

kontakten



FOTO: GUNNAR ASK

Varumärket viktigt för alla

4-5



FOTO: LARS ÅSTRÖM

Relationer
avgörande
för affärer
i Kina

12-13



FOTO: ECKE KÖLLER

NMT 450 har
draget kvar

18

nr
22 november
2001

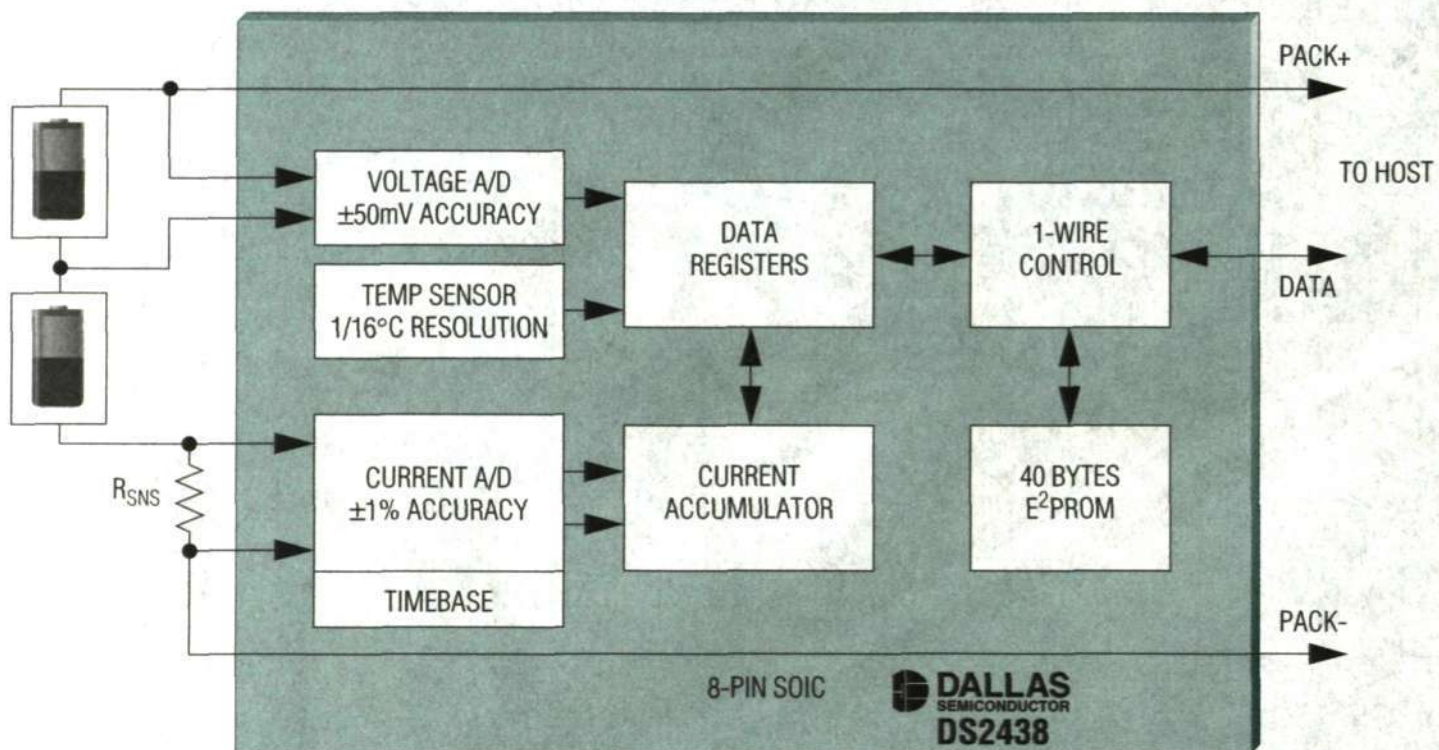
20

Mobilitet lönar sig för företagskunder	9
Unga tyckare stöttar ledningen	14-15
Marknadsområdet som rivstartat	16-17
Mobilt Internet på en knapptryckning	20

PRECISIONSÖVERVAKNING AV MULTIPLA BATTERICELLER TILL LÄGSTA KOSTNAD

Övervakar 1 till 2 Li+ eller 3 till 6 Ni-celler

DS2438 har en 5% noggrann kapacitetsmätning, spänningsövervakning av två celler, termisk avkänning och 40 bytes EEPROM, och kostar \$1.45 i 1000-kvantitet.



- ◆ 10V inspänningsområde hanterar övervakning av multipla celler
- ◆ Spännings A/D mäter två spänningar
- ◆ Strömmätning med offset-kompensering
- ◆ 40 bytes EEPROM för kritiska data
- ◆ Strömmackulator med programmerbar tröskel möjliggör kapacitetsmätning med 5% noggrannhet
- ◆ Unikt interface klarar flera enheter på 1-Wire®
- ◆ Utvärderingskort tillgängligt för snabb design

1-Wire is a registered trademark of Dallas Semiconductor.

†1,000-up recommend resale, FOB USA. Prices provided are for design guidance and are for the lowest grade, commercial temperature parts. International prices will differ due to local duties, taxes, and exchange rates. Prices are subject to change. Not all packages are offered in 1k increments, and some may require minimum order quantities.

FREE FULL LINE DATA CATALOG
ON CD-ROM



RING 08 444 54 30 eller FAXA 08 444 54 39
för Design Guide eller gratisprov

DALLAS SEMICONDUCTOR **MAXIM**
www.maxim-ic.com



E EGEVO
Elektronik AB

BOX 8100, 163 08 SPÅNGA
Tel. 08-58 70 67 00, Fax 08-58 70 67 39
egevo@egevo.se www.egevo.se

MAXIM är ett registrerat varumärke för Maxim Integrated Products, Inc. © 2001 Maxim Integrated Products

Ericsson.com bästa telekomsajten

Ericsson fick i dagarna utmärkelsen "Best Telecomsite 2001" av amerikanska Web Marketing Association. Priset, som togs i konkurrens med samtliga stora telekomföretag, stärker Ericsson i arbetet med att omstrukturera företagets nätsidor.

