursprung tillbaka till 1797. Bolagets inriktning växte successivt fram genom decenniernas hårt arbete med det sydsvenska kolet och leran. Innan samgåendet med Kanthal AB år 1986 bestod Höganäs AB av divisionerna Metallurgi, Industriprodukter, SlipNaxos och NVSK. När vi idag säger Höganäs AB är det framförallt de två affärsområdena Metallpulver och Specialpulver vi avser.

Affärsområde Metallpulver, som är Kanthal Höganäs-koncernens lönsammaste affärsområde, har haft en stabil omsättnings- och resultatökning de senaste åren. År 1989 omsatte Metallpulver 825 MSEK (765) och antalet anställda var 985 (932), verkamma i Sverige och i tioalet utländska bolag.

Affärsområde Metallpulver bedriver tillverkning i Belgien, Indien och Japan. Hoeganaes Corporation, USA, är ett till 20 procent ägt intressebolag. Tillsammans med Hoeganaes Corp. är Höganäs AB världens ledande tillverkare av järn- och stålpulver.

Järn- och stålpulver används som råvara vid masstillverkning av sintrade precisionsdetaljer, som tillsatsmaterial vid svetsning samt vid en rad mindre applikationer.

De viktigaste marknaderna för sintrade produkter är den mekaniska industrin, speciellt de industrier som tillverkar maskiner i stora serier. Det är då naturligt att sådana produkter som hushållsmaskiner, symaskiner, handbormaskiner, gräsklippare och inte minst motorfordon innehåller sinterdetaljer. Det användningsområde, som klart dominerar är just motorfordon, som står för ca 70 procent av pulveranvändningen.

Business och sauna hos Oy Kanthal Höganäs Ab, Finland



Den finska saunan är ett bra sammanträdesforum anser Pauno Nummisto, Börje Biström och Kalle Soini, områdesansvariga på finska Kanthal Höganäs.

Finland har länge varit något av en hemmamarknad för Bulten och Höganäs Eldfast. Redan i början av 1930-talet bestämde sig Höganäs-Billesholm AB för att börja tillverka eldfasta material i Finland. År 1936 förvärvades därför aktiekapitalet i Oy Amfibolit AB och en fabrik uppfördes år 1937 under samma namn i Makslahti på Karelska näset i östra Finland. Året därefter inledde fabriken sin verksamhet och 1938 brukar därför räknas som startåret för den finska verksamheten. För två år sedan firade Höganäs sitt 50-årsjubileum i Finland.

Mitt under andra världskriget startas AB Industritegel med kontor i Helsingfors, men från 1965 till 1989 bedrivs verksamheten under Ov Höganäs AB.

Även Bulten har lång tradition i vårt östra broderland. Ända fram till mitten av 80-talet tillverkades fästelement i två fabriker. Först lades tillverkningen i Åbo ned och för ett par år sedan tvingades produktionen i Ekenäs att upphöra. Omkring 100 personer var anställda vid Ekenäsfabriken.

Kanthal och Metallpulver har haft begränsad försäljning på den finska marknaden. I synnerhet gäller detta Metallpulver, då Kanthal sedan 1977 haft eget försäljningskontor i Helsingfors.

I juni 1989 samlades de tidigare tre utspridda enheterna – Bulten, Eldfast och Kanthal – under ett gemensamt tak i Askisto i staden Vanda, belägen strax norr om Helsingfors och känd bla för sin internationella flygplats. På den tomt som Höganäs förvärvade 1983 uppfördes ett ståtligt och ändamålsenligt kontors- och lagerkomplex för ca 20 miljoner Mark. Endast halva tomten är utnyttjad och kontoret ligger i ett attraktivt område som kommer att bebyggas med köpcentrum och andra kontors- och industrifaciliteter.

I samband med inflyttningen sommaren 1989 bildades Oy Kanthal Höganäs Ab i Finland, i vilket från början endast

Kanthal och Eldfast ingick som varsin division. Under innevarande höst kommer även Bulten Oy att fusioneras med de övriga två enheterna och all verksamhet kommer att bedrivas i Kanthal Höganäs namn.

Totalt arbetar drygt 30 personer i Vanda. Bulten har 14 personer anställda och omsättningen 1989 var 20 miljoner Mark (1 Mark=1,54 kr). Eldfast omsätter ca 25 miljoner Mark och har totalt 15 anställda, varav tre är verksamma på lagret i Åbo. Kanthal omsätter 7 miljoner Mark och fyra personer arbetar på kontoret. I ovanstående försäljnings-siffror ingår inte den fakturerings som sker från Sverige till Finland.

**Verksamheten
samlad
under
ett tak
och
finsk sisu
skall ge
framgång!**

Finland har sedan decennier varit en mycket attraktiv marknad för Bulten och Höganäs Eldfast.

Såväl Bulten som Eldfast har under senare år fått känna av den omstrukturering som sker i deras respektive branscher.

Tillsammans med Kanthal ingår nu de tre enheterna i Oy Kanthal Höganäs Ab, och de tidigare utspridda bolagen är nu samlade under "en hatt" i Vanda norr om Helsingfors. Först färdigt i det ståtliga kontorskomplexet var den finska saunan! Där görs det affärer.

Trots att Finland är inne i en liknande lågkonjunktur som Sverige, och investeringsviljan är låg i industrin, andas det optimism i de tre "divisionerna". Kanthal Höganäs samtliga produkter är kända för kvalitet. Kvalitet jämte service och snabba leveranser är nycklarna för att öppna den finska marknaden. Detta tillika med stora portioner finsk sisu och svenskt jädra anamma blir något för konkurrenterna att bita i.

Brännpunktens Anders Nyberg har besökt vårt östra broderland och skildrar på de följande sidorna Kanthal Höganäs verksamhet i Finland.

Eldfast har Finland som gammal hemmamarknad

Pauno Nummisto och Pertti Matinheikki ansvarar tillsammans för den eldfasta verksamheten i Oy Kanthal Höganäs Ab. Höganäs har ett grundmurat namn ändå sedan 30-talet i Finland. Så kunderna är väl medvetna om Höganäs Eldfast och marknadsandelen är ca 20 procent. Knappt störst på den eldfasta marknaden är Termorak Oy.

– **K**onkurrensen har hårdnat de senaste fem åren. Vissa konkurrenter håller väldigt låga priser, men målet nu är att inte tappa mer marknad utan istället komma upp till 30 procent i marknadsandel, säger Pauno Nummisto.

Samtalet med Pauno Nummisto och Pertti Matinheikki sker inne på Paunos kontor. Pauno ansvarar för entreprenadsidan medan Pertti håller i materialförsäljningen.

Det är tolv "eldfastare" på Kanthal Höganäs-kontoret. I Åbo finns lagret och där arbetar totalt tre stycken.

Höganäs Eldfast har störst omsättning av de tre enheterna; Bulten, Kanthal och Eldfast. Totalt omsätter Eldfast 25 miljoner Mark. 15 miljoner härrör till materialförsäljning och resterande tio miljoner är entreprenadverksamhet. Till detta kan även läggas material, som levereras direkt från Sverige till Finland, för 15 miljoner SEK.

