BOLAGSINFORMATION

BOLAGETS HISTORIA OCH UTVECKLING

Innovationer för effektivare människor, företag och samhälle

Vår historia går tillbaka till år 1876, då Alexander Graham Bell sökte patent på telefonen i USA. Samma år öppnade Lars Magnus Ericsson en liten verkstad i Stockholm för att reparera telegrafapparater och sälja sin egen telefoniutrustning.

I dag är Ericsson en ledande leverantör av kommunikationsutrustning, professionella tjänster och multimedialösningar. Våra kunder är mobil- och fastnätsoperatörer över hela världen. Vår utrustning används i mer än 1 000 nät i över 175 länder, och över 40 procent av all mobiltrafik går via Ericsson-utrustning.

Vi gör stora investeringar inom forskning och utveckling (FoU) och verkar för standardisering och öppna system. Vi har en lång tradition när det gäller innovation och att vara först med framtidens telekommunikationsteknik. Vidare har vi en av branschens mest omfattande portföljer av immateriella rättigheter med omkring 25 000 patent.

Ericssons vision är att vara den drivande kraften i en kommunikationsintensiv värld – en värld där alla människor kan använda tal, text, bilder och filmer för att utbyta idéer och inhämta information när och var som helst. Inom några år förutser vi att kommunikation inte bara länkar samman platser och personer, utan även alla slags apparater som kan dra nytta av en nätanslutning. Det är vår fasta övertygelse att allmän tillgång till telekommunikationstjänster till överkomliga priser är en förutsättning för social och ekonomisk utveckling, och att IKT-branschen har en avgörande roll för att skapa ett hållbart, välmående samhälle och överbrygga den digitala klyftan i världen.

Vår strategi för att förverkliga vår vision och uppnå våra mål är att

- ta täten i branschen med en ledande portfölj inom mobilnät och konvergerade nät
- expandera vår serviceverksamhet genom att erbjuda förstklassiga tjänster och nätutveckling
- utöka vår multimediaverksamhet genom ledande applikationer och affärssupportlösningar.

INNEHÅLL

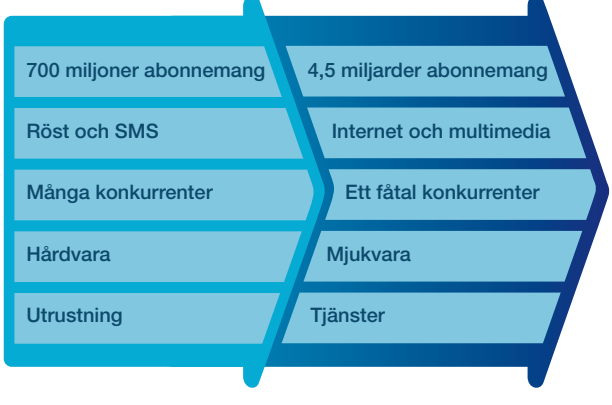
Bolagets historia och utveckling 129

Allmänna fakta om bolaget 130

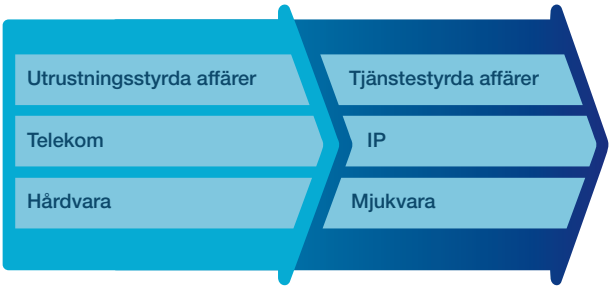
Vår marknad..... 132

Segmentöversikt 134

MOBILBRANSCHEN HAR UTVECKLATS (2000–2009)



ERICSSON HAR UTVECKLATS



KULTUR OCH KOMPETENS FÖRBLIR VIKTIGA FRAMGÅNGSFAKTORER

Ett framgångsrikt genomförande av strategin bygger på (1) nära kundrelationer, (2) ledarskap inom teknik och tjänster och (3) att uppnå operational excellence i allt vi gör.

Nära kundrelationer

Starka, långsiktiga relationer med våra kunder utgör grunden för vår verksamhet. På de flesta av våra marknader har vi haft en närvaro i mer än 100 år. Vi arbetar nära operatörerna för att lära känna deras verksamhet, deras mål och deras tekniska behov.

Vi är en stor leverantör till de flesta av världens ledande mobiloperatörer och till många ledande fastnätsoperatörer. Vi tror att vår förmåga att erbjuda de bästa helhetslösningarna och tjänsterna ger oss goda möjligheter att hjälpa operatörer med nätutveckling och drift. Med våra betydande skalfördelar, skräddarsydda helhetslösningar och lokala närvaro gör vi det möjligt för kunderna att snabbt komma ut på marknaden och hålla en konkurrenskraftig kostnadsnivå. Vi är en pålitlig partner som hjälper dem att uppnå sina affärsmål.

