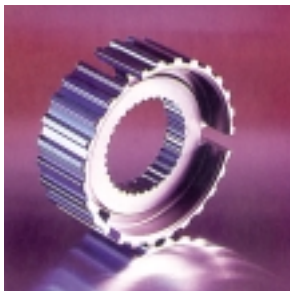




### Vår man i Charlotte

Dean S Howard är tredje generationen Howard med PM i generna. Varför Dean har sin arbetsplats i Charlotte, North Carolina, kan du läsa i "Min dag på jobbet".

– sidan 3 –



### Forskning i fokus

Höganäs har under årens lopp utvecklat ett stort nätverk med universitet, tekniska högskolor samt forskningsinstitut. Nätverket benämns Höganäs R&D Ring.

– sidan 8 –



### Direktförsäljer till 40 marknader

Bildens sex personer är organiserade som ett litet dotterbolag och säljer Höganäsprodukter till 40 länder. Ändå tillhör de en av koncernens anonymaste organisationer.

– sista sidan –

## Stora framgångar för Höganäs Italia



*Höganäs dotterbolag, Höganäs Italia, har en stark ställning på den italienska marknaden, men det saknas inte tuff konkurrens. Dotterbolagets fem medarbetare är placerade i den vackra lilla staden Rapallo, belägen vid Genuabukten och med den massiva bergskedjan Apenninerna i ryggen.*

*Italien är en annorlunda marknad på många sätt och försäljningsdirektör Felice Ursino berättar att det behövs mycket skicklighet från medarbetarnas sida för att rätt hantera italienskt temperament och fantasirikedom hos kunderna.*

– sidorna 6 och 7 –

Höganäs informationssäkerhet 2

Vad är syreabsorbenter? 10


Vinnare i Krysset 11

# Hur informationssäkert är Höganäs?

*Inom Höganäsgruppen hanteras dagligen stora informationsmängder av mer eller mindre känslig natur. Företagets nutida och framtida affärsverksamhet kan lätt orsakas skada om endast en ringa del av informationen kommer i orätta händer. Det har därför stor betydelse att alla medarbetare vet hur de skall hantera informationen, oavsett om det handlar om datamedia, dokument, kopiering eller brev, för att endast nämna några områden.*

Sedan en tid tillbaka finns ett regelverk för informationshanteringen inom koncernen i form av policy och riktlinjer. Det har också tagits fram speciella riktlinjer för användning av Internet och e-mailanvändning, som har blivit allt vanligare arbetsredskap i affärs- hanteringen.

– Målet med informationssäkerhetsarbetet är att Höganäs skall uppfattas som



– Målet med informationssäkerhetsarbetet är att Höganäs skall uppfattas som ett säkert företag av kunder, medarbetare och andra intressenter, säger Arne Lundin.

ett säkert företag av kunder, medarbetare och andra intressenter, säger Arne Lundin ansvarig för avdelningen Miljö/Säkerhet och fortsätter:

– Alla anställda, och det gäller även medarbetarna på dotterbolagen, kommer därför att informeras om Höganäs informationssäkerhetspolicy och de riktlinjer som gäller för hanteringen av olika former av information.

Riskerna som relateras till information har indelats i tre kategorier:

1. *Sekretess* – risken att obehöriga har möjlighet att få tillgång till känslig information.
2. *Riktighet* – risken att informationen i informationssystemen inte är korrekt eller fullständig.
3. *Tillgänglighet* – att information och befintliga system inte är tillgängliga vid behov.

För Höganäs medarbetare innebär sekretess att hålla information hemlig för att skydda företaget. Oavsett om informationen betecknas som intern eller konfi-

**All information  
skall behandlas  
konfidentiellt**

dentiell innebär detta i klartext att all information ska behandlas som konfidentiell och inte sprids till obehöriga.

Intern information är sådan som behövs för det dagliga arbetet och är riktad till medarbetare, konsulter och entreprenörer. Konfidentiell information skall ur sekretesssynpunkt endast de medarbetare ha som har ett absolut behov av sådan information för att kunna genomföra en arbetsuppgift. Konfidentiell information är ytterst känslig och om den röjs kan det betyda skada för företaget.

Konfidentiell information är exempelvis utvecklingsplaner, företagsförvärv, marknads- och konkurrentanalyser, prognoser, nya processer och produkter samt finansiell information. För ett börsnoterat (publikt) företag som Höganäs är det se-

nare viktigt i flera avseenden. Informationssäkerheten har alltså inte bara med datorer och datamedia att göra. Riktlinjerna omfattar även det som gäller kopiering och brevskrivning, hur pappersdokument skall förvaras och hur PC samt dokument skall förvaras under tjänsteresa.

## **Riktlinjer för Internet och e-mail**

– Internet är ett viktigt och effektivt redskap samt en informationskälla. Användandet av Internet innebär emellertid säkerhetsrisker som negativt kan påverka enskilda datorer, informationssystem och därmed hela företaget, säger Arne Lundin.

Höganäs har därför fastställt regler och riktlinjer som gäller användning av Internet och e-mail. Internet är uteslutande avsett för att stödja de aktiviteter som krävs för att medarbetaren skall kunna sköta sina arbetsuppgifter. Medarbetare som sänder företagskänslig information via e-post måste också följa uppsatta rutiner och riktlinjer samt för övrigt använda gott omdöme.

– Under vintern har genomförts en sårbarhetsanalys av väsentliga informationssystem, fortsätter Lundin. Analyser har skett avdelningsvis under ledning av konsult och baserats på de kunskaper som finns i de olika organisationerna.

– Ett antal olika scenarier med tänkbara hot och risker har genomgåts och förslag till åtgärder har utarbetats för respektive avdelning. Sammanställning av resultaten pågår och kommer att utmytna i ett prioriterat handlingsprogram för att förbättra informationssäkerheten inom Höganäs.

