

HOT SPOT

2|17

TIDNINGEN FÖR ALLA HÖGANÄS MEDARBETARE

Bruno i Brasilien:

**"Ett lyft för kvalitet
och säkerhet"**

Cleanit®:

**Sanerar förorenad mark
på halva tiden**

En dag med David:

**"Lagarbete är nyckeln
till framgång"**

TEMA:

Höganäs i förändring
**VAD HÄNDER, VARFÖR
OCH HUR PÅVERKAR DET DIG?**





Att utvecklas är att förändras

Min son Henry, 12 år, säger ibland: "Wow mamma, när du var liten hade ni så coola telefoner med krulliga sladdar som man kan sticka in fingret i." Han är ju i högsta grad trådlös, och använder sin smarta telefon mest som tv och spelkonsol. Pratar i den gör han mest med mig.

För Henry innebär ny teknik noll stress, men som människa ska också han gå igenom alla faser vi vuxna redan upplevt, eller ännu har framför oss. Börja skolan, flytta hemifrån, första jobbet, få barn, skilsmässa, dödsfall i familjen, få barnbarn, gå i pension. En del hett efterlängtnade förändringar, andra plötsliga eller påtvingade.

Arbetslivet i sig innebär ofta förändringar. Här på Höganäs har vi sedan maj i fjol startat More Höganäs, genomfört en global omorganisation och formerat affärsområden i stället för tekniksegment. Det är inte småpotatis.

Självklart blir vi påverkade av detta, men vi kan ta oss an förändringarna på samma sätt som i privatlivet. Prata om hur det känns, läsa

på, tjura en stund, ta nya tag och se möjligheter. Läs mer i det här numret av Hotspot om hur några kollegor upplevt den senaste tiden på Höganäs. Annat ur innehållet är omvärldstrender och hur våra tre affärsområden ska möta dem. Läs också om hur Höganäs i Brasilien tacklat landets politiska och ekonomiska kris det senaste året.

Förändring kan se olika ut, men förr eller senare blir det nya vardagslunk. Sedan är det dags för nästa förändring... Tänk bara på att Apple lanserade sin iPhone för tio år sedan. I dag är smarta telefoner så självklara att till och med Henrys morfar har en.

Trevlig läsning!

Ulrika Rask-Lindholm

Chefredaktör

Skriv till oss på hotspot@hoganas.com

eller ring mig på 042-33 84 55.

HOT SPOT

Nummer 2/2017

Hotspot är Höganäskoncernens 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, Anne Delhovren,
Luciana Carpinelli, Tehzib
Poonawalla, Frida Wainult.

Från Spoon

David Wiles
Justus Hultgren

Redaktionell produktion:

Spoon
www.spoon.se

Prepress:

Spoon

Tryck:

Elanders Sverige AB
©Höganäs AB
September 2017
1978HOGSE

I detta nummer



4 TEMA Höganäs i förändring

» För en del har det inneburit osäkerhet och stress. För andra har det gett nya utmaningar och möjligheter. Det senaste året har varit rena berg- och dalbanan för många på Höganäs. Här skriver vi om orsakerna, effekterna på människor och vilka resultat vi kan förvänta oss av denna förändringsperiod.



3 Utmaningen: Valsa runt i Brasilien

» Avställd anläggning gav tillfälle att förbättra magnetvalsen.



16 En dag med David Rosseau

» "Kommunikation bidrar verkligen till att förbättra resultatet".



15 Jorden runt

» Från handskakning till bugningar och kyssar – hur hälsar vi på varandra egentligen?



20 Ny applikation för Cleanit®

» En lösning för att sanera förorenad mark.

Från vänster: Leandro Rocca, Bruno Fujii och Anderson Alves i Mogi das Cruzes, Brasilien.



NAMN: Leandro Rocca.

ÅLDER: 37.

BEFATTNING: Förman för elektriskt underhåll.

FAMILJ: Gift med Vanessa och pappa till Gabriel (13).

INTRESSEN: Jag bor på en liten gård och tycker om att vara hemma och gå ner till sjön.

HEMORT: Mogi das Cruzes.

NAMN: Bruno Fujii.

ÅLDER: 37.

BEFATTNING: Projektingenjör.

FAMILJ: Gift med Patricia och pappa till Heloisa.

INTRESSEN: Köra mountainbike.

HEMORT: Santos.

NAMN: Anderson Alves.

ÅLDER: 36.

BEFATTNING: Underhållstekniker, el.

FAMILJ: Gift med Tatiane och pappa till Jonathan (13) och Anderson Junior (19).

INTRESSEN: Låsa Bibeln.

HEMORT: Mogi das Cruzes.

Så förbättrade vi anläggningen under avställningen

»"Genom att bygga om magnetvalsen gjorde vi torkningsprocessen bättre och effektivare," säger Bruno Fujii, projektingenjör vid Höganäs i Brasilien.

TEXT: DIONARA MELO
FOTO: PAULO FRIDMAN

UTMANINGEN

– Magnetvalsen är första steget i processen att torka järnpulver. Den utrustning som tidigare användes vid Mogi das Cruzes arbetade i omvänd riktning jämfört med den vid anläggningarna i USA och Sverige. Vi behövde bygga om magnetvalsen för att göra torkprocessen effektivare, garantera rätt kvalitet och minska materialförluster på grund av att överskottsjärn sedimenterar i vattenkyltanken, säger Bruno.

LÖSNINGEN

– Jag ledde projektet som genomfördes medan anläggningen var tillfälligt avställd i slutet av 2016*, fortsätter Bruno. En del av förbättringen var att installera två nya valsar för bättre avskiljning av metall. Leandro Rocca och

Anderson Alves gjorde en storartad insats med att installera el- och styrsystemet. Med den nya utrustningen går mycket mindre metall till spillo och vi har minskat pulverhalten i vattnet med en faktor sju. Dessutom har vi förbättrat arbetsmiljön för våra kollegor, med bättre ergonomiska förutsättningar för underhållspersonal, effektivare skydd och bättre belysning.

MERVÄRDE

– Vi har förbättrat processkvaliteten så att separationen av järnpulver nu uppfyller samma normer som övriga anläggningar inom Höganäs. Förlusterna av järnpulver i torkprocessen har minskat och säkerheten på arbetsplatsen är bättre, avslutar Bruno.

* Läs mer om detta på sidan 11.

Tiderna förändras

Som nog alla Höganäsanställda har märkt går företaget igenom en period av intensiv förändring. Från ny organisation till de nya affärsområdena, från More Höganäs till förändringar på våra marknader och i världen omkring oss.

Det är en omvälvande tid, men samtidigt en tid av stora möjligheter. Varför händer allt detta? Hur påverkar det oss som individer och som anställda? Varför reagerar vi som vi gör på förändring? Hur har kollegor med liknande erfarenheter klarat det, och vilka planer har vi för att anpassa oss till denna föränderliga värld? Det här är några av de frågor som vi försöker besvara på de följande sidorna.

TEXT: GÖRREL ESPELUND ILLUSTRATION: IDA BROGREN



SEX GLOBALA TRENDER

– och vad de betyder
för Höganäs

TEXT: ANDREAS KARLSSON FOTO: GETTY



GLOBAL VATTENKRIS

ATT SÄKERSTÄLLA TILLGÅNGEN på rent vatten är en av de mest akuta utvecklingsfrågorna för framtiden. Bland FN:s 17 globala mål för hållbar utveckling är två av dem helt fokuserade på vatten. Enligt utvecklingsorganet UNDP påverkas mer än 40 procent av jordens befolkning av bristen på rent vatten. Det är en siffra som väntas öka ytterligare, i takt med klimatförändringar och tilltagande resursknapphet. Bland flera nödvändiga åtgärder för att komma tillrätta med problemet brukar innovationsvilja och nya tekniska lösningar lyftas fram som några av de viktigaste.

AVINASH GORE, ENVIRONMENTAL: – Det här är en oerhört angelägen fråga för oss, vilket bland annat manifesteras genom ett nytt affärsområde, med utgångspunkt i de tekniker vi skapat för att rena och återanvända vatten. Vi tror mycket på vår lösning och känner att vi kan erbjuda ett viktigt verktyg i kampen för rent vatten.



