

TEXTILE MACHINERY ASSOCIATION OF SWEDEN

Verksamhetsberättelse 2018

INNEHÅLL

FOKUSOMRÅDEN OCH AKTIVITETER 2018 4

1. NÅ UT TILL KUND – AFFÄRSSTÖDJANDE AKTIVITETER 4

Projekt Vietnam 4

Ökad extern kommunikation 4

ITMA ASIA 2018, Shanghai, mässa där TMAS är delägare 6

Förberedelse för ITMA 2109, Barcelona, mässa där TMAS är delägare 7

Engagemang i Europaföreningen Cematex 7

Gemensamt deltagande på mässor 7

2. KUNSKAP OCH INFORMATION OM MARKNADEN – ÖKA KUNSKAP 8

3. KOMPETENSFÖRSÖRJNING – SÄKRA KOMPETENS 8

4. STÄRKA FÖRENINGEN 10

TMAS KANSLI

TELEFON

+46-8-782 08 50

E-POST

tmas@tebab.com



Therese Premler-Andersson

Generalsekreterare

+46 8 782 09 50

therese.premlerandersson@tebab.com



Teresia Holmqvist

Projektassistent

+46-8-782 08 76

teresia.holmqvist@tebab.com

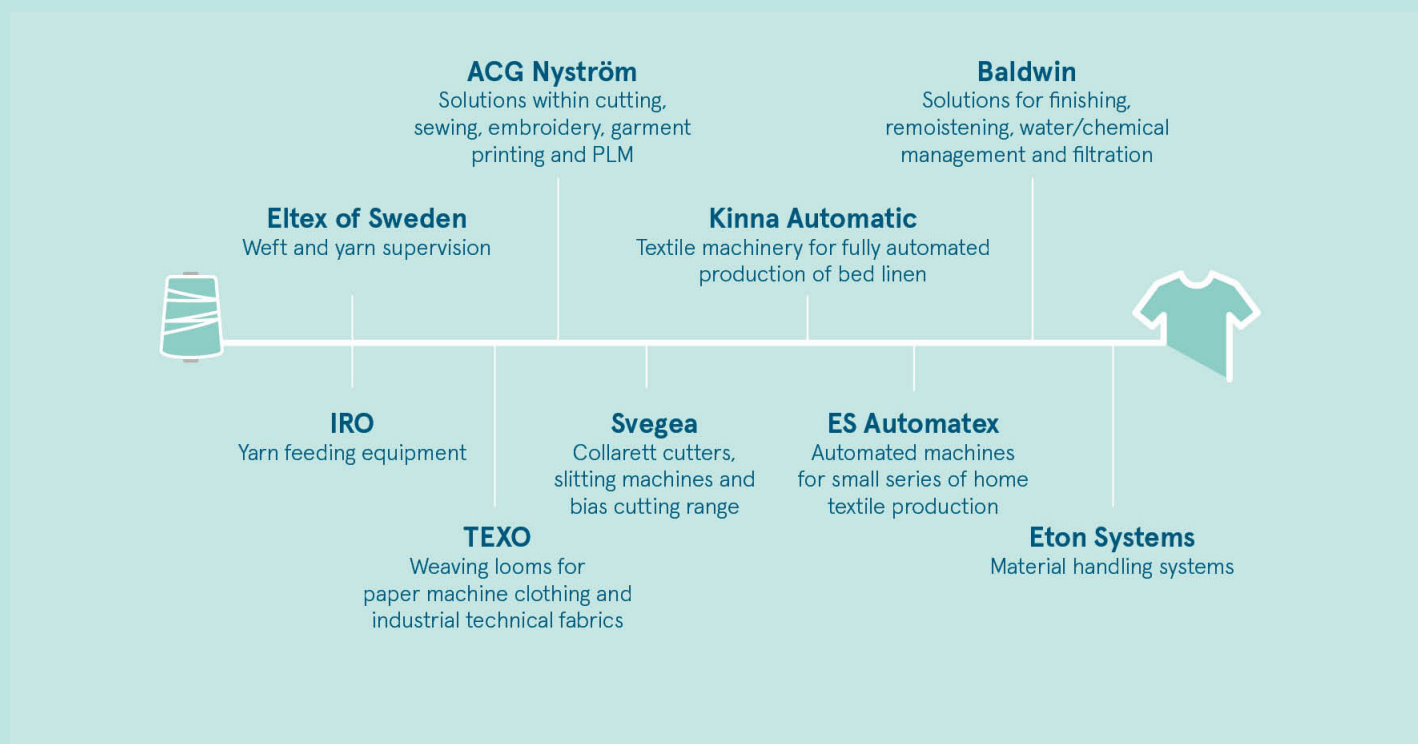
TMAS VERKSAMHETSBERÄTTELSE 2018

Det har varit ett intensivt och utvecklande år i föreningens historia. Styrelse och kansli har tillsammans sett till att göra föreningen än mer relevant och aktuell.

