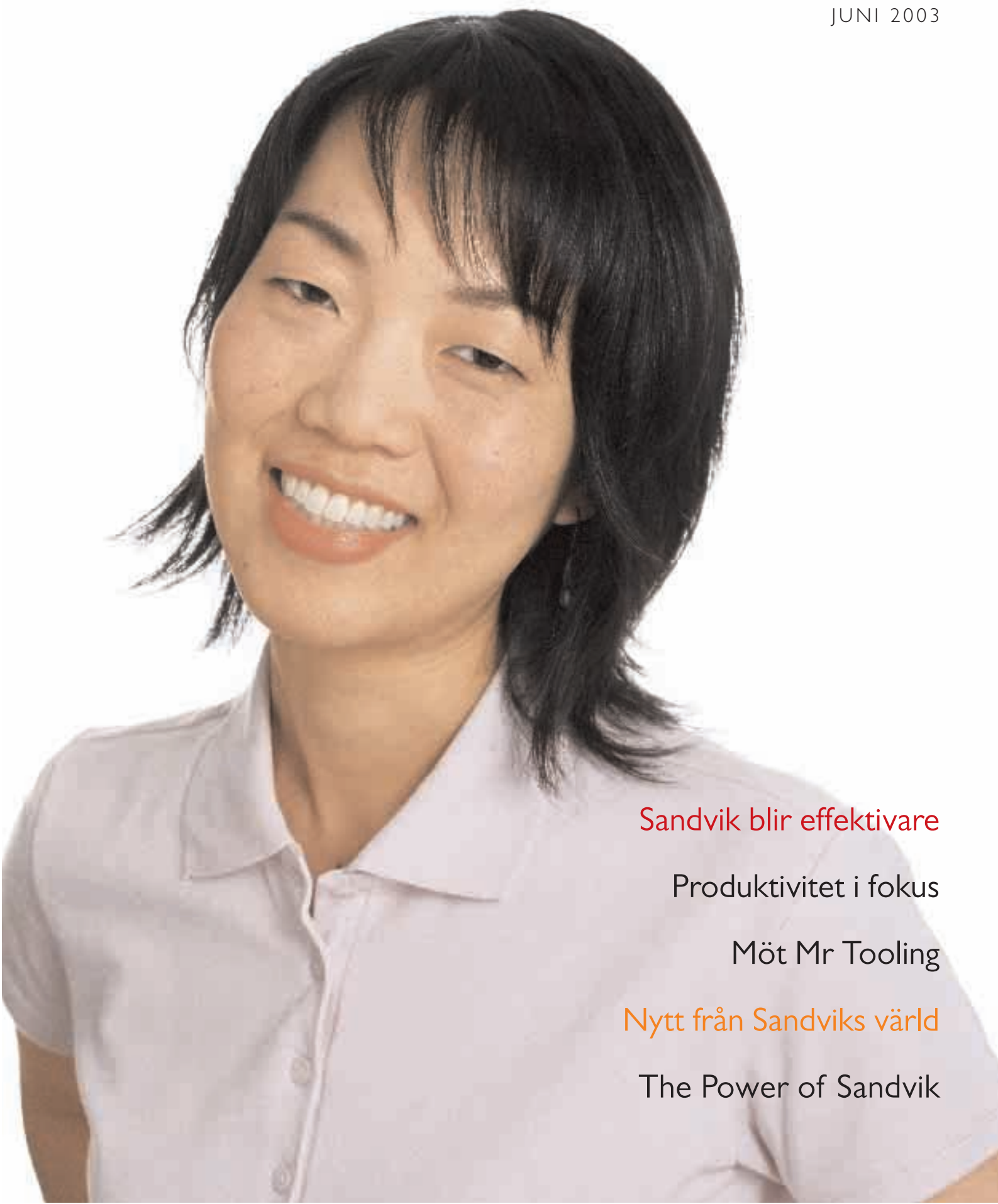


# Möt Sandvik

JUNI 2003



Sandvik blir effektivare

Produktivitet i fokus

Möt Mr Tooling

Nytt från Sandviks värld

The Power of Sandvik

# Aktuella ansikten



## Ny affärsområdeschef

Från 2003 är Peter Gossas chef för affärsområdet Sandvik Materials Technology (tidigare Sandvik Specialty Steels). Han är också ledamot i Sandviks koncernledning. Peter, som är civilingenjör, anställdes i Sandvik år 2001 och har tidigare bland annat varit VD för dåvarande Sandvik Steel. Peter leder nu affärsområdets arbete med att nå ökad effektivitet och förbättrad lönsamhet genom det pågående förändringsprogrammet. Namnbytet och den nya organisationen markerar affärsområdets roll som högteknologisk samarbetspartner inom det materialtekniska området.

