

HOT SPOT

317

TIDNINGEN FÖR ALLA HÖGANÄS MEDARBETARE

Affärsområdet Environmental
Söderut
– mot North Carolina

Ledtider – en utmaning
Japan och Sydkorea
till undsättning

Indonesien från insidan:
Möt vår kvinna
i Jakarta

TEMA:

Åter till More Höganäs
**Vad har vi
uppnått?
Och vad
händer nu?**



Mera förändring

Förra numret av Hotspot hade förändring som tema. Tanken var att förklara vad som händer på Höganäs, varför det händer och hur det påverkar oss i företaget. Efter det numret har nya förändringar tillkommit. Det nummer du läser just nu är ett bevis på den saken.

Här får du till exempel möta vår nya VD, Fredrik Emilson, som berättar vad han tycker om More Höganäs och hur han ser på vår framtida utveckling. Läs om hur vår princip "rätt från mig" har minskat kundernas klagomål, hur våra kollegor i USA arbetar ideellt i samhället i linje med våra värderingar och vilka Marias och Pers planer är för More Höganäs-kontoret. Man kan säga att More Höganäs gör förändring till den röda tråden.

En annan stor förändring är det nya huvudkontoret för affärsområdet Environmental i Cary, North Carolina, där vi ska kommersialisera och sprida Cleanit®-tekniken. Träffa dina kollegor i Cary på sidorna 14–15.

Under hösten har du kanske sett Höganäs poster på sociala medier, om invigningen av det nya kontoret och vad som hänt sedan dess. More Höganäs är också ett skäl till att vi på Corporate Communications skriver oftare än förut på sociala medier. Vi har testat nya sätt att arbeta och gör sedan ständigt små förbättringar. Varje tisdag träffas redaktörerna via Skype för att gå igenom den kommande veckans nyheter och besluta var de ska publiceras. Vi involverar fler personer i vårt nyhetsarbete och har ökat mängden kommunikation. Detta har gett oss flera följare och tätare utbyte med dem.

Vill du se skillnaden? Följ Höganäs på Facebook och LinkedIn! Och glöm inte att höra av dig till oss med synpunkter – då kan vi göra ännu fler förbättringar.

Ulrika Rask-Lindholm

Chefredaktör

Skriv till oss på hotspot@hoganäs.com eller ring mig på 042-33 84 55.

HOT SPOT

Nummer 3/2017

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

Susanne Magnusson
Justus Hultgren

Redaktionell produktion:

Spoon
www.spoon.se

Prepress:

Spoon

Tryck:

Elanders Sverige AB
©Höganäs AB
December 2017
2032HOGSE

Höganäs

I detta nummer



4 TEMA Åter till More Höganäs

» Drygt ett år efter lanseringen återkommer vi till More Höganäs, vår ledningsfilosofi. Hur har den genomförts, vilka förändringar har den lett till och vad tycker våra medarbetare om införandet av More Höganäs?



3 Utmaningen: Förbättra ledtider

» Internationell insats när Sverige bad om hjälp.



16 En dag med Maki Wada

» "Jag känner mig uppskattad av mina kollegor."



12 Jorden runt

» Personliga erfarenheter av More Höganäs från fyra anläggningar i världen.



20 Produkter i praktiken: W100B

» Järnpulver med bor ger sega svetsfogar.

Internationell räddningsaktion

» När ledtiderna blev för långa vid verken i Höganäs fick kollegorna i Japan komma till undsättning. Men när efterfrågan i Japan plötsligt slog i taket var det Koreas tur att rädda situationen.

TEXT: GÖRREL ESPELUND
FOTO: JUN TAKAGI

UTMANING

På grund av stora ordervolymer i början av 2017 ökade ledtiderna för järnpulver och blandningar från produktionen i Höganäs. Blandningsstationen i Saitama i Japan fick komma till undsättning.

– Innan vi kunde besluta att flytta produktionen av vissa blandningar till Asien måste vi säkerställa att vi hade den kapacitet och arbetskraft som skulle behövas, säger Atsushi Katsumata, biträdande anläggningschef i Saitama. Dessutom behövde vi försäkra oss om mer baspulver. Vår anläggning har mycket korta blandningsledtider, vilket är nödvändigt för att möta kraven från våra japanska kunder. Därför kunde vi öka vår kapacitet med kort varsel. Projektet att flytta tillverkningsenheten av vissa blandningar till Asien inleddes i juni, och till en början var jag mycket optimistisk. Men efter hand blev det allt tydligare hur stor omfattning det handlade om – sett till den totala volymen, antalet artiklar som skulle produceras och gällande leveransplan. Jag insåg att det skulle bli en stor utmaning. Vi var tvungna att öka produktionskapaciteten från 1 500 ton till 2 000 ton per månad – i princip över en natt.

LÖSNING

Saitama anställde en ny operatör och ytterligare en på visstidskontrakt.

– Vi utökade dessutom vår normala åttatimmarsdag med två extra timmar, säger Atsushi. Men precis när vi började producera specialblandningar för Taiwan och Sydostasien gick den inhemska efterfrågan överraskande upp med 20 procent. Så det var bara att offra veckosluten. Japansk lag begränsar mängden övertid för en anställd, så vi bad blandningsstationen i Busan i Korea att hjälpa oss.

MERVÄRDE

– Våra interna samtal och diskussioner var avgörande för att hitta en lösning på problemet och se vilka möjligheter vi hade inom koncernen. Det nära samarbetet mellan Sverige, Korea och Japan gick enastående bra. Alla inblandade var väldigt öppna och fokuserade på hur man skulle kunna lösa eventuella problem.

NAMN: Atsushi Katsumata.
BEFATTNING: Biträdande anläggningschef, Saitama-anläggningen, Japan.
ÅLDER: 48.
HEMORT: Fukaya.
FAMILJ: Gift.
INTRESSEN: Fiske (hemlig talang: whiskyexpert).

More Höganäs Utveckling pågår

Förra året presenterade vi vår ledningsfilosofi, More Höganäs. För att uttrycka det enkelt: More Höganäs handlar om vår vision, våra värderingar och våra principer – och ska vara en guide som hjälper oss att fatta beslut i vårt dagliga arbete.

Målet är att tillsammans skapa ett hållbart Höganäs där alla trivs och utvecklas – samtidigt som vår metallpulverteknik bidrar till ett hållbart samhälle.

Nu när More Höganäs har lanserats i organisationen och blivit en del av vår vardag är det rätt tillfälle att ta tempen och kolla hur arbetet fortskrider. I den här utgåvan av Hotspot besöker vi några anläggningar runt om i världen för att se hur långt vi har kommit.

ILLUSTRATION: IDA BROGREN





Vår nye VD om More Höganäs och vägen framåt

Den 1 oktober tog Fredrik Emilson över som Höganäs VD och koncernchef. Hotspot frågade vad han tycker om More Höganäs, varför det är viktigt för honom och hur han ser på den vidare utvecklingen.

TEXT: GÖRREL ESPELUND
FOTO: ANDERS ANDERSSON

FREDRIK: – För mig är More Höganäs en rörelse mot större gemenskap och öppenhet. Jag vill sammanfatta det lite som: "One team, one dream", ett team, en dröm.

