



PRINCIPER, TROSSATSER OCH GRUNDVÄRDEN FÖR STENA METALL AB

A handwritten signature in black ink, appearing to read 'Dan Sten Olsson'.

Dan Sten Olsson

VÅR VISION

Vår vision om att **"Alltid vara kundens första val och kvalitetssäkrande partner"** gör oss aktsamma om företagets och omvärldens resurser. Vi bidrar till visionen genom att var och en engagerar sig i värdeskapande aktiviteter – ofta tillsammans med kunden.

MISSION

Genom att upprätthålla en god kontakt med våra kunder och omvärlden vårdar vi vårt växande förtroende och skapar därigenom fler och bättre affärer – och fler mycket nöjda kunder.

AFFÄRSIDÉ

Genom vår kompetens ska vi tjäna pengar på våra affärsverksamheter inom Återvinning, Trading, Aluminium, Stål, Komponenter, Olja, Finans och, via New Ventures, skapa nya affärer för framtiden. Vi ska sköta vår långsiktigt viktigaste tillgång, våra kunder, på ett sådant sätt att vi bidrar till deras och samhällets positiva utveckling.

Att aldrig slösa med våra egna eller omvärldens resurser är ett signum för Stena.

Kundrelaterade framgångsfaktorer

För att vara kundens förstahandsval och bästa samarbetspartner måste vi vara ledande på det vi gör. Genom att vara lättillgängliga och hålla ständig kontakt med våra kunder lär vi känna deras behov och hur nöjda de är med våra produkter och tjänster. På så sätt skapar vi möjligheter för oss att tjäna pengar inom de marknader vi verkar.

Samarbetsrelaterade framgångsfaktorer

Oavsett affärsområde är det våra Principer, våra trossatser och värderingar som förenar oss. Varje affärsenhet ska följa Stena Metall AB:s principer, trossatser och värden genom att översätta dem i egna operativa termer.

Varje medarbetare ska kunna förstå, respektera och kommunicera sin enhets affärsidé, framgångsfaktorer och värden.

Tack vare ett delegerat ansvar kan vi göra allt som krävs för att uppnå våra mål.

Alla har rätt att vara informerade och alla har skyldighet att informera om allt som kan förbättra vårt samarbete och vårt enskilda arbete. Sanningar måste sägas och accepteras i tid, annars blir det för sent att förstå, förklara och anpassa sig an.

Arbetet i varje affärsenhet måste följa beslutade system och processer.

Kommunikativa framgångsfaktorer

Samarbete och utveckling kräver god kommunikation. Av den som är rätt informerad, som lyssnar och förstår, kan vi förvänta oss rätt beslut och handling. Därför behöver vi veta vem vi ska fråga eller hänvisa till för att kommunikationen ska fungera.

Vår kommunikation ska vara snabb och lättillgänglig, framförallt mellan dem det berör. För att skapa förståelse och dialog ska den vara välformulerad.

Vi har system som sparar och hanterar information men vi själva måste lägga tid på att analysera och förklara för att förstå innebörden. Korrekt handlande bygger på rätt information, sanningsacceptans, förståelse och träning.

Ett samtal bör präglas av omtanke och skapa positiva känslor. Exempel på positiva budskap är:

”Jag är glad över den information jag har fått”

”Det finns säkert något vi kan göra”

”Tack för att ni valde oss”

Våra medarbetare, media och intressenter ska kunna lita på att vår information alltid är korrekt, att vi tar ansvar för våra aktiviteter och att våra aktiviteter tål granskning. Vi måste därför kommunicera både positiva och negativa nyheter såvida det inte innebär uppenbara konkurrensnackdelar. Omedelbart svar krävs nästan aldrig men skyndsamt svar förhindrar ogrundade spekulationer.

Vi ska undvika att kommentera beslut som tas i Stenas andra affärsområden. Av omtanke undviker vi även att kommentera våra konkurrenters handlingar – det är tillräckligt svårt att koncentrera sig på vår egen affär. Att kunna hantera konfidentiell information som inte är offentlig är avgörande för att behålla vårt förtroende och goda rykte.