Ericsson har 82 500 medarbetare över hela världen och är alltid nära kunderna. De lokala verksamheterna får stark teknisk, kommersiell och administrativ support från specialistfunktioner inom FoU, produktion och logistik, nätdriftscentra och koncernfunktioner.

Ledarskap inom teknik och tjänster

Innovation är ett viktigt inslag i vår företagskultur, som är helt avgörande för att vi ska kunna upprätthålla vår konkurrensförmåga och nå våra mål. Vi har en lång tradition när det gäller att ta fram innovativ kommunikationsteknik. Genom att i ett tidigt skede delta i utvecklingen av nya standarder är vi ofta först på marknaden med nya lösningar – en klar konkurrensfördel.

Ericsson är marknadsledande inom GSM, WCDMA/HSPA, LTE, paketdatanät, mikrovågstransmission, applikationer för revenue management och managed services. Vi växer inom fast access, metro Ethernet-lösningar och optisk transmission, och vi tillhandahåller multimedialösningar och förmedlingstjänster för både mobil- och fastnätsoperatörer och TV-företag. Nyligen förvärvade vi Nortels CDMA- och LTE-verksamheter i Nordamerika.

Vårt ambitiösa FoU-program omfattar omkring 18 300 (19 800) medarbetare i 17 (17) länder över hela världen. Under 2009 satsade vi SEK 27 miljarder (exklusive omstruktureringskostnader på SEK 6 miljarter) eller 13 procent av omsättningen på forskning och utveckling. Våra största FoU-investeringar gäller produktutveckling inom framför allt nätinfrastruktur. Vi har fortsatt att investera i strategiskt viktiga områden som bredbandsaccess, konvergerade kärnnät, IP-teknik och multimedia. Vår förmåga att ta fram innovationer i världsklass förstärks genom samarbeten med olika partners, bland andra kunder, universitet och forskningsinstitut.

Tack vare vårt mångåriga arbete med att utveckla ny teknik har vi byggt upp en betydande portfölj av immateriella rättigheter. Per den 31 december 2009 hade vi omkring 25 000 (24 000) patent över hela världen, däribland standardtäckande patent för GSM, GPRS, EDGE, WCDMA, HSPA, MBMS, TD-SCDMA, cdma2000, WiMax och LTE. Vi har också viktiga patent inom många andra områden, t ex IMS, IP-telefoni, ATM, Messaging, WAP, Bluetooth, SDH/SONET, WDM och Carrier Ethernet.

Våra immateriella rättigheter är värdefulla affärstillgångar och vi licensierar ut dessa rättigheter till många andra företag, bland annat leverantörer av infrastrukturutrustning, inbäddade moduler, mobiltelefoner och utvecklare av mobiltjänster. I gengäld betalar dessa företag royalties eller ger oss tillgång till delar av sina immateriella rättigheter. Vi anser att vi har tillgång till alla de patent som är nödvändiga för vår verksamhet, eller delar av vår verksamhet.

Mer information finns även i kapitlet Riskfaktorer, under ”Marknads-, teknik- och affärsrisker”.

ALLMÄNNA FAKTA OM BOLAGET

Moderbolagets juridiska namn: Telefonaktiebolaget LM Ericsson (publ)
Organisationsnummer: 556016-0680
Moderbolagets juridiska form: Ett svenskt aktiebolag organiserat i enlighet med den svenska aktiebolagslagen. Ord som ”Ericsson”, ”koncernen”, ”bolaget” och liknande uttryck refererar alla till Telefonaktiebolaget LM Ericsson och dess dotterbolag.
Registreringsland: Sverige.
Registreringsdatum: Bolaget bildades den 18 augusti 1918 genom sammanslagning av AB LM Ericsson & Co. och Stockholms Allmänna Telefon AB.
Säte: Vår officiella adress är Telefonaktiebolaget LM Ericsson, 164 83 Stockholm. Vårt huvudkontor finns på Torshamnsgatan 23, Kista.
Telefonnummer: +46 10 719 0000
Webbplats: www.ericsson.com
Agent i USA: Ericsson Inc., Vice President, Legal Affairs, 6300 Legacy Drive, Plano, Texas 75024. Vårt telefonnummer i USA: +1 972 583 0000.
Aktier: Ericssons A- och B-aktier är noterade på NASDAQ OMX Stockholm.
I USA är våra ADS (American Depositary Shares), som var och en motsvarar en B-aktie, noterade på NASDAQ (New York).
Moderbolagets verksamhet: Telefonaktiebolaget LM Ericssons verksamhet utgörs huvudsakligen av koncernledning,

Operational excellence i allt vi gör

Ericsson fokuserar främst på infrastrukturlösningar och tjänster för telekomoperatörer. Denna fokusering gör att vi kan ha en funktionell organisation och därmed dra nytta av vår storlek, vilket ger oss konkurrensfördelar. Koncernen är organiserad i omkring 200 bolag enligt en gemensam funktionsbaserad struktur med standardiserade processer.

