

Brännpunkten

NEWS

from The Höganäs Group

3/2006



Vad vill TCE i Höganäs?

Tech Centre i Höganäs (TCE) står på två stadiga ben; kundsamarbeten och kundservice. Målet är t ex att ge kunden sådan service att han växer med marknaden. Avdelningen har stora ambitioner och bra resurser för att nå sina mål. På bilden ses flertalet av TCE:s duktiga medarbetare. TCE-chefen Sigge Berg är i fokus på bilden.

sidan 4

Nya Movex en revolution

Med det nya datasystemet New Movex får Höganäs ett modernt affärssystem som svarar upp mot dagens krav. NAHHA i Johnstown kommer att ta systemet i drift den 1 april nästa år. Därefter står övriga enheter på tur.

sidan 2

Jättesatsning på utbildning

Höganäs Business Academy är Höganäs största utbildningsatsning på koncernnivå. HBA startade i Sverige i oktober. Tokyo och Washington, DC, står som värdar i början av 2007. Men, vad är HBA för någonting?

sidan 6

Nasser gjorde inte som Columbus

Nasser Ahmad är född och uppvuxen i Pakistan. Han har bott i USA sedan början av 1990-talet och är Plant Manager för NAHHA. Min dag på jobbet ger fördjupad presentation av Nasser.

sidan 8

Somaloy® 3P inte bara en produkt

Just det! Somaloy® 3P är även ett koncept som Höganäs erbjuder kunder. Detta ger den utvalda kunden ett unikt mervärde.

sidan 10

Johnstown först med New Movex

Höganäs befintliga datasystem Movex kommer att bytas ut mot den senaste versionen av Movex, version 12. Den stora revolutionen är inte byte av version, utan att Höganäs har bestämt sig för att systemet ska fungera som ett modernt integrerat affärssystem. Medarbetarna i dotterbolaget North American Höganäs High Alloys (NAHHA) i Johnstown, Pennsylvania, blir de allra första som kommer att arbeta med det nya affärssystemet. Projektet har pågått sedan 2005 och drabats av förseningar. Startdatum är nu fastställt till den 1 april 2007.

Samtliga dotterbolag skall använda New Movex. Tidsplanen är däremot inte beslutad för i vilken ordning dessa skall börja arbeta med det nya datasystemet. Som diskussionerna nu går kommer nästa etapp att handla om lösningar för koncernens järnpulverenheter och därefter den höglegerade verksamheten i Europa. Utrullningen av den nya versionen beräknas ta ytterligare två år.

Systemleverantör av såväl "gamla" som "nya" Movex är Lawson, som förvärvat Intenia under våren 2006. Det nuvarande systemet (Movex version 8.6) installerades i Höganäs 1995 och rullades därefter ut i koncernen. Idag använder alla Höganäsbolag Movex, förutom bolagen i Brasilien, Indien och Kina.

Varför nytt Movex

– Det är en stor förändringsprocess som vi har satt igång i och med att vi bestämde oss för att implementera en ny version av Movex. Vid starten av projektet trodde vi inte att förändringarna skulle bli så stora. Men ju längre vi har kommit med arbetet desto mer har vi insett att vi måste förändra vårt sätt att arbeta. Detta har lett till att vi inte kommer att starta i NAHHA förrän i april 2007. Ursprungligen hade vi planerat för våren 2006, säger Annette Kumlien, koncernens CEO och tillika nybliven projekt-sponsor.

Annette säger vidare att den version som Höganäs arbetar med idag inte svarar upp mot de krav som finns på hur ett modernt affärssystem fungerar.

– Sedan är det också tekniska aspekter som gör att vi måste byta version, säger Höganäs IT-chef Eskil Berg. Den version som vi har idag är så pass gammal att det är svårt att få tag på specialister som kan hjälpa till med supporten.

En koncerngemensam lösning

Det tänkesätt som styr hur Höganäs avser att implementera det nya Movex skiljer sig avsevärt från det som låg bakom implementeringen av det gamla Movex. Eftersom det handlar om att förbättra processerna i verksamheten och möta kravet på en modern lönsamhetsuppföljning, kommer många att se förändringarna. Detta gäller framförallt



Veronika Börtemark, Fredrik Borgqvist och Martin Amandusson har nyckelroller i det pågående Movexprojektet.

Brännpunkten 3/2006

Höganäs AB:s personaltidning Årgång 64

Ansvarig utgivare: Alrik Danielson. Redaktionskommitté: Anders Andersson, Anita Björk och Nils Carlbaum, PTK. Produktion: Ordspråket AB, Helsingborg. Sättning: Gyllene Snittet, Ramlösa. Tryckeri: Nya Stiltryck AB, Helsingborg. Copyright: Höganäs AB

inom Produktion och Finans. Höganäs sätter en koncerngemensam kärna för alla moduler, utöver det tillkommer lokala marknadsanpassningar baserade på legala krav.

Projektorganisation

Projektledningen består av projektledaren *Kent Hektor* och systemägaren *Patrik Eriksson* för Höganäs. Lawson har motsvarande personer i *Lars Hansson* och *Christer Florin*. Kent är inhyrd från Sigma-iMål. Patrik kommer att vid årsskiftet att efterträda *Eskil Berg* som Höganäskoncernens IT-chef.

De båda projektledarna *Kent Hektor* och *Lars Hansson* rapporterar till *Styrgruppen*, i vilken *Annette Kumlien*, *Patrik Eriksson* och *Mats Sivhed* från Lawson ingår. *Annette* har som tidigare nämnts rollen som *projektsponsor*. Utöver detta finns också en intern referensgrupp, där förutom *Annette*, *Kent* och *Patrik* även *Per Lagerlöf*, *Per Engdahl* och *Eskil Berg* från Höganäs ingår.