## Lönande forskning

Teknologie licentiat Ulrik Beste, 30 år, vid Uppsala Universitet, har tilldelats Sandvik Coromants Materialstipendium för år 2002. Stipendiet på 35 000 kronor motiveras av Ulriks arbete med att klarlägga nötnings- och brottförlopp i hårdmetall vid bergborrning och varmvalsning. Hans forskning inom detta komplicerade område bedöms vara av stort intresse för hårdmetalltillverkningen inom Sandvik. Materialstipendiet har instiftats för att främja materialteknisk forskning inom området hårda material.



## Omslagsprofilen

Trettioåriga Ayano Yamada arbetar på marknadsavdelningen inom Sandvik Coromant i Japan. Hon sköter också samordningen av produktområdets intranät i landet. Ayano anställdes på Sandvik år 2000 och har hittills i sin karriär inom koncernen hunnit med att vara VD-sekretärare före det nuvarande jobbet. Hon är civilekonom, utbildad vid universitetet i Kobe. När hon är ledig gillar Ayano att resa. Dessutom tar hon lektioner i hur man genomför japanska teeceremonier!



## Haglundmedaljör

Lorne Massel, VD vid Tamrock Loaders Inc. i Kanada, inom affärsområde Sandvik Mining and Construction, erhöll Wilhelm Haglund-medaljen för 2003 och utsågs i samband med bolagsstämman till årets produktutvecklare inom koncernen. Han belönades för utvecklingen av en ny gruvlastare med extremt låg höjd och stor manövrbarhet, särskilt anpassad för utvinning av platina.



# Produktivitet i fokus

Det är nu ett år sedan jag fick förtroendet att bli VD för Sandvik. Det har varit ett händelserikt år fyllt av många utmaningar. Inte minst genom det svaga affärsläget som också påverkat Sandvik.

Men en svag konjunktur innebär inte bara problem utan också möjligheter. Sandvik är ett företag som flyttar fram positionerna och ökar konkurrenskraften även i tuffa tider.

Det första kvartalet 2003 blev tillfredsställande mot bakgrund av det svaga affärsklimatet. Resultatet ökade trots negativa valutaeffekter – tack vare kraftfulla rationaliseringar som sänkt kostnaderna. Det råder fortsatt osäkerhet om konjunkturutvecklingen men för Sandvik väntas ingen större förändring av efterfrågesituationen den närmaste tiden.

Koncernens mål är lönsam tillväxt. De viktigaste drivkrafterna är:

- Fortsatt geografisk expansion – ökade marknadsandelar på nya marknader
- Tillväxt för nya produkter och inom nya applikationsområden
- Kompletterande företagsförvärv
- Ökad kapitaleffektivitet

Den övergripande affärsidén för de tre affärsområdena är att aktivt bidra till att kundernas produktivitet och lönsamhet förbättras. Alla företag måste arbeta med att minska det gap som uppstår när kostnaderna i den egna verksamheten ökar snabbare än prisutvecklingen för deras färdiga produkter. Detta kan bara ske genom en ökad produktivitet som resulterar i en lägre kostnad för den färdiga produkten. Här har Sandvik en avgörande möjlighet som leverantör genom att bidra med nya avancerade produkter, service och utbildning till våra kunder.

Alla medarbetare utgör tillsammans Sandvik – och de representerar olika bakgrunder, språk och kulturer. Mångfalden är en stor tillgång i arbetet med att anpassa agerandet på olika marknader till de förutsättningar som råder lokalt. Förmågan att tänka globalt och agera lokalt är väl inarbetad i vår företagskultur. Tydliga värderingar ligger till grund för hur Sandviks alla medarbetare uppträder mot omvärlden och gentemot varandra. Värderingarna kommuniceras under rubrikerna ”Open



Mind, Fair Play och Team Spirit”. Du kan läsa mera om detta på sidorna 4–5.