Alla medarbetare i Höganäs och Halmstad har också erhållit två timmars information om det interna regelverk som styr Höganäs informationssäkerhet. Policy och riktlinjer har även distribuerats till dotterbolag och följs upp i samband med besök från moderbolaget. □

## **Brännpunkten 1/2001**

**Höganäs AB:s personaltidning Årgång 60**

**Ansvarig utgivare: Claes Lindqvist.**

**Redaktionskommitté: Anders Andersson, Anita Björk, Sven Augustsson, Industrifacket och Nils Carlbaum, PTK.**

**Produktion: Ordspråket AB, Helsingborg. Tryckeri: Nya Stiltryck AB, Helsingborg. Copyright: Höganäs AB**

*Namn:* Dean S Howard

*Ålder:* 31 år

*Arbete:* Pyron Corporation, ansvarig för friktionsprodukter

*Familj:* Single

*Bor:* Charlotte, North Carolina

*Favoriträtt:* Älskar italienska maträtter

*Fritidsintressen:* Sport – spelar gärna basket och amerikansk fotboll. Dean har alltid joggingskorna med på resorna samt tycker även golf är roligt, men anser sig vara en dålig spelare (handicap 20)

# Min dag på jobbet

*Dean S Howard, Pyron Corp.*

*Höganäs förvärv av amerikanska Pyron Corporation förra året förändrade 31-åriga Dean Howards liv över en natt. Höganäs erbjöd Dean – ganska snabbt efter förvärvet – ett nytt jobb, nämligen att ha det globala ansvaret för Pyrons spjutspetsprodukt "friction powder". Jobbet innebär att Dean supporterar kunder och dotterbolag över hela världen när det gäller sk friktionsprodukter och dess applikationer. "Jag har fått ett drömjobb", säger Dean.*

Dean och hans arbetsuppgift är ett bra exempel på Höganäs globalisering och hur organisationen nu fokuseras mot ett globalt tänkande. Hans bakgrund är också unik för branschen. Dean är nämligen tredje generationen i familjen Howard som arbetar i PM-industrin. Tre generationer i en sådan relativt ung bransch får anses vara ganska ovanligt.

## Tre generationer

Deans farfar hade lång erfarenhet av PM när han gick i pension och han deltog också aktivt i den amerikanska PM-organisationen MPIF. Deans far arbetar i dag på ett PM-företag som är kund till Höganäs.

Född och uppvuxen i Pennsylvania och med mängder av "PM i generna" föll det sig naturligt att Dean avlade examen i marknadsföring vid Penn State University. Efter att först ha arbetat på ett sintringsföretag kom han 1996 till Pyrons marknadsavdelning i Niagara Falls.

- Charlotte är en strategiskt bra plats då kunderna är mycket utspridda. Charlotte – som är en bank- och finansstad – har en stor internationell flygplats och jag kan därför med flyg nå mina internationella kunder och Höganäs dotterbolag mycket snabbt.

## En "het" stat med "go"

- Charlotte och North Carolina tillhör nog inte de platser i USA som europeer i allmänhet känner till, fortsätter Dean. Temperaturen här kan bli ganska hög och i början av våren hade vi drygt 27 grader Celsius. Somrarna är mycket heta och inbjuder människorna från storstäderna belägna norröver att invadera kusten – the Outer Banks – under veckosluten och semestrarna. Smoky Mountains, golf och racertävlingarna i NASCAR är andra dragplåster. Orkaner drabbar ofta statens östkust.

North Carolina som deltog med Sydstaterna i amerikanska inbördeskriget

1861–1865 är annars en stat på fram-marsch. Invånarantalet som nästan motsvarar Sveriges har det senaste decenniet nästan ökat med en miljon. Nya arbetstillfällen skapas hela tiden och staten är t ex centrum för den amerikanska möbelindustrin.

Däremot är den gamla gruvindustrin i Smoky Mountain ett minne blott. Istället söker sig turisterna dit i en ständigt ökande ström för att njuta av det vackra naturscenariet.

## Friktionspulver

Vid tillverkning av bromsbeläggningar till bl a fordon, tåg och flygplan tillsätter man ofta järnpulver med speciella egenskaper. Pyron är Nordamerikas ledande tillverkare av järnpulver för sk friktionsprodukter. Den största marknaden är USA och så kommer det nog att förbli under överskådlig tid.

- USA har andra kravspecifikationer på bromsarnas livslängd än vad t ex europeiska biltillverkare har. Här är det vanligt med maximihastigheter på 50 och 70 miles/h (112 km/h, medan i Tyskland många bilar framförs i hastigheter på 200–220 km/h. Förutsättningarna är alltså helt annorlunda med två så skilda körsätt.

I Nordamerika vill bilisten ha bromsar med lång livslängd medan europeerna efterfrågar bromsar gjorda för extremt höga hastigheter och tuff körning, förklarar Dean.

- I mitt arbete ingår det att dagligen vara i kontakt med kunder och dotterbolagsrepresentanter. Det första jag gör när jag kommer till kontoret är därför att kolla om jag har några mail i min elektroniska brevlåda.

- Jag försöker besvara mailen och andra förfrågningar så professionellt och snabbt som möjligt. Pyron har erkänd god renommé när det gäller kvalitet och



Dean S Howard och hans arbetsuppgift är ett bra exempel på Höganäs globalisering och hur organisationen nu fokuseras mot ett globalt tänkande.

att leverera varor i rätt tid. Att svara snabbt är minst lika viktigt.

Dean reser mycket och han har redan "betat av" de flesta av Höganäs europeiska dotterbolag. På tur står sedan att besöka de asiatiska. Han tycker om att resa och nedpackat i bagaget finns alltid joggingkorna.

– Jag försöker alltid få tillfälle till en joggingrunda, säger Dean.

– Mina resor utanför USA medför att jag kommer i kontakt med en annan sorts mat än den jag är van vid. Det är också en spännande upplevelse som har med kultur att göra. Bäst tycker jag om italiensk mat. Jag tycker även om den svenska, även om den förefaller lite för neutral. Däremot har jag upplevt vid mina besök i Sverige att maten alltid är fräsch, något maten inte alltid är hemma i USA.

Hur upplever man då på Pyron att ha en svensk ägare?

– Alla jag pratat med på Pyron ser det som positivt att vårt företag nu ingår i Höganäsgruppen. Vi fortsätter att marknadsföra friktionprodukter under Pyrons namn. Den stora skillnaden är att vi nu har Höganäs globala säljorganisation bakom oss och tillgång till deras forskningsresurser. Bättre kan det bara inte bli.

#### Olika företagskulturer

Deans ansvarsområde medför att han arbetar med två företagskulturer i en matrixorganisation- Pyrons och Höganäs - och att han dessutom i verkligheten har två chefer. George Gillespie, VD för Pyron, samt Höganäs marknadschef Per Engdahl. Ställer detta till några problem?

– Nej, tvärtom är det berikande! Jag lär mig ständigt mycket nytt av både George och Per. De har massor av erfarenhet och lägger också ned mycket energi på att utbilda var och en de arbetar med. Deras sätt att arbeta är naturligtvis präglad av kulturella skillnader, vilket breddar min erfarenhet. Jag ser det alltså inte som något problem, snarare som något värdefullt, att få jobba i två företagskulturer.

