

Kontakten

Nyckeln till frihet

MOBILT BREDBAND BREDER UT SIG
sidan 16-25

132 år med loggan
SIDORNA 32-34



BENGT THORNBERG, INDONESIAEN:
"Rätt person här betyder ofta en lokal person"

Sidan 26-30



Grundkurs:
SÅ FUNGERAR FIBER
TILL HEMMET Sidan 5



Sony Ericsson W910 är världens bästa mobil

Sidan 9

**SAY OUT HERE
ARE TONS OF
OPPORTUNITIES
FOR YOU
AND YOUR
CUSTOMERS**

**AND HERE
YOU ARE
IN NEED OF
A SMOOTH
TRANSITION
TO REACH
THEM**

**THEN THIS
IS US
MANAGING
THAT
MOVE
FROM
END-TO-END**

It's a fast changing, merging and converging world. A real challenge when you need to integrate your different networks, systems and solutions. So let's talk. We know how to manage change and help you explore new possibilities. As a prime integrator we have the expertise and resources to manage the transition in the most efficient way. If you're serious about providing value for your customers, let us smoothly bridge the gap between today and tomorrow.

ericsson.com



ERICSSON 
TAKING YOU FORWARD



Tuffa förutsättningar i Indonesien

Basstationer på plats i stekhet omgivning sid 26-30



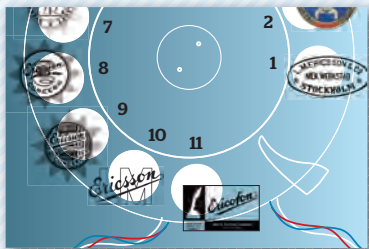
AKTUELLT

- 8 Ericsson laddar för os
- 9 Världens **bästa** mobiltelefon
- 10 **Lars Rüdiger, volontär för Ericsson Response:** "Jag skulle inte tveka att ställa upp igen."
- 11 **Tävla** och vinn en resa!
- 12 Nokia åkte ut, Ericsson kom in
- 13 **One** – för bättre koll på siffrorna



TEMA FRIHET

- 16 **Österrike:** Sylvie bygger jobbet på bredband
- 19 Greger Blennerud om mobilt bredband
- 21 **Status:** Mobilt bredband i utvecklingsländerna
- 23 **Bulgarien:** Det hettar till hos kunden
- 23 Så säljer du mobilt bredband
- 25 **Henrik Högberg:** "Laptop och mobil utesluter inte varandra"



ÖVRIGT

- 4 **Läsarna** tycker till
- 5 Vad är **FTTX**?
- 26 På resa med **utrollarna**
- 32 Historien om **loggan**
- 35 **Malaysia 1984**
- 36 See me on tv

Kontakten

Chefredaktör Jenz Nilsson, jenz.nilsson@citat.se, 08-588 331 38 **Ansvarig utgivare** Henry Sténson, henry.stenson@ericsson.com **Ansvarig interna kanaler** Malin Nordén, malin.norden@ericsson.com, 08-585 33 917 **Biträdande redaktör** Jonas Blomqvist, jonas.blomqvist@citat.se, 08-588 330 13 **Skribenter i detta nummer** Anna Björklund, anna.bjorklund@citat.se, Jonas Blomqvist, jonas.blomqvist@citat.se, Lars Cederquist, lars.cederquist@citat.se, Tomas Eriksson, contact.magazine@ericsson.com, Johan Kvickström, johan.kvickstrom@citat.se, Gunilla Tamm, gunilla.tamm@citat.se, Staffan J Thorsell, staffan.thorsell@citat.se **Layout** Pelle Bouveng, pelle.bouveng@citat.se, Carola Pilarz, carola.pilarz@citat.se **Grafik** Svenska Grafikbyrån

Address Kontakten, Box 1042, 164 21 Kista **Fax** 08-522 915 99

E-post contact.magazine@ericsson.com **Tryck** Colorprint AB, Borlänge

Distribution Strömberg, SE-120 88 Stockholm, tel: 08-449 89 57

Kontakten på webben http://internal.ericsson.com/page/hub_inside/news/magazines/kontakten/index.html

Adressändring Prenumerationsärenden och anställdas adressändringar görs till hr.direct@ericsson.com



Mixed Sources
Produkt framställt från välutvalda
skogsbruk och andra certifierade källor
www.fsc.org Cert no. S-COC-COC-1059
© 1996 Forest Stewardship Council

Mobil frihet

dag sitter jag hemma och jobbar på förmiddagen. Underbart att få tid att tänka en hel tanke utan avbrott och samtidigt veta att man är nåbar både per telefon och via mail. Skickar ut protokoll, svarar på mejl och håller koll på vad media skriver. Börsen fortsätter gå upp i dag, liksom i går. Nyss var jag inne och attesterade några räkningar i Ericssons 15/11 miljö. Snabbt och lätt.

Med ett 7,2 mbit/sek-kort i datorn njuter jag av att kunna göra det som vi nu vant oss vid och i dag tar för givet. Tänk vad fort man vänjer sig.

För ett par veckor besökte jag Mobile World Congress i Barcelona. Det kokade av aktivitet. Överallt talades det om bredband, IP-tv och nya tjänster. Allt detta i en bransch som utvecklas olika beroende på var i världen man vänder sig. Det känns som om vi håller på att ta över en ny stafettpinne; från mobiltäckning till högre fart, mer kapacitet och nya tjänster som en följd.

I Barcelona fick vi tillfälle att åter lyssna till kunden Sol Trujillo, vd för Telstra i Australien. Senast var i maj förra året på vår kapitalmarknadsdag i Stockholm. Då hade Telstra just fått igång sitt nya HSPA-nät.

Hans budskap var tydligt. Med högre hastighet och bra kapacitet händer det saker. Operatören ökar sina intäkter och sin lönsamhet. Kunderna kan öka bekvämligheten och sin effektivitet. Med hjälp av mobilt bredband uppnås också goda effekter för miljön. Ta exempelvis lantbrukaren som med mobilt bredband slipper att köra 17 mil varje dag för att övervaka sin boskap, eftersom han med hjälp av webbkameror och fjärrstyrning kan göra jobbet till största delen hemifrån. Eller den mobila testcentralen för mammografi monterad på en långtradare som åker runt på landsbygden och erbjuder provsvar mer eller mindre direkt.

Så nog har teknikutvecklingen fortsatt att bidra till samhällsutvecklingen. Det handlar om bekvämlighet och effektivitet, men också om omsorg om miljön.

Kommunikation blir en viktig del när vi alla ska motverka den globala uppvärmningen.

Nu ska jag göra en kopp te och en macka i köket. Ingen biläkning i dag.



Henry Sténson,
Informationsdirektör
och ansvarig utgivare

Tyck till!

Skriv till oss om vad du vill! Ställ öppna frågor till Ericssons ledning. Kommentera artiklarna i tidningen. Skicka en kul bild du tagit med mobilen till oss! Mejla contact.comments@ericsson.com

KANONI!

Den nya Kontakten är mycket bättre än den förra. Den har överträffat sig själv både när det gäller formatet och utseendet. Sista sidan "Mobile Adventure" är en rolig nyhet. Lycka till.

Atul Sharma A, Indien

ETT FÖRSLAG

Jag tycker att ni har fått ihop både innehåll och storlek på den nya tidningen på ett bra sätt. Bra tänkt att också ha med småsnuttar med statistik och annan information.

En idé är att ha med uppdateringar från alla marknadsenheter och produktenheter så att man kan dela med sig om vad som har hänt sedan det senaste numret kom ut.

Manu Sha, Indien

SVAR Förslaget är bra och har varit uppe för diskussion ett par gånger genom åren. Vi har dock konstaterat att även om man håller de enskilda uppdateringarna korta så blir det samlade materialet så omfattande att det inte riktigt lämpar sig i Kontaktens nuvarande form.

Redaktionen

KONTAKTEN SOM E-POST?

Jag föreslår att ni distribuerar nya Kontakten som e-post i stället. Det vore i enlighet med företagets

miljöpolicy och eftersom den ordinarie internposten fungerar så dåligt garanterar det att jag får min tidning.

Anders Aronsson, Sverige

HEJ!

Skulle det inte vara billigare och bättre (inte minst ur miljöperspektiv) om Kontakten distribuerades elektroniskt?

Demis Stavridis, Sverige

SVAR Beslut har tagits att fortsätta ge ut Kontakten som pappers-tidning. Huvudanledningen är att många Ericsson-anställda uppskattar att få en tryckt tidning i sin hand som ett komplement till all elektronisk information. Men naturligtvis är miljöaspekten också väldigt viktig. Därför är nya Kontakten tryckt på ett papper som

Läsarbilden



Vintersolen genom fönstret. "Tagen den 19 december 2007 med en W810i Walkman-telefon från min arbetsplats i Älvsjö."

Steve Blanchette, Sverige.

uppfyller högt ställda miljökrav. Tidningen är dessutom både mindre och lättare än tidigare vilket betyder att den är mer miljövänlig att transportera och distribuera. Från och med förra numret skickas ju tidningen också till arbetsplatsen i större kvantiteter, i stället för hem till nästan 20 000 Ericsson-anställda. Detta innebär att den totala transportsträckan minskar betydligt.

Redaktionen

DAGS FÖR EN TÄVLING

Jag tycker att tidningen är riktigt bra med en god blandning och en stor global spridning på artiklarna. Kan dock tänka mig mer läsning om lyckade kundprojekt, liknande MTN-artikeln i nummer 9/2007, och även lite mer små notiser.

Och om så är acceptabelt ännu mer försäljningsciffror.

Kanske även någon tävling med något Ericsson-relaterat pris därtill.

Marios Petersson, Sverige

Webbpoll

79%

...av de Ericsson-anställda svarar nej på frågan om de har läst någon av Ericssons interna bloggar.

Total antal svar: 1 700

Välkommen...

FOTO: MIKI ALCALDE



... Rajesh Kumar, som är ny på Ericsson

Rajesh Kumar är mjukvaruingenjör och började arbeta vid Ericsson-kontoret i indiska Gurgaon så sent som i januari i år. Han arbetar med design i en arbetsgrupp som sköter underhåll (maintenance). Mycket av arbetstiden går åt till att åtgärda buggar åt diverse kunder.

Vad gjorde att du sökte dig till Ericsson?

– Jag arbetade för ett företag i Bangalore som försåg telekomföretag med tjänster, så branschen var inte ny för mig. Men att arbeta för ett branschledande företag verkade ännu mer intressant.

Indien är ett land med stor

befolkning där tillväxten av abonnemang är snabb. Påverkade det ditt intresse för telekombranschen?

– Ja, det gjorde det och den snabba tillväxten i landet gör mig stolt. Jag tror att den är bra, inte bara för Ericsson och Indien, men också för världen i stort.

Om din granne skulle fråga...

...OM FTTX ELLER FIBER TILL HEMMET

Fiber till hemmet

De olika optiska kablarna övergår i kopparkabel vid en ONU - Optical Network Unit, så nära slutanvändarna som möjligt. En ONU omvandlar den optiska signalen till en elektrisk över koppar.

OLT, Optical Line Terminator

Serverar cirka 30 000 kunder med optisk fiber och kopparlinjer.

Central office

IP-nätet (Metro-nätet)



ONU

Optisk fiber
Kopparkabel

FTTC - optisk fiber som dras fram till trottoaren (curb). Från trottoaren ansluts fibern till befintlig kopparkabel (vanliga telenätet) till flera hus.

FTTB - optisk fiber som dras fram till och in i ett höghus (B står för building). I höghuset ansluts fibern till kopparkabel (vanliga telelinjerna) till de olika lägenheterna.

FTTH - optisk fiber som dras fram till ett hus, in i huset och ända in i datorn.

FTTN - optisk fiber som dras fram till en nod/lokalstation. Från lokalstationen dras sedan kopparkabel till flera hem.

FTTx står för Fiber-To-The-x, vilket betyder bredband över optisk fiber.

Fibernätet kan byggas antingen med fiber hela vägen till slutanvändaren, då "x" blir "H" som i Home, eller med fiber till en central kopplingspunkt, till exempel vid trottoaren då "x" blir "C" som i Curb. I det fallet sker överföringen av data över kopparkabel den sista sträckan till slutkunden.

VARFÖR BEHÖVS FTTH?

Drivkrafterna är de nya bredbandstjänsterna, som exempelvis online-spel, video och framför allt tv. Och för att stödja mobilnäten. Fiber ses också som steget mot det energisnåla kunskaps-samhället.

Optisk fiber är av allt att döma den bästa bredbandskanalen på lång sikt. Alternativen är koppartråd, kabel-tv:s koaxialkablar och mobilt bredband.

VAD GÖR ERICSSON INOM FTTH?

