

Möt Sandvik

DECEMBER 2008

I Japan är endast det bästa gott nog
Nickel – den oersättliga metallen
Mässorna som skapar kontakter

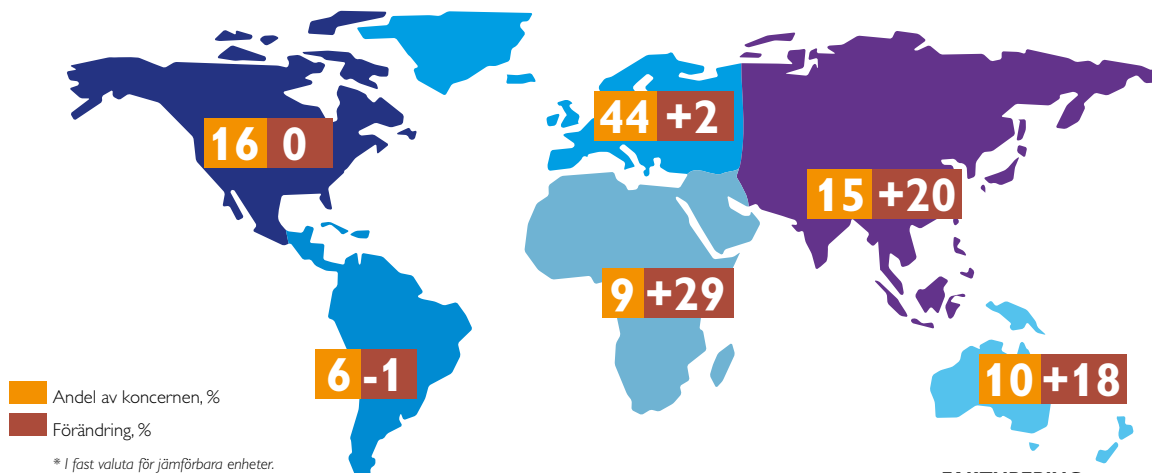
Smarta lösningar
lyfter flygindustrin



Tredje kvartalet 2008 i siffror

FAKTURERING PER MARKNADSOMRÅDE

Andel av koncernens fakturering samt procentuell förändring jämfört med samma kvartal föregående år:*



FAKTURERING PER AFFÄRSOMRÅDE

MSEK	Kv 3 2008	Kv 3 2007	Förändring %	% ¹⁾
Sandvik Tooling	6 295	5 982	+5	+6
Sandvik Mining and Construction	9 475	8 424	+12	+15
Sandvik Materials Technology	5 122	5 363	-5	-4
Seco Tools ²⁾	1 576	1 439	+10	+8
Koncerngemensamt	10	8		
Koncernen totalt	22 478	21 216	+6	+7

RÖRELSERESULTAT PER AFFÄRSOMRÅDE

MSEK	Kv 3 2008	Kv 3 2007	Förändring %
Sandvik Tooling	1 422	1 442	-1
Sandvik Mining and Construction	1 337	1 260	+6
Sandvik Materials Technology	505	621	-19
Seco Tools ²⁾	318	342	-7
Koncerngemensamt	4	-102	
Koncernen totalt	3 586	3 563	+1

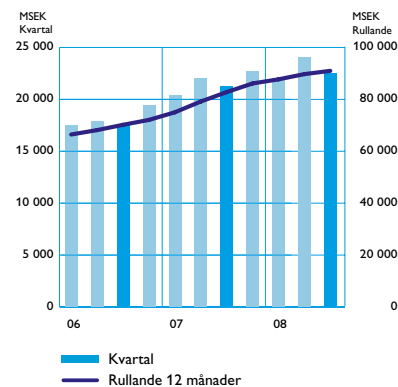
RÖRELSEMARGINAL PER AFFÄRSOMRÅDE

% av fakturering	Kv 3 2008	Kv 3 2007
Sandvik Tooling	22,6	24,1
Sandvik Mining and Construction	14,1	15,0
Sandvik Materials Technology	9,9	11,6
Seco Tools ²⁾	20,2	23,8
Koncernen totalt	16,0	16,8

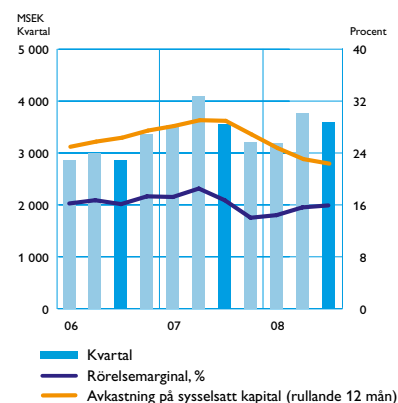
1) Förändring mot föregående år i fast valuta för jämförbara enheter.

2) Genom majoritetsinnehav i Seco Tools AB konsoliderar Sandvik detta bolag.

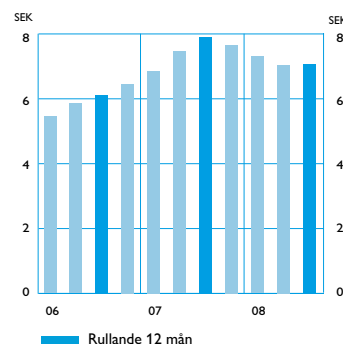
FAKTURERING



RESULTAT, MARGINAL OCH AVKASTNING



VINST PER AKTIE



Möt Sandvik: Sandvik-koncernens tidning till aktieägare och anställda **Chefredaktör och ansvarig utgivare:** Per-Henrik Bergek **Redaktör:** Erik Wännelid
Produktion: Spoon Publishing AB **Tryck:** Sandvikens Tryckeri **Presslagd:** December 2008 **Upplaga:** 105 000 exemplar. Publiceras i tryckt form och på www.sandvik.com
Adress: Sandvik AB, Koncernstab Information, 811 81 Sandviken, info.group@sandvik.com
 Omslag: Flygindustrin är ett viktigt kundsegment för Sandvik. Läs mer om koncernens senaste lösningar för tillverkare inom branschen på sidan 4.

