



”Det måste finnas balans i allt”

När OilQuick i Hudiksvall hörde talas om Produktionslyftet tänkte de att en sådan satsning skulle stärka utvecklingsföretagets förmåga att fortsatt bo och verka på orten. Att det dessutom skulle leda till att de blev ett produktionsföretag var inte vad de hade planerat.

OilQuick AB är specialister på helautomatiska redskapsfästessystem för grävmaskiner, hjullastare, truckar, materialhanteringsmaskiner och kranar. De erbjuder rationella och effektiva metodlösningar inom entreprenad och industri; på 10 sekunder kan hydrauliska redskap bytas direkt från förarhytten. Möjligheten att koppla bort exempelvis en tiltrotator när den inte behövs sparar både energi och ger lägre kostnader för underhåll, samtidigt som samma tiltrotator kan användas av flera maskiner.

Dagens VD Henrik Sonerud tillträdde 2012 då företaget fyllde 60 år, men redan 2002 togs namnet OilQuick. Innan dess hette de Soneruds Maskin AB och Henrik är den tredje generationen Sonerud på VD-posten. OilQuick har således över 60 års erfarenhet som ett teknik- och försäljningsföretag, initialt bland annat som återförsäljare av den norska traktorgrävaren Hymas. Under Henriks farfars ledning togs flera nya tillbehör och produkter fram och successivt utvecklades företaget till ett utvecklingsföretag.

Den första egna produkten var Grab John-grävskopan med hydrauliska gripplor, en produkt som lanserades i början av 80-talet och fortfarande är ett eget varumärke. Med allt fler verktyg till grävmaskinerna insåg företaget behovet av en komplett redskapsfästeslösning för gräv-



Lean-koordinator Erik Larsson, till vänster, och VD Henrik Sonerud.

och lastmaskiner och i mitten av 90-talet levererade de den första OilQuick-lösningen som möjliggjorde automatiskt byte och koppling av även hydrauliska redskap från förarhytten.

Konstruktionen bakom OilQuick-lösningen är i grunden densamma idag, även om den förfinats och breddats. Initialt fanns den endast till grävlastare, idag kan den anpassas till en mängd olika maskiner och storlekar – från 1 till 120 ton – men där 80 procent av snabbfästena går till grävmaskiner.

– Vi säljer idag cirka 4 000 fästena per år men det är fortfarande en ganska omogen marknad, berättar Henrik. Bara i Europa så säljs det årligen cirka 30 000 grävmaskiner över 6 ton, sedan tillkommer Japan och USA med fler. Givetvis kommer konkurrensen att hårdna, men vi ser trots det en mycket stor potential för kraftig tillväxt framöver.

Idag erbjuds deras produkter och systemlösningar under varumärkena Grab John och OilQuick där 85 procent av försäljningen går på export. Av detta levereras cirka 50 procent till tysktalande länder – Schweiz, Österrike samt Tyskland som ledande – men de har också en bra tillväxt i USA och en stark ställning på de nordiska marknaderna.



Nya ljusa lokaler dit OilQuick tagit hem tillverkning av nyckelkomponenter. På bilden ses Daniel Söderström.



Högautomatiserad produktion för internationell konkurrenskraft.

– Det är dock främst i Europa som försäljningen av OilQuicks produkter sker i dagsläget. Då majoriteten av de 30 000 grävmaskinerna som säljs årligen finns i Tyskland, England och Frankrike, så är det viktigt att vi har en stark marknadsandel på dessa marknader, säger Henrik. Vi har en del jobb kvar att göra framförallt i England och Frankrike under de närmaste åren.

OilQuick har en väldigt kundanpassad produktion med till stor del enstyckstillverkning. En utmaning är att de har nio olika modeller i olika viktklasser; inom varje storlekssegment finns det en mängd olika grävmaskinsmodeller, vilket kräver anpassning till var och en. Som tur är så har de sin Lean-koordinator Erik Larsson som brinner för Lean och flödet i verksamheten. Han säger själv att han jobbade med Lean innan han visste vad det var.

– Det måste finnas balans i allt, grejerna ska röra på sig, det ska flöda, säger Erik. Att korta ställtiderna för enstycksproduktion är ett stort fokusområde, ett mantra.

Vissa fästen i deras tunga enstycksproduktion har så pass många detaljer och förstärkningar att de kanske aldrig kommer att passa in i flödet – och i så fall är det förmodligen bättre att lyfta ur dem och köra dessa i ett eget, separat sidoflöde för att det "vanliga" ska kunna snurra på ostört.

– Det gäller att alltid ligga steget före där vår definition av världsklass är att ingen ska kunna leverera OilQuick-produkter bättre än oss, säger Erik. Redan idag har vi över 20 000 system i användning samtidigt som vi förväntar oss en stor expansion.

Det var också en av anledningarna till att de kontaktade Produktionslyftet. Det är ganska många företag i trakten som deltagit i Produktionslyftet, exempelvis Huddig, Voith och Mekanotjänst, så de hade hört talas om programmet. I sin egen målsättning ingår det också för OilQuick att kunna vara kvar i Hudiksvall på ett konkurrenskraftigt sätt, vilket ytterligare stärkte intresset för Produktionslyftet.