Huvudfunktionerna är:

- Koncernfunktioner samordnar koncernens strategier, verksamhet och resursfördelning samt utformar direktiv, processer och organisation för en effektiv styrning av koncernen. Vidare ansvarar koncernfunktionerna för supportenheter som Ericsson Research, IT och andra gemensamma servicecentra.

De huvudsakliga operativa funktionerna/processerna är:

Affärsenheter:

- produktledning
- utveckling av produkter, tjänster och lösningar
- inköp och produktion, logistik, leverans av produkter
- försäljning av reservdelar och reparation.

Marknadsenheter:

- marknadsföring och försäljning
- serviceleverans
- kundsupport.

Operational excellence är en viktig konkurrensfördel, och Ericsson fokuserar på tre områden:

- Snabbhet – att snabbare få ut produkter och tjänster på marknaden, minska rörelsekapitalet, öka flexibiliteten och snabbt möta olika kundkrav
- Skalfördelar – att dra nytta av vår marknadsledande position för att kunna utveckla branschledande lösningar
- Kompetens – att arbeta enligt standardiserade processer, med välutbildade medarbetare och partners

Vi undersöker ständigt hur vi kan förbättra processer, stödsystem och arbetsmetoder. Vårt mål – att hjälpa människor, företag och samhälle att bli mer effektiva – kräver god förändringsförmåga och effektiva processer för att vi ska kunna leverera innovativa lösningar av hög kvalitet med låga ägandekostnader.

Ericssons företagskultur, med dess fokus på innovation, konkurrensförmåga och kontinuerlig kompetensutveckling för våra medarbetare, är avgörande för vår framgång. Ericsson Academy är ett av våra sätt att uppnå detta. Det är ett nytt, innovativt forum för utbildning och utbyte av idéer och kunskap för våra medarbetare, och under 2010 blir det även tillgängligt för våra kunder. Vi tror att detta initiativ kan vässa våra medarbetares kompetens, leda till bättre resultat för våra kunder och ge oss konkurrensfördelar på nya affärs- och teknikområden.

I vår strävan efter att öka flexibiliteten och effektiviteten och sänka kostnaderna har vi valt att samarbeta med flera starka aktörer inom outsourcad tillverkning, IT-tjänster och vissa områden inom FoU och tjänster. Några exempel är: Flextronics, HP, IBM och Tieto.

holdingbolagsfunktioner och internbankverksamhet. Detta inkluderar även aktiviteter som utförs på kommissionsbasis av Ericsson Credit AB inom kundkredithantering.

Dotterbolag och intresseföretag: En förteckning över våra större dotterbolag finns i Noter till moderbolagets bokslut – not P9, ”Aktier och andelar”. Utöver våra joint ventures Sony Ericsson och ST-Ericsson är vi engagerade i ett antal andra mindre joint ventures, samarbeten och riskkapitalaktiviteter. Mer information om risker förenade med joint ventures, strategiska allianser och tredjepartsavtal finns i kapitlet Riskfaktorer, under ”Marknads-, teknik- och affärsrisker”.

Publicerade dokument: Årsredovisningar och annan information (normalt endast på svenska) för vissa inhemska juridiska personer lämnas till Bolagsverket i enlighet med svenska regler och förordningar.

Dessa handlingar kan även beställas via Bolagsverkets webbplats (www.bolagsverket.se). Observera att det inte är säkert att informationen i handlingarna ger någon indikation om våra publicerade resultat för koncernen i alla avseenden. Utöver information om Moderbolaget innehåller våra rapporter enbart konsoliderade siffror för hela koncernen.

Rapportering i USA: Årsredovisningar och annan information rapporteras till den amerikanska finansinspektionen, the Securities and Exchange Commission (SEC), i enlighet med regler och förordningar för utländska privata emittenter. Handlingarna finns även tillgängliga i elektronisk form på SEC:s webbplats, www.sec.gov/edgar/searchedgar/webusers.htm, där de lagras i databasen EDGAR.

VÅR MARKNAD

Ericsson har utvecklats i takt med förändringarna i branschen:

- från utrustningsdriven till tjänstedriven verksamhet. Nästan 40 procent av nettoomsättningen och närmare 50 procent av medarbetarna hör nu till tjänsteområdet.
- från utrustning till mjukvara. Allt mer av funktionaliteten i våra lösningar bygger nu på mjukvara.
- från röstkommunikation via smalband till helt IP-baserat bredband. Fokus ligger främst på konvergerade nät och tjänster.

Kunder

Vi levererar utrustning, integrerade lösningar, multimediaapplikationer och tjänster till nästan alla större operatörer i världen. Merparten av vår försäljning utgörs av stora fleråriga avtal med ett begränsat antal viktiga kunder. Av en kundbas på mer än 425 nätoperatörer svarar de tio största kunderna för 42 (42) procent av vår nettoförsäljning, och de 20 största kunderna svarar för 57 (61) procent. Vår största kund svarade för ungefär 5 (6) procent av försäljningen 2009. Mer information finns i kapitlet Riskfaktorer, under ”Marknads-, teknik- och affärsrisker”.