Handlingskraft och dualitet

Vår förmåga att kunna prioritera och hitta rätt balans mellan motsatser skapar framgångsrika beslut – det finns ofta två sidor att ta hänsyn till.

Strategiska framgångsfaktorer

Överlevnad och förmåga att skapa något bestående kräver framsynthet, affärsmannaskap och ständig uppmärksamhet. Våra aktiviteter måste bidra till de mål vi har satt upp. Målen ska vara mätbara och resultaten kopplade till aktiviteter så att vi ständigt blir bättre. Omtanke driver vår medvetenhet och uppmärksamhet till aktivitet och prestation. Bakom varje affärsområde finns en tydlig affärsidé. Varje affärsenhet har sin egen kultur och sina egna värden som vi måste förstå och respektera. Det är vår fasta tro att vi kommer att lyckas om vi följer våra värden.

VÄRDERINGAR I FOKUS

Kundtillfredsställelse

Behålla kunderna
Repetitiva affärer
Kontinuerlig dialog

Kvalitet

Driften
Management
Tillgångar
Beslutskraft (timing och förberedelse)

Engagerade medarbetare

Kompetens
Ihärdighet
Tydlighet
Omtanke

Innovation

Beslutsamhet
Energi/kreativitet
Utförande

Resultat

Affärsmannaskap – tjäna pengar var dag
Fortlevnad och hållbarhet
Mål och resultat
Affärsglädje

KUNDTILLFREDSSTÄLLELSE

- FLER NÖJDA KUNDER!

Behålla kunderna

Vi behåller våra kunder genom hållbara relationer. Upplevelsen med oss på Stena ska vara så positiv att kunden väljer att komma tillbaka och göra fler affärer – så skapar vi hållbara relationer. Kunden ska välja oss i första hand och med glädje rekommendera oss till vänner och bekanta.

Repetitiva affärer

Värdet av det vi säljer ska alltid överstiga priset och de vinster vi kan uppnå tillsammans.

Kontinuerliga dialoger

Omtänksamma dialoger med våra kunder är viktiga. Det skapar vi genom en god personlig kontakt – både lokalt och internationellt.

Vi står för kunskap och ett gott bemötande. Vi delar gärna de goda historierna, vi står till tjänst och svarar gärna på frågor.

KVALITET

Driften

Operativ kvalitet innebär att vi alltid levererar den produkt eller tjänst vi utlovat, utan att slösa med resurser och utan att ägna oss åt värdelösa aktiviteter.

För en lyckad leverans måste våra samarbeten med externa aktörer, distributörer, hamnar, myndigheter och finansinstitut vara mycket effektiva och väl fungerande.

Management

Ledningen ska ha förmåga att definiera kundsegment och kundbehov. Detta kräver öppenhet och ibland extern hjälp. Ledningen ska kommunicera med alla och skapa den energi och de resurser som krävs för att uppnå kundtillfredsställelse och vinst.

Tillgångar

Framsynthet är av största vikt. Våra tillgångar ska designas så att vi kan uppnå operativ kvalitet under hela den tid de är tänkta att utnyttjas. Våra tillgångar ska skötas och vårdas på ett sådant sätt att de kan utföra den tjänst de är utvecklade för. För fartyg är denna tid minst 25 år och för fastigheter minst 40 år. Driftavbrott ska i stort sett aldrig behöva uppstå.

Beslutskraft

Effektiv tidsanvändning innebär att vi förbereder oss för beslut som kommer att behöva fattas. Den väl förberedda vinner. Beslut ska helst inte fattas, i frågor där beslut inte behöver fattas. Tveka däremot inte om beslut, som måste fattas – det är ett svek att inte fatta beslut i tid. Att bry sig är att bruka sin befogenhet.