Finland – stor marknad

25 miljoner Mark motsvarar ca 38 miljoner SEK. Totalt kommer Oy Kanthal Höganäs Ab att sälja för ca 75 miljoner SEK i år. Under 1989 utgjorde den totala omsättningen i de tre nordiska länderna Danmark, Finland och Norge 217 miljoner SEK. Finland är med andra ord en stor hemmamarknad för Kanthal Höganäs-koncernen.

Entreprenadverksamheten har sin högsäsong under sommarhalvåret. Pauno Nummisto berättar att ca 40 murare är projektanställda. Eldfast har också under de senaste åren varit "Supervisor" för projekt i USA, Venezuela och Saud Arabien. Dessutom utfördes en del intressanta jobb i Sovjet i början på 1980-talet.

– Vi hade bla ett projekt där vi murade tre stycken 180 meter höga skorstrenar. För drygt ett år sedan var vi bl a med på ett hörn när McDonalds restaurang byggdes i Moskva. Vi svarade för den syrafasta plattlägg-



Pauno Nummisto och Pertti Matinheikki flankerar Eva Portman. Pauno och Pertti ansvarar för entreprenad- respektive materialförsäljningen inom Eldfast.

ningen. Det var ett jobb som fick utföras med stor noggrannhet. Vi tjänade inte så stora pengar, men vi får ta det som ett erkännande att vara med när Mc Donalds bygger, fortsätter Pauno.

Konkurrensen är stenhård

Pauno och Pertti kan inte skönja några hotbilder för den eldfasta verksamheten. Visst har konkurrensen hårdnat, men det eldfasta teamet är helt inriktade på att ta igen det man förlorat under senare år.

– Våra största kunder finns inom stålindustrin och även Kemira på kemisidan är en mycket viktig kund, säger Pertti. Vi kommer nu också inrikta oss på att öka samarbetet med Bohlin & Löfgren och Forshammargruppen. En annan viktig fråga är hur vi kan utöka samarbetet med Kanthal. Möjligheterna att uppnå vissa synergieffekter bör finnas, anser vi.

Som synes är entusiasmen och framtidstron stor även hos Eldfast.

Eva och Helmer – två veteraner

På Eldfast arbetar också två verkliga veteraner: Eva Portman och Helmer Lindström. De började båda två 1969 på Oy Höganäs AB. Eva började i september och har därmed tre månader längre anställningstid än Helmer.

– Kontoret här i Vanda är tredje arbetsplatsen för mig. Tidigare hade Höganäs kontor centralt belägna i Helsingfors. Jag var först ett år på Bangatan och sedan 19 år på Alpgatan, säger Eva som är anställd som sekreterare, men som är van att hoppa in där hon behövs.

Helmer säger att vad han saknar från tiden inne i Helsingfors är alla de fina salutorgen dit man kunde gå på luncherna, antingen för att handla eller enbart se på folk.

Många är nog dom på Eldfast i

Höganäs som talat med Eva och Helmer i telefon under årens lopp.

– Ja, det blir en hel del telefonsamtal till Höganäs, säger Eva. Men själv har jag bara varit där en gång, och det var i december 1974.

Tycker då inte Eva och Helmer att det är lite ensidigt att arbeta 21 år åt samma arbetsgivare? Inte alls. En stark bidragande orsak till att de stannat kvar är den trevliga kamratandan samt att det varit så många förändringar i arbetet att det ändå känns som om de varit på flera företag. Guldlocka samt örhängen och guldarmband erhölesom välförtjänta 20-årsgåvor.

Eva Portman och Helmer Lindström – två Kanthal Höganäs-veteraner i Finland!

”KANTHAL plöjer och sår – tids nog får vi skörda”

– Skillnaden mellan svenskars och finnars sätt att göra business är stor. Finnarna är rädda för att pröva något nytt. Man tycks resonera som att har det fungerat tidigare så fungerar det säkert i fortsättningen också. Man är i grund och botten hyperkonservativ. Däremot har du i finnen en mycket trogen kund och du skall missköta dig mycket innan han byter leverantör. Därför behövs det fortfarande mycket grovjobb och ständiga personliga besök hos presumtiva kunder. Vi plöjer och sår. Tids nog får vi skörda resultatet av arbetet.

Det är Börje Biström som gör ovanstående reflexion. Han kom till Kanthal för fyra år sedan. För snart två år sedan tog han över chefskapet efter Pelle Hytönen, som idag ansvarar för Folieverksamheten i Kolbäck (Hållstahammar).

Enligt Börje Biström kommer Oy Kanthal Höganäs Ab att sälja Kanthalprodukter för ca 7 miljoner mark i år. Man tar ständigt nya marknadsandelar. Kanthal Super och nya folieapplikationer kommer att bli spjutspetsprodukter de kommande åren.

”Surfade på vattensängsvågen”

– Under slutet på 1980-talet surfade vi mycket på vattensängsvågen i Finland. Vissa år stod vattensängselementen för hälften eller drygt hälften av den totala omsättningen. Försäljningen av ele-

ment har nu gått ned drastiskt i Finland, men tro inte att hjärtat hoppar i halsgropen för det. Kanthal har en mycket bra grund att stå på i Finland, och vi bygger ständigt upp nya kundrelationer.

Men fortfarande är vattensängselementen en stor produkt för Kanthal, då elementen svarar för omkring hälften av de fyra miljoner mark som tillhör Elvärmetekniks område. Börje Biström och kollegan Clas Sandström har delat upp Elvärmeteknik och Ugnsprodukter mellan sig. Av bimetall säljs det obetydligt.

– Det råder lågkonjunktur i Finland, som i övriga västvärlden, och vi arbetar därför långsiktigt. På sikt kommer Kanthal Super att bli en stor produkt i Finland och överhuvudtaget finns det en enorm potential för division Ugns-

produkter. Metalliska element, Super och grov tråd är det som går bäst nu. Dessutom har vi en del projekt på gång som gäller Super och Fibrothal.

– En av våra allra största kunder på metalliska element och grov tråd är en tillverkare av bockat glas (bilvindrutor).

Öppnar nya möjligheter

Den stora och tunga industrin i Finland använder jordgas från Sovjet som energikälla. Av naturliga skäl har Kanthal tidigare inte haft mycket att hämta där med sina element lämpade för elektriska industriugnar.

– Nu, när Kanthal även utvecklat produkter för gasuppvärmda ugnar öppnas många nya möjligheter, fortsätter Börje Biström.

Han arbetade tidigare på en ingen-

Eva Portman och Helmer Lindström började redan år 1969 på Oy Höganäs Ab och är de verkliga veteranerna i bolaget. Ett bra företag att arbeta för samt en fin kamratanda har bidragit till veteranåren.



jörshbyrå som produktchef. Älskar utmaningar och ser en tjusning i att bearbeta nya arbetsfält. Börje tog bla som sin uppgift att introducera Kanthal Medical Heatings barnvärmebädd i Finland. Idag ingår inte längre Medical Heating i Kanthalfamiljen, men fortfarande trillar det i kassan in en del pengar, som härrör från den tiden.

Marknadsledande på tråd

– Inom området motståndsmaterial har vi 60 procent av marknaden. I första hand är det tyskarna som konkurrerar, men de kan varken mäta sig med oss i kvalitet, service eller flexibla leveranser.