För att nå framgång är det viktigt att vi delar värderingar och synsätt för hur bolaget ska ledas och utvecklas. Vi ska ha gemensamma mål och visioner, men det gäller att alla medarbetare känner sig delaktiga och att vi inom ledningsgruppen är lyhörda och lyssnar.

VARFÖR ÄR MORE HÖGANÄS VIKTIGT?

– Samsyn och öppenhet är två grundstenar i ett framgångsrikt företag och More Höganäs hjälper oss att nå dit. Men, det är viktigt att vi fångar upp den kraft och kompetens som redan finns inom bolaget. I förändringens tid är det lätt att glömma bort att ta vara på det man har.

VAD INNEBÄR DET I REALITETEN?

– Att More Höganäs i slutändan måste resultera

i något som är konkret. Om det gäller vårt sätt att jobba eller vårt sätt att agera i ett större perspektiv så ska det ge något nytt, stödja vår ambition att framtidssäkra verksamheten och se till att vi är sunda – som individer, som team och som företag.

VILKA ÄR DE STÖRSTA UTMANINGARNA?

– Detta är en förändring och förändringar är aldrig enkla. Det är viktigt att vi tar ner detta på ett konkret plan så att alla kan se fördelarna med More Höganäs.

HUR NÄRA MÅLET ÄR VI IDAG?

– Jag tror de flesta medarbetare är fullt medvetna om våra värderingar och intressenter, liksom vår vision och vår ambition att integrera hållbarhet i allt vi gör. Men vi måste göra det till en naturlig del av vardagen. Först då har vi nått ända fram.

Jag ser stor potential, men vi måste vara uthålliga och inte bara förvänta oss att någon annan tar initiativet för nästa steg, utan driva

på själv. Av egenintresse och nyfikenhet. Vi har gjort en attitydundersökning för att se reaktionen på More Höganäs och vad medarbetarna tycker. Vi kommer snart att rapportera om resultatet.

VAD VILL DU LYFTA INOM MORE HÖGANÄS I DITT LEDARSKAP?

– Tydlighet, öppenhet och att våga ifrågasätta – det är tre viktiga aspekter för mig. Jag vill satsa mycket på införandet, förverkligandet av More Höganäs. Framför allt hoppas jag att alla medarbetare snart ska börja känna att deras insatser i More Höganäs ger resultat.

Något jag tagit intryck av och gillar mycket är att vi alla är ledare. I det ligger också ambitionen att alla tar ett större ansvar än det som omedelbart förväntas, men också att man har ett eget driv i det man gör. Att man vill åstadkomma något och förbättra sina resultat för att själv kunna känna tillfredsställelse när man gjort något bra.



NEDMONTERING:

PM-potentialen i personbilar

Höganäs vision är att "inspirera industrin att göra mer med mindre". För att kunna inspirera kunder måste vi först veta exakt var PM kan användas i bilar. Ett projekt har undersökt just den saken.

TEXT: ANDREAS KARLSSON FOTO: PATRIK OLSSON/ANDY GALVEZ ILLUSTRATION: IDA BROGREN



TPMC-projektet avslöjade hur mycket PM som faktiskt används i tre typiska bilar.

En fullständig isärtagning av tre personbilar har lett till nya insikter om hur och till vad PM kan användas i fordonsindustrin – i dag och i framtiden. Höganäs lanserar ett digitalt verktyg som visar resultaten.

De tre bilarna som använts i projektet Total PM Car (TPMC), en Passat, en Toyota och en Ford, representerar den europeiska, den asiatiska respektive den amerikanska bilmarknaden. Samtidigt står de för olika aktuella tekniker och produktionsmodeller, berättar projektledare Anders Flodin, Automotive.

– **VI VILLE** veta hur mycket PM det finns i dagens bilar, i vilka komponenter och om det finns möjlighet att använda PM i flera komponenter, säger Anders. Dessutom ville vi veta om man i vissa fall aktivt väljer bort PM och i så fall varför. Med andra ord: behöver PM-industrin utvecklas på något särskilt område för att ta en större del av kakan?

Anders säger att en fullständig isärtagning av bilarna även innebär att man inte bara

slaktar motor och växellåda, vilket har varit de traditionella områdena för PM, utan att man även tittar på helt andra delar av bilen och deras eventuella potential ur ett PM-perspektiv.

SAMMANTAGET HAR TPMC så här långt gett en god överblick över bilindustrins förutsättningar när det gäller PM, och projektet har gett flera intressanta – och överraskande – insikter.

– Toyotan och Passaten innehöll nästan inget PM alls, långt under de nivåer som är vanliga i branschen, säger Anders. Forden innehöll däremot, som väntat, avsevärt mer PM, något som bland annat understryker kopplingen mellan amerikanska lastbils- och SUV-tillverkare och PM-industrin i USA.

För att illustrera projektet och visa på fördelarna med PM har man bland annat valt att fokusera på några intressanta teknikområden: automatväxellådor, kamaxlar och vevaxlar – med ambitionen att förbättra komponenterna och göra dem billigare med PM-teknik.

– Enkelt uttryckt: Vi har idéer om hur vi kan

göra dem billigare med bibehållen hållfasthet och prestanda, och vi kommer att bevisa detta genom att montera PM-komponenter i bilar som vi kan visa upp, säger Anders.

För att åskådliggöra resultaten från TPMC pågår också arbetet med att ta fram ett webbaserat verktyg. Julia Persson, Global Marketing, berättar att det digitala verktyget ska göra det möjligt att klicka runt bland olika teknikområden, delar och komponenter för mer information om hur PM skulle kunna användas i fordon.

– **VI PLANERAR** att lansera det digitala verktyget tillsammans med en ny webbplats i december säger hon. Tanken är att marknadsföra PM:s möjligheter och fördelar, och därigenom trigga nya utvecklingsprojekt.

Hon berättar att det parallellt pågår förberedelser för omfattande marknadsföring via sociala medier, som Facebook och LinkedIn.

– Det är en resa i sig och en spännande process eftersom det innebär att vi utforskar nya arbetssätt i hur vi marknadsför oss.



Christopher Malec sköter om ett motionsspår.



Matcentralen där Courtney Forry och Heather Maxwell hjälper till.



Chris Burtner ställer upp för scouterna.



Heather Maxwell, i mitten, hjälper till.



Christopher Burtner

Christopher Malec

Heather Maxwell

Courtney Forry

"Medarbetarna vill hjälpa till i lokalsamhället"

Höganäs anställda i USA får nu möjlighet att arbeta för sitt lokalsamhälle – och samtidigt få lön! Programmet kallas Voluntary Time Off (VTO).

TEXT: ANDREAS KARLSSON FOTO: MICHAEL KARCHER, HÖGANÄS

Jag ansökte inom en timme efter att ha läst om VTO-erbjudandet, säger Chris Burtner, inköp. Jag har arbetat ideellt inom scoutrörelsen i mer än 20 år, så det här var perfekt för mig. Tidigare fick jag ta ut semester för den här verksamheten, vilket kostade mig tid som jag kunde ha tillbringat med min familj.

