

HOTSPOT



Indisk takeaway
Vipul beger sig hemåt
efter två år i Sverige

Positiv energi
En dag med enmansavdelningen
Jake Marushok

Intranät-innovation
Frida tar Pulse(n)

Höganäs Asien
Uppgång i öst

Höganäs Asien

Historien om Region Asien går tillbaka till 1956, när Höganäs slog upp portarna i Japan. I dag verkar Höganäs i Asien i åtta länder och säljer cirka 150 000 ton metallpulver per år i regionen.



Arbetare/tjänstemän (i procent):

35/65



Bygget av den första
fabriken i Kina.



Män/kvinnor (i procent):

70/30



Höganäs Japan
etablerades 1956.



Antal anställda

148

Höganäs Kina
88

Höganäs Japan
32

Höganäs Korea
19

Höganäs Taiwan
9



Kollegor på Tech Centret
i Shanghai.



Försäljningsvolym

150 000

ton 2014

På omslaget (från vänster till höger) första raden:
Max Niu, Ellin Yang, Walter Xu, Fredrik Emilson,
Erik Wang, James Wang.

Andra raden (från vänster till höger): Minne Zou,
Cecilia Cao, Nancy Hu, Dianna Zhang,
Crystal Liu.



Grundat: Höganäs steg in på den japanska marknaden 1956. År 2008 etablerade Höganäs sitt regionala huvudkontor för Asien-Stillahavsområdet i Kina.

Årlig försäljningsvolym: 150 000 ton 2014.

Produkter: Järnpulver och blandningar, lödpasta och höglegerade pulver för ytbeläggning, induktorer och mjukmagnetiska pulver. Dessutom planeras för försäljning av tjänster inom additiv tillverkning och vattenrening.

Största kunder: Porite, Sumitomo, Hitachi, Fine Sinter, GKN, PMG Group.

Antal anställda: 148.

Män/kvinnor (i procent): 70/30

Arbetare/tjänstemän (procent): 35/65

Personalomsättning: cirka 5 procent per år.

Milstolpar i historien om Höganäs Asien

- **1956**
Höganäs går in på den japanska marknaden och börjar utveckla PM-industrin där.
- **1982**
ACME International (Thailand) Ltd inleder samarbete med Höganäs.
- **1985**
Höganäs och Gadelius KK etablerar ett samriskbolag i Japan.
- **1987**
Blandningsanläggningen Saitama öppnas i Japan.
- **1989**
CK Metal Trading (Malaysia) börjar samarbeta med Höganäs.
- **1990**
Höganäs Taiwan bildas.
- **1991**
Höganäs Korea etableras.
- **1993**
Höganäs Kina grundas som ett samriskbolag med Shanghai Shenjiang Special Steel Corporation.
- **1994**
Höganäs blir helägare till samriskbolaget Höganäs Gadelius KK.
- **1996**
Höganäs fabrik Qingpu i Shanghai invigs.
- **1996**
Australian Metal Powders Supplies (AMPS) blir exklusiv agent för Höganäs i Australien och Nya Zeeland.
- **1999**
Höganäs Kina blir ett helägt dotterbolag.
- **1999**
En ny blandningsanläggning invigs i Qingpu, Shanghai.
- **2004**
Höganäs Kina upphör att tillverka järnpulver, men ökar sin verksamhet inom logistik, marknadsföring, försäljning och kundservice.
- **2005**
Höganäs Kina öppnar ett Tech Centre i Shanghai.
- **2008**
Höganäs etablerar sitt regionala huvudkontor för Asien-Stillahavsområdet i Shanghai.
- **2010**
Höganäs uppgraderar sitt Tech Centre till Asia Technical and Educational Centre (ATEC).
- **2014**
Höganäs Korea inviger en ny blandningsanläggning i Busan.

Ledare



En kultur som förenar oss

Jobbet ger mig nya erfarenheter och kunskaper nästan varje dag, tack vare mina fina kollegor och spännande arbetsuppgifter. En av de stora fördelarna med att arbeta i ett globalt företag som Höganäs är att jag får möta människor från hela världen, personligen eller via e-post och telefon. Dessutom får jag tillfälle att resa en hel del. Redan under mitt första halvår fick jag resa först till USA och sedan till Kina. Det var första gången jag satte foten i de världsdelarna. Sedan dess har jag varit i Shanghai och Kina två gånger till. Varje gång blir jag lika fascinerad över hur annorlunda det är där. Språket (min kinesiska är tyvärr obefintlig), maten, trafiken, utbudet och värmen (i juni är vädret en total chock för en frusen nordbo). Men under dessa ytliga skillnader finns människorna. Naturligtvis har vi olika vanor och preferenser, men i grund och botten är skillnaderna inte så stora. Kineser, precis som svenskar och amerikaner, strävar efter ett gott och hälsosamt liv med familj och vänner – och efter ett meningsfullt jobb som får dem att växa.

I DET HÄR numret av Hotspot, tar vi dig med till Kina och till andra delar av Höganäs Region Asien. Här får du se och läsa om några kollegor som kallar sig Höganäsare, precis som du. En person som gör det är Vipul Utgar från Indien, nu på väg att avsluta sin tvååriga vistelse i Höganäs, där han har studerat metallografi på närmast möjliga håll. Läs också om vad kollegor från olika länder har för tankar om ledarskap. Vad som gör en chef till en bra chef är i stort sett samma saker över hela världen, eller hur?

Trevlig läsning – ha det gott tills vi hörs nästa gång!

Ulrika Rask-Lindholm
Chefredaktör

Skriv till oss på hotspot@hoganas.com eller ring mig på +46 (0)42 33 84 55.

HOTSPOT I detta nummer

Nummer 2/2015

Hotspot är Höganäs-koncernens interntidning. Den grundades 1943 som *Brännpunkten* och har getts ut kontinuerligt sedan dess. Den är en av Sveriges äldsta personaltidningar. Hotspot publiceras tre gånger per år på svenska, engelska, portugisiska och franska.

Chefredaktör:
Ulrika Rask-Lindholm,
Corporate Communications,
Höganäs AB

**Redaktion:
Från Höganäs**
Michele Deter, Filipe Frota,
Tehzib Poonawalla, Frida
Wainult och Marie Åberg

Från Spoon
Lisa Lundqvist,
Justus Hultgren och
Pernilla Stenborg

**Redaktionell
produktion:**
Spoon
www.spoon.se

Prepress:
Spoon

Tryck:
Elanders Sverige AB

© Höganäs AB
September 2015
1087HOGSE

Höganäs



4 **TEMA** Höganäs Asien

» Hotspot World Tour har nått Höganäs Asien. Läs mer om och lär känna dina kollegor och deras jobbvardag på olika platser inom Höganäs Asien.



