

HOTSPOT

Framtida innovationer

Tänja på gränserna
för metallpulver

Nya tag 2011

Framsteg inom
4 segment

STOR i Thailand

Boon bygger förtroende
för Höganäs

Livslust

Michael och Leo
ändrade vanor

+
Enkla
steg mot
ett bättre
liv

Profil: Fredrik Emilson

Vill överträffa kundernas förväntningar





Bra vanor för Höganäs

Ungefär 70 procent av Höganäs pulver går till bilindustrin. Det kan kännas som en gammal sanning, men faktum är att bilindustrin är en ganska ny kund för oss. Först på 1970-talet tog den här branschen ordentlig fart. Innan dess var svets det viktigaste området för våra järnpulver. Och ännu längre tillbaka gav keramik, tegel och eldfasta massor oss klirr i kassan. Genom Höganäs 200-åriga historia har alltså affärsområdena skiftat ganska kraftigt.

Hur ser det ut om såg 20 år, vilka kunder betalar våra löner då?

I det här numret av *Hotspot* kan du läsa vad Hans Söderhjelm, Höganäs utvecklingsdirektör, svarar på den frågan. Tillsammans med koncernledningen har han identifierat sex segment, där Höganäs kommer att satsa mycket resurser den närmaste tiden (fyra av dem presenteras på sidorna 8-9). Du har kanske redan sett den elektriska cykel, som är utrustad med en banbrytande motor som Höganäs utvecklat? Den är ett exempel på att vi kan – och måste – följa med samhällsutveck-

lingen med nya produkter och lösningar.

När Höganäs förändras påverkar det förstås oss som jobbar här. Det kan gnissla och skava när vi organiserar om, effektiviserar och höjer tempot. Vi är ju inte mer än människor. Jag läste någonstans att man behöver göra en sak minst 25 gånger för att det ska bli en vana, till exempel ta en promenad varje dag eller ändra en rutin på jobbet. Annars är det lätt att falla tillbaka i gamla hjulspår.

Längre fram i tidningen kan du läsa om hur två personer, Mike Rhoades och Leo Fan, har förändrat små saker i sin vardag för att må bättre både på jobbet och hemma. All heder åt dem, som har lyckats hålla fast vid nya, goda vanor. Och det här skriver jag strax efter jag tagit en bit choklad till kaffet...

Ulrika Rask-Lindholm
Chefredaktör

HOTSPOT Innehåll

Nummer 3/2010

Hotspot är Höganäs-koncernens interna tidning. Den etablerades 1943 som Brännpunkten, en av Sveriges äldsta personaltidningar som getts ut utan avbrott. Hotspot ges ut tre gånger per år, på svenska, engelska, portugisiska och franska.

Chefredaktör:

Ulrika Rask-Lindholm,
Internal Communications,
Corporate HR, Höganäs AB

Redaktionsgrupp:

Från Höganäs Anders
Andersson, Michele Deter,
Per Engdahl, Toste Jonsäter,
Miriam Novaes Calixto, Tehzib
Poonawala, Ulrika Rask-
Lindholm och Marie Åberg
Från OTW Joachim Smith och
Gabriel Öman

Redaktionell produktion:

OTW Communication Malmö,
www.otw.se

Grafisk formgivning:

Martin Johansson
och Jonas Nilsson

Teknisk produktion:

Done

Tryck:

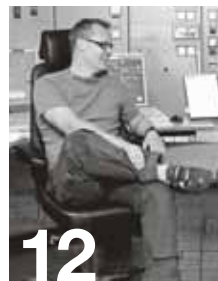
Joma GP Tryckeri



4
Frågesport



6
Next Level



12
En dag med



14
Hälsa



16
Produkter i
praktiken

Från då till nu

» Hur många medarbetare har Höganäs? Hur gammalt är företaget? Och exakt vad betyder M3? Ta en paus, testa dina kunskaper om företaget och kolla om du kan svara på alla 13 frågorna. Lycka till!

Lysande framtid för Höganäs

» Med styrka och visioner inom pulverbaserade applikationer kommer Höganäs att behålla sin position som marknadsledare. Hans Söderhjelm, marknads- och utvecklingsdirektör, förklarar hur Höganäs söker och identifierar nya tillämpningsområden.

Försteman Johan Larsson

» Med ett brett leende tar en av förmännen vid järnsvampfabriken i Höganäs oss med på ett händelserikt skift. Johan har arbetat för Höganäs i tolv år och njuter fortfarande av varje minut på jobbet.

Arbeta för ett gott liv

» Möt Michael Rhoades och Leo Fan, två medarbetare som har börjat leva ett sundare liv – en dag i taget. Läs och inspireras av hur de ändrade sina vanor.

Lödpulver för miljön

» Moderna lastbilar kan släppa ut upp till 60 procent mindre NO_x med hjälp av EGR-kylare innehållande Höganäs pulver för högttemperaturlödning.

Fredrik bygger för framtiden

» Han blir inspirerad av drivna och målmedvetna människor. Han vill undersöka nya tillämpningsområden och är beredd att satsa allt på Höganäs. Fredrik Emilson är chef för Region Europa.

TEXT & FOTO JACOB HÄRNQVIST

Höstmorgonen är mörk och ruggig. Jag har bestämt möte med Fredrik Emilson på hans kontor i Höganäs. Det blöta och dystra vädret utanför verkar inte bekomma honom det minsta, utan han tar emot med ett brett leende och ett fast handslag. I maj 2010 utsågs Fredrik till chef för Region Europa – hans största utmaning hittills. Men hans meritförteckning avslöjar inte desto mindre stor erfarenhet från försäljning, marknadsföring, tillverkning, logistik, inköp och företagsledning.

Vad lockade dig till Höganäs?

– Det var många olika faktorer. Höganäs har ett mycket gott rykte i branschen, vilket självklart gör företaget till en attraktiv arbetsplats. Jag kom i kontakt med Höganäs på tidigare jobb och fick ett mycket gott intryck redan från början.