Chris utnyttjade alla de 20 timmarna av betald ledighet under en lägervecka med scouterna, och är tacksam för möjligheten. Han tycker att programmet inte bara lämpar sig för personer som redan arbetar ideellt, som han, utan även för dem som ännu inte har hittat en verksamhet de brinner för.

– **DET SMARTA** med programmet är att medarbetare, som inte har varit engagerade

i frivilligarbete tidigare, nu letar efter något att göra, säger Chris. VTO visar helt klart att många är på jakt efter något de kan hjälpa till med i samhället.

– Programmet inleddes den 1 juli i år och blev mycket uppskattat redan från början, säger Heather Maxwell, HR, som administrerar VTO, och som också har deltagit i programmet. Tanken föddes ur en önskan att få bidra till lokalsamhället, samtidigt som vi hjälper och uppmuntrar våra medarbetare att arbeta ideellt. På så sätt anknyter det perfekt till våra värderingar. Det är givande för medarbetarna, och de kan känna stolthet över att arbeta för Höganäs.

PROGRAMMET HAR OCKSÅ blivit mycket väl mottaget utanför företaget. Flera frivilligorganisationer har frågat om det finns någon hos Höganäs som är villig att ge ett handtag.

Detta har lett till flera goda kontakter mellan medarbetare som vill arbeta ideellt och olika lokala organisationer.

Heather har hjälpt till på den lokala matcentralen och tillsammans med sex kollegor underhåller hon ett motionsspår.

– **DET FINNS** en positiv bieffekt i form av samarbete, säger hon. Anställda från olika avdelningar, som kanske inte kände varandra tidigare, har arbetat tillsammans i samma projekt. Ibland har det handlat om tungt fysiskt arbete, som med motionsspåret, och då lär vi oss verkligen att arbeta som ett lag.

Heather tror att VTO-programmet fortsätter att växa under de närmaste månaderna – inte minst som julen närmar sig.

– Intresset växer. Allt fler människor inser hur mycket det ger att arbeta ideellt, säger hon.



More Höganäs genomsyras av en önskan att skapa ett hållbart samhälle. Vi anser att hållbar utveckling är det enda alternativet – både för oss som företag och för planeten. Här är två bra exempel.



Avfall blir som nytt

TEXT: ANDREAS KARLSSON
FOTO: JOE APPEL

HELA HÖGANÄS PRODUKTIONSKEDJA i Niagara Falls kännetecknas av återanvändning och hållbarhet. Glödska är från början en restprodukt. Detsamma gäller vätgas som uppstår i en annan process och som kan användas för att raffinera glödska. Den processen avger i sin tur vatten, vilket återanvänds som kylvatten.

– Glödska innehåller cirka 28 procent syre. När vi låter materialet passera våra ugnar reagerar syret med vätgas och bildar ungefär en liter vatten per kilo järn som vi tillverkar. Vattnet samlas upp och återanvänds i vårt kyltorn, säger Dan Johnson, anläggningschef.

ATT ÅTERANVÄNDA PROCESSVATTEN sparar inga större kostnader, men viktigare är att det ingår i Höganäs åtagande att driva hållbara produktionsprocesser – inte bara med ett minimum av avfall, utan också med minimal användning av naturresurser.

– Alternativet skulle ha varit att använda stadsvatten i kylsystemet. Istället producerar vi cirka 2 300 liter vatten per dag i vår egen process. Det minskar uttaget från lokala floder och sjöar, säger Dan.

Marc Bernosky, teamledare i Niagara Falls, är särskilt engagerad i hållbarhetssidan av produktionen.

– Det finns många gamla industrier här i trakterna, där hållbarhet sällan har stått i främsta rummet. Men intresset för hållbarhet ökar och det känns gott att vara en del av en bra process, som vår, säger han.

HOTSPOT 3 • 17



Elbilar vässar hållbarheten hos Höganäs i Kina

TEXT: GÖRREL ESPELUND
FOTO: FLAVIA JIN



– **PROGRAMMET FÖDDES** ur ett konkret behov, och på begäran av flera anställda, säger Flavia Jin, Höganäs i Kina. I Shanghai är det mycket svårt att hitta en parkering, men med e-bilen behöver man inte oroa dig för den saken.

E-biltjänsten, med fyra e-bilar som står till alla anställdas förfogande, inleddes i somras och ligger i linje med Höganäs vision om ett hållbart samhälle.

– I Kina är luftföroreningar ett akut problem och människor blir allt mer medvetna om det, säger Flavia. E-bilar är bra för miljön och de är mycket uppskattade. Bilarna är små och bekväma, och de kan parkeras vid särskilda stationer i staden för att laddas utan kostnad.

MAN BOKAR BILARNA via internet eller en app. Tjänsteleverantören ser till att det finns en bil på rätt plats vid rätt tid.

Säljaren Justin Si är en av medarbetarna som utnyttjar den nya tjänsten.

– Oftast cyklar jag till och från jobbet, men när det regnar tar jag en e-bil, säger han. Jättepraktiskt – ett miljövänligt sätt att resa som är billigare än taxi. Om jag använder tjänsten på morgonen kommer jag tidigare till kontoret, så e-bilen sparar mycket tid. Ibland använder jag e-bilen för att åka in till stan för jobbet – om det inte finns några lediga företagsbilar.



Joachim Svensson, David Petersson och Johan Walther i utlastningen. Målet är att nå noll klagomål och noll arbetsskador till år 2020.

Nöjdare kunder tack vare "rätt från mig"

Höganäs principer definierar hur vi tänker och leder oss i arbetet. I Sverige har principen "rätt från mig" kraftigt minskat mängden reklamationer.

TEXT: GÖRREL ESPELUND FOTO: ANDERS ANDERSSON

För tre år sedan hade utlastningen 41 reklamationer på ett år. Något behövde förändras. Nya rutiner och arbetstider har införts – och reklamationerna har minskat med tre fjärdedelar.

För att dra igång förändringsarbetet bildades en arbetsgrupp med uppgift att ta fram en strategi för hur man bygger en attraktiv arbetsplats där kvalitet – inte kvantitet – står i centrum. Avdelningens medarbetare bjöds också in till en workshop för att diskutera möjliga förbättringar. Målet är att nå noll reklamationer och noll arbetsskador till år 2020.

– **VI ÄR PÅ** god väg dit. 2014 hade vi 41 reklamationer och fem arbetsskador, säger Johan Walther, logistik. I september i år räknade vi till åtta reklamationer och noll arbetsskador under året.

En reklamation anmäls exempelvis när en kund fått fel produkt eller om en säck är trasig vid leverans.

– Varje år görs 15 000 utlastningar. Om 41 av dem reklameras är det bara en promille av totalen, men för vår kund kan det vara ödesdigert, säger Joachim Svensson, utlastningen.

Ett nytt truckdatasystem, en ny lagerbyggnad och ett nytt kontor har bidragit till den positiva trenden. Pulsmöten har införts och varje dag inventeras delar av färdigvarulagret. I januari ändrades även operatörernas arbetstider. Alla medarbetare går nu på ett rullande schema och avdelningen är bemannad mellan 06:00 och 17:00.