Våra kunder har olika behov och krav när de anlitar oss:

- Utveckling av strategier och affärsmodeller i en allt mer komplex omgivning.
- Utökning och utveckling av nät, som svar på det ökande antalet abonnenter, den växande trafiken och ny teknik.
- Support, utbildning och reservdelar.
- Effektivisering av verksamheten för att åstadkomma konkurrenskraftiga rörelsekostnader.

Våra egna marknadsenheter är vår viktigaste försäljningskanal. Där utförs det mesta av försäljningen till de kunder som är operatörer inom fast eller mobil telekommunikation.

För vissa produkter och lösningar används andra kanaler:

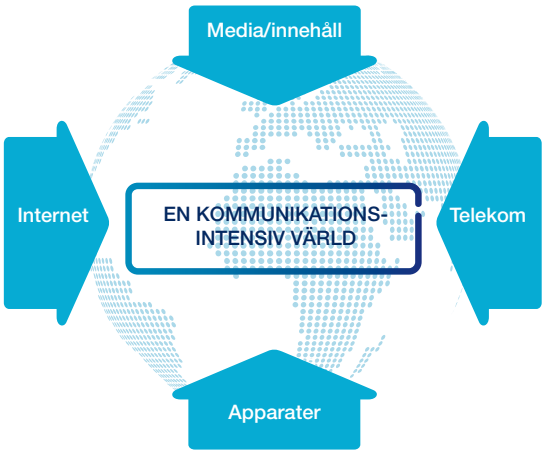
- TV-lösningar säljs via andra utrustningsleverantörer och återförsäljare samt direkt från affärsenheten Multimedia till kabel-TV-operatörer.
- Moduler för mobilt bredband säljs direkt från affärsenheten Networks till PC-/netbook-tillverkare.
- Nyförvärvade företag fortsätter vanligtvis att använda vissa marknadskanaler under en övergångsperiod. Exempelvis har LHS behållit sina marknadskanaler för fakturerings-lösningar tills dess företaget har blivit helägt och har integrerats.
- En centraliserad enhet för immateriella rättigheter hanterar försäljning av licenser till utrustningsleverantörer och andra som vill använda vår patenterade teknik.
- Våra två joint ventures är våra kanaler till marknaderna för mobiltelefoner, plattformar och halvledare för mobiltelefoner.

Vår försäljning till nätoperatörer sker vanligtvis inom ramen för fleråriga avtal efter en inledande anbudstävling med system- och leverantörsval.

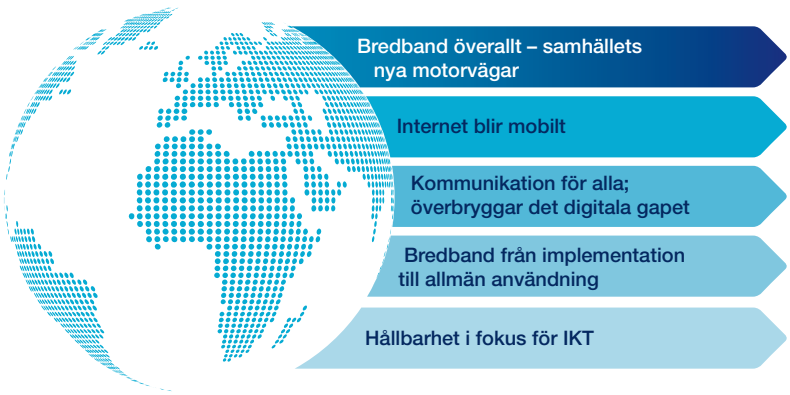
Under ramavtalets löptid avropas utrustning, mjukvara, tjänster och reservdelar enligt prislistorna. På en mycket selektiv basis erbjuder vi i vissa fall kundfinansiering. Kundfinansiering tillhandahålls annars i allmänhet av tredje part, ofta med garantier från Svensk Exportkredit. Olika typer av tjänster som utbildning eller konsulttjänster beställs ofta separat efter behov. Managed services-kontrakt är vanligtvis också fleråriga och förhandlas separat, eftersom de kräver omfattande arbete med att fastställa uppdragets omfattning och planera överföring av personal och verksamhet.

Vi har infört ett strikt program i hela organisationen för att säkerställa att vi efterlever gällande utländska och inhemska lagar och regler, handelsembargon och sanktioner. Vår affärsverksamhet ska inte på något sätt uppfattas som stöd för någon speciell politisk agenda eller regim.

KONVERGERANDE BRANSCHER



TELEKOM BLIR ALLT VIKTIGARE I SAMHÄLLET (2009–2050)



Säsongsvariationer

Försäljning, resultat och kassaflöde från rörelsen per kvartal är säsongsbetingade och normalt lägst i första kvartalet och högst i fjärde kvartalet. Detta beror främst på att operatörernas inköpsmönster varierar över året. Tabellen nedan visar den genomsnittliga säsongvariationen per kvartal i försäljningen under femårsperioden 2005–2009.

