

Höganäs 

HOT SPOT

3|18

TIDNINGEN FÖR ALLA HÖGANÄS MEDARBETARE

Nyårslöften:

**Olika sätt att fira
det nya året**

En dag med:

**En veteran som efter 25 år på
Höganäs sett och gjort allt**

Klimatfärdplanen:

**Vägen mot en
koldioxidneutral framtid**

TEMA:

Den nya organisationen

VARFÖR DEN BEHÖVS

OCH VAD DEN INNEBÄR

En välkommen
förändring
Medarbetarnas
tankar om
organisationen

Tillväxtområden
Långsiktigt fokus på
produktutveckling

I ständig förändring

När det blir dags för mig att skriva en ny ledare i Hotspot går jag ofta igenom gamla nummer för att se vad jag fokuserat på tidigare. Jag vill inte upprepa mig i onödan. Den här gången hade jag en idé om "förändring" som huvudtema, men det visade sig ha varit ett ofta återkommande ord i tidigare nummer.

Kanske är det helt enkelt dags att se på förändringar som ett normaltillstånd?

Vad kan jag då i stället lyfta fram som ändå anknyter till den här utgåvan av tidningen?

EN MÖJLIGHET VORE att ta upp mångfalden inom Höganäs, med medarbetare från en mängd länder, alla med olika kunskaper och bakgrund. Trots våra olikheter ser vi alla till Höganäs bästa och vill att våra metallpulver sprids över världen.

En annan tanke skulle kunna vara att betona hur mycket arbete vi lägger ner på utveckling. Inom metallpulverbranschen är Höganäs det företag som lägger enskilt störst resurser på

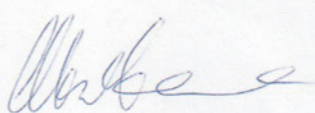
produktutveckling, och på att förfinas och förbättra våra processer. Det här arbetet kommer nu att accelerera och fokuseras ännu mer på de nya produktområdena.

Annars skulle jag förstås kunna ta upp hållbarhet, som är en röd tråd i allt vi gör.

ALLT DET HÄR leder fram till ett fjärde tema: att vi vill skapa en bra och meningsfull arbetsplats, där vi trivs och vill stanna kvar – en arbetsplats som lockar ny kompetens.

Eller också kan vi helt enkelt läsa tidningen!

Hör gärna av dig och berätta vad du vill läsa mer om.



Ulrika Rask-Lindholm
Chefredaktör

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



HOT SPOT

Nummer 3/2018

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

Chefredaktör:

Ulrika Rask-Lindholm,
Corporate Communications,
Höganäs AB

Redaktion:

Från Höganäs

Michele Deter, Anne Delhovren,
Luciana Carpinelli, Tehzib Poonawalla,
Lisa-Maria Schönstedt.

Från Spoon

Susanne Magnusson
Mathias Lövström

Redaktionell produktion:

Spoon
www.spoon.se

Prepress:

Spoon

Tryck:

Elanders Sverige AB
©Höganäs AB
December 2018
2375HOGSE

I detta nummer



4 TEMA Förändringens vindar

» Omvälvande, utmanande, befriande – omorganisationen har påverkat Höganäs medarbetare på olika sätt. Men den har inte skett utan anledning. Vi tittar närmare på förändringarna och vad de innebär för framtiden.



3 Utmaningen: bättre packning

» Ny maskin ger färre driftstopp och bättre säkerhet.



15 Så firar världen

» Medarbetare berättar om sina planer inför nyårsfirandet.



16 En dag med Michele Deter

» Där ingen dag är den andra lik.



20 NC100.24: en riktig trotjänare

» Höganäs äldsta och populäraste produkt.

Slut på driftstopp och förseningar

» Kvaliteten på en packningsmaskin kan påverka hela produktionsprocessen. Om den inte fungerar felfritt kan det orsaka flaskhalsar och påverka produktkvaliteten. Därför valde Höganäs i Brasilien att investera i ett moderniseringsprojekt.

TEXT: LUCIANA CARPINELLI
FOTO: PAULO FRIDMAN

UTMANING

– Vår packningsmaskin var väldigt gammal och vi drabbades ständigt av fel och brister. Det var väldigt svårt att hitta reservdelar, vilket gjorde underhållet dyrt och ibland ledde till improviserade reparationer. Det innebar inte bara en massa oplanerade driftstopp utan skapade också otrygga arbetsförhållanden för operatörerna i produktionen, säger Luiz de Moraes, som arbetar med underhåll.

LÖSNING

– Med stöd från teknikerna i Sverige sjösatte en grupp från inköp, blandning och säkerhet i Brasilien, tillsammans med underhållsteamet, ett moderniseringsprojekt. Det inleddes med omfattande studier och jämförelser av olika

anläggningar inom Höganäs, för att kunna förutse alla tänkbara kravspecifikationer. Därefter tog man fram en detaljerad lösning med omfattande säkerhetsföreskrifter innan den nya packningsmaskinen efter ett års hårt arbete äntligen kunde tas i bruk, säger Luiz.

MERVÄRDE

– Maskinens konstruktion och system modifierades för att uppfylla högsta tänkbara säkerhetsstandard, och sträcker sig nu faktiskt längre än alla internationella säkerhetskrav. Det nya automationssystemet är betydligt mer driftsäkert och minskar mängden underhållstopp. Samtidigt har vi utökat kapaciteten från ett till två ton, vilket medförde en dramatisk förbättring av blandningsstationens produktivitet.



Det brasilianska teamet bakom moderniseringen av packningsmaskinen.

NAMN: Kayo Moscardini de Moraes.
ÅLDER: 23.
FAMILJ: Gift med Thayna, en son: Carlos Eduardo (3).
INTRESSEN: Paddla kajak och promenera i parker.
HEMORT: Mogi das Cruzes.

NAMN: Luiz Alberto de Moraes.
ÅLDER: 37.
FAMILJ: Gift, tre döttrar: Anabelle (12), Yasmin (7) och Caroline (2).
INTRESSEN: Se på film, gå ut med familjen och spela gitarr.
HEMORT: Mogi das Cruzes.

NAMN: Vanderson Ferreira dos Reis.
ÅLDER: 40.
FAMILJ: Gift, två barn: Ronaldo (16) och Natalia (10).
INTRESSEN: Resor, titta på film och grilla med familjen.
HEMORT: Ferraz de Vasconcelos, São Paulo.

NAMN: Bruna Reche de Oliveira.
ÅLDER: 25.
FAMILJ: Singel.
INTRESSEN: Att sporta och gå på restaurang (favoriten är japanskt!).
HEMORT: Mogi das Cruzes.

Sår frön för fortsatt tillväxt

Höganäs genomför en omorganisation med nya produktområden och kontinenter, inför en ny strategi och investerar i produktionsverksamheten. Läs mer om varför allt det här händer just nu, hur den nya organisationen ser ut och vad medarbetare från olika delar av företaget tycker om förändringarna.

ILLUSTRATION: IDA BROGREN



Gör det lättare att göra rätt

Med ökat kundfokus och en tydligare ansvarsfördelning vill Höganäs bana väg för sin strategi för 2026. Då ska omsättningen ha ökat till drygt 14 miljarder kronor och ytbeläggning ha utvecklats till en andra kärnverksamhet för Höganäs, vid sidan av pulvermetallurgi.