KLIMATFÖRÄNDRING

FRÅN ATT HA varit en fråga som på många håll befann sig långt ner på dagordningen, är det i dag en enorm uppmärksamhet kring begreppet "klimatförändring": dess orsaker och konsekvenser, och vad som kan göras för att trygga en hållbar framtid. Med få undantag är experterna överens om att stigande medeltemperaturer, smältande polarisar och extremare väder beror på mänsklighetens negativa klimatpåverkan och att denna måste minska – kraftigt och omedelbart. Företag som förstått frågans betydelse, däribland Höganäs, har också insett att det inte finns någon motsättning mellan hållbarhet och långsiktig lönsamhet. Snarare tvärtom.

RAISSA KRUSE, SUSTAINABILITY: – Det är viktigt att vi kartlägger oss själva så att vi kan fatta faktabaserade beslut om en hållbar framtid för Höganäs. Detta pågår redan, men vi kommer också vara beroende av partnerskap för att kunna se över hela värdekedjan. Sammantaget kommer det ge oss en viktig konkurrensfördel.



FÖRÄNDRINGAR INOM FORDONSINDUSTRIN

FRAMTIDENS TRANSPORTER AV människor och varor är en nyckelfråga för hur väl vi kommer lyckas bidra till ett mer hållbart samhälle. Det pratas om att bilar måste bli smartare och effektivare, utan överdimensionerade motorer, med klimativänligare drivmedel och energikällor, och genom att bättre utnyttja modern teknik, dels i det enskilda fordonet, dels för att övervaka och planera hela fordonsflottor.

MARIE SAMUELSSON, AUTOMOTIVE: – Vi tar vara på möjligheterna som den förändrade fordonsindustrin innebär. Vi erbjuder produkter, service och kompetens som möjliggör flera av de viktiga trenderna, bland annat anpassning av motorstorlek, utveckling av eldrivna fordon, och miljövänliga produktionstekniker.



FÖRÄNDRADE KONSUMTIONSMÖNSTER

MEDVETENHETEN OM VÅR klimatpåverkan ökar hela tiden. Privatpersoner liksom företag gör allt fler medvetna val för att bidra till ett mer hållbart samhälle, något som håller på att i grunden förändra konsumtionsmönstren i världen. Det finns inga tecken på att den globala konsumtionsviljan är på väg att mattas – tvärtom – men underliggande faktorer, som produktionssätt, materialval och transporter granskas allt hårdare.

NICKLAS LÅNG, SUSTAINABILITY: – Större fokus på hållbarhet innebär också ett ökat företagsansvar, något vi jobbar intensivt med på Höganäs, både lokalt och globalt. Vi ser utmaningarna som en affärsmöjlighet och genom att stå för ett hållbart erbjudande blir vi också en mer attraktiv affärspartner och arbetsgivare.



RESURSKNAPPHEIT

DE SENASTE ÅRENS fokus på klimatfrågor och hållbarhet har för många inneburit ett uppvaknande och en insikt om att jordens resurser inte är oändliga. Allt fler kommer i framtiden att tvingas dela på en allt mindre kaka. Sådant som vi tidigare tagit för givet kommer att bli bristvaror, vilket förväntas förändra tillvaron dramatiskt för en stor del av världens befolkning och en tilltagande resursknapphet innebär att vi måste bli mer effektiva i hur vi utnyttjar de resurser vi har.

NICKLAS LÅNG: – Detta är något som genomsyrar hela vår verksamhet och fångas i vår vision om att göra mer med mindre. Man kan se det som ett cirkulärt förlopp, där återanvändning är en viktig del och där vi ser till att sluta cirklar, utan att lämna några lösa trådar.



EN VÄXANDE MEDELKLASS

DET FAKTUM ATT befolkningsökningen i världen har saktat ner betyder inte att belastningen på jordens resurser minskar. Tvärtom. För i takt med att allt fler människor tar sig ur fattigdom och får en drägligare tillvaro så ökar också konsumtionen och mängden transporter i världen. Att kunna hantera den snabbt växande medelklassen är en av framtidens stora utmaningar.

NICKLAS LÅNG: – Den växande medelklassen är direkt kopplad till frågan om resursknapphet. Det är en enorm utmaning och för oss handlar det om att vi måste förstå mönstren, vad det innebär för risker och möjligheter, så att vi också kan bidra till samhällsnyttan inom ramen för vår verksamhet.



HUR ÄR LÄGET?

Hur känner Höganäs medarbetare för de förändringar som har pågått under de senaste månaderna? Vilka problem och frågor dyker upp? Och finns det några förändringar som har positiva effekter? Vi pratade med några medarbetare runt om i världen för att ta pulsen på företaget.

TEXT: GÖRREL ESPELUND
ILLUSTRATION: IDA BROGREN



– **PERSONLIGEN TYCKER** jag om förändring. Åtminstone har jag en ganska kort sorgperiod och kan snabbt gå vidare och se fördelarna med det nya. Men det har märkts under året att många tyckt att förändringen är jobbig. Jag tycker det har varit väldigt tufft att hantera stämningen det här har skapat på sina håll – det är svårt att inte låta sig påverkas. Jag behöver mycket information och måste förstå varför för att kunna engagera mig. Jag har haft förmånen att gå det längre utbildningsprogrammet i More Höganäs. Jag tror att införandet hade gått lättare om fler ute i organisationen, inte bara chefer, också fått den möjligheten.

FRIDA WAINULT

– CORPORATE COMMUNICATIONS, SVERIGE



– **DET FINNS** mycket att göra på en gång med all utbildning och alla övningar. Kanske kunde programmet ha fördelats över lite längre tid. Det känns som en press att få alla utbildade, men den saken är svår att uppnå. Vissa personer tackar ja till utbildningsmöten, men dyker aldrig upp. Men jag tror att det ska bli bra till slut. Vi har alla arbetat på samma sätt så länge. Nu går vi in på utforskad mark och det skapar oro.

DAVE JOHNSON

– MILJÖ OCH HÄLSA, STONY CREEK & JOHNSTOWN, USA



– **VI SER** en hårdare konkurrens, ofta samma produktsortiment till lägre priser. Detta kräver att vi samarbetar tätare med kunderna. Med de förändringar som affärsområdena medför är det bra att fokusera på att sälja mervärde och arbeta nära kunderna. En nöjd kund är den bästa affärsstrategin av alla, och mervärde är ett måste för att hålla dem på gott humör. Förändringar är bra och väsentliga för att ett företag ska växa.

MAHESH NIPANIKAR,

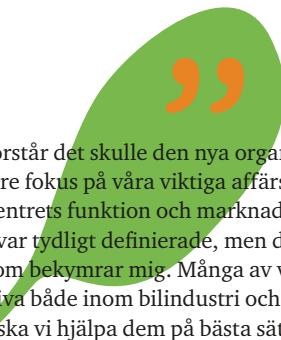
– AUTOMOTIVE, INDIEN



– **DET VIKTIGASTE** framsteget jag har sett är att vi bättre följer upp saker när de går fel – och ofta lyckas hitta dem innan de går fel. Problematiskt är däremot att vi samlar in så mycket data nu att det är svårt att följa upp all information och få det dagliga arbetet att flyta på. Det verkar som om vi har allt flera möten – vissa dagar ser jag knappt mitt skrivbord, och inte anläggningen heller. Jag säger inte att vi ska sluta följa upp saker, bara att det har varit svårt att anpassa sig till att hantera all denna information och inte glömma något.

BRANDON BIRD

– OPERATIONS, STONY CREEK, USA



– **SOM JAG** förstår det skulle den nya organisationen ha större fokus på våra viktiga affärsområden. Tech centrets funktion och marknadsutvecklingen var tydligt definierade, men det är några saker som bekymrar mig. Många av våra kunder är aktiva både inom bilindustri och övrig industri. Hur ska vi hjälpa dem på bästa sätt? Och hur kan en global kundansvarig arbeta med specifik regional försäljning?