Ericsson deltar både i FTTH council - som arbetar hårt för att få fiber ända fram och in i hemmen - och i standard disering och forskning av ny fiber-teknik.

Ericsson har produkter både för GPON och active Ethernet punkt-till-punkt. Dessutom tillverkar man optiska fiberkablar och lösningar för olika användningar och utvecklar ny teknik för att med högtrycksluft kunna trycka in kilometervis fiber i tunna rör.

☒ Lars Cederquist





Fiber för framtiden

Pia Dahlkvist arbetar som maskinoperatör på Ericsson Network Technologies i Hudiksvall. På bilden utför hon så kallad mantling vilket innebär att hon lägger på ytterplasten på en kabel. Kabeln som sedan lindas upp på en trumma är en fiberkabel för framtidens bredband. Varje trumma består av uppemot 8 000 meter fiberkabel som också kan kopplas ihop i ett större kabelsystem som kan bli flera hundra kilometer långt. Kabeln säljs bland annat till länder i Östeuropa, Afrika och Asien.

FOTO: PHILIPPE RENDU



FOTO: ADIDAS

Bollen i luren

SPORT När det internationella fotbollsförbundet Fifa anordnar VM 2010 kommer världens fans se fotboll i mobilen tack vare Ericsson. Fifa och Ericsson har skrivit avtal även för 2009, och det går ut på att tv-bolag och teleoperatörer som vill sprida tv, video och information i form av tjänster till fansen gör det via Ericssons tjänsteplattform.

Fem starka drivkrafter

TREND Nya kommunikationssätt som kommer av explosionen av användargenererat material är vad som påverkar branscherna telekom, media och internet mest de kommande tre åren.

▼ TOPP 5 TRENDER

1. Socialt nätverkande (social networking)
2. Innehåll via internet till flera skärmar (networked media)
3. Online-annonsering ökar
4. Nya annonsbaserade affärsmodeller
5. Att alltid vara uppkopplad (connected life)

Källa: Ericssons Internet and media study 2007

9,3%

... ökar produktiviteten i genomsnitt för företag anslutna till Telstras och Ericssons HSPA-nät.

Källa: Ericsson



Officiella sponsorer för telekommunikation under os i Peking är China Mobile och China Netcom. Ericsson har hjälpt båda operatörerna med projekt i flera av os-städerna.

Nedräkningen har börjat

I Peking och flera andra städer i Kina är slutspurtan inför sommar-os i full gång. Detsamma gäller på Ericsson.

SPORT Marknadsenheten Greater China började redan 2005 arbetet med ett ambitiöst program för att säkra kommunikationerna under spelen.

Programmet går under namnet Greater China Olympic Games Program och innehåller inte mindre än 16 olika uppdrag.

- Vi ska hjälpa våra kunder så de kan erbjuda så bra telekomtjänster som möjligt. Mobil data och bredbandstjänster kommer verkligen att spela en viktig roll under tävlingarna, säger Lisa Lin, som arbetar med programmet, ett jobb som hon påbörjade för två och ett halvt år sedan.

China Mobile och China Netcom är officiella sponsorer för telekommunikationen under os. China Mobile för mobiltelefoni och China Netcom för fast telefoni och bredbandstjänster. Ericsson har hjälpt båda operatörerna med projekt i flertalet av os-städerna, inklusive Peking, Qinhuangdao, Tianjin och Shanghai.

Det senaste projektet för Ericsson gäller China Netcoms Olympic Command Support System med Ericssons IMS-lösning, som gör det möjligt att lägga ihop data, tal, ljud och video för att erbjuda IP-baserade multimediatjänster.

- Något misslyckande får inte förekomma under ett os och jag är övertygad om att IMS-lösningen erbjuder den

bästa kvaliteten på tjänsterna så att det blir succé för våra kunder, säger Lisa Lin.



Lisa Ling

Även när det gäller företagskunder är Ericsson engagerade via bland andra Marconi, Tandberg och Redback. Kunderna är företag som Beijing Power, Pekings internationella flygplats och Beijing Olympic Broadcasting.

Engagemanget i årets os har lett till flera kon-

trakt för kommande stora arrangemang som världsutställningen i Shanghai 2010 och VM i fotboll i Sydafrika samma år.

Under OS kommer marknadsenheten att arrangera en konferens, där man bjuder in bland annat kunder från provinserna i Kina. I samband med det kommer gästerna att titta på os-tävlingarna.

- Jag ser verkligen fram mot att vara med vid något av tillfällena, avslutar Lisa Lin.

☒ Gunilla Tamm

Visste du att...

- ... Ericsson var bland annat med på:
- ▶ OS 1992 i Barcelona med GSM
- ▶ OS 1996 i Atlanta med D-AMPS (amerikansk standard)
- ▶ OS 1998 i Nagano med mikrobassationer
- ▶ OS 2000 i Sydney GSM med GPRS/EDGE
- ▶ OS 2004 i Aten, första olympiaden där andra tjänster förutom tal användes inom mobiltelefonin.

Världens bästa mobiltelefon

MUSIKMOBILEN W910 VINNER

PRYL Sony Ericssons **W910** har fått mobilvärldens finaste utmärkelse. Musikmobilen tog hem priset som 2007 års bästa mobil under mässan Mobile World Congress i Barcelona i februari. Juryn var imponerad av w910:s bredd med speciella musikfunktioner som skak-kontroll för att byta låtar, internet, video och 3D-spel.

... och andra mobiler det snackas om

● **Iphone-dödaren.** Nyheter har dugat tätt senaste tiden och mest uppmärksamhet har nog x1 fått. Sony Ericssons första mobil byggd på Windows Mobile är även den första i nya serien Xperia.

Den stödjer turbo-3G (7,2 Mbps i nedlänk, 2,0 i upplänk) och har tryckkänslig skärm som går att styra med fingrar, styrpinne eller tangentbord.

● **Nya Iphone.** Förra årets mest omtalade mobil var utan tvekan Apples Iphone.

Den nya modellen trodde många skulle bli en 3G-mobil, men icke. Den stora skillnaden är att den har dubbelt så stort minne: 16 gigabyte.

● **Mobil regissör.** Motorolas HSPA-lur Moto Z10, är en liten mobil filmstudio. Filma, redigera, skapa övergångar mellan scener, lägg till effekter och musik. Sedan kan regissörerna ladda upp sina filmer till sajter som YouTube. Dags för en Oscars-gala för mobilfilm?

● **Tjänstvillig.** Nokia har på senare tid lanserat en musikaf-fär, Nokia Maps och en tjänst där användarna kan dela sina multi-media klipp med varandra. Nya N78 ska föra samman allt i en mobil. Turbo-3G, kamera, musik och GPS-navigtion. En nyhet är "geotagging": platsen där bilden tas lagras automatiskt.

● **Tryckskärmstrenden fortsätter.** LG kom med flera tryckskärmar i fjol



FOTO: SONY ERICSSON, APPLE, MOTOROLA, LG, SAMSUNG



Det gick som en dans för musikmobilen Sony Ericsson W910, då den utsågs till årets telefon 2007.

och sedan dess har trenden bara växt sig starkare. KF 700 är en av företagets mobiler i den högre skolan. Den har tre inmatningsmetoder: navigationshjul, den stora tryckskärmen och knappsatsen.

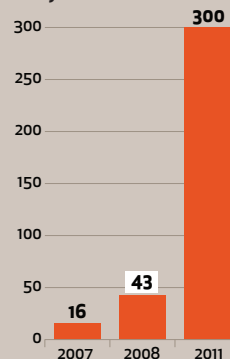
● **Mobil med soul.** Samsungs senaste värsting har 3G i själen. Soul anpassar

menyerna beroende på användningsområde, till exempel foto eller musik. Mobiltrenden med samarbete mellan telefontillverkare och andra varumärken syns också genom funktionalitet från Bang & Olufsen. Samsung har nyligen också visat en mobil i samarbete med Armani.

GPS på väg att hitta rätt

TJÄNST Spridningen av positionsbaserade tjänster i mobilen ser ut att ta fart de kommande två till fem åren, enligt analysföretaget Gartner.

ANTAL ABONNENTER i miljoner



Revolution med en låda

PRODUKT Ericssons nya RBS 6000 är som en godispåse för mobilstandarder. GSM, WCDMA, HSPA och LTE rymmer i ett och samma skåp. – Skåpet blir i stort sett en station, och vi kan lägga till de olika basstationerna som moduler, säger Ulf Ewaldsson, chef för produktområdet på affärsenhet Networks.

RBS 6000 kommer i slutet av året och fungerar ihop med Ericssons RBS 2000 och RBS 3000.

Inga fler PBX

ORGANISATION Ericsson säljer verksamheten för företagsväxlar (PBX) till Aastra Technologies. Beslutet innebär att cirka 630 anställda, av vilka 360 jobbar i Sverige, byter arbetsgivare under april. Företagslösningar är däremot fortfarande ett viktigt område för Ericsson, men nu är siktet helt och hållet inställt på att sälja nätverksbaserade lösningar till operatörer och tjänsteleverantörer.

GENOMBROTT FÖR PUSH E-MAIL

INDIEN Ericssons första kontrakt att sköta "push e-mail-tjänsten" CPE (Consumer Push e-mail) har nyligen tecknats med indiska Aircel, en operatör i Maxis-gruppen. Tjänsten gör att användarna kan sända och ta emot e-post via SMS och MMS. Affären är också Ericssons första så kallade

hosting-kontrakt med Maxis. Tjänsten ska släppas i slutet av mars.

Rohit Chandra, vd för Aircel, menar att tjänsten är lätt att sprida på en så stor marknad som Indien, eftersom den är enkel att använda och lättillgänglig för folk.

– Vi kommer att använda tjänsten för

att visa att vi skiljer oss från våra konkurrenter, och öka våra intäkter på en konkurrensutsatt marknad där intäkten per användare (average revenue per user) går nedåt, säger han.



Rohit Chandra

Hallå...



FOTO: FREDRIK INGVARSSON

...Lars Rüdiger, som jobbat sju veckor i Centralafrikanska republiken, CAD, som volontär för Ericsson Response.

Vad gjorde du där?

– Jag deltog i ett utbildningsprogram som Räddningsverket hade inom området "information and communication technology", ICT. Jag var huvudsakligen stationerad i huvudstaden Bangui för att stötta FN-kontoret med it-support för samordningen av "humanitarian affairs". En del av uppdraget var också i Paoua i nordvästra delen av landet, där vi skulle sköta och underhålla it-systemen på en ny FN-camp. Mitt vanliga jobb är på Ericsson Eurolab i Aachen i Tyskland, där jag arbetar med integrering och verifiering av GSM- och WCDMA-nät.

Hur är situationen i CAD?

– Landet gränsar till Sudan, Tchad och Demokratiska republiken Kongo, så CAD är omgivet av oroshärdar. Det finns två rebellgrupper i CAD som slåss mot regeringen och civilbefolkningen har blivit måltavla i konflikten. 200 000 människor har flytt och gömmer sig.

Hur upplevde du uppdraget som volontär?

– Jag är glad över den erfarenhet som Ericsson Response gett mig. Omgivningen som jag arbetade i var annorlunda och inte helt ofarlig. Jobbet var praktiskt och jag såg snabbt resultat av det jag gjorde. Det var mycket lärorikt och jag skulle inte tveka att ställa upp igen.

☒ Gunilla Tamm

Vad hände det här halvåret för..

...25 år sedan

1983 Även om det slutgiltiga kontraktet inte var underskrivet pågick arbetet för fullt med att bygga ett **mobilt telefonsystem** i Storbritannien. Kund var Racal-Millicom Ltd. Det skulle täcka hela Storbritannien och de första delarna av nätet skulle tas i drift i mars 1985 och täcka London, Birmingham och Bristol/Cardiff.

På SMHI i Norrköping installerades Ericssons första **väderradarsystem**. Den avancerade signalbehandlingen var byggd i Mölndal medan datorerna och färgpresentationsutrustningen kom från Kista.

...10 år sedan

1998 I mars lanserades Ericsson Cordless Telephony System som gjorde det möjligt för **GSM-använn-**

darna att ringa och ta emot samtal över det fasta nätet till samma kostnad som för fast telefoni.

...5 år sedan

2003 I Kontaktens marsnummer berättades att en ny **multimediamarknad** höll på att explodera. För att hänga med i utvecklingen hade Ericsson tagit fram en generell plattform, Ericsson Content Delivery System, som skulle stödja de flesta terminaler, nätverk och olika innehållstjänster.

I mitten av mars lanserade Ericsson en **plattform för marknadsföring** som skulle ge varumärket rätt position inför framtiden. Den tidigare devisen att verka utan att synas gällde inte längre, nu skulle man både höras och synas. Plattformen byggde på exempel på olika innovationer som företaget stod för.