Många av Höganäs medarbetare stannar i företaget hela sin yrkeskarriär. Det är ett gott tecken tycker Fredrik:

– Eftersom verksamheten är så stor och bred

finns det hur många utmaningar som helst, så jag förstår att folk stannar. Och så är det ju alltid spännande att arbeta på ett världsledande företag. Allt det här sammantaget gjorde att Höganäs var ett lätt val för mig.

Vilka utmaningar ser du fram emot?

– Enkelt uttryckt vill jag vara med och fortsätta bygga för framtiden och skapa tillväxt. Det ska vi göra genom att både internt och externt bli ännu vassare på att möta och överträffa kundens förväntningar. En nödvändig förutsättning är att vi fortsätter utveckla vår förmåga att jobba med och få förståelse för hela värdekedjan, från råvaruleverantör till slutapplikation hos våra OEM¹. Vad har du hunnit med under din första tid på Höganäs?

– Fram tills nu har jag egentligen suttit i skolbänken för att lära mig så mycket som möjligt om Höganäs verksamhet. Bland annat har jag besökt samtliga våra produktionsenheter och säljbolag för att skapa mig en bild av hur de fungerar samt var våra utmaningar och möj-

ligheter finns. Jag har också besökt många av Höganäs kunder runt om i världen för att se hur de arbetar och vilka behov de har. Min första vecka här tillbringade jag i Shanghai tillsammans med 150 andra kollegor på konferensen Next Level, där vi tillsammans la grunden för hur Höganäs ska växa och skapa framgång även på längre sikt.

¹ OEM: Original Equipment Manufacturer. Leverantörer av system till bilindustrin.

Fakta

FREDRIK EMILSON

Ålder: 41

Familj: Fru och tre barn

Bor: Malmö

Befattning: Nyutsedd chef för Region Europa

Intressen: Familjen, löpning, golf och jakt

Inspireras av: Drivna och målmedvetna människor

Är du expert på Höganäs?

» Sätt dina kunskaper på prov och kolla vad du vet om Höganäs, igår och idag. **ILLUSTRATION DR MANTA**

1 Vilka är Höganäs kärnvärden?

2 Höganäs är ett av Sveriges äldsta företag. Men exakt hur gammalt är det?

3 Vem startade kolgruvan där samhället Höganäs ligger idag?

4 Vilket var det första landet utanför Sverige där Höganäs tillverkade metallpulver?

5 Vilket Höganäs-företag utanför Sverige var först med att erbjuda kunderna metallpulver?

6 Vad heter Höganäs VD?

7 Cirka 70 procent av Höganäs pulverprodukter levereras till en viss industri – vilken?

8 Hur många medarbetare har Höganäs-koncernen?

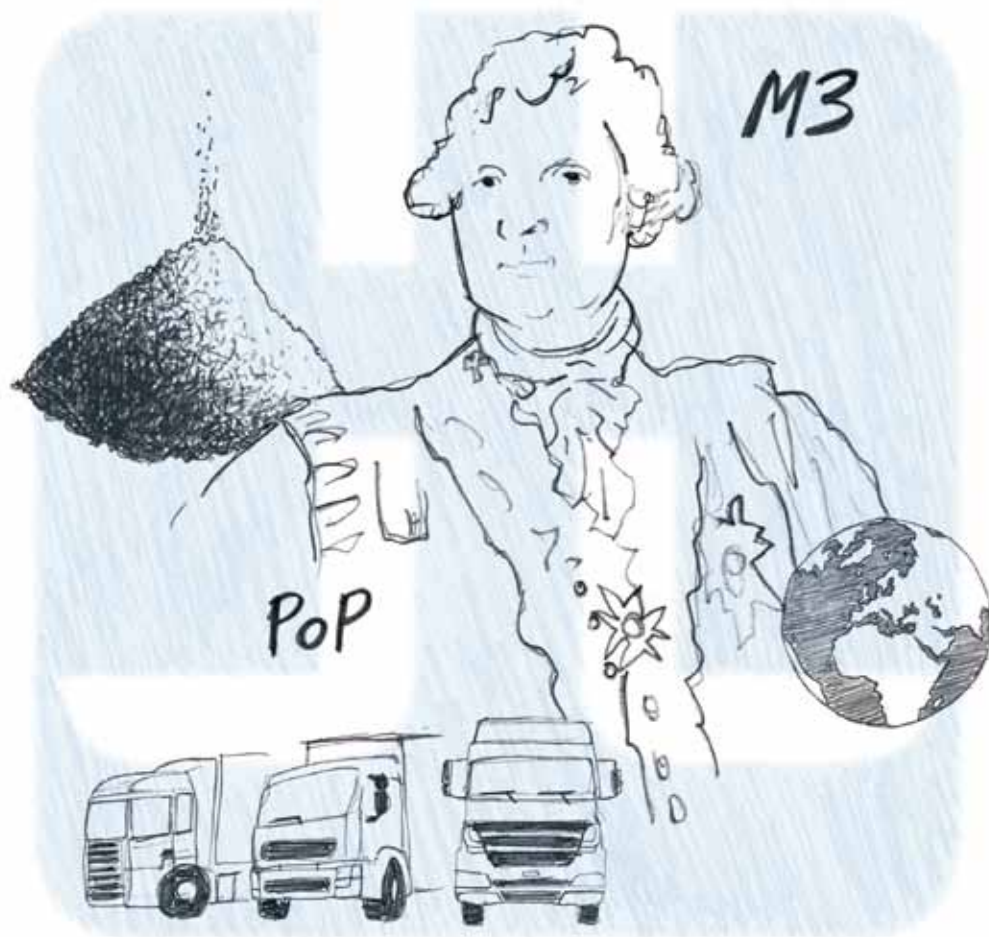
9 På hur många platser har Höganäs tillverkning?