Ett prioriterat område är ökad kapitaleffektivitet. För att vi skall nå vårt mål om en avkastning på sysselsatt kapital på 20 procent räcker det inte enbart med att förbättra vinstmarginalen. Ökad kapitaleffektivitet genom kortare ledtider och snabbare leveranser är också ett viktigt medel för att öka vår försäljningstillväxt – se artikeln på sidan 10.

Jag vill också passa på att hälsa er välkomna till detta första nummer av nya Möt Sandvik – koncernens tidning för aktieägare och anställda som är inne på sitt åttonde år. Den har nu, med sin nya utformning och utan sifferdel, större möjligheter att följa upp aktuella frågor inom koncernen. Väl mött!

Lars Pettersson  
VD och koncernchef

## Första kvartalet 2003

**ORDERINGÅNG:**  
13 420 MSEK, + 5%

**FAKTURERING:**  
12 080 MSEK, + 2%

**RESULTAT EFTER  
FINANSNETTO:**  
1 281 MSEK, + 2%

**ANTAL ANSTÄLLDA  
31/3 2003:**  
37 260

*Förändring i procent jämfört med motsvarande kvartal 2002.*





# The Power of

Sandvik är en global koncern. Verksamhet i 130 länder. Över 37 000 medarbetare, varav knappt 10 000 i Sverige. De anställda representerar ett mycket stort antal nationaliteter över hela världen. Den stora geografiska bredden och den mångkulturella verksamheten ger Sandvik en stark bas.

Även om Sandvik är ett i högsta grad globalt företag görs merparten av affärerna på lokal nivå i nära samarbete med kunderna. Att finnas på plats och ha en djup insikt i lokala förhållanden är därför en förutsättning för vårt sätt att agera. Det är de lokala medarbetarna som bygger den nödvändiga och långsiktiga relationen.

Den globala närvaron i så många länder ställer stora krav på att det finns ett sammanhållande kitt mellan enheterna och människorna i koncernen. Detta är inte minst viktigt med tanke på att cirka 14 000 av de anställda blivit en del av koncernen genom de senaste tio årens företagsförvärv. Nyckelfrågan är: Hur bibehåller man en gemensam affärskultur i en så mångfacetterad organisation?

#### ”THE POWER OF SANDVIK”

Sandvik har en mer än 140-årig historia. En av de viktigaste styrkefaktorerna inom företaget har varit den anda som råder i de olika delarna av organisationen. Kulturen har så att säga ”suttit i väggarna”. I takt med att verksamheten växer och företaget internationaliseras är det viktigt att vidmakthålla det gemensamma förhållnings-

gemensamma värderingar under lång tid även om koncernen expanderat snabbt ute i världen. Det sker ett ständigt och tätt utbyte av idéer och kunskap mellan medarbetarna i koncernen. Men det finns naturligtvis också en gräns för hur långt detta räcker.

Därför lade Sandvik under 2002 ned ett omfattande arbete på att tydligt formulera de grundläggande värderingar som styr Sandvik-koncernen. De finns sammanfattade i det interna dokumentet ”The Power of Sandvik” – en gemensam plattform för koncernens sätt att arbeta. Den innehåller uppdaterade versioner av företagets vision, strategi, mission, mål, värderingar och riktlinjer.

Det är varje chefs ansvar att se till så att riktlinjerna efterlevs. Alla som kommer i kontakt med företaget skall känna att våra medarbetare står på en stabil och gemensam värdegrund. Internationella kunder

# Sandvik

sättet. En anställd i ett företag som köpts upp av koncernen i till exempel USA måste kunna få en känsla och förståelse för Sandvik-kulturen som utvecklats under lång tid. Samtidigt är det angeläget att vara öppen för de nya erfarenheter och idéer som kommer från de företag som är nya i Sandvik-familjen. Det är ett givande och tagande.

Sandvik kan nog sägas tillhöra de företag som kunnat bevara sin anda och sina

som möter oss på olika marknader – denna typ av kunder blir allt vanligare – skall känna att de har att göra med ett och samma företag överallt.

#### EN PROCESS UTAN SLUT

”The Power of Sandvik” är en del av den interna kommunikationen. Det är ett viktigt och kontinuerligt arbete och ingår som en naturlig del i koncernens styrnings- och ledningsprocess runt om i världen. Utgångspunkten är de gemensamma värderingarna: *Open Mind*, *Fair Play* och *Team Spirit*.