3 En bildningsresa

» Vipul Utgar om sina läroår inom metallografi.



14 En dag med Jake Maruschok

» Jake älskar utmaningar.



11 Globala Höganäs

» Läs vad dina kollegor runt om i världen har för tankar kring gott ledarskap.



16 Nytt utseende och nya funktioner i Pulse

» Pulse har uppdaterats med fler funktioner.

VIPUL UTKAR,
PUNE, INDIEN

Kunskaps- utbyte

» Den indiska utvecklingsingenjören Vipul Utkar fick erbjudandet att studera metallografi vid Höganäs i Sverige under två år.

TEXT HANNA JOHANSSON
FOTO ANDERS ANDERSSON

UTMANING

Vipul Utkar hade aldrig varit utomlands tidigare när han blev erbjuden att delta i ett tvåårigt utbytesprogram med placering i Höganäs.

– I Indien har vi aldrig arbetat på allvar med metallografi. I stället har vi skickat prover till Höganäs labb i Sverige, och det tog ju tid, säger Vipul.

För att Höganäs Indien ska bli mer självständigt, snabba upp produktionen, förbättra den lokala kundservicen och underlätta forskning och utveckling, beslutades att Vipul skulle resa till Sverige och utbildas.

LÖSNING

Vipul kom till Sverige i juni 2013 och ska snart återvända till Pune och Höganäs nya Tech Center där.

– Jag ser fram emot att komma hem och använda alla de nya tekniker och kunskaper som jag har fått i Sverige. Jag tror att det kommer att hjälpa oss att utvecklas snabbare. Vi kan göra mer fokuserade tester och med hjälp av metallografi upptäcka svagheter i materialet tidigare. Jag hoppas att det ska göra våra produkter bättre och ge våra kunder högre servicegrad, säger Vipul.

MERVÄRDE

Förutom metallografi för PM och ytbeläggning har han fått kompetens inom utveckling och tester som kan användas för att ge bättre stöd åt Höganäs kunder. I framtiden vill han dela sina nya kunskaper med kollegorna.

Vipul hoppas också kunna ta med sig en ökad känsla för tidplanering, dokumenthantering och säkra arbetssätt tillbaka till Indien.



VIPUL UTKAR

ÅLDER: 28.

BEFATTNING: Utvecklingsingenjör.

FAMILJ: Fru.

INTRESSEN: Foto, ridning, cykling.

– Svenska landskap och havsstränder är så vackra att beskriva i bild.

BOSATT: Aurangabad, Indien.

Upplagt för tillväxt i Asien

» Med siktet inställt på en snabbväxande marknad har Höganäs Asien lanserat en ny strategi för att flera segment ska växa. Den börjar nu bära frukt, men pulvermetallurgi (PM) är fortfarande ryggraden i företaget.

TEXT JAN HÖKERBERG FOTO WANG JING, PORITE, HÖGANÄS

OM DU HAR TUREN att slippa rusningstrafiken tar det ungefär en timme med bil från centrala Shanghai till Region Asiens och Höganäs Kinas huvudkontor i Qingpu i västra delen av Kinas ekonomiska huvudstad.

Inte långt därifrån ligger den gamla vattenstaden Zhujiajiao, som är känd över hela landet och lockar massor av turister. Denna lilla stad, som ibland kallas "Kinas Venedig", har mer än 1700 år av historia. Den utgör en slående kontrast till det moderna Shanghai med dess 124 skysrapor som är högre än 150 meter.

Höganäs är en av flera viktiga arbetsgivare i Qingpu och företaget har ofta en dialog med de lokala myndigheterna om olika frågor. År 2017, till exempel, ska en tunnelbanelinje byggas ut till Qingpu. Det kommer att göra det lättare för de cirka 100 Höganäsmedarbetarna att pendla dit.

I Qingpu finns också en tidigare partner inom ståltillverkning. Ett samriskprojekt inleddes i början av 1990-talet, men upplöstes senare. År 1999 kunde Höganäs Kina inviga en blandningsstation och samtidigt avveckla produktionen av järnpulver. Syftet var att koncentrera verksamheten på blandningar, logistik och, inte minst, kundservice och teknisk support.

På grund av den snabba tillväxten av fordonsindustrin i Kina – världens största tillverkare av bilar – är landet nu den ledande tillväxtmotorn för Höganäs i hela regionen, vilken även omfattar Japan, Sydkorea, Taiwan, Sydostasien och Australien.

STORA SAKER ÄR PÅ GÅNG i Region Asien. Regionen kan nu skörda frukterna av den diversifieringsstrategi som lanserades för några år sedan.

Men järnpulver och PM-applikationer är fortfarande verksamhetens grundstenar, och kommer så förbli; fordonsindustrin är det som kunderna efterfrågar mest.

– Inom PM rör vi oss från rollen som ren pulverleverantör med olika blandningar i sortimentet, till att leverera lösningar som ligger högre upp i värdekedjan, säger Fredrik Emilson, chef för Region Asien.

– Till exempel är vi på god väg att bli marknadsledare inom segment som ytbeläggning och högtemperatur lödning, och intresset ökar för nya segment som additiv tillverkning, vattenrening och induktorer. Inom vissa av dessa områden kan tillväxt och utveckling inte uttryckas bara i volymer. Mervärdet ligger i stället i vad Höganäs har att erbjuda kunden, fortsätter Fredrik.



Vänster: Fredrik Emilsson, chef för Region Asien, med Minne Zou och Max Niu.



Från vänster: Erik Wang, Minne Zou, James Wang, Fredrik Emilson, Cecilia Cao och Max Niu.

”Additiv tillverkning är ett bra exempel på hur Höganäs har gått in i ett nytt segment, uppfunnit en ny teknik och tagit fram ett nytt erbjudande.”

Fredrik Emilson
CHEF FÖR REGION ASIEN



Tech Centret erbjuder kunderna service, inklusive kurser i metallografi, PM-skola och andra kundanpassade utbildningar. Till vänster: Ulf Engström, chef för Asia Technical and Educational Centre (ATEC).

– Additiv tillverkning är ett bra exempel på hur Höganäs har gått in i ett nytt segment, uppfunnit en ny teknik och tagit fram ett nytt erbjudande, säger Fredrik.

HÖGANÄS HAR LÄNGE VARIT en pionjär i Asien, bland annat tack vare företagets viktiga bidrag till utvecklingen av hela PM-industrin, särskilt i Japan. Verksamheten där inleddes för nästan 60 år sedan. Dotterbolagen i Taiwan och Sydkorea har båda 25 år på nacken och i Kina firade Höganäs sin 20-årsdag förra året.