CAROLINE WANG

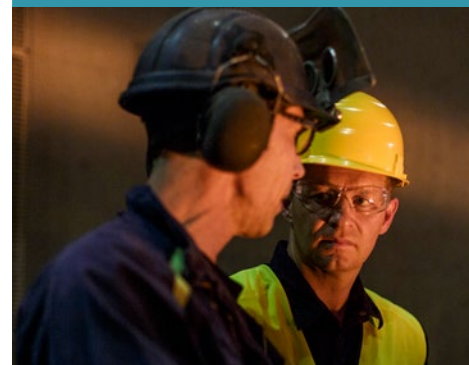
– AUTOMOTIVE, KINA



– **JAG TROR** att de flesta i Niagara Falls är positiva till förändringarna i organisationen. Vi skulle vilja se miljösidan av vår verksamhet bli framgångsrik och stödja långsiktig tillväxt. Den negativa sidan är en ökande belastning på våra medarbetare genom förändringar i kvalitetsstandarder och kundkrav. Operatörerna i processen får ännu mer att förhålla sig till, och det kan vara en svår anpassning att lära sig göra saker på ett nytt sätt.

PAUL TOMLINSON

– KVALITETSKONTROLL, NIAGARA FALLS, USA



VD Melker Jernberg
om medarbetarnas
erfarenhet av förändring:

”I EN TID AV FÖRÄNDRING, som den vi alla går igenom nu på Höganäs, är det fullt naturligt att människor är oroliga. Det är viktigt att alla vågar tala fritt och dela sina åsikter – och att de blir lyssnade på.

Jag tror verkligen på vårt förändringsarbete. Jag tror att vi med detta kan bygga ett Höganäs som är redo att möta morgondagens utmaningar och att arbetet kommer att gynna oss alla på lång sikt. More Höganäs, den nya organisationen, affärsområdena – allt kommer att påverka oss.

Vi har fått mycket välkomna inpass från Dave, Frida, Brandon, Mahesh, Caroline och Paul om hur de ser på och upplever den nuvarande utvecklingen i företaget. De visar att förändring är något som har både negativa och positiva sidor.

Nya krav och nya arbetssätt ger upphov till osäkerhet, stress och ångest. Det är något som vi i ledningsgruppen är fullt medvetna om. Samtidigt ser människor också att förändringen är nödvändig och förstår att det kommer att vara till nytta på lång sikt.

Vi sitter alla i samma båt, så låt oss använda vår medarbetarvärdering: Vi respekterar och tror på varandra. Att vara öppen och ha höga förväntningar är att visa respekt!”



Förändringsexpert Ulrika Tillberg Luckey: "Alla borde känna att det är deras förändring".

Varför förändringar kan vara skrämmande – och hur man hanterar det

Förändring är en nödvändig del av utveckling, men kan också vara svårt och ibland skrämmande. Därför är det viktigt att förstå vad en förändring egentligen innebär och hur vi ska förhålla oss till den.

TEXT: ANDREAS KARLSSON FOTO: SAMUEL UNEUS

Over tid händer saker med oss som människor, med grupper och med organisationer, och vi måste hela tiden förhålla oss till att vår omvärld förändras och blir mer komplex.

Det hävdar förändringsexperten Ulrika Tillberg Luckey som har lång erfarenhet av att arbeta med förändring och utveckling i stora organisationer. Hon säger att det finns ett antal viktiga områden att fokusera på för att lyckas med förändringsarbete av den typ som Höganäs går igenom.

– Ledarna måste staka ut en kurs, och vara visionära och inspirerande. Det är viktigt för att tydliggöra vart man är på väg och varför. Än viktigare, fortsätter hon, är att skapa delaktighet hos medarbetarna.

– **ALLA MÅSTE** känna att det är *deras* förändring och för att uppnå det krävs dialog och möten. Det räcker inte att informera, man måste involvera också.

Förändringen får inte bara vara vackra ord, något måste hända i verkligheten. Det krävs

handling och det krävs uthållighet för att fullfölja processen.

– Förändring är sällan en jämn, linjär utveckling utan kan ske stötvís. Därför är det viktigt att följa upp och påminna varandra om var man var, vad man har gjort och vart man är på väg. Det gäller att ständigt hitta ny inspiration, säger Ulrika.

Ann-Sofie Räftegård, HR, säger att Höganäs arbetar med förändring på många olika nivåer.

– **MIN ERFARENHET** är att vi som människor söker enkla, snabba svar på svåra frågor och därmed har en övertro på verktyg och modeller. Jag vill hävda att det viktigaste är att mötas och resonera kring förändring och våga vara öppen med vad som känns svårt och jobbigt.

Ann-Sofie menar att det är förståeligt att många frågar sig varför Höganäs måste förändras, eftersom företaget befinner sig i en förhållandevis gynnsam situation, utan något större reellt hot.

– Baksidan av att vara ett till synes välmående företag är man ofta tappar drivkraften att förändras. Genom More Höganäs framtidsäkrar vi företaget, en process som kan vara svår att

förstå, men som vi vill påbörja medan vi själva har initiativet – inte när vi står inför en kris som vi inte själva kan styra.

Hon tillägger:

– Därför är det viktigt att förstå och ha tillit till att vad vi försöker göra är att säkra jobben på sikt och skapa ett bättre och mer meningsfullt företag att jobba för och utvecklas tillsammans med, i många år framåt.



Ann-Sofie Räftegård

I din **More Höganäs-handbok** kan du läsa mer om de olika förändringsfaser vi människor går igenom och vad de innebär, eller så kan du gå till Pulse för att hitta samma information: **pulse / about höganäs / vad vi står för.**



"Tack vare lagarbete har vi stått oss genom en tuff period"

De senaste två åren har varit en utmanande förändringsperiod för Höganäs i Brasilien. En lågkonjunktur pressade det ekonomiska resultatet och en allvarig olycka väckte frågor kring säkerheten. Nu är Adriano Machado, VD för Höganäs Brasilien, övertygad om att företaget är på väg uppåt igen.

TEXT: GÖRREL ESPELUND
FOTO: PAULO FRIDMAN, ANDERS ANDERSSON



Murad Fawaz El Daglawi: "Vi såg att företaget satsar på säkerhet".

Vissa faktorer ligger helt enkelt bortom vår kontroll, som politiska skandaler, korrupta myndigheter och internationella investerare som drar sig ur. Lägg till detta en hög arbetslöshet och den nationella valutans kollaps – där har du den brasilianska verkligheten de senaste åren.

– Brazilianarna var rädda för att bli av med jobbet, så de drog ner på konsumtionen. Bilförsäljningen nästan halverades. Våra resultat är beroende av volym, och här såg vi volymerna minska och kostnaderna öka, säger Adriano.

Så Höganäs Brasilien ställdes inför flera utmaningar, och alla påverkades när företaget beredde sig att ta itu med situationen. Kostnader kapades, försäljnings- och administrationskostnaderna begränsades och alla inköp granskades. 2016 blev företaget tvunget att dra ner på kärnverksamheten.

– När efterfrågan vek fick vi avveckla ett produktions-skift. Det innebar i praktiken att säga upp 20 procent av personalen. Flera andra fick byta befattning, säger Adriano.

Men det räckte inte. I slutet av året var hela

anläggningen avställd i två månader. För att undvika ytterligare uppsägningar utnyttjade vi ett regeringsinitiativ som lät medarbetarna få en viss del av sin lön från staten.

Underhållspersonal och tekniker som stannade kvar under stilleståndstiden arbetade intensivt med förbättringar i anläggningen.

– Arbetarna som fick lön av staten genomgick en omfattande utbildning i More Höganäs-filosofin. När de kom tillbaka började vi föra in ändringarna i hela organisationen, säger Adriano.

– Mitt i den osäkerhet som den instabila marknaden orsakade försökte Höganäs på olika sätt bevara arbetstillfällena, säger Murad Fawaz El Daglawi, som arbetar med underhåll. More Höganäs-utbildningen gav oss förståelse för de nya värderingarna.

En viktig fråga som togs upp i utbildningen handlade om att riva murar. I tidigare enkäter hade medarbetarna pekats på samarbetet mellan avdelningar som ett förbättringsområde.