Till projektledningen rapporterar nio delprojektledare. Dessa personer jobbar mer eller mindre heltid i projektet och har under senaste tiden levt med projektet dygnet runt. I synnerhet *Veronika Börtemark*, Finans, *Fredrik Borgqvist*, Produktion och *Martin Amandusson*, IT-avdelningen, har varit starkt involverade i *New Movex*. De har bl a gjort flera resor till *Johnstown* inför den kommande *NAHHA*-installationen. Det är delprojektledarna som i praktiken sätter upp hur systemet kommer att arbeta, i samarbete med olika linjefunktioner.

Till den centrala projektorganisationen knyts lokala projektorganisationer allteftersom systemet implementeras. Den lokala projektorganisationen i *NAHHA* leds av *Nasser Ahmad*.

NAHHA blir pionjär

Höganäsmedarbetarna i *Johnstown* blir de första som kommer att börja arbeta med det "Nya *Movex*". Idag använder *NAHHA* ett egenutvecklat system som heter *MP*. Att gå från ett egenutvecklat system till ett standardsystem, samtidigt med kravet på en koncerngemensam lösning, är en rejäl utmaning som inne-



Martin Amandusson (med ryggen mot kameran) leder ett av de seminarier som hållits i Johnstown med NAHHA:s "superanvändare".

bär en stor mängd arbete lokalt.

Hos *NAHHA* är företagets nye *Plant Manager*, *Nasser Ahmad*, sedan juni månad också ny projektledare. *Nasser Ahmads* närmaste medarbetare i projektet, *Tom Brubaker* och *Heidi Ford*, har gjort ett jättejobb och får mycket beröm av sina svenska kolleger.

Under de två sista veckorna i september har en större avstämning av systemet gjorts i *NAHHA*. Det var i princip första gången som delprojektledarna på bred front visade mottagarorganisationen hur långt man har kommit i uppsättningen av *Movex* samt integrationen med *Alloybase*.

Det var en lyckosam övning där alla inblandade var nöjda med arbetsmetodiken, och framför allt att man har nått så långt att man kan visa och diskutera huvudmomenten i de vardagliga arbetsuppgifterna utifrån hur det kommer att se ut i det nya systemet. Nästa steg blir att lösa en del uppkomna frågor samt att koppla på utskrifterna, som genereras vid olika arbetsmoment.

Takten i arbetet har ökat under hösten, och tiden framöver kommer att bli än mer hektisk för alla projektdeltagarna. Innan "go-live" den 1 april 2007 ska

hela lösningen vara klar och testad. Alla som ska jobba i systemet ska utbildas och all befintlig data som ska in i systemet ska föras över.

*Johnstown*medarbetarna tycker det ska bli spännande att få vara först på banan. Detta trots att de p g a flera ägarbyten arbetat med olika affärssystem under senare år. Nu får man lära om på nytt. Ett faktum som inte tycks ha avskräckt deras engagemang för *New Movex*.

Full fart framåt

– Vi har under de senaste månaderna nått långt och tagit rejäla kliv framåt i arbetet med att sätta en helhetslösning, samt gjort en hel del positiva tester gällande integrationen *Movex* och *Alloybase*, säger projektledare *Kent Hektor*.

– Det är viktigt att inse att det återstår massor med arbete, och framför allt måste vi nu bättre knyta ihop de olika delprojekten så att systemet samverkar inom alla moduler. Vi kommer nu att påbörja planering för driftsättningen. Bara det är ett litet projekt i sig, tillägger *Patrik Eriksson*, Höganäs IT-avdelning.

– Nu är det bara att "trampa gasen i botten", avslutar han. □

Tech Centre Europe

Det har snart gått sex år sedan Höganäs första Technical Centre startade i Stony Creek, USA. År 2005 invigdes ett nytt Tech Centre i Shanghai. Kina och sedan september i fjol finns även ett Tech Centre med 16 kunniga medarbetare i Sverige. Tech Centre Europe utgör en del av avdelning Sales Europe & Other Markets och verksamheten är inriktad mot den europeiska marknaden samt vissa enskilda marknader i Afrika och Asien.

Tech Centres roll

T – Höganäs klart uttalade mål med sitt Tech Centre Europe (TCE) är att vara tekniskt ledande med avseende på applikationsutveckling för befintliga produkter och teknologier. TCE i Höganäs skall också vara kundernas förstahandsval vid samarbete och när det gäller service, säger Sigge Berg, ansvarig för TCE.

Tech Centres två ben

Avdelningens verksamhet vilar på två stadiga ben, *kundsamarbete* och *kundservice*, där kundsamarbeten är viktiga och högprioriterade.

Strategi och samarbete

Såväl TCE som samtliga europeiska säljbolag ingår i samma organisatoriska enhet – Sales Europe & Other Markets.

De europeiska säljbolagen och TCE har funnit formen för ett bra och nära samarbete som gynnar våra kunder.

Dotterbolagsrepresentanterna har kunskap om hur varje specifik kund ska behandlas och de känner även bäst till kundens behov. Medarbetare i säljbolagen har alltid goda relationer med kunderna.

Kontakterna mellan kunder och TCE initieras av respektive säljbolag. Viktigt i det här samarbetet är att vi ställer upp och hjälper till när dotterbolagen begär det.

– Detta gäller inte bara TCE utan även andra avdelningar med sina kundkontakter. Det är lätt att förstöra en existerande relation, det är svårare att skapa en ny, säger Sigge Berg och får medhåll av Pernilla Johansson, som sedan en tid tillbaka assisterar Sigge med ledarskapet för TCE.

Tech Centres mål

Målet är att ge kunden sådan service att "han växer" med marknaden. Kundensamarbeten med inriktning på applikationsutveckling hjälper till att öka försäljningsvolymerna och får hela metallpulverområdet att växa.