Dean anser han fått drömjobbet och ger därför hundra procent i sitt arbete. Han är vidare tacksam för all den support han får från Höganäs.

– När det gäller mina svenska kolleger i Höganäs har jag bara beröm att ge. Visst ser vi ibland olika på saker och ting, men målen är väldefinierade och tydliga. Det finns vidare en laganda inom organisationen som imponerar på mig, avslutar Dean S Howard. □



Sten-Åke Kvist och Börje Torenäs samt Incos båda representanter John Jones och Les Renny.

## Nickelproducent utnämnd A-leverantör

*Höganäs AB har ett 30-tal s k nyckelleverantörer. I företagets inköpsstrategi ligger att samarbeta långsiktigt med dessa utvalda leverantörer och lägga ett maximalt ansvarstagande på dem. Leverantörerna har en tydlig kravspecifikation att arbeta efter och samarbetet mellan kund och leverantör bygger på förtroende och partnerskap.*

Höganäs klassificerar leverantörer enligt betygen A, B och C. Målet är att alla leverantörer slutligen ska nå A-status, men kraven är högt ställda för att nå denna utmärkelse. Med början 1993 har endast åtta nyckelleverantörer erhållit det diplom som utgör beviset för utnämningen. Senast gick utnämningen till det kanadensiska företaget Inco Ltd, som är världsledande nickelproducent och leverantör av strategisk råvara till Höganäs AB.

Samarbetet med Inco sträcker sig nästan 30 år tillbaka i tiden. Råvaran bryts i Kanada och skeppas med båt till Incos raffinaderi i Wales – Clydach Refinery.

Till Höganäs fraktas nickelprodukterna i containers.

– Höganäs köper nickelpulver och nickelpellets från Inco Europe i Wales. Nickelpulvret används till Höganäs Distaloyer och pellets är råvara i våra gasatomiserade produkter som tillverkas i Höganäs. De nickelsorter Höganäs köper av Inco har mycket högt ställda kvalitetskrav och under årens lopp har vi haft en del gemensamma projekt i syfte att utveckla den allra bästa nickelråvaran till våra produkter, säger Höganäs inköpschef Börje Torenäs.

Först att klassificeras som A-leverantör var den amerikanska koppjarproducenten OMG Americas ( f d SCM Metal Products Inc). Detta hände i maj 1993 och sedan dess har alltså ytterligare sju nyckelleverantörer erhållit betyget A. Av dessa åtta företag är tre svenska och fem utländska. Den som är intresserad att läsa mera om Inco hittar ytterligare information i *Brännpunkten nr 3 – 1997*, där företaget presenteras i två långa artiklar. □

# Uppnått miljömål!

*Höganäs fokusering på miljö tar sig uttryck på många sätt. Ett är att företagets emballage utvecklas för att kunna återvinnas. Rekonditionering av storsäckar – som är Höganäs vanligaste emballage – sparar miljön och utgör samtidigt en service åt kunden.*

När det gäller recycling av storsäckar (flex bags) har vi nu nått de ambitionsmål vi satte upp 1997, säger marknadschef Per Engdahl. Nästa steg är att även få med Japan och USA i vår säckåtervinning. I USA använder man en annan typ av förpackningar. När Höganäs nu introducerar flex bags på den nordamerikanska marknaden kom-



- EuroBagRecycling är ett expansivt företag och Höganäs är en av våra största kunder, säger VD Marcel Huijbregts.



EBR har nyligen flyttat verksamheten från staden Almere till Lelystad. Båda dessa städer ligger i Stor-Amsterdamområdet.

mer vi att marknadsföra vårt koncept och tillhandahålla recycling även där.

Det holländska företaget EuroBagRecycling BV (EBR) är Höganäs samarbetspartner i recycling-konceptet. Första kontakten med EBR togs under 1995. Två år senare, hösten 1997, startade regelbundna leveranser av rekonditionerade säckar från Almere till Höganäs.

## Målet nått efter tre år

- Redan året därpå cirkulerade omkring 15.000 storsäckar. Höganäs ambition var att 25.000 storsäckar i Europa skulle återvinnas. Våra flex bags är designade för att kunna cirkulera max fem gånger. Målet nåddes ifjol och idag cirkulerar drygt 28.000 storsäckar i Europa, vilket motsvarar drygt en tredjedel av det antal storsäckar Höganäs använder.

- Det är kundnyttan som är det primära i konceptet. Att konceptet dessutom innebär en bättre miljö är bara positivt.

- Kostnaden för att rekonditionera en säck och låta den cirkulera skiljer sig nämligen inte mycket mot kostnaden för en ny säck, men viktigt är våra kostnader för att återvinna en säck inte överstiger vad en ny kostar, fortsätter Per.

## Allt ligger i EBR:s händer

Hur går då detta kretslopp med storsäckar till? Konceptet innebär i korthet att EBR vet vilka kunder som använder flex bags. De installerar en säckbehållare hos kunden och informerar kundens personal om processen. När säckbehållaren har fyllts med tomma säckar hämtas dessa av EBR och transporteras till den nya anläggningen i Lelystad, dit EBR för ett år sedan flyttade sin verksamhet. Innersäcken som är av polyeten (materialet smälts ned och blir nya innersäckar) tas först ur, därefter kontrolleras stor-

säcken noga med avseende på fibrer, slitage och hål. Den blåses sedan upp och borstas med hjälp av roterande borstar. När säcken är helt rengjord och eventuellt vissa reparationer har utförts får den en ny innersäck. Därefter pressas säcken och läggs på pall för levereras till Höganäs. I Höganäs fylls den med 1000 kg pulver för att därefter göra en nya resa ut i Europa.

- Höganäs introducerade flex bags i början på 1990-talet. Emballaget har blivit en stor framgång för oss och utgör en viktig del av vår profil gentemot kunderna. Vårt koncept med recycling är uppskattat av våra europeiska kunder. Överblivet emballage är nämligen ett stort miljöproblem för industrin. Endera måste det brännas eller deponeras. Vi avslutar våra kunder detta problem och säckåtervinningen är för dem ett bevis att vi verkligen menar det vi säger i vår miljöpolicy, slutar Per Engdahl.