GENOMSNITTLIG SÄSONGVARIATION DE SENASTE 5 ÅREN	Första kvartalet	Andra kvartalet	Tredje kvartalet	Fjärde kvartalet
Sekventiell förändring	–20%	13%	–6%	29%
Procent av årlig omsättning	22%	25%	23%	30%

Konkurrenter

De främsta konkurrenterna för segmentet Networks är andra stora och sedan länge etablerade leverantörer av kommunikationsutrustning. Våra huvudkonkurrenter är bland andra Alcatel/Lucent, Huawei, Nokia/Siemens, Cisco, ZTE och Juniper. Vi konkurrerar också med många lokala och regionala företag som tillverkar och levererar kommunikationsutrustning och tjänster.

Vi tror att några av de viktigaste konkurrensfaktorerna inom branschen är befintliga kundrelationer, förstklassiga prestanda i levererade nät och abonnentupplevelser, teknisk innovation, produktdesign och -kostnader, möjligheten att skala upp/uppgradera/migrera befintliga nätinvesteringar samt kompetens inom systemintegration.

Konkurrenterna inom segmentet Professional Services är bland andra många av de leverantörer som nämnts ovan, men också stora företag från andra branscher, t ex Accenture, HP/EDS, IBM och flera offshore-företag i Indien, t ex Tata Consultancy Services och Tech Mahindra, samt ett stort antal mindre, specialiserade företag som är verksamma på lokal eller regional nivå.

I takt med att detta segment växer tror vi att nya konkurrenter kommer att träda fram, till exempel som en följd av nätdelning eller att nätoperatörer expanderar sin verksamhet.

Segmentet Multimedia är utsatt för betydande konkurrens. Eftersom marknaden är splittrad är konkurrenterna också mycket skiftande, beroende på vilken produkt eller tjänst det är fråga om. Bland konkurrenterna finns många av de traditionella leverantörerna av kommunikationsutrustning och IT liksom företag från andra branscher, t ex Acision, Amdocs, Comverse, Harmonic, Oracle och Thomson.

Sony Ericssons huvudkonkurrenter på mobiltelefonmarknaden är bland andra Nokia, Motorola, Samsung, LG, NEC och Sharp, samt företag som Apple, HTC och RIM när det gäller smartphones. Vi tror att vårt joint venture med SONY Corporation ger oss en klar konkurrensfördel genom att vi kan kombinera vår expertis inom telekommunikation med deras kompetens inom media, innehåll och konsumentprodukter.

Vi konkurrerar också på marknaden för plattformar och halvledare för mobiltelefoner genom vårt joint venture ST-Ericsson. Den största konkurrenten på den här marknaden är Qualcomm. Denna marknad blir allt mer komplex eftersom allt fler nya plattformar för mobiltelefoner och andra enheter lanseras, t ex Android från Google, Windows från Microsoft och Bada från Samsung.

Mer information om konkurrensrisker finns även i kapitlet Riskfaktorer, under ”Marknads-, teknik- och affärsrisker”.

SEGMENTÖVERSIKT

Operativa segment

Ericsson är en leverantör av lösningar och tjänster till telekomoperatörer inom fasta nät och mobilnät. Dessutom erbjuder vi TV-lösningar och managed services för TV-företag och moduler för mobil access för netbook-tillverkare. Genom våra två joint ventures vänder vi oss också till marknaderna för mobiltelefoner och plattformar och halvledare för mobiltelefoner.

Vi har fastställt inom vilka segment vi ska bedriva verksamhet genom att titta på marknaden och vilken typ av kunder våra produkter och tjänster riktar sig till, samt på vilka distributionskanaler de säljs genom. Vi har också vägt in graden av gemenskap avseende viktiga faktorer som rör teknik, forskning och utveckling. För att spegla vår affärsinriktning och underlätta jämförelser med våra konkurrenter redovisar vi fem operativa segment:

- Networks
- Professional Services
- Multimedia
- Sony Ericsson
- ST-Ericsson

Segmentet Networks

Networks omfattar produkter och lösningar för

- mobil och fast access
- IP-kärnnät
- transmission/backhaul
- network management
- nätinstallationstjänster.

Under 2009 förvärvade Ericsson Nortels CDMA- och LTE-verksamheter. Alla tjänster utom nätinstallation redovisas under Professional Services. Under 2009 svarade segmentet Networks för 66 procent av den totala försäljningen.

Mobil och fast access

Ericsson levererar marknadsledande accesslösningar för nätoperatörer som ger säkra, effektiva och kostnadseffektiva mobiltelefonnät. Ericsson har också en konkurrenskraftig produktportfölj för fast access. Vår expertis inom GSM, WCDMA/HSPA och LTE-teknik – och nu även CDMA – gör att vi, oavsett vilken standard som används i det befintliga nätet, kan erbjuda skräddarsydda lösningar med bästa prestanda och upplevelse för användaren.