– Vår filosofi är att inte sänka priserna för att konkurrera. Marknaden accepterar att vi är dyrare. Kunden är villig att betala lite extra för kvalitet och service, poängterar Kanthalchefen.

Det är sex–åtta veckors leveranstid från Tyskland. Kanthals kunder kan däremot få sina leveranser så snabbt som efter tre–sju dagar. Ett faktum kunderna är väl medvetna om.

– Beställer kunden på en måndag har vi varorna här på torsdagen samma vecka, säger Börje stolt.

Spännande projekt på gång

Även inom område Elvärmeteknik är det många spännande projekt på gång. Tester hos kunder har hittills gett

mycket bra resultat och förhoppningsvis kommer en del projekt att generera mycket pengar redan om något år.

En ny folieapplikation visades på den finska Caravan-mässan i september – komfortvärme för golv och duschkabiner i husvagnar! Nordens största husvagnstillverkare – Solifer – har testat och känner intuitivt för den nya produkten och lanseringen av komfortvärmen är redan inledd.



Börje Biström tror på Kanthal Super och nya folieapplikationer.

– Komfortvärmen kommer nu i de exklusivare husvagnsmodellerna. Här finns också en stor eftermarknad då komfortvärmen med enkla medel kan monteras in i gamla vagnar.

Andra folieapplikationer

Intresset för folieapplikationer är stort i Finland och förutom till husvagnar och vattensängar säljs det folie till bilbackspeglar, snöskoterhandtag och till mätapparaturindustrin.

I syfte att stärka kundrelationerna inbjöd Börje Biström och Clas Sandström några av sina kunder till Hallstahammar och Västerås i samband med Davis Cup i tennis. Det blev ett mycket uppskattat initiativ och att Finland förlorade med 5–0 mot Sverige gjorde inte så mycket. I Hallstahammar hade Kanthal ordnat med fabriksvisning och miniseminarium.

Har man då inget samarbete med de övriga enheterna i "huset"? Jodå. Kanthal och Eldfast har tex en del gemensamma kunder och ett visst samarbete har därför redan inletts.

– Framtiden får visa om vi hittar några synergieffekter, säger Börje Biström. Helt klart är i allafall att det väntar några spännande år för Kanthal här i Finland.

”Bulten skall vara bäst på kvalitet och service”

– Bulten arbetar på en oerhört tuff marknad och vi slåss med lågpriskonkurrenter från Italien, Spanien, Tyskland, Polen och Fjärran Östern. Men hela branschen kommer att förändras drastiskt under den närmaste tiden. Nya lagar kommer att gynna tillverkare, som i likhet med Bulten har kvalitetsprodukter och där vi kan ge kunderna garantier. Bulten skall vara bäst när det gäller kvalitet och service. Kan vi sedan förenkla inköpsprocessen för kunden ser framtiden inte så mörk ut.



Försäljningssekreterare Eija-Riitta Iivonen, produktchef Pekka Ek och Kalle Soini är tre av totalt 14 anställda inom division Bulten. 1990 räknar Soini att Bulten omsätter 16 miljoner Mark i Finland.

Kalle Soini, chef för Bultenenheten inom Oy Kanthal Höganäs Ab, ser realistiskt på Bultens framtidsmöjligheter i Finland. Omsättningsmässigt kommer 1990 att bli ett mycket sämre år än fjolåret, då Bulten Oy sålde för ca 20 miljoner Mark i Finland.

– I år når vi upp till 15–16 miljoner och det är något under budget, säger han. Resultatet kommer ändå att bli hyfsat då vi lyckats hålla nere kostnaderna.

14 personer arbetar för Bulten. Sex stycken är sysselsatta med försäljning/marknad, fyra arbetar på lagret och lika många finns inom den administrativa avdelningen.

”Är för dyra, men har kvaliteten”

När det gäller Bultens framtid i Finland tror inte Kalle Soini att företaget kan öka sin volym. Bulten är ett inarbetat namn och produkterna är välkända för sin höga kvalitet. Vad är det då som utgör problemet?

– Vi har alldeles för dyra produkter jämfört med de som kommer från lågprisländerna. Många firmor importerar nu direkt från Taiwan, Kina och Malaysia. Kvalitetsmässigt är de mycket sämre än oss, men det räcker för kundens ändamål, säger Kalle Soini och belyser med ett exempel:

– En för oss betydelsefull kund – ett stort exportföretag – köper skruv från

Japan till ett pris som understiger vårt med hälften. Kvaliten är inte tillnärmelsevis så bra som Bultens, men tydligen fullt tillräcklig för kunden ifråga.

– Bulten har alltid varit före sin tid vad gäller kvalitet, men det tycks för mig som om Bulten aldrig lyckats nå ut tillräckligt med det budskapet. Men de förordningar som kommer att införas beträffande kvalitet och garantier talar till Bultens fördel. Och kan vi inte besegra konkurrenterna så får vi på något sätt samarbeta med dem, säger Soini.

Av de produkter Bulten säljer i Finland kommer en tredjedel från Hallstahammar och Kalix, en tredjedel från Bulten Stainless och en tredjedel utgörs av andra inköp. De senare produkterna ger ett betydligt högre täckningsbidrag.

Special – ingen stor marknad

Specialprodukter har inte så stor marknad i Finland beroende på avsaknaden av en stor bilindustri. Och det ”special” som säljs i Finland kommer direkt från Bulten Bil i Hallstahammar.

Bulten har ett stort välfyllt lager i Vanda. Lagervärdet ligger kring 5 miljoner Mark och det stora lagret härrör sig från tiden då Hallstahammar inte klarade av att leverera varor i tid.

– Men vi måste räkna med att hålla ett väl dimensionerat lager, fortsätter Kalle Soini. Kunderna vill inte ha något lager alls och återförsäljarna har vi lärt att hålla små lager. Många av våra jämbördiga konkurrenter har mycket större lagerbindning, där kan man verkligen tala om överlager.

Tre stora branschorganisationer (typ Järnia i Sverige) har hand om alla järnhandlare i Finland. Bulten har mycket

Kanthal Höganäs startar bolag i Sydkorea och Taiwan

För 30 år sedan ett fattigt jordbrukarland, idag en industrination med 42 miljoner invånare och en BNP på 5000 USD per capita. Asiens tre övriga drakar; Singapore, Hongkong och Taiwan bleknar nästan i jämförelse. Landet är Sydkorea, där Kanthal Höganäs-koncernen nu flyttar fram sina positioner ytterligare genom att bilda det första riktiga gemensamma Kanthal Höganäs-bolaget ute i Fjärran Östern.

Men det händer mer spännande i Fjärran Östern. Ett Höganäs-bolag har sett dagens ljus i Taiwan. Kontoret är beläget i huvudstaden Taipeh. Chef för Taiwan-bolaget är Holger Persson, tidigare försäljningschef för affärsområde Metallpulver. Holger tar med sig hustru, som har tjänstledigt från Höganäs AB, och parets lilla son till Taiwan.

Det ryktas även om att Holger packat ned några pingisrackets i bagaget.

Holger är flerfaldig landslagsman i pingis och har deltagit i många internationella mästerskap.