Per Engdahl är också ordförande i Höganäs emballagekommitté, som har till uppgift att utveckla emballagen. I kommittén ingår representanter från Produktion, Teknik och Logistik. Kommittén samarbetar givetvis med säckleverantörerna i syfte att hela tiden utveckla bättre och mera miljöanpassade emballage. □



# Italien – en annorlunda

*Den lilla idylliska staden Rapallo – belägen vid Genuabukten och med den massiva bergskedjan Apenninerna i ryggen – är sätet för Höganäs italienska verksamhet.*

Höganäs dotterbolag, Höganäs Italia S. r. l., har en stark ställning på den italienska marknaden. Det är en annorlunda marknad där t ex största kunden är en potentiell konkurrent och där majoriteten av PM-kunderna har en lång historia tillsammans med Höganäs. Det krävs mycket skicklighet från Höganäsmedarbetarnas sida för att hantera italienskt temperament och fantasirikedom.

Höganäs Italia är ansvarig endast för Italien, men teoretisk kan försäljningsbolaget även ta hand om Republiken San Marino (25000 inv.) och det självständiga påvedömet Vatikanstaten (455 inv); om det nu bara var möjligt att sälja järnpulver till dessa stater.

Höganäs använde under ett tiotal år en italiensk agent för att sälja sina produkter. År 1986 var det dags att starta ett dotterbolag och verksamheten förlades till Como i Norditalien, beläget nära gränsen till Schweiz. I januari 1990 flyttades sedan verksamheten till Rapallo,

**Det krävs //  
skicklighet för att  
hantera italienskt  
temperament**

två mil sydost om Italiens största hamnstad Genova (Genua). Höganäs Italia kan med andra ord fira sitt 15-årsjubileum i år.

Genova, som åren 1250 - 1350 var Medelhavets ledande hamnstad, har en mångsidig industri. De viktigaste distrikten inom tillverkningsindustrin lig-



*Letizia Seminara, Riccardo Crosa, Patrizia Noris, Felice Ursino och Myriam Biagioni är Höganäs medarbetare på den italienska marknaden.*

ger också i norra delen av landet med Milano, Turin och Genova som främsta centrum. Även Neapel och huvudstaden Rom har utvecklats till betydande industristäder.

## **Våra medarbetare i Rapallo**

På Höganäs-kontoret i Rapallo arbetar Felice Ursino, Riccardo Crosa, Myriam Biagioni, Patrizia Noris och Letizia Seminara. Alla fem deltar aktivt i försäljningsarbetet. Felice Ursino, som är bolagets försäljningsdirektör och platsansvarig, har arbetat med Höganäs produkter sedan 1982. De fyra första åren arbetade han hos Höganäs agent i Italien. I samband med bildandet av dotterbolaget 1986 anställdes han av Höganäs. Riccardo Crosa, försäljningschef, knöts till bolaget så sent som hösten 1999. Säljaktiviteter och teknisk support åt kunderna upptar en stor del av de bådars arbetstid, vilket medför rätt många resdagar.

Varför inte låta Felice Ursino presentera de övriga medarbetare:

– Myriam Biagioni kan kallas trotjänare eftersom hon är en Höganäsmedarbetare sedan kontoret öppnades här i Rapallo 1990. Tre år senare fick hon sällskap av Patrizia Noris. Båda arbetar med orderservice och de har fördelat de olika applikationsområdena mellan sig. Myriam ansvarar dessutom för administrationen på kontoret. Såväl Myriam som Patrizia har besökt Höganäs och vid besöken såväl fått kunskaper om Höganäsprodukterna som lärt känna många kolleger.

– I april i år anställdes Letizia Seminara. Meningen är att Letizia, som arbetar deltid, inledningsvis skall samarbeta med oss andra genom att hjälpa till där det råder störst behov och på så vis successivt lära sig arbetsrutinerna, fortsätter Felice och tillägger:

– Det är av stor vikt att alla medarbetare på ett litet försäljningsbolag som Höganäs Italia kan arbeta både individuellt och i lag. Det innebär att vi är väl insatta i varandras arbetsuppgifter. Mina



# marknad på flera sätt

fyra medarbetare, som alla har högre universitetsutbildningar, är mycket kunniga och effektiva. Det senare har jag ofta fått bekräftat av Höganäs kunder här i Italien.

## Ledande på tuff marknad

- Höganäs är ledande i Italien på alla applikationsområden. Sett till marknadsandelar är vi starkast inom området gasatomiserade pulver, där Höganäs har drygt 80 procent av marknaden. Vi har drygt 20 kunder inom PM-området och där är vår största kund engelska GKN, vilkens komponenttillverkning är helt inriktad mot fordonsindustrin.

Det är samma GKN som för drygt två år sedan förvärvade The Interlake Corporation, där Hoeganaes Corporation ingår. GKN kan därför liknas vid en potentiell konkurrent.

- Ja, det är en märklig situation som uppstått, fortsätter Felice. Relationen oss emellan måste därför hanteras med samma känsla och finess - i synnerhet under våra prisdiskussioner - som en hemlig kärleksaffär.

En marknads kunder kan vara intressanta sett ur många synvinklar. Kunden kan vara intressant där för att den är stor. Den kan även vara intressant för att den är innovativ eller tillverkar annorlunda applikationer. Ett exempel på en intressant kund för Höganäs är det medelstora

samarbetar för närvarande med MiniGears i ett stort EU-projekt där även de stora biltillverkarna Fiat och Renault är andra intressenter.

Förutom ett par stora och medelstora komponenttillverkare har Höganäs ytterligare ett tiotal PM-kunder. De små tillverkarna har en begränsad organisation och erhåller därför mycket teknisk assistans och annan support av Höganäs.

- De mindre tillverkarna kompenserar bristen på resurser med kreativitet och mycket hårt arbete. Eftersom vi också lägger ned tid på att hjälpa dem kan jag inte undgå att imponeras av deras vilja att lyckas lösa problem och effektivisera

ter från Höganäs italienska kunder.

De fem medarbetarna på kontoret i Rapallo arbetar inte bara hårt för att befästa Höganäs ledande ställning i Italien. De kan också konsten att koppla av.

- Vi arbetar seriöst men vi inser också det betydelsefulla i att tillsammans koppla av någon gång på den italienska landsbygden och testa italienska viner. De är naturligtvis de bästa i världen. Ett uttalande som jag vet får mina franska kolleger att hoppa upp från sina stolar, avslutar Felice Ursino sin redogörelse över den italienska marknaden. □

## Succé // för Coldstream- produkter

sin komponenttillverkning.