FOTO: SCANPIX



Par i kungar

HISTORIA I dag vet alla att Sony Ericssons telefoner finns i hela världen men hur många känner till att LM Ericssons gamla "taxtelefon" från 1890-talet går att hitta på olika platser. Dit hör den lilla orten Tupelo, där rocklegenden Elvis Presley föddes och växte upp innan han flyttade till Memphis. I Tupelo finns ett litet Elvis-museum och bland de utställda föremålen finns en gammal taxtelefon. Elvis lär ha gett den till en flickvän och med telefonen följde en fingerskiva.

Källa: Phonetiken, tidskrift för Sveriges Telehistoriska Samlarförening.



Elvis, ex-kung i musikvärlden. "Taxen", ex-kung i telefonvärlden.

"Där vill jag jobba!"

Det är den reaktion som blivande medarbetare förhoppningsvis får när de ser bilden här intill.

MARKNADSFÖRING Samma känsla får de kanske när de ser någon av de övriga nio bilder som har tagits fram för att stärka bilden av Ericsson som en arbetsgivare för personer som söker utmaningar och goda utvecklingsmöjligheter i ett innovativt, globalt och världsledande företag. Det finns även filmer framtagna på samma tema – Experience Ericsson. Foto och filmning skedde i Dubai.

Det nya grafiska materialet ersätter tidigare

bilder, och är till för att användas i rekryteringsannonser, presentationsmaterial, på Ericssons karriärportal och vid student- och rekryteringsmässor.

Materialet är framtaget i samarbete mellan koncernfunktionerna Human Resources & Organization och Communications.

Vill du kolla in övriga bilder eller ladda ned materialet så finns det i Media Bank på Brand Portal: <http://brand.ericsson.net>. För mer information, kontakta Cecilia Bladh eller Yvonne Ehinger.



De nya rekryteringsbilderna har olika målgrupper. Den här ska locka studenter och unga förmågor på arbetsmarknaden till Ericsson.

Ät med hjälp av mobilen

TJÄNST Nej, mobilerna kommer inte utrustas med kniv och gaffel. Men i snabbmatens hemland USA, är det många välkända kedjor som testat eller tänker testa beställningar med hjälp av mobilen, enligt Din Teknik. Hungriga amerikaner kan eller ska kunna greppa mobilen och vända sig till Papa John's, Domino's och Pizza Hut för en pizza, till Subway för en Dagobertmacka, McDonald's för en burger och till Starbucks och Dunkin' Donuts för rykande hett kaffe. Testerna sker på två olika sätt: antingen beställning via sms eller via en mobilsajt.

"I princip ska det gå att kompostera mobilen när den gjort sitt. Där är vi inte ännu."

Nokias miljöchef **Markus Terho** till TT, som i samma intervju sa att om alla Nokia-användare tog ur sin laddare ur eluttaget efter laddning, skulle det spara energi motsvarande den årliga förbrukningen från 100 000 europeiska hushåll.

Vinn en resa!

TÄVLING När introducerade EMP en slutanvändarklient för IMS? Vilka är Enterprises tillväxtområden? Vad för sorts lösningar erbjuder LHS? Det är några av frågorna i tävlingen "Capture Multimedia Quiz". Verkar det svårt? Ta't lugnt, det finns både svarsalternativ och ledtrådar. Tävlingens vinnare får en resa till ett stopp i nästa Volvo Ocean Race, där Ericsson deltar. Du deltar genom att gå in på Learning Portal. Tävlingen pågår till den 28 mars.

Capture Multimedia
QUIZ

Ericsson

Pause Game

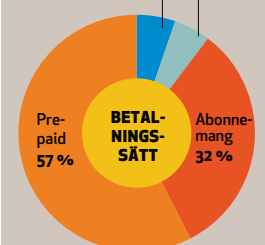
ERICSSON

5:e

...bästa företag att jobba för i Portugal är Ericsson, enligt affärsmagasinet Exame.

▼ SÅ KÖPS SAMTALSTID

Betalning för en bestämd pott
5 % Flat rate 5 %



Källa: Global Infocom study 2007

Hallå...



...**Eli Leal**, som jobbar med säljutveckling på marknadsenheten sub-Saharan Africa. I den senaste kundundersökningen ökade enheten avståndet till närmaste konkurrenten Huawei med 15 punkter, mest av alla marknadsenheter.

Hur fick ni upp kundbetygen så mycket?

– Vi har fördubblat antalet kontor på två år. Att vara på plats är avgörande för att nå framgång på en marknadsenhet som består av 43 länder. Vår erfarenhet av att genomföra projekt i Afrika är också viktig. De vill känna sig trygga med att deras projekt genomförs med få förseningar. Men framför allt beror det på att vår personal vill göra "Communication for all" till verklighet.

Vad är Ericssons huvudsakliga konkurrensfördel?

– Vår kvalitet. Vi verkar på en priskänslig marknad, och skiljer oss från konkurrenterna genom att uppfattas som ett företag som levererar hög kvalitet till konkurrenskraftiga priser. **Är det troligt att människors kompetens blir en konkurrensfördel?**

– Produkterna i sig blir allt svårare att använda som säljargument, kunderna vet att de kan få utrustning från flera leverantörer. Så vad det handlar om är vilka de tror bäst kan leverera ett nät som fungerar som de vill. Våra kunder vill ha partners, inte leverantörer.

☒ Sonora Ocampo Åkerfeldt

Sayonara, Nokia!

Ericsson bytte ut 4 000 Nokia-siter i Japan. Det är den största så kallade "swap-out" företaget gjort när det gäller umrs. Men det var ingen enkel resa.

JAPAN Projektet inledes i december 2006 när Ericsson skrev kontrakt med Softbank Mobile om att ersätta operatörens hela Nokia-nät i Kansai-regionen med Ericssons basstationer. Den genomsnittliga tiden för ett byte sattes till under 30 minuter per basstation.

Till en början gick det sådär. Resursbrist och ovana vid ett så stort och komplicerat projekt gjorde att man efter tre månader låg efter tidplanen.

I maj skedde en översyn av projektet och ett nytt team under ledning av Kye Prigg. Han gjorde en ny plan för basstationsbytena, tog fram nya processer och skaffade resurser från hela Japan. Teamet växte från 50 till 220 personer och från



FOTO: KYE PRIGG

Byte pågår. När tempot var som högst byttes fler än 700 basstationer ut i månaden.

300 till 1 800 underleverantörer.

Projektet fick upp farten, och avslutades denna månad, två veckor före utsatt tid. Den genomsnittliga swap-tiden var 18 minuter per basstation.



Kye Prigg

Snabbaste tiden var tre minuter. – Att klara detta i Japan gör projektet unikt. Japanska kunder är kända för att vara tuffare än andra när det gäller kvalitetskrav och att skärskåda

detaljer. De förväntar sig perfekta resultat, säger Kye Prigg.

Bland framgångsfaktorerna anger han ett träningsprogram för alla som var med i projektet och gott ledarskap från cheferna. En utmaning var de höga kraven på en

säker arbetsmiljö som gäller i Japan.

– Om någon hade skadats kunde det ha stoppat allt, säger Kye Prigg.

Masayuki Harada var teamledare för installationer av basstationer.



Masayuki Harada

Han lärde sig vikten av att inte ha för bråttom.

– En del installationer och byten

skedde under riktigt tuffa förhållanden. Jag var tvungen att hela tiden tänka på hur vi på bästa sätt kunde installera och byta basstationer så det skulle gå så snabbt som möjligt.

– Under sådana förhållanden är tålmod jätteviktigt, säger han.

☒ Sonora Ocampo Åkerfeldt

Så löd uppdraget

Bygg ett nytt kärnnät som tar hand om röst- och paketdata och byt ut 4 000 Nokia-siter mot Ericssons senaste produkter. Kontrakt skrevs också för totalt ansvar för utveckling av siter och transmission. När tempot var som högst utförde projektet över 700 basstationsbyten i månaden.

Mobilen får luft under vingarna

Nu kan flygpassagerare skicka och ta emot MMS, SMS och mejl på 10 000 meters höjd.

TJÄNST Det är Air France-KLM som testar en teknik för detta i en av sina Airbus A318, som trafikerar Europa. Senare under det halvårslånga försöket ska det även gå att ringa. I planet finns en ny lampa i stil med "Fasten your seatbelt". När "Switch off your phone" släcks är det fritt fram att använda mobilen.

Tekniken är utvecklad av On

Air och bygger på en liten basstation i planet som sänder trafiken via satellit till en basstation på marken. Från basstationen går trafiken till passagerarens hemma-telenät.

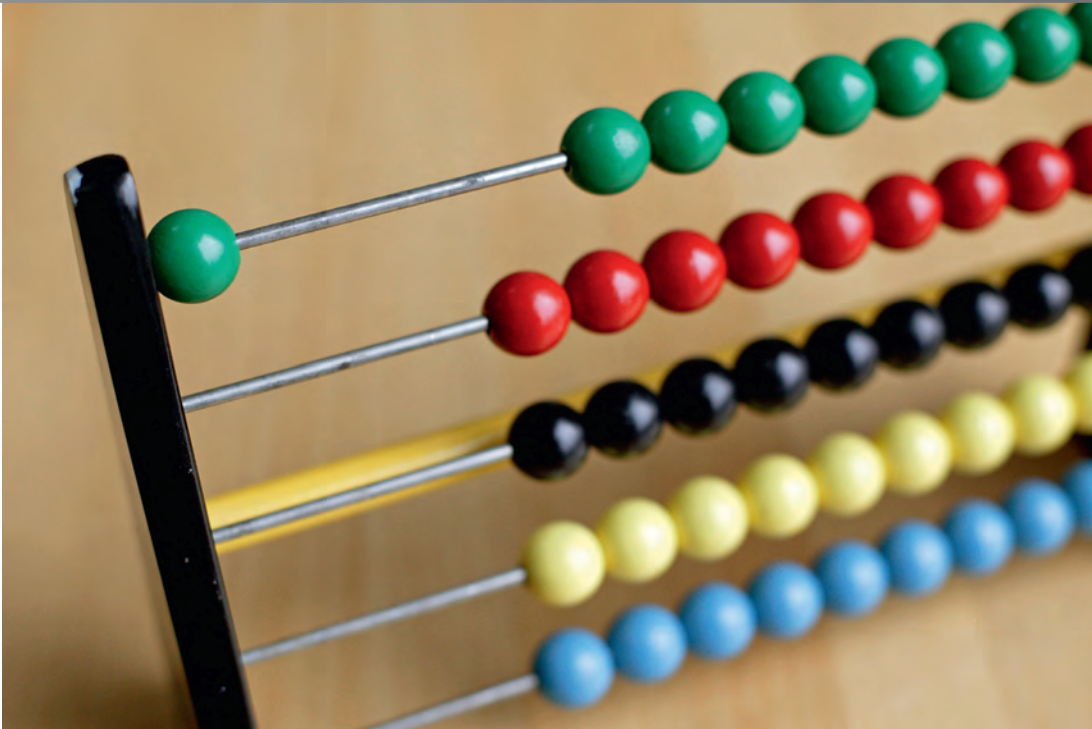
Air France vill få in passagerarnas synpunkter på tjän-

sten, dels på hur den fungerar, dels för att få veta om medpassagerare blir störda.

Även andra bolag testar eller tänker införa lösningar som möjliggör mobiltrafik i flygplan.



FOTO: AIR FRANCE



"Att alla arbetar i ett och samma system är det absolut bästa sättet för oss att se och överblicka våra siffror", säger Ericssons finansdirektör Hans Vestberg.

Ett system för bättre koll på kulorna

Om två år kommer hela Ericsson ha ett enda it-system som stödjer finans-, order- och tillverkningsflöden. Lösningen heter One.

IT Att alla på Ericsson använder samma system innebär konkret att saker som tidrapportering och hantering av order, logistik, fakturor, leveranser

och projektstyrning sker i One. Målet är att hela Ericsson ska jobba på samma sätt.

I dag har enheterna olika it-system och arbetsätt.

One är en utveckling av dagens Mus, som finns på över 100 enheter. Mus byter namn till One, och funktioner läggs till för

att alla ska kunna använda lösningen.

Utrullning av den första versionen av One är påbörjad och fortsätter kontinuerligt fram till 2010. Införandet av systemet och nya arbetsätt drivs inom ramen för förändringsprogrammet One, som består av cirka 100 projekt.

Det nya it-systemet

införs av två skäl: det ger Ericsson bättre koll på verksamheten världen över och det sparar pengar.

– Att alla arbetar i ett och samma system är det absolut bästa sättet för oss att se och överblicka våra siffror. Det kommer att hjälpa oss mycket, säger Ericssons finansdirektör Hans Vestberg.