Verksamhetsidé och medlemmar

TMAS verksamhetsidé är att främja branschens intressen på såväl det kommersiella som det tekniska området, samt representera branschen vid kontakter med nationella och internationella myndigheter och organisationer. Vidare skall föreningen vara ett forum där medlemmarna ges möjlighet att diskutera gemensamma intressen.

Föreningens nio medlemmar är spridda utmed hela värdekedjan och majoriteten av företagen har varit aktiva i över 30 år.



Branschens utmaningar

I en workshop som genomfördes i januari 2016 identifierades utmaningarna nedan för branschen:

- Marknadspenetrering, nå ut till kund
- Kunskap och information om marknaden
- Kompetensbrist

I samband med mötet togs beslutet att utöka verksamheten i föreningen från att tidigare främst fokuserat på ITMA-mässan till att också arbeta med andra frågor i syfte att stötta företagen med dessa utmaningar. Till följd av detta utökades kansliets uppdrag för föreningen 2018.

Fokusområden och aktiviteter 2018

1. Nå ut till kund – affärsstödjande aktiviteter

Syftet med aktiviteterna är att stötta medlemsföretagen att nå ut till kund och på så vis skapa bra förutsättningar för tillväxt och lönsamhet.

Projekt Vietnam

TMAS har under 2018 haft en konsult, Thanh Phuc Tran, anställd på heltid för att generera leads och stötta medlemsföretagen på den vietnamesiska marknaden. Majoriteten av företagen ser stor potential i Vietnam till följd av att produktion flyttat hit i takt med att kostnadsläget ökat i Kina. Projektet i Vietnam drog inledningsvis mycket resurser från kansliet men efter uppstartsfasen 2017 har stödet från kansliet minskat. Thanh har under året varit i kontakt med över 700 kunder och har genomfört ca 100 kundbesök. Besöken har skett dels på egen hand och i sällskap av representant för medlemsföretagen. Fyra av bolagen har varit involverade i offertprocesser men endast en order har lagts. Under året har TMAS även medverkat i den lokala mässan VTG. TMAS har även översatt webbsidan till vietnamesiska och har märkt av en ökad andel besökare från den vietnamesiska marknaden. Då styrelsen inte varit nöjd med antalet genomförda kundbesök samt uteblivna affärer togs beslutet avsluta samarbetet med Thanh och se över möjligheter att arbeta med annan lokal kontakt. Styrelsen beslutade i november 2018 att ge projektet ytterligare två år. Arbetet med Vietnamprojektet har sedan start 2017 letts av kansliet och representanter från Svegea och IRO: Håkan Steene och Pär Hedman. Arbetsgruppen har haft femton uppföljningsmöten med Thanh under året. Utöver det har kansliet haft avstämningar via telefon och mail.



Under året har pressreleaser gällande aktiviteten i Vietnam skickats till branschpress. Exempel från publicering i Kina.

Ökad extern kommunikation

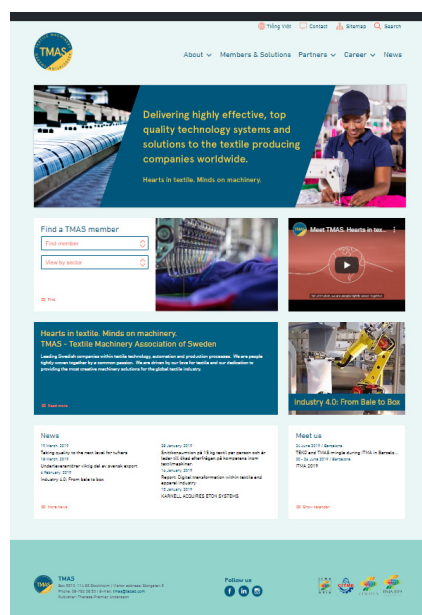
I syfte att skapa kännedom och positiv image kring medlemsföretagen, TMAS och branschen togs under 2018 en kommunikationsplattform fram för TMAS. En workshop genomfördes där styrelsen identifiera målgrupp, värdeord och budskap. Föreningen fick även en ny logotype och en färgpalett beslutades. Nytt tryckt material producerades, inklusive bilder, annonser, mässmaterial, banners och posters. En översyn av hemsidan gjordes och strukturen ändrades