FÖRÄNDRINGSARBETET STARTADE före More Höganäs, men ligger i linje med filosofin.

– Vårt arbete bygger ju på principen "rätt från

mig" och med pulsmöten höjer vi insatsen en bit till, säger Johan.

Pulsmötena på färdigvarulagret hjälper till att hålla alla uppdaterade om vad som händer. Det tycker lageroperatör David Petersson är positivt.

– På mötena får vi veta vad som lastats ut dagen före, vad vi förväntas lasta ut under dagen och vad som finns på lager. Med det nya truckdatasystemet blir arbetet också betydligt säkrare. Till skillnad mot förr måste alla säckar skannas och då hamnar de alltid rätt, säger han.

Det som har varit svårast i förändringsarbetet är de nya tiderna. Förr arbetade David 07:00 till 16:00 varje dag.

– I början var det lite besvärligt med de nya tiderna men nu är det okej. En sak jag märkt är att vi alltid är klara i tid. Förr var det mycket övertid, nu kan vi gå hem när arbetstiden är slut, säger David.



Nytt team håller rätt kurs



More Höganäs Office är ett nytt team som består av Per Ljunggren och Maria Wigström. De ska hjälpa oss att genomföra Höganäs ledningsfilosofi i hela företaget.

TEXT: ANDREAS KARLSSON FOTO: ANDERS ANDERSSON

Det är ingen tillfällighet att Maria och Per har fått denna uppgift. De understryker båda sin passion för människor och förbättrade arbets-sätt, och de är övertygade om att deras olika bakgrunder är en styrka i detta sammanhang.

Per har mer än 20 års erfarenhet från olika positioner, ofta som chef, inom Höganäs. Han har arbetat med utveckling, produktion, kvalitet och säkerhet – för att nämna några områden – och anser sig ha en bra övergripande bild av både företaget och intressenternas förväntningar.

MARIA HAR SIN bakgrund inom livsmedelsjätten ICA, där hon hade ledande befattningar inom logistik, distribution och affärsutveckling. Hon har fått ett mycket positivt intryck av människorna och företaget Höganäs, och hon är stolt över att vara en del av resan som pågår.

– Alla på Höganäs har två uppgifter – att utföra och utveckla sitt arbete, säger Maria. Vår roll är att skapa rätt förutsättningar för att människor ska kunna utföra sitt dagliga

arbete till sin allra bästa förmåga. Det gör vi genom att utveckla globala standarder. Vi ska också inspirera och utmana människor, så att de kan hitta de bästa lösningarna i sina unika sammanhang. Det är viktigt att göra detta konkret för alla, så att More Höganäs verkligen stödjer varje medarbetares dagliga arbete och är en drivkraft som gör vår verksamhet hållbar.

PER OCH MARIA delar samma övertygelse om vilken som är vägen framåt.

– Just nu lyssnar vi på behov från hela organisationen, för att förstå vad vi ska fokusera på, säger Per. Ett behov som redan har tagits upp är att utveckla globala standarder, till exempel 5S, pulsmöten och förbättringsmöten. Vi bygger också ett kompetensnätverk med människor från olika delar av organisationen.

Maria tillägger: – Det här nätverket av människor hjälper oss alla att lyckas. Vi är angelägna om att träffa så många som möjligt. Vi började i september, i USA, med workshops och besök i anläggningarna. Fokus låg på nuvarande status och vägen framåt.

Mindre stress med pulstavla

Inför varje möte med Höganäs styrelse använder ledningsgruppen en pulstavla för sitt arbete. Det är ett sätt för alla inblandade att hålla sig uppdaterade.

TEXT: GÖRREL ESPELUND
FOTO: ANDERS ANDERSSON

– **VI BÖRJADE** med pulsmöten förra året. Målet är att minska mängden avvikelser i det material vi skickar till styrelsen.

ANJA ALTHINI,
VD-ASSISTENT

– **PULSTAVLAN FUNGERAR** bra eftersom det är ett levande dokument, som gör det lättare att få överblick över arbetet, se vem som ansvarar för vad och hur långt vi har kommit med olika uppgifter och vad som behöver göras.

NICKLAS LÅNG,
CHEFSJURIST OCH SEKRETERARE
I STYRELSEN



– **MED PULSEMÖTEN** och tavlan har arbetet inför styrelsemöten blivit tydligare.

BENGT VERNERSON,
CONTROLLER

– **UNDER TRE** veckor före varje styrelsemöte träffas vi varje dag vid pulstavlan. Alla får samma information, så stressen minskar, vi glömmer ingenting, vi hittar avvikelser snabbare och vi håller tidplanerna bättre.

MARK BRAITHWAITE,
FINANSDirektör



HUR HAR DU UPPLEVT MORE HÖGANÄS SÅ HÄR LÅNGT?



Eugena Choi, Korea

– Vid de pulsmöten som vi startade som en del av More Höganäs delar vi med oss av våra tankar och diskuterar aktuella frågor. Till en början kände jag mig lite stressad – jag hade inget som låg nära till hands att dela. Men när jag tänkte på olika sätt att lösa problem hjälpte det mig att växa som medarbetare. Jag insåg att just jag kunde hjälpa vårt företag att lyckas och bli bättre.

Hur har du förändrats personligen?

– Jag bestämde mig för att ändra min inställning och bli mer proaktiv. Det gör det lättare för mig att leta efter rotorsaken till ett problem. Resultatet blev att jag började engagera mig mer i företaget.

Ibland fick jag söndagsångest, blev lite deprimerad och oroade mig för att gå till jobbet måndag morgon. Men efter att jag blev mer proaktiv känner jag mig oftast tryggare och bättre förberedd för den kommande veckan. Jag hoppas att vi alla kan betrakta oss själva som huvudrollsinnehavare i vårt företag, och på så sätt bli gladare och mer produktiva på jobbet.



Fernando Torres, Brasilien

– Jag har jobbat på Höganäs i fem år nu, och på senare tid har jag märkt att en del små förändringar har blivit stora omvälvningar. Vårt dagliga sätt att arbeta har förbättrats, särskilt när det gäller säkerhet och arbetsförhållanden, och samma kan sägas om vår samverkan med interna servicefunktioner som vi är kunder till.

Hur har din dagliga verksamhet förändrats?

– Jag upplever det som att vi är mycket mer öppna för dialog och att vi nu uppmanas att ställa frågor och prata om det vi gör. Nu förstår vi bättre vilken roll vi spelar i det stora sammanhanget, vilka resultat som förväntas av oss och varför. Det ger oss större förståelse för vårt arbete.

Vi har haft dagliga pulsmöten för att följa upp produktionen och vi får information om vad som händer i hela företaget. Det har hjälpt oss att arbeta med förbättringar – och nu kan vi samverka effektivt med andra avdelningar, inte bara inom vårt eget team som vi brukade.