Osäkra marknadsutsikter – anpassning av kapacitet och kostnader

DEN GLOBALA EFTERFRÅGAN var fortsatt god inom Sandviks kärnområden under det tredje kvartalet. Under september kom det dock tydliga signaler om produktionsneddragningar inom flera för Sandvik viktiga kundsegment under resterande del av året. Dessa signaler förstärktes under oktober.

I Europa var efterfrågan stabil på de flesta marknader. I slutet av kvartalet noterades en lägre efterfrågan bland annat från fordonsindustrin på skärande verktyg. Tillväxten i NAFTA var fortsatt god inom flera områden men efterfrågan försvagades ytterligare från fordonsindustrin och anläggningsindustrin. Efterfrågan i Asien, Afrika, Mellanöstern och Sydamerika var fortsatt mycket god och orderingen ökad starkt.

Lönsamheten försvagades inom samtliga affärsområden och inom flertalet kärnområden, som en konsekvens av ökade kostnader. Detta innebär att åtgärder nu vidtas för att anpassa kostnader, produktionskapacitet och kapitalbindning till en förväntad lägre efterfrågenivå. Kassaflödet från den löpande verksamheten förbättrades men rörelsekapitalet ökade framför allt beroende på en volymökning av färdigvarulagren.

Tillväxt för alla affärsområden

Sandvik Tooling noterade fortsatt god aktivitet på flertalet stora marknader under tredje kvartalet. Den starka tillväxten i östra Europa och Asien avtog emellertid. Mot bakgrund av den ökande osäkerheten kring marknadsutvecklingen har man inom affärsområdet vidtagit och förberett olika åtgärder i syfte att möta minskad efterfrågan. Det gäller aktiviteter för att öka marknadsandelarna men också för att anpassa kostnader, kapitalbindning och produktionskapacitet.

Inom Sandvik Mining and Construction var efterfrågan fortsatt stark på utrustning, verktyg och service. Orderingen var särskilt stark för produkter till underjordssegmentet. Försvagad efterfrågan märktes dock i september från anläggningsindustrin och prospektering. Flera mindre kunder fick då svårare att finansiera pågående och planerade projekt. Åtgärder för att möta minskad efterfrågan och sänka lagren vidtas.

Den underliggande efterfrågan på produkter från Sandvik Materials Technology var stabil under kvartalet. Under september kom signaler från vissa kunder om senareläggning av projekt vilket kommer att påverka orderingen för affärsområdet. Fortsatt sjunkande nickelpriser påverkade resultatet negativt även i tredje kvartalet. Baserat på nuvarande metallpriser och valutakurser beräknas en

fortsatt negativ resultateffekt om cirka 300 MSEK till följd av lageromvärdering för fjärde kvartalet. Den pågående personalneddragningen accelereras och utökas.

Kraftfulla åtgärder

Den globala finanskrisen under hösten påverkar även Sandvik. Kunder som får likviditetsproblem har svårt att få krediter, vilket hämmar deras verksamhet. Det i sin tur påverkar orderingen till Sandvik negativt.

Sandvik har goda kreditmöjligheter och påverkas inte direkt finansiellt. Koncernen har säkerställt att vi har finansiering även om kostnaden för upplåning ökar. Det blir dock ännu viktigare att nå bättre resultat avseende kassaflöde och effektiv kapitalanvändning. Vi kan själva påverka möjligheterna att finansiera fortsatt expansion genom investeringar och företagsförvärv.

Sandvik har beslutat om åtgärder, som nu är under genomförande, för att säkerställa bättre kapitalanvändning, minska lagervolymer samt reducera produktionskapaciteten. Koncernens prioritering är följande:

- Aggressiv marknadsbearbetning
- Intensifierad kostnadskontroll
- Reducerade investeringar
- Reducerat rörelsekapital – fokus på kassaflöde
- Anpassning av tillverkningskapacitet bland annat genom personalreduktioner

De åtgärder som nu sätts in berör alla led och har syftet att fortlöpande öka effektiviteten inom koncernen inför en situation med förväntad lägre efterfrågan. Sandvik är väl positionerat med ett starkt kunderbjudande med vilket vi ska kunna öka våra marknadsandelar också på en vikande marknad. ■



Lars Pettersson
VD och koncernchef
Sandvik AB

Orderingång

22 106 MSEK, +5 %*

Fakturering

22 478 MSEK, +7 %*

Rörelseresultat

3 586 MSEK, +1 %

Resultat efter finansnetto

3 035 MSEK, -2 %

Periodens resultat

2 272 MSEK, -1 %

Vinst per aktie

1,85 SEK, +/- 0 %

Kassaflöde

2 386 MSEK, +13 %

* Förändring jämfört med motsvarande kvartal föregående år i fast valuta för jämförbara enheter.





Framtidens flygindustri

I takt med att människor får det bättre, växer också efterfrågan på affärs- och nöjesflygresor. Enligt en prognos från den amerikanska flygplanstillverkaren Boeing kommer passagerartrafiken att öka med

5 procent och fraktrafiken med 6 procent årligen under de kommande 20 åren.

Samtidigt brottas flygindustrin med ökande prispress och allt strängare miljökrav. Det driver utvecklingen mot lättare

tillverkningsmaterial. För tillverkare inom flygindustrin innebär det också krav på att öka produktiviteten genom att ständigt utveckla nya och bättre bearbetningsmetoder. ■

Nya grepp med titan

Inom Sandvik pågår ständigt projekt för att förbättra kundernas produktivitet. Ett exempel är Sandvik Coromants arbete med att utveckla en metod för tillverkning av fickor i titankomponenter. Titan är ett lätt material som gör att flygplanet som helhet väger mindre och därmed blir bränslesnålare. Samtidigt är materialet svårbehandlat och kräver ofta att tillverkningen delas in i flera moment. Att i stället tillverka en hel komponent i ett enda moment spar tid och ökar produktiviteten.