Här intill kan du se vad Sandviks värderingar betyder för några anställda i olika delar av koncernen. Även om de kommer från olika Sandvik-enheter runt om i världen finns de alla i samma lag. I samma starka globala kultur. Och arbetar för samma mål.

## Vad betyder Sandviks värderingar för dig?

”De är mycket bra att ha som vägledning. Kommunikationen av kärnvärdena är en nyckelfråga för de anställda inom koncernen.”



Mee Yong Chong  
Sandvik  
South East Asia,  
Singapore

”För mig symboliserar Sandviks värderingar enhetlighet, kvalitet, styrka och snabb tillväxt. Kraften bygger ytterst på de mycket kompetenta medarbetarna.”

Gerrie Vergeer  
Voest-Alpine, Sandvik  
Mining and Construction,  
Sydafrika



”Jag är imponerad av att företaget så tydligt beskrivit visionen. Sandvik skiljer sig från konkurrenterna genom sin omfattande satsning på forskning och utveckling. Det skapar nya affärsmöjligheter.”



Phil Belejchak,  
Sandvik Materials  
Technology, USA

”Värderingarna utgör grunden för den affärsfilosofi och strategi som finns inom koncernen. De ger utrymme för de olika varumärkena samtidigt som de gör oss alla fokuserade på den samlade styrkan inom världsledande Sandvik.”

Nick Garner,  
Dormer,  
Sandvik Tooling,  
Storbritannien



# Nytt från Sandviks

## Ny fabrik i Kina

Sandvik stärker sin närvaro på den snabbt expanderande kinesiska marknaden. Koncernen har invigt en ny fabrik i Shanghai för tillverkning av processystem och pressplåtar. Detta är koncernens tredje tillverkningsenhet i landet och den kommer fullt utbyggd att ha 50 anställda. Processutrustningen levereras till kunder inom bland annat kemiindustrin och livsmedelsindustrin där de stålbandbaserade systemen används för exempelvis kylning av kemikalier respektive frysning och torkning av livsmedel. Pressplåtar används vid tillverkning av kretskort inom elektronikindustrin och tillverkning av laminat inom golv- och möbelindustrin. Vid fabriken ligger också ett demonstrations- och servicecentrum för kunderna inom kemiindustrin.



## Omtumlande fakta

Det säljs miljontals torktumlare runt om i världen och alla värms elektriskt. Det betyder goda affärsmöjligheter för Kanthal inom Sandvik Materials Technology. Kanthals värmetråd klarar extrema krav på lång livslängd under hög temperatur och utan att torktumlarens element deformeras. Det betyder att tillverkarna av tumlare har sitt på det torra. Liksom konsumenterna.

## Upplyftande partnerskap

Amerikanska företaget Crissair Incorporated med verksamhet i Kalifornien levererar bland annat hydrauliska komponenter och ventiler till flygplanstillverkaren Boeing. Företaget har högt anseende i branschen och har bland annat tidigare blivit utsett till Årets leverantör till Boeing – bland 18 000 underleverantörer. Crissair köper verktyg och service från Sandvik Coromant och man riktar en tacksamhetens tanke till vår koncern. Partnerskapet har resulterat i avsevärda besparingar och produktivetsförbättringar för Crissair. Ett lyft för kunden, helt enkelt.

## Valenite ökar produktiviteten hos GM

Amerikanska Valenite, som förvärvades av Sandvik förra året och nu ingår i affärsområdet Sandvik Tooling, är ett starkt varumärke inom fordonsindustrin i landet. Innovativa produkter, god service och ett nära samarbete med bilkunderna ligger bakom framgångarna. Valenite har till exempel tagit fram ett speciellt så kallat uppborrningsverktyg för motorblock i aluminium – en unik konstruktion av skär och hållare – som gör det möjligt för fordonsjätten General Motors att spara betydande belopp i produktionen. Det nya verktyget har effektiviserat bearbetningen av motorblocken och ger bättre ytfinhet, högre skärdata och längre livslängd. Hjulen rullar fortare i tillverkningen helt enkelt.