– Vi bestämde oss för att blanda folk från olika avdelningar under utbildningen. Det har främjat

samarbete på ett sätt som vi aldrig tidigare hade sett, säger Adriano.

Senare, i juli 2016, skadades sex medarbetare i en olycka i smältverket. Två av dem så allvarligt att de inte kom tillbaka till jobbet förrän i april i år.

– Det har varit en tung period för oss alla, men jag tror att vi nu lyckats återskapa en framtidstro hos våra anställda, säger Adriano.

Murad tillägger:

– Det syns att företaget verkligen satsar på säkerhet – här har man inte sparat på någonting. Vi har haft säkerhetsutbildningar och utrustningen har förbättrats för att minska riskerna.

I januari öppnade verket igen och går för full maskin. De som blev uppsagda har återanställts.

– Våra kostnadsbesparande åtgärder börjar bära frukt, vi har lyckats få upp priserna, effektiviseringarna märks på vinsten och energikostnaden per producerat ton har minskat, säger Adriano.

Men de tuffa tiderna är inte över. Den brasilianska regeringen behöver bygga upp medborgarnas förtroende för ekonomin på nytt, och bilindustrin ställer nya krav på metallpulver som kommer att kräva förbättringar i kvalitet och likformighet.

– Det viktigaste vi har lärt oss är värdet av lagarbete. Tack vare att vi alla drar åt samma håll kommer vi efter hand att ta oss ur svackan. Tvärkulturellt och avdelningsövergripande samarbete har varit avgörande, säger Adriano.

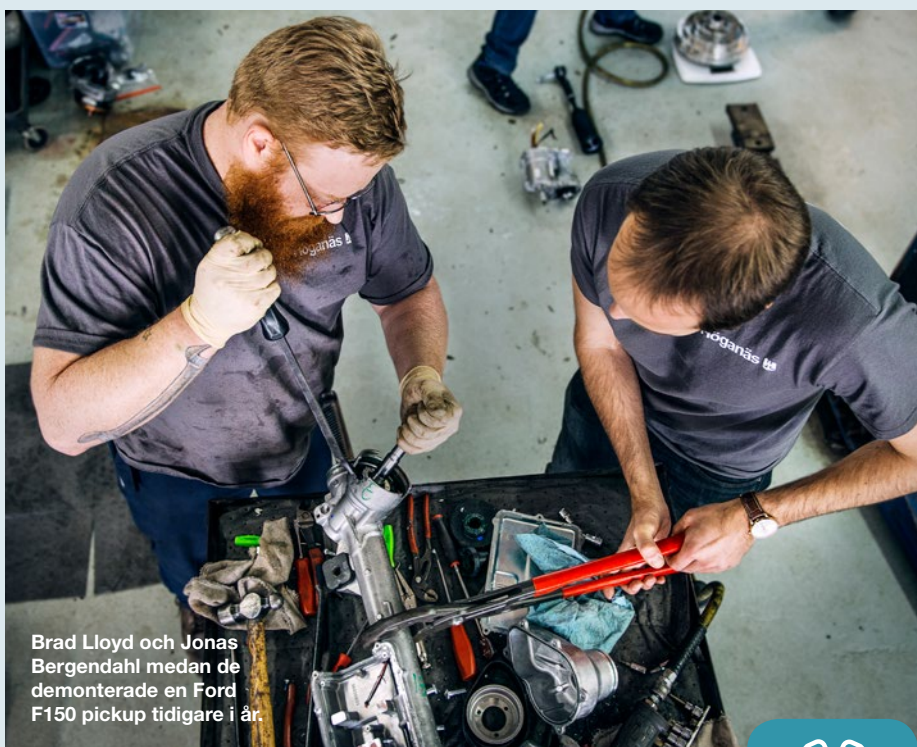


Adriano Machado

Vår plan för att anpassa oss till en föränderlig värld

Världen förändras och Höganäs måste anpassa sig för att behålla sin branschledande ställning. Men hur ska vi göra det? Hotspot frågade cheferna för de tre affärsområdena hur de planerar att möta morgondagens utmaningar.

TEXT: GÖRREL ESPELUND FOTO: PATRIK OLSSON, HÖGANÄS



Brad Lloyd och Jonas Bergendahl medan de demonterade en Ford F150 pickup tidigare i år.

AUTOMOTIVE:



Vad är det som händer och hur påverkar det oss?

Den gradvisa övergången från förbränningsmotorer till hybrider och heelelektriska fordon kan påverka den traditionella PM-marknaden negativt. Samtidigt börjar allt fler fordonskomponenter tillverkas av metallpulver, och vi är övertygade om att Höganäs kommer att kompensera vikande segment med nya.

Framför allt i Nordamerika börjar komponenttillverkarna minska produkternas storlek och vikt för att kunna möta dagens

utmaningar på förbränningsmotorsidan. Genom att motorer och komponenter blir mindre minskar den totala mängden PM i ett fordon.

Att inte göra någonting åt detta skulle få allvarliga konsekvenser för vår förmåga att växa och vara lönsamma. Vi måste fördjupa samarbetet med varje kund för att kunna vässa båda parternas konkurrenskraft och pressa kostnaderna.

Vi måste också påverka högre upp i värdekedjan för att flera komponenter ska tillverkas med PM-teknik istället för att smidas eller

maskinbearbetas. Både fordonstillverkarna och deras underleverantörer har mycket att vinna på vår teknik.

En annan trend är den växande efterfrågan på hållbara produkter. Vi vill stödja våra kunder i deras strävan att minska sin miljöpåverkan. Företag som Toyota uppmanar redan sina underleverantörer att minska sin miljöpåverkan genom lägre utsläpp och mindre mängder avfall.

Vilka är våra utmaningar?

En utmaning är att övertyga våra kunder att det billigaste materialet inte är detsamma som "lägsta totala kostnad". Vi tror att detta kommer att öka både omsättning och vinst – inte bara för Höganäs utan för hela värdekedjan. En annan stor utmaning är att skapa meningsfulla samarbetsplattformar med våra kunder och bli en starkare partner för fordonsleverantörer inom utveckling och inköp.

Vad har vi för plan?

För att ta itu med dessa utmaningar måste vi arbeta på ett annat sätt. Vi måste bilda strategiska allianser med biltillverkarna och deras underleverantörer. Vi måste också samarbeta tätare med våra kunder för att de ska kunna utnyttja fördelarna med vår teknik och sänka sina totala kostnader per projekt. Försäljning till direktkunder är viktigt för att nå framgång.

Fredrik Emilson, Automotive APAC

Dean Howard, Automotive Americas

Marie Samuelsson, Automotive Europe



Höganäs ArcX-center i Shanghai och Höganäs erbjuder kunderna utveckling inom beläggningsteknik.

INDUSTRIAL:



Vad är det som händer och hur påverkar det oss?

Den växande medelklassen – främst i Asien och Sydamerika men delvis även Afrika – kommer att öka efterfrågan på varor som kylskåp och andra hushållsapparater, och det är en stor PM-marknad för affärsområdet Industrial. Vi måste vara uppmärksamma på nya produktionsanläggningar och vara beredda att ge teknisk och annan support på dessa växande marknader.

Ytbeläggning är ett segment som har potential att växa betydligt, eftersom den globala resurstillgången minskar. Metallpulver sprutas på en yta och ett tunt skikt av den exklusiva nötnings- och/eller korrosionsbeständiga legeringen smälts in i rörets, stavens eller plattans yta. Det är ett kostnadseffektivt alternativ till att utföra hela komponenten i den dyra legeringen.

Vilka är våra utmaningar?

Utmaningen är att använda metaller som är ganska vanliga – järn är ett bra exempel – för att göra applikationen hållbar. Men för att få rätt egenskaper måste järnet legeras med andra metaller, och dessa ska påverka miljön så

lite som möjligt. Vi har lagt mycket arbete på detta och vår strävan att hitta den optimala legeringen fortsätter.

Vad har vi för plan?

Med rätt legeringar är ytbeläggning ett område med stor potential, där vi kan hjälpa industrin att minska sin miljöpåverkan.