Som en del i ett samarbete mellan Sandvik och japanska maskinbyggaren Mori Seiki, används metoden i en av Mori Seikis maskiner vid tillverkning av flygplanskomponenter. Metoden demonstrerades av Sandvik på den internationella verktygsmässan IMTS i Chicago i september.

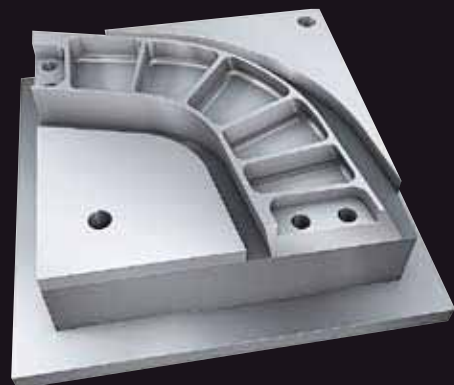
– Sedan dess har vi blivit Mori Seikis

förstahandsval som verktygspartner för den här typen av projekt. Komponenternas komplexa form innebär speciella utmaningar i bearbetningen, säger Bruce Carter, ansvarig för projekt inriktade mot flygindustrin på Sandvik Coromant i USA.

Bruce Carter påpekar att det inom just flygindustrin är särskilt viktigt att samarbeta med de viktigaste maskinbyggarna och att vara deras partner för att utveckla framtidens bearbetningslösningar.

– Om inte allt blir rätt från början missas ofta möjligheten att minska tillverkningstiden för kunder och underleverantörer, säger han.

Säkerhetsföreskrifterna är så strikta att när en lösning väl når tillverkningen och blir godkänd av tillverkarens kund, är det för komplicerat att gå igenom godkännandeprocessen igen, oavsett om den kan innebära stora besparingar. ■



Sandvik har utvecklat en metod för tillverkning av fickor i titankomponenter.

Smart partnerskap



När ett flygplan landar utsätts landningsställen för extrema belastningar. De måste därför tillverkas i ett uthålligt material.

Det kanadensiska företaget Héroux-Devtek hade länge haft problem att tillverka en viss typ av landningsställ tillräckligt kostnadseffektivt.

Därför fick Sandvik Coromant i Kanada uppdraget att se över och försöka effektivisera produktionen.

Resultatet blev över förväntan, berättar Marc-André Boivin, som är chef för produktionsmetoder på Héroux-Devtek.

Sandviks lösning blev tio specialverktyg som gjorde att 85 procent av arbetet kunde utföras i en enda maskin, i stället för som tidigare i sju olika. I kombination med en rad andra förändringar gjorde detta att tillverkningstiden minskade från 60 till 18 timmar. Det var den enskilt största kostnadsbesparingen för någon av Héroux-Devteks enheter det året. Nu ska företaget införa detta arbetssätt också vid tillverkning av andra landningsställ.

Sandvik arbetar ofta i partnerskap med kunderna. Det är särskilt viktigt inom flygindustrin, där stränga säkerhetsföreskrifter kombineras med allt större konkurrens och krav på lägre miljöpåverkan. ■

Gruvbrytning för 2000-talet

Sandviks system AutoMine™ är en automatiserad lösning för att förbättra säkerheten och effektiviteten vid underjordisk gruvbrytning. Genom att fjärrstyra lastare i underjordsgruvor kan de hanteras mer produktivt, längre och med minskat slitage, vilket sänker kostnaden per ton.

– Sandvik håller snabbt på att bli en av världens ledande leverantörer av automatiserade system för gruvbrytning, säger Taina Heimonen, global produktlinjeför

för gruvautomation vid Sandvik Mining and Construction.

Koncernen har utvecklat automationsteknologi sedan 1990. I dag finns systemet AutoMine i flera av världens största gruvor. En av de första installationerna var vid företaget Codelcos koppargruva El Teniente i Chile. Kontraktet utökades under hösten till att omfatta två halvautomatiska 17-tons underjordslastare och ett omfattande AutoMine-system vid gruvans utlastningsnivå. ■

Nya lastare gör succé

Sandviks nya underjordslastare för gruvbrytning är robusta och produktiva. De har konstruerats för lång drifttid och god komfort för operatören under de mest krävande förhållanden.

De så kallade LHD-lastarna har nu förbättrats på en rad punkter för att ytterligare stärka produktiviteten och tillförlitligheten.

En vanlig underjordslastare har mer än 800 elektriska anslutningar. På de nya lastarna har antalet reducerats till 150, vilket minskar risken för fel. Dessutom har kylsystemet gjorts mer lättillgängligt vid service och

det nya hydraulsystemet kan felsökas direkt från operatörens stol utan att man behöver öppna några kabelboxar.

Lastaren testades under fem månader förra året i en koppar- och magnetitgruva i Sydafrika och prestandan utvärderades med avseende på tillgänglighet, service och driftskostnader.

Kunden var så imponerad av den nya lastaren att de köpte försöksmodellen. Dessutom lades en order på ytterligare en maskin. Framgångarna för den nya lastaren har fortsatt och leveranser har skett till andra gruvor i Sydafrika och Kanada. ■

Snabb, säker och stark. Sandviks nya underjordslastare imponerar på kunderna.



Ny legering gör finmekanik miljövänlig

Sandvik har tagit fram en miljövänlig motsvarighet till blylegerat kolstål.

Den nya legeringen gör att den kontroversiella metallen kan undvikas i till exempel klockor eftersom den har samma fördelar som bly i att den är lätt att skära och svarva.