för att göra det lätt för besökaren att hitta information om respektive företag och snabbt komma vidare till deras hemsidor. Vidare uppdaterades färger och sökord samlades in från medlemsföretagen i syfte att sökmotoroptimera i högre utsträckning än tidigare. En längre film som presenterar alla företagen och en kortare teaser för webb producerades också. Plattformen har legat till grund för all kommunikation som skapats under året vilket har lett till en mer modern och konsekvent kommunikation som lever upp till föreningens värdeord:

- **Kvalité** - i maskiner och komponenter.
- **Innovation** - ny teknik, kreativitet. automation - effektivitet - maskinell och i processer.
- **Flexibilitet** - i lösningar och relation/process, kund Anpassning
- **Passion** - Trygghet, kompetens, förtroende - vi går att lita på, vi håller vad vi lovar, långsiktighet

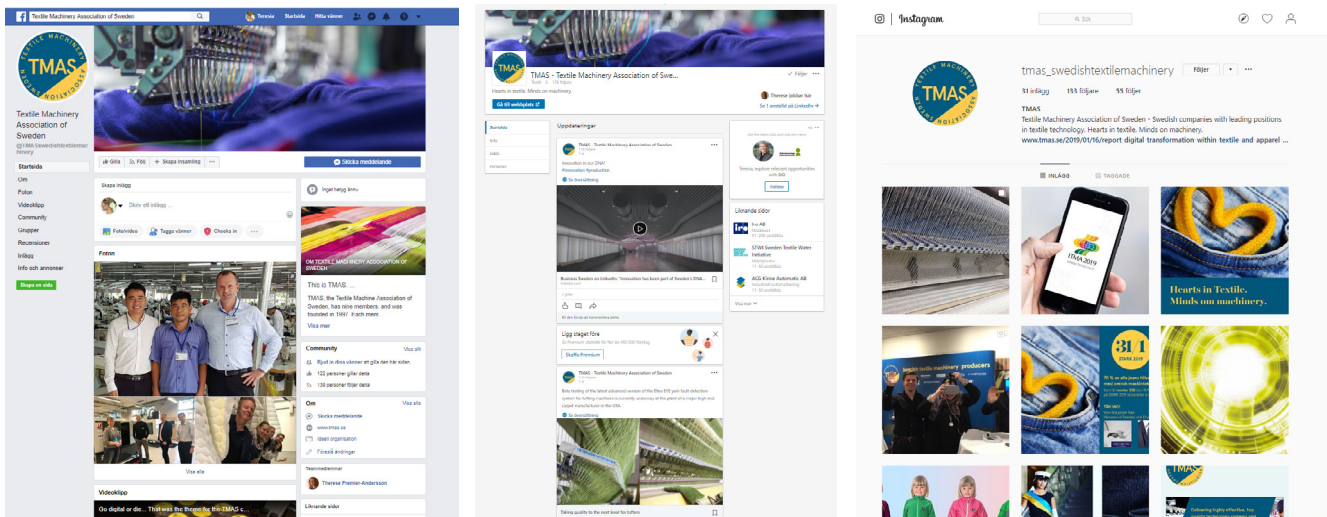
Våra värdeord sammanfattas i vår tagline:

Hearts in Textile. Minds om machinery.



Exempel på material som producerats med den nya grafiska profilen.

Styrelsen har beslutat att kännedom om TMAS och medlemsföretagen skall byggas genom digital närvaro. Under året har därför TMAS satt upp sociala kanaler och skapat en strategi kring närvaron. Vi har gått från i princip inga följare till över 100 på Facebook, Instagram och LinkedIn. Facebook är den största globala kanalen varför viss annonsering skett där. Instagram används i huvudsak för ungdomskommunikation dvs göra TMAS mer känt bland potentiella anställda. LinkedIn är ett professionell plattform, dock inte med global räckvidd i dagsläget. Verksamheten syftar till att öka kännedom om svenska textilmaskinbyggare och driva trafik/leads till företages och TMAS hemsida. Ett syfte är också att sprida inhämtad kunskap om målgrupp etc till medlemsföretagen. Ambitionen har varit minst ett inlägg varannan vecka.