Höganäs har hård konkurrens i Italien, bl a finns en inhemsk pulvertillverkare och naturligtvis Quebec Metal Powders (QMP), som är Höganäs huvudkonkurrent i Europa.

## Succé för Coldstreamprodukter

Division Coldstreams produkter har fortsatt ökad framgång i Italien. Det är framför allt rostfria stålpulver till PM-applikationer som gör succé. Marknadsandelen är redan hög och målet är att ganska snart ha 90 procent av marknaden för dessa applikationer.

- Höganäs är marknadsledande även inom Chem/Met och svetspulverområdet. Det är stor efterfrågan på pulver till Chem/Met-applikationer och inom detta område har vi många kunder.

Höganäs Italia samarbetar med några kunder i olika projekt och har mycket goda relationer till två universitet. Med hjälp av universitetet i Trento kommer t ex två PM-skolor att hållas i Italien i år med sammanlagt ett 50-tal representan-

## Höganäs // har hård konkurrens

företaget MiniGears.

- Företaget, som tillverkar kugghjul, startade sin verksamhet så sent som i slutet av 80-talet. Inom loppet av några år har MiniGears inom PM-branschen blivit känt världen utöver för sin tillverkning. Företagets ledning och medarbetare är mycket skickliga och företaget är välorganiserat, säger Felice. Höganäs



- Även om Höganäs är ledande inom alla applikationsområden i Italien innebär det inte att det saknas tuff konkurrens, säger försäljningsdirektör Felice Ursino.



- Vi kommer nu att knyta fler partners i USA och Asien till vårt R&D nätverk, säger Höganäs FoU-chef Jan Tengzelius.

Höganäs är ett forskningsintensivt företag och omkring 100 miljoner satsas i år på FoU. Höganäs har också under årens lopp utvecklat ett stort nätverk med universitet och högskolor samt institut knutna till industrin. Nätverket går under benämningen Höganäs R & D Ring.

Vi har god kännedom om vilka institutioner och forskare som behärskar de viktigaste frågorna. Inom vissa nischer samarbetar vi med de absolut främsta auktoriteterna, t ex inom elmotorområdet där professor Alan G Jack i Newcastle är den som har den största kunskapen och erfarenheten, säger Höganäs forskningschef Jan Tengzelius.

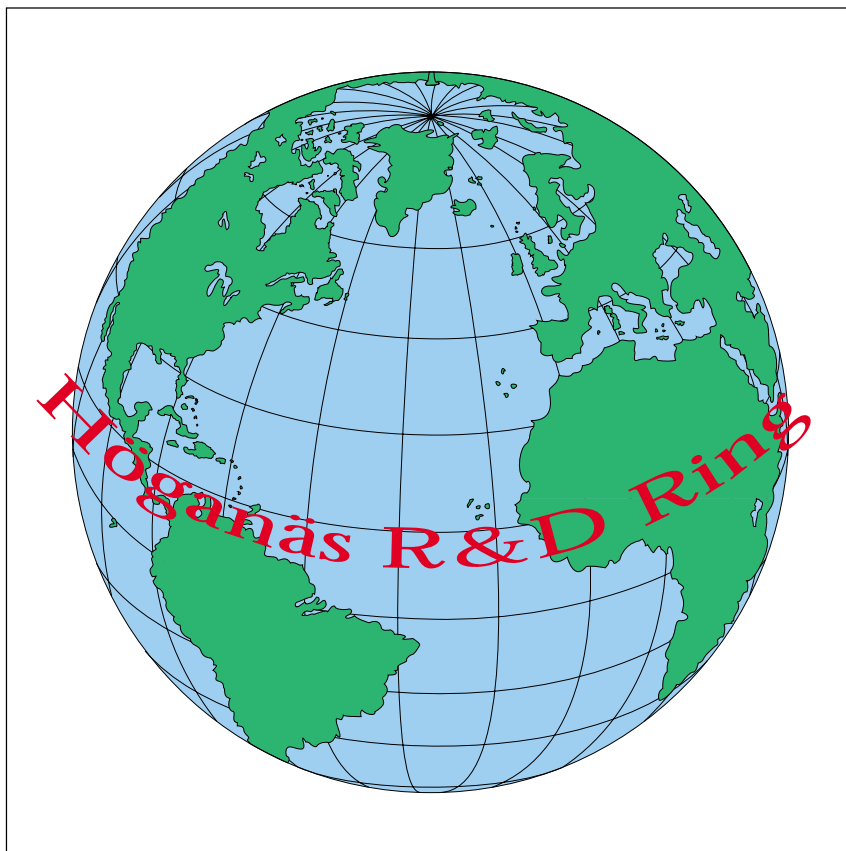
- Vi arbetar nu på att successivt utveckla nätverket genom att knyta fler partners i Nordamerika och Asien till oss. I USA har vi redan inlett samarbete med Penn State University och Worcester\* Polytechnic Institute i Massachusetts.

- När det gäller Asien har vi ännu inte startat något långsiktigt etablerat samarbete. Språken och det geografiska avståndet har tidigare talat emot detta, men i Japan håller vi nu på att bygga upp värdefulla kontakter.

#### Söker nischkompetens

- Det är inte kvantiteten av partners, utan kompetensen och vad de kan tillföra vår forskning och utveckling, som är det avgörande för Höganäs. Många vill vara med i "Ringens" och samarbeta med Höganäs. De vi väljer skall ha unik kompetens inom för oss värdefulla nischer, tillägger Höganäs FoU-chef och fortsätter:

- Här i Europa har vi långsiktiga samarbeten med flera universitet och hög-



## Höganäs R&D Ring viktigt nätverk...

skolor. Det vanligaste sättet för oss att samarbeta är att vi lägger ut uppdrag, finansierar doktorander eller samarbetar i större projekt. Vi känner väl våra partner i nätverket och de har också under årens lopp lärt mycket om Höganäs.

- I USA och Asien är det andra typer av samarbeten som gäller. Eftersom vi får avsätta mycket tid och resurser för uppdragsarbete och projekt är det viktigt att nätverket utvecklas successivt och i begränsad takt, fortsätter Jan.

- När det gäller Höganäs satsning i Nordamerika så kommer FoU-insatserna att bedrivas från Höganäs. Vi kommer att överföra teknikkunskap härifrån till Stony Creek och för närvarande bedrivs ett kvalificerat kundsarbete i Nordamerika. Ove Mårs, Stony Creek, har ansvaret för teknisk service och

FoU. Ove ingår också i Höganäs ledningsgrupp för FoU

#### Europeiska partners

Bland Höganäs europeiska samarbetspartners kan nämnas Tekniska Universitetet och det fristående institutet WZL i tyska Achen. De senare är experter på att mäta egenskaper på pulvertillverkade kuggjul. De gör tester och jämför med konventionella kuggjul. Höganäs lägger ut många uppdrag till WZL.