Vi måste våga säga och acceptera såväl positiva som negativa sanningar i tid, annars blir det för sent att anpassa sig. Ingen ska dömas som ärligt försökt, men misslyckats. Att ändra ett beslut må vara kostsamt – men att inte ändra kan leda till katastrof.

Det är viktigt att vi accepterar företagets beslut. Om vi saknar övertygelsen att följa de beslut som tas, blir vi skadliga för oss själva och vår grupp. Att acceptera och följa företagets beslut är ett villkor för vår anställning, oavsett vilken roll vi har.

Definitioner av råd, beslut, rekommendation och order

Råd

Målet med varje samtal är att ge varandra goda råd från såväl underordnad som överordnad för att optimera vårt gemensamma sätt att arbeta. Råd måste inte följas.

Beslut

Beslut ska resultera i en konkret åtgärd som kommuniceras antingen i form av en rekommendation eller order, annars blir beslutet onödigt.

Rekommendation

En rekommendation uttrycker en fördjupad kunskap eller en policy. En rekommendation tas normalt fram av en projektgrupp eller en grupp chefer. Rekommendationer måste inte följas men i så fall ska detta rapporteras.

Stark rekommendation

En stark rekommendation ska följas om inte skälen emot är mycket starka. Om den inte följs ska det rapporteras i tid. Sedan är det upp till personen som gett rekommendationen att återkoppla, antingen direkt till personen som valt att motsätta sig rekommendationen eller indirekt via personens överordnade.

Order

Order ges normalt av chefer till deras direkt underställda. Order från en direkt överordnad måste följas. Om ordern ges till nästa nivå måste chefen däremellan informeras. Mellanchefer har sedan rätt att ändra ett fattat beslut, under förutsättning att han eller hon omedelbart informerar sin överordnade om detta. Varje policy är i princip en order.

ENGAGERADE MEDARBETARE

Kompetens

Vi befinner oss på arbetet för att producera och hitta former för att förbättra vårt arbetssätt, till nytta för oss själva, våra kollegor och företaget.

Vi lever i en tid där kunskap och information är mer tillgängligt än någonsin förut. Varje anställd måste ta ett personligt ansvar för sin egen kompetensutveckling. Idag räcker det inte med att vara utbildad – vi måste även vara uppdaterade.

Det är vår tro att de som är engagerade i sitt arbete själva söker vidareutbildning. Vi ska hjälpa till med sådan vidareutbildning så att det gagnar medarbetaren och företaget. Det är vår skyldighet att informera dem som inte vill fortbilda sig att de på sikt riskerar att förlora sina anställningar.

Ihårdighet

Varje dag förväntar sig de vi möter att vi ska uppfylla våra löften och infria deras förväntningar. Omgivningen satsar på oss för att vi satsar på dem.

Tydliga och eftersträvansvärda mål och värden hjälper oss att vara ihärdiga. Trots de motgångar och händelser vi inte kan påverka ska vi alltid försöka vara omtänksamma och hålla ut, särskilt de dagar som är värst. Normalt har var dag en ljuspunkt.

Tydlighet

Vår affärsfilosofi ska förstås och accepteras av oss alla. Beskrivningar och diskussioner kring deras betydelser och konsekvenser måste därför vara tydliga.

Samarbete kräver att vi ständigt kommunicerar med varandra om allt som har betydelse för att vi ska kunna göra ett gott arbete. Vi ska regelbundet diskutera de rutiner och processer som har som avsikt att levandegöra vårt arbete. Av nödvändighet har vi befogenhetslista, mål och PU-samtal, Code of Conduct och personalpolicy, resultatrapportering, samt riktlinjer för säkerhet, miljö och kommunikation.

Genom att ta vara på varandras erfarenheter tillämpar vi "Best Practice". I vår strävan efter "Best Practice" får inte det bästa bli det godas fiende. Inte heller får konflikträdsla eller bekvämlighet leda till minsta gemensamma nämnare istället för bästa gemensamma nämnare. En projektledare eller gruppordförande ska därför ha beslutsrätt för gruppen, om inte annat överenskommits. En affärsenhet ska ha samma system och processer.