"Ericsson är vår absolut starkaste konkurrent, men jag tror att vi totalt sett i dag ligger före både Alcatel-Lucent och Nokia Siemens."

Zhu Tan, 3G-produktchef på Huawei uttalar sig i Dagens Industri.

Liten som en tändsticksask

PRODUKT Mediaomvandlaren oPw 120 från Ericsson Network Technologies gör det enkelt för slutanvändare att installera fiber-bredband hemma. Den säljs till operatörer, energibolag och fastighetsägare som i sin tur kan erbjuda den till slutkunderna. Tack vare sin litenhet går den att posta i ett kuvert.



Mexiko satsar på 3G-nät

MEXIKO Telcel, en del av América Móvil, har lanserat Mexikos första 3G-nät.

Utrullningen består av 3 000 basstationer och ska vara klar under 2009. Första fasen avslutades i januari i och med att landets elva största städer fick 3G. Nätets kapacitet är så här långt för 1,5 miljoner användare.

Ericsson levererar och installerar produkter för både radio- och kärnnät, samt tjänster. Ericsson kommer inledningsvis sköta nätet åt Telcel.

MINNS DU TAMAGOTCHI?

MOBILSKOJ För några år sedan blev de elektroniska husdjuren poppis världen över. Genom att mata, leka med och uppföstra sina husdjur kunde man få dem att utvecklas.

Nu kommer Nokia med sin egen tamagotchi för mobilen. Creebies kallas dem, och de blir tillgängliga genom tjänsten N-Gage. En Creebies personlighet och utveckling beror på uppmärksamheten den får från sin husse eller matte. Följeslagaren kan också träffa och leka med andra Creebies via Bluetooth. Creebies kommer under 2008, enligt Nokia.



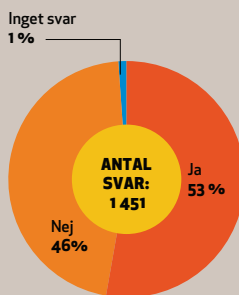
FOTO: PRESENS BILD/HAIJINE TAKAHASHI

400 000

...optiska produkter har nu levererats av Ericsson.

Källa: Affärsenhet Networks

CHANSER DU WIMAX VARA ETT HOT MOT HSPA?



Källa: Intranätets nyhetsportal

Mobilen är het för de unga

TREND Utveckling av mobiler är den hetaste trenden bland svenska ungdomar. Mobilen ska kunna göra allt, till exempel visa tv. Här är de tre hetaste ungdomstrenderna enligt Ungdomsbarmetern 2008.

1. Mobil utveckling
2. Miljömedvetenhet
3. Nya stilar

Källa: Aftonbladet/Cosmos Communications

Nya mobilplattformar

TEKNIK Ericsson har kommit med två nya mobilplattformar. U380 är den första i samarbete med Texas Instruments.

U380 är en HSPA-plattform i ett litet chip och är utvecklad för så kallade smarta mobiltelefoner. Den ger stöd för alla stora så kallade "open operating-systems".

En annan nyhet är U500, utvecklad för massmarknadsmobiler. Den ger stöd för många funktioner, som 3D-spel, högupplöst video och mobil-tv.

68%

... är nöjda med sitt jobb på Ericsson.

Källa: Dialog



Många operatörer funderar på om de ska dela nät med varandra. Frågan är vad det betyder för Ericsson.

Delade nät drabbar Ericsson

Operatörerna letar ständigt alternativ för att sänka sina kostnader. Ett sätt kan vara att dela nät med varandra. En sådan utveckling skulle drabba Ericsson, som nu skärper beredskapen.

TREND Regulatoriska hinder och svårigheter att komma överens har hittills bromsat utvecklingen mot att de stora operatörerna går ihop om helt gemensamma nät. I ett aktuellt exempel tänkte Vodafone UK och Orange utföra ett riktigt "network sharing", men efter många turer backade man till ett vanligt "site sharing", delade siter.

– Men vår bransch är "följa John", säger Mikael Goldberg, affärsstrateg på Ericsson. Om ett par



Mikael Goldberg

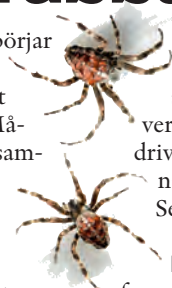
stora operatörer börjar dela hela nät kan det gå fort och det kan drabba oss. Målet för det gemensamma nätbolaget är ju att minska sina investeringar. Vi har därför startat ett program för att vara beredda.

Programmet omfattar affärsenheterna Global Services och Networks och drivs av Fredrik Jejdling respektive Morgan Curby.

– Vi är realist och siktar i första hand in oss på "low-hanging fruits", lösningar som är okontroversiella och lätta att sälja, säger Fredrik Jejdling. Att underlätta för operatören att dela på siter för radioutrustning är en sådan åtgärd.



Fredrik Jejdling



Och vi ser nya möjligheter att konsolidera verksamheten samt driva gemensamma nät inom Managed Services.

Ericssons drifternheten av riktigt delade nät är begränsad till ett fall i Sverige och ett i Australien. Utöver detta tillhandahåller Ericsson tekniska lösningar för geografiskt delade nät till över 100 operatörer.

– När de två brittiska operatörerna skulle gå ihop handlade det om att minska från totalt 40 000 till 25 000 siter, säger Morgan Curby. Då skulle båda operatörernas utrustning sitta på samma siter. Men den totala trafikmängden lär inte minska och vi har basstationer med dubbel kapacitet.

☒ Lars Cederquist



Morgan Curby

Om operatörer börjar dela nät

CHANSER

- ▶ Som stor leverantör kan Ericsson öka sina marknadsandelar då operatörerna söker en trygg partner.
- ▶ Ericsson har en konkurrensfördel med kraftfulla tekniska lösningar som ger färre siter.
- ▶ Ericsson kan dimensionera och sköta driften av de kombinerade siterna.

RISKER

- ▶ Färre siter kan betyda mindre såld utrustning.
- ▶ Konkurrenterna blir aggressivare om det blir färre kunder.
- ▶ Om näten drivs av fristående nätbolag hamnar Ericsson ett steg längre från slutanvändarna.

Mobilsamtal trots värsta snön

Det var det värsta snöovädet på 50 år. Tack vare Ericssons personal kunde mobilanvändarna ändå hålla kontakt med nära och kära.

KINA Det var under januari och början av februari som snökaos drabbade stora delar av Kina. I västra delen av landet stod Ericssons team som jobbar med underhåll av Hubei Unicom och Chongqing Mobiles mobilnät inför en rejäl utmaning.

– Det var det värsta oväder man kan tänka sig och ingen hade förutspått det. Vi hade just tagit över servicekontraktet för Hubei Unicom och övertagandet var inte ens helt avslutat, berättar Bao Liekai, ansvarig för underhållet av operatörrens nät.

Han och kollegorna skapade genast en nöd-



När Ericsson-personalen inte kunde ta sig fram med bil fortsatte de till fots.

plan för att hålla igång de viktigaste radiositerna.

– Vi fick nästan 3 000 nödsamtal. Det är ungefär tio gånger fler än normalt, säger Bao Liekai.

Ovädret hade gjort att kraftkablar gått av och

många basstationer drevs med reservbatterier.

Det gällde att så fort som möjligt hinna fram till siterna eftersom batterierna bara håller i tre timmar. De 282 medar-

betarna från Hubei och de 160 från Chongqing jobbade hårt. Det tog ibland fem gånger längre tid att nå en site på grund av snöiga vägar och bilar som gick sönder.

✉ Jon Fowler & Gunilla Tamm



Ericsson synliggör Vasaloppet.

3G i fädrens spår

TV Vasaloppet tog stavtaget in i multimedia-eran i år. Loppet var mer tillgängligt för tv-tittarna än någonsin i och med Ericssons lösning Me-on-TV. SVT hade tre utsända på skidor som med 3G-mobiler filmade på platser där ordinarie kameror inte fanns. SVT:s producenter fick filmerna och kunde lägga ut dem som en mindre bildruta i sändningen.

– Min vision är att göra loppet mer tillgängligt för en bredare publik, säger Vasaloppets vd Johan Bauer.

”I dag är Ericsson-aktien helt död för traders”

Anders Elgemyr, analytiker på Glitnir, till E24

NYA KONTRAKT

► **Ryssland.** Ericsson ska leverera ett WCDMA/HSPA-nät till Vimpelcom. Nätet ska täcka sju av landets nio regioner, däribland Sibirien och Moskva. En rad tjänster ingår i affären.

► **Japan.** NTT Docomo har valt Ericsson till partner för utveckling av basstationer för LTE.

► **Egypten.** Etisalat Misr har gett Ericsson i uppdrag att bygga ut deras GSM/WCDMA/HSPA-nät.

► **Singapore.** Ericsson ska leverera mikrovågslösningar och optisk transmission till mobiloperatören M1.

► **Danmark.** Ericsson ska sköta och utveckla TDC:s mobilnät. Kontraktet är på sju år. 220 anställda byter från TDC till Ericsson.

► **Armenien.** Armentel, som är en del av Vimpelcom, ska omvandla sitt fasta nät till ett IMS-baserat nät bestående av både fast- och mobilnät.

► **Kanada.** Valtech Communications har köpt Ericssons IP-tv-lösning.

MEST LÄSTA PÅ INTRANÄTET

Dessa artiklar nedan hade flest träffar på Ericssons globala intranät under februari.

1. Ericsson takes actions to meet challenging market
2. How Ericsson will take on Huawei
3. Ericsson to divest its enterprise PBX solutions
4. Everyone must adapt to change
5. Reason for Ericsson to be proud

Tre nykomlingar på topplistan

FÖRSÄLJNING Nokia är i topp som vanligt, men längre ned på listan över världens största mobiltillverkare har det hänt saker.

Financial Times rapporterar med siffror för det fjärde kvartalet 2007 från analytikerfirman Gartner att Apple, som står bakom Iphone, är tia på topplistan sett till antalet sålda enheter.


Research In Motion (RIM), som skapat eko med e-postmobilen Blackberry, är sexa. På platsen efter kommer ZTE, som rönt framgångar i utvecklingsländer.

De tre nykomlingarna petade ut Benq, Bird och Sagem från listan.

Enligt Gartner ökade den totala försäljningen av mobiler med 16 procent till 1,2 miljarder enheter år 2007. Under 2008 spår de en tillväxt på cirka tio procent.

VÄRLDENS STÖRSTA MOBILTILLVERKARE

1. Nokia
2. Samsung
3. Motorola
4. Sony Ericsson
5. LG
6. RIM (Blackberry)
7. ZTE
8. Sharp
9. Kyocera
10. Apple (Iphone)



"Jag behöver inte åka till kontoret för att kolla mejl, ta fram viktiga dokument eller leta fakta på internet."

Sylvie Schwer

FRILHET

MOBILT BREDBAND BREDER UT SIG

Få skulle tacka nej till **möjligheten** att koppla upp sig till internet från sommarstugan, båten eller under skidsemestern. Mobilt bredband möjliggör detta utan sladdtrassel. För Ericsson är **affärspotentialen** stor. Samtidigt är företagets erbjudande riktat främst till laptop-användare. Hur går det ihop?

”Mobilt bredband är frihet för mig”

WIEN
ÖSTERRIKE, EUROPA

Österrike är ett av de länder som har kommit allra längst inom mobilt bredband. Mycket tack vare operatören Mobilkom Austria som redan för fyra år sedan såg potentialen och bestämde sig för att satsa på tekniken.

Sylvie Schwer har fått fönsterbord fastän klockan är tio på morgonen, en typisk mötestid på det kändistäta Café Landtmann – det är här Wiens politiker, kulturpersonligheter och affärsmän möts. Landtmann är också ett av de kaféer där österrikiska kaféförfattare – kaffehaus litteraten – som Anton Kuh, Peter Altenberg och Egon Friedell skrev sina klassiska verk. Bredvid Sylvies kopp med den cappuccinoliknande drycken Melange och apfelstrudeln står en laptop anslu-

ten till internet via ett mobilt modem. Sylvie kollar mejl och läser på inför ett möte på miljödepartementet som handlar om hur vattenkraften, Österrikes viktigaste energikälla, påverkar vattenkvaliteten i landets floder.

Sylvie Schwer är konsult. Hon arbetar dels som konsult i vattenfrågor, där hon som ”vattenekonom” hjälper naturvetare och jurister att optimera vattenanvändningen. Det jobbet görs i Wien, Bryssel och Ljubljana. Sedan arbetar hon i Österrike med att stötta företagsledningar inom ledarskap, konflikthantering och annat. Hon var en mycket tidig användare av mobilt bredband.