– Under de senaste åren har Region Asien noterat en tillväxt på 10 000 ton per år. Nu är vår vision att gå från att leverera 150 000 ton under 2014, vilket var ett rekord för regionen, till 200 000 ton under 2018. Det är naturligtvis en enorm utmaning. Men vi tror att det är möjligt, även om en del av tillväxten kommer genom ökade intäkter, snarare än större volymer, säger Fredrik.

HÖGANÄS KINA HAR FLERA nya milstolpar i sikte. Den 16 år gamla blandningsstationen i Qingpu ska exempelvis få en total översyn och uppgradering av blandningar och kvalitet. Det projektet ska vara slutfört under tredje kvartalet 2016.

– Förutom nuvarande fokus på att förbättra vår

redan höga blandningskapacitet i regionen har vi en imponerande hög nivå av aktiviteter som stöttar de olika segmenten, säger Fredrik. Ett av dem är Region Asiens investeringar i sintringsteknik – Sintering Hub. Här ska vi bygga upp ett kompetenscentrum kring våra kunders värmebehandlingsprocesser, höja vår egen kunskapsnivå och bli en bättre partner till våra kunder när de behöver stöd inom utveckling eller felsökning.

Ett annat exempel är det nya ytbelägningscentret ArcX, som ska invigas i slutet av 2015, även det i Qingpu.

– Vi ska utnyttja vår ytbelägningskompetens, både i Asien och globalt, och visa kunderna hur man drar alla fördelar av våra material i deras processer, inklusive PTA – plasmaöverföringsbåge – laserbeläggning och flamsprutning, säger Fredrik.

Innan det blir verklighet ska Höganäs Kina etablera ett PoP App Centre (Power of Powder® Application Centre) i Qingpu, med fokus på intern och extern utbildning och med utgångspunkt i kundernas tillämpningar.

– Vi ska utbilda våra medarbetare i hur komponenterna i den slutliga applikationen påverkas av våra material och våra kunders processer, fortsätter Fredrik. Centret erbjuder en praktisk och kreativ miljö med alla applikationer fysiskt tillgängliga.

PoP App Center – det första i sitt slag i koncernen – kommer också att ingå i det populära PM-skolekonceptet.

– Vi vill visa våra kunder att Höganäs är den bästa partnern de kan ha, säger Fredrik.

FÖR ATT HITTA ETT EXEMPEL på den tillgängliga kompetensen är det bara att promenera över till nästa byggnad. Där sitter Ulf Engström, Höganäs internationellt kände PM-expert, som är chef för Asia Technical and Educational Centre (ATEC). I januari i år tilldelades Ulf Kami-forskningsstiftelsens prestigefyllda pris för sitt arbete med att utveckla järnpulverprocessen och för sina ansträngningar att sprida kunskap om den över hela världen.

Hans 35-åriga erfarenhet från Höganäs, med befattningar inom affärsutveckling i Europa och USA, är ovärderlig för Region Asien.

– Asien skiljer sig från Europa i den meningen att människor här har mycket större beredskap att söka nya lösningar, säger Ulf. Europa må ha en högre teknisk nivå, men där vill folk veta vad de testat innan de testat. Det gör att det tar längre tid att införa nyheter. I Asien är allt mer dynamiskt, både ur våra kunders och slutanvändarnas perspektiv. ■



Vänster: Qingpu-fabriken i Shanghai invigdes i januari 1996. Blandningsstationen kommer att genomgå en total uppgradering under 2016.



Logistik handlar om effektiv lagring av råvaror, effektivt materialflöde och effektiv transport av produkter från lagret till slutkunden.

LOGISTIK: Verksamhetens hjärta

Utan pulver blir det inga affärer – och inget företag. Logistikavdelningens arbete kan lätt tas för givet, men denna centrala funktion säkerställer att Höganäs olika anläggningar i Asien får rätt mängd material i rätt tid.

Eftersom allt pulver importeras, i första hand från Höganäs i Sverige, är logistiken mycket viktig för Region Asien. Varje dag under året är 16 000–18 000 ton pulver ute på världshaven. En oceanfrakt brukar ta cirka 50 dagar, men ibland kan det bli veckolånga förseningar på grund av trängsel i hamnarna, ändrade farleder eller dåligt väder.

– Vår logistikstrategi har fyra hörnpelare: kostnad, kapital, flexibilitet och prognos. Vi måste se till att rätt material finns på plats i rätt tid vid våra tre blandningsstationer och lager i Asien. Samtidigt måste vi säkerställa att vi kan leverera de tjänster vi har avtalat med våra kunder, säger Emil Axelsson, regionens logistikchef.

Detta kräver tät kommunikation mellan sälj- och logistikorganisationer om den förväntade framtida försäljningen.

– Det är högprioriterat i vårt dagliga arbete, säger Emil.

Hotspot frågade fem medarbetare vid Höganäs Asien: varför började du jobba på Höganäs?



Will Xie
Försäljningsingenjör för PM,
Höganäs Kina

– Höganäs är ett välkänt företag inom PM-industrin. Jag hörde talas om företaget redan när jag gick på högskolan. Sedan jag började på Höganäs har jag fått omfattande, organiserad utbildning och stora möjligheter till utveckling. Jag tycker verkligen om att arbeta här!



Tim Chi
Kvalitetskontrollingenjör,
Höganäs Kina

– Jag arbetade tidigare med kvalitetskontroll inom bilindustrin och ville använda mina kunskaper inom ett nytt område. Jag valde Höganäs eftersom det är ett stort företag med goda tillväxtutsikter och fokus på kvalitet.



Max Niu
Applikationsingenjör PM, ATEC,
Höganäs Kina

– Det här var mitt första jobb efter min högskoleexamen. Jag hade PM som huvudämne på högskolan och jag hörde att Höganäs är den främsta pulverleverantören. När jag pratade med Höganäs representanter som rekryterade personal på mitt universitet gillade jag företagets inställning till arbete och arbetets värde. Jag fick ett jobberbjudande och accepterade det utan att tveka. Nu uppskattar jag verkligen att vara en del av Höganäs.



Kenjiro Tada
Operatör, Saitama-anläggningen,
Höganäs Japan

– Jag var på jakt efter ett nytt jobb. En bekant till mig jobbade för Höganäs och jag hörde från honom att Höganäs sökte personal. Han berättade om anställningsvillkoren och de var mycket bättre än på mitt tidigare jobb. Jag klarade anställningstestet och bestämde mig för att börja här.