För att förbättra analysarbetet och komma åt komplexa, underliggande problem som rör fler enheter finns flera metoder. Kraften i våra kollegors idéer och erfarenheter gör detta möjligt. Många av våra enheter har utvecklat en "Stena Way of Production".

VÄRDERINGAR I VÅRA HJÄRTAN

OMTANKE

Stena-andan ska präglas av den ”gyllene regeln”: Det vi förväntar oss av andra ska vi göra för dem. Om vi tvekar ska vi ställa frågan ”Hur skulle världen se ut om alla betedde sig på samma sätt?”

Om vi alltid gör vårt bästa, har respekt för människor, kapital och omvärld kommer påfrestningarna inom företaget att minska och det blir lättare att skapa hållbara värden.

- Vårt viktigaste sätt att visa omtanke för människor är att bedriva en säker verksamhet i alla lägen.
- Vi visar också omtanke genom att alltid leverera i tid, komma i tid och avsluta möten i tid.
- Vi visar omtanke för vårt kapital genom att hushålla med materiella resurser, frukta förlust och skapa vinst.
- Vi visar omtanke för vår omvärld genom att vårda samarbeten och att varsamt och hållbart bruka omvärldens resurser.

Förmågan till omtanke är det som förenar oss i allt vi gör. På Stena arbetar vi tillsammans – inte bara samtidigt. Vår framgång beror på den vaksamhet för detaljer och varsamhet om varandra som följer därmed. Skillnaden mellan att bry sig och inte bry sig är kusligt stor.



INNOVATION

Beslutsamhet

Att ständigt tänka nytt är en av de faktorer som tagit oss till den position vi har idag. Stena har alltid uppmuntrat nya idéer. Våra konkurrenter utvecklas ständigt och vi måste ligga i framkant. Genom att tidigt anpassa oss till förändring och ständigt vara en anpassningsbar utforskare kan vi försörja oss med framgång.

En annan nyckel till framgång är vår beslutsamhet att systematiskt göra vårt eget arbete enklare att utföra – det ska vara lätt att göra rätt. Viljan och modet att bidra till företagets utveckling och välbefinnande är avgörande för att vi ska lyckas.

Energi/kreativitet

Med "högt i tak", ett öppet sinne och nyfikenhet att utforska sanningen, kan vi tillsammans hitta nya lösningar till såväl kända som okända situationer. De som kommer med nya förslag ska känna sig uppskattade, värderade och trygga, annars dör så småningom både deras energi och kreativitet.

Sanktionerat och systematiskt ska vi:

- utse idéfrämjare, formulera och avsätta resurser till att utforska kända och okända scenarier, möjligheter och hot i framtiden
- nätverka internt och externt. Vid transformativa innovationer är samarbete med utomstående expertis värdefullt
- uppmuntra och delvis finansiera experiment.

Utförande

Inget gör sig självt. För varje problem finns en förbättringspotential och varje nytt initiativ är en möjlighet att förbättra vår framtid. Alla älskar innovationer men bara ett fåtal älskar förändring.

Varje initiativ har normalt två sidor att ta hänsyn till, det vill säga dualitet. Våra framtida framgångar beror på vår förmåga att med handlingskraft bemästra dualiteter med gott omdöme, omtanke och beslutsamhet. Om vi delar erfarenheter och ofta diskuterar förändringar som de vore möjligheter, minskar vår rädsla successivt.

För att bli bra på förbättringsarbete måste vi kunna identifiera och analysera såväl konsekvenser av som alternativ till förbättringsförslag. Vi behöver förstå både teorin och praktiken. Lösningarna ska sedan genomföras systematiskt och effektivt.

Allt som oftast ska vi vara beredda på och klara av att skala upp dessa lösningar till att gälla hela organisationen.