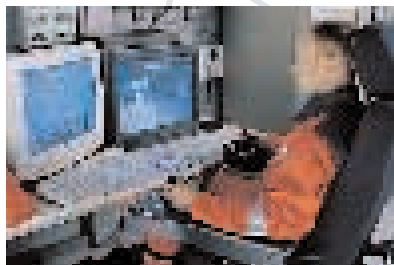




# värld

## Fjärrstyrd gruvsdrift i Chile

Sandvik Mining and Construction har fått en order på Toro-lastare från det chilenska företaget Codelco för användning i världens största koppargruva under jord, El Teniente i Chile. De helt automatiserade lastarna kommer att fjärrmanövreras från ett kontrollrum ovan jord. Genom att introducera Sandviks avancerade system för automatiserad gruvsdrift, AutoMine, är målsättningen att gruvan skall bli den mest effektiva i sitt slag i världen. Samtidigt förbättras arbetsmiljön radikalt. Satsningen på forskning och utveckling visar sig än en gång vara en avgörande konkurrensfördel för Sandvik. Och i det här fallet ett genombrott för underjordsbrytning.



## Sandvik prisas

Sandviks satsning på kvalitet får uppmärksamhet över hela världen.

Sandvik Coromant har till exempel fått en guldmedalj av den kinesiska fordons-tillverkaren SAIC Chery Automobile för bästa produktkvalitet, service och avancerade teknologiska lösningar.

I USA fick Sandvik Coromant den högt ansedda utmärkelsen "The Value Added Partner" av världens största sammanslutning av återförsäljare inom tillverkningsindustrin, IDA/ISMA. Motiveringen var det goda samarbetet mellan underleverantör och återförsäljare som har lett till dokumenterade kostnadsbesparingar eller produktivitetsförbättringar för slutkunden.

Och Sandvik Materials Technology har i skarp konkurrens fått den amerikanska rakbladstillverkaren Gillettes kvalitetspris för 2002. Sandvik är en stor leverantör av rostfritt rakbladstål av högsta klass. Sandviks strategi att utveckla kvalitetsprodukter och service i nära samarbete med kunderna har än en gång visat sig nå långt. Raka vägen till toppen.

## Mastig dimension

Rostfri precisionstråd från Sandvik Materials Technology spelar en viktig roll ombord på segelbåtar av olika slag. Tråden används för att hålla masten i rätt läge. Hög hållfasthet, god korrosionsbeständighet och liten töjning är kännetecknen för Sandviks kvalitetsstål. Detta är särskilt uppskattat bland tillverkare av stora båtar för havskappsegling som kräver den mest avancerade utrustningen. Segelbåtar i den största klassen blir förresten allt större. Nu byggs 100 meter långa båtar med upp till 90 meter höga master! Tala om att säkerheten hänger på en tråd. Det är tryggt att veta att Sandviks produkter motsvarar de mest extrema krav.





# Mr Tooling

Anders Thelin är chef för Sandvik Tooling som är det största affärsområdet inom Sandvik och svarar för nästan 40 procent av faktureringen. Sandvik Tooling är en pålitlig vinstmaskin och bidrog förra året med närmare hälften av Sandvik-koncernens vinst. Under perioden 1994–2002 har försäljningen ökat med 11 procent per år i snitt, varav 7 procent genom organisk tillväxt.

Framgångarna för Sandvik Tooling baserar sig på ett spetskunnande inom metallbearbetning. En omfattande satsning på forskning och utveckling av nya produkter och tillverkningsmetoder har i många år varit en av hörnstenarna i den snabba tillväxten. Inom Sandvik Tooling har metallbearbetning utvecklats till en skön konst. Och det bygger i mångt och mycket på att man besitter en unik kompetens inom alla led av den långa kedjan från råmaterial till applikationskunnande.

Anders Thelin bär syn för sägen. Han har en så gedigen bakgrund som någon kan ha inom hårdmetall. När han studerade till civilingenjör gjorde han sitt examensarbete inom detta område. Han fick sitt första jobb på Sandvik Coromants hårdmetalllaboratorium. Därefter har han arbetat med provning, materialutveckling, forskning, produktion och logistik. Man kan säga att han behärskar alla delar på samma heltäckande sätt

som Sandvik Coromant gör det. Och Anders Thelin är mycket riktigt en stark förespråkare för det integrerade tänkandet.