TEXT: GÖRREL ESPELUND FOTO: ANDERS ANDERSSON

Organisationen vi gör nu kan ses som en nyckel för att vi bättre ska kunna jobba enligt vår strategi där målet är att öka omsättningen till 14 miljarder kronor senast 2026. Tack vare förvärv och ett par framgångsrika år som vi precis lagt bakom oss, kanske vi kan nå dit några år tidigare, säger Höganäs VD Fredrik Emilson.

Strategin lägger fokus på fem tillväxtområden baserat på Höganäs förmåga att ta fram, producera och leverera metallpulverlösningar:

- pulvermetallurgi (PM), i första hand för komponenter i bilindustrin
- ytbeläggning, för bland annat gruv- och jordbrukssektorn
- elektromekaniska komponenter, främst för elmotorer
- additiv tillverkning (produkter för 3D-utskrift med metallpulver)
- vatten- och jordrening, exempelvis industriellt avloppsvatten och förorenad jord.

– DEN NYA ORGANISATIONEN ska säkerställa att vi har rätt personer på rätt plats, med rätt kompetens för att så resurseffektivt som möjligt kunna genomföra strategin. Det ska med andra ord bli lättare att göra rätt, att förstå vilket ansvar man har och hur man på bästa sätt kan bidra till att vi når vår ambition, och därmed framtidssäkra vårt bolag, säger Fredrik.

Utgångspunkten för att lyckas ska vara kundernas efterfrågan och behov. Fredrik



VD Fredrik Emilson ser positivt på framtiden.

lingen av verksamheten och den egna arbetsplatsens inriktning och fokus, hoppas Fredrik.

– Min förhoppning är kort och gott att man lättare ska kunna överblicka vårt bolag, vad vi vill åstadkomma och därmed känna större motivation att vara en del i vår framtida framgångssaga. Jag vill skapa en anda där kundernas behov löper som en röd tråd genom vår verksamhet och påverkar allt vi gör, oavsett om man jobbar med glödning, utveckling eller månadsbokslut.

understryker ofta att Höganäs främsta hemlighet bakom framgångarna ligger i kundlöftet, att alltid erbjuda metallpulverlösningar som levererar bästa möjliga förutsättningar till en "lägsta totalkostnad".

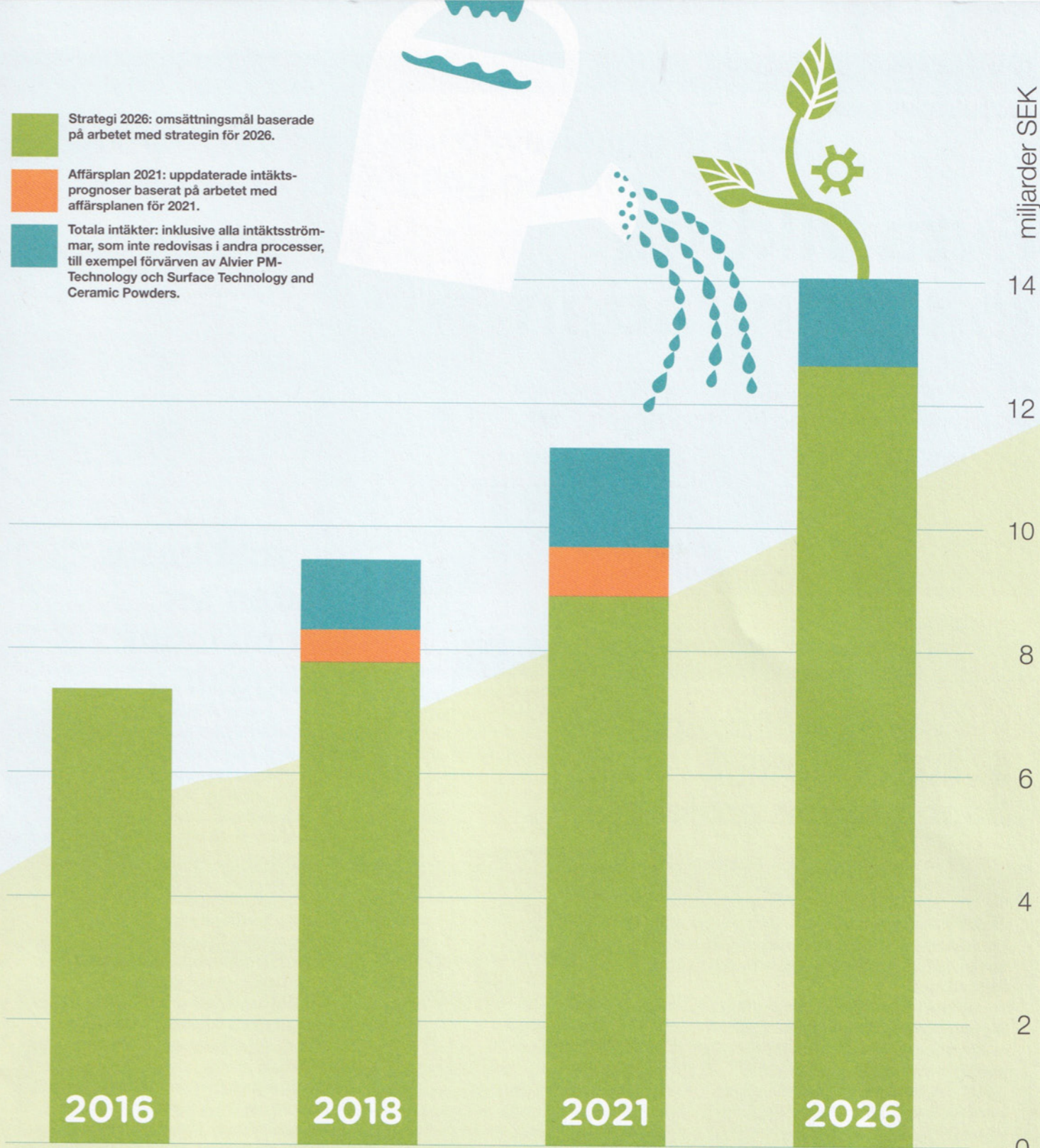
I den nya organisationen har företaget organiserats efter geografi och kundprocesser. Fyra produktområden (läs mer på sidan 8) och tre geografiska enheter eller "kontinenter" (APAC, Americas, EMEA) har skapats. Tanken är att produktområden och kontinenter ska ha ett nära samarbete.

I VARDAGEN kommer den nya uppställningen att innebära en tydligare ansvarsfördelning med större möjlighet att delta i och påverka utveck-

DET GÄLLER OCKSÅ ATT komma ihåg att Höganäs, liksom alla andra företag, inte agerar isolerat utan är en del av samhället. Höganäs påverkas med andra ord av en rad yttre faktorer.

– Vi verkar i en global värld där gränserna inom affärsvärlden successivt suddas ut. Värderingar tar i dag en större plats och påverkar synen på vår plats i samhället i stort. Att lägga för stort fokus på kortsiktiga lösningar straffar sig ofta, jämfört med att ha ett mer långsiktigt, ansvarsfullt agerande. En förutsättning för att överleva som bolag är att ständigt gå i takt med sin omvärld, tolka och förändra sig snabbt allt eftersom dessa trender påverkar och förändrar vårt affärsklimat, säger Fredrik.