Inom varmkompakteringsområdet har Höganäs och de två IFAM-instituten i Bremen och Dresden ett långt och givande samarbete. Här har Höganäs över tiden finansierat ett par doktorander.

Fraunhofer Institut i Darmstadt ingår också i nätverket. Institutets specialitet är utmattnings- och hållfasthetsprover.



– Tyskarna är mycket duktiga inom pulvermetallurgi. Ett skäl till detta är att Tyskland har en stor fordonsindustri. "Höganäs Chair in Powder Metallurgy" är också en del av nätverket. Där sponsrar vi en doktorand vid universiteten i vardera Madrid, Wien och Trento i Italien.

Det senare projektet har varit särskilt intensivt och gett Höganäs mycket värdefull grundforskning. Mycket talar för att "Höganäs Chair in Powder Metallurgy" fortsätter och att Höganäs nästa år satsar på tre nya doktorander.

Flera svenska universitet och institut ingår i nätverket. I Stockholm ligger t ex EKC (som är en förkortning av ElKraft-Center som är en del av KTH), Competence Center BRIIE som arbetar med pulverteknik och processinriktning. I BRIIE ingår Sandvik, Seco Tools m fl kända företag. Inom Jernkontoret, som är en branschorganisation för nordisk stålindustri, finns en speciell pulvgrupp bestående av tio företag som alla har intresse av metallpulverteknologin.

– Med Chalmers i Göteborg och Lunds Universitet har vi också ett nära samarbete. På Chalmers har vi en doktorand som jobbar med pulverpressning och smörjmedel och Ceramic Institute, också det i Göteborg, är inte bara duktiga på keramer utan även på metaller, avslutar Jan Tengzelius.

### Hur det fungerar i praktiken

Det långa samarbetet med intressenterna i Achen och Darmstadt och det intensiva arbetet vid Newcastle University att utveckla elmotorer får Brännpunkten att



kontakta Ulf Engström och Lars Hultman på FoU. Ulf Engström, ansvarig för Höganäs PM-utveckling, har mångårig erfarenhet av samarbetet inom Höganäs R & D Ring.

– Höganäs och Fraunhofer i Darmstadt – med professor C M Sonsino i spetsen – har samarbetat under flera decennier. De är oerhört skickliga när det gäller utmattningsprover och att designa komponenter, för med rätt design kan massor av fel undvikas. Vad vi också uppskattar är institutets förmåga att kunna simulera verkligheten, vilket gör deras tester och prover mycket intressanta och verklighetstrogna.

Professor Paul Beiss, Tekniska Universitetet i Achen, är en annan auktoritet inom PM-branschen. Det unika med honom är att han har omfattande teoretiska kunskaper tillsammans med lång praktik inom industrin. I Achen har Höganäs lagt ut en del uppdrag som gäller maskinbearbetning av stål. I det EU-projekt, där Höganäs har rollen som koordinator, ingår också Tekniska Universitetet i Achen, vars uppgift i projektet är att utföra kontakt-utmattningsprover av kuggghjul. Projektets mål är att utveckla nya transmissionskuggghjul till växellådor.

– Med våra samarbetspartners i Achen har vi kontinuerliga dialoger, interna seminarier förutom att vi också träffas i samband med EU-projektets möten. Vi försöker även serva dem när det gäller examensarbeten.

– Den erfarenhet jag har av Höganäs nätverk är att våra partners verkligen tillför oss det extra vi själva saknar. Över tiden har det därför varit frågan om många framgångsrika projekt som utförts, säger Ulf Engström.

### Samarbete inom SMC

SMC, mjukmagnetiska kompositmaterial, är järmpulverpartiklar som belagts med ett tunt isolerande skikt. När pulvret pressas förblir partiklarna isolerade, något som ger komponenterna unika magnetiska egenskaper. Ett av flera intressanta applikationsområden för SMC är elmotorer. Här har Höganäs samarbetat med professor Alan G Jack och New-

*- När det gäller SMC, mjukmagnetiska kompositmaterial, har Höganäs i samarbete med universitetet i Newcastle utvecklat nya elmotorer, säger Lars Hultman ansvarig för Magnetic Development.*



*- Samarbetet med utländska universitet och forskningsinstitut har resulterat i flera framgångsrika projekt, säger Ulf Engström som är ansvarig för Höganäs produktutveckling.*

castle University blivit en s k success story.

Lars Hultman är relativt ny som sektionschef för Magnetic Development, men han har redan haft täta kontakter med Newcastle

– Professor Jack är en stor entreprenör som tidigt fastnade för PM-teknikens möjligheter möjligheter. Konsten att tillverka elmotorer med SMC är att egentligen få magnetflödena dit man önskar. Det innebär ett helt nytt konstruktions-tänkande av motorer.

– Med hjälp av professor Jack och hans medarbetare har Höganäs utvecklat ett antal motorer som visar på möjligheterna i praktiken. Några exempel är transversalflödesmotorer (TFM), radialflödesmaskiner och vi tittar nu på s k universalmotorer, d v s motorer för hobbyverktyg. Dessa motorer drivs hård då de arbetar med mycket hög effekt under kort tid. Ett annat område är dammsugarmotorer, där SMC-motorns annorlunda konstruktion ger bättre vacuum vid samma motoreffekt som en konventionell motor, fortsätter Lars.

– Newcastle University är ledande när det gäller SMC-maskiner och vi bistår med all den kunskap vi förfogar över. Förutom professor Jack finns där andra experter som docenterna Barrie Mecrow och Phil Dickenson. När det gäller SMC arbetar Höganäs i ett flertal breda projekt, bl a ett som stötts av engelska regeringen, avslutar Lars Hultman sin redogörelse för vad Newcastlesamarbetet inneburit för Höganäs och SMC-teknologin.

FOTNOT: Under slutet på 1800-talet och början av 1900-talet emigrerade många Höganäsanställda och deras familjer till USA. Många av dessa Höganäsare bosatte sig i nämnda Worcester, Massachusetts. □

# Bättre livsmedel och frukt med hjälp av syreabsorbenter



Bilden visar syreabsorbentens storlek i förhållande till den mera välkända "värmepåsen" som är en storsäljare i Japan.