– Det har tagit fyra år att nå ett resultat som vi är nöjda med och responsen från de kräsna klocktillverkarna i Schweiz har varit positiv, säger Andreas Furucrona, produktchef för Fine Mechanical på Sandvik Materials Technology. Tanken är att affärsområdet ska börja leverera den aktuella tråden till urmakare i Schweiz – kända för sin exklusiva finmekanik – under första kvartalet 2009. Därefter ser Furucrona andra möjliga tillämpningar inom exempelvis bil- och mobiltelefonindustrin. ■

Kraftfulla krossar

I samarbete med det japanska företaget EarthTechnica har Sandvik lanserat två nya högeffektiva stenkrossar för gruvindustrin.

Trenden inom gruvindustrin har de senaste åren gått mot färre men större och effektivare maskiner. De krossar som nu lanseras kommer i två storlekar: en med en motor på 1 100 hk och med upp till tio procent bättre prestanda än existerande maskiner. Den andra är marknadens största med 1 400 hk och med 30–40 procent bättre prestanda.

Samarbetet med EarthTechnica, som ägs av Kawasaki Heavy Industries, har resulterat i avsevärt kortare tid från utveckling till färdig produkt.

– Tid till marknad var ett av de viktigaste kriterierna inför utvecklingen av dessa krossar och genom samarbetet med EarthTechnica sker lanseringen på rekordtid, säger Per Wennberg, global produktchef för gruvkrossar inom Sandvik Mining and Construction. ■

Själsfränder

Den japanska filosofin kaizen går ut på att sträva efter ständiga förbättringar.

– Det gör att Sandviks produktionsekonomiska koncept passar perfekt i Japan, säger Hiroyuki Fujii, chef för Sandviks verksamhet i landet.

SANDVIKS PRODUKTER HAR funnits i Japan i över 100 år.

– Företagets långa tradition och det väletablerade varumärket är en fördel för oss, säger Hiroyuki Fujii, chef för Sandvik i Japan.

I dag är landet världens näst största ekonomi och fjärde största exportland. Toyota gick nyligen om General Motors som världens största biltillverkare. Med en åldrande befolkning och en mogen industri har Japan de senaste decennierna dock drabbats av utdragna perioder av näst intill obefintlig tillväxt.

Fujii påpekar att ekonomin blev bättre kring år 2003, vilket återspeglades i snabbt växande försäljning för Sandvik i Japan.

– Sandviks marknadsandel har ökat starkt de senaste fem åren. Kunderna uppskattar det vi gör, våra produkter och våra lösningar.

Koncernens forskning och utvecklingsarbete är en viktig framgångsfaktor.

– Vi satsar stora resurser på forskning och utveckling och Sandviks mer än 5 000 patent ger ett kraftfullt budskap till marknaden om att våra produkter är unika, säger Fujii.

Kaizen visar vägen

Sandviks kunder finns exempelvis i bilindustrin och den tunga industrin, som på senare tid har pressats hårt. Dels av en annalkande global recession, dels av Asiens växande lågbudgetproduktion.

Nyligen flyttade Sandvik sitt produktivitetsscenter till Nagoya, som har ett utmärkt läge för både bil- och flygindustrin. I Japan är intresset stort för produktionsekonomi och verktyg som förbättrar produktiviteten. Härifrån kommer mycket riktigt också kaizen, en filosofi som bygger på ständiga förbättringar.

– Kaizen är ett mål i ständig rörelse med fokus på förbättringar av produktiviteten. Sandviks produkter hjälper kunder i deras ansträngningar att jobba enligt kaizen, förklarar Fujii.

Bilindustrin, ett nyckelsegment för Sandvik i Japan, består av ett stort antal

underleverantörer av varierande storlek och inriktning. Enligt Fujii kommer branschens struktur att förändras radikalt inom kort, med ännu större fokus på produktivitet som resultat.

– I dag finns det runt 50 000 företag inom metallbearbetningsindustrin i Japan. Det antalet kommer att ha minskat rejält inom tio år. Den totala produktionskapaciteten kommer dock inte att minska tillnärmelsevis lika mycket, säger han.

– Glappet däremellan medför högre krav på produktiviteten. Produktionsökonomi blir ett viktigt verktyg och det betyder goda affärsmöjligheter för oss.

Affärskultur i förändring

En nyckelfaktor för att nå framgång i det japanska affärlivet är att vara medlem av en handelsorganisation. Den största och viktigaste är Nippon Keidanren. Sandvik var ett av de första utländska företag i landet som bjöds in att bli medlemmar för 20 år sedan.

Keidanren har fortfarande bara knappt 200 utländska företag som medlemmar. Men det håller på att förändras.

– Japans affärskultur förändras och blir mer internationell nu när en ny generation tar över, säger Fujii.

Trots det är han övertygad om att det finns några nationella karaktärsdrag som man gör bäst i att respektera om man vill göra affärer här.

– Japan är en traditionell kultur där hög kvalitet genomsyrar en produkts själ och

ande. Vi tror att allt har en själ, inte bara människor. När vi köper något vill vi gärna behålla det så länge som möjligt. Det är en partner, inte bara ett objekt och det är därför kvalitet betyder så mycket i Japan.

Goda förslag belönas

Just-in-time, kvalitet och kaizen-inspirenade, ständiga förbättringar är koncept som Fujii framgångsrikt har finjusterat på Sandvik sedan han började på företaget för åtta år sedan. På fabriken i Semine, som tillverkar hårdmetallverktyg, inledde han en process som sedan dess har minskat ledtiden från order till leverans med två veckor – från tjugoen dagar till sju.

Receptet består av en ny inställning till kvalitet hos samtliga anställda och av förståelsen för betydelsen av en ren, välorganiserad arbetsmiljö:

– En rörig fabrik skapar förvirring, säger Fujii.