- Mobilt bredband är frihet för mig. Jag behöver inte åka till kontoret för att kolla mejl, ta fram viktiga dokument eller leta fakta på internet. Jag skulle ▶



Kund på frammark. Barbara Oberdorfer är ansvarig för Mobilkom Austrias dataprodukt.

”27 procent av våra 3G-abonnenter, har nu mobilt bredband.”

Barbara Oberdorfer

► ha svårt att sköta mitt jobb utan mobilt bredband, alla förväntar sig att kunna nå mig och för mig har det inneburit nya uppdrag bara för att jag svarat först, säger hon.

På väg till departementet stannar hon bilen utanför klassiska Burgtheater för att en sista gång före mötet kolla om inte det där mejlet från det bulgariska miljödepartementet dykt upp. Det har det, och följden blir att hon nu också fått uppdrag som ”vattenekonom” i Bulgarien.

I Österrike finns fyra mobiloperatörer. Mobilkom Austria, som arbetar under varumärket A1, är den största och den enda lokalt ägda operatören, ägd av Telekom Austria Group. De andra näten drivs av T-Mobile, One (Orange) och 3 (Hutchison).

Konkurrensen är stenhård, mobil-taxorna är bland de lägsta i världen.

De många fastpriserbjudandena gör Wien till en stad full av ungdomar med mobiltelefoner vid örat. Den hårda konkurrensen gör också att operatörerna ständigt letar nya intäktskällor. Därför var de tidiga med satsningar på mobilt bredband. Det skedde när leverantörerna av fast bredband tog ganska mycket betalt för låga volymer och låga hastigheter. Detta ledde i sin tur till att det kom fram konkurrenskraftiga erbjudanden inom mobilt bredband. Operatörerna valde samma prismodell som är vanligast i Österrike för fast bredband, så kallad ”bucket pricing”.

Mobilkom Austria var 2004 en av de första operatörerna i världen att satsa stort på mobilt bredband. Ett fast månadspris för trafik upp till tre gigabyte, och en kapacitet i klass med fast bredband var de strategiska hörnstenarna i satsningen, som konkurren-

terna snart tog efter. Prisbilden i dag är ungefär densamma för alla operatörerna i landet – ett fast pris på runt 20 euro för upp till tre gigabyte, vilket motsvarar en nedladdning av 15 000 hemsidor eller 600 mp3-filer.

– Det räcker för 99 procent av våra användare. Skulle man överskrida tre gigabytes-gränsen, och det gör man bara om man börjar tanka hem videofilmer eller andra tunga filer, då kostar det 10 cent per megabyte, säger Barbara Oberdorfer, ansvarig för Mobilkoms dataprodukt.

I dag har 28 procent av bredbandsabbonenterna i Österrike mobilt bredband. Man kan jämföra det med grannländerna Tyskland och Schweiz där siffran är två respektive sex procent, enligt undersökningsföretaget Arthur D. Little.

– 290 000 abonnenter, vilket är

Vad är mobilt bredband?

När man pratar om mobilt bredband kan det vara bra att skilja på tjänsten som kunden får och tekniken. När operatörer i sin marknadsföring talar om mobilt bredband är det i dag tillgång till internet via den bärbara datorn det oftast handlar om. Det blir möjligt med hjälp av ett datakort, ett modem eller en inbyggd modul. Den överlägset vanligaste tekniken för mobilt bredband är HSPA.

I dagsläget finns det för övrigt 174 kommersiella HSPA-nät i 76 olika länder.

27 procent av våra 3G-abbonenter, har nu mobilt bredband. Det ger oss en dominerande marknadsposition i landet, säger Barbara Oberdorfer.

Maxhastigheten i Mobilkom Austrias nät är 7,2 mbit/sek i nedlänken och 1,4 mbit/sek i upplänken.

- Undersökningar vid tekniska universitetet i Wien visar att genomsnittshastigheten är två mbit/sek ner och 0,7 mbit/sek upp, vilket är dubbelt så snabbt ner och tre gånger så snabbt upp som konkurrenternas genomsnittshastighet, säger Barbara Oberdorfer.

Mobilkom Austrias mobila bredband täcker 99 procent av Österrikes befolkning, i en blandning av HSPA och Edge. Men det återstår mycket arbete innan hela landet är täckt av HSPA. Säkert faller en stor del av det arbetet på Ericssons Österrikekontor som är en av två huvudleverantörer till Mobilkom Austria. Den starka tillväxten inom mobilt bredband kommer också att kräva expansion av nätverket



Sylvie Schwer på Café Landtmann, en typisk mötesplats för affärsmän, kulturpersonligheter och politiker i Wien.

i tältorterna, bland annat för att skapa bättre inomhustäckning på arbetsplatser och offentliga mötesplatser.

Runt 100 personer arbetar på Ericssons Wienkontor som ligger i det teknik- och finanskluster som byggts runt den nedlagda järnvägsstationen Nordbahnhof intill Donau. Mobilkom, One (Orange) och Telekom Austria är de största kunderna. Mobilkom Austrias 3G-nät, som bör-

Succé i Sverige

Mobilt bredband har toppat försäljningslistan hos operatören 3 i över ett år - sedan i februari 2007.

- Jag har faktiskt aldrig tidigare varit med om att någon ny tjänst fått så snabbt genomslag som mobilt bredband, säger 3:s vd Peder Ramel till nyhetsajten E24.

3 var först ut att lansera mobilt bredband, men nu har övriga följt efter. Hos den största operatören, Telia, har mobilt bredband toppat försäljningslistan sedan juni 2007. I dag finns drygt 430 000 mobila bredbandsabbonenter i Sverige.

jade byggas 2001 och som 2003 lanserades som ett av Europas första 3G-nät var också ett av de första 3G-näten som Ericsson byggde. När det sedan var dags att utrusta 3G-nätet med HSPA så var Ericsson åter huvudleverantör.

- Mobilkom Austria driver ny teknik, inte bara i Österrike utan i hela världen. Det är därför vi går så bra ihop, vi vill också vara teknikdrivande, säger Erich Dunkel som är försäljningsansvarig på Ericsson gentemot Mobilkom Austria.



Erich Dunkel

Han berättar att Ericsson var mycket aktiva i utvecklingen av mobilt bredband i Österrike.

- Utöver att vi ville bygga ut nätet, så såg vi att det mobila bredbandet skulle skapa trafik och därmed intäkter för operatörerna. Nät utan trafik skapar inga nya jobb till oss.

- Men det var ett tufft jobb, inte minst att hitta experter inom Ericsson. Vi fick leta reda på de bästa

"VI SKA UTBILDA KOLLEGOR"



Greger Blennerud

Greger Blennerud driver programmet Mobile broadband.

Varför finns programmet?

- Vi jobbar med att sprida kunskapen om varför mobilt bredband är en bra affär, både till våra kunder och internt inom Ericsson. Syftet är att öka datatrafiken i 3G-näten och därigenom våra intäkter.

Vad kan jag få för hjälp från er om jag sitter på en marknadsenhet?

- Vi har tagit fram en "verktygslåda" som stöd för kundkontona i deras kunddialog. Den innehåller bland annat exempel på operatörer som lyckats med mobilt bredband. Vi ska utbilda kollegor på marknadsenheterna så att

de kan föra dialogen om mobilt bredband på ett bra sätt.

- Vi genomför ett tiotal prioriterade "business case" med utvalda kunder, och lärdomarna återanvänds med andra kunder.

- Vi gör självklart också vårt bästa för att bistå andra konton som vill inleda samtal med sina kunder. Vi har hunnit med ett 50-tal workshops så här långt, i alla regioner.

- Vi har även ett tätt samarbete med Business Consulting som utvecklar ett annat program, Mobile Broadband Industry Program.

Vad gör ni inte?

- Vi gör inga RFO:er, RFI:er eller tar djupa tekniska diskussioner. Vi hjälper

inte heller operatörer med lanseringarna, det gör Business Consulting om kunden ber om det.

DE HÄR ENHETERNA ÄR MED I PROGRAMMET

Affärsenhet Networks: Sales Development, Produktenhet Radio, Produktenhet Broadband, Produktenhet Core, Network Solutions, Strategy & Intelligence.

Affärsenhet Global Services: Business Consulting & Advice.

Affärsenhet Multimedia: System Sales, Fixed Wireless Terminals.

PRISET GÖR HELA SKILLNADEN

TRE VARIANTER ▶ Över 150 operatörer har lanserat mobilt bredband, men bara ett fåtal har lyckats med sina satsningar. Det som skiljer agnarna från vetet är främst en sak: prismodellen.

De som har lyckats har valt samma modell som gäller fast bredband, vanligtvis så kallad "unlimited flat rate", och samtidigt satt priset så att det mobila bredbandet blir ett alternativ till det fasta.

Det finns tre prismodeller:

1. Betalt per megabyte (mb). Fungerar dåligt eftersom användaren inte kan relatera till vad

en mb är. Användaren blir försiktig i användandet och tveksam vid köptillfället.

2. Bucket pricing. Användaren köper en pott datatrafik till ett fast pris (ofta 1-3 GB). Trafik därutöver debiteras per mb och är ofta dyrt. Den hittills vanligaste modellen, men den tvingar användaren att ha koll på hur mycket hon använt, vilket få har.

3. Unlimited flat rate. Fri användning till ett fast pris. Den modell som har fungerat bäst hittills och som Ericsson förespråkar. Användaren vet vad hon får och vad det kostar. Modellen känns igen från fast bredband i de flesta länder.

► teknikerna från Kroatien och Schweiz och lära upp dem. Framför allt är nätoptimeringen mycket svårare än i ett GSM-nät, de mobila bredbandsnäten ska hantera en stor mängd data till ett lågt pris.

Samarbete med Mobilkom Austria har också inneburit leveranser till Mobilkom Austria Groups nät i Slovenien, Kroatien, Bulgarien, Liechtenstein, Serbien, Makedonien och Vitryssland.

Wiens 14:e distrikt har speldesignern Jürgen Musil återvänt till sin plats hos webbspelskonstruktören Avaloop från sin deltidstjänst som hjälplärare vid Wien tekniska universitet. Under bussresan har han stått i kontakt med Avaloops server via mobilt bredband och kollat om något nytt gjorts i World of Papermint, den virtuella värld som snart lanseras i en betaversion. Nu finns slipar han de konster som Origami, en figur som han själv skapat, ska kunna utföra i spelet. Under arbetet med World of Papermint tar Jürgen gärna med sig datorn ut och sätter sig på ett kafé eller utomhus. Det mobila bredbandet gör att han alltid står i kontakt med servern på jobbet – och sina vänner över hela världen. Och oavsett var han är så spelar han nästan alltid spel, eller läser om spel.

– När man designar spel finns ingen gräns mellan arbete och nöje, därför har jag stor nytta av mitt mobila bred-

band. Det gör också att jag kan åka till mina föräldrar som saknar fast bredband och jobba därifrån och samtidigt vara tillgänglig för folk på jobbet och universitet.

Gränsen på tre gigabyte fixar han genom att komprimera de filer han skickar.

– Exempelvis har Google många bra och robusta applikationer för att komprimera filerna, säger Jürgen.

Att alltid kunna nås är det mobila bredbandets bästa egenskap – men också den sämsta.

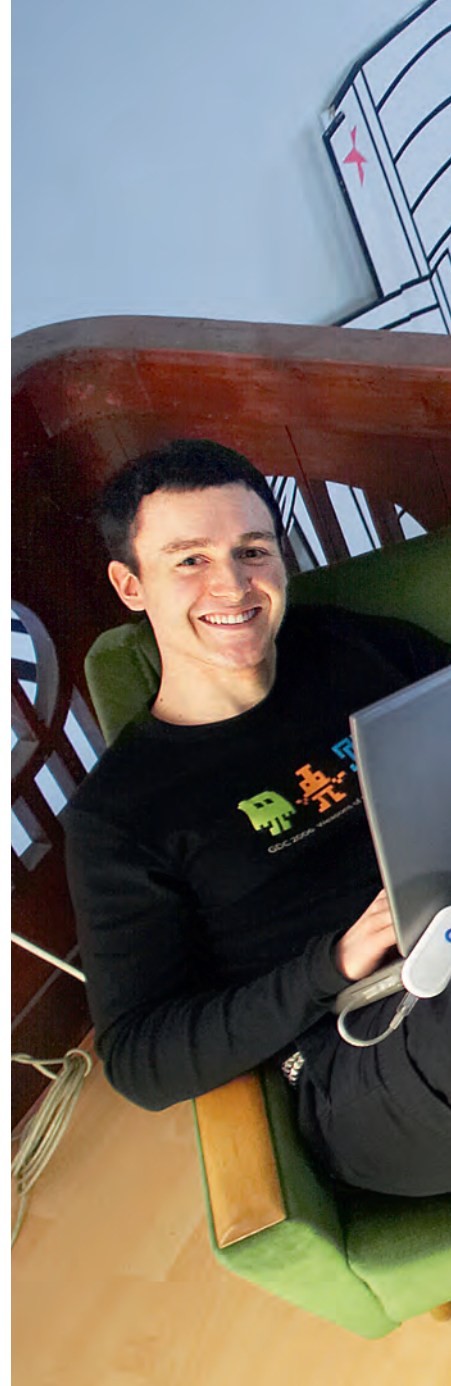
– Därför stänger jag av min telefon och dator klockan åtta på kvällen. Semester för mig är när jag inte är uppkopplad, säger Jürgen Musil.