10 Somaloy lanserades 1997. Vad är Somaloy en förkortning för?

11 Vilket segment inom företaget har utvecklat en motor för elcykelmarknaden?

12 När öppnades PoP Centret och vad står PoP för?

13 Vad är M3?



1. Active. Brave. Caring. 2. Höganäs historia går tillbaka till 1797. 3. Eric Ruuth. 4. USA – Hoeganeas Corp. 1950. 5. Höganäs Great Britain Ltd. 1968. 6. Alrik Danielson. 7. Billindustri. 8. Nästan 1 600. 9. Höganäs, Halmstad, Åth, Tonbridge, Niagara Falls, Johnston, Stony Creek, Mogi das Cruzes, Ahmednagar. 10. Soft Magnetic Alloy. 11. EMA = Electromagnetic Applications. 12. Oktober 2009, Power of Powder. 13. Höganäs affärssystem och en snabbstältsort som tillverkas i brittiska Tonbridge.



Flytta gränser

» Höganäs vision är allt fler pulverapplikationer över hela världen. För att lyckas med det lägger vi stor energi på att identifiera nya marknader och utveckla nya tekniska lösningar till lönsam affärsverksamhet.



» Pulver är framtiden. Höganäs identifierar nya komponenter, vårdar befintliga produkter och utvecklar nya applikationer. Välkommen till en värld av möjligheter.

TEXT JOACHIM SMITH FOTO GUGGE ZELANDER ILLUSTRATION DR MANTA

Pulver skapar framtida marknader

Höganäs resa mot "next level" handlar om att flytta fram gränserna för vad metallpulver kan användas till, att följa marknadens behov – och påverka det.

En sak är säker: Höganäs kommer att förbli marknadsledande inom pulverbase-erade komponenter. Metallpulver i olika former genererar intäkter, sparar energi och bidrar till tekniska framsteg i samhället.

– Om vi ser två decennier framåt är jag övertygad om att Höganäs gör mer pulver än någonsin, och definitivt fler typer av metallpartiklar. Mindre partikelstorlek betyder nya och ovanliga egenskaper, som gör det möjligt att tillverka nya komponenter på ett effektivare sätt. Vi vill utveckla produkter som genererar mera omsättning för oss och ökat mervärde för kunder och slutanvändare, säger Hans Söderhjelm, marknads- och utvecklingsdirektör.

För att Höganäs ska bevara sin marknadsledande position, måste regionerna vara högst delaktiga i utvecklingen på varje enskild marknad. Höganäs arbetar med sex segment, med grupper om tre till 30 ingenjörer för varje område. Det handlar om målmedveten grundforskning i nära samarbete med universitet och forskningsinstitut.

– Höganäs har de resurser som krävs för att kunna utnyttja en värdefull blandning av gammal och ny teknik, och att hitta den rätta balansen. Vi ger våra duktiga medarbetare svängrum och möjligheter att utveckla och experimentera, säger Hans Söderhjelm. Men han understryker samtidigt vikten av en marknadsledd strategi:

– Det är viktigt att det finns en slutanvändare till det som tillverkas. I vissa fall kan det tas fram spin-offer på produkter som är mer ingenjör drivna, men det ska ske i lagom mängd. Vår strategi i värdekedjan är att veta vad slutanvändarna vill ha, deras problem och vad de skulle vilja ha om de visste att möjligheten fanns. En slutanvändare känner inte till allt som kan göras med olika tekniker och pulver. Där är vår kunskap ovärderlig.

Vad är viktigt att tänka på när man utvecklar nya applikationer?

– Vi ser gärna att det är unikt och vi undviker att kopiera. Det vi tar fram ska vara värdefullt för Höganäs på längre sikt och vi ska kunna tjäna pengar på det. Att ta fram patent är en viktig del, men vissa processer patenterar vi inte. Det är för att undvika att avslöja exakt hur vi gör – det skulle öka risken för att bli kopierade.

Inom vilka fokusområden kommer Höganäs att utvecklas?

– Det största området som vi jobbar inom är PMC, PM-komponenter. Det området är jättestort idag, och vårt jobb är att göra det så stort som möjligt med teknologiska landvinningar. Att tillverka kugghjul för växellådor i bilar är ett bra exempel. Det är ett gigantiskt område, och det är värt att lägga ner stora resurser på att driva det så långt det bara är möjligt.

Har dessa kugghjul blivit verklighet?

– Till viss del. Inom lågpresterande områden, där hållfastheten inte behöver vara så hög, men

vi vill göra kugghjul som sitter i växellådan på bilar. Vi har redan kugghjulen installerade i vår Smart-hybrid "Powder" och det gäller att övertyga fordonsindustrin att de får samma kvalitet, men till halva kostnaden. Sådant tar tid.

Är marknaden för komponenter till fordonsindustrin mättad?

– Delvis sant, men det finns en hel del komponenter som kan göras av pulver. Frågan är om det är lönsamt. Kan man ha en annan processteknik för att ta fram den här nya komponenten? Så kan det vara, och på så vis kan man hålla liv i ett segment.

Vad är nästa steg?

– Det gäller att identifiera nya komponenter som gör det möjligt för oss att få marknaden att växa. Vi tittar framförallt på det som ger större volymer, och det kan vara lite knepigt ibland. Höganäs finns tidigt i värdekedjan, vi säljer råmaterialet till dem som gör kugghjulen. Det krävs rätt många kugghjul för att göra av med 100 000 ton pulver.



Kraftfull framtid

Om Hans Söderhjelm får fantisera fritt...

RENA RAMA FRAMTIDEN

"Metallpulver kan användas för att rena vatten, luft och mark som har förorenats. Forskning pågår kring filter tillverkade av metallpulver. Det är en marknad som växer och Höganäs är fast beslutet att besätta en viktig roll inom området"

ELFORDON

"Att göra motorerna oerhört resurssnåla, men med en väldigt hög verkningsgrad. Puttar du in hundra procent energi så ska du få ut nittio procent kraft. Jämför det med en liter bensin där hundra procent energi endast ger drygt trettio procent kraft."