Vi tillhandahåller lösningar för fast access som baseras på både fiber och koppar, t ex GPON och DSL. Under 2009 valde amerikanska AT&T Ericsson som en domänleverantör av lösningar för fast access.

IP-kärnnät (switching, routing och kontroll)

Våra kärnnätslösningar omfattar branschledande produkter inom softswitch, IP-infrastruktur för EDGE- och core-routing (Ericsson SmartEdge), IMS (IP-based Multimedia Subsystem) och gateways. GSM och WCDMA/HSPA delar ett gemensamt kärnnät, vilket innebär att operatörernas tidigare investeringar kan bevaras vid migrering från talinriktade nät till multimedianät. Våra växlingsprodukter har branschledande skalbarhet och kapacitet.

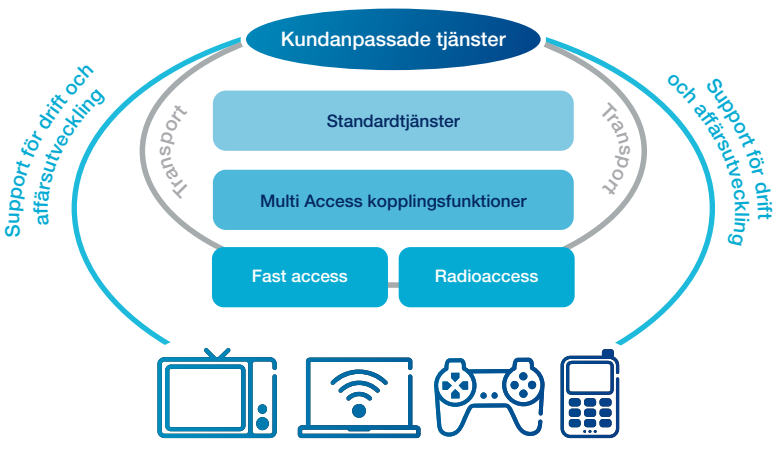
Transmission/backhaul

Vårt mikrovågsradiosystem MINI-LINK är en av världens mest använda lösningar för backhaul av mobiltrafik. Transmissionnät (t ex MINI-LINK och optikbaserade metro-nät) är viktiga delar i våra helhetslösningar.

Network Management

Ericsson erbjuder en portfölj med network management-verktyg som stöd för viktiga delar av operatörernas hantering av befintliga nät och för introduktion av ny nätarkitektur, ny teknik och nya tjänster som t ex konfiguration,

KONVERGERAD NÄTARKITEKTUR



TEKNISKA MILSTOLPAR

- 1878: Från telegraf till telefon
- 1923: Från manuell till automatisk uppkoppling
- 1981: Från fast till mobil kommunikation
- 1998: Integrering av tal- och datatjänster i mobilnät
- 2001: Lansering av WCDMA/3G-nät i Västeuropa
- 2006: Global lansering av mobilnät med HSPA/ bredbandskapacitet
- 2009: Trafiken via mobilt bredband ökar och det första LTE-nätet lanseras

prestandaövervakning, säkerhetshantering, lagerhantering och mjukvaruuppgraderingar. Verktygen kan användas i fasta och mobila accessnät samt i transport- och kärnnät. Dessutom kan de ofta användas för nät med utrustning från flera leverantörer.

Nätinstallationstjänster

Snabb installation av stora nät är resurskrävande. I vårt Global Services-koncept används en blandning av lokal personal, godkända underleverantörer och centrala specialistresurser. Vi utnyttjar dessa resurser på ett sätt som har visat sig leda till projekt med mycket goda resultat och nöjda kunder.

Inköp, tillverkning, produktion och materialtillgång

Våra hårdvaruprodukter består till största delen av elektronik som kretskort, radiofrekvensmoduler (RF), antenner osv. För vår produkttillverkning köper vi in både specialtillverkad och standardiserad utrustning, komponenter och tjänster från flera globala leverantörer och från många lokala och regionala leverantörer. Vi har egen produktion av vissa typer av komponenter, t ex kraftmoduler och kablar.

Tillverkningen av elektroniska moduler och delkomponenter outsourcas i stor utsträckning till kontraktstillverkare, de flesta i lågkostnadsländer. Merparten av nodtillverkningen, dvs montering, integrering och testning av moduler i kompletta radiobasstationer, växlar för mobilnät osv, sker internt inom Ericsson och görs direkt mot kundorder.