– Det här är verkligen kul och ett fint bevis på att det vi håller på med uppmärksammas och uppskattas av omvärlden, säger Mats Renée, ansvarig för ericsson.com.

Web Marketing Association bildades 1997 för att höja kvaliteten på företags marknadsföring på Internet. Varje år delar organisationen ut ett stort antal priser till företag inom olika branscher. Juryn består av representanter från ett hundratal mer eller mindre välkända amerikanska företag och institutioner, däribland Bell Technologies och Hewlett-Packard.

– Jag tycker vi ska se det här som ett kvitto på att allt slit vi har lagt ner sedan ett år tillbaka med att förändra våra nätsidor externt har lyckats. Nu gäller det för oss att anpassa Ericssons Internet-

intranet- och extranetsidor så att de passar ihop med vår nya varumärkesplattform, säger Mats Renée och fortsätter:

– Tidigare har vi jobbat med Internet, intranet och extranet var för sig. Det går vi ifrån nu för att i framtiden utgå från en produktdatabas. Därifrån ska man sedan kunna välja att publicera i de olika digitala kanalerna.

Förutom att ericsson.com vann sin industriklass betygsattes även Ericsson Mobile Internets hemsida med "Standard of Excellence" av Web Marketing Associations jury. I förra veckan rankades dessutom Ericssons Investor Relations hemsida som nummer sex i världen av tidningen Financial Times.



Mats Renée

JENZ NILSSON

jenz.nilsson@lme.ericsson.se

www.webaward.org/whywma.html



Ett av Ericssons mål på Comdex-mässan var att marknadsföra Sony Ericsson. Telefonerna på bilderna är prototyper.

FOTO: JACK RADGOWSKI

3G lockbete på Comdex

På IT-mässan Comdex i Las Vegas tog Ericsson tillfället i akt att visa upp Sony Ericsson-samarbetet och öka kundernas intresse för 3G.

– Ericsson hade tre mål med sitt deltagande i Comdex, säger Gail Gilbert, strategiansvarig för evenemang inom marknadsenheten Nordamerika. De var att marknadsföra det nya samarbetsbolaget Sony Ericsson Mobile Communications, att visa hur Ericsson kan göra kunders affärer mer lönsamma och att skapa uppmärksamhet kring 3G.

Under Sony Ericssons fana presenterades de senaste Ericssontelefonerna på Comdex i förra

veckan. Det fanns även möjlighet att prova på nya mobiltjänster på ett GPRS-nätverk från Cingular.

– Det är för att demonstrera hur Ericsson kan hjälpa kunderna att göra större vinster, säger Gail Gilbert.

För att öka intresset för 3G visades skillnaden mellan kretskopplad och paketkopplad överföring genom att man lät besökare spela mobila spel på olika nätverk: CDPD, CDMA, GPRS och ett vanligt kretskopplat. Spelaren med GPRS-telefon vinner vanligtvis – det går ungefär dubbelt så snabbt.

JACK RADGOWSKI

kontakten@lme.ericsson.se

Trådlöst bredband till rysk operatör

Den ryska operatören Combella bygger ut sitt accessnät med MINI-LINK, Ericssons trådlösa accesslösning. Kontraktet innebär att stora delar av Moskva kommer att täckas av Combellas nät. En snabb installationsprocess ger operatören möjlighet att erbjuda tjänster över det utbyggda nätet redan vid årsslutet. Med MINI-LINK kan Combella erbjuda användarna nedladdningshastigheter på upp till 37 megabit per sekund.

– Ericssons MINI-LINK accesslösning passar vårt växande ATM-nät perfekt, säger William Svedberg, operativ chef för Combella.

Bahrain bygger vidare mot 3G-telefoni

Ericsson har tecknat ett kontrakt med Bahrain Telecommunication Company, Batelco, och har börjat att bygga ut operatörens GSM-nät och samtidigt uppdatera det med GPRS-teknik. Företagen har dessutom en överenskommelse om att genomföra tester med Edge under andra hälften av år 2002.

Ericsson levererar utrustning, mjukvara och tjänster i och med utbyggnaden och uppdateringen. Totalt är kontraktet värt över 260 miljoner kronor.

När utbyggnaden är genomförd kommer operatören att kunna ansluta över 400 000 abonnenter till sitt nät. GPRS ger dem dessutom tillgång till en mängd avancerade mobila Internet-tjänster.

Fördubblade investeringar i Kina

Kina är Ericssons största marknad och företaget planerar att fördubbla investeringarna i landet under de kommande fem åren. Det var ett av de budskap som Ericssons vd och koncernchef, Kurt Hellström, levererade när företagets ledning mötte press och analytiker i Hongkong den 9 november för att presentera Ericssons strategi och teknik.

I Kina växer antalet mobilabbonenter med en halv miljon varje dag, och Kurt Hellström konstaterade att Asien naturligtvis är enormt viktigt för Ericsson när företaget planerar strategin.

Algeriet får hjälp av Ericsson Response

Delar av Algeriet drabbades hårt av stormar och översvämningar under november. Cirka 350 människor har omkommit och över 1 000 har skadats. Den materiella fördelsen är omfattande. Ericsson i Algeriet har donerat mobiltelefoner till algeriska Röda halvmånen och Internationella Röda korset. Ericsson upplåter även sina oskadda kontorslokaler till Röda korsets volontärer så att de får tillgång till telefon och Internet.

Roland Klein lämnar Ericsson

Roland Klein, Ericssons informationsdirektör, meddelar att han lämnar företaget under nästa år. Han går vidare till ett engelskt-tyskt konsultbolag, i vilket han själv är delägare. Bolaget är inriktat på kommunikation.

Roland Klein har arbetat två år inom Ericsson.

– Efter att ha arbetat 22 år med journalistik och kommunikation känner jag att det här är en unik chans för mig att bygga upp min egen verksamhet, säger han.



Roland Klein

Varumärkets värde finns

Ericssons varumärke förnyas från grunden. John Giere, Ericssons ansvarige för varumärke och marknadskommunikation, ska ge kunder, finansmarknad, konkurrenter och anställda en tydligare bild av vad Ericsson står för. Idéerna bakom den nya varumärkesplattformen är hämtade från företagets rötter.