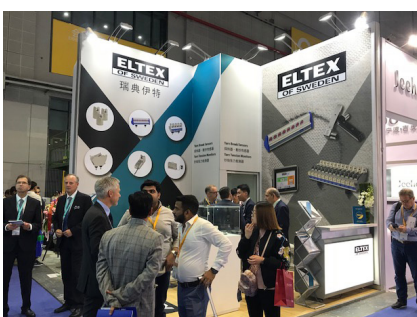


TMAS på Facebook, LinkedIn och Instagram.

Arbetsgruppen för kommunikationsplattformen består av kansliet, Pär Hedman, IRO, Håkan Steene, Svegea och Anders Svensson Texo. Under året har sex möten hållits.

ITMA ASIA 2018, Shanghai, mässan där TMAS är delägare

Under året genomfördes ITMA Asia i Shanghai. Medlemsföretagen IRO, Eltex, Eton och ES Automatex deltog. Kansliet har deltagit i planering av mässan tillsammans med organisatör och övriga nationella europaföreningar. Vidare har kansliet säkrat de svenska monterplaceringarna och stöttat företagen före och under mässan. Inför mässan genomfördes ett PR arbete som resulterade i flera publiceringar i internationell press. Vidare medverkade generalsekreterare i mässtidning och intervjuer under mässan. Vikt lades vid att sprida information om svensk närvaro i sociala kanaler. Svenska företag marknadsfördes genom material och film i monter som TMAS hade tillsammans med den nederländska och belgiska föreningen. Efterarbete består i uppföljning och utvärdering med organisatör och samarbetspartners.



Medlemsmonter Eltex. TMAS i kinesisk press under ITMA Asia.

Förberedelse för ITMA 2019, Barcelona, mässa där TMAS är delägare

Under året har TMAS generalsekreteraren medverkat i flera exekutive kommittémöten (fysiska och skype) samt arbetsgruppsmöten i syfte att utveckla och förbereda ITMA mässan. Projekt TMAS är engagerad i: Förbättrad kundupplevelse, ITMA Innovation Lab, Industry Hub, Digitalisering & VR. Vidare har kansliet under året identifierat och bearbetat svenska utställare och talare till ITMA Innovation Lab (TEKO medlemmar, Borås Textilhögskola, Smart Textile, Swerea, textila producenter mfl.) Detta för att stärka mässans/TMAS intäkter från mässan, men även för att bygga det svenska varumärket. Kansliet bevakar svenska utställares monterplaceringar vilket resulterade i att tre montrar flyttades för att få bättre placering. Under året har planering, förslag och idéer tagits fram för att fastställa hur TMAS och medlemsföretagen kan marknadsföras inför och under mässan. Text ordnas en Delegationsresa med TEKO, ett svenskt mingel och distribution av flera pressreleaser.

Engagemang i europaföreningen Cematex

Kansliet deltar i Cematex möten och aktiviteter. Bland annat är TMAS representerat i arbetet med nya stadgar (Ordf.) och strategigrupper för arbete kring nya mässor och erbjudanden. Under året har kansliet, föreningens ordförande samt TMAS två delegater (Anders Svensson, Texo och Brian Hicks, Eltex) medverkat vid Cematex General Assembly. Utöver detta har ordförande och generalsekreterare deltagit i flera styrelsemöten och generalsekreteraren i sex möten med executive committee. Kansliet har även deltagit i arbetet med rekrytera en ny Generalsekreterare då nuvarande slutar under våren 2019.



Svenskt deltagande i Cematex General Assembly i Marseille 2018

Gemensamt deltagande på mässor

Under hösten gjordes en kartläggning för att fastställa i vilka mässor medlemsföretagen kan tänka sig delta med en gemensam svensk monter. Ett antal mässor identifierades. Under 2019 sker förberedelse för deltagande i följande mässor 2020: Inglemash, Moskva, mars, Febratex, Blumenau, Brasilien, november, Heimtextile, Frankfurt, januari, Interzum, Köln, maj 2021.

2. Kunskap och information om marknaden – öka kunskap

Syftet med aktiviteterna är att göra information tillgänglig och öka medlemmarnas insikt om marknaden.