– Visst kan outsourcing vara bra, men lika ofta inte, konstaterar Henrik. En CNC-maskin eller svetsrobot kostar lika mycket i Polen och personalkostnaden är ganska liten totalt sett. Vi ser att vi kan vara konkurrenskraftiga och fortfarande bo och verka i Hudiksvall.

Deras medverkan i Produktionslyftet visade sig vara en lyckoträff på flera sätt. När de började i programmet hade de exempelvis inga planer att ta upp en egen produktion, men efter att ha analyserat värdeflödesanalysen där de kunde konstatera att leverantörerna i detta fall var en flaskhals – och då de i samband med detta fick möjlighet att förvärva en större fastighet i närheten av huvudkontoret – så blev det ett ganska naturligt steg att dra igång den egna produktionen. Själva var de ganska duktiga på Lean, men här såg de en utmaning och möjlighet att ta hem produktion av vissa detaljer.

– Tack vare Produktionslyftet blev vi tvungna att genomlysna hela processen, vi förstod vad vi höll på med, säger Erik. Produktionslyftet spred en insikt som fick folk att haka till.

OilQuicks val att ta hem nyckelproduktion innebar av naturliga skäl en utmaning för en del av deras underleverantörer. De valde att vara väldigt tydliga om varför och vad de ville ta hem, men även att lyfta vikten av ett fortsatt samarbete där det var avgörande att leverantörerna ville följa med i utvecklingen.

– I vissa fall satsade vi hellre på att stötta dem än att ta hem produktionen och vi har även kunnat hjälpa till med investeringar, bara det syns på styckpriset i slutänden, berättar Henrik. Även rent produktionstekniskt hjälper vi till där vårt Team OilQuick bland annat har en heldag per år med våra viktigaste leverantörer för att sprida erfarenheterna vidare.

Henrik betonar vikten av att deras leverantörer tjänar pengar. Visst kan de säga att priserna måste ner 20

Produktionslyftet är initierat av IF Metall och Teknikföretagen. Finansiärer är Vinnova, Tillväxtverket och medverkande företag.





Rent, snyggt, väl sorterat. Lean.

procent, men det får ta lite tid och OilQuick bistår med sin kunskap. De förklarar vart de vill och är inte leverantören intresserad så avslutas samarbetet.

– Det är ett krig och konkurrenterna ber inte om ursäkt, säger Henrik. Har vi inte förbättrat oss om tio år så är vi inte med i matchen.

Familjeföretaget satsar även hårt på sin produktutveckling. Nästa steg är att bygga in mer intelligens i produkterna, till exempel sensorer i utrustningen. Den ska känna vilken typ av utrustning som kopplas till och all information ska överföras automatiskt. Inbyggd GPS ger information om plats och djup – om skopan byts så följer informationen med så att grävningen fortsätter på exakt samma djup. All användning registreras för bland annat planering av underhållsarbete liksom för Fleet Management; hur har maskinerna i Luleå fungerat, exakt var har de varit och hur länge har de gått? Med digitalisering och Internet of Things följer uppföljningsanalyser kring vad som gått bra eller dåligt och varför.

– Det finns konkurrenter med liknande produkter, bland annat i Sverige, så det här är viktigt, säger Erik. Här är även Lean och vår tillverkning en del av "hemligheten", ingen ska vara mer kostnadseffektiv, ha bättre kvalitet eller kortare ledtider än oss.

OilQuick har i genomsnitt vuxit med 23 procent per år under de senaste 18 åren och varit lönsamma sedan 2000. Bokslutet den sista augusti 2017 visade en omsättningstillväxt på 36 procent och god vinstmarginal.

– Vi anställer mycket folk men det innebär även en belastning för befintlig personal med tanke på upplärningen, säger Erik. Det är lite kämpigt, lite av växtvärk, samtidigt som vi investerar i maskiner och arbetar för att förbättra flödet. Trots allt detta har vi en leveransprecision på 92 procent och leveranstider klart inom rimliga gränser.

Enligt Henrik är det de mjuka värdena, att personalen trivs, som gör att ett företag går bra. Enkelt i teorin men det kräver ett ständigt arbete; trivs de inte flyttar de. OilQuick har en bra samverkan över hela linjen och har lagt mycket arbete på delaktighet framhåller både Henrik och Erik. Visst, det går alltid att förbättra den interna kommunikationen, men de gör sitt bästa. De kör sina pulsmöten varje måndag inför veckan; läge, störningar, KPIer och förbättringar med marknad, inköp, produktion och montering samt konstruktion – alla är med tvärfunktionellt. Mötesupplägget, som kommer från Produktionslyftstiden, ska hållas på en kvart. Däremot erkänner de att de skulle kunna vara bättre på att använda sina erfarenheter och effekter från Lean även i sin marknadsföring utåt, även om de inte på något vis anser sig färdiga.

– Vi måste ständigt arbeta med detta, det är lätt att hamna i sitsen med att släcka bränder och då ser du inte helheten, avslutar Erik. De verkstäder som inte tar tag i sitt Lean-arbete idag kommer inte att vara konkurrenskraftiga om 5-10 år, så enkelt är det.

Läs fler artiklar på www.produktionslyftet.se.



Produktionslyftet är initierat av IF Metall och Teknikföretagen. Finansiärer är Vinnova, Tillväxtverket och medverkande företag.

