

# *Två varumärken för energieffektiva lösningar*

Två konkurrerande företag i samma lilla by, Östnor i Mora, utvecklades båda till ledande företag på den svenska marknaden för sanitetsarmatur. Idag samordnas produktionen i ett gemensamt företag med ett samlat utvecklingsarbete. Men varumärkena FM Mattsson och Mora Armatur lever kvar och förstärks – med lite olika inriktningar.

TEXT: MATS LINDBERG FOTO: OSTNOR



Den kvalificerade utvecklingsavdelningen, Östnor Development, har ett eget vatten- och ljudlaboratorium.

➤ I Sverige har FM Mattsson och Mora Armatur tillsammans en dominerande ställning på marknaden. Genom sina energieffektiva och servicevänliga produkter, samt tillgänglighet med säljare och reservdelar, så har båda varumärkena en traditionellt stark position hos landets installatörer.

Även med nordiska mått är positionen marknadsledande. Nu rustas de tidigare konkurrenterna dessutom för en gemensam satsning på den europeiska marknaden. Idén kan sammanfattas i begreppet: ”Två varumärken – ett erbjudande”.

För att bättre kunna möta framtidens krav återförenades de två företagen 2003 i det gemensamma bolaget Ostnor. Stegvis fram till 2007 skedde sammanslagningen med bl.a. en gemensam produktionsanläggning och ett gemensamt utvecklingsarbete inom kvalitet och miljö.

Resultatutvecklingen har sedan dess varit positiv och man rustar företaget för en eventuell börsnotering.

## EcoSafe präglar verksamheten

Det som skett kan sägas vara att Mora Armatur återvänt till fadershuset med sin egen ungdomliga profil av ”high-end”-design. Historiken är annars den att FM Mattsson grundades redan 1865 och att en av Frost Matts Mattssons söner, Karl, bytte sida av vägen och startade sitt eget företag 1927.

Vi träffar de två varumärkesansvariga inom Ostnor för ett samtal om framtiden för FM Mattsson och Mora Armatur.



I norra Europas modernaste mässingsgjuteri ses Ostnors två varumärkesansvariga – fr. v. Ola Persson, Mora Armatur, och Arne Jonsson, FM Mattsson.

– Nu har vi gemensamma resurser och en hög utvecklingstakt. Genom satsningen på en gemensam och ombyggd fabrik uppnår vi många fördelar, såväl ekonomiskt som miljömässigt. Vi har t.ex. moderniserat förkromningsanläggningen och vi har byggt norra Europas modernaste mässingsgjuteri, säger Arne Jonsson, FM Mattsson.

– Förutom att vi har optimerat hela produktionsprocessen så bygger vi på det gemensamma miljöprogrammet EcoSafe – vilket präglar verksamheten. Till vår tjänst har vi en kvalificerad utvecklingsavdelning med ett eget vatten- och ljudlaboratorium. Samtidigt är vi två konkurrerande varumärken med var sin design, säger Ola Persson, Mora Armatur.

## Skillnaden tydliggörs

Strategin är alltså klar. Inriktningen att serva svenska VVS-montörer är en grundsten hos Ostnor, vilket gäller båda varumärkena. Vad som nu sker är att skillnaden mellan de två varumärkena snarare tydliggörs.

Båda är premium inom kvalitet. Samtidigt kan Mora Armatur sägas ingå i ett mer designat livsstilskoncept.

Varumärkena FM Mattsson och Mora Armatur har sina egna produkter med kvalificerade energibesparande funktioner gällande såväl värme- som vattenförbrukning. En inriktning som förstärks tack vare de gemensamma resurserna – och en inriktning som efterfrågas allt mer i hela Europa. ■



Både FM Mattsson och Mora Armatur fortsätter att utvecklas med energieffektiva lösningar.

## FAKTA OSTNOR

Efter en sammanslagning av FM Mattsson och Mora Armatur grundades koncernen Ostnor 2003. De två starka varumärkena behålls och förstärks. Företaget är marknadsledande inom sanitetsarmatur i Norden.

Ostnor omsatte 951 milj kr under 2009 med en positiv vinstutveckling. Koncernen ägs till 30 procent av riskkapitalbolaget Priveq och i övrigt av privatpersoner från ägarfamiljerna till de gamla bolagen.

Varumärkena FM Mattsson och Mora Armatur har båda banbrytande lösningar inom energibesparande teknik.