Ett annat viktigt segment är additiv tillverkning (AM) – ofta kallat 3D-printing. Tekniken ses ännu som ny och vi måste fortfarande utbilda marknaden i att tänka i termer av AM.

AM gör det möjligt för företag att tillverka komplicerade metallkomponenter som inte går att producera på något annat sätt. Mängden nödvändigt råmaterial kan minimeras, vilket gör processen hållbar. Men än så länge är additiv tillverkning dyr. Vi måste pressa den kostnaden.

Hans Söderhjelm, Industrial

(Reds anm.: Rune Magnusson utsågs till chef för affärsområdet Industrial den 1 juli. Läs mer på sid 18.)



ENVIRONMENTAL:

Vad är det som händer och hur påverkar det oss?

Inverkan av mänsklig verksamhet på miljön omkring oss syns allt tydligare. Vår planet måste behandlas på ett försiktigt och ansvarsfullt sätt. I dag är människor mycket kunnigare och börjar bli mer ansvarsstagande, men vi kan säkert göra mer. Det pågår intensiv utveckling på områden som behandling av industriellt avloppsvatten och dricksvatten, liksom sanering av förorenad mark.

Vilka är våra utmaningar?

En utmaning är att dessa marknader skiljer sig mycket från de metallpulverapplikationer som är Höganäs kärnkompetens. Här finns det mycket att lära och experimentera med. Vi är fortfarande i en lanseringsfas och det tar lång tid att komma in på nya marknadssegment. Men den globala potentialen är två till tre gånger större än den konventionella PM-marknaden, så möjligheterna på lång sikt är enorma.

Vad har vi för plan?

Vi kommer att fokusera på tre segment på den globala marknaden. Det första är dricksvatten, där våra produkter tar bort skadliga föroreningar som tungmetaller och arsenik. Det andra är industriellt avloppsvatten där vi avskiljer föroreningar så att vattnet kan släppas ut i vanliga avloppssystem. Och slutligen markrening, där vi sanerar förorenad jord.

Vi har en patenterad produkt som är grön, från tillverkning till återvinning. Råmaterialen är biprodukter från stålindustrin. Vi använder energi från vattenkraft och vi använder produkten för att göra vatten säkert och befria mark från gifter. Och när produkten har tjänat ut kan den till största delen återvinnas.

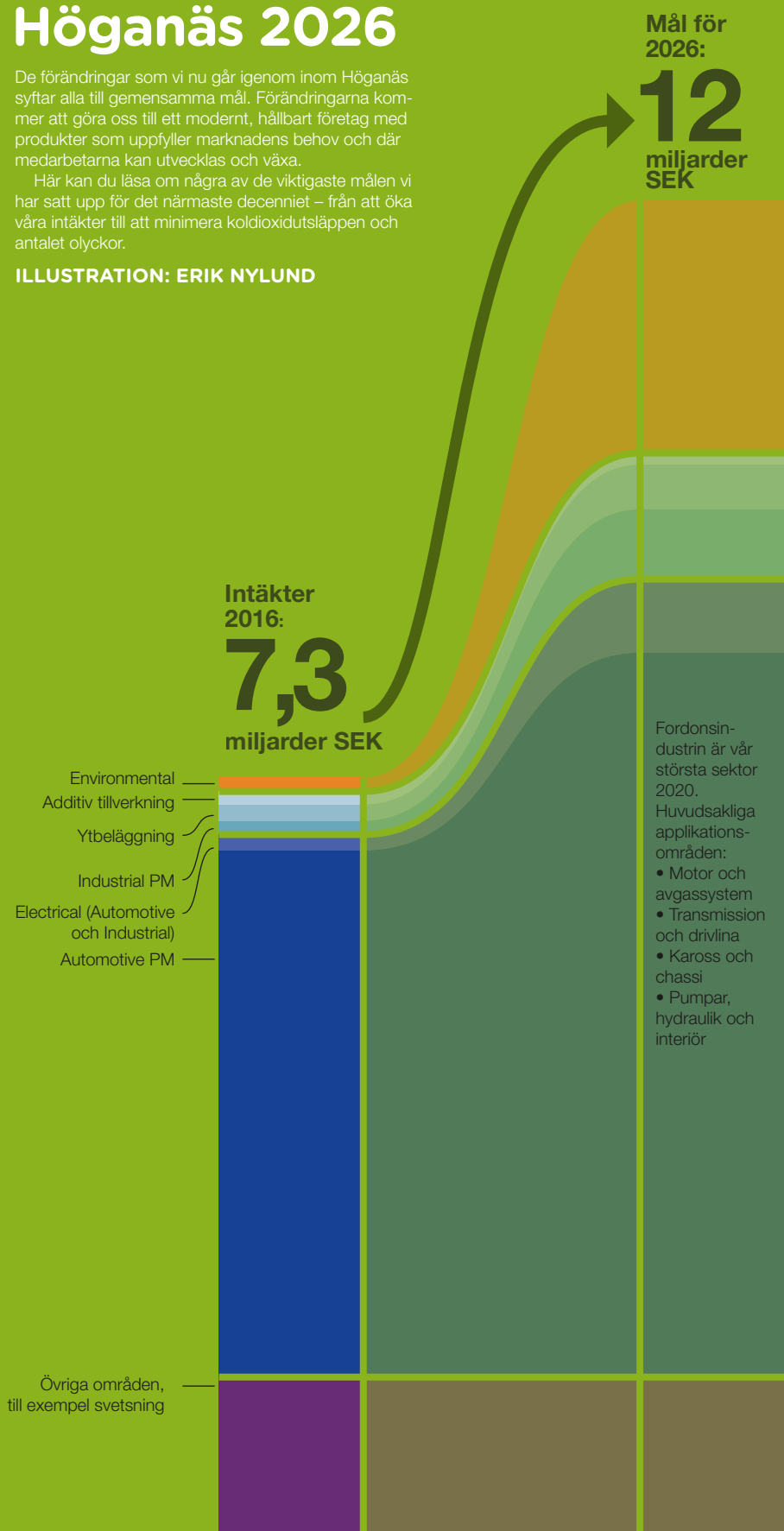
Avinash Gore, Environmental

Höganäs 2026

De förändringar som vi nu går igenom inom Höganäs syftar alla till gemensamma mål. Förändringarna kommer att göra oss till ett modernt, hållbart företag med produkter som uppfyller marknadens behov och där medarbetarna kan utvecklas och växa.

Här kan du läsa om några av de viktigaste målen vi har satt upp för det närmaste decenniet – från att öka våra intäkter till att minimera koldioxidutsläppen och antalet olyckor.

ILLUSTRATION: ERIK NYLUND



VÅRA HUVUDSAKLIGA TILLVÄXTMOTORER

Målet för 2026 är 15 % ökning av rörelseresultatet. Automotive kommer fortfarande att vara vårt största affärsområde, men Environmental spås växa mest.

Environmental
+2
miljarder SEK

Industrial
+1
miljard SEK

Automotive
+2
miljarder SEK



• **Zero Waste:** år 2026 ska mer än 95 % av allt avfall och alla biprodukter återanvändas.



• **Zero Accidents:** 2026 blir ingen skadad på jobbet.



• **Minskade utsläpp av växthusgaser:** Alla internt transporter på land drivs av biobränslen eller förnybar el, där så är möjligt. Elenergin kommer från förnybara källor. Koldioxidutsläppen ska minska med 10 % till 2020.



• **Alla leverantörer är godkända i enlighet med vår uppförandekod för miljö, arbetsförhållanden, säkerhet och uppträdande.**

HUR HÅLSAR DU PÅ DINA KOLLEGOR?



Aki Seki, Japan

I Japan brukar man hälsa på varandra med en bugning istället för att skaka hand, och oftast växlar man några ord före eller efter bugningen. En bugning kan vara allt från en lätt nickning till att man faller överkroppen djupt från midjan.

Ju djupare och längre bugning desto större respekt visar man, medan en nickning betraktas som avslappnat och informellt. Bugningar är mycket vanliga eftersom gesten fungerar för allt möjligt – som att tacka, be om ursäkt, fråga efter något eller be om en tjänst. När vi träffar kollegor bugar vi oss inte men vi väljer ett hövligt tilltal och lägger till "-san" efter efternamnet som ett tecken på respekt när vi ringer och mejlar. På kontoret använder vi alltid efternamn.