– Tjugofem procent av min arbetstid skall jag även ägna bolaget i Sydkorea och den koreanska marknaden. Det är en verkligt seriös satsning vi nu gör i Fjärran Östern, och det kommer att betyda mycket att vi på det här sättet får förbättrad närhet till marknaden, säger Holger Persson.

”Fördelar med tidig etablering”

Christer Kaurin, tidigare marknadschef på Kanthal Ugnsprodukter, är chef för Kanthal Höganäs-bolaget i Sydkorea.

– Vi har de senaste åren varit mycket framgångsrika i Sydkorea, speciellt gäller detta Kanthal Ugnsprodukter och Höganäs AB och dess järn- och svetspulver. Vi har nått en intressant försäljning och lönsamhetsnivå, som ger oss en god plattform att bygga vidare på, kopplat till en fortsatt stark tilltro till den sydkoreanska framtida tillväxten i ekonomin. Kanthal Höga-

näs vill också vara med från början. Då den tekniska utvecklingen tar fart i ett land ökar intresset. Är man då redan etablerad ger det stora fördelar. Sydkorera har en mångsidig industri och passar Kanthal Höganäs väl. Många projekt är på gång och landet öppnar sig mot omvärlden med blä sänkta handelshinder.

– Kanthal Höganäs tror starkt på Korea redan nu, även om landet kanske är inne i en anpassningsfas. Efter en tid av omstruktureringar bör Korea stå ännu bättre rustad.

Kanthal Höganäs Korea Ltd, som det nya bolaget heter, kommer att finnas i nya fräscha lokaler från början av nästa år både i Seoul och Pusan. Vi önskar Christer, Holger och deras medarbetare lycka till i Fjärran Östern.

Kanthal Höganäs-koncernen har sedan tidigare en mycket stark ställning i östra Asien med ett flertal dotterbolag. Kanthal har tex dotterbolag i Japan, Singapore, Hongkong samt ett intressebolag i Kina. Höganäs har ett dotterbolag i Japan.

bra kontakt med dessa tre kunder.

Vilka framtidsmöjligheter ser då Kalle Soini för finska Bulten?

”Kvalitet och datakommunikation hjälpmedel på marknaden

– Det finns många idéer, och som jag tidigare sa tror jag att vårt kvalitets- och servicetänkande kommer att ge resultat. Vi kan aldrig konkurrera med priset. ISO 9000 framhäver däremot vår produktkvalitet och det är en garanti för kunden. Dessutom måste vi satsa på ett datasystem så att kunden enkelt och snabbt kan köpa via dator. Kundens inköpsrutiner måste förenklas. Inom detta område skall vi se och lära av Göteborgs Bult i Kungälv, säger Bultens chef i Finland avslutningsvis.

Så trots kärva tider i Finland kommer Bulten att vara med och slåss på marknader inom de områden man är bäst på!



Holger Persson är ansvarig för det nya bolaget Höganäs Taiwan Ltd.

Bohlin & Löfgren gäckade Bultens segerfundering!

Det lyckades inte heller i år för Bulten, Hallstahammar, att bli koncernmästare i fotboll. Det eldfasta gänget från Bohlin & Löfgren blev för svåra i finalen, där matchens enda mål sparkades in i den första minuten av lagkaptenen, Sven-Åke Breman.

Årets koncernmästerskap avgjordes 25-26 augusti på Brunnby IP, norr om Höganäs. Alla koncernens enheter var representerade och spelmässigt var årets turnering den bästa hittills.

Affärsområde Eldfasts nyförvärv Svenska Forshammar anmälde sig "på övertid" till koncernmästerskapet. "Vi är med i år för att lära", sa lagets coach Christer Blomgren. Dalslänningarna kämpade också bra, om än utan större framgång, i två matcher i gruppspellet med endast sju spelare. Inför slutspelets första match mot Kanthal tvingades laget dock kasta in handduken. Forshammar hade då endast fyra spel-dugliga spelare att tillgå.

Finalen mellan Bohlin & Löfgren och Bulten blev en dramatisk tillställning där matchens enda mål kom under första spelminuten.



Bohlin & Löfgrens lagkapten och finalhjärte, Sven-Åke Breman, höjer segerpokalen vid prisutdelningen i Sandflygsgården.

Det kvinnliga inslaget i fotbolls-turneringen växer för varje år. I år deltog fyra flickor; två från Kungälv och en från Åshammar och Hallstahammar. Det är inte bara det att flickorna sätter lite stil på arrangemanget –

de är mycket duktiga på att spela boll också.

Årets turnering var upplagd anorlunda än 1988 och 1989. De tolv lagen indelades först i fyra grupper, där man spelade en enkelserie. Resultatet i gruppspellet var sedan avgörande för lottningen till slutspelet, där grupp-vinnarna stod över första omgången. Imponerade stort i gruppspellet gjorde lagen från Kungälv och Höganäs.

Bohlin & Löfgren, som tidigare år aldrig nått någon framskjuten placering i koncernmästerskapet, vann i slutspelet den ena sensationella segern efter den andra. Tommy Johansson, VD för Bohlin&Löfgren, fanns på plats. Tommy trotsade lördagseftermiddagens tråkiga regnväder och hejade fram sitt lag till stordåd.

De två semifinalerna bjöd på massor av dramatik och i båda matcherna fick förlängning tillgripas. Till sist stod Bohlin som segrare över Höganäs, medan det andra Skånelaget – Bjuv – förlorade mot Bulten efter straffsparksskjutning!

Finalen, som spelades på söndagen, blev mycket välspelad. Redan i matchens första minut kom Bohlins mål. Den annars mycket duktiga Bultenmålvakten, Kent Lindborg, fick



inte grepp på den hala bollen. Kent var för övrigt Bultens matchhjälte under lördagens semifinal genom sin straffspark som innebar 4-3 och seger för Hallstapojkarna.

Efter finalen arrangerades en tävling i "Rullebör-slalom". Tävlingen avgjordes med skottkärror på en 50 meter lång slalombana. Nu fick äntligen Bulten sin revansch genom att vinna den avslutande finalen mot "ärkefienderna" Kanthal!

Omdömet bland spelarna är att koncernmästerskapet i fotboll är ett trevligt initiativ som skapar såväl idrottslig spänning som koncerngemenskap. Det troliga är att 1991 års turnering arrangeras i Hallstahammar den 23-25 augusti. Beslut om detta tas vid höstens koncernkommittémöte.

RESULTAT

Grupp A

Forshammar-Kungälv 1-8, Kungälv-Kalix 4-3, Kalix-Forshammar 9-0.
Kungälv 12-4 6

Kalix 12-4 3
Forshammar 1-17 1

Grupp B

Höganäs-Kanthal 3-0, Kanthal-Svartå 1-0, Svartå-Höganäs 0-6.

Höganäs 9-0 6
Kanthal 1-3 3
Svartå 0-7 0

Grupp C

Bjuv-Bohlin 1-0, Bohlin-Simox 2-2, Simox-Bjuv 0-4.

Bjuv 5-0 6
Bohlin 2-3 1
Simox 2-6 1

Grupp D

Bohus-Åshammar 5-0, Åshammar-Bulten 0-6, Bulten-Bohus 3-2.

Bulten 9-2 6
Bohus 7-3 3
Åshammar 0-11 0

SLUTSPELET

1:a omgången:

Bohlin-Åshammar 6-0, Simox-Bohus

2-1, Kalix-Svartå 5-0, Kanthal-Forshammar w.o.