Varumärkesplattformen är en beskrivning av vad företaget lovar anställda, kunder och aktieägare. Den är utformad för att hjälpa alla som arbetar med kommunikation, att förmedla budskap på ett konsekvent och sammanhängande sätt.

Ericsson förknippas ofta med fysiska produkter och tekniskt kunnande, men telekommarknaden förändras hela tiden. Ericssons varumärke måste hålla vad det lovar och det måste stå över produktansringar och teknikskiften. Oavsett vad som lanseras i år, nästa år eller längre in i framtiden, så ska vissa värden automatiskt förknippas med Ericssons namn.

– Det här är vad som gör Ericsson unikt. Det är värden som vi omfattar och som ligger bortom konkurrensen, säger John Giere.

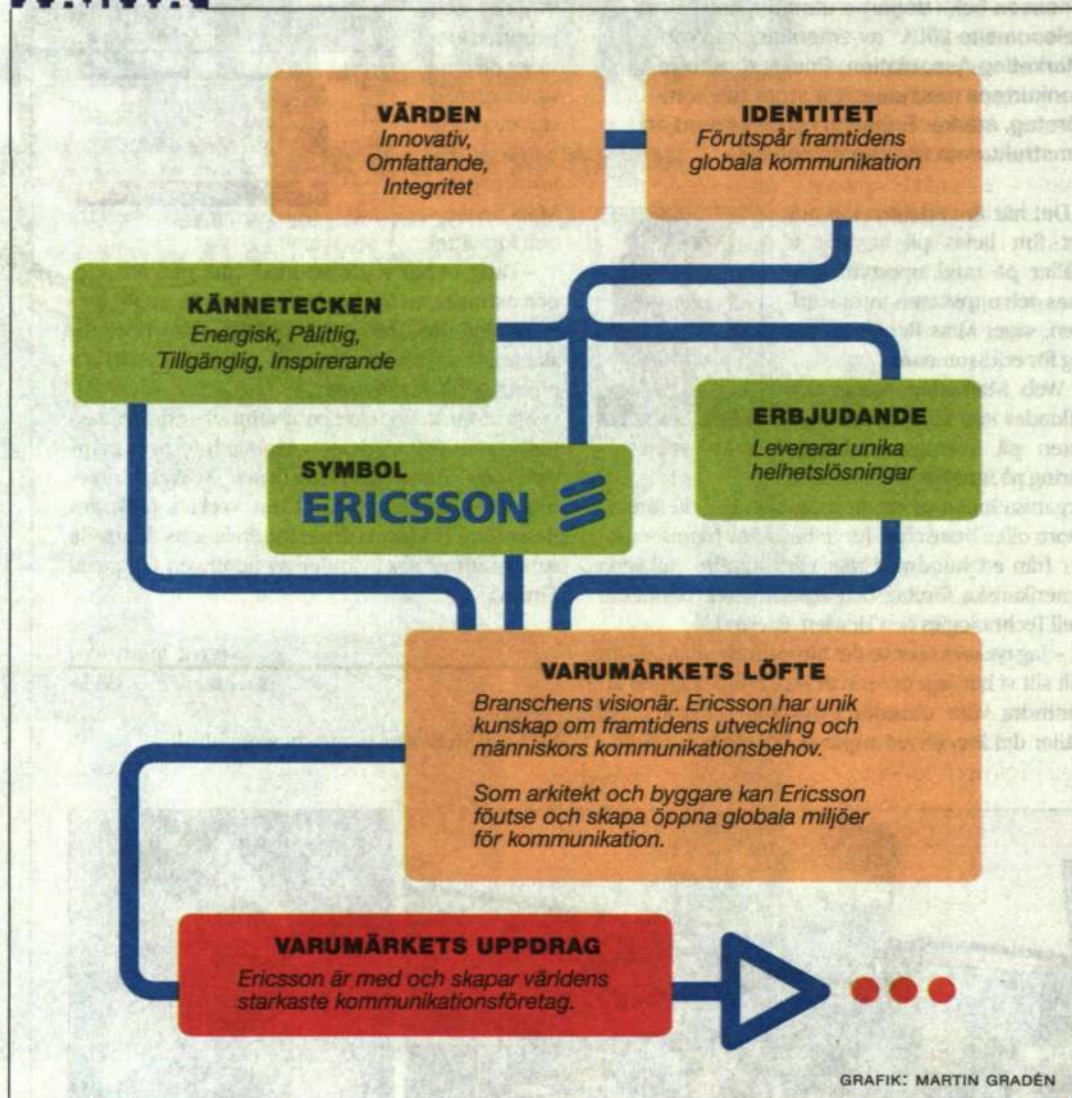
Inte så priskänsligt

Ett företag som folk sammankopplar med positiva värden som ligger bortom det rent konkreta är inte lika känsligt för konkurrens när det gäller prissättning.

– Utmaningen ligger i att få folk att snappa det som verkligen separerar Ericsson från konkurrensen. Vi står för kommunikationslösningar som är tillgängliga för alla. Vi är ett företag med global räckvidd och en global kultur. Om Ericsson bara förknippas med burkar och lådor så hamnar vi i en karusell med konkurrenterna där det går ut på att sätta lägsta pris för att överleva.

Den 1 oktober startade Sony Ericsson sin verksamhet. Det betyder att Ericsson numera är uteslutande inriktat på försäljning till företag, vilket har präglat den nya varumärkesplattformen.

NYA VARUMÄRKESPLATTFORMEN



– Ericsson är ett av världens 50 mest väletablerade varumärken. Det visar alla undersökningar. Men de flesta relaterar vårt varumärke till konsumentprodukter, trots att vårt verkliga värde ligger inom företagsförsäljning. Företagsförsäljning är därför ett viktigt inslag i den nya varumärkesplattformen. Varumärket handlar ytterst om affärer.

Guldorn bland anställda

John Giere berättar att en annan anledning till satsningen är att den gamla varumärkesplattformen inte fungerat som man önskat. Den beskriver ett företag som besitter en mängd positiva egenskaper, men den spretar i alla riktningar.