Christophe Delaunoy, Belgien

– Det har blivit många förändringar här, eftersom vi försöker utveckla och införa värderingarna i vår verksamhet. Vi har haft möten och utbildningar för våra medarbetare kring dem. Genom att investera i ny utrustning har vår gasförbrukning minskat med tio procent. Vi har ändrat arbetsmetoderna, vilket har minskat elenergiförbrukningen med mellan en och två procent.

När det gäller kundnöjdhet deltar vi i fler diskussioner direkt med kunderna så att vi kan utveckla produkter som bättre uppfyller deras behov och exakta produktspecifikationer.

Har du sett några nackdelar?

– Nej, jag ser inga nackdelar med More Höganäs – bara fördelar. Förbättrad hållbarhet är bra för miljö och samhälle. Kundnöjdhet är uppenbart bra för företaget, för att bygga ömsesidig respekt och för att förbättra kommunikationen. Jag har aldrig träffat någon som vill ha mindre respekt och kommunikation!



Sachin Hulawale, Indien

– Jag känner mig motiverad i mitt dagliga arbete. Det har gett oss bättre fokus och en karta över hur vi bör agera. Genom pulsmötena och andra återkommande aktiviteter kan alla bidra, oberoende av vilka uppgifter de har inom företaget. Vi försöker alla lösa problem – både stora och små – genom ständiga förbättringar och kaizen-initiativ.

More Höganäs är i grunden en ledningsfilosofi. Jag tror att vi med gemensamma värderingar och principer och en gemensam vision kring ledarskap inte bara kan skapa ett starkare företag utan även en arbetsplats där vi alla känner oss uppmärksammade och ser vår potential att växa och utvecklas.

Hur har More Höganäs påverkat dina kollegor?

– Det har gett oss en gemensam förståelse för vad vi gör, varför vi gör det och hur vi gör det. Detta har inverkat positivt på människors attityder och gjort oss mer självsäkra.

Totalt sett har More Höganäs gjort Höganäs till en ännu bättre arbetsplats och gjort vårt arbete mer meningsfullt.

Möt Margaretha – vår kvinna i Indonesien

TEXT: ANDREAS KARLSSON FOTO: ANDERS ANDERSSON



Sedan i augusti har Höganäs för första gången ett permanent kontor i Jakarta, Indonesien. Här hittar vi vår nya försäljnings- och kundchef Margaretha Kho, som ska utveckla Höganäs verksamhet på denna expansiva marknad.



Ola Litström: "Indonesien är en komplicerad marknad."

NAMN: Margaretha Kho.
TITEL: Försäljnings- och kundchef, Indonesien.
ÅLDER: 33.
FAMILJ: Inte än.
INTRESSEN: Film och aerobics.

Höganäs är ett spännande företag med en lång historia och massor av erfarenhet. Och Indonesien är ett spännande land med bred industriverksamhet där vi kan utveckla samarbeten av olika slag. Jag ser mycket fram emot att vara Höganäs länk till den lokala marknaden, säger Margaretha.

DEN INDONESIAISKA MARKNADEN är långt ifrån ny för Höganäs, men har länge varit begränsad i antal produkter. Tonvikten har legat på järnpulver för svetselektroder. De senaste fem åren har dock gett en förskjutning mot andra produkter och applikationer – och en stadig volymökning.

Det beror på att många av Höganäs PM-kunder – främst japanska underleverantörer till bilindustrin – etablerar fabriker i Indonesien. Detta är en följd av att företag som Toyota, Mitsubishi och Honda har investerat tungt i landet. Indonesien är nu Höganäs näst största marknad i Sydostasien, efter Thailand.

– Tidigare har vår verksamhet i Indonesien

hanterats via en mångårig partner i Kuala Lumpur, Malaysia. Men med tanke på hur den indonesiska marknaden växer är den lösningen inte hållbar på lång sikt, säger Ola Litström, landschef för Taiwan och Sydostasien.

– För att hitta nya kunder i Indonesien måste vi ha en fast representation i landet. Det är inte något vi kan göra på distans. Vi måste ingå i och förstå den lokala kulturen och affärsklimatet, säger han.

Nyckelpersonen i det sammanhanget är Margaretha – den första Höganäsmedarbetaren som har sitt skrivbord permanent i Indonesien. Hennes huvuduppgift är, åtminstone till en början, att hitta nya affärer främst inom ytbeläggning.

MARGARETHA ÄR från början kemiingenjör. Före Höganäs ägnade hon tre år åt försäljning för Gunnebo, särskilt skydds- och säkerhetsprodukter. Dessförinnan var hon fem år hos det tyska företaget Osram och arbetade med bilbelysning.

Ola är nöjd med att ha Margaretha fast

anställd i Indonesien. Han beskriver landet som öppet och vänligt, med mycket driv och konstaterar att det är fascinerande att jämställdheten är mer utvecklad där än i vissa europeiska länder.

– **SAMTIDIGT** är det en komplicerad marknad, med en stor befolkning som är spridd över tusentals öar, säger Ola. Liksom i många snabbt utvecklande länder finns det problem som dålig infrastruktur, oklara bestämmelser, byråkrati och ett visst mått av korruption. Det krävs integritet för hantera den situationen, och därför är vi är glada att ha Margaretha i teamet.

Margaretha bekräftar bilden av sitt hemland och säger att hon känner sig trygg i att, i denna ibland utmanande miljö, kunna luta sig mot ett svenskt företag med en mycket strikt uppförandekod.

– Svenska företag har generellt ett mycket gott rykte i Indonesien och det är en utmärkt grund att bygga på när jag söker nya affärsmöjligheter för Höganäs.

Trevliga människor, varmare väder och nya möjligheter – VÄLKOMMEN TILL CARY!



Affärsområdet Environmental har öppnat ett huvudkontor med moderna FoU-anläggningar i en forskningspark i North Carolina. Fjorton anställda vid North American Höganäs packade ihop sina ägodelar och följde med flyttlasset söderut från Johnstown.

TEXT: EMILY TIPPING FOTO: S.P. MURRAY

Den 800 km långa flytten från Johnstown till Cary skapar nya möjligheter, både för Höganäs och för företagets medarbetare.

– Det var svårt att lämna mina släktingar och platsen där jag har bott nästan hela mitt liv, säger Kent Malzi, Supply Chain. Men med tanke på min karriär var beslutet enkelt.

DEN NYA ANLÄGGNINGEN har ett utmärkt läge i ett vetenskapligt forskningskluster. Här kan Höganäs utöka sin forskning, utveckling och försäljning av tekniker och system för vattenrening och marksanering.

Avinash Gore, chef för affärsområdet Environmental, säger att den nya byggnaden ligger mitt ute i det gröna och att hela området är

”galet vackert”.

I Cary är det billigare att leva och det är nära till Raleigh-Durham International Airport.



Kent Malzi

Det finns också möjlighet att samarbeta med forskare vid Duke University i North Carolina och läkemedels- och kemikalieindustrin i regionen.

Avinash berättar att två kundföretag och ett av det federala miljödepartementets (EPA) största laboratorier ligger i närheten, samt att det finns stor tillgång till kvalificerad arbetskraft. Sju personer har anställts sedan flytten, och ytterligare sex tjänster inom försäljning och teknik är på väg att fyllas.

