

Ledare



Ett bättre direktflöde

Höstens stora kvalitetsproblem har varit väststörningarna i täcklacksmåleriet. Nu har vi äntligen sett en vändpunkt, då direktflödet är på väg åt rätt håll igen. Problemet är inte löst, men vi har kraftigt tagit tag i det. Kaizen och systematisk problemlösning är ett bra arbetssätt, som innebär att många kan bidra med de goda idéer som behövs för att skapa lämpliga aktiviteter för ett bättre direktflöde. I detta nummer av Inside görs ett rejält nedslag i våra målerier, där några av våra allra svåraste och mest utmanande processer finns. Bland annat läser du om just täcklacksmåleriets stora Kaizen, som inleddes i början av december och fortfarande pågår med full styrka.

Utmaningarna och det ständiga förbättringsarbetet gäller förstås inte bara målerierna, utan en fortsatt positiv utveckling av direktflödet kräver att vi allesammans hela tiden är på tårna. Det är i nuläget oerhört viktigt att vi inte slappnar av, utan tillsammans fortsätter att jobba i rätt riktning – över hela anläggningen. I princip varenda hytt måste nämligen repareras någonstans i flödet, vilket innebär ett enormt slöseri. Fyra av tio hytter måste också repareras efter monteringen på grund av fel från press, kaross eller måleri. Därför måste vi rikta förbättringsarbetet mot att minska fel som går vidare i flödet. Målet är att 100 procent av hytterna är felfria när de kommer till monteringen. Därför får vi inte skjuta problemen framför oss i produktionskedjan.

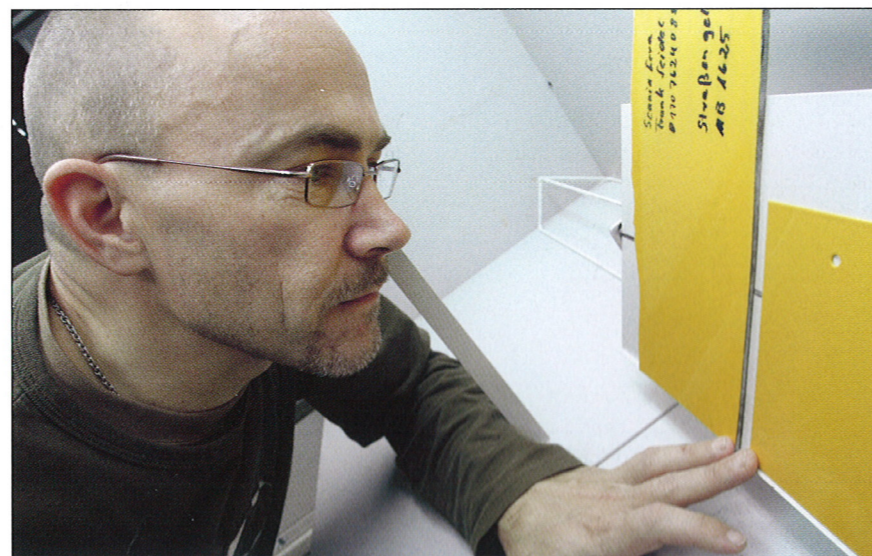
Fredrik Allard



Scania erbjuder 460 olika kulörer som standard. Ändå kommer det varje år in mer än hundra förfrågningar om nya nyanser. Anders Karlsson och Jörgen Fungmark är två färgstarka herrar som ser till att kunden alltid får sin favoritfärg.

Med 460 standardkulörer att välja mellan borde väl alla kunna hitta sin favorit? Fram till för 3 år sedan erbjöd

Scania faktiskt närmare 1 700 olika kulörer som standard. Men eftersom fler än hälften av alla lastbilar beställdes vita så skedde en rejäl utrensning.



Jörgen Fungmark kollar att kulören stämmer med kundens beställning.

– Det blev för omständligt och dyrt med så många olika kulörer. Varje kulör lackeras bland annat upp med en så kallad master som förvaras i kassaskåp. Till slut blev det helt enkelt för mycket, förklarar Jörgen Fungmark som är produktionsberedare på måleriet. På senare år har Scania infört lite fler restriktioner. Bland annat krävs det numera beställningar på minst 25 bilar under 5 år för att företaget ska ta fram en ny kulör åt en kund. Trots detta tillkommer det hela tiden nya. – Sedan mitten av 2002 har jag mottagit kundförfrågningar om 641 nya kulörer som i slutändan har lett till 152 nya. Jörgen Fungmark säger sig ha hunnit se så många märkliga färger på lastbilshytter att han har slutat att förvånas. Han vill inte peka ut någon personlig favoritfärg men sticker inte under stol med att det finns vissa som han är mindre förtjust i. Lite försiktigt antyder han något om engelska kunders förkärlek för grälla färger.

Detektivarbete och finlir

När en kund önskar en speciell färg som inte finns i standardsortimentet så skickar Scania lokala distributör en kulörförfrågan till marknadsavdelningen i Södertälje. Marknadsavdelningen skickar sedan vidare förfrågan till Jörgen Fungmark i Oskarshamn. – Ibland så händer det att kunder skickar tid-

Anders Karlsson är ansvarig för Scania's färgkök. Han ser likheter mellan sitt arbete och matlagning. När en kund beställer en speciell kulör så är det Anders Karlssons uppgift att ta fram ett nytt recept.



ningsutklipp med bilder på en lastbil med en kulör som de gillar. Då blir det lite detektivarbete... Jörgen Fungmark berättar att det första han gör när han får en kulörförfrågan är att leta igenom Scania's kulördatabas för att se om det redan finns någon snarlik kulör som han kan föreslå. – I bästa fall så blir kunden nöjd med det. Annars så kontaktar jag Anders Karlsson som får försöka ta fram en ny färg. Anders Karlsson är ansvarig på ColMix för underleverantören PPG's färgkök. Han ser likheter mellan sitt arbete och matlagning. När en kund beställer en speciell kulör så är det hans uppgift att ta fram ett nytt recept. – Vi använder liknande blandningsmaskiner som de har i färgaffärerna, fast större och mycket mer noggranna. Det krävs hantverkänsla och en hel del finlir för att få till exakt rätt nyanser.

Viktigt val av färg

Anders Karlsson berättar att valet av färg på en lastbil är något viktigt som tas på största allvar av kunderna. – Det har att göra med marknadsföring och igenkänning. Alla stora företag och de flesta små är mycket noga med sina val av kulörer. Det görs grundliga analyser av hur olika färger upplevs och vilka som bäst representerar varumärket.

Vad kan det då hända för missöden i ett måleri med 460 olika kulörer? Både Anders Karlsson och Jörgen Fungmark medger att fel färg emellanåt hamnar på någon hytt, men de är ovilliga att ge några exempel. – Det kanske är kul för folk omkring när det händer – men inte för oss, skrattar de.

Text: Mattias Isefjord
Foto: Curt-Robert Lindqvist

Fakta

5 populäraste kulörerna:

White Ivory	52 procent
Red Chili	5 procent
Red Cherry	3 procent
Black Ebony	2 procent
Silver Arctic	2 procent

Så här mycket färg går det åt:

Pulver för grundmåling:
265 000 kg/år – 6 kg/hytt.
Täckfärg:
314 000 kg/år – 6 kg/hytt