Det finns ett japanskt uttryck, "Otsukaresama desu", som vi ofta använder på kontoret. Ordstammen "tsukareru" betyder egentligen "att bli trött", men den här formen betyder att vi visar uppskattning för kollegans hårda arbete. Japaner är alltid mycket noga med hur de tilltalar människor, oavsett om det gäller kunder, arbetsledare eller medarbetare. Hövlighetsnivån väljer vi efter situation.



Balraj Singh, Indien

Vi tilltalar våra kollegor med förnamn och lägger inte till titlar som herr eller fru. Detta beror på att efternamn i Indien ofta representerar en persons ursprung. Ett exempel är Singh, som är ett vanligt namn i norra Indien.

När det gäller gester och kroppsspråk hälsar vi på varandra genom att säga "hej" och ta i hand.

På senare tid har det blivit allt vanligare i det indiska samhället att säga "Namaste" (som betyder "hej" på hindi) med de egna handflatorna mot varandra, men i yrkeslivet skakar vi hand och säger "hej", följt av förnamnet. Till exempel: "Hej Tehzib, hur är det idag?"

Sedan fortsätter man med ytterligare några standardfraser, som "vad trevligt att se dig" och "hur är det med din familj", innan man övergår till saker som har mer med jobbet att göra.

Hur som helst möter vi alltid varje medarbetare med öppet hjärta, empati och generositet. Det tror jag är avgörande för starka mänskliga relationer och viktiga värden för en bättre värld.



Elena Simonova, Ryssland

Vårt företag består av fem personer. Vår grupp har varit oförändrad sedan 2012, så vi är mera vänner än kollegor! När vi träffar vänner och folk vi känner väl i Ryssland brukar vi säga "Privet!" – det motsvarar "Hej!".

Men när vi träffar en kollega efter semestern eller en lång frånvaro, då kan vi omfamna varandra och ge en kyss på kinden. Så brukar man göra också i ryska familjer. När vi hälsar på en främling brukar vi säga "Zdravstvujte!" (tillönskan om god hälsa), "Kak pozhevaete?" (Hur mår du?), eller ett mera neutralt "God dag!" på ryska.

Vid affärsmöten är ett handslag det normala. Traditionen att skaka hand går tillbaka till primitiva tider – till perioder då man behövde övertyga den andre personen om att man hade gott uppsåt innan det var läge att prata. En utsträckt arm med handflatan vänd uppåt visade att du inte hade något vapen och därför inga fientliga avsikter. Men nuförtiden betyder ett handslag bara välvilja.



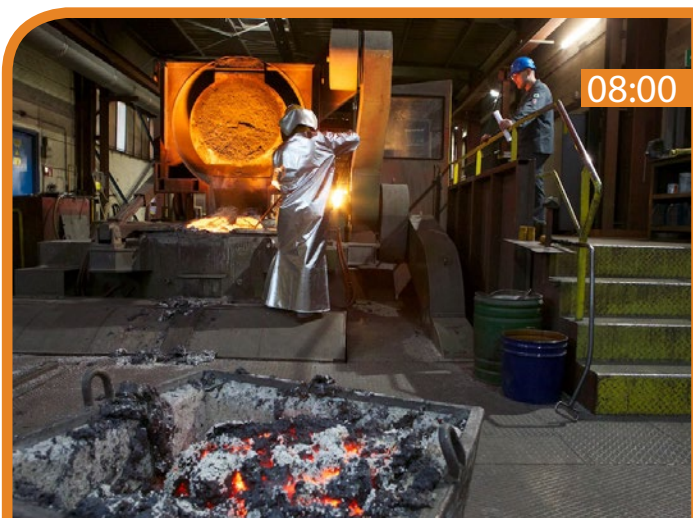
Christophe Delaunoy, Belgien

I Belgien hälsar vi på kollegor på olika sätt beroende på vem det är frågan om. Om kollegan är en man på samma nivå i företagshierarkin, då skakar vi hand och hälsar familjärt. Om det är en kvinna kysser vi på kinden (men inga kramar i Belgien). Möter vi någon i företagsledningen (man eller kvinna) är vi formella och skakar hand.

Anläggningen i Ath har cirka 180 medarbetare, så där kan vi känna alla till förnamn och många av oss träffas också på fritiden.

När jag själv träffar en kollega hälsar jag och byter några ord. Jag tycker att det stärker relationen och gör det lättare att samarbeta.

I Belgien börjar dagen ofta med att man frågar "hur är det med dig?" I Ath arbetar folk från många olika länder (Frankrike, Vietnam, Sverige, Nederländerna ...), men alla har utan problem anpassat sig till belgarnas lättsamma sätt att hälsa.



David Rousseau håller ögonen på vad som händer framför 5-tonsugnen.



François Loeuille visar David de senaste pulveranalyserna.

David är här för att stanna

» Efter 17 år med olika uppgifter kring vattenatomisering vid Höganäs anläggning i Ath i Belgien, har David Rousseau hunnit åstadkomma mycket. Men sin framgång tycker han är resultatet av gott lagarbete.

TEXT: ANNE DELHOVREN FOTO: SEBASTIEN POLIART

DAVIDS VIKTIGASTE MÅL varje morgon när han kommer till jobbet är att optimera antalet smältor för dagen, men samtidigt hålla produktkvaliteten på topp.

Han är förman för ett team på 17 personer som arbetar med smältning och vattenatomisering. Teamet går på treskift (morgon, eftermiddag och natt). Efterfrågan är stor och ett fjärde skift planeras.

David håller hårt på samarbete med andra avdelningar, och varje morgon deltar han i ett pulsmöte på produktionschefens kontor. Ett sådant möte kännetecknas av öppen och konstruktiv dialog med olika avdelningar, som Planering, Kvalitetskontroll och Underhåll. Vid dessa möten diskuteras förändringar i planeringen och eventuella frågor och problem som uppstått under de senaste 24 timmarna.

EN GÅNG I månaden deltar han i ett annat kvalitetsmöte för att diskutera

avvikelser som registrerats i laboratoriet.

– Kommunikation bidrar verkligen till att förbättra resultatet över hela företaget, säger David.

David och hans team deltar regelbundet i förbättringsprojekt. Ett sådant resulterade i ett automatiskt retursystem som gör det lättare för operatörerna att hantera gjutlådor. Ett annat skapade möjligheten att återvinna slurry från processen som inte kan återföras direkt till ugnen.

– **INNAN JAG** kom till Höganäs jobbade jag i textilbranschen, men där duggade uppsägningarna tätt. Vid Höganäs fick jag anställningstrygghet och kunde växa i mitt yrke, säger han.

David är mycket stolt över sitt team, inte minst över operatörernas flexibilitet och motivation. Tillsammans med dem vill han bidra till att göra Höganäs Belgiens verksamhet lönsammare.



Det är lunchdags och David drar en spader med sina kollegor.



David ansvarar för kvalitet, produktivitet, miljö och säkerhet. Här kontrollerar han siktmaskinen med Franck Fouret.



10:00

Dags att gå igenom ändrade planer med Philippe Dioncq.



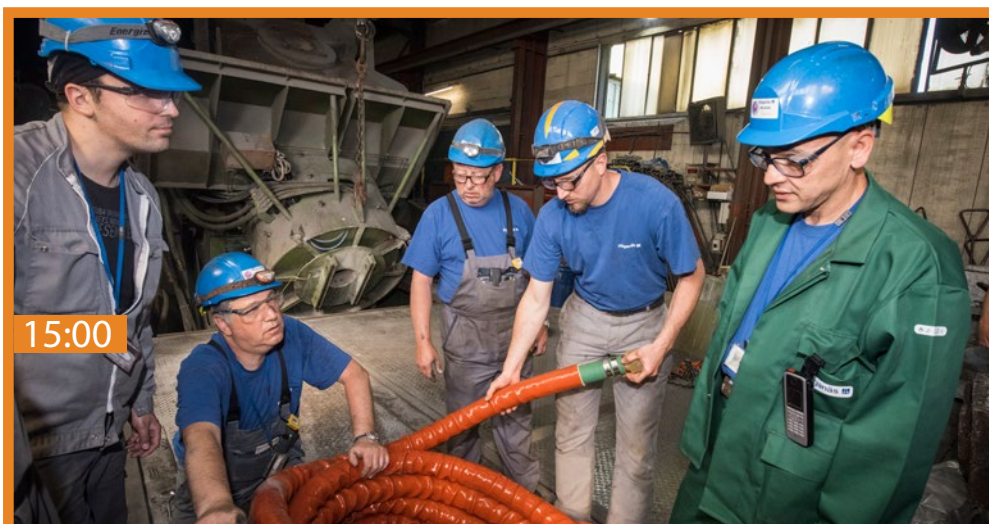
11:00

David sätter sig i ett pulsmöte med Christophe Bossuot och Laszlo Kolovits.