Konsulten Sylvie Schwer har haft en bra dag på det österrikiska miljödepartementet. Nu är hon på väg hem. Även hon känner sig ibland pressad av tillgängligheten.

– Jag arbetar inte på helgerna och jag försöker hålla fasta arbetstider. Men jag kollar ofta mejl för att se att ingen katastrof inträffat. Jag kan sällan koppla av innan jag kollar mejlen, säger hon.

En sak hon retar sig på är priset för att använda det mobila bredbandet utomlands. Precis som när man pratar i mobiltelefon letar datorn upp ett fungerande nät – och precis som med mobilen blir det dyrt.

– Jag är europeé och jag jobbar i hela



Europa som så många andra. Jag har svårt att fatta att nationsgränser, som egentligen inte finns längre, ska göra allt så mycket dyrare. Det borde finnas tillgång till ett nät till samma pris över hela Europa.

En annan sak som hon visserligen finner begriplig, men en smula retlig, är att hon hamnat under tryck från barnen som vill ha eget mobilt bredband.

– Varför får inte vi ha det när du har, hör jag ofta. Och nu har en kompis i skolan fått det, det börjar likna situationen när de första kompisarna fick mobiltelefon... .

Text: Tomas Eriksson Foto: Heinz Tesarek

Visste du att...

... Ericsson och världens tredje största pc-tillverkare, Lenovo, nyligen skrev avtal om att bygga in HSPA-moduler i Lenovos bärbara datorer. Att bygga in moduler för mobilt bredband i bärbara datorer och andra mobila enheter som kameror och fordon är ett hett ämne för närvarande.



Jürgen Musil är speldesigner. Oavsett var han är spelar han eller läser om spel. Det mobila bredbandet gör att han alltid står i kontakt med servern på jobbet.

MODELLER FÖR UTVECKLINGSLÄNDER

Mobilt bredband kommer troligen att bli den vanligaste vägen till internetaccess på de flesta ställen på jorden. Ericsson är med och driver den utvecklingen.

João Cox, president för operatören Claro i Brasilien, har sagt att det mobila bredbandet kommer att få samma betydelse för internetanvändningen som kontantkortet för mobiltelefonerna. Det är billigare



Mattias Engvall

än att dra kablar till hemmen och inga räkningar behöver skickas ut.

- Ta ett land som Uganda. De har 98 000 koppar-kontakter på 28 miljoner invånare. Att bygga i marknaden kostar knappt 10 000 kronor (1000 euro) per abonnent. Det är mer kostnadseffektivt att bygga i luften, säger Mattias Engvall, sales development manager för mobilt bredband på Ericsson.

Egypten, Sydafrika och Tanzania är tillväxtmarknader som kommit långt i utbyggnaden av mobilt bredband. Ericsson arbetar nu med att ta fram affärsmodeller för ett 15-tal skiftande marknader över hela världen. Mattias Engvall har dock ett glasklart budskap till alla marknader.

Mobilt bredband handlar om en fast månads-kostnad, det är så man får folk att vilja ha och använda mobilt bredband, säger han.

Text: Tomas Eriksson

FRIHET

MOBILT BREDBAND BREDER UT SIG



Representanter från Ericsson och Mobitel lyssnar till Ericssons draging om mobilt bredband i Sofia, Bulgarien.

Sy ihop affären

SOFIA
BULGARIEN, EUROPA

Mobilt bredband är framtiden, det är de flesta eniga om. På Ericsson gör man sitt bästa för att få olika operatörer att satsa på tekniken. Ett land där man redan påbörjat en försäljning är Bulgarien, där operatören Mobitel visar stort intresse.

Den lätt kaotiska morgontrafiken i centrala Sofia gör att avfärden till mötet med inhemska operatören Mobitel sker redan en timme och en kvart innan avsatt tid. Det räcker, med några minuters marginal.

Martin Englund, som håller i mötet, påpekar inför kundrepresentanterna att han inte har ett enda exempel på ett land som misslyckats med att använda prissättningen för fast bredband också för mobilt. Detta får flera av de bulgariska mötesdeltagarna att skriva lite obekvämt på sig. En av dem tar bladet från munnen:

– Vi vill nog inte vara det dåliga exemplet!

Operatörens vice marknadsföringschef Evgeni Karakanovski förklarar förutsättningarna.

– **Människor här** är fortfarande skeptiska. Man föreställer sig att detta är en dyr tjänst att använda, säger han.

Sådana är förutsättningarna när Ericssons säljteam, bestående av kundansvarige Valeri Georgiev och hans kollega Nikolay Tanchev samt de från Sverige influgna workshop-ledarna Martin Englund och Karin Ljunggren, anländer till ett tidigt möte i processen att få operatören att nappa på erbjudandet om mobilt bredband. Bakom själva mötet ligger många timmar av förberedelse. Teamet, som jobbar specifikt med bredbandserbjudanden, har stor erfarenhet av vad som står på programmet. Det är givetvis inte första gången man presenterar Ericssons erbjudanden på området. Vidare har mycket tid lagts på att särskilt granska kunden och dennes förutsättningar. In i det sista har arbetet pågått.

– Vi satt till halv tio i går kväll på kontoret, säger Valeri Georgiev på morgonen strax före avfärd till kunden.

Karin Ljunggren nickar och tillägger:

– Jo, och efter en bit mat fortsatte jag på hotellrummet till halv två i natt.

Mötet äger rum en kall, frusen morgon på kundens huvudkontor i nordvästra Sofia. Ett stort komplex av byggnader i ett utsträckt industriområde. En helt vanlig möteslokal med storbildsteve och duk för powerpointpresentationer. På bordet står vattenflaskor och en assiett med småkakor. Mobitel har samlat en blandad grupp intressenter från både marknadsföring och teknik. Till en början domineras sällskapet av juniora medarbetare från operatören men under mötets första halvtimme utökas det av bland andra Evgeni Karakanovski som efter en tids lyssnande blir mer och mer aktiv.

Karin Ljunggren, med många års erfarenhet av den här typen av säljarbete, är den som inleder mötet och väljer en för somliga operatörer säkert oväntad inledningsreplik.

– Det här handlar inte om telefonibranschen. Det här handlar om bredband!

Den inledningen – Ericssons hållning i frågan – är fundamentet för hennes och kollegernas framställan. Med det konstaterandet följer också den för operatörer besvärliga insikten att man inte kan ta betalt för trafik på samma sätt som man genom alla år gjort för telefoni – på senare år med tillhörande tjänster så som att läsa nyheter, lyssna på musik eller skicka mejl med mobilen.

– **Flat rate** är nyckeln. Slutanvändare vill betala en fast avgift för att fritt kunna använda kanalen till allt, säger Karin Ljunggren.

Därefter lägger hon fram en marknadsanalys i två delar. Å ena sidan en utblick över andra länder där man redan satsat på mobilt bredband, å den andra en titt på förutsättningarna i Bulgarien specifikt. Samtliga kundrepresentanter runt bordet nickar instämmande i hennes beskrivning, synpunkterna och frågorna är så långt få.

Men allt eftersom mötet fortgår kommer invändningarna allt tätare. ▶

SÅ SÄLJER DU MOBILT BREDBAND

1. Börja med att läsa på i full service broadband-toolboxen, som du hittar på intranätet. Här finns goda exempel. (Sökväg: BU Network → Sales Marketing → BNET Sales Program → Mobile Broadband)

2. Prata med din kund för att försöka etablera bredband som en ny affär, flat rate som prismodell, att priserna ska konkurrera med fast bredband och berätta om goda exempel.

3. Om kunden blir intresserad och vill gå vidare är det dags att utveckla en nätstrategi.

4. Slutligen är det dags att välja produkter för nätet.

ERICSSON NÄT-FAKTA

▶ Ericsson har bäst produkter visar företagets statistik. Det behövs när nätrafiken tar fart. Då behövs produkter som ger bra täckning och klarar mycket datatrafik.

▶ Ett nät från Ericsson ger 100–150 procent mer kapacitet per radiokanal jämfört med andra leverantörers nät.

▶ Ericsson ger effektivast celler. Jämfört med andra leverantörer så täcker nät från Ericsson större yta per cell (eller site). Det är kostnadseffektivt.

Visste du att...

...världens första HSPA-nät lanserades i USA i oktober 2005 av AT&T. Några månader senare, i januari 2006, kom Mobitel i Österrike med sitt nät och ytterligare en månad senare var det dags för 3 i Italien.

”Jag är tveksam... ni säljer ju också till våra konkurrenter.”

Evgeni Karakanovski

Visste du att...

... det i dag finns 174 kommersiella HSPA-nät i 76 olika länder? Av världens alla wcdma-nät har 86 procent uppgraderats med den mobila bredbandstekniken. 113 av de 174 näten har en hastighet i nedlänken på 3,6 MB/s - 35 har hastigheten 7,2 MB/s. I upplänken har 27 av näten uppgraderats med HSPA.

Källa: Global mobile suppliers association

► De handlar inte så mycket om mobilt bredband i sig utan om de rådande möjligheterna i Bulgarien. Något som närmast liknar en debatt mellan Mobiltels medarbetare tar vid. Argumenten som framförs gäller två ämnen. Först tvekan kring allmänhetens intresse för mobilt bredband i ett land där penetrationen vad gäller mobiltelefoni och fast bredband ännu är relativt låg. Därefter hur man blir lönsam i ett land där det inte är ovanligt att människor laddar ned filmer olagligt.

Vid det här laget har rummet blivit så varmt att en antydning till immaturlagstiftning över fönstrets insida. En bensträckare behövs och frisk luft. Martin Englund är försiktigt optimistisk.

– Det är tydligt att intresse finns, så det ska bli intressant att se var vi landar, säger han.

Valeri Georgiev är mer avvaktande.

– Ärligt talat är det inte första gången den här kunden får höra om det här, säger han med ett snett leende.

Efter pausen är scenen Martin Englunds. Karin Ljunggren har krattat manegen genom sin marknadsbeskrivning. Det är nu dags att skapa intresse för ett ”business case”. Ett som i detta fall ska visa på hur en operatör bäst ska tjäna pengar på att erbjuda mobilt bredband. Detta business case

är ett första steg på vägen till att få operatören att göra en utökad satsning på mobilt bredband.

Martin Englund beskriver hur man i ett business case kan använda sig av både verkliga och fiktiva siffror och uppgifter. Ändå kommer invändningarna ganska omedelbart. Och det är Evgeni Karakanovski som tar till orda.

– Jag är tveksam... Ni säljer ju också till våra konkurrenter. Hur ska jag veta att ni inte tar uppgifter som vi plockar fram för att skapa ett business case och berättar om dem för konkurrenterna?

Martin Englund förklarar att man inte nödvändigtvis måste använda korrekta uppgifter för att ett business case ska fungera, även om det självklart underlättar.

– Det viktiga är att man genom att arbeta på det här viset skapar en komplett bild av både intäkterna som kommer från användarna när man använder andra prissättningar, samt kostnaderna för investering i utrustning, marknadsföring och drift som kommer av en ökad internettrafik i nätet. Om nätet byggs på ett kostnadseffektivt sätt kan kostnader minimeras och lönsamheten blir god, säger han.

Men Evgeni Karakanovskis skepsis kvarstår, och hans frågor handlar inte

så mycket om Ericssons erbjudande i sig som om det egna företaget och de känsliga uppgifter som kan komma fram i ljuset. Martin Englund bemöter samtliga ifrågasättanden mestadels med rena sakargument. Det som skulle vara en presentation har i stället blivit en intensiv debatt. Och så plötsligt vänder det. Evgeni Karakanovski går tillbaka till Karin Ljunggrens avslutning, där hon pratade om att det i Bulgarien finns 483 000 potentiella kunder för mobilt bredband. Hans ansikte spricker upp i ett brett leende när han menar att man självklart är intresserad av dem.

Ericssons förslag om att jobba med ett business case accepteras till slut. Evgeni Karakanovski utser en projektansvarig och förklarar att han redan i mars vill vara klar. Uppbrottet blir hastigt med intensiva handskakningar.