– Vår gamla varumärkesplattform innehöll en mängd positiva saker, men det hängde inte ihop och vi kunde inte riktigt hålla vad vi lovade. Ett varumärke måste vara väl förankrat i verkligheten, konsekvent och kristallklart. Teoretiskt var den gamla plattformen bra, men i praktiken var den för oorganiserad.

För att få de önskade effekterna med varumärket måste företaget uppfylla vad det lovar. Alla värden

måste vara förankrade i företagets produkter, kultur, kommunikation och dess arv.

Vad har John Giere och hans medarbetare då gjort i praktiken? För ungefär sex månader sedan började gruppen arbetet med att utveckla strukturen för det som ska bära Ericssons varumärke in i framtiden. Man har genomfört gruppintervjuer och workshops med anställda i hela världen. De anställdas historier och erfarenheter från företaget har sedan sorterats och sammanställts.

Budskapen från dessa historier har förfinats till dess att man kommit till kärnan av vad Ericsson står för. John Giere liknar processen vid att vaska guld.

– Folk berättade fantastiska historier. Vi fick bland annat höra om hur man satte ihop jättedatorer som drev de första AXE-växlarna, eller om hur man experimenterade med de första mobilantennerna ute på svenska landsbygden.

Varumärkesplattformens viktigaste beståndsdel är den som sammanfattar Ericssons uppdrag: "Ericsson hjälper till att bygga världens starkaste kommunikationsföretag".

– Alla våra budskap är formade så att de stöder detta. Även om våra medarbetare i framtiden bygger routrar för kommunikation i yttre rymden, så bygger deras lojalitet mot företaget på denna grundplåt.

Viktigt att mäta effekten

Varumärkesplattformen är alltså en beskrivning av vad Ericsson står för och den ska användas av alla anställda som arbetar med kommunikation. De ska

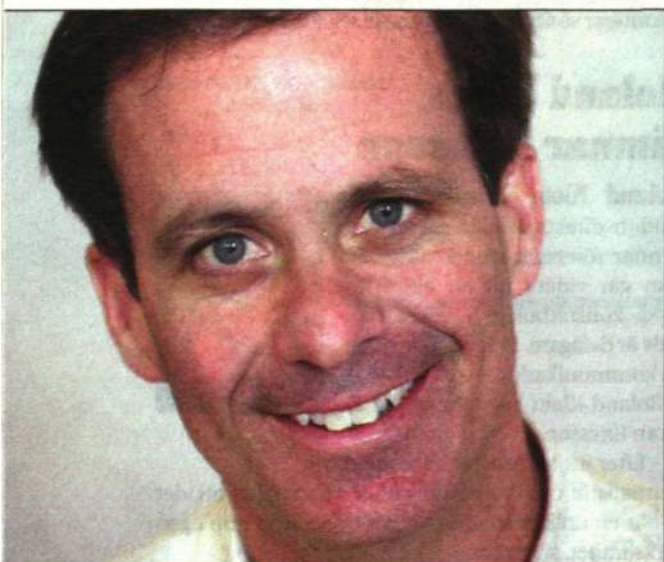


FOTO: LARS ÅSTRÖM

"Utmaningen ligger i att få folk att snappa det som verkligen separerar Ericsson från konkurrensen," säger John Giere, ansvarig för varumärke och marknadskommunikation på Ericsson.

hos de anställda

förmedla samma huvudbudskap oavsett var de är verksamma.

Även marknadskommunikationen kommer att få en tydligare inriktning. Alla produkter och erbjudanden ska säljas som multityjänst-erbjudanden.

– Oavsett om det rör sig om försäljning av mobilsystem, fasta nät eller företagsväxlar, så ska det presenteras som Ericssons lösningar.

John Giere är anhängare av teorin "Det som inte kan mätas, kan inte styras".

En viktig del i arbetet med varumärket är att etablera exakta instrument så att effekterna av kommunikationen kan mätas och utvärderas. Resultaten kommer att kunna användas för att planera nya marknadskampanjer och på så sätt skapas en kontinuerlig loop för marknadsföringen.

– Alla medarbetare är med och skapar varumärket. De är Ericssons verkliga ambassadörer. Vårt jobb är att utveckla de rätta verktygen så att alla kan vara delaktiga i arbetet. Vi har öppnat en portal där all viktig information finns samlad. Nästa år startar vi kurser i samarbete med London Business School där vi utbildar marknadsförare på nyckelpositioner.

JESPER MOTT

jesper.mott@lme.ericsson.se

Ericsson har ökat varumärkets värde genom åren. De värderingar och idéer som Lars Magnus Ericsson utvecklade ligger till grund även för den nya varumärkesplattform som Ericsson utvecklat.

ILLUSTRATION: HELENA HALVARSSON



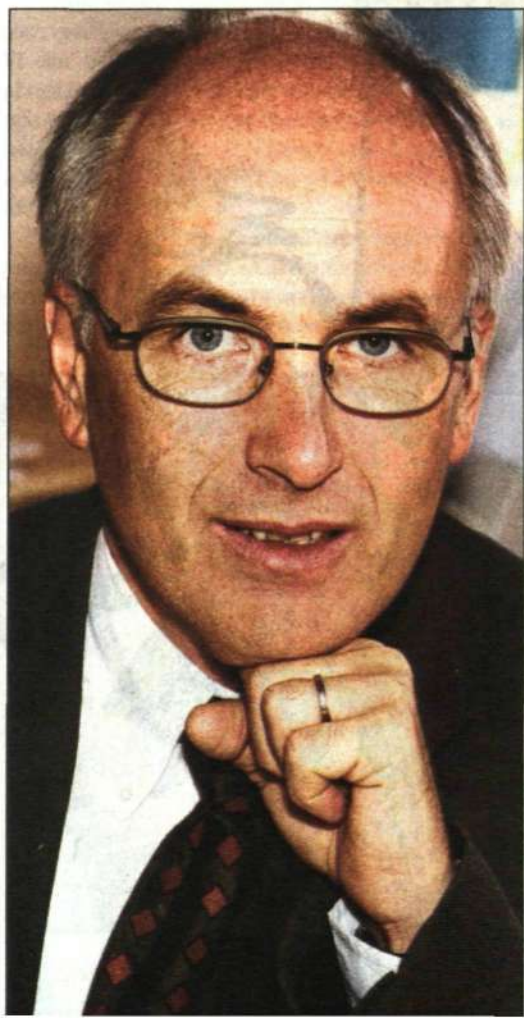
Ericsson driver sedan mer än ett år tillbaka ett omfattande förändringsarbete i alla delar av organisationen. Mobiltelefonerna har fått en ny hemvist i samarbetet med Sony. Ericssonkoncernen har omorganiserats för tydligare satsning på kunder, produkter och fortsatt teknologitveckling.