Kvartsfinaler:

Bohlin-Kungälv 1-0, Höganäs-Simox 1-0, Bjuv-Kalix 2-1, Bulten-Kanthal 3-1.

Semifinaler:

Bohlin-Höganäs 2-1 (efter förlängning, 1-1 vid full tid), Bulten-Bjuv 4-3 (efter straffsparkar, det stod 1-1 vid såväl full tid som förlängning)

Final:

Bohlin-Bulten 1-0

SLUTRESULTAT:

1) Bohlin, 2) Bulten, 3-4) Höganäs och Bjuv, 5-8) Kungälv, Kanthal, Simox och Kalix, 9-12) Bohus, Svartå, Åshammar och Forshammar.

Vad händer efter Kanthal 90?

KANSAS ny ledstjärna för KANTHAL!

KANSAS heter en av USA:s många delstater, men det är också namnet på Kanthals strategiska plan för åren 1990-1995. Namnet KANSAS kan härledas ur Kanthal, Strategies, Actions, Scenarios, vilket i sig är en bra beskrivning av vad KANSAS handlar om; strategier, handlingsplaner som en konsekvens av strategierna samt planer för fakturering och resultat.

— **A**rbetet med KANSAS bedrevs i huvudsak under tiden juli 1989 till maj 1990. Planen redovisades och fastställdes slutligen vid dotterbolagschefskonferensen i juni i år, säger Kanthals ekonomichef Per-Owe "P.O." Ehrling. Planen utarbetades i tolv arbetsgrupper. Tio av dessa tog fram planer för Kanthals olika produktgrupper, en grupp arbetade med produktionsfrågor och en grupp följde upp det ständigt pågående arbetet med kundlönsamhetsupp-

följning och styrning. Totalt deltog 44 personer i arbetet och av dessa kom 25 från något av våra dotterbolag.

KANSAS är i princip en förlängning av Kanthal 90 den strategiska plan som togs fram för åren 1986-1990. KANSAS baseras liksom Kanthal 90 på bolagets grundläggande affärsidé; Att utveckla, tillverka och sälja produkter inom områdena elektrisk motståndsvärmning och temperaturkontroll. Att utveckla affärsmöjligheter hänförliga till Kanthals kunskaper om material och marknader.

Något förenklat kan man säga att KANSAS innehåller klara mål, strategier och handlingsprogram för Kanthal under den närmaste femårsperioden. Brännpunkten låter Per-Owe Ehrling utveckla huvudpunkterna i KANSAS:

"Rimliga avsättningskrav

— Alla verksamheter måste ha ett, eller flera mål. Kanthals mål under 90-talet enligt KANSAS är vinststillväxt utöver

inflation förutsatt att avkastningen på sysselsatt kapital är större än 20 procent.

— 20-procentig avkastning är ett rimligt krav när man sätter in pengar i industriell verksamhet, fortsätter Per-Owe Ehrling. Så länge avkastningen är större än 20 procent är det dock viktigare att vi genererar så mycket vinstpengar som möjligt, om vi inte gör det, kan vi inte göra de investeringar i utveckling, utrustning och marknadsföring som är nödvändiga för att på sikt garantera fortsatta framgångar för Kanthal.

Förstärka positionerna

Ett annat viktigt mål i planen är att Kanthal skall behålla och förstärka sin ledande position inom områdena elektrisk motståndsvärmning och temperaturkontroll. Om detta säger Kanthals ekonomichef:

— Kanthal har sedan länge marknadens bredaste produktsortiment inom sina produktområden och vi har domi-

nerande marknadsandelar på många områden. Vi har dessutom utvecklat de tekniskt mest avancerade produkterna. Vår kvalitet är på många områden avsevärt bättre än konkurrenternas och vår försäljningsorganisation täcker, till skillnad från konkurrenterna, hela världen. Sammantaget innebär detta att vi är en attraktiv leverantör för våra kunder. Som alla förstår är det ytterst viktigt för Kanthal att befästa sin ledande position på marknaden.

Skapa attraktivare produkter

Ytterligare ett viktigt mål för Kanthal är, säger Per-Owe Ehrling, att utveckla produkter med ökat värde för kunden. Det innebär i korthet att Kanthal skall göra sina produkter mer attraktiva för kunden genom att tillföra produkten egenskaper, som gör att kunden på ett enklare, bättre och billigare sätt kan utnyttja den.

– För att Kanthal skall nå de uppsatta målen, måste det finnas en strategi, dvs en övergripande idé om vägen till målen. I KANSAS har vi grovt

KORTA FAKTA OM KANTHAL

Kanthal är Kanthal Höganäs-koncernens största enskilda affärsområde med en omsättning på drygt 1,1 miljarder kronor (1989). Företaget har bolag i drygt 20 länder och antalet anställda uppgår till ca 1600. 95 procent av all försäljning sker till länder utanför Sverige.

Kanthals produkter används i huvudsak för generering och reglering av värme vid elektrisk motståndsuppvärmning. Organisatoriskt är företaget uppdelat i tre divisioner: Ugnsprодукter, Elvärmeteknik och Bimetall, där de två förstnämnda är världsledande inom sina respektive områden.

Kanthal Ugnsprодукter har 40 procent av världsmarknaden. De mest betydande marknaderna är Japan, USA, Västtyskland (Tyskland) och Storbritannien. Tillväxtmarknader är Brasilien, Sydkorea, Frankrike och Spanien. Divisionens spjutsprodukt är element av Kanthal Super.

Kanthal Elvärmeteknik tillverkar produkter för elektriska apparater och värmesystem. Inom legeringstypen järn-krom-aluminium har Kanthal en helt dominerande marknadsposition. Marknaden visar speciellt stor tillväxt i Fjärran Östern och Latinamerika.

Kanthal Bimetall, som tillverkar termobimetall, har en marknadsandel i Europa på ca 25 procent. Divisionens produkter används företrädesvis i termostater, hushållsapparater och överströmsskydd.

Marknadens utveckling för Kanthal ledande produkter påverkas av den energipolitiska inriktning som styr tillgänglighet och pris på olika energislag. Ökad medvetenhet om miljön är därför mycket gynnsam för marknadens fortsatta tillväxt.

formulerat vår huvudstrategi på det här viset:

– Vi skall prioritera produkter som används globalt. På så vis utnyttjar vi

vår goda marknadstäckning och effektiva dotterbolagsorganisation på bästa sätt.

– Vidare skall vi säkerställa vår dominans genom intensifierat forsknings- och utvecklingsarbete.

– Vi skall säkerställa fortsatt tillväxt för järn-krom-aluminiumlegeringar och Kanthal Super, där vi har ett stort försprång före konkurrenterna. Vi är bäst i världen på Kanthallegeringar (järn-krom-aluminium) och det skall vi fortsätta att vara.