Företaget räknar med att anställa ytterligare 100 personer och har mer än dubbla labbytan jämfört med Johnstown.

SJU LABORATORIER SKA byggas och det blir möjligt att utvidga forskningen inom områden som marksanering och desinfektion. Detta kräver specialistlaboratorier som inte hade varit möjliga att etablera i Johnstown.

Det praktiska arbetet kring flytten var omfattande: Känslig utrustning skulle demonteras, packas och återinstalleras, samtidigt som medarbetarna måste hålla den dagliga verksamheten igång och hantera sina egna familjers flyttbestyr.

Kent säger att den fysiska processen att flytta gick smidigare än väntat och han är glad



att det gick så snabbt att sälja familjens hus i Johnstown.

– Mina föräldrar har varit här två gånger sedan flytten och andra släktingar och vänner är på ingående. Vi håller det lokala pensionatet fullbokat genom hela oktober, skrattar han.

YU YANG, SOM är ingenjör inom produktutveckling, hittade en ny lägenhet med lite hjälp från Höganäs. Att flytta till det välkända forskningsklustret kan betyda en stor förändring för honom. Hans fru, deras åtta månader gamla son, och hans svärföräldrar bor kvar i Boston.



Yu Yang

– Utan våra föräldrars hjälp skulle det vara mycket svårare att ta hand om barnet, säger Yang.

Hans fru bodde i Boston och arbetade som läkemedelsstatistiker medan han var i Johnstown, men de många bioteknikföretagen i Raleigh-området gör det mer realistiskt att hon kan flytta efter. Till dess är det i alla fall en lättnad för Yang att ha närmare till flygplatsen för hans regelbundna resor till Boston.

Anthony Gallina, ingenjör inom processutveckling, är ytterligare en infödd från Johnstown som säger att flyttbeslutet var svårt familjemässigt, men självklart sett till jobbet. Han beskriver labbet i Cary som "fantastiskt".



Anthony Gallina

Kent, Anthony och Yang är alla överens om att de möjligheter som erbjuds i ett samhälle med mer än 500 000 personer är helt andra än i Johnstown, med en befolkning på cirka 20 000.

AFFÄRSOMRÅDET ENVIRONMENTAL

- Det nya huvudkontoret för affärsområdet Environmental är en byggnad på 2 800 kvadratmeter som fördelas mellan kontor och logistik, medan 1 100 kvadrat används för laboratorier.
- Labbutrustningen transporterades från Johnstown till Cary i september och den nya anläggningen invigdes i början av oktober.
- Ett kluster av universitet nära den nya adressen gör det enkelt att hitta och anställa kvalificerade miljö- och processingenjörer.
- I Cary är skattetrycket lägre, det är billigare att leva och vädret är varmare än i Johnstown.



Carolyn Somerville, produktutveckling

HUR VAR FLYTTEN?

– Det var spännande och otäckt samtidigt. Jag står mina släktingar mycket nära och det var svårt att lämna dem. Men jag tycker verkligen om att arbeta inom Höganäs och det här nya stället verkar bra på alla sätt! Att flytta till North Carolina var förmodligen ett av de bästa besluten jag har fattat.

VILKA ÄR DINA FÖRSTA INTRYCK AV OMRÅDET?



Carolyn Somerville

– Bland det första man känner här är att området utvecklas intensivt. Det finns en massa industriföretag i trakten som växer snabbt, så det här är en idealisk plats för oss att vara på. Och så är trafiksituationen inte så eländig som jag väntade mig! Jag var orolig för den eftersom jag kommer från en liten ort. Dessutom har alla som jag har mött hittills varit fantastiskt trevliga och hjälpsamma.

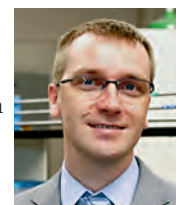
VAD SER DU MEST AV ALLT FRAM EMOT?

– Jag gläder mig åt att kunna bygga nya yrkesrelationer, både med nya arbetskamrater inom Höganäs och med nya och potentiella partner. Varje enskild person har sina egna arbets- och livserfarenheter – det finns så mycket vi kan lära av varandra. Personligen är jag nöjd med det varmare vädret, för jag älskar att vara utomhus.

Kyle Unger, Processutveckling

HUR VAR FLYTTEN?

– Det var som med alla flyttar – lite stress blir det. Att säga adjö till vänner och släktingar, och till jobbarkompisar – det var nog det svåraste. Men de starka banden vårt team har och stödet från företaget gjorde flytten till Cary så smidig den kunde bli.



Kyle Unger

VILKA ÄR DINA FÖRSTA INTRYCK AV OMRÅDET?

– Jag visste redan att detta är en av de snabbast växande regionerna i landet – nu ser jag det med egna ögon. Jag har sällan träffat så snälla och vänliga människor som här. Man blir mottagen som en kär gammal vän, och ingen verkar tröttna på att ta sig tid för att hjälpa till.

VAD SER DU MEST AV ALLT FRAM EMOT?

– Möjligheten att starta från grunden inom ett nytt affärsområde och bidra till dess tillväxt har naturligtvis en enorm lockelse. Att det sedan finns flera universitet inom en radie av några mil lovar gott för min fortbildning. Och rent personligen ser jag fram emot att aldrig mera behöva skotta snö! Vädret här är något helt fantastiskt.



Maki Wada kommer till jobbet och kollar e-postlådan och dagens produktionsplan.



Deltar i ett pulsmöte som leds av Tomioka-san och diskuterar med kollegorna Sugiyama-san, Sato-san och Haga-san.

”Jag är stolt över det jag gör”

» Maki Wada började som labbassistent på Höganäs 2010. Idag ingår hon i teamet som jobbar med produktionsplanering och utlastning på Saitama-anläggningen i Japan.

TEXT: GÖRREL ESPELUND FOTON: JUN TAKAGI

– **EN VÄN** till mig, Miyuki Jinbo, introducerade mig, säger Maki. Hon arbetade på företaget och vi hade barn på samma dagis. Hon visste att det behövdes en ny labbassistent.

Maki och Miyuki blev ett team, med olika befattningar i labbet och kontoret.

– Jag hade aldrig jobbat i ett labb före Höganäs. Jag fick all min utbildning internt. Det var fantastiskt att komma tillbaka till industrin igen efter flera år som hemmafru, säger hon.

FÖR TRE ÅR sedan övergick Maki till produktionsplanering och utlastning.

– Jag började som assistent och är nu produktionsplanerare. Jag ansvarar för att allt råmaterial kommer fram i tid, så att produktionen kan flyta på. Det kan vara lite av ett pussel,

men arbetet är väldigt givande och jag känner mig uppskattad av mina kollegor.

JÄRNPULVRET kommer från Sverige och tillsatserna köps både lokalt och från Sverige. Sedan anläggningen började producera blandningar för Taiwan och Sydostasien i juni, har produktionen ökat betydligt.

– I början fick vi arbeta väldigt hårt. Det var många nya recept och vi hade inte allt det råmaterial vi behövde. Vi var tvungna att producera dessa nya blandningar med extremt kort ledtid.