ENERGILAGRING

"Vara delaktig i utvecklingen av batterier, bränsleceller, vätagaslagring där pulver finns med. Att lyckas lagra energi som får igång elbilsmarknaden ordentligt. Det är en viktig vision."

ENERGIGENERERING

"Samma motorer som vi använder ska även kunna användas som generatorer i vindkraftverk. Det kommer också att finnas en marknad för småskaliga lösningar; exempelvis kommer energigenerering att finnas på bostadshus."

Fakta

HANS SÖDERHJELM

Ålder: 55
Familj: Fru och fyra vuxna barn
Bor: Nyhamnsläge, utanför Höganäs
Befattning: Marknads- och utvecklingsdirektör
Anställd inom Höganäs sedan: Började som chef inom metallografi 1984
Intressen: Golf, metallpulver
Drivkraft: Att ha kul på jobbet och med kollegorna

NYA TAG 2011

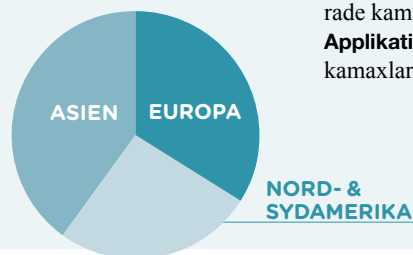
» Höganäs är ett stort företag med flera viktiga intäktskällor. För var och en av dessa väntar nya uppgifter och utmaningar under 2011. Här ska vi ta en närmare titt på hur fyra prioriterade segment planerar att gå framtiden till mötes.

TEXT JOACHIM SMITH

PMC (PM Components)

Nagarjuna "Naga" Nandivada
Chef för global PM-utveckling:

– *Viktigt för oss under det kommande året är att övertyga slutanvändarna om att välja sintrade kugghjul i växellådor och att öka medvetenheten om PM genom hela värdekedjan.*



Huvudfokus: Att öka samverkan med slutanvändare. Vi måste presentera framgångsrika referensfall för högpresterande kugghjul.

Åtgärder: Erbjuder kompaktering vid höga tryck (1000 MPa) av snäcktuggghjul, uppmontra PM-slutkunder att besöka våra Power of Powder-seminarier i de olika regionerna och att utveckla Intralube HD för komponenter med hög densitet.

Typiska slutprodukter: Målområden är högpåskända kugghjul för motor och växellåda, vevstakar med hög tryckbrottgräns och färdigmonterade kamaxlar.

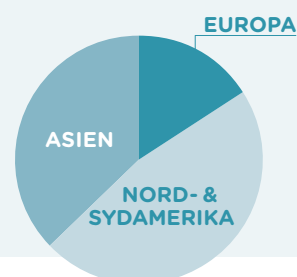
Applikationer under utveckling: Monterade kamaxlar, kugghjul och vevstakar i Asien.



EMA (Electromagnetic Applications)

Lars Hultman
Chef för Electromagnetic Applications:

– *Vi vill skapa en ny verksamhet för Höganäs med stor tillväxtpotential, genom att gå framåt i värdekedjan inom segmentet elektromagnetiska applikationer.*



Huvudfokus: Ge försäljningen en flygande start. **Åtgärder:** Lansera Höganäs unika elmotor och induktorer samt bilda en organisation som stöd för framgångsrik lansering och implementering av dessa produkter.

Typiska slutprodukter: Lätta elfordon (elmopeder, elskotrar etc.), el- och elhybridbilar samt solcellsprodukter.

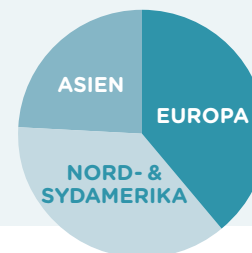
Applikationer under utveckling: Motorer för elmopeder samt styrenheter och induktorer för solceller.

SCO (Surface Coating)

Thierry Calmes

Chef för Surface Coating-segmentet:

– *SCO måste utveckla flera produkter med väldefinierade egenskaper och marknadsmässiga fördelar. Vi vill skaffa oss mer information och kunskap för att kunna ge våra kunder bättre service och kunna erbjuda fördelaktigare alternativ än våra konkurrenter.*



Huvudfokus: Att öka vår totala marknadsandel, med fokus på vissa regioner, och att expandera området ytbehandling med laserteknik. Här ska vi främst gå in för materialdata och certifieringskrav inom olika industrigrenar, särskilt marin och offshore.

Åtgärder: Öka vår synlighet på slutmarknaden med hjälp av utställningar och tekniska artiklar och ha mera verksamhet tillsammans med slutanvändarna, så att tiden från projekt till marknad kan förkortas. Vi ska även erbjuda en interaktiv intern workshop till alla medarbetare inom Höganäs, med målet att förbättra vår kundservice ytterligare.

Typiska slutprodukter: Ventiler för bilindustrin, verktyg för glasflasktillverkning samt produkter för olja och gas.

Applikationer under utveckling: Ytbeläggning med laser för kritiska marinkomponenter.

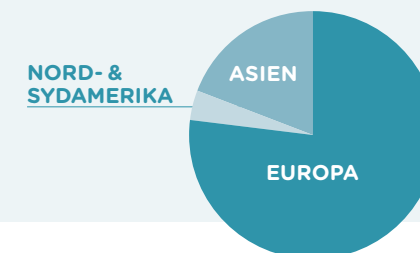


BRZ (Brazing)

Rose-Marie Yttergren

Chef för Brazing-segmentet:

– *Vår utmaning de närmaste åren är att göra Höganäs till kundernas förstahandsval av lödningspartner. Vår högsta prioritet är att marknadsföra våra nyutvecklade rostfria legeringar för lödning och att ge våra kunder teknisk support.*



Huvudfokus: Starta intern produktion av lödpasta, vidareutveckla recept på lödpasta, marknadsföra rostfria legeringar och pasta samt öka vår marknadsandel.

Åtgärder: Etablera ett laboratorium för pasta och pastatillämpning i PoP Centret, ge ökad kundservice för pasta och applikationsteknik och fortsätta utvecklingen av pastaprodukter.