För att dra större nytta av de anställdas kreativitet i kaizen-processen började Fujii efterfråga deras egna förslag och i dag får ledningen över 2 000 kaizenförslag om året. De allra bästa belönas med en resa till Singapore, där Sandviks distributionscenter för Asien och Stilla-havsområdet ligger. Övriga goda förslag får också en belöning.

Fujii säger att initiativet har bidragit starkt till att sänka produktionskostnaderna.

– Vi kunde spara cirka 400 000 kronor genom ett enda förslag. Alla är väldigt engagerade. ■

Sandvik i Japan

Etablering: 1961 öppnade Sandvik sitt första kontor i Japan och 1976 bildades dotterbolaget Sandvik KK

Omsättning: 2,1 miljarder kronor (2007)

Antalet anställda: 554

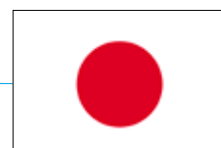
Produktionsorter:


Semine: hårdmetallskär

Iwadeyama: specialverktyg i hårdmetall

Sakura: värmeelement

Kobe: processutrustning för tillverkningsindustrin



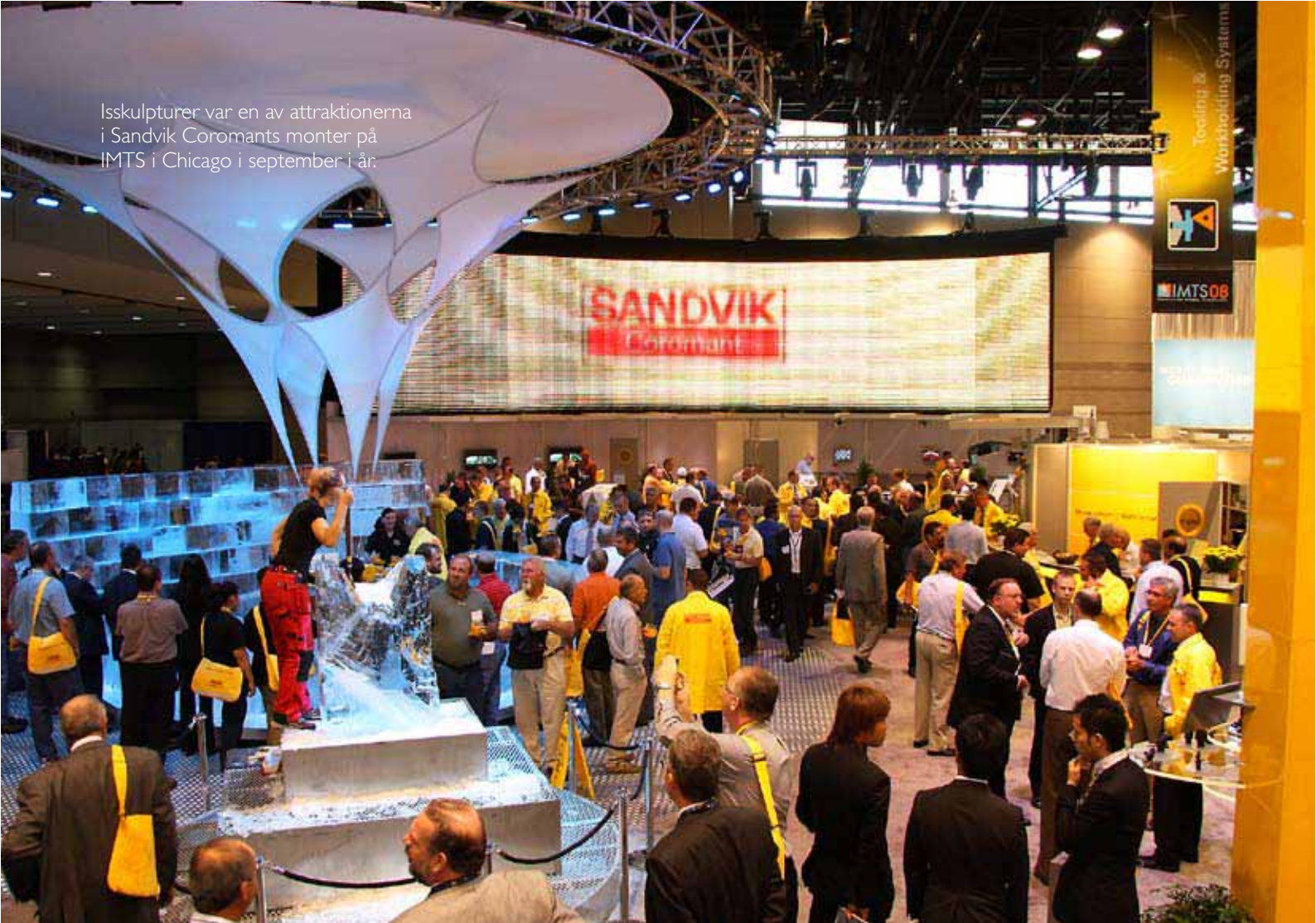
A man in a dark grey pinstriped suit, white shirt, and patterned tie stands in a modern building interior. He is wearing glasses and has his left hand in his pocket. The background features a dark, textured wall and a glass ceiling with a grid pattern. The lighting is dramatic, with strong shadows and highlights.

Hiroyuki "Roy" Fujii är chef för Sandvik i Japan.

Han rekryterades till Sandvik år 2000 och arbetade först som chef för Sandvik Coromant inom affärsområdet Sandvik Tooling. År 2007 utsågs Hiroyuki Fujii till landchef.

Han har lång erfarenhet från olika tjänster inom maskinverktögsbranschen och har arbetat både i Japan och USA.

Iskskulpturer var en av attraktionerna i Sandvik Coromants monter på IMTS i Chicago i september i år.