– Vårt Tech Centre kan bidra med mycket i syfte att hjälpa kunderna att öka sina försäljningsvolymerna. Vi har tillgång till utrustning i form av pressar och sintringsugnar i Höganäs. Vi har bred erfarenhet och kompetens och kan ge kunderna viktiga rekommendationer i valet av till exempel högpresterande material, krommaterial samt i frågor som rör densitet och toleranser. Vår medverkan ger Höganäs värdefull feedback om marknadsbehov och möjliga produkter samt teknologier.



- TCE i Höganäs skall vara kundernas förstahandsval när det gäller samarbete och service, säger Pernilla Johansson och Sigge Berg.

har högt ställda mål...

Kundsarbeten prioriterade

Samarbeten med kunder handlar mycket om applikationsutveckling, vilket i slutändan leder till ökade försäljningsvolymer. Därför är det också starkt fokus på kundsarbeten, inklusive slutanvändarna.

mest lyckosam för alla parter. Så har Höganäs arbetat en längre tid i Nordamerika och inom SMC-området har det hela tiden varit ett alternativ, fortsätter han.

Det är ingen överdrift att påstå att Höganäs tre globala Tech Centre i Höganäs, Shanghai och Stony Creek skapar ett mervärde för Höganäs kunder. Brännpunkten kommer därför i nästa nummer att presentera de båda Tech Centre i Kina och USA. □

Målet är att samarbeta med kunder och kunds kund, dvs. slutanvändare skall utvidgas och med tiden uppta en betydande del av arbetet vid TCE. Kundservice, som har funnits länge inom Höganäs, skall självfallet finnas kvar. Det arbetet uppskattas mycket av Höganäs kunder.

Tidigare satte Höganäs en ära i att besvara frågor man fick från kunden så snabbt som möjligt, helst inom fem arbetsdagar och teknikerna arbetade vanligtvis mot s k ledtider.

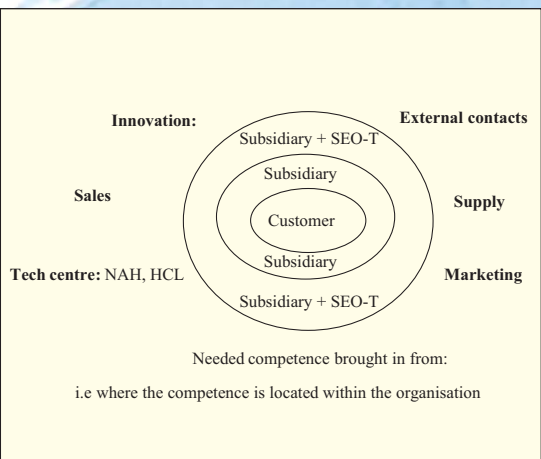
– Ur kvalitetssynpunkt var detta inte alltid lyckat, tillägger Pernilla Johansson. Nu gäller det att ge svar inom avtalad tid. Fel svar i rätt tid är inte bra för kunden. Det är bättre för alla parter att vi arbetar en längre tid med kundens fråga och ger ett korrekt svar, vilket i slutet leder till att problemen kan lösas snabbare.

Några av Tech Centre Europe's uttryckliga ambitioner och mål.

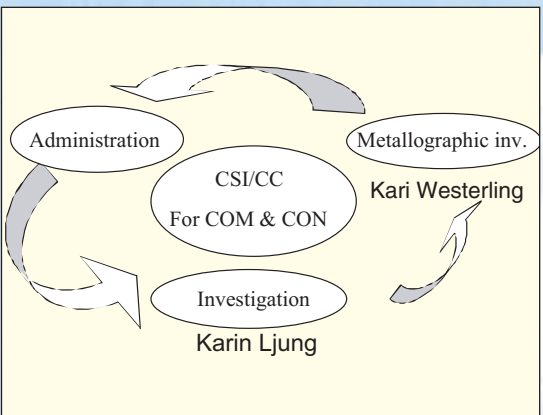
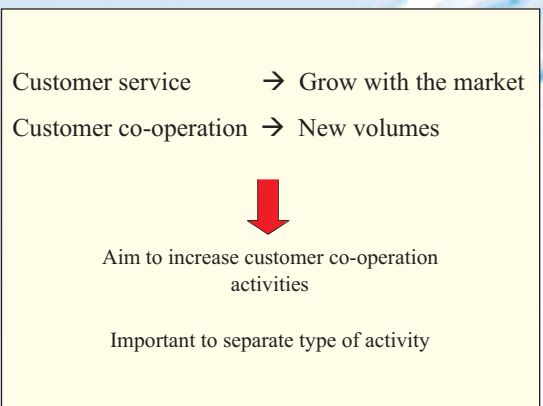
– Visst, den starka fokuseringen på att inleda samarbeten med slutanvändare är också ett nytt arbetssätt för avdelningens medarbetare. Inte alla Höganäs kunder, i egenskap av komponenttillverkare, har uppskattat den strategin, men det är den väg Höganäs har valt att gå och som på sikt kommer att visa sig vara

Tech Centre Europe

Idag arbetar 16 medarbetare på TCE. Förutom Sigurd Berg och Pernilla Johansson heter avdelningens medarbetare Sven Allroth, Maria Forsum, Alberto Poey, Luigi Alzati, som för tillfället är utlånad till Höganäs Italia, Karin Ljung, Kari Westerling, Daniel Nilsson, Peter Johansson, Magnus Andersson, Henrik Ekberg, Britt-Marie Johansson, David Andersson, Kristina Olsson samt Björn Lindqvist, som nyligen återkommit till Sverige efter att under två år har arbetat i Shanghai med att bygga upp Tech Centre där.



Höganäs har starkt kundfokus.



Schematisk bild över arbetssättet för CSI, där bl a Karin Ljung och Kari Westerling har speciellt ansvar.

Höganäs Business Academy

Höganäs Business Academy är Höganäs största utbildningssatsning på koncernnivå. Bakgrunden till utbildningen är bl a Höganäs nya organisation med helt nya arbetsförutsättningar för Sales och Marketing. Höganäs Business Academys första program är därför skraddarsytt för dessa grupper. Programmet omfattar tre olika moduler, var och en på tre dagar.