– Slutligen skall vi lokalisera tillverkning på strategiskt bästa sätt, dvs förlägga tillverkning till platser där marknaden av serviceskäl kräver lokal tillverkning eller där handelshinder i form av tullar eller importrestriktioner gör det omöjligt för oss att leverera från Sverige, säger Per-Owe Ehrling och tillägger:

– Allt det här sagda är naturligtvis bara en grov och något förenklad bild av de övergripande mål och strategier som tagits fram i KANSAS. Dessa mål och strategier har därefter brutits ner till delmål och delstrategier för de olika produktgrupperna. Därefter har man tagit fram handlingsplaner för åren 1990-1993 och slutligen räknat fram några alternativ för hur försäljning och resultat kan tänkas utvecklas, avslutar Kantals ekonomichef Per-Owe "P.O." Ehrling.

– KANSAS är strategier för 1990-talet, säger Per-Owe Ehrling.



Mödosam väg lansera nya pulverprodukter

– Konkurrenterna skall verkligen få svettas, säger affärsområde Metallpulvers FoU-chef Jan Tengzelius. Pulvermetallurgin går nu mot mera avancerade material, och vi har under en lång följd av år bedrivit ett ambitiöst forskningsprogram. Detta skall säkerställa affärsområdets tekniska ledarskap på världsmarknaden. De senaste årens produktutveckling har bla också resulterat i att vi i år lanserat två nya pulver – Astaloy Mo och Cold DX.

Omkring tre procent av affärsområde Metallpulvers omsättning satsas på forskning och utveckling (FoU). Ambitionsnivån är hög. Den måste så vara om Höganäs AB vill fortsätta att vara i ledande position på marknaden.

Jan Tengzelius tog över chefskapet för affärsområdets FoU 1987. Dessförinnan hade han varit chef för CIPS under tre år. Han är nog med att poängtera att det är ett mycket betydelsefullt arbete som utförs av de 45 anställda på Forskning/Utveckling, varav hälften sysslar med marknadsinriktad teknisk service mera än med olika former av utvecklingsprojekt.

– För att hålla konkurrenterna stäng- en och vara konkurrenskraftig måste Höganäs fortsätta att ligga i täten när det gäller att utveckla olika slag av pulver och processer. Utvecklingen

inom vissa områden sker dessutom mycket snabbt. Tex utvecklingen av processutrustningar. Vi följer därför detta område intensivt för att snabbt kunna tillgodogöra oss de senaste rönen. I framtiden gäller det inte bara att ha nya produkter. Lika viktigt är låga framställningskostnader, och därför måste vi även vara bra på processutveckling, säger Jan Tengzelius.

”Vi får inte slå oss till ro”

– Med risk att verka självsäker har vi legat före konkurrenterna och de har varit fullt sysselsatta med att undersöka våra produkter. Men vi får akta oss för att slå oss till ro och vila på gamla lagrar. Konkurrenterna hårdnar och några konkurrenter är mycket intresserade av att få fotfäste i Europa.

Manneßmann, Quebec, Kobe och Kawasaki är de konkurrenter Jan

Tengzelius i första hand syftar på. Vi ber honom berätta lite om de två nya pulver som lanserats under året:

Två nya pulvertyper

Astaloy Mo introducerades på marknaden i samband med den internationella PM-konferensen i London i somras. Det är ett förlegerat, vattenatomiserat stålpulver, avsett att användas vid tillverkning av högbelastade komponenter som skall ythärdas.

Fördelen med Astaloy Mo jämfört med andra pulverkvaliteter är den höga pressbarheten. Komponenter i motorer, synkroniseringsringar i växellådor, där höga krav ställs på hållfasthet och slitagemotstånd, är exempel på användningsområden.

– Astaloy Mo är en typ av pulver som kommer att få en kraftig tillväxt, men det tar tid innan volymerna är stora. Kanske fem–sex år. Det har hittills provats ett år av kunden. Sedan skall bilindustrin testa under minst lika lång tid.

– Den andra produkten vi släpper i år heter Cold DX tillverkat av vårt bolag i Belgien – Coldstream. Det är ett duplex rostfritt stål, jämfört med befintligt rostfritt stål har detta hög hårdhet och korrisionsmotstånd. Det här innebär nya applikationer, tex sensorringar för ABS-bromsar.

”En lång och mödosam väg”

Distaloypulver är ett bra exempel att illustrera hur arbetsamt det kan vara att lansera en ny produkt och sedan vänta på att få skörda frukterna. Embryot till Distaloy utvecklades redan 1966 och marknadsfördes tre år senare. De första fem åren var tröga, men under hela 80-talet har efterfrågan ökat på Distaloy och något slut kan inte skönjas. ▶

Jan Tengzelius, FoU-chef för Affärsområde Metallpulver, utanför Höganäs AB:s laboratoriebyggnad.



Värdefullt samarbete

Ett värdefullt och givande samarbete har Metallpulver med Hoeganaes Corp. i USA. Hoeganaes Corp. var ett helägt dotterbolag till Höganäs AB fram till 1968, då det såldes. Ägarandelen utgör idag endast 20 procent. I samband med försäljningen träffades ett avtal om samarbete de båda bolagen emellan.

– Vi har ett öppet samarbete. En gång om året har vi en totalgenomgång och det finns vidare många projekt som vi driver tillsammans. De är speciellt duktiga inom kvalitetssäkring och vattenatomisering. Deras erfarenheter av vattenatomiserade pulver kommer till nytta vid uppbyggnaden av anläggningen i Halmstad, fortsätter Jan Tengzelius.

– Av oss har de lärt sig tillverka Distaloy och sedan finns det en del tillsatsmaterial som de köper av oss, ex: MnS, Fe₃P och Kenolube. Vidare kan vi jämföra för- och nackdelar inom klistringsområdet. Vi har där produkten STARMIX och de en som heter ANCHORBOND.

– Vi tittar hela tiden på vilka applikationsmöjligheter som finns för våra produkter utanför bilindustrin. En del pulver används tex i datorer, printrar, hushållsmaskiner och inom dessa om-

FORSKNING/UTVECKLING

Totalt arbetar 45 personer inom FoU för affärsområde Metallpulver. Forskning/Utvecklings verksamhetsidé är att i egen regi eller i samverkan med andra intressenter utveckla nya och befintliga processer, produkter och applikationer för att därigenom medverka till att säkerställa Metallpulvers marknadsledande position. Forskning/Utveckling skall ha kompetens och resurser för att ge kvalificerad service till kunder och andra enheter inom affärsområde Metallpulver.

Arbetsområden

Produktutveckling: utveckling av pulver för PM-ändamål.

Processutveckling: utvecklingsarbete av mer långsiktig karaktär, tex att förbättra befintliga processer och hitta nya.

Ytkemi: ytkemi är ett ganska nytt område, som får allt större betydelse p.g.a utvecklingen på smörjmedelsidan. I framtiden kommer nämligen i allt större utsträckning metallpulver vara förenat med organiska partiklar.

Applikationer/Metodutveckling: avdelningen utvärderar mätmetoder och mekaniska egenskaper, dels utvärderas nya applikationer där

affärsområdets pulver medverkar.

Applikationsvetenskap: arbetar väldigt kundnära och driver många projekt i samarbete med elektrotillverkare.

Servicefunktion mot marknad och produktion: där avdelningen gör undersökningar av pulver och pulverbaserade produkter. Ger rekommendationer och förslag till lösningar åt kunder.

Dessutom finns inom Forskning/Utveckling sektioner för kemisk analys, metallografi och en liten sektion för patentbevakningar och ansökningar.

råden går lanseringen av en ny produkt fortare än i bilindustrin, förklarar Jan Tengzelius.