RESULTAT

Affärsmannaskap – Tjäna pengar var dag

Vi måste tjäna pengar åt företaget var dag för att trygga vår existens och framtid. Ingen kommer att ge oss nya pengar ifall vi förbrukar de vi har. Liksom våra kunder investerar i sin affär måste vi också investera i vår. Det krävs också resurser för att tillfredsställa våra kunders långsiktiga behov. Tillgång på kapital är avgörande för att vi ska lyckas.

Inom våra olika affärsenheter skapar vi ekonomisk stabilitet och tillväxt genom:

- lönsam återvinning (Stena Recycling)
- lönsam bunkerverksamhet (Stena Oil)
- lönsam produktion av kundanpassade aluminiumlegeringar (Stena Aluminium)
- lönsam handel, förädling samt distribution av stålprodukter och komponenter (Stena Stål och Stena Components)
- lönsam trading (Stena Metal Inc.)
- identifiera och utveckla nya affärsområden (New Ventures)
- lönsamma investeringar i likvida finansiella tillgångar (Stena Metall Finans).

Gemensamt för alla affärsenheter behöver varje enhet tjäna pengar varje år och göra allt för att undvika förlust. Våra materiella tillgångar ska generera värdestegring. Vi behöver en tillräcklig och kostnadseffektiv extern kapitalförsörjning inom acceptabla risknivåer, ett positivt cash flow under alla faser av affärscykeln och att soliditeten i moderbolaget är tillräcklig för att klara minst tre års recession utan problem.

Fortlevnad och hållbarhet

Vårt ideal är att arbeta för nästa generation och det vi verkar för ska helst vara beständigt. Därför är det viktigt att vi uppnår mer än bara finansiella mål.

Vi behöver också följa den digitala utvecklingen och utnyttja nya teknologier till vår fördel – så att de istället för att hota våra affärer kan säkra vår ledande ställning.

Mål och resultat

Vårt arbete gör skillnad om det leder till ett bättre mätbart resultat. De betydelsefulla resultaten visar hur väl vi lyckas nå våra viktiga mål, hur väl vi lyckas i relation till omvärlden och i jämförelse med våra duktigaste konkurrenter.

Våra viktigaste mål gäller säkerhet, finansiella resultat, kostnader, kundnöjdhet, kännedom, medarbetarnöjdhet och hållbarhet.

Affärsglädje

Vår önskan är att det ska vara roligt att göra affärer med oss. Glädje brukar följa på framgång. Så i grunden är delad glädje vårt övergripande mål – det vill säga, lyckliga kunder som blir servade av en lycklig organisation.

LÖFTET

- Vår framtid är beroende av att vi lever upp till vårt löfte.
- Våra värderingar ska genomsyra allt vi gör för så väl kunder som medarbetare.
- Vår omtanke, vårt utförande och vår förmåga att vara innovativa är våra viktigaste egenskaper för att nå framgång.
- Vårt samarbete och vår kreativitet är ett signum för Stena. Vi ska drömma stort, bygga steg för steg, vara modiga och göra vår plikt. För att lyckas behöver vi både EQ och IQ, praktisk och teoretisk kompetens för att kunna växla mellan känslor och fakta. Olika färdigheter och olika bakgrund skapar goda lag.
- Nya idéer är sällan färdigformulerade, så säg inte bara "varför" och "nej", säg också "aha" och "varför inte". Använd stolt andras idéer och ge varandra bekräftelse och erkännande. Samarbeta ofta i nätverk med personer som får saker att hända. I sådana samarbeten uppstår ofta en innovation som får oss att utvecklas och bli ännu bättre.
- Ett delegerat ansvar är nyckeln till framgång. För att skapa engagemang och ansvar behöver vi förstå helheten och se värdet av det som vi skapar tillsammans.
- Framgångsrika kunder är lyckliga kunder – vi behöver vara bäst på det som är viktigast för deras framgång. På så vis lever vi vår Vision "att alltid vara kundens första val och kvalitetssäkrande partner."

Var rädd om Dig och Stena,

Dan



Stena Metall AB, Box 4088, 400 40 Göteborg
Telefon 010-445 00 00 • www.stenametall.com