Mässor som stärker

Under några få, intensiva, dagar erbjuder mässor en möjlighet att träffa kunder och knyta nya kontakter. Produkter lanseras och kontrakt skrivs. För Sandvik spelar mässorna en viktig roll i arbetet att stärka varumärket och öka marknadsandelarna.

SANDVIK MINING AND CONSTRUCTION inlemmade förra året samtliga produkter under varumärket Sandvik i syfte att presentera en enhetlig profil. Första gången den nya profilen visades upp var på Bauma, en av världens största mässor för anläggningsindustrin, som hålls vart tredje år i Tyskland.

– Det var ett strategiskt viktigt beslut.



Lars-Petter Bergmark

Bauma är en av de största globala mässorna för anläggningsindustrin med en halv miljon besökare. Alla är där och det var ett perfekt tillfälle för oss att visa upp vår nya profil,

säger Jeanette Svensson, marknadskommunikationschef för Sandvik Mining and Construction.

Mässor handlar naturligtvis om att synas. Det är där företag visar upp sig och sina nya produkter. Men mässorna erbjuder också möjlighet att träffa kunder, knyta kontakter och att uppdatera sig om vad andra i branschen gör.

– Att delta på en mässa är ett utmärkt tillfälle att möta andra inom vår industri, få nya idéer och diskutera gemensamma utmaningar och möjligheter. Mässorna är en av våra viktiga marknadsföringskanaler och de ger oss också möjligheten att kommunicera hela vårt företag och vårt varumärkeslöfte, säger Yvonne Strandberg, marknadskommunikationschef på Sandvik Coromant.

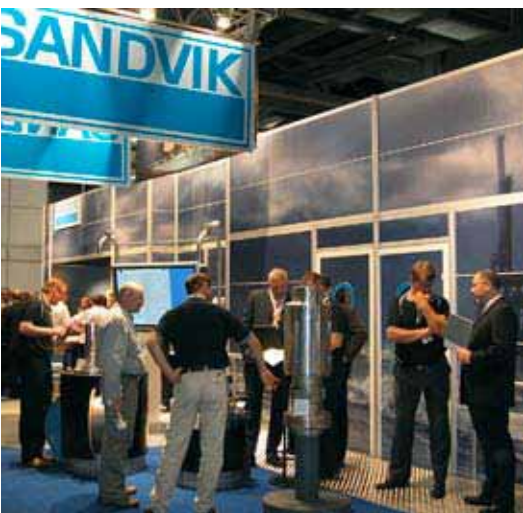
Att medverka på mässor är viktigt för

alla Sandviks affärsområden, men mässornas funktion kan variera beroende på marknad och segment.

– Det är nödvändigt att vara med på de stora mässorna, men mindre mässor är också viktiga. På tillväxtmarknader har en mässa ofta större betydelse för industrin än på en mogen marknad och vi kommer att öka satsningen på mässor i exempelvis BRIK-länderna (Brasilien, Ryssland, Indien, Kina), säger Lars-Petter Bergmark, marknadsföringsansvarig för Tube inom Sandvik Materials Technology.

För Sandvik Mining and Construction, menar Jeanette Svensson, är de stora mässorna inom gruvområdet främst en möjlighet att träffa befintliga kunder och visa upp nya produkter.

– Självklart är det viktigt även inom anläggningsdelen, men ofta handlar



Viktiga mässor för Sandvik

Sandvik Tooling

IMTS (International Manufacturing Technology Show) hålls vartannat år i Chicago, USA.

EMO (Exposition Mondiale de la Machine Outil) är världens största mässa för verktygsindustrin. Den hålls vartannat år i Hannover, Tyskland och vartannat år i Milano, Italien. 2007 års mässa samlade 2 100 utställare från 42 länder och 166 500 besökare.

JIMTOF (Japan International Machine Tool Fair) är den ledande verktygmässan i Asien och hålls vartannat år.

Sandvik Mining and Construction

Bauma går av stapeln vartannat år i München, Tyskland.

Minexpo hålls i Las Vegas, USA vart tredje år. I övrigt deltar Sandvik Mining and Construction i ungefär 100 mässor eller utställningar om året.

Sandvik Materials Technology

International Tube Fair, hålls vartannat år i Düsseldorf, Tyskland, med mer än 1 000 utställare på 95 000 kvadratmeter.

Stainless Steel World är en årlig mässa som hålls i den nederländska staden Maastricht.

varumärket

det i högre grad om att identifiera nya kunder. Sedan finns det ju en rad mindre och nischade mässor. Den röda tråden är dock alltid att öka varumärkeskännedomen, säger hon.

I SEPTEMBER LANSERADE Sandvik Coromant ett nytt mässkoncept i samband med den internationella verktygmässan IMTS (International Manufacturing Technology Show) i Chicago. Syftet med konceptet är att ännu tydligare lyfta fram Sandvik Coromant som ett partnerföretag som sätter kundens framgång i fokus.

– Vi talar inte längre om en traditionell mässmonter utan om en mötesplats där folk kan träffas och diskutera sina och

andras affärer, säger Yvonne Strandberg.

Ska man tala om trender inom mässor går utvecklingen mot fler nischade mässor samtidigt som de stora mässorna, som



Jeanette Svensson

Bauma, IMTS och Minexpo, växer sig allt större. Samtidigt expanderar många mässarrangörer på nya geografiska marknader. Messe München, organisatören bakom Bauma, har till exempel sedan 2002 även hållit Bauma-mässor i Kina.

– Mässans betydelse ökar hela tiden. Om man jämför med hur det var för tio år sedan är mässorna i dag mer seriösa. Det kostar att vara med på en mässa och då vill man se resultat, säger Lars-Petter Bergmark.

DET KAN VARA svårt att mäta resultatet av en mässa i kronor och ören, men kundkontakterna som knyts och fördjupas där är ovärderliga.