Dagens livsmedel samt frukt och grönt transporteras långa sträckor och ska klara att förvaras länge utan att ta skada. Kiwifrukt fraktas till Sverige från Nya Zeeland – på andra sidan jordklotet, bananer från Guatemala i Mellanamerika, jordnötter från Afrika och USA och köttprodukter från Australien och Argentina. Tårtbottnar och muffins kan vara bakade hösten 2000 och sålda sommaren 2001.

Det grundläggande syftet med förpackningsmaterial för livsmedel är att omsluta och skydda produkten och därmed hjälpa till att bevara kvaliteten under den önskade hållbarhetstiden.

Med andra typer av förpackningar än de som används i dag skulle livsmedel, frukter och grönsaker bättre klara långa transporter och bakverk förpackas utan kemiska tillsatser. Den här typen av för-



- Syreabsorbenter med järnpulver har hittills mest använts i förpackningar för medicin och livsmedel, säger Fredrik Eklund, Höganäs Marknadsavdelning.

packningar kallas **aktiva förpackningar** och är ett område som Höganäs AB har ett stort intresse av.

## VIKTIGT - minska syrepåverkan!

Aktiva förpackningar är något man länge arbetat med även om de world-

wide inte helt slagit igenom i livsmedelsindustrin och i samband med frukt- och grönsakstransporter. Det som framför allt intresserar förpackningsindustrin är att minska syrepåverkan. Kontakten med syre innebär att produkten förlorar sin fräschhet, smak, arom och viktiga näringsämnen.

Syre är ett allvarligt problem eftersom många livsmedel dessutom härsknar och förlorar "livslängd" under syrepåverkan. Glas är ett fullständigt tätt material, medan många polymermaterial som används för matförpackningar inte utgör någon total barriär mot omliggande atmosfär.

## Ageless först på marknaden

Att skapa en förpackning som tar bort syre under förvaring blev det första exemplet på en kommersiell aktiv förpackning. Ageless blev den första framtagna syreabsorbenten. Den patenterades 1978 av japanska Mitsubishi Gas Chemical Company, Inc.

– Ageless består av en liten påse med järnpulver blandad med andra ingredienser, förklarar Fredrik Eklund som är Marknadsavdelningens ansvarige för Chem/Met-pulver och applikationer.

– Det är här Höganäs kommer in i bilden. Vi säljer en icke föraktlig volym järnpulver till tillverkare av syreabsorbenter. Marknaden befinner sig i tillväxt och mycket tyder på att försäljningen av järnpulver till aktiva förpackningar kommer fortsätta att öka.

Fredrik förklarar fenomenet med järnpulver i livsmedelsförpackningar så här: Den lilla plastpåsen med järnpulver är genomsläpplig för luft. Den mängd syre som finns i förpackningen tas upp - absorberas - av järnpulvret som rostar. Efter ett par dagar är det endast kvävegaskvar. Livsmedelsförpackningen innehåller då inget syre som kan skada produkten. Det är enkelt och det fungerar.

Höganäs säljer järnpulver till syreabsorbenter som mest används i förpackningar avsedda för livsmedel och medi-

cin. Den största marknaden är Japan, där det mer är regel än undantag att de japanska husmödrarna dagligen vid sina inköp finner syreabsorbenter i förpackningar innehållande kött, korv, bageriprodukter, pasta, pizza, chips, kryddor och jordnötter.

Man kan fråga sig varför japanerna i högre grad än andra använder syreabsorbenter. Fredrik menar att det är många faktorer som spelar in. De heta och fuktiga somrarna i landet utgör en grogrund för bakterier och mikroorganismer i livsmedel. I Japan verkar det även som om kunden är villig att betala lite mera för matvaror med längre livslängd och större fräschhet. Den tradition att använda syreabsorbenter som finns i Japan saknas däremot i Sverige och övriga Europa.

– I Europa är fortfarande konventionella metoder de vanligaste, fortsätter Fredrik. Text antioxidanter, vacuumförpackningar och djupfrysning. Dessa metoder är emellertid inte hundra procentigt effektiva, då de inte fullständigt kan eliminera syre utan olika slag av tillsatser – exempelvis kemikalier.

## Experter förordar syreabsorbenter

Experter inom förpackningsindustrin anser att syreabsorbenter och förpackningar som gör att frukt och grönt kan förvaras optimalt – utan tillsatser – är de intressantaste och bästa för konsumenterna. Men det finns en oro för att konsumenterna i text Europa och Nordamerika inte är intresserade. Kanske spelar också kostnaden in, samt en viss konservatism.

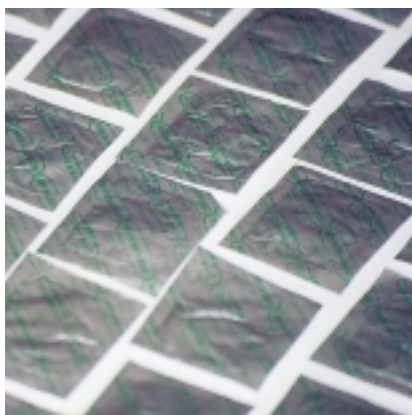
Höganäs marknadsavdelning märker dock ett ökat intresse för användning av syreabsorbenter i såväl Europa som Nordamerika. När sedan konsumenterna vänjer sig vid syreabsorbenterna – som japanerna - och inte längre är rädda för den lilla påsen kan Europa och Nordamerika också bli stora marknader.

### ► Snabb utveckling

Utvecklingen mot nya typer av syreabsorbenter är snabb och många intressanta applikationer har sett dagens ljus. Vi skall kort redogöra för några av dessa.

Syreabsorbenter med järnpulver kan användas som tillägg till frysta produkter och vacuumförpackade. Vidare går det att baka in järnpulver i polymerfilm, dvs en plastfilm som används i samband med förpackningar. En utveckling som Höganäs upplever som mycket intressant.

Redan finns syreabsorbenter i locket till sk pappcylindrar innehållande chips och i botten på glasburkar. I USA har öltillverkare - med stor säljframgång - placerat syreabsorbenter (vitamin C som syreabsorbent) i korken till PET-flaskor. Den typen av flaskor har även börjat säljas i Sverige. Hela tiden pågår det en ständig utveckling av nya applikationer för syreabsorbenter.



Syreabsorbenter finns vanligtvis i förpackningar med kött, pasta, pizza, chips och korv, förutom i läkemedelsförpackningar.