Takeshi Enomoto
Kundansvarig,
Höganäs Japan

– Jag letade efter en ny intressant befattning som kunde hjälpa mig vidare i min karriär inom försäljning till specialstålindustrin. Jag blev kallad till några anställningsintervjuer på Höganäs och förstod att företaget länge har haft en mycket stark global position och att de anställda brukar stanna inom företaget. Jag drog slutsatsen att Höganäs är en mycket bra arbetsgivare.

Höganäs och PM-industrin i Japan har en lång gemensam historia. Höganäs steg in på marknaden redan på 1950-talet och blev en del av den japanska ekonomins återhämtning efter andra världskriget.

En PM-pionjär – som fortfarande leder utvecklingen

» Tillsammans med sina kunder har Höganäs Japan varit ledande i att utveckla och utvidga hela den inhemska PM-industrin. Och utvecklingen fortsätter i samma riktning.

VID HÖGANÄS JAPANS 50-årsjubileum den 7 april 2006 höll Nobuo Furukawa – som representant för Höganäs kund Sumitomo och tidigare ordförande för Japan Powder Metallurgy Association (JPMA) – ett tal som gick rakt in i hjärtat hos Höganäs representanter.

– Han underströk för alla som hade samlats där att det var Höganäs som hade bidragit till att utveckla hela PM-industrin i Japan, minns Carl-Gustav Eklund, VD för Höganäs Japan sedan 2004.

CARL HAR MÅNGA TREVLIGA MINNEN från kundmöten i Japan:

– De är så tacksamma över att Höganäs alltid lever upp till sina åtaganden. Men även om vi är marknadsledare i dag får vi påminnelser om att vi måste hålla innovationskraften på högsta nivå. Marknaden väntar sig att vi tar ledningen och presenterar nya och bättre produkter.

När den japanska fordonsindustrin gick igenom en enorm expansion på 1980-talet behövde de

lokala PM-tillverkarna större blandningskapacitet och pulverblandningar av högre kvalitet.

Höganäs valde att investera i blandningsanläggningen Saitama och ett tillhörande lager. Verksamheten inleddes 1987. Platsen – cirka 70 kilometer norr om Tokyo – valdes på grund av närheten till kunderna.

– Det var en milstolpe för Höganäs i Japan, eftersom projektet underströk vårt åtagande att vara nära våra kunder, med just-in-time-leveranser och snabba reaktioner på kundernas krav, säger Carl.

I BÖRJAN AV 1990-TALET, när Japan sjönk ner i en recession, insåg japanska företag att de behövde diversifiera sin tillverkningsbas och göra sig mindre beroende av landets dyra arbetskraft och dyra komponenter. Många företag började flytta både administration och produktion till andra länder.

Fabrikerna i Japan fungerar som moderanläggningar. Utflyttning av biltillverkning kräver att komponentleverantörer kan leverera identiska

”Vi måste hålla innovationskraften på högsta nivå. Marknaden väntar sig att vi tar ledningen och presenterar nya och bättre produkter.”

CARL-GUSTAF EKLUND
VD HÖGANÄS JAPAN

produkter till varje utländsk marknad. Komponenttillverkarna, inklusive PM-företag, flyttar också ut sin produktion till respektive land, för att kunna leverera samma komponenter till varje utländsk marknad som till hemmamarknaden.



NOLLVISION FÖR OLYCKOR

Höganäs har en nollvision för olyckor. Det innebär i praktiken att vi ska ha en säker och hälsosam arbetsplats utan olyckor.

Redan långt innan nollvisionen lanserades införde Saitama-anläggningen en månatlig säkerhetsrund med fabrikschefen och gruppcheferna. Viktigast är att avslöja riskfyllda arbetsmetoder och farlig utrustning. Resultaten anslås på en informationstavla i fabriken och diskuteras vid veckovisa morgonmöten och månatliga fabriksmöten.

– Fordonsmarknaden i Japan har nått en stabil nivå, men marknaderna i Kina och Sydostasien växer snabbt. Fortfarande är omkring 30 procent av alla bilar som rullar i världen japanska, säger Carl.

HÖGANÄS ÄR DEN ENDA järnpulverleverantören som har en stark närvaro både hemma och på lokala marknader. Exempelvis har Höganäs Japan utmärkta tekniska och kommersiella kontakter med japanska företags huvudkontor. Höganäs Kina kan leverera konkurrenskraftig service till de japanska verksamheter som flyttat till Kina. Via sina distributörer har Höganäs Taiwan skaffat sig lokalkännedom i Sydostasien.

– Japanska konkurrenter har liten närvaro och litet stöd i Europa och Nordamerika, säger Carl. Våra nordamerikanska och kinesiska konkurrenter har begränsad eller ingen kontakt med PM-kundernas japanska huvudkontor. Vi kan ge verkligt professionellt stöd till våra japanska kunder över hela världen. Vi kan prata med dem på japanska och engelska, och på andra lokala språk. Inget annat företag i vår bransch har den kapaciteten. ■



Ulf Holmqvist, Carl Eklund, Alrik Danielson och den svenske ambassadören Mikael Lindström välkomnar Shigehide Takemoto från Toyota till Höganäs 50-årsjubileum i Tokyo 2006.

KUNDEN:

I vått och torrt

PM-specialisten Porite är Höganäs Asiens största kund och företagen blir allt mer sammansvetsade. Taiwan är navet för Porites verksamhet.



PORITE – METALLURGI-SPECIALIST

- Porite är en pulvermetallurgi-specialist som utvecklar och tillverkar högpresterande lager och sintrade maskinkomponenter.
- Företagets produkter används inom fordons- och flygindustri, informationsteknik, mobil utrustning, elhandverktyg, hemelektronik, medicinteknik och till produkter för alternativ energi.

Charlie Chu, VD för Porite, Taiwan.

HÖGANÄS ASIENS största kund är Porite Corporation, ett företag som grundades i Japan 1952 av Tatsunosuke Kikuchi. Porite har fabriker och verksamhet i Japan, Taiwan, Kina, Sydostasien, Europa och USA.

PORITE TAIWAN etablerades 1968 och står för cirka 40 procent av koncernens omsättning. Företaget är en högvolumsleverantör av pulvermetallkomponenter, med över 2 000 artiklar i sortimentet. De flesta av företagets produkter exporteras för användning i elhandverktyg och bilar.

– Vi har en speciell relation till Porite och vi tror att vi har varit en viktig del i företagets tillväxt. Jag träffar dem minst en gång per månad och vår försäljningschef Leo Fan varje vecka, säger Ola Litström, landschef för Taiwan och Sydostasien.