13:30

David diskuterar som hastigast med Geoffrey Pere kring kvaliteten på siktpulver.



15:00

David pratar med underhållsteamet.



17:00

Ännu en lyckad dag närmar sig sitt slut och David är klar att bege sig hemåt.

Om David:

Ålder: 44.
Hemort: Vieux Condé (Frankrike).
Familj: Två döttrar (Flavie, 12 och Mia, 5), hunden Happy.
Anställd inom Höganäs sedan: 2000.
Intressen: David spelar boule och är en hängiven löpare.

3

tre saker som David gillar med sitt jobb:

- » Arbetslaget.
- » Arbetet är inte repetitivt utan för med sig nya utmaningar varje dag.
- » Chefen ger honom fria tyglar, men lovar samtidigt fullt stöd vid eventuella problem.

ELDRIVEN DRAGSTER SLÅR REKORD

En elektrisk dragster med motorer baserade på Somaloy®-pulver håller Europarekordet för sin klass.

Lettiska "Electric Fox" körde kvartsmilen (402 meter) på Tierp Arena norr om Uppsala på 7,631 sekunder – bara 0,357 sekunder från världsrekordet.

Bilens speciella drivlina är baserad på 2 x 3 elmotorer från YASA Motors UK, som

också tillverkar elmotorerna till Koenigseggs superbil Regera HEV.

– Dragracing handlar om extrem teknik, säger Lars-Olov Pennander, som arbetar med elektromagnetiska applikationer på Höganäs. Här ser vi ett utmärkt exempel på det enastående prestanda-vikt-förhållande som är typiskt för alla Somaloy-baserade elmotorer.



TEAM HÖGANÄS – bäst i långa loppet

Femtio av Höganäs medarbetare deltog i den första halvmaratontävlingen i kommunen. Det gjorde Höganäs till det största laget bland totalt 900 löpare.

– Ett stort tack till alla som deltog denna fantastiska dag, säger Julia Persson, Commercial, som är intern projektledare för Höganäs halvmaran.

Dennis Larsson var snabbast av alla Team Höganäs-löpare, och kom in på fjärde plats totalt.



INDISK OPTIMISM

.....

NYTT TECH CENTER INVIGT I PUNE



Från vänster: Fredrik Emilson, Melker Jernberg, Baba Kalyani, Staffan Bohman och Sridhar Srinivasan vid eventet i april.

HÖGANÄS I INDIEN har firat invigningen av sitt nya tech center, ITEC, som har byggts för att stödja Höganäs kunder och för att verksamheten ska växa och bättre tjäna den indiska marknaden.

Ett stort antal kunder, OEM-representanter och andra affärspartner deltog i invigningen i april. Gästerna fick höra anföranden av Staffan Bohman, styrelseordförande, Melker Jernberg, VD, och Shri Baba Kalyani, styrelseordförande för Kalyani-koncernen.

Staffan betonade ägarnas och styrelsens fulla stöd och uppmuntran till arbetet i Indien, medan Melker i sitt tal riktade sig till Höganäs indiska kunder och vårt åtagande att utveckla den indiska marknaden och ge kunderna fullt stöd med den nya anläggningen.

– Det finns goda möjligheter att bygga ut anläggningen och anpassa våra erbjudanden efter era behov, sa han.

BABA KALYANI BESKREV en lovande tillväxt för både den indiska ekonomin och för bilindustrin inom en snar framtid.

Det nya teknikcentret ligger i Hadapsar Industrial Estate i Pune. Här finns utrustning för att samla in data om utmattning och tribologi – läran om samverkande ytor i relativ rörelse – och en demoanläggning med laboratorium för vattenbehandling. Det nya tech centret har väckt stort intresse från indiska kunder och andra besökare.

Allvarliga händelser i Halmstad – ingen skadad

Under maj och juni inträffade tre incidenter vid atomiseringsverket i Halmstad, men ingen kom till skada.

Den första händelsen var att en slaggsänk lossnade medan den lastades på en lastbil. Av ännu okänd anledning gled en av krokarna som lyfter skänken av sin tapp. Skänken tippade och blev hängande, delvis vilande på lastbilens förarhytt.

Incident två och tre var båda genombrott i skänkgugnen. Vid båda tillfällena rann 50 ton smält stål ut, men kunde fångas upp i nödbassänger. Vid andra tillfället skedde genombrottet vid atomiseringen, vilket gjorde att isolering i väggarna tog eld av den stora värmeutvecklingen.

– Alla tre är allvarliga incidenter, men ingen kom till skada – det är

det viktigaste, säger Charlie Wedell, platschef i Halmstad. Alla inblandade har agerat utifrån våra rutiner och arbetat lugnt och metodiskt. Vårt samarbete med räddningstjänsten är också mycket bra.

Nu utreds de tre händelserna för att fastställa rotorsakerna och därefter vidta rätt åtgärder. Lärdomarna ska också delas med övriga atomiseringsverk inom Höganäs.



Ny Digital Metal®- applikation som ger dig ett leende på läpparna

Dürr Dental har tagit fram en ny teknik för rengöring av tänder, med ett unikt munstycke producerat med Höganäs Digital Metal®-teknik. Munstycket lanserades nyligen vid en internationell dentalmässa.

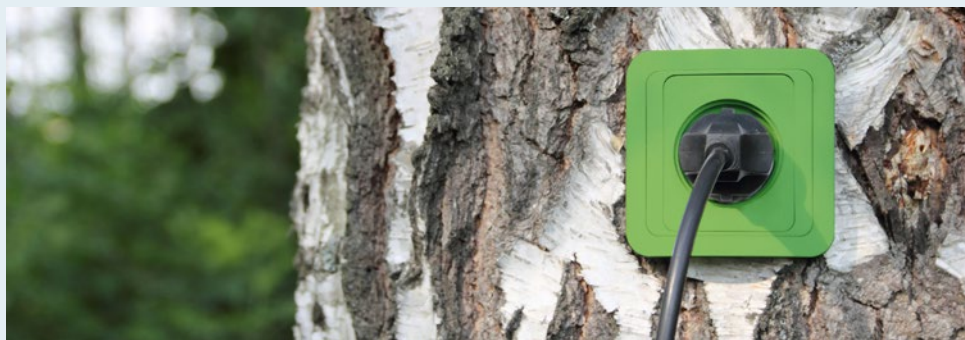
Dürr Dentals produkt kallas MyFlow och är riktad till tandläkare.

– Vi tillverkar metall dysorna till MyFlow-utrustningen. Dürr Dental har ägnat mer än

fyra år åt att utveckla utrustningen, och de arbetade med oss i över två år före marknads lanseringen, säger Hans Kimblad, som arbetar med additiv tillverkning inom Höganäs.

Produkten fick ett mycket positivt mottagande vid dentalmässan IDS i mars i år och Dürr Dental har fördubblat sina försäljningsprognoser.

Viktigt steg mot en grönare framtid



Höganäs har tagit ett viktigt steg mot målet att övergå från fossila bränslen till förnybar energi. I ett pilotprojekt i Sverige ska biomassa – växtbaserade material – användas för att bilda gas som i sin tur ska driva anläggningen.

Företaget har tecknat ett långsiktigt avtal med Cortus Energy för att köpa biogas och andra energiprodukter.