– För Höganäs är syreabsorbenter en mycket intressant nisch. I takt med att konsumenterna och livsmedelsindustrin ställer krav på bättre förpackningar kommer den här applikationen att bli ännu intressantare för oss, avslutar Fredrik Eklund. □

forts fr sidan 12

## ... anonym organisation



Här är Höganäs representanter samlade till ett seminarium i Helsingborg i våras. Inom parentes vilka länder var och en ansvarar för. Från vänster: C K Lee (Indonesien, Malaysia, Singapore), Emilia Calota (Rumänien), T Charnwit (Thailand), Victor Mironov (Lettland), Miloslav Makovicka (Tjeckien, Slovakien), Ahmet Sina (Turkiet), Alexander Telnov (Ryssland), Janusz Kowalczyk (Polen), Vladimir Istatkov (Bulgarien), George Sefer (Ungern), Stephen Weir (Australien), Peter Morley (Sydafrika) och Boonyawat Teeraprawatekul (Thailand).

ningen av gasatomiserade pulver mycket lovande. Sydafrika har en stabil tillväxt och Höganäs har också lång erfarenhet av landet.

### Sydostasien

I takt med att Japan har flyttat ut mycket av sin industri till billigare länder har de japanska pulvertillverkarna också fungerat som prispressare. Det har därför varit förenat med mycket hårt arbete för Höganäs att ta marknadsandelar i länder som Singapore, Malaysia och nu Thailand. Thailand är för närvarande den mest expansiva marknaden i hela Sydostasien.

Höganäs representanter i dessa länder har därför en speciell uppgift att sälja in "sitt bolag". De kan räkna med god hjälp av Masatsune Takeyama, Höganäs Japan KK, som har till uppgift att vara lite av "dörröppnare" i dessa länder.

Dragan Spasic avslutar intervjun med att säga:

– Att få arbeta med Direct Sales Markets är intressant och utvecklande. Många av marknaderna är idag små, men kan om ett tiotal år ha utvecklats enormt. Det är ett spännande scenario. □

## Kryssvinnare

På grund av att den svenska och engelska Brännpunkten numera har samma layout kan vi inte presentera den rätta lösningen förrän i samband med publiceringen av Sommarkrysset. Julkryssets vinnare kontaktar Saltglaserat för att erhålla sina priser. Väl mött i Sommarkrysset.

### Pristagare

**1:pris**, Vattenbehållare: Tony Olsson, MSS.

**2:a pris**, Ballongflaska: Barbro Nilsson, MAH, Staffan Ekstrand MPS, Christer Nordblom, MPE och Nils Erik Fors, MTM.

**3:e pris**, Karlssonkrus: Carina Bergkvist, MPT, Thomas Luckmeier, MM II, Stefan Larsson, MPP, Lars-Gösta Bengtsson, MST och Joacim Lordh Paulsson, MPQ.

# Anonym organisation säljer till 40 länder

*Förutom försäljning till marknader där Höganäs har dotterbolag och försäljningsbolag finns ett 40-tal marknader dit Höganäs har direktförsäljning. Höganäs har nu etablerat en organisation, MMI-DS, som ansvarar för försäljningen till dessa länder. Det arbete som utförs av MMI-DS och dess organisation påminner mycket om ett medelstort dotterbolag.*

**A**genter och representanter har under senare år etablerats i flera av dessa nationella marknader. MMI-DS funktion är operativt som ett dotterbolags, även om vi organisatoriskt är en sektion inom marknadsavdelningen MM1, säger Dragan Spasic ansvarig för Direct Sales Markets. Vår försäljning motsvarar omkring nio procent av Höganäs totala försäljning och 60 procent av försäljningen är PM-pulver.

Förutom Dragan arbetar också Magnus Johansson, Sonata Johansson, Ian Howe och de båda logistikerna Karin Nordström och Christine Enefeldt inom MMI-DS, även om de organisatoriskt tillhör MLO.

Dragan använder helst ordet representanter om de personer och företag som arbetar för Höganäs på de marknader som omfattas av Directs Sales Markets.

## Väljer representanter med tanke på framtiden

– Vi vill ha representanter som i huvudsak arbetar för oss. De finns på marknader som behöver utvecklas. Samarbetet är sett som ett långsiktigt engagemang och därför lägger vi också ned resurser på att utbilda våra representanter.

Som ett bevis på det Dragan säger anordnade Höganäs under fyra dagar i mars ett Representantmöte i Helsingborg och Höganäs, där de tretton deltagande representanterna inledningsvis fick berätta om utvecklingen på sina respektive marknader. Resten av seminariet ägnades åt utbildning och information om mål och planer. Ett studiebesök gjordes i Halmstad och ett populärt inslag var konsulten Anita Ekwalls redogörelse för ”kulturella skillnader”.

Efter 1989 skedde stora omvälvningar i gamla Östeuropa och Höganäs var snabbt att etablera fungerande kontakter. Redan 1996 fanns en fastlagd organisation för Östeuropa. I dag betraktas inte Östeuropa som en separat del, utan ingår organisatoriskt i det som är DSM tillsammans med representanter för länderna Sydafrika, Australien, Malaysia och Thailand för att nämna några.

## Scenförändring på gång?

– Vi har mycket höga marknadsandelar i



*Dragan Spasic är ansvarig för Höganäs Direct Sales Markets.*

de länder vi säljer till, fortsätter Dragan, förutom Ryssland och Sydostasien. I de gamla ”satellitstaterna” har vi närmare 100 procent av marknaderna och man kan därför fråga sig varför situationen i Ryssland inte är densamma.

– Svaret är att de ryska komponenttillverkarna nöjer sig med den kvalitet de ryska pulvertillverkarna kan framställa. Priset är i det här fallet inte heller oviktigt. Nu skall GM och Ford börja tillverka bilar i Ryssland och det bör innebära en scenförändring. Utvecklingen i Polen har också blivit en liten besvikelse då landet tidigt öppnade sig mot omvärlden och under ett par år hade Europas snabbast ökade BNP, fortsätter Dragan.

Australien är traditionellt en stor marknad för Höganäs. Där är försälj-

*forts på sidan 11*



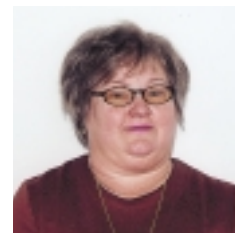
Sonata Johansson



Ian Howe



Magnus Johansson



Karin Nordström



Christine Enefeldt