- Strategi 2026: omsättningsmål baserade på arbetet med strategin för 2026.
- Affärsplan 2021: uppdaterade intäktsprognoser baserat på arbetet med affärsplanen för 2021.
- Totala intäkter: inklusive alla intäktsströmmar, som inte redovisas i andra processer, till exempel förvärven av Alvier PM-Technology och Surface Technology and Ceramic Powders.



- » Lansering av More Höganäs.
- » Arbete med tioårsstrategi inleds.
- » Den första matrisorganisationen lanseras, inklusive affärsområdena Automotive, Industrial och Environmental samt ett Global Operations-team.
- » Tre förvärv: Metasphere Technology, Alvier PM-Technology och Surface Technology and Ceramic Powders.
- » Uppgraderad organisation: produktområden i stället för affärsområden, strategin omsätts i affärsplaner.
- » More Höganäs införd i hela organisationen.
- » Säkerhet: noll olyckor.
- » Förebild inom hållbarhet.
- » Förbättrad kostnadseffektivitet.
- » Leveranssäkerhet över 98 %.
- » Rörelsemarginal över 15 %.
- » Avkastning på kapital över 20 %.
- » Organisk volymtillväxt högre än marknaden.
- » Tillväxt högre än marknaden inom alla strategiska tillväxtområden.
- » Arbetet med tioårsstrategin ledde fram till ett mål på 12 miljarder SEK i årliga försäljningsintäkter. På grund av förvärvet av STC har det övergripande målet justerats till 14 miljarder SEK.
- » Trygga och expandera kärnverksamheten (pulvermetallurgi, PM).
- » Påskynda utvecklingen inom definierade strategiska tillväxtområden.
- » Hållbart ledarskap: miljövänliga lösningar och processer, långsiktig lönsamhet, en bra och meningsfull arbetsplats, noll avfall, noll olyckor.

Fyra viktiga fokusområden

» De fyra nya produktområdena ska fokusera på långsiktig utveckling och koordinering för Höganäs olika teknologier och produkter. Tillväxtområden ska identifieras och varje område har eget ekonomiskt ansvar.

TEXT: GÖRREL ESPELUND & ANDREAS KARLSSON

ELECTRO AND MECHANICAL TECHNOLOGIES

”Vår nästa milstolpe är att förverkliga banbrytande projekt”

Electro and Mechanical Technologies (EMT) är ett produktområde som omfattar Höganäs PM-verksamhet, det vill säga, pressade och sintrade komponenter. Det tar också hand om SMC-affären, som stödjer elektromagnetiska applikationer för elektriska drivlinor och vissa passiva elektriska applikationer.

– Med EMT har vi fått en plattform för global utveckling som driver på vårt strategiska arbete för att skapa en efterfrågan på metallpulver, säger Shashi Shekhar Shukla, chef för produktområde EMT.

EMT är i grunden ett globalt produktområde, men Shashi säger att det samtidigt är viktigt att skilja mellan och fokusera på regionala behov, och erbjuda både regional kundsamordning och global produktutveckling.

Enligt Shashi är EMT:s övergripande mål på medellång till lång sikt att växa och generera vinst. Men den främsta prioriteten just nu är att samordna de olika funktionerna i den nya organisationen.

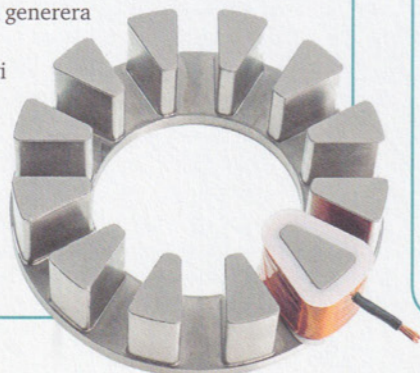
– Vår nästa milstolpe är att förverkliga banbrytande projekt inom elektriska och mekaniska teknologier som kan börja generera försäljning på några års sikt. Utmaningen är att behålla vår befintliga bas samtidigt som vi accelererar tillväxten genom ny teknologi – särskilt inom elektrifiering.

Han fortsätter:

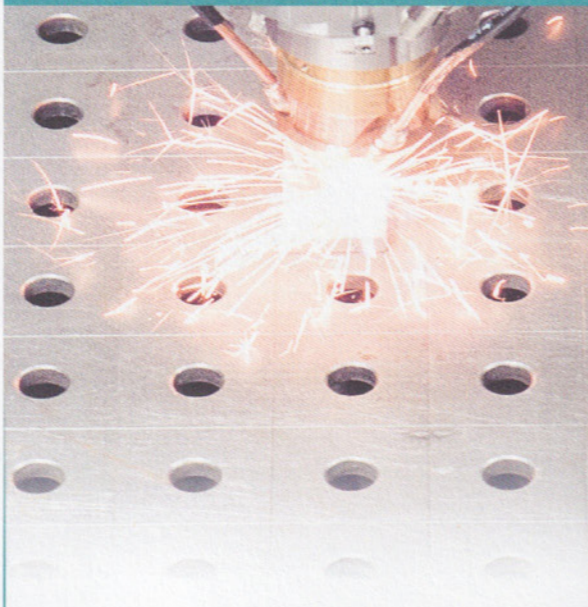
– En del av det vi gör kan innebära en utveckling, annat kan bli revolutionerande, men vi måste jobba på båda delarna.



Shashi Shekhar Shukla.



SURFACE COATING AND JOINING TECHNOLOGIES



”Den snabbaste tillväxten ser vi just nu inom ytbeläggning”

Produktområdet samlar tre teknologier under sitt tak: ytbeläggning, hårdlödning och svets. Den äldsta av teknologierna är svets, som fortfarande står för en stor del av omsättningen inom Surface and Joining Technologies. I dag är svets och ytbeläggning relativt jämnt fördelade mellan kontinenterna, medan lödning är störst i Europa.

– Gemensamt för de tre teknologierna är att de inte jobbar med komponenter utan med ytor, aningen för att sammanfoga eller skydda dem. Därför är det naturligt att hålla ihop dem, säger Hans Hallén som är chef för Höganäs ytbeläggningscenter ArcX i Shanghai.

Inom svets är målet främst att underhålla befintliga produkter och ge så bra support till kunderna som möjligt, men också att försöka förädla produkterna för att öka kundvärdet. De andra teknologierna är yngre och har därför större utvecklingspotential.

– Här kommer vi att sätta in stora insatser på teknik- och applikationsutveckling. Den snabbaste tillväxten ser vi just nu inom ytbeläggning, främst genom förvärvet av STC, men också genom utveckling av nya processer och applikationer. Det gäller att se till så att vi har rätt förutsättningar för att möta framtidens krav och möjligheter. Vi ska också titta på specifika industrier för att se hur våra teknologier kan bidra till ett mer hållbart samhälle, säger Hans.



Hans Hallén.