TMAS kansli bevakar branschrappporter och sammanställer relevanta nyheter i "TMAS News Flash" som skickas ut till kontaktpersoner. Tolv nyhetsbrev av den här typen gick ut under 2018. Vidare har Generalsekreterare nätverkat med aktörer i branschen såsom IUC, Textilhögskolan, TEKO, SWEREA, RICE mfl i syfte att samla information och kunskap och samtidigt öka kännedomen om TMAS i branschen. Under året har föreningen bjudit in externa föreläsare i samband med föreningsmöten i syfte att inspirera och höja kunskapen om trender och tendenser. Vid vårmötet hölls en konjunkturrapport av Teknikföretagens ekonom och vid höstmötet hölls en utbildande föreläsning kring social media.

3. Kompetensförsörjning – säkra kompetens

Syftet med aktiviteterna är att säkra kompetensen bland medlemsföretagens anställda i dag, men även bidra till att säkra framtida kompetensförsörjning.

Under året genomfördes vid tre tillfällen heldagars seminarier för medlemsföretagen inom textila material, processer och digitalisering:

TEXTILA VÄRDEKEDJAN 19 januari, Ludvig Svensson

TEXTILA PROCESSER FÖR TEKNISK TEXTIL inkl studiebesök på Engtex, 16 februari, IRO AB

TEXTIL PRODUKTION I FRAMTIDEN – TRENDER OCH TENDENSER 19 april, Nordiska Textilakademien

Utvärderingen av seminarierna visar att deltagarna var mycket nöjda. Deltagarantal per seminarium: 14–18st.



I syfte att ta tillvara nyanländas kompetens inom textil produktion hölls flera möten med Arbetsförmedlingen i Borås som också gjorde en kartläggning av textil kompetens i landet. Två företag valde att diskutera vidare med Arbetsförmedlingen själva. Övriga företag ansåg att språkbristerna var för stora för att gå vidare

Styrelseledamot Christan Moore, ACG Kinna Automatic, har medverkat i Textilhögskolans programråd i syfte att säkerställa relevanta utbildning och fungerar som bollplank åt skolan.

Under våren 2018 genomfördes en workshop på temat "Hur skall vi attrahera unga?". Deltagare var "next generation" i medlemsföretagen och syftet var att bredda nätverket i föreningen men framför allt för att få fram varför unga söker sig till vår bransch och vilka värden och aktiviteter man som företag skall fokusera på vid rekrytering av unga. Det blev en lyckad dag där nya kontakter knöts och en hel del tänkvärt kom fram. Rapport presenterades för styrelsen. TMAS hemsida har uppdaterats med karriärsidor och med utgångspunkt från diskussionerna kunde även flyers och annat material produceras för arbetsmarknadsdagar 2019. Vissa av deltagarna fortsätter sitt engagemang i TMAS genom medverkan i arbetsmarknadsdagar.



Deltagare på Workshop.

Arbetsgruppen inkom Kompetensförsörjning med representant från kansliet, ACG Nyström och IRO har under året utvärderat intressanta utbildningar och skolor i Sjuhäradsområdet. Möten har genomförts med Gymnasieskolorna Marks, Viskastrand och Tingsholms i syfte att marknadsföra företagen och diskutera möjliga samarbeten. I samtliga fall framkom att bästa sättet att marknadsföra sig som företag är att vara med på industrinatt, erbjuda praktik, studiebesök samt delta i arbetsmarknadsdagar. Vidare bör intresserade företag vara med i Teknikcollege i respektive region.



Besök på gymnasieskolor i Sjuhäradsregionen.

TMAS generalsekreterare fick under våren möjlighet att sitta med i Ledningsgruppen för yrkesutbildningarna Textil säljare och Kvalitets- och Produktionsutvecklare vid Nordiska Textilakademien, i syfte att ge inspel på utbildningar och marknadsföra branschen.

4. Stärka föreningen

Under året har kansliet arbetat ytterligare för att förbättra struktur och rutin i TMAS nya servicebolag och ideella förening efter inrättandet av två nya legala enheter under 2017. Under året togs beslutat att byta leverantör av redovisningstjänster då KPMGs service var undermålig och skapade mycket extrajobb för kansliet. Nya leverantören Viredo fungerar bra men bytet har genererat extraarbete. Under året har fyra styrelsemöten hållits, bolagsstämma samt årsmöte i föreningen. Under året har kansliet haft dialog med två potentiella medlemmar. Föreningen arbetar också för att ha bra relationer till övriga textilsverige och samarbetar gärna när möjlighet uppstår. Ett exempel är den gemensamma delegationsresa som planeras till ITMA 2019 med TEKÖ. Under året har TMAS kansli bemannats med ny assistent, Teresia Holmqvist.



Urval av möten under 2019.