## **Anders Thelin om att kontrollera hela kedjan:**

”Det är viktigt för oss att ha en helhetssyn. Att behärska hela flödet från råvaran fram till kund ger oss stora fördelar. Allt hänger samman och vi kan anpassa varje steg för att få en bra slutprodukt i kombination med en hög effektivitet. Därför har vi en specialistkompetens inom alla områden. Det gör att våra lösningar blir totallösningar. Det kommer våra kunder tillgodo på ett mycket konkret sätt i form av lösningar som förbättrar deras produktivitet.”

## **Anders Thelin om skalfördelar:**

”Inom vår bransch gäller definitivt att 'big is beautiful'. I kraft av vår storlek kan vi göra satsningar som mindre tillverkare drar sig för att göra. Det betyder att vi har förutsättningar att öka vår konkurrenskraft. I takt med att vi inlemmat andra företag i Sandvik Tooling, till exempel Walter och Valenite, har vi fått ytterligare tyngd och ännu större skalfördelar. Ett sådant område är till exempel inköp av råvaror där vi kan dra fördel av stor köpkraft.”



### Anders Thelin om att dela med sig:

”Sandvik Coromant är utan tvekan världsledande inom sitt område. När vi nu integrerar Walter och Valenite i affärsområdet Sandvik Tooling får Sandvik Coromant därför agera som något av en storebror i vår familj. Det innebär att man måste vara generös med att dela med sig av sitt kunnande till nykomlingarna för att göra dem än mer konkurrenskraftiga. Det kan handla om så vitt skilda områden som råvara, produktionsteknik, skiktbeläggning, ja i stort sett vad som helst. Så måste en god storebror agera. Samtidigt kan ju också en storebror ha en del att lära av sina yngre syskon. En storebror behöver ju inte nödvändigtvis vara bäst på allt, vi har sett det väldigt tydligt när vi lärt känna Walter och Valenite. Det finns mycket hos dessa företag som också Sandvik Coromant kan lära av.”

### Anders Thelin om att ligga före:

”Men, säger kanske någon, innebär inte det här en åderlåtning av Sandvik Coromants kompetens. Nej, definitivt inte enligt min uppfattning. En utvecklingsorganisation stimuleras av intern konkurrens och av att det egna kunnandet kan komma fler till del. Man driver hela tiden på utvecklingen och introducerar ständigt nya idéer. Det är dessa som skapar den ledande positionen för Sandvik Coromant. Jag tror att det här med att man måste dela med sig kommer att sporra dem ytterligare att spränga nya gränser.”

### Anders Thelin om varumärken:

”Dagens situation inom Sandvik Tooling innebär att vi arbetar med många varumärken, vilket är en utveckling från den tid när vi i stort sett bara hade varumärket Sandvik Coromant. I och med att vi började arbeta med snabbstålsverktyg fick vi in ett antal nya varumärken inom Sandvik Tooling. Där lärde vi oss mycket om hur man hanterar multi-branding. Den erfarenheten har vi glädje av nu när vi ska arbeta parallellt med varumärkena Sandvik Coromant, Walter och Valenite. Vart och ett av dessa varumärken har sitt specifika kunderbjudande och vi kommer att ha en sund konkurrens mellan dem ute på marknaden. Det är kunden själv som avgör vilket erbjudande som har det största värdet.”

### Anders Thelin om att köpa företag:

”Vi är mycket måna om att de företag vi förvärvar inte ska känna att de blir slukade av en koloss. Både Walter och Valenite är ju mycket starka varumärken och etablerade organisationer med berättigad stolthet över den egna verksamheten. Det kan vi se i de marknadsundersökningar vi gör. Däremot är vi angelägna att snabbt öppna dörrarna för dem inom vår grupp så att de kan jämföra sig med andra enheter

inom affärsområdet, till exempel då det gäller produktionsteknik. Man kallar det här för benchmarking. Det brukar snabbt resultera i att vi skapar samarbeten över gränserna och ger varandra en extra kick till förbättringar. Förvärvade företag ska känna att de hamnat i en familj där man stöttar varandra.”

### Anders Thelin om tillväxt:

”Sandvik Tooling är utan jämförelse störst och ledande inom sin bransch. Hittills har vi kunnat växa både av egen kraft och genom företagsförvärv. Efter förvärven av Walter och Valenite är det inte sannolikt med några ytterligare stora förvärv i Europa eller USA.