CUSTOMIZATION TECHNOLOGIES

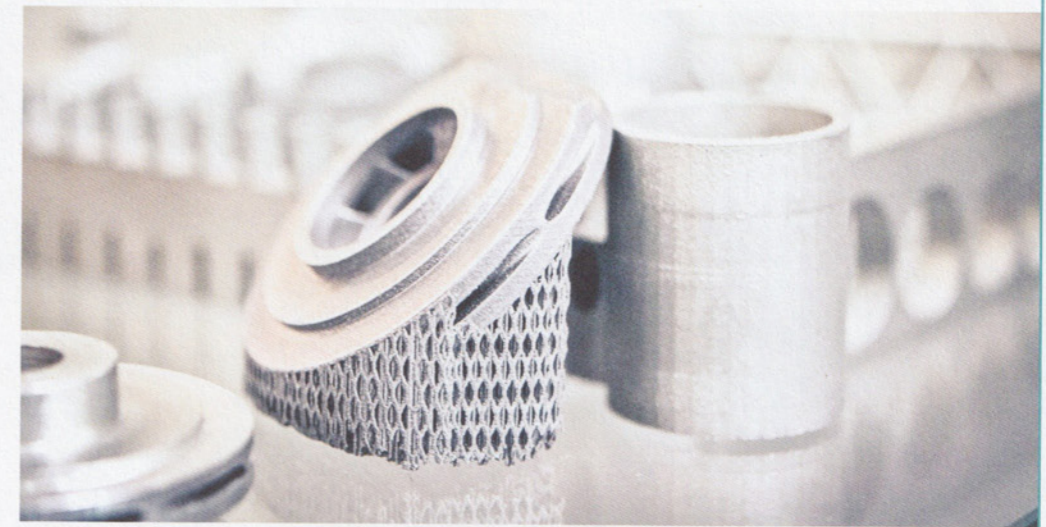
”Marknaden för additiv tillverkning är under extremt snabb utveckling och tillväxt”

Inom produktområdet Customization Technologies ryms pulver för additiv tillverkning (AM) samt i viss utsträckning även pulver för hetisostatisk pressning (HIP) och metallformsprutning (MIM). Nästan all försäljning utgörs i dag av produkter tillverkade i Tyskland, med vissa komplement från Belgien. Dessutom pågår investeringar på andra håll för att utöka produktutbytet.

– Marknaden för AM är under extremt snabb utveckling och tillväxt. Det här produktområdet är ett sätt att möta den utvecklingen, säger Daniel Edman, som jobbar med sälj- och marknadsutveckling inom Customization Technologies.

AM är idag etablerat inom områden som flyg-, medicin- och tandindustrin. Den snabba teknikutvecklingen kommer att öppna för nya marknader och en efterfrågan på mer kostnadseffektiva lösningar, exempelvis inom fordonsindustrin och andra industriella applikationer.

Tillväxten inom området överträffar



för närvarande de flesta marknadsprognoser. Försäljningssiffrorna för stora tillverkningsmaskiner pekar i samma riktning och Daniel säger att han stuckit ut hakan och förutspått att värdet på pulvermarknaden för AM kommer att vara större än för PM inom femton år.

Produktområdet Customization Technologies är tills vidare centraliserat, vilket innebär att avgörande beslut och koordinering hanteras centralt. På sikt, när marknaden är tillräckligt etablerad och stor, är tanken att även det här produktområdet ska decentraliseras.



Daniel Edman.

ENVIRONMENTAL SOLUTIONS

”Det här området skiljer sig väldigt mycket från övriga Höganäs”

Produktområdet Environmental Solutions samlar några av Höganäs senaste initiativ och kommer att fokusera på tre marknadssegment: rening av dricksvatten från skadliga föroreningar, behandling av avloppsvatten från industrier så att det blir säkert att släppa ut eller återanvända och slutligen markrening, där Höganäs produkter sanerar förorenade ytor.

– Det här området skiljer sig väldigt mycket från övriga Höganäs, och varje segment har sin egen lösning och särprägel.

Vi har tagit fram en ny produktportfölj och byggt upp partnerskap på nya marknader. Vi börjar i princip från noll, säger Avinash Gore, som leder Environmental Solutions.

Hur svårt det än är att slå sig in på en ny marknad är Avinash övertygad om att detta är ett område som har en enorm potential.

– I Höganäs strategiska plan beräknas runt 40 procent av den förväntade tillväxten komma från Environmental, säger han.

Eftersom marknaden fortfarande är ny och obekant har Höganäs valt ut fyra områden – USA, Kina, Indien och Brasilien



Avinash Gore.

– där Environmental Solutions ska testa potentialen i produkterna.

– Än så länge vet vi inte ens om vi kommer att sälja produkter, tjänster eller teknologi. Därför kommer vi att lägga de kommande tre åren på att ta reda på vad som är bäst affärsmässigt och sedan tillämpa det på global nivå, tillägger Avinash.

Ulrika Persson, PoP Center, Electro & Mechanical Technologies, Höganäs, Sverige

”För många var det här en positiv förändring”

– **MIN BILD** är att det blir en mycket tydligare organisation för alla, att utvecklingen av applikationer och material grupperas tillsammans kommer att stärka oss. Omstruktureringen har påverkat mig massor. De grupper jag arbetat med tidigare (MAD och TEC) på Forskning och utveckling finns inte längre, och mina kolleger i grupperna har nu flyttat till andra avdelningar. För många av dem var det här en

positiv förändring eftersom de nu känner en tydligare tillhörighet till gruppen de arbetar i.

Jag fick nyligen en chefsbefattning på PoP Centret, som numera ingår i EMT. För mig känns det här väldigt positivt eftersom det innebär nya utmaningar och ger mig möjlighet att fokusera på arbetssätt som ligger mer i linje med More Höganäs-filosofin.



På vilket sätt har omorganisationen påverkat dig?

TEXT: SARAH BELCHER ILLUSTRATION: IDA BROGREN

Vi frågade sex medarbetare från olika delar av Höganäs vad de tycker om den nya organisationen och hur den kommer att påverka dem. Här är några av deras tankar.

Salko Schmidt, konditionering, Laufenburg, Tyskland

”Det är en vettig förändring”

– **JUST NU PÅGÅR** massor av förändringar inom en rad områden som påverkar oss, som kommer från STC (Surface Technology and Ceramic Powders). Höganäs uppköp skedde ganska nyligen och just nu är vi mitt uppe i en omorganisation. På produktionsgolvet har vi inte sett några större förändringar än. Vi miste en väldigt kompetent

person när chefen för vår avdelning flyttades till ett annat affärsområde, men vi kommer säkert att få in ny kompetens. Det kommer att uppstå nya beröringspunkter mellan affärsområdena, vilket kommer att leda till fler synergier och bättre kommunikation. Därför tycker jag att förändringarna är vettiga. Och sammantaget är jag säker på att de kommer att göra oss mer effektiva.



Daniela Schwarz, kundtjänst & försäljning, EMEA, Goslar, Tyskland

”Ta över nya uppgifter och lämna andra bakom sig”

– **JAG UPPSKATTAR ATT** Höganäs tog tillfället i akt att strukturera om verksamheten eftersom det ger STC (Surface Technology and Ceramic Powders) större möjligheter att påverka processen. Genom att ta in Ceramic Powders i HIVE* visar Höganäs också att utvecklingen av den här relativt nya sektorn har högsta prioritet. I mitt team är det tydligt att vissa av oss kommer att behöva ta över nya uppgifter och lämna andra bakom sig. De nya kon-

tingenterna har tvingat oss att förändra vår orderprocess, så att beställningar nu sker lokalt och hanteras på regional nivå. På STC var allt mycket mer centraliserat. På det sättet har det här haft stor inverkan i det dagliga arbetet. Jag ser det som en stor fördel att arbeta i samma tidszon som våra kunder och kunna kommunicera på deras språk, även om vi får vara försiktiga så att vi inte tappar det globala perspektivet.