– Jag tror att de hade bestämt sig redan innan, säger Martin Englund med ett leende när han går ut från kontoret.

Några dagar efter mötet meddelar han att det ser bra ut. Mobiltel kommer att i någon form lansera mobilt bredband och ett business case tillsammans med Ericsson är på väg. Var det landar återstår att se.

Text: Johan Kvickström Foto: Boryana Katsarova



Ericssons Martin Englund under mötet med Mobiltel där han bland annat förklarade värdet av ett gemensamt "business case".

Mobilt bredband mot väggen

Flat rate, bit-pipe och datorn i centrum. Ord som ger många operatörer magsår.

Henrik Högberg, försäljningschef på affärsenhet Networks, svarar på varför de tänker fel.

För Ericsson kan mobilt bredband öka försäljningen.

– Vi ser tydligt att beställningarna ökat från de kunder som har lyckats med mobilt bredband, säger Henrik Högberg.

En lyckad mobil bredbands-satsning gör att kunder köper mjukvara, hårdvara och tjänster till sina nät. Tar datatrafiken fart behöver de produkter och lösningar som klarar högre hastigheter och fler funktioner.

Än så länge finns frågetecken hos operatörerna rörande lönsamheten för mobilt bredband.

Hur tjänar de pengar med flat rate?

– Genom abonnent-tillväxten. Ett exempel är lilla Sverige. Där har 430 000 användare köpt mobilt bredband under drygt ett år och de betalar 200 kronor per månad. Det är 86 miljoner i månaden i nya intäkter. Och operatörerna vet dessutom i förväg hur mycket pengar de får in.

Med flat rate är intäkterna kända. Operatörernas nätkostnad är svårare att förutspå, eftersom den är kopplad till trafikmängden. Hur vet de att kostnaderna täcks om folk surfar väldigt mycket?

– Utifrån vad vi sett hittills betalar det sig för operatörerna. Om ett abonnemang kostar 200 kronor per månad är inte det bara ett tak, det är ett intäktsgolv för operatörerna också.

– Fler kunder ger skalfördelar och det blir faktiskt billigare per användare, även om operatörens investeringar ökar. Vi har även reviderat våra prismodeller så att

de fungerar för marknadens förutsättningar.

Med mobilt bredband blir operatören en bit-pipe-leverantör, just det som många operatörer är rädda för. Varför förespråkar Ericsson då det?

– För i detta fall är bit-pipe faktiskt något bra. Operatörerna får många fler abonnenter, datatrafik i näten och en ny affär. Tjänsterna behöver de inte utveckla till en början, de finns på internet. Längre fram i tiden kan operatörer paketera mobilt bredband med annat, till exempel säkerhetspaket, företagspaket, egna innehållstjänster, mobiltelefoni eller erbjuda dig en router så att alla i hushållet kan använda det samtidigt. Då blir de en ”smart pipe”.

Med mobilt bredband fokuserar Ericsson på den bärbara datorn istället för mobilen. Det kan verka konstigt för många anställda. Kommenterar?

– Laptop och mobil utesluter inte varandra. Det är två olika marknader. Bara för att du har en operatör för din mobil betyder det inte att du väljer samma till datorn. Mobilt bredband konkurrerar mer med fast bredband än med andra mobilerbudanden.

– Vi bedömer att mobilt bredband i laptopen har större potential just nu, det är en enkel och bra affär redan i dag. Men vi överger naturligtvis inte mobilen för det.


Varför ska en operatör med både fastnät och mobilnät konkurrera med sin egen fasta verksamhet?

– Det är bättre att göra det själv än att konkurrenterna gör det. För operatörer med båda näten är det viktigt att definiera en tydlig bredbandsstrategi för vad som passar olika kundgrupper.

☒ Text: Jonas Blomqvist Foto: Stefan Borgius



Henrik Högberg, försäljningschef på affärsenhet Networks.



"På många håll i världen kör man utrustning till en basstation med en lastbil på en timme. Här måste vi först bygga vägar..."

Bengt Thornberg



NÄTBYGGE I INDONESIA

Utrullarna

Det är dödstyst i den luftkonditionerade Toyotan. Alla håller nervöst i sig när **chauffören krypkör** över en av många gistna träbroar över de delar av träsket där det inte gått att dra grusvägen genom regnskogen. **Nyligen rasade** en av Ericssons bilar igenom en av dem.

JAKARTA
INDONESIEN, ASIEN

Men som genom ett under skadades ingen. Det berättar Nanang Hadidewanto, Ericssons regionchef för södra och centrala Kalimantan, den indonesiska delen av Borneo, som är världens tredje största ö.

Väl på andra sidan kliver alla ur och värmen slår mot bröstet som en tung filt. Nanang Hadidewanto torkar svetten ur pannan och säger att tillgängligheten till siten vi just anlät till rankas som "medelsvår".

Uthållighet, eller "perseverance" på engelska, och att vara "the prime driver in an all-communicating world". Det är ord man ofta hör inom Ericsson. Följer man med enheten Network Deployment & Integration i Indonesien förstår man vad de orden innebär.

Bengt Thornberg är chef för Ericsson i Indonesien. Han säger att rätt person på rätt plats är oerhört viktigt här.



Bengt
Thornberg

Indonesien består av runt 17 000 öar i tre tidzoner och har 240 miljoner invånare som talar över 100 olika språk. Ska man tro reseskribenterna så blir terrängen inte mer svårtillgänglig än här.

– Rätt person här betyder ofta en lokal person. Vi tvekar inte att ta in människor utifrån om det krävs för, till exempel, en ny lösning, men bara fyra procent av vår styrka kommer utifrån. Vi ger personer med lokal kunskap ansvar och de har en stor del i vår framgång inom nätutrustning, säger han.

Och det har gått framåt. Sedan 2003 har Ericsson i Indonesien vuxit från 300 personer till 1 500, och rullar ut 8 000 basstationer per år. Detta är företagets åttonde största marknad.

– Det vi lär oss här är unikt, våra processer fungerar, och den kunskapen delar vi gärna med oss av. På många håll i världen kör man utrustning till en basstation med en lastbil på en ►

"Det vi lär oss här är unikt, våra processer fungerar, och den kunskapen delar vi gärna med oss av"

Bengt Thornberg



Ericssons Network Deployment & Integration-team på Kalimantan (Borneo). Från vänster: Amri, Yuda Novianto, Aryendi, Sutopo Nursani, Nurdin Mahfudz och Nanang Hadidewanto.

► timme. Här måste vi först bygga vägar och vi använder även enmotoriga flygplan och flodbåtar för att nå många av siterna.

Indonesien har 70 aktiva vulkaner och ligger på skarven mellan två kontinentalplattor. Den största ytan är lågland som följer ekvatorn, vilket gör klimatet tropiskt hett. Jordbävningar, översvämningar och torkor är vanliga.

Ni Putu Riama är övergripande projektledare för Kalimantan Project Telkomsel, Ericssons samarbete med Indonesiens största operatör Telkomsel på Kalimantan.



Ni Putu Riama

Hon berättar om hur viktigt det är att Ericsson finns på plats, nära kunden. När huvudstaden Jakarta på landets mest tätbefolkade ö Java, drabbades av svåra översvämningar 2007 var Riama projektledare för Ericssons radioprojekt med Telkomsel. Hon åkte ut direkt för att lösa problemen tillsammans med kunden, stödd av de andra projektledarna.

– Vi har processer för att kunna reagera snabbt och lyckades inte bara med

att lösa det här problemet, utan också med ta över täckningen i området från en konkurrent.

Från huvudkontoret i Jakarta tar det en dryg timme med flyg till Banjarmasin – "flodstaden" – på Kalimantan. Från kontoret här tar bilresan norrut fem timmar till Telkomsels site "Manusup". Asfalten slutar efter någon timme, sedan handlar det om att undvika hål, klara träbroarna och inte få punktering.

Vid siten sprider Nanang Hadidewantos team genast ut sig runt stålornet som reser sig mot den heta kvällshimlen. Alla vill de diskutera framstegen inom sina respektive ansvarsområden med dem som bygger på plats.

Själv står han kvar vid vägkanten och en äldre man i en kanot på floden stannar till för att se vad som händer. Små trähus byggda på pålar över träsket ligger utspridda i djungeln och flera familjer har kommit ut för att se varför fyra minibussar just anlänt. Nanang Hadidewanto nickar mot sitt team som går igenom ritningar.

– De vill veta att allt går enligt planen. Om en månad ska basstationen här fungera. Då kommer kommunikationen mellan byar och handlare i regionen att fungera mycket bättre, säger han.

Teamet tar med sig vattenflaskor från kartongerna vid tornet. Till nästa site, "Agro Bukit 2", tar det tolv timmar att köra och det är omöjligt att klara utan några timmars sömn på ett motell i staden Palangkaraya på centrala Kalimantan. Under middagen på en liten restaurang i utkanten pratar



Nanang Hadidewanto

Nanang Hadidewanto gärna om sitt team, som sitter vid bordet bredvid och äter, dricker iste och skrattar.

– De gör uppoffringar. Jag känner dem alla och de har familjer eller partners och det är klart att de är borta mycket eftersom det tar sådan tid att resa här. Men samtidigt så tror de på vad de gör här.

Den sista timmen till siten går genom det som teamet kallar "labyrinten", ett virrvarr av vägar av torkad lera genom oändliga fält med oljepalmsplantage. Här utvinns man palmolja till bland annat livsmedel.

– Ingen som är åksjuk, frågar Nanang Hadidewanto och ler innan han kliver ur.

Vid denna site finns ingen regnskog som skänker skugga, man blir plaskblöt av svett på två minuter. Basstationen är färdig och elektriker kopplar det sista i det rödvita tornet. Nanang Hadidewanto försvinner iväg för att tala med en av dem.

Om några dagar ska man trycka på knappen och bönderna i området får lättare att kommunicera med varandra, med köpmän och med sina familjer.

Under tornet, vid ett elskåp, ser Nanang Hadidewanto stolt ut.

Text & Foto: Staffan J Thorsell



Några sekunder senare rasade bilen igenom bron. Ingen skadades...



...men bilen totalförstördes.

Network Deployment & Integration

► Enhetens verksamhet är projektledning för större projekt inom:

RADIONÄT Installation av basstationer, all utrustning och alla byggnader. Radiotäckning inomhus på, till exempel, flygplatser.

KÄRNÄT Installation av fasta och mobila växlar för telefoni och datakommunikation.

BREDBAND Installation av bredbandsaccess och transmission för fasta nät.

EXEMPEL PÅ PROCESSER: PROPS är Ericssons standard för projektledning. Syftet är effektiv, affärsinriktad projektledning genom gemensam terminologi och metodologi, med tydliga

roller och ansvarsområden i hela organisationen. PROPS definierar vad som ska göras, när det ska göras och av vem. PROPS innehåller verktyg såsom Site Handler, ett system för att hantera information om specifika siter.



Kalimantan (Borneo), Indonesien. Ericssons basstation kommer på plats i 34 graders värme.

»» Framgången står och faller med människorna »»»

"Vi måste ha processer på plats. Vi jobbar på några av planetens mest svåråtkomliga platser"

Per-Henry Olsson

VISSTE DU ATT...

...Ericsson i Indonesien är huvudleverantör till:

1. Fyra av fem GSM-kunder.
2. Fyra av fem 3G-kunder
3. 70 procent av näten för mobil bredbands-access.

► Dessutom har Ericsson i Indonesien 55 procent av marknadsandelarna för radio och 28 procent för kärnnät.



Utsikt från vägen mellan Ericssons kontor i Banjarmasin, "Flodstaden", och en av siterna på centrala Kalimantan (Borneo).

Redo före startskottet

Processer, metoder och verktyg har blivit ett mantra inom Ericsson. För de som arbetar med nätutrollning är det avgörande. Men Jan Melin, chef för Network Deployment & Integration, säger att framgången står och faller med människorna i fält.

– Det är de som jobbar i våra projekt över hela världen som med sitt engagemang och sin kunskap tryggar vår framgång.

Enhetens uppdrag ser enkelt ut på papper. Man ska leverera världsledande utrollningstjänster inom tre områden: radionät, kärnnät och bredbandstransmission (se faktaruta på föregående uppslag).

Då är det goda förberedelser och effektivitet som gäller.

– Vi tar beslut om tidplan, budget och resurser för ett projekt innan vi vunnit kontraktet. När startskottet

går är vi redo, det är avgörande för att lyckas, säger Jan Melin.

Innan avtalet är klart arbetar en projektledare tillsammans med säljpersonal i Ericssons "core three team", som består av personer med kompletterande kunskaper och ett gemensamt mål.

– De ska leverera enligt kundens förväntningar och samtidigt uppfylla Ericssons lönsamhetsmål, säger Jan Melin.