– Men trots all övertid som behövdes då gillar jag verkligen mitt arbete. Jag är en positiv person och jag är stolt över det jag gör. Jag hoppas att bli allt bättre på mitt arbete och att kunna lyfta lagandan, säger Maki.



Lunchpaus med Jinbo-san.



Övervakar och kontrollerar dagens sista leverans med Kondo-san.



Kontrollerar ett analyscertifikat i labbet med Suzuki-san.



Maki skyndar sig ut till lagret för att kontrollera inkommande material med Shimada-san.



Möte på kontoret med Katsumata-san och Jinbo-san, om beslut som måste prioriteras för att hantera de snäva produktionsplanerna.



Kort möte i kontrollrummet med Tada-san, för att säkerställa att dagens mixproduktion löper friktionsfritt.



Så här dags ska arbetsdagen egentligen sluta, men på grund av den ökande exporten till andra asiatiska marknader behövs det ofta övertid.

Om Maki Wada:

Ålder: 44.
Hemort: Fukaya.
Familj: Gift, två döttrar (18 och 16 år) samt en son (14 år). Jag har också mina farföräldrar i hushållet.

Intressen: Matlagning, testa nya recept, dricka öl med vänner över veckoslutet.

Antal år på Höganäs: Sju.

3

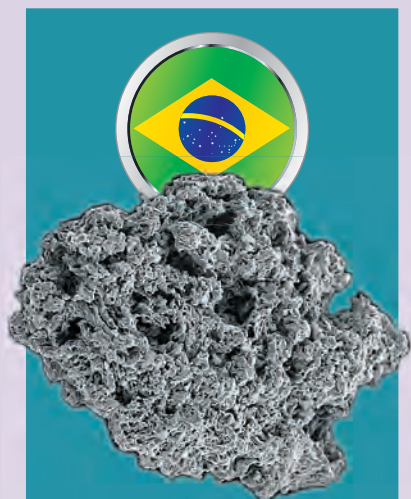
saker jag gillar med mitt jobb:

- » Mina varierande arbetsuppgifter.
- » Känslan av tillfredsställelse när jag skickar iväg material säkert och problemfritt.
- » Teamet som jag jobbar med.

Global Operations satsar på framtiden

Global Operations bildades för mindre än ett år sedan, som en del av Höganäs strategi för framtiden. I september samlades globala representanter från bland annat produktion, försörjningskedja och global teknik i Malmö för att diskutera strategier, intern lansering och samarbete i närmare detalj.

– Vi kommer inte runt att vi är totalt beroende av varandra, så det är viktigt att alla delar av urverket samverkar friktionsfritt, säger Magnus Grönborg, chef för Global Operations och dess 1 200 anställda. Genom lagarbete och öppenhet kan vi lyfta varandra, vilket gör Höganäs konkurrenskraftigare.



BRASILLEN: FÖRSTA AFFÄREN med Cleanit® EC

Kullagertillverkaren SKF i Brasilien blev första kund att köpa Cleanit® EC för rening av industriellt avfallsvatten. Lösningen ska användas för att minska mängden olja, fasta partiklar och andra föroreningar i vattnet som kommer från SKF:s produktionsanläggning i utkanten av São Paulo. På så sätt ska företaget kunna uppfylla och till och med överträffa gällande miljökrav.

– Vi diskuterade med flera företag och specialister på rening, men det var bara Höganäs förslag som uppfyllde våra krav på teknik och innovation, säger Sidney Silva på SKF. Höganäs lösning hade också en ekonomisk konkurrenskraft, som blev avgörande.

Metallpulvret i Cleanit EC tillverkas genom att metall återvinns i en process som drivs av förnybar vattenkraft från Niagarafallen. Vattenreningsprocessen ger upphov till ett giftigt slam.

– Vattenrening måste vara både hållbar och innovativ, och Cleanit står sig utmärkt i det avseendet, säger Marcio Carvalho, Höganäs Brasilien.

Anläggningen ska tas i drift i slutet av 2017.

3

frågor till Niclas Martell, som tog över ansvaret för Global Marketing i september



Varför sökte du dig till Höganäs?

– Det var mycket som lockade mig i tjänsten. En sak var förändringsresan som är kopplad till den nya strategin, liksom behovet av en mycket engagerad central marknadsföringsfunktion. Och naturligtvis det rykte som omger Höganäs och företagets produkter. Tankesättet, attityden och kompetensen hos folket på Höganäs som jag har träffat hittills har gjort ett starkt intryck på mig.

Vilket är ditt ansvarsområde?

– Jag ska leda marknadsföringsteamet inom ett antal områden, för att utveckla, driva och stödja affärsområdena. Bland annat är det frågan om marknadsföringsstrategier, nya sätt att arbeta för att förbättra kundupplevelsen, marknads- och lanseringsplaner, marknadsanalys samt kundevent, kampanjer och marknads-kommunikation.

Vilka är dina främsta prioriteringar?

– En av dem är att utveckla och genomföra marknadsstrategier för affärsområdena. Utmaningen ligger i att skapa verkligt värde och vår ambition är att alla ska inse fördelarna med de nya arbets-sätten. Jag ser verkligen fram emot att leda marknadsföringsteamets arbete.

Automotive Americas välkomnar ny medarbetare



Fatmeh Bonanno är Automotive Americas först anställda medarbetare inom den nya organisationen.

I rollen som affärsutvecklare ska hon fokusera på att uppnå den långsiktiga tillväxt som beskrivs i företagets tioårsstrategi.

Fatmeh kommer till Höganäs

med lång erfarenhet från företag som Chrysler och American Axle & Manufacturing, vilket har gett henne ett brett kontaktnät inom bilindustrin.

Hon har en kandidatexamen i elektroteknik från University of Michigan liksom certifiering i Lean Manufacturing från Chrysler Institute.



NYTT LABB TAR FORM

I maj 2018 ska Höganäs nya laboratorium stå klart. De flesta av medarbetarna på R&D och Tech Center som arbetar med provning och analyser kommer då att kunna flytta in i nya lokaler. Byggnaden är på 1 400 kvadratmeter och två våningar hög. Den befintliga laboratoriebyggnaden,

C-labb, kommer i framtiden till största delen bestå av kontor, mötesrum och andra personalutrymmen.

I nya labbet har stor vikt lagts vid att skapa en bra arbetsmiljö med ändamålsenliga lokaler, ventilation och säker hantering av gaser och kemikalier.

Omfattande uppgradering av blandningsstation i Kina



Den stora ombyggnaden av Höganäs Kinas blandningsstation är på väg att komma igång, efter ett första spadtag i Shanghai. Byggsprojektet MS 2.0 ska göra det möjligt för Höganäs att uppfylla den stora efterfrågan på blandningar i Kina – något som kräver ökad produktions- och lagringskapacitet. Samtidigt får säkerhet, arbetsmiljö och kvalitet ett påtagligt lyft.

Byggnaden ska förbättras och optimeras för sitt ändamål, lagringskapaciteten ökas, det interna logistikflödet förbättras och hela anläggningen får en allmän uppgradering.

Höganäs räknar med att förbättringarna ska inverka positivt på försäljningen i Kina och Asien-Stillahavsområdet.