I största möjliga utsträckning anlitar vi flera olika leverantörer för de inköpta delarna i våra produkter, för att undvika att bli beroende av en enda leverantör och för att säkerställa tillräcklig tillgång och konkurrenskraftiga priser. När vi väljer en ny leverantör strävar vi efter att säkerställa att både tekniska och andra krav uppfylls, inklusive vår uppförandekod för leverantörer. Under förutsättning att det endast blir en måttlig ökning i efterfrågan på kort sikt förutser vi inga leveransbegränsningar som skulle hindra oss från att uppfylla våra förväntade produktionsbehov under 2010. Variationer i marknadspriset för koppar, aluminium, stål, ädla metaller, plast och annat råmaterial har i allmänhet en begränsad effekt på produkternas totala kostnad. Mer information om inköp finns i kapitlet Riskfaktorer, under ”Marknads-, teknik- och affärsrisker”.

Vi anpassar ständigt vår tillverkningskapacitet efter den förväntade efterfrågan. Vid slutet av 2009 uppgick det totala kapacitetsutnyttjandet till nära 100 procent. Tabellen ”Primära tillverknings- och monteringssiter” innehåller en översikt över våra större enheter samt den totala golvytan vid årets slut. På våra siter i Sverige används merparten av golvytan för nodmontering och verifiering.

Segmentet Professional Services

Ericssons professionella tjänster omfattar expertis inom managed services, systemintegration, rådgivning, utbildning och kundsupport.

Segmentet Professional Services svarade för 27 procent av den totala försäljningen 2009, en ökning från 23 procent 2008.

Managed services

Vi är branschledande inom managed services och hanterar nät med mer än 370 miljoner abonnenter. Vi har ett av de mest heltäckande managed services-erbjudandena inom telekombranschen:

- Nätdesign och nätplanering
- Nätdrift, inklusive nät utan installerad Ericsson-utrustning, t ex Sprints fasta och mobila CDMA/IDEN-nät i USA.
- Fältunderhåll och underhåll av siter
- Delade lösningar: t ex backhaul-hantering eller hostingtjänster för plattformar, t ex för kontantkort eller realtidsdebitering.

PRIMÄRA TILLVERKNINGS- OCH MONTERINGSSITER

	2009		2008		2007	
	Siter	Golvyta tusen m²	Siter	Golvyta tusen m²	Siter	Golvyta tusen m²
Sverige	8	224,7	8	226,0	8	244,3
Kina	4	46,4	4	38,5	4	33,9
Estland	1	26,6	–	–	–	–
Italien	2	20,1	2	20,1	2	20,1
Brasilien	1	23,3	1	18,0	1	25,9
Indien	1	13,6	1	9,0	1	6,4
USA	–	–	1	5,0	1	5,0
Övriga	–	–	1	0,3	1	0,3
Totalt	**18**	**354,7**	**18**	**316,9**	**18**	**335,9**

ERICSSON MANAGED SERVICES

	Strategi	Design	Planering	Implementation	Drift	
					Drift i fält	Nätdrift
Affärsstödssystem	○	●	●	●	●	●
Tjänstenätet	○	●	●	●	●	●
Kärnnätet	○	●	●	●	●	●
Transportnätet	○	●	●	●	●	●
Accessnätet	○	●	●	●	●	●

● Ericsson ansvarar ○ Operatören ansvarar

Systemintegration
Operatörer kan minimera sina risker genom att anlita Ericsson för att
- integrera utrustning från flera leverantörer
- hantera teknikförändringsprogram
- utforma och integrera nya lösningar.

Allt fler operatörer som introducerar multimediatjänster eller ställs inför stora teknikskiften anlitar oss som ”prime integrator”, vilket innebär att vi tar ett helhetsansvar för att implementera hela lösningen.

Konsulttjänster
Våra konsulter har expertkunskaper inom affärsverksamhet, strategi och teknik och hjälper kunderna att fatta beslut, planera och vidta åtgärder för att förbättra sin verksamhet och få den att växa. Våra Industriprogram samlar expertkunskaperna i helhetslösningar inom nyckelområden som multimedia, 3G-utbyggnad, bredband, värdeskapande och revenue assurance.

Utbildning
Vi erbjuder våra kunder skräddarsydda utbildningsprogram så att deras anställda får de kunskaper och den kompetens som de behöver för att kunna hantera den komplicerade tekniken i dag och i framtiden.

Kundsupport
Erfaren personal som är tillgänglig dygnet runt för att ge kundsupport är en mycket viktig del av vårt tjänsteutbud. Vi har support för operatörer över hela världen som tillsammans har mer än en miljard kunder.

Segmentet Multimedia
Försäljningen inom segmentet Multimedia uppgick till 6 procent av den totala försäljningen exklusive mobilplattformar och företagsväxlar.

Applikationer för konsumenter och företag
Vi erbjuder våra operatörskunder multimedialösningar för både konsument- och företagsmarknaden. Inom konsumentsegmentet erbjuder vi Rich Communication Suite (RCS), mobila TV-lösningar, meddelandetjänster, en portal för sociala media och positioneringstjänster. Inom företagssegmentet erbjuder vi konvergerade lösningar för företagskommunikation (för fasta nät och mobilnät) anpassade efter företagens behov. Ericsson Business Communication Suite (BCS) är en operatörsapplikation för företagskunder.