Siktet är inställt på att återskapa en lönsam verksamhet i ett dramatiskt förändrat marknadsläge, där Ericsson försvarar sin ledande ställning i telekombranschen.

Svårt men nödvändigt förändringsarbete

Under året har 2 000 medarbetare lämnat Ericsson i Sverige. Ytterligare 2 000 kommer att sägas upp före jul.

Personalchefen för Ericssons svenska verksamhet, Carl-Gustaf Leinar, har full förståelse för den oro som finns bland medarbetarna och för kritiken att det hela har gått för fort.



Arbetet med att förändra Ericsson är nödvändigt samtidigt som det är omfattande och svårt för alla inblandade – medarbetare, chefer och fackliga företrädare. Framför allt då förändringsarbetet innebär att medarbetare måste sägas upp och lämna företaget.

Carl-Gustaf Leinar säger att det är en svår balansgång att hitta rätt förändringstakt.

– Att inventera kompetensen hos 8 000 anställda på Ericsson Radio riktigt grundligt skulle ta ungefär ett år, bedömer han. Så lång tid har vi inte på oss. Då har vi hunnit gå omkull. Dessutom klarar ingen organisation att ha en sådan här sak hängande över sig. Det är som att lägga en blöt filt över verksamheten. Ingenting händer.

Därför enades företaget och de fackliga representanterna om en tidplan med ambitionen att skapa klarhet före semestern.

– Jag tycker att vi lyckats genomföra processen med kvalitet, säger Carl-Gustaf Leinar. Men självklart är det jättejobbigt. Dessutom har många av våra chefer aldrig varit med om något liknande tidigare. De har arbetat med ständig tillväxt i tio år. Nu ska de plötsligt hantera det svåraste man som chef kan ställas inför – att förklara för en medarbetare varför just han eller hon måste lämna företaget.

Snabb aktion

Genom att agera snabbt vill företaget ge de drabbade möjlighet att fort komma vidare. Ericsson vill också att de som inte berörs ska kunna känna sig lugna.

Ändå märker Carl-Gustaf Leinar att det finns en hel del oro bland de anställda som är kvar. Han tror att det har flera förklaringar. Ericssons och branschens svårigheter i kombination med att företaget omorganiserats blir mycket att hantera på en gång. Det leder till spekulationer som han tyvärr tror kommer att florerar tills företaget visar lönsamhet igen.

– Först då kan medarbetarna känna sig trygga, anser han. Men vi kan lindra oron genom att vara tydliga med vilken typ av beslut vi tänker fatta. Bra beslut är sådana man kan känna på sig och förstå. Kanske

kan man ana att en verksamhet kommer att läggas ner. Beslut som kommer som en blix från klar himmel är ofta dåliga.

Förbryllad över kritiken

Carl-Gustaf Leinar tycker ändå att Ericsson har gjort en hel del bra insatser under de förutsättningar som råder. Och han är en smula förbryllad över den kritik företaget har fått utstå i externa medier.

– Kanske har vi varit dåliga på att berätta vad vi gör och hur, säger Carl-Gustaf Leinar. Det var väl naivt att tro att kvartalsrapporter och förlustsiffror skulle räcka i sig.

I sitt jobb möter han både dem som tycker att det är orimligt att säga upp folk samtidigt som arbetsbelastningen är hög, och dem som tycker att företaget borde ta i ännu hårdare. "Sjunker alltihop är det ingen vits med att det var gulligt så länge det varade", kan det låta.

Det Carl-Gustaf Leinar tycker Ericsson har klarat bäst är att hjälpa dem som drabbats av uppsägningarna. Exakt hur stödet som erbjuds ser ut kan visserligen variera mellan bolag och orter.

– Men jämfört med andra företag tar vi ett mycket stort ansvar gentemot de medarbetare som sägs upp och lämnar företaget. De som fått gå uppbär lön under mycket längre tid än lagen kräver och vi avsätter gott om resurser bland annat i form av rådgivare för att hjälpa dem att komma vidare.

I detta får Carl-Gustaf Leinar medhåll från Hans Karlsson, som är utsedd av regeringen att hålla kontroll på hur Ericsson hanterar uppsägningarna.

– Det finns en uppriktigt menad ambition att hjälpa människor till sina nästa jobb, säger han. I Kumla och Linköping har stödprogrammen kommit halvvägs och jag tycker att resultatet är ganska bra. Vad gäller Framtidsforum är det lite för tidigt att säga.

Att det dyker upp kritik mot vilka som sagts upp är ingen överraskning.

– Det är orimligt att tro att de som drabbas ska tycka att det är rättvist, säger Carl-Gustaf Leinar.

Laglig orättvisa

När facket och företaget har förhandlat klart om hur organisationen ska se ut, hur stor bemanningen måste vara och vilken kompetens som behövs är nästa steg att avgöra vilka individer som berörs av uppsägningarna. Företaget måste då välja ut personer från de juridiska bolag där varslen lagts. Det kan leda till att en person som sägs upp inom ett Ericsson

Bra beslut är sådana man kan känna på sig och förstå. Beslut som kommer som en blix från en klar himmel är ofta dåliga, säger Carl-Gustaf Leinar.



"Det är orimligt att tro att de som drabbas ska tycka att det är rättvist," säger Carl-Gustaf Leinar.

FOTO: JEZZICA SUNMO

sonbolag, har arbetat längre i koncernen än en person med liknande kompetens som får vara kvar i ett annat bolag.