Däremot finns möjligheter att köpa mindre och specialiserade företag som har ett nischkunnande. Vi satsar naturligtvis på en fortsatt stark organisk tillväxt. Vi har idag en bra position på marknaden som vi måste ta tillvara, men även om vi är ledande i branschen finns det mycket att konkurrera om. Våra mål är också satta därefter. De är höga men realistiska.”

### Anders Thelin om produktiviteten:

”Det är välbekant att kostnaden för själva hårdmetallskären utgör en mycket liten del av den totala kostnaden vid metallbearbetning. Men våra verktyg spelar en avgörande roll för lönsamheten. Jag är ofta med på kundmöten där vi använder en metodik som gör att vi kan visa hur stor effekt vår insats haft på kundens totalkostnad. Då brukar man bli väldigt intresserad och frågan lyfts snabbt upp på en högre nivå inom företaget. Där har vi möjlighet att tala om det vi egentligen erbjuder, nämligen produktivitet och partnerskap.”

### Anders Thelin om framtiden:

”Det är tydligt att vår bransch håller på att konsolideras och Sandvik Tooling har en stark position inför framtiden.

Idag finns det tre stora aktörer inom hårdmetallområdet och många specialiserade nischföretag så konkurrensen är stark. Vi inom Sandvik Tooling satsar mycket på forskning och utveckling som en grund för fortsatt tillväxt. Vi får till exempel lika många patent beviljade i USA som resten av branschen får tillsammans. Jag tycker att det är ett gott tecken och är övertygad om att vi kommer att kunna fortsätta vår lönsamma tillväxt.”



Kortare ledtider och färre flaskhalsar i produktionen. Minskade lager och färre hyllvärmare. Snabbare fakturering och effektivare kreditbevakning. Det är några av ingredienserna i receptet när Sandvik nu skall bli ännu effektivare.

Detta är en global process som kommer att beröra så gott som alla medarbetare över hela världen – inom alla affärsområden och alla bolag. Valspråket är: Time is Capital.

Sandvik ser nu över sitt arbetssätt för att göra flödena inom koncernen snabbare och binda mindre kapital i den egna verksamheten. Inga områden är undantagna. Översynen ska gälla allt från administration, inköp och leverantörsskulder till produktion, försäljning, lagerhantering, distribution och kundfordringar. Liknelsen med det egna hus hållet är slående. Avståndet i tid mellan utgifter och inkomster får inte bli för stort, i så fall måste man låna pengar till dyra kostnader.

Effekterna av dessa interna ansträngningar blir i Sandviks fall snabbare och effektivare verksamheter med lägre kapitalbindning vilket oftast leder till högre kvalitet. För kunderna innebär det helt enkelt bättre service. Vilket i sin tur är en drivkraft för ytterligare kommersiella framgångar.

#### **MINSKAD KAPITALBINDNING**

Ytterst blir resultatet av den nu pågående översynen av verksamheten att Sandvik som företag blir bättre rustat för att kunna ta tillvara en uppgång i efterfrågan när den kommer. Förmågan till flexibilitet och leveransberedskap skall vara på topp.

Kostnadsjakten – fokuseringen på ökad kapitaleffektivitet som det heter på ekonomspråk – har redan startat. Arbetet har inledningsvis varit framgångsrikt och målet är att kapitalbindningen skall minska med totalt 4–5 miljarder kronor på tre år. Det är pengar som kan användas på bättre sätt: för investeringar, företagsförvärv och/eller utdelning till aktieägarna.

#### **TRE KONKRETA EXEMPEL**

Det pågår många olika aktiviteter inom koncernen just nu som syftar till en effektivisering av arbetet. Inom en av affärsområdena Sandvik Materials Technologys verksamheter i Sandviken (Rörverk 50) har exempelvis en föränd-

ring av arbetssättet ökat genomflödet av material med nästan 50 procent. Denna framgång har nåtts utan stora investeringar. Driftsledning och operatörer har i stället utvecklat arbetsformer som optimerar planering och förflyttningar av material för att flödet skall fungera bättre. En materialsamordnare har nu en ständig överblick över produktionen. Inga onödiga mellanlager finns i väntan på nästa steg i produktionen.

Sandvik Mining and Construction fokuserar särskilt på sortimentsbegränsning, lagerstyrning och distribution. Kortare produktionstider, minskade lagernivåer och kortare distributionsvägar är de övergripande målen för arbetet. Tre regionala lager finns nu exempelvis i samma datasystem och den globala kapaciteten utnyttjas på så sätt allt bättre. Det i sin tur ger bättre kvalitet och effektivare kundservice vilket ökar den totala konkurrenskraften och tillväxtpotentialerna.