Li Yuan, försäljning, Customization Technologies, Quing-Pu, Kina

”Försöker behålla det bästa av båda världar”

– **DET VAR ETT BRA** beslut att genomföra en omorganisation. Jag har jobbat på STC:s kontor i Shanghai i flera år, med en central ledning som hållit oss i nära kontakt med produktionscentren i Tyskland. Efter att ha rest runt bland Höganäs övriga marknader har jag också

märkt att den regionbaserade affärsmodellen är väldigt framgångsrik. Jag tror att den nya strukturen försöker behålla det bästa av båda världar. Men personligen har jag inte märkt någon större förändring eftersom jag jobbar med additiv tillverkning och keramiska pulver, som båda fortfarande är centraliserade.

En del kolleger känner en viss oro för förändringen till kontinenter, men så länge som den här oron diskuteras tror jag att vi får se goda resultat – särskilt om vi följer Höganäs grundläggande filosofi och värderingar.



Andrew Hoffman, försäljning, Surface & Joining Technologies, Stony Creek, USA

”Det kommer hjälpa mig att bredda mina kunskaper”

– **JAG TROR ATT** vi får en effektivare och mer fokuserad försäljning, som kommer att skapa tillväxt. Men vi har mängder av kundkonton som ska läggas om, och alla säljchefer i Nordamerika lär märka av förändringar. På kort sikt blir det en massa jobb med att lära sig nya kunder och utbilda andra på mina gamla kunder. Med det sagt kommer det här att hjälpa mig att bredda mina kunskaper om Höganäs produkter,

och det ska bli spännande att bygga upp relationer med nya kunder. Sammantaget tycker jag att det är bra att våra resurser läggs inom specifika produktområden, även om det betyder att jag går över från SJT till EMT. Jag kommer att sakna att ingå i säljteamet på Surface Coating, som har varit en viktig del under större delen av min tid på Höganäs.



Arashk Memarpour, smältning & atomisering, Global Technology, Höganäs, Sverige

”Det kommer att hjälpa Höganäs att nå tillväxtmålen”

– **JAG TYCKER ATT** det är en bra idé att ersätta affärsområdena med produktområden med eget resultatansvar, eftersom det kommer hjälpa Höganäs att uppnå tillväxtmålet i tioårsstrategin. De nya produktområdena kommer också göra det möjligt att korta tiden till marknad genom att sporra till nya initiativ och skapa nya lösningar för enskilda produktområden. Som medlem av Global

Technology-teamet kommer jag att vara involverad i den här utmaningen. I enlighet med den nya strukturen kommer vi också att hjälpa till att optimera den globala produktionen i fråga om säkerhet, kvalitet, kostnader, kapacitet och kompetens. Det gör vi med förändringar av befintliga produktionsprocedurer och genom att ta fram nya rutiner för nya produkter.



*HIVE

VAD ÄR DET? Höganäs Innovation Venture (HIVE) är en ”företagsinkubator” – ett kreativt forum där nya teknologier och mindre produktområden ges utrymme och stöd att växa.

VILKA OMRÅDEN INGÅR? Alvier PM-Technology, Alvier Mechatronics, Digital Metal® och Ceramic Powders ligger nu under HIVE, som även omfattar nya projekt.

”En lyckad investering innebär

» Kontinuerliga investeringar är nödvändiga, inte bara för att uppnå Höganäs produktivetsmål, utan också för att säkerställa säkerhets- och hållbarhetsåtaganden. Ofta går dessa målsättningar hand i hand.

TEXT: ANDREAS KARLSSON FOTO: ANDERS ANDERSSON



Christian Carlsson och Eva Jacobsson anser att en investering kan tjäna flera syften.

– **INVESTERINGAR HANDLAR** sällan om att uppnå endast ett mål inom ett område, tvärtom finns det nära samband mellan olika mål och krav, såsom ökad effektivitet, högre säkerhet och bättre hållbarhet, säger Christian Carlsson, som jobbar med strategi- och investeringsplanering.

Han konstaterar att flera produktområden definitivt är i behov av investeringar för att klara kapacitetsmålen framöver, men att det inte bara handlar om att fokusera på produktivitet och volymer.

– Vi håller på med kapacitetsuppgraderingar för järnpulver i Sverige, USA och Kina, samt för höglegerat pulver i USA, Belgien, Tyskland och England. När vi gör det så innebär det samtidigt en modernisering, bättre arbetsmiljö och mer hållbara lösningar.

Eva Jacobsson, som leder Global Technology, instämmer och säger att säkerheten alltid är en huvudfaktor i nya investeringar, även om det inte nödvändigtvis är den som triggat investeringen.

– **NÄR VI FÅR** beställningar på olika investeringar så granskar vi alltid säkerhetsaspekterna, kundernas behov vad gäller såväl volym som kvalitet, och förväntad lönsamhet. Dessutom tittar vi på konsekvenser för samhället

i stort för att få med hållbarhetsperspektivet, exempelvis vad gäller utsläpp.

Hon fortsätter:

– En lyckad investering innebär förbättringar på många områden. Vi gör till exempel en del ersättningsinvesteringar för att förbättra säkerheten och det medför i sin tur kapacitetsförbättringar, säger hon.

ETT EXEMPEL ÄR BRASILIEN, där pågående investeringar syftar till säkerhets- och kvalitetsförbättringar, vilka på sikt ska göra att resurser i Brasilien i större utsträckning kan utnyttjas för den globala marknaden.

Helhetssynen på investeringar gäller även de olika produktområdena. Vissa investeringar går till hundra procent till ett enskilt produktområde, men uppgraderingar eller kompletteringar av en anläggning berör ofta mer än ett produktområde.

– Det finns många önskemål om investeringar och det är klart att det kan uppstå en konflikt i hur vi ska prioritera. Säkerhet och produktivitet är givetvis högt prioriterade områden. Att planera investeringar handlar i grund och botten om en enkel princip: om vi inte uppnår tillräcklig kapacitet för att få in pengar så har vi heller inte råd att göra nya investeringar, säger Eva.

förbättringar på många områden”

JOHNSTOWN, USA
» Ny linje för vattenatomisering
» Utbyte av gammal glödgningsugn

STONY CREEK, USA
» Nya blandningslinjer

TONBRIDGE, STORBRIANNIEN
» Ny glödgningsugn

ATH, BELGIEN
» Utökad kapacitet för vattenatomisering

MOGI DAS CRUZES, BRASILIEN
» Säkerhets- och kvalitetsförbättringar

HALMSTAD, SVERIGE
» Uppgradering av säkerhet, arbetsmiljö, kapacitet och produktivitet

HÖGANÄS, SVERIGE
» Ny glödgningsugn (utbyte av gamla ugnar)
» Nya säkerhetssystem i glödgningsugnar
» Ny blandningslinje

LAUFENBURG, TYSKLAND
» Ny linje för gasatomisering

BUSAN, KOREA
» Ny produktionsanläggning för höglegerade metalpulver

QUING-PU, KINA
» Uppgradering av blandningsanläggning

Höganäs investeringar i världen syftar samtliga till att ge bättre produktivitet, säkerhet och hållbarhet.

Planerade investeringar under de kommande fem åren.