– Sådan är lagen och det kan vi inte komma runt. Om vi började flytta folk mellan bolag skulle vi få otaliga processer på oss, förklarar Carl-Gustaf Leinar. Vi skulle helt enkelt göra fel. Så på det sättet kan man tycka att det gäller att vara på rätt ställe. Men det är absolut inte så att bara för att ett projekt läggs ner drabbas alla som jobbar där.

Samma bolag en lösning

Men vore det då inte bättre och rättvisare om alla som jobbar i Sverige var anställda i samma bolag?

– Det är inte omöjligt att det kommer att bli så längre fram. Det är en lösning som vi funderar på och jobbar med, men ett sådant stort bolag måste brytas ned i mindre hanterliga delar.

Carl-Gustaf Leinar är inte heller säker på att det alltid är mest rättvist att den som kommit sist till företaget måste gå först.

– Nyanställda framför ofta "varför lockade ni hit mig och fick mig att säga upp mig på min förra arbetsplats där jag varit i tio år? Borde ni inte kunnat förutse det här?"

Även om Carl-Gustaf Leinar ser problemet är företaget låst till de metoder som finns i lag och avtal och som är ekonomiskt rimliga. Därför blir det ofta så att nyanställda får sluta och att äldre medarbetare erbjuds avgångspensioner.

– Sedan kan man tycka att det ger fel signaler. Det är inte säkert att ett företag bestående av en massa 45-åringar är det bästa.

För att upprätthålla motivationen hos de som är kvar i företaget anser Carl-Gustaf Leinar att det är viktigt att visa på långsiktighet. Genom att fortsätta

satsa på forskning och utveckling och att uppmuntra kompetensutveckling signalerar företaget framtidstro.

Svårt för facken

Den svåraste rollen i en neddragningsprocess har facken, tycker Carl-Gustaf Leinar.

De ska dels agera som advokater för dem som riskerar att bli uppsagda och dels bevaka de kvarvarandes intressen. Hur facken än gör får de kritik.

– Konjunkturer går upp och ner, säger Carl-Gustaf Leinar. Men vi är trots allt i en bransch med en grundläggande tillväxt, där det finns nya möjligheter och ny teknik. När solen kommer tillbaka är det viktigt att vi inte har agerat för kortsiktigt och krasst.

MARIA PAUES

maria@pauemedias.se



VMware-konfiguration PowerEdge 2550

- 2x1GHz processor
- 2GB RAM (4x512)
- 5x 36GB 10k rpm
- PERC 3/Di 128MB Raid controller
- 2 integrerade NIC, 1Gbit
- 2U hög i rack
- Rackskenor
- 3 års på-platsen-service

Ett utvecklingssystem blir fler med VMware* på Dell-serverar

Utvecklingsarbete kräver ofta stora resurser i form av hårdvara och administration. Med Dells serverar, tunna klienter och programvaran VMware håller Ericsson Radio Systems i Linköping på att ta fram en ny utvecklingsmiljö med målet att sänka kostnaden för serverar och administration till hälften.

Virtuell teknik med VMware

Vid Ericsson i Linköping hade man önskemål om att

- kunna frysa miljöer
- göra automatiska ominstallationer
- bevara miljöer med operativsystem och applikationer
- få versionshantering för hela miljöer

Dessutom ville man också integrera utvecklings-, mål- och testmiljö i samma maskin. Med VMware, som är en programvara utvecklad för PC, såg Fredrik Sjöstedt och Leif Engman lösningen.

Testa i Dells serverlabb

De båda systemadministratörerna ville köra programvaran mot serverar för att öka flexibiliteten och förbättra backup- och konfigureringsmöjligheterna. Då kontaktade de Dell, som bjöd in till test i Dells serverlabb på Irland. I en färdigkonfigurerad miljö med Windows NT, Linux och VMware, där VMware haft tekniker på plats för att förbereda, testade och jämförde de under en vecka prestanda på PowerEdge 2450, 6450 och 8450 med 2 till 8 processorer. VMware höll måttet och man konstaterade att det blir mest lönsamt med flera mindre serverar.

Hur en server blir flera

Med virtuell teknik kommer nyheten VMware GSX Server att få en PowerEdge 2550 att fungera som flera olika serverar. Det går också lättare och snabbare att lägga till nya serverar utan att någon behöver konfigurera och flytta över program.

Testlabb på skrivbordet

För användarnas del innebär den nya miljön att de får en kraftfull arbetsstation på sitt skrivbord med flera virtuella "PC". Nästa steg är att ersätta denna med en tunn klient som körs mot serverar. Med

denna miljö kan var och en nu både utveckla och testa från sitt eget skrivbord. Det spar mycket tid att slippa boka tid i labb och preparera testmiljön. Dessutom klarar man sig med enklare utrustning än tidigare.



Jonas Thorsell, Dell, Fredrik Sjöstedt, Ericsson Radio Systems, och Leif Engman, EIP, studerar innanmätet i en PowerEdge 2550 som är den förbättrade efterföljaren till PowerEdge 2450 som testades på Irland.

Testa själv - spara pengar

Vill även du testa VMware på Dells serverar? Ring Dell för labbtestade och optimerade konfigurationer av Dell PowerEdge och VMware. Dell är en av de största delägarna i företaget VMware och våra företag har ett mycket nära samarbete.

Ring Jonas Thorsell, Dell, tel 08-590 051 00 eller skicka e-mail till jonas_thorsell@dell.com

*Fakta om VMware Inc, Palo Alto, Kalifornien
Dell Computer Corp. investerade förra våren ca 20 miljoner dollar i företaget och är en av VMwares huvudinvestorare.

DIRECT MEANS EASY	Skräddarsytt	Inget lager	Handla direkt
	Personligt anpassade lösningar innebär att du får vad du ber om.	Betyder att du får den senaste tekniken från ledande tillverkare.	Utan mellanhänder som står mellan dig och Dell, behåller du besparingen själv.