Också inom Sandvik Tooling är kortare genomloppstider, rationalisering av sortimentet och effektivare lagerstyrning prioriterat. Ett nytt strategiskt beläget distributionscentrum i Singapore har ersatt ett stort antal lokala lager samtidigt som leveranstiderna har kunnat minskas radikalt. Nu kan till exempel i stort sett samtliga kunder i Asien få sina beställda standardprodukter inom 24 timmar. Ännu ett bevis på att det går att avsevärt förändra verksamheten och samtidigt ge kunderna bättre service.

#### **BARA BÖRJAN**

Beslutsamheten är stor och medarbetarna i verksamhet efter verksamhet, i land efter land, koncentrerar sig på en sak: att jobba ännu smartare för att på så vis öka produktiviteten och konkurrenskraften.



# Sandvik blir effektivare

# Sandviks bolagsstämma 2003



VD och koncernchef  
Lars Pettersson



Nyvalda styrelseledamoten Sigrun Hjelmquist – den första kvinnan i Sandviks styrelse.

Sandvikens Symfoniorkester med Anders Berglund som dirigent, Claes-Johan Larsson som presentatör och solisterna Anna Hanning och Oskar Bly svarade för en uppskattad populärkonsert före stämman.

Sandvik AB:s bolagsstämma i Sandviken den 5 maj samlade nära ettusen aktieägare, ombud med flera.

Lars Pettersson kommenterade i sitt första anförande som VD för Sandvik, verksamhetsåret 2002 och utvecklingen under det första kvartalet i år. Han redogjorde också för koncernens affärsidé, mål och värderingar och beskrev styrkefaktorerna bakom den globala lönsamma expansionen.

I fokus finns ständigt Sandviks övergripande mål att generera ett ökat värde för kunderna. De viktigaste drivkrafterna för Sandviks lönsamma tillväxt är: Fortsatt geografisk expansion, tillväxt för nya produkter och inom nya applikationsområden, kompletterande företagsförvärv samt ökad kapitaleffektivitet.

Stämman fastställde styrelsens förslag om en utdelning med 10,00 kronor per aktie för år 2002. Stämman beslutade också att i enlighet med styrelsens förslag ge styrelsen bemyndigande att under perioden fram till nästa ordinarie bolagsstämma göra ytterligare förvärv av aktier i bolaget. Styrelsen ges rätt att



Avgående styrelseledamöterna P-O Eriksson (t v) och Mauritz Sahlin (t h) avtäckades av Sandviks styrelseordförande Clas Åke Hedström.

förvärva högst så många aktier att bolagets totala innehav av egna aktier vid var tid ej överstiger 10 procent av samtliga aktier i bolaget. Återköpet skall ske över Stockholmsbörsen och är ett led i att justera bolagets kapitalstruktur i enlighet med fastlagda finansiella mål.

Till ordinarie styrelseledamöter omvaldes Georg Ehrnrooth, Clas Åke Hedström, Arne Mårtensson, Lars Nyberg, Anders Nyrén och Lars Pettersson. Till nya styrelseledamöter valdes Sigrun Hjelmquist och Egil Myklebust efter Per-Olof Eriksson och Mauritz Sahlin som undanbett sig omval.

Av personalorganisationerna utsedda styrelseledamöter är Bo Boström (ordinarie), Göran Lindstedt (ordinarie), Birgitta Karlsson (suppleant) och Bo Westin (suppleant).



# B

porto betalt

## Visste du att...

... Sandvik har så många säljare över hela världen att det räcker till 600 fotbollslag.



... Sandvik årligen investerar cirka 4 procent av sin omsättning i Forskning och Utveckling. Det motsvarar cirka 2 miljarder kronor.

# 750

... Sandvik på tio år nästan tredubblat sin försäljning från cirka 17 miljarder kronor till omkring 50 miljarder.

... drygt 11 miljarder kronor delats ut till Sandviks aktieägare under de senaste fem åren.



... Sandvik har cirka 60 000 aktieägare.



... Sandvik utvecklar en ny produkt i timmen.

# SANDVIK

[www.sandvik.com](http://www.sandvik.com)