Tyskt uppstarts företag ger sig in i elbilsrevolutionen

Mjukmagnetiska pulvermaterial (SMC) spelar en viktig roll i utformningen av elektriska maskiner. Nu slår sig Alvier Mechatronics, ett nytt dotterbolag till Höganäs, ihop med biltillverkarna för att ta fram morgondagens elbilar. **TEXT: LINDA KARLSSON**

"STORA SPRÅNG FRAMÅT" ÄR MOTTOT

för Alvier Mechatronics, som officiellt öppnar dörrarna i början av nästa år, i Bad Dürkheim nära Frankfurt.
– Med det här vill vi säga att vi kommer att ta utvecklingen mycket längre än bara ett steg framåt. Bränsle-drivna förbränningsmotorer kommer att tappa i betydelse de kommande tio åren, och elmotorn sätter ljuset på Höganäs produkter, förklarar VD Uwe Hotz.

Fordonsindustrin har alltid varit viktig för Höganäs. En genomsnittlig europeisk bil innehåller omkring 10 kilo PM-delar, och i amerikanska bilar kan motsvarande siffra uppgå till hela 30 kilo. Men enligt Uwe Hotz



Uwe Hotz.

har biltillverkarna först på senare tid börjat få upp ögonen för SMC-tekni-kens fördelar.

– Vi sträcker oss längre än till mekaniska motorfunktioner genom att erbjuda ett sätt att bygga en helt ny eldrift som är effektivare än allt annat på dagens marknad. För första gången pratar vi nu direkt med fordonstillver-karna – och de lyssnar verkligen, säger han.

För de snart fyra medarbetarna på kontoret ligger fokus på nätverkande och att samla de bästa metoderna i branschen. De potentiella kunderna innefattar allt från välkända biljättar till nya aktörer.

– Vi talar om "genombrotts teknik" – och fokuserar på de projekt som har störst påverkan på Höganäs som helhet, säger Uwe Hotz.

Mer att vänta från Advanced Ceramics

Nya applikationer, ökat fokus på kundernas behov och en stark organisk tillväxt. Höganäs nya verksamhet Advanced Ceramic Powders, som följde med i nyligen förvärvade STC, vet hur man ska ta vara på alla möjligheter inom området. **TEXT: LINDA KARLSSON**

FORDON ELLER försvar.

Pressning, fyllmedel eller polymerer. I dag är i stort sett alla branscher beroende av keramiska pulver för en rad olika applikationer. Maria Teresa Suárez Martín är chef för försäljning och Product management. Enligt henne finns det goda förutsättningar att kunna utvecklas till ett eget produktområde inom Höganäs.

– HIVE är en perfekt språngbräda för oss att nå dit. Höganäs inser vilken extrem tillväxt-potential vi har, säger hon.

På lång sikt ska produktportföljen anpas-sas för att matcha den ökande efterfrågan på

keramiska pulver som används, exem-pelvis, för att förbättra egenskaperna i nya polymerkompositer.

– Det här området är en del i vår lovande framtid. Utvecklingen inom e-mobilitet går extremt snabbt. De keramiska pulvren gör polymererna slitstarka och stöttåliga och ger dem den värmeledningsförmåga som krävs i alla elektriska applikationer.

Strategin på medellång sikt är att närma sig kundernas behov.

– Förutom tillverkningen har vi nu äntligen resurser att bygga upp vår kompetens och utrust-



Maria Teresa Suárez Martín.

ning för att skapa skraddarsydda lösning-ar, som bidrar till att optimera kundernas processer. Det här kommer att öppna dörrarna till nya marknader för oss.

Men just nu ligger fokus främst på integreringen med Höganäs och ett gemensamt utbyte av resurser.

– Vi håller på och bygger upp ett nät-verk mellan vårt eget och Höganäs team för tillämpad teknik och planerar att an-vända den befintliga metallpulverutrustningen på Höganäs i Sverige även för våra pulver. Det är ett perfekt sätt att skynda på vår produktut-veckling, säger Teresa.

– Vi håller på och bygger upp ett nät-verk mellan vårt eget och Höganäs team för tillämpad teknik och planerar att an-vända den befintliga metallpulverutrustningen på Höganäs i Sverige även för våra pulver. Det är ett perfekt sätt att skynda på vår produktut-veckling, säger Teresa.

HUR FIRAR NI NYÅR I DITT LAND?

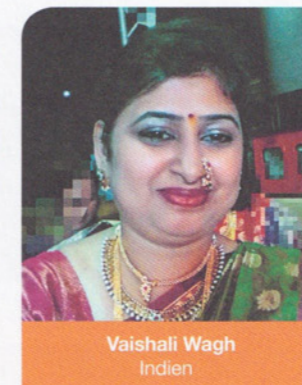


Andressa Monteiro
Brasilien

– De flesta i Brasilien firar nyårs-afton med en speciell fest eller middag med familj och vänner. Vid tolvslaget skålar vi i champagne och önskar varandra gott nytt år, medan himlen exploderar av fyr-verkerier. Vi har en del vidskepliga föreställningar om hur vi ska få lycka och välbefinnande. Till exempel genom att bära nya, vita badkläder på stranden, hoppa i sju vågor och kasta vita blommor i havet.

Avger ni några nyårslöften?

– Inte egentligen, men jag brukar fundera över vad jag åstadkommit under föregående år och vad jag kan göra bättre under det kommande året. Under 2018 fokuserade jag på karriären och Höganäs stöttade mig genom att skicka mig på ledarskapsutveck-ling. Nästa år vill jag påbörja min doktorandutbildning och åka på semester utomlands.



Vaishali Wagh
Indien

– Vårt nyårsfirande bygger på grundläggande indiska värderingar som omtanke, att dela med sig, tillbringa tid med familjen och umgås. Nyårsdagen är en nationell festlighet, men varje region firar också sitt eget nyår som bygger på sol- eller månkalendar. Vi uppmärksammar nystarten med festivaler som kan fira saker som den nya skördesäsongen, det godas seger över det onda, eller bara glädjen över att få vara till-sammans. Indien är en smältdegel av olika kulturer, traditioner och religioner, och våra nyårsfestiva-ler lär oss att skapa en enhet i mångfalden.

Är det vanligt med nyårslöften, och har du någonsin lyckats hålla dina?

– Det är väldigt vanligt, men de är väl till för att brytas, inte sant? Den längsta tid jag lyckats hålla ett nyårslöfte är 20 timmar. Jag kan väl säga att det handlade om att banta och äta mindre socker.



Saori Okuda
Japan

– I Japan finns många sedvanor kring nyårsdagen. Vi dekorerar "shimekazari", ett heligt rep av risstrån som vi sätter upp på yt-terdörren. Och så gör vi "kagamimochi" – dekorationer gjorda av platta riskakor. Vi lagar också traditionella rätter som kallas "osechi". Nyår firar jag oftast med familjen. Vi äter osechi och min mormor lagar hemgjord ozoni-soppa – det är min favoriträtt! På nyårsdagen går vi till vårt lokala tempel, där vi uttalar önsknin-gar för det kommande året och ber för lycka och god hälsa. Man ska också ge pengar till barn. Det här kallas "otoshidama" och är något som barnen ser fram emot väldigt mycket.

Avger ni några nyårslöften?

– Jag själv gör det inte. Men jag känner att jag har blivit svagare fysiskt i år, så därför har jag tänkt börja träna mer nästa år.



Christian Vogler
Schweiz

– Schweiz är ett litet land med väldigt skiftande kultur. Sederna är olika beroende på var du bor. Det mest traditionella schwei-ziska nyåret jag kan tänka mig är firandet i den lilla byn Urnäsch där man firar det den 13 januari (enligt den julianska kalendern). Då går maskerade människor, så kallade "Silvesterkläuse", från hus till hus i byn och sjunger, joddlar och önskar alla ett gott nytt år.