– Detta är ett viktigt och banbrytande steg på vägen mot att använda förnybara energikällor i vår produktion, säger Höganäs VD Melker Jernberg. Vi vill bidra till ett hållbart samhälle, och det betyder bland annat att vi ska minimera våra utsläpp av koldioxid. För att lyckas med det krävs innovativa lösningar som får visa vad de går för i fullskalig produktion.

Nu förbereds en anläggning i Höganäs där

förnybar biomassa omvandlas till energigas. Det första steget i projektet är att testa tekniken under konkreta förhållanden och anpassa processen till de krav som ställs vid metallpulverproduktion. Processen genererar en biprodukt, så kallad grön koks, som kan ersätta en del av det koks som används i produktionen av järnsvamp.

– Vår typ av produktion ställer höga krav på både energiform och råvaror, säger Nicklas Lång, Sustainability. För oss är det en viktig uppgift och en del av vår långsiktiga strategi att gå från fossila bränslen till förnybar energi. Då måste vi engagera oss och satsa resurser på nya möjligheter.

Tanken är att börja testa energigas i Höganäs produktion under första halvåret 2018. Efter testfasen ska anläggningen leverera förnybara energiprodukter regelbundet.

”Glad att vara en del av Höganäs förändringsresa”

Rune Magnusson är ny chef för affärsområdet Industrial.

– Rune har rätt erfarenhet, kompetens och personlighet för att bygga vidare på Höganäs varumärke och utöka våra marknadsandelar inom industriella applikationer, säger Höganäs VD, Melker Jernberg.

Rune kom till Höganäs den 1 juli från Atlas Copco, där han jobbade med marknadsföring för Light Construction Equipment inom Construction Tools Division. Han bor i Düsseldorf i Tyskland.

– Jag kommer att arbeta från Höganäs kontor i Düsseldorf

under några år, tills mina söner har slutat skolan, säger Rune. Det blir mycket resande, och en del av tiden kommer jag att vara i Höganäs.

Han beskriver Höganäs som ett ”fint och lönsamt” företag.

– Ledningen vill se det utvecklas till någonting ännu bättre, och jag är glad att kunna delta i den resan från start och bidra med min erfarenhet och kunskap.

När det gäller att bli anställd av Höganäs i en tid av förändring säger Rune:

– Jag gillar förändring när den leder till något bättre. Jag vill vara en del av arbetet att ta ut

en ny kompassriktning och låta både företaget och dess medarbetare växa. Det är en fantastisk känsla att få uppmuntra människor att ta sig an nya uppgifter och roller.



2 frågor till distansarbetaren Jamie Washington

De flesta utvecklingsingenjörer på Höganäs sitter i samma röda tegelbyggnad på Sveriges sydvästra kust – men det finns en avvikare. Jamie Washington, expert på elektriska maskiner, jobbar från ett universitet i Newcastle, i nordöstra England.

När Höganäs erbjöd honom en heltidstjänst fick hans entusiastiska professor honom att säga ja till jobbet – men flickvännen var inte fullt lika entusiastisk över tanken på att flytta till Sverige. Inom Jamie, som är applikationsspecialist inom affärsområdet Automotive, stannade i Newcastle. Han kommunicerar med sitt team via Skype och besöker Sverige en gång i månaden.

Hur är det att arbeta på distans?

– Det är enklare än man kan tro! Jag ingår i ett litet team, så det är bara några få personer att kommunicera med. Vi har onlinemöten varje vecka, och det är enkelt att ta ett snabbt Skype-samtal om något akut skulle segla upp. Vi har också ett standardiserat sätt att arbeta med kundundersökningar, så att de genomförs på samma sätt oberoende av var de görs eller av vem. I det stora hela tror jag att jag får mer gjort genom att inte sitta fysiskt i gruppen. Om jag har ett projekt som måste bli klart kan jag fokusera på det och få det klart, utan att bli distraherad. Men självklart funkar det inte att alla jobbar så här. Då skulle vardagsuppgifterna aldrig bli gjorda.

Vad gillar du mest med ditt sätt att arbeta?

– Att jag får hålla på med det mesta eftersom vi är så få i gruppen. Jämför med Bosch till exempel – där sitter hundratals människor, och var och en har en liten uppgift. Men vi måste vara duktiga på allt. Jag konstruerar, jag bygger, jag testar – och jag får se vad det blir i slutändan.



Ett nytt sätt att sanera giftig mark

Det kan ta årtionden att rena förorenad mark.

Höganäs senaste produkt i Cleanit®-serien är ett nytt koncept på marknaden som dramatiskt minskar den tid som behövs för att befria marken från tungmetaller, miljögifter och flyktiga organiska föreningar.

TEXT: GÖRREL ESPELUND ILLUSTRATION: ERIK NYLUND FOTO: GETTY

Mänskliga samhällen skapar ett berg av avfallsprodukter, med tungmetaller och kemikalier som sipprar ner i marken från fabriker, storskaligt jordbruk och småföretag. I princip alla industrier, stora som små, ger upphov till ett visst mått av spill som förorenar marken.

– **TA TILL EXEMPEL** kemtvättar i ett land som USA, säger Avinash Gore, Environmental. De använder mycket kemikalier i sina processer och deras utsläpp ger upphov till flyktiga organiska föreningar som förstör marken. Dessutom är substanserna cancer- och allergiframkallande om de andas in.

Järnpulver och andra medier har i många år använts för att sanera mark, men det är en långsam process – den kan ta upp till tolv år. Cleanit® gör samma jobb på 30 till 50 procent kortare tid.

– För att uttrycka det enkelt, naturliga bakterier återföreningar och bryter ner dem till ofarliga substanser, men de behöver vätgas för att fungera. Cleanit® producerar i sig självt stora mängder vätgas, vilket gör det till en unik produkt som gör marksanering mycket snabbare, förklarar Avinash.

DETTA ÄR DOCK ett helt nytt område för Höganäs, och det finns fortfarande komplicerade frågor att ta itu med. En är att utbilda marknaden.

– Att arbeta med vätgas är nytt på denna marknad, och det är en substans som kan vara farlig att hantera, säger Avinash. Cleanit® gör marksanering snabbare, men är dyrare att tillverka än andra typiska järnprodukter.

För att hantera kostnadsproblemet har Höganäs tagit fram ett produktsortiment där koncentrationen av Cleanit® kan anpassas för den specifika uppgiften.

– Vi har redan ett antal kunder i Brasilien och USA, och nu lanserar vi produkten i Kina och Indien. Men marknadsföring tar tid. Vi måste förklara tekniken och processen för kunderna, så vi tar det steg för steg, kund för kund, säger Avinash.

FAKTA: CLEANIT® FÖR JORDRENING

Pulver: högrent elementärt järnpulver.

Produkt: Cleanit® är ett unikt poröst järnpulver som har uppfunnits av North American Höganäs och som tillverkas där. För att få en anpassad koncentration av Cleanit® blandas den rena produkten med andra, enklare järnpulver. Detta kan göras vid vilken Höganäs-anläggning som helst.

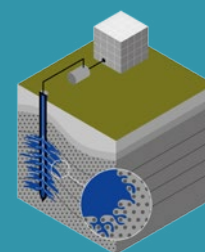
Applikation: jordrening. Produkten reducerar och tar upp tungmetaller och klorerade organiska föreningar långt effektivare än något annat järnpulver på marknaden.

Metod: underjordisk injektion, jordblandning eller genomsläpplig barriär.

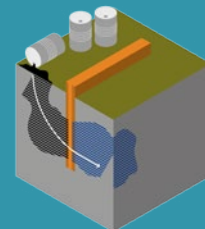
Primärt kundsegment: marksaneringsföretag och anläggningsföretag.

Marknadspotential: 400 000 ton globalt.

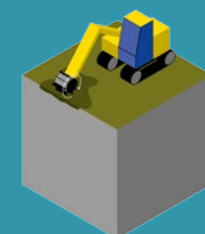
3 OLIKA METODER



INJEKTION UNDER JORD



GENOMSLÄPPLIG REAKTIV BARRIÄR



MEKANISK JORDBLANDNING