– Många av våra partnerskap har börjat med en dialog på en mässa, med såväl kunder som med till exempel maskinbyggare. Det handlar om att etablera relationer med befintliga och framtida kunder. Vi utvärderar hela tiden våra olika engagemang inom marknads kommunikationen och så länge vi ser att vi är framgångsrika i vår relationsbyggande kommunikation, så fortsätter vi att satsa på mässor, säger Yvonne Strandberg. ■



Strategiskt i Singapore

Singapore är ny huvudort för kundsegmentet Construction inom Sandvik Mining and Construction. Affärsområdet ökar sin närvaro i Asien på grund av det stadigt växande antalet uppdrag i regionen.

En del av huvudkontoret blir dock kvar i Svedala i en delning som understryker viljan att växa i Asien samtidigt som Europa är en viktig del av verksamheten. Det finns stor tillväxtpotential för stora infrastrukturprojekt i Asien under de kommande åren, varför placeringen av huvudkontoret i Singapore är strategiskt viktig. ■

Indisk stororder

Sandvik har fått ännu en order på åtta Rotoform HS från indiska Essar Group.

Det stålbandbaserade konceptet Rotoform pastillerar svavel, som normalt finns i flytande form. Omvandlingen till fast form underlättar hantering och transport av svavlet.

Genom köpet av den senaste generationens höghastighetsanläggningar från Sandvik ökar Essar produktionskapaciteten avsevärt. ■



KUNGLIG GLANS

Kronprinsessan Victoria besökte Sandviks nya forsknings- och utvecklingsanläggning i Pune, Indien, i slutet av oktober. Här välkomnas kronprinsessan av Sandvik Materials Technologys forsknings- och utvecklingschef i Indien Supriya Sarkar. På bilden skymtar även Sandviks landchef i Indien, Håkan Kingstedt och Vaishali Surve, kompetensutvecklingschef på Sandvik Mining and Construction, Asia Pacific. ■



Briljant hårdvara

Diamant är det hårdaste kända ämnet på jorden trots att dess sammansättning är ganska enkel – den består av samma slags kol som finns till exempel i grafiten i blyertspennor. Det är själva processen med extremt hög vulkanisk hetta och stort tryck som gör att diamanter kristalliseras ur kolet.

Av världens alla diamanter är det bara cirka 20 procent som blir smyckeuveler. Resterande 80 procent används inom industrin för att exempelvis skära och bearbeta hårda material. Men mängden naturliga diamanter räcker inte på långa vägar för att möta den stora efterfrågan. Därför är merparten av industridiamanterna syntetiskt framställda i en process

som efterliknar naturens egen. För att framställa en diamant på konstgjord väg krävs temperaturer på 1 400 grader Celsius och ett tryck som är 70 000 gånger högre än det normala lufttrycket runtomkring oss. ■

Sandviks okända sidor

I en annonskampanj under hösten lyfte Sandvik fram några oväntade användningsområden för koncernens produkter och tekniska lösningar. Till exempel var Sandvik en av pionjärerna inom den syntetiska diamantframställningen på 1950-talet och har under åren utvecklat den sofistikerade framställningsmetoden vidare.

Om du missat annonserna i pressen kan du se dem på www.sandvik.se.

Klättrar på önskelistan

Sandvik har de senaste åren satsat hårt för att locka unga ingenjörer till företaget. Det har gett tydligt resultat och i företaget Universums årliga Företagsbarometer har Sandvik klättrat 17 placeringar. Nu ligger företaget på plats 21 bland civilingenjörernas framtida önskearbetsplatser.

– Naturligtvis är vi stolta men vi siktar på att nå tio-i-topp, säger Anders Wallin, informationsdirektör på Sandvik.

Företagsbarometern går ut till landets högskolestudenter inom ekonomi, teknik, data/IT och juridik. Över 15 000 studenter har svarat på frågor om karriär, arbetsliv och framtid och även vilken arbetsgivare de tycker är mest attraktiv.

– För tre år sedan såg vi att Sandvik låg långt ner på listan. Vi gjorde en marknadsföringsplan och tog reda på vad unga vet om Sandvik. Det visade sig att de hade dålig kunskap om koncernen, säger Anders Wallin.

Sandvik har förbättrat sin information riktad till de stora universiteterna och högskolorna med ingenjör- och teknikutbildning.

– Vi har skärpt marknadsföringen: bättre representation, bättre material och fler aktiva på arbetsmarknadsdagar. Vi syns mer i undervisningen och i studenttidskrifter. Dessutom har vi ökat antalet sommarjobb och praktikplatser. ■

Nickel till varje pris

Nickelpriset har svängt dramatiskt under senare år. För att hantera detta har Sandvik infört nya prissättningsmodeller och metoder med syfte att reducera riskerna och säkerställa kassaflöde och resultat.

NICKEL ÄR EN huvudingrediens vid tillverkning av rostfritt stål och därför avgörande för en stor del av Sandviks produktion. Varje månad görs tusentals handelsavslut där Sandvik köper in nickel som råvara och säljer produkter som innehåller metallen.

– Problemet är att vi köper vid ett tillfälle och säljer vid ett annat. Om priset under den tiden förändras finns en risk för att resultat och kassaflöde inte blir det vi hade förväntat oss, säger Jan Öhman, ekonomichef vid Sandvik Materials Technology.

Historiskt har svängningarna inte varit så stora; för 5–10 år sedan rörde sig nickelpriset mellan 5 000 och 10 000 dollar per ton.

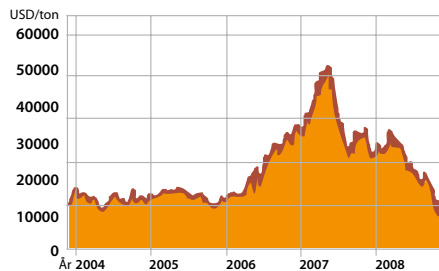
– Men 2003 började alla basmetaller röra sig uppåt. Och 2006 steg priserna kraftigt för att nå en topp i maj 2007, då man fick betala 54 000 dollar per ton för nickel, berättar Jan Öhman och beskriver en marknad som sedan dess präglats av dramatik.