RING Team Ericsson på 08-590 051 42/08-590 059 55

KLICKA www.dell.se

Datatjänster ska rädda operatörer

Mobiloperatörer världen över måste hitta nya inkomstkällor. Satsa på företagsmarknaden med skraddarsydda datatjänster och ingå partnerskap med tjänsteleverantörer, lyder analytikern John Delaneys heta tips.

Hela mobilbranschen står inför ett slags vändpunkt. Tidigare räckte det gott för mobiloperatörer att locka till sig nya kunder för att öka vinsten. Men nu när varje nytt abonnemang drar in allt mindre måste det till nya grepp, anser John Delaney som är expert på Mobilt Internet på analysföretaget Ovum.

– Operatörerna börjar bli medvetna om att de måste satsa på datatjänster. Och inte bara för massmarknaden utan också för företag, säger han.

Hur ska då operatörerna bete sig när de tar fram dessa specifika företagstjänster?

De kan antingen göra allt själva, eller ingå partnerskap med tjänsteleverantörer. Det sista alternativet är definitivt det enda ekonomiskt hållbara, menar John Delaney.



John Delaney

Förändring på gång

En operatör som lyckats bra med partnerskap är naturligtvis japanska NTT DoCoMo. Exemplet med DoCoMo och dess populära jätteportal i-Mode med över 28 miljoner användare börjar dock kännas ganska uttjat. När ska operatörer utanför Asien följa efter?

Visst finns det tecken på att en förändring är på gång. Till exempel sade svenska Telia Mobiles chef Anders Bruse nyligen till Kontakten att operatö-

erna måste börja skapa affärsmodeller som ger en rimlig del av vinsten till tjänsteleverantörerna.

Men vad operatörer i hela världen också måste bli bättre på är att skraddarsy tjänster för företag. Ett tag har det varit poulärt att säga att konsumentmarknaden ska driva Mobilt Internet.

– Men företagssektorn kan definitivt inte förbises. Våra undersökningar visar att det finns ett stort intresse för sådana tjänster, säger John Delaney.

Svårt att nå ut

Däremot är det lite så och så med den tekniska kunskapen till och med hos de mest tekniskt avancerade kunderna. John Delaney berättar om en IT-chef som sade att han inte var ett dugg intresserad av att investera i GPRS, "för det var bara en övergångsteknik på väg mot 3G". Men senare, när samtalet handlade om vilka mobila tjänster som stod högst i kurs, svarade samme man: flat-rate-taxa och möjlighet att vara ständigt uppkopplad.

– Precis det man kan få med GPRS, säger John Delaney.

Därför är det viktigt att operatörerna berättar vad GPRS innebär. De måste satsa på det man kan få ut av tekniken mer än på själva tekniken, anser han. Först då kommer GPRS att nå den framgång det förtjänar.

ELIN DUNÅS

elin.dunas@lme.ericsson.se

Rapporterna "WASP: A new model for exploiting the wireless Internet market" och "Why the wireless enterprise is a service opportunity" från Ovum finns på:

bic.ericsson.se

Företag tror på ökad mobilitet

Mobilitet lönar sig, visar en färsk undersökning. I synnerhet är det telekomföretag som tycker att effektiviteten ökar när medarbetarna blir mer mobila.

Totalt tillfrågades 1 200 slumpmässigt valda nordiska företag, jämnt fördelade på alla möjliga olika branscher. Knappt hälften låter en del av de anställda nå information som e-post, kalendrar och adressböcker mobilt. Hos telekomföretag är andelen dock markant högre, 76 procent.

De flesta företag tycker att mobiliteten ger stora fördelar. De anställda blir mer flexibla, verksamheten blir effektivare och servicen snabbare.

I telekombranschen hittar man flest företag som menar att mobiliteten gjort verksamheten effektivare. Men majoriteten av företagen tror att behovet av mobilitet kommer att öka under de närmaste två åren.



Medarbetarna blir mer flexibla med mobila kontor.

Undersökningen genomfördes under september och oktober av svenska Gallup på uppdrag av IBM.

ELIN DUNÅS

MOBILITET HOS FÖRETAG

De här tjänsterna är det vanligast att företagen erbjuder på distans:

- E-post
- Kalender, adressbok
- Intranät
- Gemensamma databaser
- Möjlighet att ta emot och registrera nya uppdrag, tillgång till offerter och försäljningssiffror

Källa: Gallup/IBM

Vodafone Australia jagar kostnader

Vodafone Australia ska försöka minska de fasta omkostnaderna med upp till 50 procent. Det är nödvändigt för att kunna konkurrera på sunda villkor, enligt operatören. Med



drygt 2 miljoner av 11,7 miljoner abonnenter är Vodafone Australia nummer tre bland Australiens fyra mobiloperatörer. Störst är Telstra och Optus.

Beskedet kommer samtidigt som Vodafonegruppen rapporterar ett resultat på minus 148 miljarder kronor för den senaste sexmånadersperioden.

Förlusten beror på att Vodafone liksom många konkurrenter tvingats skriva ned värdet på investeringar som gjordes när telekomkurserna stod som högst.

Vodafone:s intäkter steg med en tredjedel till 206 miljarder kronor, något under marknadens förväntningar. Av intäkterna kom 9 procent från datatrafik, jämfört med 6 procent för ett år sedan. Antalet kunder steg med 15 procent till 95,6 miljoner under sexmånadersperioden.

Video och GPS för KDDI-kunder

Japans näst största teleoperatör KDDI tar upp kampen med NTT DoCoMo och börjar erbjuda en rad nya mobila tjänster nästa månad.

Abbonenterna ska bland annat kunna skicka och ta emot rörliga bilder, samt få tillgång till så kallade positioneringstjänster. Tanken är att bereda väg inför lanseringen av 3G-tekniken CDMA2000 den 1 april nästa år.

Toshiba kommer att erbjuda telefoner försedda med både GPS (Global Positioning System) och video för tjänsten, medan Kyocera och Hitachi ska förse operatören med rena GPS-telefoner.

"Marknaden vänder redan 2002"

Marknaden för telekomutrustning må ha gått dåligt det senaste kvartalet, men redan nästa år vänder det, enligt en ny studie.