En projektledare inom Ericsson har alltså en mycket central roll.

– Utrullning handlar om att leda projekt framgångsrikt. Man måste vara mycket väl insatt i kontraktet samtidigt som man ska förstå tekniken och de lokala utmaningarna. Det handlar också om att kunna hantera kundens förväntningar och se till att relatio-



Jan Melin

nerna med underleverantörer fungerar på ett bra sätt, säger Jan Melin.

Per-Henry Olsson är kundansvarig för indonesiska Telkomsel. Han håller med om att rätt människor är avgörande.

– Vi måste ha processer på plats. Vi jobbar på några av planetens mest svåråtkomliga platser. För att bevara en bra relation till kunden krävs dessutom lokal kunskap, säger han.

Sambandet mellan noggranna förberedelser – och därmed väl genomförda projekt – är, enligt Jan Melin, tydligt.

– När våra projekt går bra blir kunderna nöjda och det blir i slutändan en sprängbräda för att utöka Ericssons affärer.

Text & Foto: Staffan J Thorsell



Per-Henry Olsson



IMPROVE CONSUMER EXPERIENCES

Watching TV or making a voice call,
consumers expect you to reach new
heights for reliability, quality and simplicity
of use. Ensure you can deliver.
ericsson.com/multimedia

TALK TO US ABOUT
MULTIMEDIA

ERICSSON 
TAKING YOU FORWARD

LOGOTYPEN

– en historia om Ericsson

Ericssons 132-åriga historia är **rik på mycket** – banbrytande uppfinningar, stora satsningar och intressanta personer. Arkiven visar också upp ett oräkneligt antal logotyper – från en första enkel stämpel till dagens stilsärad E. **Följ med på en tidsresa** om Ericssons logotyp.

Första logotypen (1). 1878 tillverkade Lars Magnus Ericssons mekaniska verkstad sina första telefoner, efter att ha startat verksamheten två år tidigare. Ericsson märkte sina produkter med enkla stämplatser som visade företagsnamnet i en ruta eller oval. Sådana märkningar, liksom annan reklam och marknadsföring för produkter från en viss fabrik, var vid den här tiden något nytt – en följd av industrialismens massproduktion av varor – men blev viktigt för att få konsumenterna att välja de egna varorna.

Även tidigare hade hantverkare märkt sina varor med stämplatser och bomärken, men den typen av märkning drevs främst på av myndigheterna ville ha kontroll på vem som tillverkat vad så att det skulle gå att spåra undermåliga varor.

Registrering för att skydda varumärken blev möjlig först under 1880-talets andra hälft.

1894 – första registrerade varumärket. Så här såg logotypen för Taxen ut **(2)**, Ericssons första registrerade varumärke, tillika en av marknadens första bordstelefoner med hopbyggd mikrofon och hörlur

endel – en lur. Telefonen blev en storsäljare och såldes fram till 1930-talet. Vid den här tiden hade Ericsson också börjat tillverka och sälja telefonväxlar.

Nytt företag – ny logga (2 och 3 blev 4). Ericssons slogs sig samman med Stockholms Allmänna Telefonaktiebolag, SAT, 1918. Det nya företaget fick namnet Allmänna Telefonaktiebolaget LM Ericsson, vars logotyp blev en blandning av de gamla bolagens logotyper: SAT:s krans med uddar och Ericssons Taxen i mitten.

Historien om sammanslagningen är intressant läsning. SAT:s grundare Henrik Tore Cedergren var en av de första svenskarna att installera Bells nya uppfinning telefonen när den nådde Sverige 1877 (då inga nät fanns installerade han en telefonlina mellan sin bostad och familjens juvelerarboutik, båda med adress på Drottninggatan, där även Ericsson hade sin verkstad).

Cedergrens affärsidé var att utveckla och driva ett telefonnät som många hade råd att använda. SAT var stor kund till Ericsson, men började med tiden tillverka egna telefoner. Det gjorde också konkurrenten Telegrafverket, som senare blev Te-

leverket (i dag är Telia Sonera). Det gjorde att Ericssons hemmamarknad krympte för en tid och att företaget mest exporterade produkter.

Under tidigt 1900-tal började SAT och Ericsson samarbeta igen och företagen gjorde allt mer tillsammans. Fram till sammanslagningen satsade båda företagen på manuella system och höll på att bli omsprungna av konkurrenter vars system var mer automatiserade. Vid samgåendet sålde SAT sitt telenät till Telegrafverket och man satsade istället på att utveckla nya produkter. Det gjorde Allmänna Telefonaktiebolaget LM Ericsson ledande på marknaden.

Lokala varianter (5 & 6). Det nya företaget hade liksom föregångarna mycket verksamhet i andra länder där det fanns många varianter av moderbolagets logotyp. 1926 togs Allmänna bort från namnet och moderbolagets logotyp gjordes om en aning.

20-talet var ett årtionde där det hände mycket med Telefonaktiebolaget LM Ericsson.

LM breddade sin produktportfölj genom att köpa upp företag. Tillskotten tillver-



Ericsson



”Vår logotyp med det stiliserade E:t är tidlös och kommer inte att bytas ut.”

Kjell Åke Rydén

► kade bland annat el- och telefonkablar, bakelitprodukter, kondensatorer, koppartråd och elmotorer. Dotterbolagen hade egna logotyper, som följde moderbolagets utseende. Ett av dem var Svenska Radioaktiebolaget som startades tillsammans med ASEA och AGA (7), ett företag som tillverkade sändare och radiomottagare. 1921 gick Marconi in som delägare i det bolaget (Marconi sålde sin andel först på 1970-talet, och företaget döptes då om till Ericsson Radio Systems).

Ericsson i skrivstil (8 & 9). 1927 fick företaget sin förstakoncernlogotyp. Stjärnstrålarna är kvar, men Taxen utbytt mot en modernare telefon och Ericsson textat i skrivstil med en undersläng utgående från n:et. Tidigare hade det sättet att skriva Ericsson använts på brevpapper, i kataloger och broschyrer.

Färgbyte. 1940-talet innebar en ny era i Sveriges och Ericssons historia. En ny fabrik och nytt huvudkontor hade byggts i Midsommarkransen utanför Stockholm, samtidigt som staden bidragit med arbetarbostäder och en ny tunnelbanestation – Telefonplan. Gatorna i den nya stadsdelen fick namn som Mikrofönvägen, Telefonvägen och LM Ericssons väg.

1942 presenterades en ny logotyp, i linje med tidens formspråk: Ericsson i skrivstil med bokstäverna LM som en bakgrund (10). Koncernfärgen blev röd. De gamla logotyperna levde dock kvar och i många länder gjordes lokala varianter av koncernlogotypen. Enskilda konsumentprodukter hade också egna logotyper (11).

Logotyp för ”One Company”. Under och efter kriget var Ericsson verksam inom en mängd områden: trafiksignaler, brandlarm, radio- och tv-apparater, stämpelklockor

med mera. Under 60- och 70-talen kom den digitala tekniken in i telekomvärlden med AXE som en av pionjär-produkterna.

Tidigt 80-tal blev en tid präglad av stora förändringar. Ericsson levererade sina första NMT-nät i Sverige och Saudiarabien, IBM lanserade sin persondator. De första stegen mot en avreglerad teleoperatörsmarknad togs på flera håll, till exempel delades amerikanska AT&T upp i sju separata bolag 1984, samma år som British Telecom privatiserades.

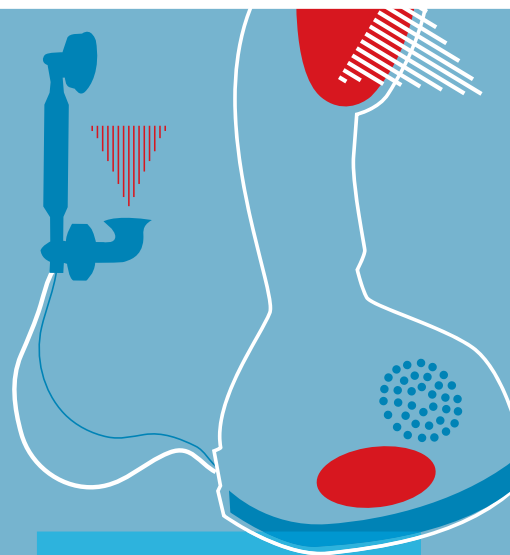
Ericssons dåvarande vice vd Lars Ramqvist myntade begreppet ”One Company” för att samla koncernen. Ett av de första stegen i förändringen var att anlita Londonbyrån AID för att skapa en enhetlig logotyp och grafisk profil för hela koncernen.

Många diskussioner senare ändrades företagsfärgen 1982 från röd till blå och bland flera logotypförslag valdes ett stiliserat E. Alla såg inte att symbolen visade ett E. I Sverige skämtades det om tre korvar och i Mexiko skojade man om tres telebananas (tre ”telebananer”).

Dagens logotyp. Sedan födseln av det stiliserade E:t har det gjorts några små förändringar av logotypen. Den blå färgen, byttes för två år sedan till en mörkare blå för att bättre spegla Ericsson som tjänste- och mjukvaruföretag – ett partnerföretag för bra affärer och inte enbart ett teknikföretag.

Den senaste revideringen av den grafiska profilen innebar att det numera är tillåtet att låta det stiliserade E:t stå som en fristående symbol. Ofta syns den på flaggor och fasader, som placerats högt och väl synligt, på mässor och vid Ericssons kontor, för att signalera: ”Här är Ericsson!”

Text: Anna Björklund Illustration: Ebba Berggren



3 frågor om logotyper

Ericssons logotyp är i dag densamma som när den togs fram på 1980-talet, förutom den blå färgen som har fått en mörkare nyans. Kjell Åke Rydén är varumärkets nuvarande beskyddare.



Kjell Åke Rydén

Vilka är de vanligaste frågorna du får kring logotypen?

– Det handlar ofta om hur man får använda logotypen och att man vill ta fram egna logotyper eller märken. Vi har många kreativa och innovativa människor på Ericsson som jag tyvärr ofta får säga nej till. Det som är viktigt är först och främst att kontinuitet ger igenkännande. När vi på Ericsson börjar tröttna på att allt ser likadant ut först då börjar människor utanför företaget att känna igen och se samband.

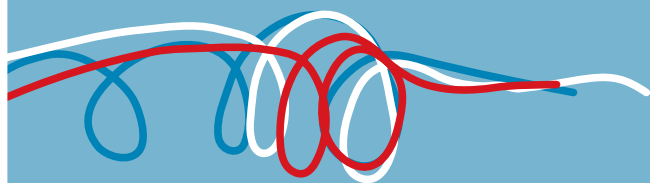
Vad är viktigast att tänka på när man ska använda logotypen?

– Vi vill helst att vår logotyp ska ha stora fria ytor omkring sig, för att den ska komma fram ordentligt och inte störas av andra grafiska element.

Logotypen får vara mörkblå, vit och svart. Den blå logotypen får bara användas på vit bakgrund.

När är det dags för ett nytt byte av logotyp?

– Vår logotyp med det stiliserade E:t är tidlös och kommer inte att bytas ut.





TVå bybor i Malaysia är glada över att kunna ringa. På bilden använder de en av de 500 solcellsdrivna mynttelefoner som ingick i det NMT 450-system som Ericsson levererade till Malaysia 1984. Det här var den **första beställningen på ett mobilsystem** som Ericsson fick i Fjärran Östern och det fick stor uppmärksamhet i både press och tv i Malaysia. Ordersumman var på 180 miljoner kronor.

På den tiden hette Ericssons största konkurrent på mobilsystem Motorola.

Foto: Arkiv

Mobile Adventures

av Jola Cederschiöld

ERIC@ IS IN PRAGUE WITH HER DAD TO SEE THEIR BIG IDOL, LENNY LAZENBY, IN CONCERT. AHEAD... SOME SORT OF COMMOTION.



HERE, ON CHARLES BRIDGE, THEY SPOT LENNY LAZENBY COOLY JAMMING WITH A CZECH BUSKER...ERIC@ INSTINCTIVELY GETS HER MOBILE PHONE OUT AND VIDEO RECORDER ON...



IN THE HOTEL ROOM LATER, AN HOUR OR SO BEFORE THE CONCERT, ERIC@ UPLOADS HER CLIP OF LENNY LAZENBY ON CHARLES BRIDGE TO HER MOBILE SERVICE SEE ME TV.



HOME AGAIN, A WEEK LATER, ERIC@ IS MORE THAN A LITTLE PLEASED TO SEE THAT THE CLIP HAS BEEN DOWNLOADED 86,000 TIMES. WITH ERIC@ EARNING \$0.25 PER DOWNLOAD, SHE WILL HAVE A SMOOTH SUMMER.