Typiska slutprodukter: EGR-kylare för dieselmotorer (se sidan 16), katalytiska avgasrenare för motorcyklar och värmväxlare för fjärrvärme och solpaneler.

Applikationer under utveckling: Rostfria lod för kylare under högt tryck och pastalösningar för olika applikationer.



= försäljningsvolymen i Europa, Nord- och Sydamerika samt Asien

» Möt Boonyawat "Boon" Teeraprawatekul – inspirerande säljare, framgångsrik distributör, kärleksfull far och Höganäs vassaste vapen i Thailand.

TEXT CLAES-ALLAN LUNDIN FOTO GAVIN GOUGH

Boon skapar förtroende

”Ursäkta att jag är sen.” Det är en viktig fras att lära sig om man har stämt möte med någon i Bangkok. Trafiken är ett stort problem och det är omöjligt att bestämma några exakta tider.

Boon, 34 år, beklagar förseningen med ett stort leende på läpparna när vi träffas i lobbyn på klassiska Oriental Hotel. Handslaget är kraftfullt och det märks att han är van vid att ta kontakt med människor med olika bakgrund. Inom Höganäs är det många som talar gott om Boon och hans arbete i Thailand och andra delar av Asien. Han har kommit att bli en nyckelperson för företaget.

Boon är ödmjuk, humoristisk och mycket entusiastisk när han talar om det han kallar Höganäs-andan.

– Jag får en fantastisk respons, inte bara från Sverige, utan även från Höganäs-kollegor i andra länder i Asien. Det handlar inte bara om arbete, utan det är lika mycket socialt. Vi har blivit vänner. Jag har aldrig upplevt något liknande förr.

Boon arbetar för familjeföretaget Acme International (Thailand) Limited i Bangkok, som startades av hans pappa Charnwit

Teeraprawatekul 1947. Företaget har varit agent för Höganäs i många år. Boon har varit med i tio år och tycker fortfarande att det är spännande.

Vad är det som driver dig?

– Vår uppgift är att hitta kunder för alla de olika applikationer som Höganäs kan erbjuda, och givetvis vill vi erbjuda kompletta lösningar. Jag avskyr att komma tvåa. Jag vill att Höganäs ska vara nummer ett i alla lägen. Det gäller att arbeta hårt och vara envis, men samtidigt ärlig och professionell. Om vi misslyckas med att sälja in något till en kund, sätter vi oss ner och diskuterar vad som gick fel – en obduktion av affären skulle man kunna säga. Sedan är det bara att försöka på nytt. Min mentor, Masatsune Takeyama, tidigare marknadschef för Höganäs i Japan, gav mig rådet att skapa ömse-

sidigt förtroende med kunderna. Då når man framgång.

Vad har Höganäs för ställning i Thailand just nu?

– Mycket stabil. Vi är marknadsledare på minst tre områden – PM-komponenter, Chem/Met och Surface Coating. Grunden har lagts och jag är övertygad om att Höganäs har en bra framtid, inte bara i Thailand utan också i övriga delar av Asien. Mitt motto har alltid varit att

lägga ner hela min själ i det jag gör.

Vi lämnar Oriental och rör oss mot familjen Boons lägenhet i ett höghus nära Chao Praya-floden. Lägenheten ligger på 30:e våningen och bjuder på en bedövande utsikt över Bangkok.

– Nu ska ni få träffa mitt egna lilla monster, säger Boon när vi stiger in i lägenheten. Tvååriga Ingwie hälsar oss förtjust, och det är uppenbart att hon är sin pappas ögonsten. Vardagsrummet ser ut som en leksaksaffär och det är ingen hejd på allt pussande och kramande.

Fakta

BOONYAWAT TEERAPRAWATEKUL

Smeknamn: Boon

Ålder: 34

Arbete: Agent och säljare för Höganäs i Thailand

Familj: Hustrun Arisa som arbetar på bank och dottern Avarin (Ingwie)

Fritidsintressen: Inga sedan Ingwie föddes. Sovmorgnar på lördagar är ett minne blott!

Musik: Tidigare var det hårdrock och heavy metal, men numera mest jazz.

Favoritfilm: "Gudfadern" och "Desperado" med Antonio Banderas

Favoritmat: Thaimat förstås, men gärna en rejäl köttbit också.

Favoritdryck: Ett enkelt men gott vin, ibland whisky eller öl.

Puja – uppmärksamma verktygen

1 Ayudha Puja är en del av Dasara, en hinduisk segerfestival i indisk tradition.

Puja är en konkret tradition som riktar uppmärksamheten mot det egna yrket och redskapen som används i det. Tanken är att en gudomlig kraft påverkar

arbetet, och att den kraften kan blikkas genom att man dekorerar och tillber redskapen, till exempel verktyg och maskiner, som används i arbetet. Vid Höganäs fabrik i Indien samlades alla medarbetare för att delta i ritualen och den tillhörande festen. Som traditionen bjuder fick alla medarbetare en ask med godsaker.



Portalen till Höganäs

En gemensam intranätportal för alla medarbetare. Detta är det primära målet för ett projekt som startade tidigare under hösten. Idag har Höganäs många lokala intranät och databaser, alla baserade på gammal och varierande teknik. Den nya portalen ska föra samman de viktigaste funktionerna och det centrala innehållet i de lösningar vi har idag. Detta kompletteras med moderna funktioner som dokumenthantering och informationsdelning. Följ projektet på Höganäs News.

Ironman har nått målet

4 Jakten på säker tillgång av råmaterial med rätt kvalitet pågår ständigt. En utredning som Höganäs drivit tillsammans med svenska LKAB och norska Statoil under de senaste två åren har fått namnet Ironman. Projektet går ut på att säkra tillgången på järnråvara för Höganäs och andra stål företag i Europa. Smältråvaran är baserad på järnmalm som reduceras med naturgas till DRI-briketter. Dessa liknar vårt svamppulver, men produceras med långt mindre koldioxidutsläpp. DRI-produktionen är särskilt lämpad att ligga i Norge eftersom både naturgas och LKAB:s gruvor finns nära till hands.