Partnerskapet mellan Porite Taiwan och Höganäs inleddes redan 1975. Charlie Chu, som har varit VD för Porite Taiwan sedan 1981, fick redan då kontakt med en representant för Höganäs, och det ledde till ett nära samarbete.

– Vi har känt varandra länge. Höganäs har alltid varit ledande inom sitt område och vi har gjort mycket utvecklingsarbete tillsammans. De ger oss en fantastisk teknisk support och de har god kommunikationsförmåga. De svarar mycket snabbt om det är något vi undrar, säger Chu.

ÄVEN OM HAN HAR NÅTT pensionsåldern, säger Chu att han är ”mer aktiv än någonsin”. Eftersom han också är styrelseordförande i Porite Corporation var han engagerad i att starta nya verksamheter i Kina, USA och Indien.

Porite Taiwan växer med 10 procent per år, och förra året låg omsättningen kring 193 miljoner USD. Chu förklarar att Porite och Höganäs har ett nära samarbete för att utveckla nya produkter, till exempel en staplingsbar platta för bränsleceller, som används till energiproduktion.

– Vi började utveckla tekniken tillsammans med Höganäs för några år sedan. Det har varit en framgångsrik utveckling som gagnat båda parter, säger Chu. ■

Korea pekar uppåt



Busan-fabriken i Sydkorea importerar råmetallpulver från Sverige och producerar sina blandningar lokalt.

Höganäs Koreas nya blandningsstation i Busan är den modernaste i hela koncernen. Den har förkortat ledtiderna avsevärt och produktivitetskurvorna stiger brant uppåt.



Höganäs blandningsanläggning i Busan invigdes i januari 2014. Den har kapacitet för 20 000 ton per år. Längst till höger: Seung-Joo Kim, platschef i Busan.

Syd Koreas fordonsindustri är världens femte i volym, efter Kina, USA, Japan och Tyskland. I januari 2014 tog Höganäs Korea ett viktigt steg i sin utveckling genom att inviga en ny och modern blandningsstation i Busan. Den möjliggör bättre service till den sydkoreanska PM-marknaden och till fordonsindustrin. Det är den modernaste blandningsanläggningen inom hela Höganäskoncernen.

– Kunderna är mycket nöjda. När vi får in en order kan vi i dag normalt leverera inom en vecka. Det är mycket snabbare än tidigare, säger Seung-Joo Kim, platschef i Busan.

Busan-anläggningen fokuserar på tekniskt avancerade blandningar, skräddarsydda för fordons-

och industriapplikationer. År 2014 producerades cirka 500 ton per månad, vilket i år har ökat till i genomsnitt 1 700 ton per månad. Målet är att producera 20 000 ton under 2015.

– I år har vi producerat blandningar med samma kvalitetsnivå som dem som kommer från fabriken i Sverige, så vi är säkra på att vi kan leverera produkter som våra kunder kan lita på, säger Seung-Joo.

Två gånger om året träffar han och hans produktionsledningsgrupp kollegor från Höganäs Asiens alla tre blandningsstationer. Forumet kallas Probe 2 och här avhandlas produktion, jämförelser och best practice.

– Vi delar information om säkerhets-, kvalitets- och produktionsfrågor och diskuterar vad som går

att förbättra inom dessa områden, säger Seung-Joo.

All personal vid samtliga Höganäs anläggningar måste följa koncernens nollvision för olyckor. I Busan finns två personalgrupper i fabriken: operatörer och chefer. De har olika sätt att verka för nollvisionen.

– Alla våra operatörer tillämpar nollvisionen i sitt dagliga arbete. Om de upptäcker något som verkar tveksamt eller riskabelt deltar de också i att lösa problemet. Efteråt går gruppmedlemmarna igenom resultaten tillsammans. Cheferna går månatliga skyddsronder för att hitta sådant som kan vara osäkert. De tar också fram handlingsplaner och resultaten publiceras på en informationstavla, säger Seung-Joo. ■

Hemligheten bakom ett bra ledarskap

Chefen är ofta avgörande för om du älskar eller hatar ditt jobb. Men vad är det som gör en chef till en bra chef? Låt oss fråga Höganäs-anställda världen runt.

TEXT GÖRREL ESPELUND

DET FINNS MÅNGDER AV ledarskapslitteratur, med titlar som: *Follow The Leader*, *Start With Why* och *The Leader's Guide to Managing People*. Men kan man verkligen lära sig att bli en riktigt bra ledare?

Ja, hävdar experterna. Även om vissa människor har en mer naturlig fallenhet för ledarskap kan de flesta människor lära sig att bli ledare genom att studera andra. Och det handlar om att utveckla och finjustera dessa färdigheter – ingen blir en bra ledare över en natt.

En av världens mest citerade ledarskapsstrateger, Joan Lloyd, kokar ner frågan till fyra huvudområden: förväntningar, coachning, återkoppling och erkännande.

När det gäller *förväntningar* måste prioriteringar och resultat vara tydligt definierade, förklarar Joan Lloyd. Om den andra aspekten, *coaching*, säger hon att alltför många chefer leder genom "mental telepati" och förutsätter att de anställda redan vet

vad de ska göra, men det är inte rätt angreppssätt.

En chef måste veta hur man ska utbilda och uppmuntra sitt lag, och hur man ska vara en bra lagledare.

En framgångsrik ledare kan också ge negativ *återkoppling* på ett konstruktivt sätt, men att ge *erkännande* är lika viktigt. Människor växer av att få erkännande och att ge positiv förstärkning är det mest kraftfulla ledarskapsverktyg en chef har till hands.

Utöver dessa fyra områden visar en bra chef delaktighet och är mån om att lära känna sina medarbetare. En bra ledare försöker hitta varje persons unika talanger och arbetar på ett modigt, öppet och sanningsenligt sätt.

Och glöm inte: stora ledare föds inte – de görs.



"En bra chef kan kommunicera sina förväntningar tydligt och föregår med gott exempel."

AMBER NEILAN,
NORTH AMERICAN HÖGANÄS



Vad är en bra ledare?



AMBER NEILAN,
serviceingenjör, North American Höganäs

– En bra chef kan kommunicera sina förväntningar tydligt och föregår med gott exempel. En sådan chef har realistiska förväntningar på medarbetarna och ger dem konstruktiv feedback för att leda dem i rätt riktning. En bra chef utmanar sina medarbetare på ett sätt som får dem att vilja bli utmanade.



VIKAS SHINGADE,
chef för laboratorium och svampverket, Höganäs Indien

– En god ledare besitter egenskaper som inte syns i några betyg, men som märks när de behövs som mest: i hjärtat och sinnet hos de människor som de leder. En bra chef är en bra lagledare, en lagledare som ser varje enskild spelares egenskaper, delegerar uppgifter och visar uppskattning.