Den första modulen hölls i Sverige den 9 – 11 oktober och i oktober 2007 skall uppskattningsvis 70-80 medarbetare ha gått hela programmet.

I samband med införandet av den nya organisationen för Sales och Marketing konstaterades att det fanns ett utbildningsbehov inom dessa områden. Ganska omgående påbörjades arbetet med att hitta en struktur och innehåll för det som så småningom fick namnet Höganäs Business Academy. De som har arbetat med detta har varit *Per Engdahl*, så som ansvarig för Sales processen, *Anders Andersson*, globalt ansvarig för Human Resources, och *Mattias Berg*, avdelning Human Resources, Höganäs AB Sverige. I egenskap av *head master* kommer *Mattias Berg* att vara fullt upptagen med Höganäs Business Academy den närmaste framtiden.

Konsultföretaget *Performance Plus International (PPI)* har också en viktig roll i akademins första utbildning, där *Gerry Buckley*, *John Leach* och *Simon*

Lawson utgör "katalysatorer" och ser till att lyfta fram idéer och den kompetens som redan finns i organisationen.

VD starkt engagerad

Det första utbildningstillfället hölls med utvalda medarbetare från Sverige, England, Frankrike, Italien och Tyskland. Den första dagen handlade mycket om interna förhållanden. VD *Alrik Danielson*, samt *Per Engdahl*, presenterade strategier och ledde diskussioner kring dessa. Den nya organisationen med separata avdelningar för Sales och Marketing innebär ett helt nytt sätt att arbeta och ett tydligare ansvar för säljresultat.

Kundfokus

Utbildningen syftar vidare till att skapa en gemensam plattform och att man inom hela Sales- och Marketingorganisationerna får en samsyn vad gäller kundbeskrivningar, kundvärderingar, säljverktyg, dokument m.m.

Under dag två och tre tog PPI:s repre-



– Utbildningen skapar en samsyn för hela Sales- och Marketingorganisationen, säger Höganäs Business Academy's rektor *Mattias Berg*.

tar Höganäs mot stjärnorna...

sentanter hand om dirigentpinnen och det blev ett starkt fokus på Sales och Marketing. Ett intressant delområde för att uppnå bästa resultat var t ex kundprioritering.

Totalt deltog 17 medarbetare vid den första träffen som hölls på Järavallen i Barsebäck. I december kommer ytterligare ett antal europeiska medarbetare till Sverige för att gå samma utbildning, dvs modul 1.

Den 9-11 januari 2007 i Tokyo sammanstrålar sedan ett stort antal asiatiska medarbetare. Den fjärde omgången i första utbildningssteget blir i Washington, USA, i februari nästa år. Därmed skall omkring 70-80 medarbetare ha genomgått den första modulen.

Steg 2 inleds i mars 2007

Utbildningen fortsätter sedan med den andra modulen under mars – maj 2007. Det kursupplägget riktar sig speciellt till Höganäs medarbetare inom Salesorganisationen och handlar mycket om säljträning och redovisning av tuffa hemläxor. Två av dessa sammankomster är planerade att hållas utanför Sverige, troligtvis i Kina och USA. Den tredje och avslutande modulen, som fokuserar på affärsförhandlingar, kommer också att hållas på tre olika platser.

– Därmed skulle man kunna tro att utbildningen var klar, men det finns idéer om vad som skulle kunna ingå i en fjärde modul. Den utbildningen skulle då i första hand rikta sig till medarbetarna inom Marketing, tillägger Akademinns rektor Mattias Berg. Höganäs Business Academy skulle i framtiden kunna innehålla flera utbildningsprogram, speciellt anpassade för Höganäs medarbetare.

Sagt av VD

Höganäs CEO, Alrik Danielson, är en av eldsjälarna bakom Höganäs Business Academy. Han kommer att närvara

minst en dag vid samtliga utbildningstillfällen världen runt. Så här sammanfattar Alrik betydelsen av Höganäs Business Academy:

– Metallpulverindustrin har förändrats i likhet med mycket annat. Höganäs möjligheter till lönsamhetstillväxt är därför annorlunda i dag jämfört med de förhållanden som rådde på marknaden för några år sedan. Vi försöker få en bredare förståelse för vad som händer runt omkring oss, våra kunder, slutanvändare och konkurrenter samt konkurrerande teknik. Med hjälp av den kunskapen skapar vi nu en klar vision och strategi för Höganäs.

– Med den här utbildningen har vi lagt ribban högt och verkligen gått ut hårt från början. Syftet är också att vi skall lyfta fram den kunskap som redan finns i organisationen och lära av varandra och inte minst inspirera varandra, tillägger Per Engdahl.

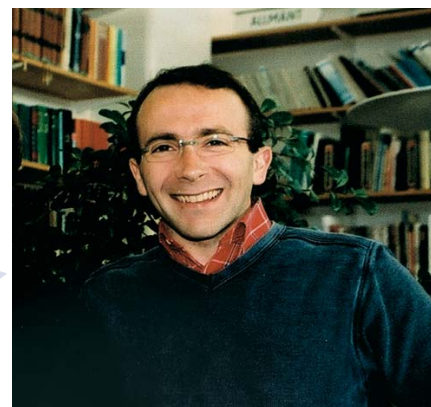
Akademien har också en egen logotyp med tillhörande välkänd devis på latin – *per aspera ad astra* (genom svårigheterna mot stjärnorna). Ett uttryck taget efter Senecas ord: *non est ad astra mollis e terris via*; 'det finns ingen lätt väg från jorden till stjärnorna'.