– Projektet är nu slutfört och ett beslutsunderlag finns framtaget. Beslut om projektet ska förverkligas beror nu på norska staten och hur de kan ge rätt förutsättningar för Ironman att verka i Norge, säger Ulf Holmqvist, vice VD och ansvarig för Höganäs råvaruförsörjning.



Hushållning i Brasilien

2 Den sista veckan i oktober markerade Höganäs Brasilien sin enhet och beslutsamhet genom att alla medarbetare mobiliserades till en gemensam insats. Hela insatsen baserades på givna förslag till förbättring. Främst handlade det om rengöring, målning, underhåll och fabriksorganisation. Parallellt med detta togs ett utbildningsprogram fram för alla medarbetare på produktionsidan. Återkopplingen och resultaten från dessa dagar har varit mycket positiva, både när det gäller arbetsmiljön och sammanhållningen inom företaget.



Robert fick en hedersutmärkelse

3 Dr. Robert Frykholm, forskningsingenjör vid Global Development, erhöll i höstas EPMA Award of Merit inom kategorin Material vid World PM 2010 i Florens. Den vinnande produkten är Höganäs nyutvecklade Distaloy AQ, ett kostnadseffektivt och högpresterande material för PM-applikationer där värmebehandling ingår.

» Se filmen om Distaloy AQ på Höganäs News.

**JOHAN LARSSON**

Ålder: 32 Född: Helsingborg Bor i: Nyhamnsläge, nära Höganäs.

Familj: Flickvännen Sara, 31, dottern Lovisa, 6, sonen Lucas, 7. Anställd inom Höganäs: Sedan 1998.

Intressen: Golf, träna på gymmet, idrott, matlagning, familjen.

"Ingen dag är den andra lik"

TEXT JENNIE JÄGEBLAD FOTO BODIL JOHANSSON

» Johan Larsson anställdes vid Höganäs för tolv år sedan som semestervikarie. Idag är han försteman på Svampverket i Höganäs.

Johan har morgonskiftet den här veckan, och klockan ringer redan fem på morgonen. 45 minuter senare står han beredd att ta över från nattsiftet vid järnsvampfabriken.

Han har varit förman vid fabriken sedan i april 2010 och tycker om sin nya roll i företaget.

– Jag hade varit i samma grupp i nästan tolv år, så det var kul att flytta och träffa andra människor, säger han. Viktigast i mitt jobb är kvalitetskontroll av produkten och säkerhet för personalen i fabriken.

Morgonskiftet på Svampverket inleds med ett informationsmöte klockan 06.00. Johan ger en snabb översikt över dagens verksamhet och vad som behöver göras i underhållsväg. Efter mötet fortsätter han med journal- och rapportskrivning.

Nästa punkt på listan är provtagning för kvalitetskontroll. Testresultaten kommer 13.00 och när Johan har analyserat dem, bestämmer han om det behövs några justeringar. Vid 13.45 kommer eftermiddagsskiftet och Johan ger den information som behövs. 14.00 är det dags att stämpla ut och gå hem till familjen som väntar, flickvännen Sara och deras två barn, Lovisa och Lucas. Johan gillar att jobba skift, men medger att nattsiftet har blivit tyngre med åren.

– I framtiden kommer jag kanske att överväga att ta ett rent dagtidsjobb, men det är inget jag funderar över just nu. Med skiftarbete får jag mera tid för barnen och vi kan göra korta resor utan att jag måste ta ledigt.

Vad är det bästa med att arbeta för Höganäs?

– Företaget är en jättebra arbetsgivare. De fäster stor uppmärksamhet på säkerhet och struktur, det uppskattar jag.



13.37 Stämplar in för eftermiddagsskiftet.



16.10 En rökgasficka är blockerad.



17.09 Mätning av reduktionstiden i en tunnelugn (1 153 grader Celsius).



17.58 Mätning av volymvikt på M65.17-pulver.



19.05 Tar några prover från dagens produktion.



17.11 Cyklar längs den 266 meter långa tunnelugnen.

M3 på G

» M3 är i full gång och vid årsskiftet ska hela Höganäs använda systemet. Då startar arbetet med att vidareutveckla och förbättra den plattform som rullats ut.

TEXT JOACHIM SMITH

M3-projektet NeMo har haft som syfte att skapa en gemensam global struktur och plattform för alla företag inom Höganäskoncernen. I början av 2011 ska NeMo-gruppen bilda en organisation för utveckling av affärssystem. Målet är att vidareutveckla Höganäs gemensamma affärssystem.

– Det ska bli spännande att få gå vidare från att rulla ut den globala plattformen till att börja utveckla den, säger Veronica Börtemark, som inom kort tillträder sin nya tjänst som chef för affärssystemutveckling.

Utvecklingen av gemensamma affärssystem, inklusive M3, ska administreras på global nivå med hjälp av erfarna användare. För att kunna mäta och jämföra de olika företagen i koncernen, är det viktigt att utvecklingen sker i samma takt.

– Arbetet kommer att grundas på information till vår datasupport från olika håll och på information från organisationen, som vet var det finns utrymme för förbättring. Dessutom får vi kunskap från vår affärsutvecklingsgrupp, som har tillgång till de senaste nyheterna och bästa praxis, förklarar Veronica.

En styrgrupp för affärssystem, med globala processägare, kommer att tillsättas för att fatta beslut och prioritera utvecklingsprojekt. Huvudansvarig är Sven Lindskog, finansdirektör, och som ordförande sitter Peter Blomgren, koncernens IT-chef. Gruppen ska se till att M3 utvecklas i enlighet med Höganäs strategiska vision och enligt bästa praxis.