HIROKI TSUYA,
teknisk försäljning, Höganäs Japan

– Bra chefer lyssnar alltid, de förstår problem och de har rätt kunskaper. En bra chef ger sina medarbetare frihet att göra jobbet. När jag började arbeta för Höganäs Japan hade jag mycket att lära och jag fick gott stöd från företagets expert. Som anställd måste jag också dela korrekt information med min chef, så att vi förstår varandra och kan skapa en bra relation.



MARIANNA SHARAPOVA,
försäljningschef, Höganäs Östeuropa

– Bra chefer skapar god stämning och kan styra upp stressiga situationer. De mål som chefen sätter upp för gruppen ska vara tydliga och realistiska, och deras tankar och handlingar ska vara sammanhängande. De hjälper sina grupper att prestera och inspirerar dem att motivera sig själva. Och bra chefer glömmar inte att belöna sina medarbetare.

MAJ – UTSTÄLLNINGARNAS MÅNAD

HÖGANÄS Under maj månad deltog Höganäs i hela sju mässor runt om i världen. Här visades områden som PM, ytbeläggning och additiv tillverkning. – April och maj är våra mest hektiska månader för mässor, säger Renée Löfgren, som samordnar alla Höganäs mässprojekt. Alla inblandade grupper hade oräkneliga deadlines att uppfylla – och vi klarade det ännu en gång! Alla mässor genomfördes friktionsfritt.



En av våra läsare skickade in denna bild av en tändare, och nu är vi nyfikna på dess historia. Känner du till bakgrunden till Höganäs-tändaren? Kontakta oss i så fall på hotspot@hoganäs.com.

Öppen dialog med Höganäs ledning

Sedan i februari bloggar Höganäs ledningsgrupp på Pulse. I sina personliga inlägg träder de olika medlemmarna fram för att berätta om visioner och planer – och om vad som händer inom Höganäs jorden runt.

FÖRST UT PÅ bloggen Talking Heads var VD Melker Jernberg. Det var också hans idé att starta ett forum där ledningen tar till orda – och där de anställda får tillfälle att ställa frågor och kommentera.

– Det här ger möjlighet för alla företagets medarbetare att ha spontan kontakt med ledningen. Genom bloggen lär de känna ledningsgruppen på ett nytt sätt och kommunikationen blir mer direkt, säger kommunikationschef Ulrika Rask-Lindholm.

Enligt de senaste siffrorna är Talking Heads nu den mest besökta platsen på Pulse och i genomsnitt läser omkring 550 personer varje inlägg.

– Kommentarererna har ökat sedan starten och trenden är stigande. Det är positivt. Jag kan också se att ju mer konkret skribenten är desto bättre blir dialogen. Det ska vi lära oss av, säger Ulrika.

Även ledningsgruppen är positiv till initiativet.

– De tycker att det är roligt att skriva och tar sin uppgift på allvar. Med bloggen vill vi verkligen nå ut och bjuda in till dialog, säger Ulrika.



PHILIP LINGEBRANDT,
Global processutveckling,
Höganäs Sverige

– Jag tycker det är en bra idé. Man får en bra bild av de förutsättningar och problem som kollegorna tampas med i de olika regionerna och avdelningarna.



STEVE LORENTZON,
IT Helpdesk,
Höganäs Sverige

– Talking Heads är lätt att hitta. Jag läste Nicklas Långs inlägg eftersom jag är intresserad av träning och jag känner honom lite. Jag tycker det är intressant att läsa blogginläggen och det är fint att ledningsgruppen vill kommunicera med medarbetarna i Höganäs. Jag är intresserad av hur det går för oss och vad Höganäs gör bra. Det är viktigt att veta hur allt fungerar och hänger ihop.



MICHAEL MATSON,
operatör,
North American Höganäs

– Talking Heads är en viktig resurs. Det är jättespännande att läsa om vad som händer inom vårt företag i andra delar av världen. De som bloggar på Talking Heads är mycket kunniga inom sina olika områden av verksamheten.

Jag har kommenterat några inlägg och de svar jag har fått har ökat min förståelse.

Jag inser att våra mål och problem många gånger är ganska lika. Vi vill bygga ett större och bättre Höganäs. Samarbete och säkerhet är våra styrkor. Det är bra för alla att kunna läsa om verksamheten och se vilka förbättringsmöjligheter som finns. Jag försöker övertyga flera om att engagera sig och uttrycka sina åsikter. Det här är vårt företag.



NATHALIE TESCH,
sälj- och marknadssamordnare,
Höganäs Belgien

– Jag har följt alla inlägg i Talking Heads från början. Jag gillar att läsa om nyheter och visioner kring vår verksamhet, från perspektiv som är ovanliga för oss – som de från Indien eller USA. Jag tror inte att det finns många företag som ger en sådan inblick i den högsta ledningens tankar och ambitioner. Jag gillar det verkligen.

Uppfinningsrika medarbetare fick nio nya patent

I slutet av maj mottog elva forskningsingenjörer från både Sverige och andra delar av Höganäs sina nyligen beviljade patent. Bland årets patent finns nya material, en stator och ett dieselpartikelfilter.

– Ert arbete och dessa patent är en viktig tillgång för Höganäs, framhöll Hans Söderhjelm, marknads- och utvecklingsdirektör, vid ceremonin.

Varje år genomför patentavdelningen i Höganäs en ceremoni för att uppmärksamma nya beviljande patent. Diplomen överlämnades av VD Melker Jernberg.

– I dag märker vi en allt högre innovationstakt och Höganäs får inte sacka efter, säger Melker Jernberg. Bra gjort, och tack för ert hårda arbete!



Melker Jernberg och Lars-Olov Pennander.

I ekonomiska termer

VOLYMJÄMFÖRELSE I TUSENTAL TON 2014-2015

	2015	2014
APRIL	45	43
MAJ	42	42

Vill du veta mer om hur det går för Höganäs? Läs vår finansdirektör Marks blogg på Pulse.



PARKBÄNKAR VID HUVUDKONTORET, FYLLEDA MED PETRIT® E

HÖGANÄS Innan sommaren dök två nya bänkar upp vid fiskdammen utanför entrén till Höganäs huvudkontor. Bänkarna är tillverkade av sådana metallburar – så kallade "gabioner" – som vi annars ser fyllda med stenar och som fungerar som krockbarriärer längs vägar. Men de här gabionerna är i stället fyllda med en Höganäs-produkt.