Hela projektet planeras stå klart under 2018.

EN KUND SÄGER SITT HJÄRTAS MENING OM HÖGANÄS

Fredrik Vinnerborg, som arbetar med försäljning i Östeuropa, intervjuade Artur Gevorkyan, VD för en slovakisk kund, om hans syn på Höganäs. Detta är en redigerad version. Hela texten finns på Pulse.

Hur skulle du beskriva Höganäs?

– Mycket hög teknisk nivå och fantastisk service. En utmärkt samarbetspartner för den som vill testa ny teknik. Men, som jag säger till mina tekniker, [Höganäs har] den sämsta prispolitiken av alla leverantörer. Höganäs ligger mycket högre i pris, särskilt för Distaloy®. PM-industrin är liten, så vi är väl medvetna om leverantörers prisdifferentiering mellan små och stora kunder – ibland är skillnaden tvåsiffriga procentsatser. Under sådana

omständigheter kan vi inte konkurrera med stora företag. När slutanvändare ser mina offerter säger de ofta: "Artur, du är galen!" I sådana fall måste jag hitta andra lösningar och alternativa leverantörer, i den mån det är möjligt.

Vad är Höganäs bra på?

– Kvalitet, teknisk service – service som verkligen löser våra problem – och utbildningar som seminarium och PM-skolan.

Hur skulle du beskriva Höganäs "inställning"?

– Jag ser er som mycket kundfokuserade när det gäller tekniska frågor, men inte på den kommersiella sidan. Där skjuter ni er själva i foten.

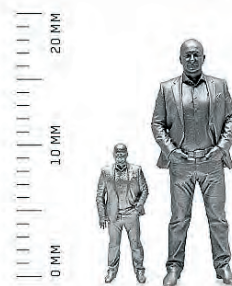
Vad har du för intryck av Höganäs material?

– De bästa som finns.

Om du vore VD för Höganäs, vad skulle du ändra på?

– Flexibiliteten. Jag skulle ge säljarna större frihet. Det har länge varit ett problem med Höganäs. När era lokala representanter inte förstår tekniska problem måste jag ta direkt kontakt med Höganäs i Sverige. Den tekniska supporten är extremt värdefull. Den avgörande faktorn för att vinna ett kontrakt är att lösa kundens problem. Då kan vi tjäna pengar tillsammans genom att framgångsrikt driva nya projekt.

DIGITAL METAL blir eget varumärke och söker investeringar



DIGITAL METAL® HAR lanserat en ny och bättre version av sin 3D-skrivare, kallad DMP 2500. Digital Metal har i fyra år tillverkat små och högkvalitativa komponenter mot kundorder med hjälp av 3D-utskrift. Produktionen sker i Höganäs, men nu ska man även börja sälja själva 3D-skrivaren.

Med den nya affärsstrategin "Skapa efterfrågan på metallpulver" jagar Höganäs nu aktivt investeringspartner till i Digital Metal, med erfarenhet av att tillverka, sälja och underhålla maskiner. En sådan partner skulle kunna bredda och globalisera utbudet, och möta den växande efterfrågan på additiv teknik.

Ett steg i den riktningen är att göra Digital Metal till ett eget varumärke och marknadsföra det. I september sjösattes en omfattande PR-kampanj med ny grafisk profil, ny webbplats (www.digitalmetal.tech), kundfilmer och mycket annat.

– Digital Metals verksamhet har fördubblats varje år sedan starten, säger Ralf Carlström, chef för Digital Metal. Ändå har vi bara skrapat på ytan sett till den potential som tekniken erbjuder formgivare och konstruktörer. Genom att marknadsföra utrustningen hoppas vi att efterfrågan ska öka också på metallpulver för additiv tillverkning.

Tekniken kan appliceras inom de mest skilda branscher som använder små och komplexa komponenter, till exempel bilindustri, dental teknik, medicinteknik, flyg och lyxmode.

Höganäs erbjuderande med metallpulver för additiv tillverkning finns kvar på hoganäs.com.



Lite bor gör stor skillnad

W100B är ett högkvalitativt borhaltigt järnpulver från Höganäs för svetsrörtråd. Boret ger svetsfogar med hög seghet – även vid låga temperaturer.

TEXT: ULF WIMAN FOTO: HÖGANÄS, RF123

Rörtråd för svetsning (se faktarutan) har blivit allt vanligare under de senaste två decennierna. Tekniken tar marknadsandelar från både traditionella stavelektroder och massiv svetsrörtråd. Den kombinerar det bästa av produktivitet och svetsegenskaper från dessa metoder.

Höganäs järnpulver W100B innehåller 1 procent bor – ett mikrolegeringselement som förbättrar de mekaniska svetsegenskaperna hos rörtråd. Främsta fördelen för kunden är svetsfogar med hög seghet – även vid låga temperaturer.

– **I APPLIKATIONER** som fartygsbyggnad och offshorekonstruktion

måste svetsfogarna klara svåra vibrationer och böjningar, och då är hög seghet avgörande, säger Thomas Luckmeier, Welding.

FYLLNINGEN I RÖRTRÅDEN, fluxen, påverkar både elektrodproduktivitet och kvalitet. Alla tillverkare har sina egna hemliga recept, ofta baserade på lokala råvaror. I rörtråden utgör fluxen i allmänhet 18–20 procent av den totala vikten. Resten är den omgivande stålmanteln.

– W100B är en av cirka tio ingredienser – ungefär 2 procent av fluxen och mindre än 0,5 procent av den färdiga rörtrådens totala vikt, säger Thomas. Den lilla mängden bor kan låta försumbar,

men gör stor skillnad.

För att fördelarna ska kunna utnyttjas måste även titan tillsättas i fluxen – de båda metallerna kompletterar varandra. Vissa tillverkare föredrar fortfarande att själva tillsätta standardmässigt ferrobor till fluxen. En jämn fördelning av bor i tråden är emellertid avgörande för att få stabila mekaniska egenskaper. Borhalten i den färdiga svetsfogen ska helst inte överstiga 40–50 ppm (parts per million), så marginalerna är extremt små.

– **W100B ERBJUDER** en jämnt fördelad borhalt i fluxen, och det betyder en stabil borhalt även i den färdiga rörtråden, avslutar Thomas.

I KORTHET: TILLVERKNING AV RÖRTRÅD FÖR SVETSNING

PULVER: järnsvamp för svetsapplikationer.

JÄRNSVAMPKVALITET: W100B med 1 procent bor.

SLUTPRODUKT: rörtråd för svetsning

HUVUDSAKLIGA KUND-APPLIKATIONER: tung konstruktion, som fartygsbyggnation, offshore, havsbaserad vindkraft och broar.

1. Kunden blandar ingredienserna till fluxen, som ferrolegeringar, mineraler, metallpulver och – när bor behövs – W100B.
2. I en kontinuerlig process valsas ett tunt stålband till U-form, i vilken fluxen sedan hålls. Valsar formar bandet till ett rör, vanligen 5 mm i diameter.
3. Röret valsas eller dras till sin slutliga diameter, vanligtvis 1,2 mm.