Några röster ur vimlet

Luigi Alzati, Höganäs Italia:

– Det var viktigt att få höra Höganäs strategi i detalj direkt från ledningen och få tillfälle att ställa frågor. Att på något sätt vara med i beslutsfattandet är alltid en källa till stark motivation. Jag har också nyligen tagit på mig ett ansvar för italienska kunder och utbildningen har definitivt givit mig ny fokusering på min uppgift.

– Teoretiska begrepp, självförklarande praktikfall, tillämpning på Höganäs egen affärssituation: Dessa tre kunskapskällor har sammanlänkats genom diskussionsgrupperna med kolleger från olika områden och olika länder. Jag är



– Det var viktigt att få höra Höganäs strategi i detalj direkt från ledningen, säger Luigi Alzati, som bara hade beröm att ge Höganäs Business Academy.

övertygad om att allt detta sammantaget har ökat våra kunskaper om vår uppgift inom koncernen samt förstärkt vår kommunikationsförmåga. Coolt!

Rose-Marie Yttergren, Business Area Consumables:

– Målet med Höganäs Business Academy och den startade utbildningen är ett jättebra initiativ av Höganäs ledning. Jag uppskattar också att Alrik (Danielson) och Per (Engdahl) ställde upp en hel dag och hela tiden var tillgängliga för oss. Personligen tycker jag att gruppdiskussionerna gav mycket och att det var bra att vi även omedelbart fick feedback.

– Det som togs upp om marknadsföring var inget nytt för mig, men det hade jag inte heller förväntat mig eftersom jag har marknadsföring i min utbildning. Däremot var det mycket bra det som kom fram om hur Sales kan dra nytta av support från Marketing. Framför allt bidrog det här första utbildningssteget till att vi har fått en gemensam plattform att jobba vidare utifrån. Då utbildningen i första hand riktar sig till Account Managers vet jag inte om jag kommer att inbjudas till alla moduler, men Höganäs Business Academy har definitivt gett mersmak. □

Namn: Nasser Ahmad

Ålder: 39

Arbetar: Fabrikschef, NAHHA i Johnstown, Pennsylvania

Familj: Hustru Sumaira, en son 11 år samt två döttrar 7 respektive 1 år

Bor: Johnstown, Pennsylvania

Favoritmat: Kinesiska och japanska maträtter

Fritidsintressen: Golf, läsning samt att umgås med familj och vänner.

Nasser Ahmad hade beslutat att han skulle återvända till hemlandet Pakistan när han hade avlagt sin Masters i Industrial Engineering vid University of Illinois i Chicago i juni 1994. Han tackade emellertid först ja till ett konsultarbete, som han menade skulle ge honom en del praktiska erfarenheter av amerikansk industri.

– En av mina chefer brukade alltid skämta och säga att "endast Columbus återvände från Amerika, och jag slår vad om att du kommer att bli kvar här". Han fick rätt. Efter bara några månaders arbete i USA beslöt jag mig för att stanna, säger Nasser som nu varit bosatt i USA sedan januari 1993. Han kom till Stony Creek hösten 2005 för att vara NAH:s underhållschef. I juni i år utnämndes han till fabrikschef för North American Höganäs High Alloys (NAHHA) i Johnstown.

Min dag på jobbet

*Nasser Ahmad,
Plant Manager, North American
Höganäs High Alloys, USA*

Nasser Ahmad är född och uppvuxen i Lahore i Pakistan. Lahore är en stor industri- och lärodomsstad belägen i västra Pakistan nära gränsen till Indien. Lahore har omkring 6 miljoner invånare.

Efter examen i industriteknik vid University of Engineering and Technology i Lahore arbetade Nasser hos *Dyno Pakistan* i Karachi. Dyno är ett norskt multinationellt företag med petrokemikalisk inriktning. Nassers mål var emellertid att studera vidare och efter drygt ett år hos Dyno flyttade han till Chicago och började studera.

Kobelco-bakgrund

Det var också under sin sista termin vid universitetet som Nasser gifte sig med Sumaira, som även hon är från Lahore. I dag har paret tre barn i åldrarna 1 till 11 år. Familjen bor i Johnstown efter att i många år ha bott i Seymour, Indiana, där



Nasser Ahmad gjorde tvärt emot Columbus. Han återvände inte till sitt hemland och har nu bott 13 år i USA. Nasser och hustrun Sumaira har tre barn.

Nasser under åtta år arbetade hos järn- och metallpulvertillverkaren *Kobelco Metal Powder of America, Inc.* Kobelco är ett dotterbolag till japanska Kobe Steel Ltd och har varit på den amerikanska marknaden sedan 1987.

Det var under sina första år på Kobelco som han lärde känna Mike Lutheran och Chris Adam, vilka båda tidigt kom att knytas till Höganäs amerikanska bolag. Mike har befattningen som Senior Vice President Operations och är Nassers närmaste chef till vilken han rapporterar.

Familjen är viktig

Familjen betyder mycket för Nasser och han är en mycket stolt familjefar, som inte vill försumma barnens uppväxt. Han säger att hustrun Sumaira för tillfället har fullt upp med att sköta hemmet och att ta hand om de tre pigga barnen. Det äldsta barnet, sonen Ismael, älskar tex alla slags idrottsaktiviteter, men allra mest gillar han fotboll och basket.

– Den äldsta dottern Neha, som är sju år tycker om att prata och prata, vilket ibland kan vara lite tröttande. Något "tys-tare" är däremot yngsta dottern, Maryam, som för närvarande mest tycker om att vara tillsammans med mig, säger han.

Johnstowns historia

Johnstown, där NAHHA är beläget, har omkring 25 000 invånare. Fastän en amerikansk småstad så är Johnstowns historia vida känd. Från 1870-talet till mitten av 1900-talet hade staden en av huvudrollerna i den amerikanska stålind-

dustrin. Höjdpunkten för Johnstown kom under andra världskriget, då staden hade mer än dubbelt så många invånare som idag. Sedan kom perioden med nedlagda kolgruvor och stålverk.