Multimedia Brokering
Ericsson Multimedia Brokering erbjuder ett flertal lösningar för betalnings-, meddelande- och positioneringstjänster, t ex IPX Payment, IPX Messaging och IPX Subscriber Information. Vi erbjuder lösningar inom Multimedia Brokering för att hjälpa operatörer att få ut mer av sina nät. Våra lösningar underlättar betalning och innehållsdistribution genom att operatörer länkas ihop med innehålls- och medieföretag, informations- och sök-tjänster, konsumentvarumärken och många andra slags företag.

Tjänsteplattformar
Våra tjänsteplattformar och leveranslösningar gör att operatörer och tjänsteleverantörer kan skapa, sälja och hantera olika typer av multimedia- och multi-play-erbjudanden. Tack vare att vi kombinerar produkter, lösningar, systemintegration och konsulttjänster i ett enda erbjudande kan vi skapa multimediapaket som är skräddarsydda efter varje kunds unika behov.

EN NY AKTÖR

ST-Ericsson träder in som en kraftfull aktör på marknaden för trådlösa halvledare.

Läs mer på www.ericsson.com

Revenue management

Vi erbjuder revenue management-lösningar som möjliggör nya affärsmodeller tack vare vår unika kompetens inom såväl kontantkortslösningar som traditionella abonnemang. Med vår konvergerade debiterings- och faktureringslösning kan operatörer sänka kostnaderna och öka intäkterna genom att de får en enhetlig lösning för att hantera alla kunder och tjänster.

TV

På IPTV-marknaden har vi en branschledande IMS-integrerad middleware. Dessutom kan vi erbjuda en helhetslösning för lösningsleverans och systemintegration. Vi har stärkt vårt tätposition inom komprimering genom lanseringen av nästa generations kodningsplattformar. Vi har utökat produktutbudet inom Video on Demand och Content management.

Segmentet Sony Ericsson

Sony Ericsson levererar innovativa mobiltelefoner och tillbehör med hög funktionalitet, vilket gör att vi kan leverera helhetslösningar till våra kunder. Detta joint venture bildades i oktober 2001 och kombinerar Ericssons kunnande inom mobilkommunikation med SONYs kunnande inom konsumentelektronik och innehåll. Det är en viktig del av våra helhetslösningar inom multimediatjänster för mobilkommunikation.

Sony Ericssons resultat redovisas enligt kapitalandelsmetoden under ”Resultat från andelar i joint ventures och intresseföretag” i resultaträkningen.

Se även Noter till koncernredovisningen – not K3, ”Segmentsinformation”.

Segmentet ST-Ericsson

Ericsson och STMicroelectronics etablerade ST-Ericsson som ett 50/50-joint venture i februari 2009. ST-Ericsson har en av branschens starkaste produktportföljer för halvledare och plattformar för mobiltelefoner för GSM/EDGE, WCDMA/HSPA, TD-SCDMA och LTE.

ST-Ericsson är en ledande underleverantör till de största mobiltelefontillverkarna, och deras produkter och tekniker ingår i mer än hälften av de mobiltelefoner som används i dag.

ST-Ericssons resultat redovisas enligt kapitalandelsmetoden under ”Resultat från andelar i joint ventures och intresseföretag” i resultaträkningen.

Se även Noter till koncernredovisningen – not K3, ”Segmentsinformation”.

Marknadsområden

Försäljningen rapporteras för fem marknadsområden: Västeuropa, CEMA (Central- och Östeuropa, Mellanöstern och Afrika), Asien och Oceanien, Latinamerika samt Nordamerika. Områdena skiljer sig när det gäller penetration av fast telefoni respektive mobiltelefoni, trafik i näten, nivån på tjänsterna samt ländernas genomsnittliga BNP och andra ekonomiska faktorer. Spridningen på flera marknadsområden minskar svängningarna i försäljningen, eftersom en minskning i ett område ofta uppvägs av en ökning i ett annat. Inget enskilt land svarade för mer än 10 procent av försäljningen. Vår stärkta marknadsposition i USA innebär dock att USA väntas svara för mellan 10 och 15 procent av försäljningen nästa år.

FÖRSÄLJNING PER REGION OCH SEGMENT 2009

SEK miljarder	Networks	Professional Services	Multi-media	Totalt
Västeuropa	23,8	18,3	2,4	44,6
CEMA [1]	32,7	12,9	5,1	50,7
Asien/Oceanien	50,5	12,2	3,1	65,8
Latinamerika	13,0	5,9	1,1	20,0
Nordamerika	17,1	6,7	1,6	25,4
Totalt	**137,1**	**56,1**	**13,3**	**206,5**

[1] Central- och Östeuropa, Mellanöstern och Afrika.

ALLTID UPPKOPPLAD

Kinas största sociala nätverk, Kaixin001, blir mobilt. 50 miljoner människor knyts samman oavsett tid och plats.

Läs mer på www.ericsson.com