Är det vanligt med nyårslöften, och har du någonsin lyckats hålla dina?

– Jag tror att de flesta avger ny-årslöften, men att man oftast håller dem för sig själv. Självt hade jag så svårt att hålla mina så jag slutade ge några. Men jag försöker hålla mig frisk och oftare säga nej än ja till sötsaker. Det är inte alltid det lyckas, men jag jobbar på det.



07:58
Michele har ganska nära till arbetet och är oftast på jobbet före klockan 8.



10:12
Michele hjälper Eric Stump från Supply Chain att bygga upp en samarbetsyta online för kollegerna.



11:45
Tracy Slagel från ekonomi och Trevor Towns från försäljning tar en bensträckare tillsammans med Michele under lunchen.



13:41
Dagen fortsätter med mejl som ska besvaras och telefonsamtal som ska klaras av. Michele ordnar konferensrum i New York för ett globalt teammöte.



14:58
Pratar med chefen för kontinent Americas, Dean Howard, om olika publikationer som ska köpas in till medarbetarna.



12:05
Michele och några kolleger håller koll på sina hälsomål och äter lunch tillsammans varje onsdag.



16:05
Micheles arbetsdag slutar runt 16:30, men hon finns fortfarande tillgänglig för akuta ärenden.

”Jag bollar mellan en massa olika saker”

» Hon började som receptionist för 25 år sedan. I dag är Michele Deter administrativ chef vid Höganäs i Nordamerika. I jobbet jonglerar hon hela tiden olika uppgifter och ingen dag är den andra lik.

TEXT: EMILY TIPPING FOTO: JOE APPEL

MICHELE DETER BÖRJADE sin bana 1993 med att jobba för vad som senare skulle komma att bli Höganäs amerikanska dotterbolag. Ganska snart fick hon som administrativ chef hantera en växande lista med uppdrag inom allt från resor, kommunikation och kontrakterade tjänster till eventkoordinering.

– Jag bollar mellan en massa olika saker och måste vara väldigt välorganiserad, säger hon.

En vanlig dag kan Michele pendla mellan att granska artiklar för Pulse, hjälpa ledningsgruppen, hålla koll på kontrakterade tjänster, ombesörja arrangemang och hantera resebehoven för gäster och medarbetare.

– Ibland tar jag på mig alldeles för mycket och då kör det ihop sig. Jag försöker alltid

att göra mer än vad som krävs, säger hon. Michele deltar i det globala kommunikationsteamet och stöttar Corporate Communication i olika initiativ. I hennes roll ingår också att medverka vid den årliga PM-konferensen Powdermet, där hon samordnar den nordamerikanska utställningen.

– **JAG TYCKER OM** att inte vara detaljstyrd utan att kunna arbeta självständigt, säger hon.

Som huvudkontakt inom administrationen sätter Michele en ära i att lösa alla frågor och fokusera på minsta lilla detalj som rör USA-marknaden.

– Om jag arrangerar ett evenemang som den årliga sommarpicknicken och allt flyter som det ska känner jag en enorm tillfredsställelse, säger Michele.

Om Michele Deter

Ålder: 52.
Bostadsort: Johnstown, USA.
Familj: Maken Tom, sedan 25 år. Två söner: Kyle, 21, som går på college, och Nicholas, 17, som går sista året i high school.
Intressen: Promenader, särskilt med hunden Jake.
Har jobbat på Höganäs i: 25 år.

3

saker jag gillar med mitt jobb:

- » Att ingen dag är den andra lik.
- » Att jag jobbar med en massa fantastiska människor.
- » Att jag känner att jag utmanas.

Höganäs klimatfärdplan: KONKRETA ÅTGÄRDER, VERKLIGA RESULTAT

De senaste månaderna har arbetet pågått med att ta fram ett förslag till klimatfärdplan för Höganäs. Resultatet kommer att presenteras i februari 2019. Hotspot har frågat Anders Bergman, som leder projektet, vad det hela handlar om.

TEXT: GÖRREL ESPELUND FOTO: ANDERS ANDERSSON

Vad är syftet med en klimatfärdplan?

– Målet är att vi ska ha en klimatneutral verksamhet i framtiden. Det här ger oss ett bredare perspektiv och nya möjligheter att minska vår klimatpåverkan. En klimatfärdplan fungerar som beslutsunderlag och pekar ut riktningen för vad som är viktigast vid olika tidpunkter. Vår ambition är att färdplanen ska göra det lättare att göra rätt.

Höganäs har arbetat med att minska energianvändningen i snart tio år. Hur har det gått?

– Vi ligger i fas. Energiutmaningen uppmanar alla anläggningar att sänka sin energiförbrukning med tio procent under de tio åren från starten och fram till 2020. Nu ligger vår deadline alldeles runt hörnet, men vi kämpar vidare. Energiförbrukningen har redan gått ner med mer än sju procent sedan 2010, tack vare ny teknologi, processutveckling och nya sätt att arbeta. En annan viktig del är lokala initiativ, som i Indien där våra kontor nu får förnybar el från solceller på taket.

Hur är klimatfärdplanen kopplad till Energiutmaningen?

– En klimatfärdplan handlar om mycket mer än bara energieffektivitet. Energiutmaningen är fortfarande en hörnsten i vårt klimatarbete. Men planen tar också upp frågor som vilka energikällor vi använder, bränslet i våra transporter, och hur och varifrån vi köper våra råmaterial.

Hur är klimatfärdplanen tänkt att utvecklas?

– Vi behöver analysera nuläget och se hur vi kan minska våra utsläpp i framtiden. Vi kommer att genomföra en rad medarbetarintervjuer för att få deras syn på vad som krävs i vår långsiktiga strävan mot klimatneutralitet. Det kan röra sig om ny teknologi, investeringar, utbildning, direktiv eller nya arbetsätt.

Vilka områden kommer att vara prioriterade?

– Jag tror att vi kommer att få se olika lösningar i olika delar av världen, eftersom alla har olika förhållanden. En klimatfärdplan skapar förutsättningar för att kunna hitta de effektivaste och mest optimala lösningarna på varje enskild anläggning. Vissa lösningar kan vi utveckla i olika samarbeten inom industrin, men andra kommer vi att behöva ta fram på egen hand.

Varför är det nödvändigt att ha en klimatfärdplan?

– Alla åtgärder för att minska klimatpåverkan måste ske inom ramen för våra ekonomiska förutsättningar. Och i vissa avseenden kommer vi att vara beroende av den teknologiska utvecklingen, kostnadsutvecklingen och utvecklingen inom andra branscher, som transporter och kraftproduktion. Därför blir tajmning och prioritering av klimatåtgärder en nödvändighet i framtiden. För mig är det väldigt spännande att jobba för ett företag som vill visa vägen.

Anders Bergman leder arbetet med att göra Höganäs till en koldioxidneutral verksamhet.



Regnvatteninsamling i Indien

I SITT OUTTRÖTLIGA hållbarhetsarbete har Höganäs i Indien startat ett ambitiöst vattenhushållningsprojekt vid anläggningen i Ahmednagar. Den första fasen i projektet var klar i slutet av juli och har potential att samla in omkring 5 000 kubikmeter regnvatten om året. Systemet samlar in dagvatten från hustak som därefter magasineras och används för trädgårdsskötsel.