3 SAKER JAG GILLAR MED MITT JOBB:

- 1. Omväxlingen.** Ingen dag är den andra lik. En dag kan det vara frågan om maskinunderhåll – en annan är det dags att få ordning på tunnelugnarna från kontrollrummet.
- 2. Själständigheten.** Vi kan fatta våra egna beslut om kvalitetskontroll och vi har massor av frihet – under ansvar naturligtvis.
- 3. Kollegorna.** Vi tillbringar mycket tid tillsammans och det är viktigt att kunna samarbeta och trivas bra med varandra.

Små förändringar i vardagen kan ge stora vinster. Varför inte börja här och nu?

» Möt Michael Rhoades – självutnämnd datanörd som anser att ett hälsosamt liv inkluderar en TV, en löpmaskin, några obetydliga förändringar av vanorna – och en rejäl dos tävlingsinstinkt. **TEXT EMILY TIPPING FOTO JOE APPEL**



Michael Rhoades tappade vikt och hittade energi: "Det handlar om sunt förnuft"

Michael Rhoades går och talar som en Duracell-kanin. – Det är inte kaffe, försäkrar han. Jag bara är sådan.

IT-administratören ser nu fram emot att få resa sig och springa mellan de olika delarna av Höganäs Stony Creek-fabrik i Hollsopple, Pennsylvania, som en del av sin arbetsdag. Men för bara några år sedan var situationen helt annan. Michael bar på många extra kilon från ett stillasittande liv och en diet av cola och snabbmat under universitetsåren. Att tillbringa dagarna framför en bildskärm var heller inte till någon hjälp.

Lyckligtvis har han en inbyggd tävlingsinstinkt. Tre av hans kollegor vid Höganäs experimenterade med olika dieter för att se vem som skulle gå ner mest i vikt.

– Jag var säker på att jag skulle kunna slå dem allesammans, säger Michael. Han lånade idéer från vänner och kollegor som hade börjat gå in för en sundare livsföring, och gjorde upp en plan som skulle fungera för honom.

Receptet? Han köpte en löpmaskin, en TV och en iPod, så att han kunde se på TV eller lyssna på musik medan han tränade hemma. Han började äta frukost, en måltid som han annars brukade hoppa över. Han började göra en lunchlåda bestående av tonfisk, kex och morötter, och för varje lunch blev det en promenad. Sockrat iste ersattes med vatten som måltidsdryck. Och han gjorde sig av med vanan att äta efter klockan sju på kvällen.

NYFUNNEN ENERGI

Nu har ett år gått. Den 170 cm långa Michael har tappat 34 kilo, och de är inte på väg tillbaka. Michaels nyfunna energi håller honom igång. Han går regelbundet 1,5 kilometer runt fabriken, eller springer uppför trappan med 160 steg på sidan av en av byggnaderna.

Michael berömmar Avinash Gore, chef för North American Höganäs, för det stöd han har fått i sina ansträngningar att återvinna hälsan.

– Han uppmuntrade mig att ta en timmes extra lunchrast för att kunna promenera, och han

har skickat andra människor till mig för att jag skulle kunna berätta vad jag håller på med, säger Michael.

Det är faran för övervikt och ohälsa som håller motivationen på topp.

– Men, säger han, jag missunnar mig inte ett restaurangbesök då och då, eller min frus hemmalagade desserter!

Det är bara att ta en kilometer till på löpmaskinen, säger han och rycker lätt på axlarna. Det är helt enkelt sunt förnuft det handlar om.

Fakta

MICHAEL RHOADES

Ålder: 26

Familj: Hustrun Tara

Bor: Somerset, Pennsylvania

Befattning: IT-administratör vid Höganäs fabrik i Stony Creek.

Favoritsysselsättning: "Datorer, datorer och datorer", fotvandring och att skämma bort de båda dvärgpudlarna Phoebe och Chloe.

Leo började leva ett sundare liv

» Leo Fan hittade ett sätt att bli friskare och gladare, samtidigt som han förbättrade både arbetslivet och familjelivet. Med stöd från Höganäs tränar han medan kollegorna tar lunchrast.

TEXT & FOTO KLAUS BARDENHAGEN

Leo Fan ser yngre ut än han är. – De flesta tror att jag är i trettioårsåldern, säger den älskvärde 47-årige försäljningschefen vid Höganäs Taiwan. Leos hemlighet är en förändrad livsstil, något som har hjälpt honom komma tillrätta med muskelspänningar, gå ner i vikt och få mera energi.

Han är 184 cm lång och vägde för ett år sedan 100 kilo, och idag bara 90.

– Jag hade högt blodtryck och läkaren sa att jag antingen måste gå ner i vikt eller börja ta medicin.

Men hans ambitiösa plan att motionera på kvällarna fungerade inte.

– Efter jobbet kände jag mig ofta trött och det fanns alltid en ursäkt för att inte träna.

Den stora förändringen kom med ett hälso-program som lanserades av Per Engdahl, chef för Region Asien. Nu betalar Höganäs för Leos träningskort på den lokala idrottsanläggningen. Regeringen i Taipei City har nyligen öppnat idrottsanläggningar i alla distrikt, och en sådan ligger bara några minuters promenad från kontoret.

ÄTA MINDRE

Istället för att följa med kollegorna till en restaurang eller mumsa i sig en typisk taiwanesisk matlåda ägnar Leo numera större delen av sin

timslånga lunchrast åt att simma 1500 meter eller träna på gymmet. På så sätt bränner han fett samtidigt som han minskar intaget.

– När jag har tränat känner jag mig inte sugen på lunch längre. Det räcker gott med lite frukt.

Leos familj är också glad åt förändringen.

– Min son frågade till och med om jag hade en flickvän på gång!

ARBETSFÖRMÅGA

Leos fru blev så inspirerad av sin mans nya fysik och nya matvanor att hon också har gått ner i vikt. Dessutom har Leo fått en helt ny prestationsförmåga på jobbet.

– Medan jag tränar får tankarna flyta fritt, och då är det enklare att hitta lösningar på problem som ger fördelar för alla. Nu känner jag mig heller inte sömnig på eftermiddagarna.