Nya användningsområden

– En helt ny formsprutningsteknik har

utvecklats där man tex använder ett mycket fint metallpulver och plast. Andra intressanta användningsområden för våra produkter är tex järnplast-magneter för elmotorer och reglerutrustning.

– I lysrörsarmatur finns tex kiselplåt. Om vi istället kan använda järnpulver-plastmaterial, så blir de magnetiska förlusterna mindre och problem med värmutveckling minskar.

Affärsområde Metallpulver har inlett ett samarbete med AB Wilh Becker, det stora färgföretaget i Lindéngruppen AB. En del intressanta projektområden har identifierats. Beckers har tex stort bindemedels- och plastkunnande. Det finns även många gemensamma intressen med affärsområde Specialpulver. Dessutom samordnas viss verksamhet med FoU-avdelningen på Eldfast och Kanthal, bl.a. för statligt delfinansierade projekt eller utnyttjande av varandras kompetens och utrustning.

– Jag förstår att många anställda undrar vad vi gör på utvecklingssidan. Men här är ingen lekstuga, utan det bedrivs ett målinriktat arbete för att befästa Höganäs position. Det händer dessutom så mycket inom pulverområdet att arbetet är både intressant och spännande för oss som arbetar här, avslutar Jan Tengzelius.



En ny försöksanläggning för tillverkning av färdigblandningar finns bl.a. inom Forsknings-/Utvecklingsavdelningen. Totalt arbetar 45 personer på avdelningen.

600 kom till Höganäs Bjufs Öppet Hus

Affärsområde Eldfasts "Öppet Hus" på Höganäs Bjuf blev en dundrande succé. Omkring 600 personer, anställda och deras familjemedlemmar, fick vara med om en trevlig och minnesrik dag på företaget. Bland höjdpunkterna var besök i gruvmuséet, rundvandring i fabriken och servering av helstekt gris i Tivoliparken.

I likhet med det öppna hus som ordnades 1988 kom många eldfastare bosatta utanför Skåne till familjedagen. Ett stort antal anställda från Lidköping, Åmål och Göteborg syntes bland de belåtna "gästerna". Tom eldfastare i Danmark hade hört talas om Öppet Hus och undrade om även de fick komma. Och det fick dom naturligtvis.

En arbetsgrupp bestående av Peter Arcadius, Höganäs Bjuf, Hans Nilsson, Lennart Persson och Marie Allroth, samtliga tillhörande Höganäs Eldfast AB i Höganäs, träffades första gången 20 april och drog då tillsammans med VD Åke Nordin upp riktlinjerna för arrangemanget.

Busstransporter hade ordnats för att bosatta i Höganäs lättare skulle kunna komma till Bjuv. Besökarna överskölj-



Eldfasts egen orkester underhöll i Tivoliparken, där 600 besökare också "kalasade" på helstekt gris.

des med presenter och tipsformulär. Därefter tog bussar, som gick i pendeltrafik hela lördagförmiddagen, dem till gruvområdet för visning av muséet och råmaterialupplaget. Uppskattad ciceron i gruvmuséet var Kjell Ekdahl.

Den som visste att berätta om chamottebränning var Olle Lundgren.

Rundvandringen i fabriken följde en snitslad bana. På nära håll kunde man sedan följa arbetet vid pressarna, handslagningen och de helautomatiserade momenten som införts i produktionen.

Personal från Scan hade kommit till Tivoliparken redan vid sextiden på morgonen för att förbereda "grisfesten". Under det att de nöjda besökarna åt helstekt gris och potatissallad underhölls de av Nya Ansikten, som är unga talanger från hela Sverige, samt Eldfasts Orkester. Det senare en trio bestående av Bengt-Åke Nilsson spelande dragspel, Jerkko Larsson på bas och Sven Åkesson på trummor. Alla tre fö hemmahörande på Murbruksfabriken.

Som om det inte var nog med dessa aktiviteter så fanns det även barnkarusell, fiskdamm samt ponnyridning för de yngsta och uppvisning av Bjuvs Brottarklubb. Även när det gäller hästar är man självförsörjande på



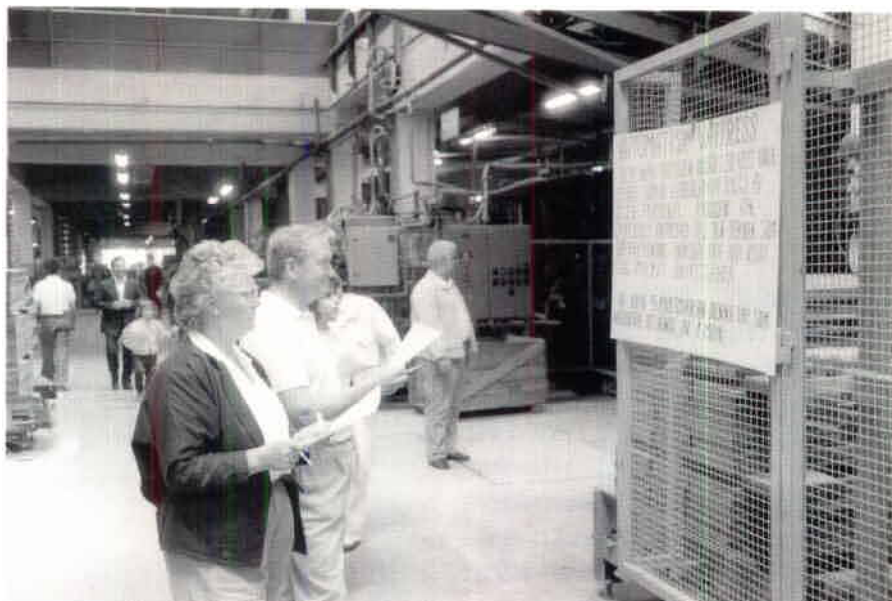
Personalchef Hans Nilsson, i skjortärmarna, var inte sysslös under Öppet Hus.

Eldfast. Hästarna som ungdomarna red på tillhörde nämligen Gunnar Larsson, Tegellagret i Höganäs.

Från Kanthal Höganäs Viltbod i Hallstahammar hade man fått de populära priserna till tävlingen i kast med liten boll i Sictorör.

Det var såväl nöjda arrangörer som Öppet Hus-besökare som lämnade Bjuv på eftermiddagen. Allt hade fungerat perfekt och att omkring 600 eldfastare skulle delta hade inte ens personalchef Hans Nilsson vågat räkna med.

Under fabriksbesöket ägnade man sig även åt en tipspromenad förutom att se arbetet vid tegelpressarna och handslagningen mm.



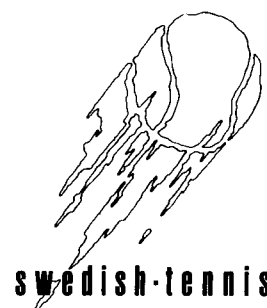
Davis Cup 1991 har lottats – Sverige i final nästa år?