– I det här fallet har vi fyllt gallerburen med grov Petrit® E istället för sten, säger Björn Haase, ansvarig för Höganäs restmaterial.

Prova gärna bänkarna när du är i Höganäs, och ta en närmare titt på materialet som en gång kallades slagg, men som i dag är en produkt som Höganäs kan sälja.

4

Antal Höganäs-försäljningskontor som har flyttat under det gångna året. Höganäs i Spanien, Frankrike, Italien och Tyskland har fått nya adresser.

Rider ut stormen i Sydamerika

Adriano Machado utsågs i mars till chef för Region Sydamerika. Hotspot bad honom att dela med sig av sin syn på bolagets framtid.



BRASILIEN. OM VI TITTAR PÅ REGION SYDAMERIKA, VILKA ÄR DE STÖRSTA UTMANINGARNA?

– Att upprätthålla vår lönsamhet i en tuff ekonomisk miljö. Just nu ser vi en av de värsta kriserna någonsin inom den regionala fordonsindustrin, och det har direkt inverkan på vår pulverförsäljning.

HUR KLARAR HÖGANÄS DETTA SVÅRA AFFÄRSKLIMAT?

– Genom att fokusera på nya produkter och utnyttja vår marknadsposition och produktionskapacitet inom andra segment.

BERÄTTA MER OM DE NYA PRODUKTERNA.

– Ett viktigt exempel som jag vill lyfta fram är produkter för svetsning och metallurgiska applikationer, i första hand ferrolegeringar. Vår lokala anläggning för att krossa, mala och sikta material har gett oss möjlighet att tillgodose specifika kundbehov.

– Vi har också lanserat en innovativ linje av metallbaserat slipmedel och vårt samriskprojekt för laserbeläggning, HRC, vinner terräng.

VILKA ÄR DINA KORTSIKTIGA OCH LÅNGSIKTIGA MÅL FÖR REGIONEN?

– På kort sikt att öka försäljningen av våra nya produkter.

– På lång sikt vill vi bibehålla vår starka position i regionen och vinna marknadsandelar genom att snabbt expandera med Höganäs nyaste teknik. Vi vill öka Cleanit® för vattenrening och förstärka vår satsning på laserbeläggning. Det här är den första laserbeläggningsverkstaden i Sydamerika och genom att utöka HRC skapar vi en marknad för våra ytbeläggningspulver. Vi tittar även på att öka vår andel av slipmedelsmarknaden i Brasilien.

3 VIKTIGA STEG FÖR ATT HÅLLA HÖGANÄS SYDAMERIKA I FRAMKANT PÅ MARKNADEN:

» **Bibehållet fokus på PM-sektorn – vi har just anställt en ny chef för PM-försäljning och förbättrat vår kundtjänst för att säkra en unik servicenivå till våra kunder.**

» **Driva på utveckling – vi har fått in en ny och målmedveten ingenjör med uppgift att stärka utvecklingen av metallformsprutning och additiv tillverkning.**

» **Produktionseffektivitet – vi har investerat i processer och kompetenser för att säkerställa att våra anläggningar är effektiva och säkra.**



Adriano Machado förverkligade en livsdröm på sin 40-årsdag tidigare i år: ett fallskärmshopp!

Vandring för välgörenhet och hälsa i Shanghai



SHANGHAI ATT VANDRA 50 KILOMETER

för ett gott ändamål har blivit en årlig tradition för Höganäs medarbetare i Shanghai. Förutom att samla in pengar till barn i fattiga områden bygger medarbetarna samhörighet och uppmuntrar varandra till en hälsosammare livsstil.

Välgörenhetsvandringen utanför Shanghai arrangeras av Public Welfare Development Foundation. Målet är att samla in pengar till barn från fattiga områden i hela landet och se till att de får ett mål mat varje skoldag.

Det hela började delvis som teambuilding för att uppmuntra träning. Nu deltog Höganäs för tredje året, med 13 anställda i två lag.

Vandringen är på 50 kilometer i flack terräng på landsbygden. Vädret var rätt så bra – cirka 25 grader.

– Vi startade i den gamla staden i Qingpu, tidigt på morgonen den 23 maj. Alla gick i sin egen takt och jag behövde strax under nio timmar, säger Owe Mårs, marknadsutvecklingschef för högtemperaturlördning.

Det var första året han deltog. Terry Chen, en annan Höganäs-medarbetare, kom i mål redan efter 7 timmar och 30 minuter. Han deltog för tredje gången.

Totalt deltog 3 500 personer. Förutom deltagaravgiften på 600 RMB per lag skänkte Höganäs ytterligare 20 000 RMB (cirka 30 000 SEK) till stiftelsen.



08:15 Jake börjar de flesta av sina dagar med att avläsa energiflödesmätarna vid anläggningen i Johnstown.

"Energikillen"

» Jake Maruschok gillar knepiga uppgifter, och sådana har han gott om på sitt nya jobb som biträdande projektingenjör inom North American Höganäs.

TEXT EMILY TIPPING FOTO JOE APPEL

Väggarna är beige och nakna i Jake Maruschoks kontor i Johnstownanläggningen. Det står fortfarande flyttlådor i ett hörn. Det är bara några månader sedan han flyttade hit från kontoret i Stony Creek, inte långt härifrån, men han rycker på axlarna och säger att det passar hans rastlösa stil och de krav hans jobb ställer.

– Jag lever i kappsäck, säger han med en nick åt sin svarta ryggsäck på golvet. Några timmar senare får Jake köra till Stony Creek, där någon har bett honom ta en titt på den nya arbetsstationen för materialtester.

Jake beskriver sig själv som en "enmansavdelning", och under sin arbetsdag från åtta till fyra hinner han se mycket av fabriken.

– På ett eller annat sätt har jag att göra med så gott som alla som arbetar här, säger han.

En vanlig dag ägnar han åt e-post och telefonsamtal, att samla förbrukningsdata från elräkningar och mätare – och åt sitt stora projekt – att installera mätare i ugnarna för att kunna övervaka gasflödet i realtid.

– Vi kan öka verkkningsgraden i processen på flera olika sätt, säger han på förmiddagen och pekar på ett diagram på sin datorskärm.

Med ett så kallat Sankey-diagram har Jake illustrerat energiflödena i anläggningen sedan han började sin praktik under 2013. Varje gång diagrammet renderas på skärmen visar programmet olika processer. Den slutliga bilden visar energiflöden in i och ut ur anläggningen i form av el, naturgas, vätgas och andra energiformer. Jakes arbete ingår

i Höganäs globala energitutmanning, ett initiativ med målet att minska koncernens totala energiförbrukning med 10 procent fram till 2020. Jake säger att Johnstown-anläggningen redan har minskat sin energiförbrukning med 11 procent och Stony Creek med 18 procent.