– I DEN här projektfasen räknar vi med att minska behovet av vatten från det kommunala ledningsnätet med cirka tio procent, säger Shirish Deore, som leder projektet. Fas 2 kommer att dra i gång före nästa monsun och omfatta resten av anläggningen. Då bör vi kunna dubbla mängden insamlat vatten och minska vårt beroende av kommunalt vatten ännu mer.

25-årsfirande i Kina

VID ETT EVENEMANG i Shanghai i november firades Höganäs 25 år i Kina och investeringen i en ny blandningsstation.

I en kommentar till Höganäs långa historia i landet säger Mark Braithwaite, chef för APAC, att man 2005 fattade ett avgörande beslut att inrätta lokala tekniska supporttjänster (numera ATEC). Det gjorde Höganäs till en betrodd och kompetent partner i regionen. Som en framgångsfaktor under senare tid pekar han på 2016 års investering i ArcX-centret, där Höganäs tillsammans med kunder utvecklar lösningar inom ytbeläggning.

Mark ser framtida utmaningar i form av bland annat handelstullar, elektrifiering och avtagande efterfrågan på bilar i Kina. Trots det är han optimistisk, inte minst på grund av positiva trender

som den fortsatt starka tillväxten för Surface & Joining Technologies.

– Vi har förmånen att ha en mycket hängiven, lojal och kompetent personalstyrka i Kina, som kommer att fortsätta skörda framgångar.

Vid evenemanget i november hölls också en invigningsceremoni för den omgjorda blandningsstationen.

– Den har uppgraderats till en modern anläggning med positivt internt materialflöde, säger projektledaren Torbjörn Gelfgren.

Bland de många förbättringarna nämner han bättre arbetsmiljö och säkerhet, ökad produktivitet och automatisering liksom logistikfördelar. Anläggningen har dessutom uppgraderats för produktion av Starmix® 500 och 500i, och fått ett nytt laboratorium för kvalitetskontroll.



Caroline Larsson vid World PM 2018 där hon fick ta emot Ulf Engström Award. Här ses hon tillsammans med Hans Söderhjelm, Fredrik Emilson och Ulf Engström.

Caroline Larsson får 2018 års Ulf Engström Award

CAROLINE LARSSON NÅDDE i september en höjdpunkt under sin 30-åriga karriär inom Höganäs, då hon föräddes 2018 års Ulf Engström Award för sina insatser inom utveckling av en rad olika pulvermetallprodukter.

– Jag är överraskad, rörd och hedrad över att vinna ett pris i Ulf Engströms namn. Han är en sann pionjär på pulverområdet, sa hon vid prisutdelningen.

Höganäs inrättade priset 2016 för att uppmärksamma medarbetarnas bidrag till tekniska framsteg inom PM-teknologin. Juryn skriver i sin motivering att Caroline under sina många år på Höganäs har "bidragit med enastående tekniskt marknadsstöd till Japan, USA och Europa. Hennes djupgående kunskaper och starka kundfokus har bidragit till många kundens framgång".

Frågor och svar: Intryck från konferensen Hot Metal Safety

Höganäs Brasilien stod som värd för den andra upplagan av Hot Metal Safety Conference, en global konferens med fokus på säkerheten i Höganäs smältverk. Bland deltagarna fanns kolleger från Sverige, USA, Tyskland, Belgien och Indien. Jeferson Oliveira som arbetar på anläggningen i Mogi das Cruzes berättar mer.

Varför arrangeras Hot Metal Safety?

– Det primära syftet är att diskutera hur vi kan förbättra säkerhetskulturen inom koncernen, och vad som behövs för att skapa bättre arbetsförhållanden, särskilt vid smältanläggningarna.



Vad tycker du var bäst med konferensen?

– Vi fick möjlighet att stanna upp och reflektera över vår säkerhetsmässiga utveckling, och i vilken omfattning vi prioriterar det i våra rutiner. Det var intressant att upptäcka att våra utmaningar är väldigt lika, och försöka hitta lösningar på dem. Vårt bidrag var att rekommendera verktyg som används vid vår anläggning och kan hjälpa andra. Vi föreslog också ett antal idéer som kan tillämpas här i framtiden.

Vad tog du med dig från konferensen?

– Arbetsmiljökonsulterna Dupont berättade något väldigt intressant på en föreläsning: att vi dagligen fattar runt 35 000 beslut och att många av dessa utsätter oss för risker, även de beslut som vi fattar omedvetet. Därför är det viktigt att alltid tillämpa en teknik där vi stannar upp och processar alternativen innan vi fattar beslut.



Dessa fordonsstödämpare är utrustade med flödesbegränsare och utnyttjar egenskaperna hos NC100.24.

POSTNORD

NC100.24 – trotjänaren som håller än

NC100.24 är en av Höganäs äldsta produkter för tillverkning av PM-komponenter. Mer än ett halvt sekel senare är NC100.24 fortfarande en viktig hörnsten i Höganäs produktportfölj.

TEXT: ANDREAS KARLSSON FOTO: GETTY IMAGES & HÖGANÄS

För många kunder är NC100.24 det självklara valet för komponenttillverkning eller i olika kemiska och metallurgiska processer. En egenskap som gör NC100.24 speciell är dess oregelbundna partikelform. Denna är en konsekvens av tillverkningsprocessen och gör att pulverpartiklarna lättare låser fast i varandra vid pressning. Det bidrar till hög så kallad grönstyrka, det vill säga att komponenterna blir mer hållbara och lättare att hantera innan sintring.

– **TACK VARE DEN HÖGA** grönstyrkan hos svampmaterial som NC100.24 kan komponenter med komplex geometri, som annars skulle bli för ömtåliga, tillverkas med PM-processen, säger Marcus Holm, Product Management.

En annan nycklegenskap hos NC100.24 är dess stabilitet över tid, både vad beträffar kemiska och fysikaliska egenskaper. Den stabila råvaran (slig, eller järnmalm), Höganäs svampprocess och stora kvantiteter bidrar alla till denna produktstabilitet.

– **SVAMPMATERIALEN** är våra mest stabila produkter och NC100.24 är egentligen en helt fantastisk produkt, säger Peter Johansson, Technical Sales, EMEA.

En typisk PM-produkt som kan dra nytta av NC100.24:s egenskaper är pressade och sintrade stötdämpardetaljer, vilka fungerar som flödesbegränsare i fordonsstödämpare. Det är komponenter som ofta har en komplex form med tunna sektioner, vilket gör materialets grönstyrka

kritisk. Dessa komponenter är lite extra intressanta i dag eftersom de, jämfört med exempelvis drivlinan i ett fordon, inte påverkas nämnvärt av fordonsindustrins utveckling mot elektriska lösningar.

År 2014 lanserades Intralube® S, ett koncept som ökar prestandan för svamppulverblandningar. Detta genom fördelar som bättre fyllningsegenskaper, ett koncept som gör att det går snabbare att pressa komponenter, viktspridningen blir mindre och måttstabiliteten förbättras. Intralube S ökar också den redan goda grönstyrkan för svampmaterial som NC100.24. Dessutom är smörjmedlet i Intralube S zinkfritt, vilket är positivt ur miljösynpunkt och bidrar till att några av Höganäs allra äldsta produkter fortsätter att ligga rätt i tiden.



FAKTA

NC100.24 är en av Höganäs volymmässigt största produkter, med drygt 35 000 ton sålda under 2017. Slutprodukterna är bland annat stötdämpardetaljer, ventilstyrningar och självsmörjande lager.