Medarbetare är viktiga tillgångar, och de blir ännu mera värdefulla om de är friska och produktiva. Leo fortsätter:

– När en kund får träffa en glad säljare blir resultatet alltid bättre. Så det är viktigt att vi låter personalen ha en sund själ i en sund kropp.

Leo har hållit på sin sundare livsstil sedan början av 2010, med enastående resultat.

– Det har blivit ett sätt att leva. Jag ska försöka behålla den här vanan för gott, men målet på kort sikt är att jag ska komma i min bröllopskostym igen.



Fakta

LEO FAN

Ålder: 47

Befattning: Försäljningschef

Anställd vid Höganäs: Sedan 1997

Familj: Hustrun Sally och sonen Benjamin, 13 år.

Bor: I en lägenhet på andra våningen i Taipei, 20 minuter från kontoret.

Enkla steg mot ett bättre liv



Linda Jonsson

Legitimerad dietist och personlig tränare

MOTION

• Var så aktiv du kan under dagen: välj trapporna, gå eller cykla till jobbet. Parker bilen en bit från jobbet och gå resten av vägen, eller stig av bussen några hållplatser tidigare.

• Utför någon form av lågintensiv motion. Promenera minst 30 minuter varje dag. Om du vill gå ner i vikt, satsa på minst 60 minuter varje dag. • Motionera minst två gånger i veckan på en nivå som får dig att svettas och som höjer pulsen påtagligt. • Om du tänker börja med någon ny form av motion, ta hjälp av en instruktör. På så sätt får du ut så mycket som möjligt av träningen och undviker skador.

• Om du kör fast eller tappar motivationen, tala med en personlig tränare som kan hjälpa dig att anpassa träningen så att den motsvarar dina behov och mål.

SKIFTARBETE

• Håll fast vid ditt vanliga måltidsmönster i största möjliga mån. • Om du jobbar natt, ät frukost innan du går av skiftet och lägg dig när du kommer hem från jobbet. Ät sedan

lunch och mellanmål under dagen. Ät middag mellan 18.00 och 20.00, om möjligt innan du börjar arbeta. Ett nattnål mellan 22.00 och 24.00 kan bestå av några grova smörgåsar med magert pålägg. • Trots att du är på jobbet minskar ämnesomsättningen på natten. Därför bör du undvika sötsaker. • Försök undvika att äta mellan 24.00 och 04.00. Om du är hungrig, välj något lätt och osötat.



Foto: Carl Erik Andersson

Lödningens roll för renare och grönare lastbilar

TEXT DAVID WILES

1 Råmaterial köps in av Höganäs Belgien i Ath.

2 Utvalda metaller smälts och gasatomiseras till nickellegeringar eller rostfria pulver för lödning.

3 Pulvret blandas sedan till en pasta bestående av 85 % metallpulver och 15 % bindemedel. Bindemedlet kan vara vatten eller andra lösningsmedel, plus tillsatser.

4 Pastan appliceras på komponenterna till EGR-kylaren med en av tre metoder: dispensering, screentryck eller valsbeläggning. Skiktjockleken beror på vald teknik och detaljernas konstruktion. Detta steg sköts vanligen av Höganäs kunder.

5 Nästa steg är montering av EGR-kylarens komponenter, före lödning.

6 Lödningen sker vid en temperatur kring 1100 °C i en ugn med vakuum eller vätgasatmosfär. Lödningen sammanfogar delarna utan att påverka basmaterialet. Detta skapar en stark metallurgisk bindning mellan delarna.

7 Den färdiga EGR-kylaren skickas till en motortillverkare för inbyggnad i motorn.

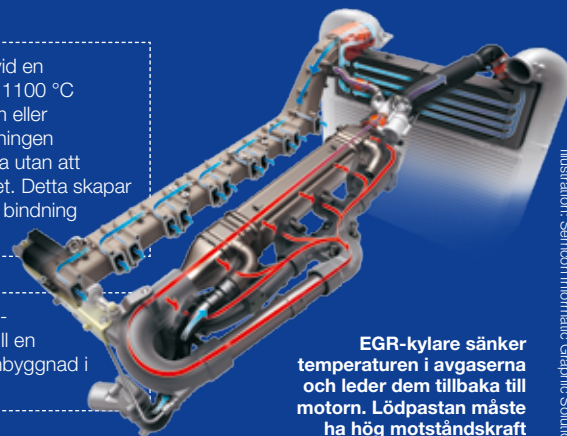


Illustration: Semcon Informatic Graphic Solutions

EGR-kylare sänker temperaturen i avgaserna och leder dem tillbaka till motorn. Lödpastan måste ha hög motståndskraft mot korrosion och värme.

För ytterligare information: www.hoganasbrazing.com

Screentryck ger hög precision och sänker kostnaderna

Screentryck förknippas vanligen med dekor på T-shirts, men vid Höganäs PoP Center tillämpas exakt samma teknik för att applicera lödpasta på komponenter, till exempel för bilindustrin.

Tekniken gör det möjligt att applicera lödpasta, baserad på metallpulver och bindemedel, på komponenter exempelvis till EGR-kylare (avgasrecirkulation) med stor precision. Detta minskar spillet och sänker därmed kostnaderna. En del kunder konstaterar dessutom att tekniken

leder till färre defekter i slutprodukten, vilket minskar kostnaderna för efterbearbetning. Tillämpningar för screentryckstekniken kan vara allt från att belägga slipverktyg till att löda värmeväxlare för kranvatten.

Genom att ha screentrycksutrustningen i PoP Centret kan Höganäs dela sin kompetens med kunderna kring hela lödningsprocessen, från val av rätt legering till design av lödfogen, applicering av pasta och själva lödningen. Kunderna kan nu köpa lödpasta direkt från Höganäs.



Foto: Johan Feyron

Denna utrustning för screentryck är en nyckelkomponent i utvecklingen av Höganäs lödningsprodukter.