Två månader efter toppnoteringen 2007 hade nickelpriset backat till 25 000 dollar per ton och i dag är det inte ovanligt med prisförändringar på mer än 5 procent under en dag. Bakgrunden till obalansen som råder på metallmarknaden är komplex. En mycket hög efterfrågan från Kina är en del av förklaringen. Därtill kommer att finansiella aktörer står för en allt större del av råvaruhandeln, särskilt när det gäller metaller.

– Bara en bråkdel av handeln på LME (London Metal Exchange) avser fysisk produktion i dag. När det är oro på världens börser påverkas även metallpriserna, vilket gör det svårt att ställa prognoser, konstaterar Jan Öhman.

Hur som helst måste situationen hanteras för att reducera riskerna. Detta gör Sandvik på flera sätt.

– Det bästa är att försöka prissätta både försäljning och köp vid samma tidpunkt, vilket i vissa fall är möjligt genom särskilda överenskommelser med kunder och leverantörer. Ett alternativ vi använder oss av är finansiella instrument, framför allt terminer, som då fungerar som en försäkring. På det sättet kan man också fastställa priset för nickel vid en viss tidpunkt flera år framåt i tiden, förklarar Jan Öhman.



Ytterligare en konsekvens av de fluktuerande priserna är att företagets lagervärde ständigt förändras. Med 10 000 ton nickel i lager kan en kraftig prisförändring resultera i lagervärdesskillnader på hundratals miljoner kronor. Jan Öhman poängterar dock att detta är en redovisningsteknisk fråga och

inte något som har med kassaflödet i den enskilda affären att göra.

– En vanlig missuppfattning är att vi förlorat pengar när lagervärdet har gått ner. Men vinna eller förlora kan vi bara göra när vi köper och

säljer, slår Jan Öhman fast.

– Däremot påverkas det redovisade resultatet på ett sätt som vi inte kan styra. Det bästa sättet att hantera detta är att minska våra lager genom en effektivare produktionsprocess. Det är därför viktigt att vi kortar leddiderna och därmed minskar lagren. ■

Nickel gör nytta

Nickel är en del i nästan alla legeringar som görs och används i allt från kretskort till de 65 000 fästen som håller Frihetsgudinnan på plats.

Utmärkande egenskaper är styrka, hårdhet och förmåga att förbättra uthålligheten och korrosionsmotståndet hos stål. Därför ingår nickel ofta i specialprodukter och utsatta applikationer inom olje-, gas- och kärnkraftsindustrierna.

De största nickelproducerande länderna är Ryssland, Kanada, Indonesien och Australien, som tillsammans står för cirka 60 procent av världens produktion. Brytningen sker vanligen under jord. Sandvik köper både nickel från gruvor och återvunnet nickel från en handfull metallhandlare världen över.

I de produkter som Sandvik årligen levererar ingår cirka 26 000 ton nickel.

Bäst på riskredovisning

Sandvik är det företag i Sverige som är bäst på att redovisa sina risker. Det har revisionsföretaget Ernst & Young kommit fram till vid en granskning av svenska börsbolags årsredovisningar. I början av oktober fick Sandviks finanschef, Per Nordberg, motta priset Risk Transparency Award.

Det är framför allt Sandviks sätt att strukturerat, balanserat och informativt beskriva bolagets risker, riskexponering och riskhantering, som bedömdes vara särskilt föredömligt.

– Att kommunicera bolagets risker och riskhantering på ett tydligt sätt blir allt viktigare, säger Per Nordberg. ■

Hållbar utveckling i världsklass

För första gången har Sandvik inkluderats i Dow Jones båda hållbarhetsindex Dow Jones Sustainability Index World och Dow Jones STOXX Sustainability Index. De båda indexen listar de företag i världen som är bäst på att arbeta med hållbar utveckling.

För att kvalificera sig krävs att företaget är bland de tio procent bäst rankade ur tre perspektiv: ekonomiska, miljömässiga och sociala aspekter. Urvalet sker bland de 2 500 största bolagen i Dow Jones världsindeks.

I början av november utsågs också Sandviks hållbarhetsredovisning till Sveriges bästa inom kategorin börsnoterade bolag av FAR/SRS, branschorganisationen för revisorer.

– Båda utmärkelseerna har en positiv inverkan på varumärket, säger Bo Berglund, ansvarig bland annat för uppföljning av hållbarhetsarbetet inom Sandvik.

– De är ett starkt kvitto på att Sandviks fokuserade ansträngningar för en hållbar utveckling och socialt ansvarstagande uppmärksammas av intressenterna. ■

B

Porto betalt

Vi syns i de mest oväntade sammanhang.

Här till exempel!

VI FINNS DÄR DU MINST ANAR DET. Endast 20 procent av världens naturliga diamanter blir smycken. Resterande 80 procent används som industridiamanter. Men det räcker ändå inte. Därför är de flesta diamanter som används inom industrin framställda på syntetisk väg och här kommer Sandviks materialkunnande väl till pass. Koncernen tillverkar även avancerade diamantbodyckade skärverktyg som med optimal prestanda bearbetar superhårda material.

Du hittar också resultatet av vårt kunnande i mobiltelefoner, på havets botten, i människors knän och på många andra ställen. Men även om inte du tänker på var Sandvik finns, så gör kunderna det. För våra produkter ökar både deras produktivitet och lönsamhet.

Gå in på www.sandvik.se. Där finns mer än du anar!



www.sandvik.com

SANDVIK AB 811 81 SANDVIKEN TEL 026-26 00 00 FAX 026-26 10 22