Lottningen utföll på följande vis:

1:a rondan 1–3/2	2:a rondan 29–31/3	Semifinal 20–22/9	Final 29/11–1/12
USA Mexico	_____	_____	
Spanien Canada	_____		_____
Argentina Nya Zeeland	_____	_____	
(Väst)tyskland Italien	_____		
Jugoslavien Sverige	_____	_____	
Tjeckoslovakien Österrike	_____		_____
Israel Frankrike	_____	_____	
Belgien Australien	_____		

Alla tror och hoppas vi väl att den svenska storhetstiden i tennis inte skall vara förbi. Och det är inte heller någon utopi att tro Sverige spelar final nästa år, sannolikt mot Tyskland eller USA. Men då måste Jugoslavien på bortaplan klaras av i första matchen. Sannolika motståndare i 2:a rondan blir då Österrike. Många experter tror att Sverige och Australien eventuellt kommer att mötas i en semifinal. En match som i så fall spelas i Sverige.

Segrare 1991



Affärsområde Metallpulvers familjedag i Höganäs gick av stapeln lördagen den 29 september. Inbjudningar hade gått ut till alla anställda och deras familjemedlemmar. Omkring 1000 personer kom, och kunde glädjas åt ett mycket intressant och skiftande program.

I HB-hallen presenterade sig nye affärsområdeschefen Claes Lindqvist. I samma idrottshall underhöll Skånes stolthet Hasse "Kvinnaböske" Andersson med gamla och nya låtar. Stor uppmärksamhet rönt "Pulver-Expressen" – ett mobilt tåg – som transporterade hugade besökare runt en guidad visning i Svampverket, Pulververket och nya Distaloyverket.

Programmet inramades av en del fasta tider. Grindarna till M:s familjedag öppnades kl. 10.00 och stängdes sex timmar senare. I HB-hallen ordnades vid två tillfällen ett mixat informations- och underhållningsprogram. Förutom redan nämnda Claes Lindqvist och "Kvinnaböske" deltog miljöchef Arne Lundin och marknadschef Sten-Åke Kvist. De senare talade om sina specialområden "miljö" respektive "Höganäsbolaget inför 90-talet". Jonas Ziegler, fd anställd på bolaget, uppträdde under sitt artistnamn Jozima vid ett flertal tillfällen under familjedagen.

Marknadsplats med trevliga jippon

Bakom HB-hallen hade en "marknadsplats" upprättats med servering av glass, läsk och pölser, fiskdamm, ponnyridning samt ett övningsfält för Kungliga Svenska Husartroppen.

Pulver-Expressen var ett populärt transportmedel för att komma till Pulververket och Distaloyverket där guider väntade för fabriksvisning.



Familjedag med "Kvinnaböske"



Serveringstältet var det ingen som missade att besöka.

Brännpunkten har i ett tidigare nummer berättat om "Skånes husarer", där bla tre anställda i affärsområde Metallpulver är aktiva.

Naturligtvis hade de duktiga arrangörerna ordnat en tipspromenad, som även sträckte sig till Sandflysgården där krögaren bjöd på kaffe med dopp. Höganäs Saltglaserat AB, som ingår i affärsområde Eldfast, hade lördagsöppet och visade sin utställ-

ning samt de gamla rundugnarna som fortfarande eldas med kol när stengodset skall brännas.

Mycket att stå i under "öppet hus" hade de anställda på Metallpulvers personalavdelning. De hjälpte till vid registreringen, där besökarna förutom massor av presenter även erhöll häften med kuponger. Kupongerna gällde sedan som biljetter för åktur med Pulver-Pressen, entré till HB-hallen, eller som betalning för en pölse, glassar, läsk och kaffe med bröd. Ett praktiskt och enkelt förfaringsätt.

Om syftet med M:s familjedag var att åstadkomma en trevlig gemenskap samt presentera affärsområde Metallpulvers verksamhetsområden, då lyckades arrangörerna bra med sitt uppsåt. Man hade varken sparat på möda eller pengar för att det skulle bli trivsamt för besökarna.

Men visst hade man unnat arrangörerna bättre väder. Det kalla och blåsiga höstvädret avskräckte sannolikt några från att vara med på alla aktiviteter.

Men som någon sa: – Det regnar ju inte!

MASSBREV

Vid obeställbarhet returneras försändelsen till avsändaren, som svarar för returportot.

KANTHAL HÖGANÄS AB

Brännpunkten
26383 Höganäs

Sommarkryssset

Året är snart slut och den sköna sommaren ett minne blott. Lika avlägset känns väl också Brännpunktens Semesterkryss, men kanske kan lösningen här hjälpa till att friska upp minnet.

Än en gång gick förstapriset till Hallstahammar. Vi gratulerar Ove Skogh och de övriga pristagarna till de vackra stengodskärlen.

I sommarnumret fanns även en artikel just om tillverkningen av saltglaserat stengods, som jag hoppas ni läste. Mitt på bilden av rundugnen där syns bla tre vattenbehållare, och över och framför dem en rad Karlssonkrus. Det är superfina priser till lösarna av våra bildkryss.

Problem i krysset? Ja, jag tänkte att **VERSMAKAREN** är den, som "ofta är dålig på att rimma". Vad exempelvis en mersmakare är, vet jag inte. Och skriver man ordet **STIG** uppåt läser man **GITS** nedåt. Då blir "del av ton" = deciton, DT. När jag skrev den frågan hoppades jag att "ro baklänges" = OR skulle vara en hjälp att tolka mina tankegångar, och de flesta klarade ju fallgroparna.

Ha en skön helg, så möts vi igen någon gång på nyåret.

Med Krysshälsningar
Rune Sörelid

PRISLISTA

1:sta pris, Vattenbehållare: Ove Skogh, Kanthal, Hallstahammar.

2:a pris, Ballongflaska: Berit Johansson, Kanthal, Hallstahammar, Helena Lindström, Bulten Stainless, Åshammar, Kaj Hyvärinen, Svampverket, Höganäs, Stig Björklind, Kanthal, Hallstahammar.

3:e pris, Karlssonkrus: Ingvar Lundberg, Göteborgs Bult AB, Anne-Marie Johansson, Höganäs-Bohusverken, Christer Fridh, Teknisk Service, Höganäs, Torbjörn Ekman, Simox, Oxelösund och Kjell Ekdahl, Mineralavdelningen, Bjuv.

Denna lösning insänd av KJELL EKDahl, MINERALAVDELNINGEN, BJUV.

The crossword puzzle grid is a 15x15 grid. The clues are as follows:

- Across:**
 - 1. VERSMAKAREN (15)
 - 2. KARLSSONKRUS (15)
 - 3. VATTENBEHÅLLARE (15)
 - 4. BALLONGFLASKA (15)
 - 5. STENGODSKÄRL (15)
 - 6. ... (15)
 - 7. ... (15)
 - 8. ... (15)
 - 9. ... (15)
 - 10. ... (15)
 - 11. ... (15)
 - 12. ... (15)
 - 13. ... (15)
 - 14. ... (15)
 - 15. ... (15)
- Down:**
 - 1. ... (15)
 - 2. ... (15)
 - 3. ... (15)
 - 4. ... (15)
 - 5. ... (15)
 - 6. ... (15)
 - 7. ... (15)
 - 8. ... (15)
 - 9. ... (15)
 - 10. ... (15)
 - 11. ... (15)
 - 12. ... (15)
 - 13. ... (15)
 - 14. ... (15)
 - 15. ... (15)