Staden kallas även för ”**The Flood City**” efter flodkatastrofen den 31 maj 1889, som tog mer än 2 200 människors liv. Två andra översvämningar 1936 och 1977 förbättrade inte stadens anseende. Men efter varje förödande flodvåg har Johnstowns drabbade delar återuppbyggts.

I dag går Johnstown under epitetet ”**The Friendly City**”. Det finns nämligen en stark framtidstro och många blickar har därför åter dragits till staden, där flera företag baserade på ny teknik har etablerats. Naturen, jakten och fisket bidrar till att staden och dess närområden också är mycket omtyckta turistmål.

– Flodkatastrofer och industrikollaps tycks inte bita på Johnstown och människorna här. Än en gång har staden rest sig och växer nu i takt med nyetablerade industrier, säger Nasser.

Brett ansvarsområde

Det är här i Johnstown som NAHHA och dess 125 medarbetare har sin dagliga verksamhet förlagd. Vad innebär då arbetet som Plant Manager?

– Mitt ansvarsområde är lika brett som det är intressant. Jag skall först och främst se till att företagets affärsstrategi blir genomförd och förstådd av alla i organisationen. Det inkluderar alla verksamheterna och processer som projekthandledning, kontinuerliga förbättringar, mänskliga relationer och utbildning. Det innebär vidare att jag har kontakter med tillverkning, nya produkter, forskning, distribution och kundservice, säger Nasser.

– Arbetsdagen startar vanligtvis med ett möte med *the night coordinator* om hur produktionen har avlöp under natten och om det finns några problem som bör åtgärdas. Därefter går jag igenom min e-post och deltar i morgonmöten med avdelningschefer, där vi går igenom vad som hänt det senaste dygnet samt planerar för innevarande dag.

– Jag försöker också alltid få tid till att gå runt på avdelningarna, då medarbetarna ofta har mycket att prata om som rör de olika verksamhetsområdena.

Arbetet med kontinuerliga förbättringar och 5S-aktiviteter har också min fulla uppmärksamhet. Speciellt fokuserar vi på att minimera kostnader samt förbättra produktiviteten inom områdena *Alloys*, *Electrolytic Iron* och *GlidCop*, fortsätter han och tillägger:

– Naturligtvis beror uppläggningsen av arbetsdagen på om vi har besök eller andra speciella aktiviteter inbokade. Men jag försöker vanligtvis få någon timme för mig själv mitt på dagen för att gå igenom rapporter och annan viktig information. Innan jag lämnar kontoret för att åka hem till familjen har jag också hunnit med att uppdatera min kalender och besvarat viktig e-post.

New Movex

Efter en kort tid på nya jobbet tilldelades Nasser även ansvaret som projektansvarig för New Movex. Det var North American Höganäs nya VD, Avinash Gore, som ville ha en projektansvarig med stark koppling till verksamheterna.

– NAHHA blir pilotanläggning för Movex och jag tycker projektarbetet fortskrider bra. Vi använder alla tillgängliga resurser för att installationen ska ske enligt planerna. Vi har en sk kärngrupp som samarbetar med de svenska specialiserade. Helt klart är att Movex 12 kommer att innebära stora förändringar för medarbetarna här i Johnstown. Installationen har efter hand senarelagts, men skall nu ske den 1 april nästa år.

– Alla som är involverade i projektet på NAHHA arbetar hårt med sina uppgifter. Mina närmaste projektmedarbetare är Heidi Ford och Tom Brubaker, fortsätter Nasser. Vi har god hjälp och assistans från Sverige. Två svenska medarbetare som besökt oss och lagt ned många arbetstimmar på att vi ska nå upp gjorda deadlines är Fredrik Borgqvist och Veronica Börtemark från Höganäs Sweden.

Visioner

Nasser tycker att medarbetarna har underlättat för honom att komma in i arbetsrollen som Plant Manager. Han är

också tacksam för att han snabbt accepterades som en i NAHHA-familjen.

– Flertalet medarbetare har arbetat mycket länge i företaget och sett förändringar i samband med ägarbyten. Ägarskiftet som inneburit både bättre och sämre förhållanden på arbetsplatsen. Jag har stor respekt för medarbetarnas kunskande, deras goda lagarbete och gemensamma strävan att göra NAHHA lönsamt och en ännu bättre arbetsplats.

– Även fastän anläggningen är gammal är den välbehållen, ren och välorganiserad. Vi har under året startat 5S och aktiviteter i Ständiga förbättringar. En sk success story är vårt nya användningsområde av e-post. Alla anställda får numera snabb information via e-



Nasser Ahmad är Plant Manager för Höganäs anläggning i Johnstown.

post. Det kan röra sig om rapporter från morgonmöten, veckorapporter från de olika avdelningarna samt månadsrapporter och annan information som hjälper medarbetarna att vara välunderrättade om vår verksamhet.

– Ett område jag skulle vilja förbättra med hjälp av vår Human Resource avdelning är utbildning och träning av våra medarbetare. Jag tror att det är en god investering i dagens föränderliga värld, som kräver så mycket av oss människor.

– Mitt mål är att göra NAHHA till en högpresterande arbetsplats, där medarbetarna inte bara kommer i tid och gör ett bra jobb. Hellre, att arbetet även engagerar dem och att organisationen spelar en stor roll i deras liv, säger Nasser Ahmad och avslutar därmed intervjun. □

Somaloy® 3P befäster Höganäs ställning inom SMC-området

Somaloy® 3P är Höganäs senaste verktyg att snabbare utveckla den globala SMC-marknaden och befästa sin position som marknadsledare. Somaloy 3P är inte bara ett pulver utan ett helt koncept som Höganäs erbjuder kunder genom en s.k. partnerskapsmodell. Affärsuppbyggnaden innebär att Höganäs ställer upp med sin SMC-kunskap, innefattande komponentteknik, material- och applikationskännedom och där samarbetspartners erbjuds licens på Höganäs teknik. Sammantaget innebär 3P ett unikt mervärde för den utvalda kunden.