– Vi kompromissar inte med kvaliteten för att spara energi, säger han. Just nu handlar det om att samla in information och använda den på bästa sätt.

Jake tar med oss till matsalen. På vägen passerar vi en väggmålning som skildrar anläggningens historia. Han säger att en anledning till att han sökte arbete på Höganäs är att hans farfar var kranförare på föregångaren till Stony Creek.

– Han arbetade på Mississippi Steel, men blev uppsagd. Efter att Höganäs köpte företaget anställde de honom på nytt. Han hade aldrig hört talas om något liknande, säger Jake.

Jake är entusiastisk över alla de möjligheter som hans nya karriär erbjuder.

– Jag vill resa och jag är en drivande person, säger han. Jag gillar verkligen det här jobbet. Jag ser vilka besparingar jag åstadkommer, samtidigt som jag gör livet lite lättare för mina kollegor. ■



09:00 På väg till Stony Creek för att kontrollera en maskin.



10:00 Jakes timmar på kontoret ägnas åt samtal och mejlande med kollegor, och att ta fram rapporter och diagram över energianvändning.

TRE SAKER JAG GILLAR MED MITT JOBB:

- » Att det alltid finns något nytt att göra.
- » Människorna.
- » Att få arbeta i ett företag som ständigt växer.



11:00 Läser av en vätgasmätare i Johnstown.

JAKE MARUSCHOK

Ålder: 23.

Hemort: Windber, Pennsylvania.

Familj: Föräldrarna Matt och Theresa, brodern Kaleb, och en engelsk bulldogg som heter Meatball.



12:00 Jake äter oftast lunch med sina kollegor i fabriken matsal.



14:00 Diskuterar en böjprovningmaskin i Stony Creek (från vänster till höger) Allison Endler, Paul Hofecker, Jake Maruschok och Steve Koval.



16:15 Jake sätter sig i jeepen för att köra hem.

En starkare Puls(e) ger bättre cirkulation ... av information!

» Pulse 2.0 lanseras senare i år. Då blir det enklare att navigera, att hitta nyheter och att kommunicera med andra i projekt och grupper.

TEXT GÖRREL ESPELUND

FÖRUTOM EN modern plattform kommer Pulse 2.0 att erbjuda medarbetarna enklare navigering och en bättre sökfunktion, men även nya funktioner för samarbete och kommunikation.

Pulse 2.0 har i många avseenden fötts ur medarbetarnas önskemål. Målet är att erbjuda ett verktyg som underlättar det dagliga arbetet och förbättrar kunskapsutbyte inom Höganäs.

– Bland de nya tilläggen finns en uppdaterad projektplats med olika funktioner, bland annat en tidslinje, säger Frida Wainult, internkommunikatör.

Meddelanden mellan projektmedlemmar visas för projektgruppen redan på startsidan. Du kan läsa och delta i diskussionerna inom alla dina projektgrupper.



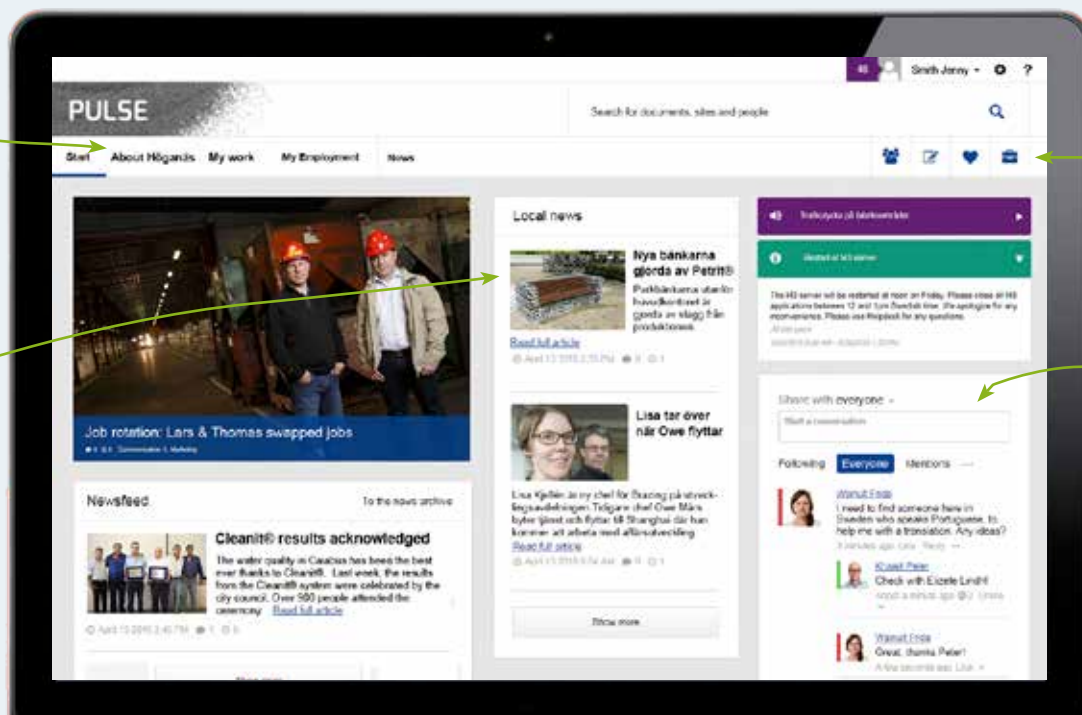
– Detta är ett alternativ till e-post, säger Frida. Vem som helst inom Höganäs kan skapa ett projekt eller en samarbetsyta, men om du inte är van vid att arbeta med webbaserade verktyg kan det vara en bra idé att gå en kurs för att lära dig utnyttja teknikens alla fördelar, säger Frida.

PULSE 2.0 kommer så småningom också att bli bättre integrerat med Höganäs ledningssystem, så att man kan söka i dokument där.

– Med den uppdaterade plattformen har vi alla förutsättningar att skapa ett effektivt arbetsredskap för alla på Höganäs, säger Frida. ■

Det har blivit enklare att navigera i Pulse 2.0 – menyalternativen är färre och tydligare.

Nyhetsflödet ger mer utrymme för lokala nyheter. Du kan också kommentera nyheter och "gilla" dem.



Från startsidan kommer du åt alla dina projekt och samarbetsplatser. Du kan också lägga in länkar till sidor som du ofta besöker.

För projekt och samarbetsplatser finns en ny och uppdaterad plattform, som gör det lättare att kommunicera med gruppen via startsidan.