Hittills har Höganäs inlett denna form av samarbete med flera komponenttillverkare inom SMC-området. Det är företag i Asien, Europa och Nordamerika som helljärt väljer att satsa på SMC-tekniken. De utvalda är såväl gamla kunder som helt nya till oss. Tillsammans med Höganäs vill de vara med att bygga ut marknaden. Dessa samarbetspartners får tillgång till våra resurser och unika kompetens. För skall det här området fortsätta att växa behöver kunskapen breddas och fler få del av den, säger affärsområdeschef Lars Hultman, SMC Components.

Marknaden positiv

– Vårt erbjudande om ett djupare samarbete har mottagits väl av marknaden och vi får hela tiden förfrågningar från såväl etablerade som nya kunder.

– Med Somaloy® 3P har vi också tagit ett stort steg från konkurrenterna. Kunderna inser att Höganäs har något extra att erbjuda, som våra konkurrenter

inte kan ställa upp med. Partnerskapet innebär att parterna jobbar nära varandra och med öppen dialog. Onödiga missstag elimineras på det viset samtidigt som komponenttillverkningen får en snabbare utveckling. Höganäs får genom denna samarbetsform också en bättre total överblick av utvecklingen inom SMC-området.

– För att sprida SMC-teknologin och utveckla marknaden har Höganäs alltid arbetat mot slutanvändare och det är något som vi skall fortsätta med. Ett flertal slutanvändare tittar på ny teknik och när stora företag ser möjligheterna är de vanligtvis beredda att göra satsningar.

– Intresserade slutanvändare sammanför vi med de komponenttillverkare som vi har partnerskap med, fortsätter Lars och tillägger: På detta sätt kan vi skapa nya lönsamma affärer för oss och

våra partners samtidigt som vi säkerställer snabbhet och kvalitet i vårt arbete.

Skräddarsydd produkt

Somaloy är som bekant baserat på högrent mjukmagnetiskt jämpulver. Järnpulverpartiklarna beläggs med tunnna skikt som isolerar dem elektriskt från varandra. Materialet har goda magnetiska egenskaper och används bl a i små motorer där t ex statorn kan tillverkas av Somaloy. I ”Somaloyfamiljen” ingår numera åtta olika produktvarianter och sortimentet breddas kontinuerligt.

Pulverprodukten Somaloy 3P är en verklig spjutspetsprodukt med bl a tre gånger förbättrad hållfasthet jämfört med tidigare Somaloyprodukter. Den är skräddarsydd för komponenter av hög densitet. Den höga tätheten ger förbättrad induktion och därmed mera kraft i



Projektteamet bakom Somaloy 3P. Från vänster : Zhou Ye, Jan Wiksell, Marcus Holm, Lars Hultman, Ola Andersson, Rose-Marie Yttergren, Per-Olof Larsson och Peter Olsérius. Mats Persson saknas på bilden. Foto: Bo Thell

motorn. Med hjälp av Somaloy 3P får elmotorerna även kraftigt förbättrad verkningsgrad och lägre energiförluster.

”Det tar tid...”

När det gäller elmotorer har elektroplåt varit dominerande material i drygt 100 år. Det tar alltid tid för nya idéer att få genomslagskraft och SMC-teknologin utgör inget undantag. Den är ännu i sin linda, men det finns mycket som samverkar för teknikens utveckling. Senare tids lagstiftning och det klart uttalade miljötankandet kräver energisnålare elektriska apparater. Detta stämmer väl in på små, effektiva och energisnåla motorer av SMC-material. Applikationerna finns inte bara i bilar utan också i vitvaror som kylskåp samt luftkonditioneringsanläggningar, för att nämna några välbekanta områden.

– Trenden går hela tiden mot mindre motorer med hög verkningsgrad och det får man med s k borstlösa permanentmagnetmotorer, där vårt material passar bra in. Potentialen för SMC-material är minst lika stor som för hela övriga metallpulversidan och vi ser en mycket positiv tillväxtspiral. Under året har vi påbörjat lanseringen av Somaloy® 3P och vi har utbildat våra medarbetare på Höganäs säljbolag, tagit fram broschyrmaterial samt tillhandahållit lämpliga säljverktyg, säger han och fortsätter:

Började som projekt

– Egentligen startade Somaloy 3P som ett utvecklingsprojekt våren 2004. Vi höll på och arbetade med ny teknik, samtidigt som vi fick en del förfrågningar från några av våra kunder. Marknadens sug efter produkten gjorde projektarbetet mycket lättare och sensommaren 2005 var projektet i hamn.

– Jag var ansvarig för huvudprojektet och hade stor hjälp av de olika delprojektledarna, som var och en hade sitt ansvarsområde. Mats Persson, Ola Andersson och Jan Wiksell var några med specifika ansvarsområden. Rose-Marie Yttergren hade en nyckelroll i projektet i egenskap av QA- och projektkoordinator, säger SMC-chefen Lars Hultman och avslutar intervjun. □

Fortsatt framgång med Cash is Queen!

Cash is Queen projektet har nu pågått sedan november 2005 och har nått stora framgångar. CiQ har skapats för att minska Höganäs AB:s kapitalbindning, och därigenom minska användandet av banklån för att finansiera sin verksamhet. Sedan målen godkändes av projektets styrgrupp i januari i år har det genomförts många framgångsrika delprojekt, och den här gången är det Höganäs Brasil och NAH i USA som visar mycket goda resultat.

Projektet Cash is Queen har verkligen engagerat medarbetarna på de olika Höganäs-bolagen världen runt och resultaten är överlag mycket bra. Brasilien har gjort ett extra bra arbete hittills kryddat med en topplacering inom delområdet leverantörsskulder. I nedanstående tabell kan du se vilka resultat de olika bolagen hittills har nått inom projektets ramar.

Höganäs Brasils lokale projektledare Pedro Nisca berättar att bolaget har uppnått goda resultat i sin strävan att minska antalet CCC-dagar, hela 23 dagar eller 27 procent. CCC är en förkortning av Cash Conversion Cycle (*Lager + Kundfordringar – Leverantörsskulder*). Skillnaden är det som Höganäs har kvar att finansiera via banklån. Det senare kan omräknas i dagar, vilket gör att förbättringsresultatet blir mera överskådligt.

Höganäs Brasil har även förbättrat kassaflödet och därigenom minskat sin upplåning i

Höganäs AB: s interbank med hela 35 procent från december 2005 fram till nu.

Bättre än vad resultatet visar

– När det gäller lagervärden så har Höganäs Brasil lyckats reducera antalet dagar med 16. Egentligen är resultatet ännu bättre då siffrorna påverkas negativt av en ökad import från Sverige, eftersom den lokala efterfrågan överstiger produktionskapaciteten i dotterbolagets atomiseringsanläggning. Då transporttiden är runt 45 dagar har detta resulterat i en ökning av antalet CCC-dagar med sju för Höganäs Brasil, säger Pär Lindmark, Höganäs AB, som är projektledare och koordinator för det globala CiQ-projektet. Pär och kollegan Håkan Hellberg är naturligtvis mycket nöjda med hur projektet löper på.

Avinash Gore, tidigare VD för Höganäs India och sedan juni månad VD för North American Höganäs (NAH) i USA, tog vid senaste styrgruppsmötet för CiQ i Höganäs initiativet till att Styrgruppen skulle instifta ett CiQ-pris till speciellt förtjänta medarbetare. Priset kommer att delas ut under oktober månad. Av tabellen framgår också klart att Gores gamla skötebarn – Höganäs India – har lyckats utomordentligt väl hittills under projektet.

– Både styrelsen i Höganäs AB och styrgruppen – som består av projektsponsor Annette Kumlien, VD Alrik Danielson, Per Lagerlöf och Avinash Gore – är mycket nöjda med vad projektet gett hittills. Många av delmålen är redan uppfyllda. De enda som hittills inte uttryckt glädje är bankerna som noterar att Höganäs stadig amorterar ned på sina lån. Men å andra sidan är det just detta som projektet syftar till, säger Pär Lindmark. □

Förbättring i % i förhållande till startvärdet i juni 2005

<u>Lager</u>	<u>Kundfordringar</u>	<u>Leverantörsskulder</u>	<u>CCC-dagar</u>
NAH 45	Höganäs China 52	Höganäs Brasil 67	NAH 47
Höganäs India 41	NAH 26	Höganäs AB 5	Höganäs China 38
Höganäs China 30	Höganäs Brasil 22 Höganäs India 22	NAH 5	Höganäs India 34

Höganäs – inte bara krus



”I Sverige finns det en rad mycket spännande företag som i bagaget har en lång historia. Höganäs AB är ett av dessa företag. Att företagets industriella verksamhet också är mycket intressant, och

har varit dramatisk, gör inte saken sämre”.

Med dessa ord marknadsförde *Kungliga Myntkabinettet i Stockholm* (Sveriges Ekonomiska Museum) sin utställning om Höganäsbolaget som pågick från den 27 oktober 2005 till den 26 januari 2006. Utställningen ”*Höganäs – inte bara krus*” finns nu att beskåda på Höganäs Museum och den avslutas fredagen den 22 december. Den speglar Höganäs utveckling från fiskeläge till industrisamhälle i samband med att stenkolsbrytningen upptogs på allvar. Utställningen har många föremål som kan roa besökaren. Otroligt vackra handkolerade aktiebrev, medaljer från världsutställningar samt polletter som använts av arbetarna

samsas med 200-årigt produktsortiment.

Genom uppvisande av sitt passerkort har alla Höganäsmedarbetare **fri entré**. Söndagen den 3 december guidar medlemmar i Stawfordska sällskapet. Utställningen är öppen tisdag – söndag mellan klockan 13 och 17

Guldmedaljen Höganäs fick vid Parisutställningen 1867.



Gunnar – en veteran i Asien

Gunnar Skoglund, HöganäsTaiwan Ltd, har en lång och vittomfattande erfarenhet av den asiatiska marknaden. Redan 1981 gjorde han sitt första besök i Kina. De senaste sju åren har Gunnar haft Taiwan som bas när han hjälpt kunderna i Kina, Sydkorea och Taiwan med teknisk support och som lärare i Höganäs PM-skolor.

I samband med den årliga PM-konferensen i Taiwan i augusti – som arrangeras av Taiwan PM Association – erhöll Gunnar en utmärkelse för *outstanding service* till den taiwanesiska PM-industrin.

– Jag gjorde mitt första besök i Kina år 1981 tillsammans med Sven Hulthén.

Det var Hulthéns sista officiella resa för Höganäs innan han drog sig tillbaka. Under en 15 års period från 1980 och



Professor Kung-Shang Huang, ordförande för Taiwan PM Association, räcker över organisationens ”pris” till Gunnar Skoglund.

framåt gjorde jag årligen även två – tre resor till Japan. Sedan år 2000 har jag huvudsakligen arbetat med våra kunder i Kina, Sydkorea och här i Taiwan, säger Gunnar som naturligtvis tycker att det är hedrande och roligt att få en utmärkelse av det här slaget.

Gunnar är verkligen en veteran i dubbel bemärkelse. Förutom att han har lång erfarenhet av Asien har han även arbetat 35 år för Höganäs AB. År 1992 erhöll han Höganäs guldmedalj för 20 års tjänst. Gunnar fortsätter att arbeta för Höganäs i Kina, Sydkorea och Taiwan till den sista november 2006. Därefter kommer han att fortsätta arbeta på deltid för Höganäs Sverige.