På samma sätt som euforin över framgångarna var orimligt stor, har nedgången lett till en närmast panikartad stämning, anser konsultföretaget Shosteck Group som ligger bakom studien, skriver nyhetsbyrå Reuters.

Shosteck räknar med att försäljningen av telekomutrustning stiger med mellan 4,5 och 11,2 procent nästa år jämfört med i år. Samtidigt kan de större leverantörernas ökade intresse för kassaflöde leda till att mindre uppstickarföretag får chansen att knipa åt sig marknadsandelar, enligt studien.

KPN kan skjuta upp 3G-lansering

Holländska KPN funderar på att skjuta upp lanseringen av 3G till 2003, uppger nyhetssajten Silicon.com, som fått uppgiften från källor inom företaget.

Nyheten är ett bakslag för brittiska BT och Vodafone som planerar att dela 3G-kostnader med den holländska kollegan.

Nyligen meddelade KPN att företaget ska lansera i-Mode-liknande tjänster våren 2002, och att det ska ske via GPRS-nät.



KPN:s CEO
Ad Scheepbouwer.


```
If (Result < Debts)
{
    myAss = "Grass";
    mySalary = NULL;
}
```



Tanken på att bli arbetslös kan kännas avlägsen när man har ett fast jobb och en bra lön. Men tiderna förändras – inte minst i IT-branschen. Många företag som fanns igår finns inte idag, och många duktiga medarbetare har hamnat "mellan två jobb". I samband med detta har många upptäckt att A-kassan, som ju ska ersätta 80% av lönen, bara gör det upp till det lagstadgade inkomttaket på 18 700 kronor. Det betyder att den maximala ersättning man kan få ut är 14 960 kronor i månaden (före skatt), oavsett vilken lön man har. Och det är då Sifs nya inkomstförsäkring blir värdefull. Tillsammans med A-kassan ser den till att du som tjänar lite mer också kan få 80% av din lön om du skulle bli arbetslös. Som medlem i Sif blir du automatiskt inkomstförsäkrad. Läs mer på www.sif.se eller ring 08-508 970 00.



Inkomstförsäkring:- Den största nyheten sedan A-kassan. www.sif.se

Rivstart i Japan för paketdata

Japan är världens mognaste marknad för Mobilt Internet. Där finns idag över 40 miljoner Internet-användare i NTT DoCoMo, J-Phones och KDDI:s mobila nät. När J-Phone nu inför paketdata i sitt PDC-nät så sker det med full fart från dag ett.

I skuggan av GSM och TDMA har japanska 2G-standarder PDC, Personal Digital Cellular, levt som en lokal standard på 800- och 1500 MHz-banderna. Trots detta finns det 55 miljoner PDC-abbonenter.

PDC var tidigt ute med att utveckla paketdata för att höja kapaciteten i näten. Så tidigt att operatörerna inte riktigt såg affärsmöjligheterna och allt lades på is. Men när japanerna vände sig vid DoCoMos i-Mode-tjänst som introducerades i februari 1999, och när GSM:s paketdatateknik GPRS var i full utveckling vaknade intresset för paketdata för PDC åter upp. På kort tid har man tagit fram PPDC, Packet PDC, som nu i slutet av 2001 är på väg att gå i kommersiell drift hos Japans näst största PDC-operatör J-Phone, som har licenser på 1500 MHz-bandet och cirka 11 miljoner abonnenter.

– Ericsson svarar för den stora merparten av J-Phones nya paketdatasystem, berättar Niklas Carlheim-Müller som lett PPDC-verksamheten.

Eldprov för paketdata

När J-Phones paketdatanät går igång blir det sannolikt det hittills hårdaste provet för paketdatasystem från Ericsson. I motsats till GPRS, som byggs ut successivt, kommer PPDC att ha full fart redan från starten.

I Japan finns redan Mobilt Internet i form av i-Mode, J-sky och EZ-web (från DoCoMo, J-Phone och KDDI) med miljontals användare.

– PPDC kommer att bära J-sky och ge dess användare bättre överföringshastighet och kortare uppkopplingstider, säger Viktor Berggren, som varit produktledningschef för PPDC. Vi förväntar oss därför snabbt en stor mängd abonnenter i PPDC-nätet.

Över 30 noder kommer att vara i drift från första

dagen och i ett landstäckande nät ha kapacitet att betjäna cirka sju miljoner användare.

Parallellt med 3G

Det är trångt i PDC-näten idag. Med PPDC kommer dyrbara resurser som idag används för J-sky att frigöras och kunna användas för tal. När WCDMA väl är på plats finns stora möjligheter för PPDC för tillämpningar som inte kräver den bandbredd som 3G ger, men som har höga krav på täckning.

PPDC blir då ett värdefullt komplement till WCDMA. En tillämpning som nämnts är kommunikation mellan maskiner.

– Vi tror att abonnenttillväxten för PPDC avstannar först kring 2005, säger Niklas Carlheim-Müller.

PPDC påminner om GPRS, men har en enklare arkitektur. GPRS är byggt för att möta kraven från flera operatörer med olika behov, medan PPDC ska tillmötesgå en operatörs behov vilket givit större frihet att välja enklare lösningar.

PDC använder sig av tre tidluckor på en 25 MHz kanal. Om alla tre tidluckorna används för paketdata blir den maximala överföringshastigheten 28,8 kilobit per sekund.

Att PPDC kräver nya terminaler betyder inte så mycket, eftersom omsättningen på terminaler är mycket hög i Japan.

Flera enheter inom Ericsson har varit involverade; Eurolab i Tyskland där Andreas Daun tar över produktansvaret, och ERA i Kista. Plattformen kommer från Göteborg och programvaran för basstationerna har utvecklats i Karlstad och Charging Servern i Ronneby.



Niklas Carlheim-Müller



Andreas Daun

LARS CEDERQUIST

lars.cederquist@lme.ericsson.se

PAKETDATA ÖVER INTERNET I JAPANSKA PPDC

Basstationen får fast förbindelse med den nya paketdatanoden och Internet via (VMSC) befintlig växel för kretskopplad trafik.

I paketdatanätet ingår en växel PMSC och två supportnoder NOC och CHSe.

CHSe = Charging Server
NOC = Network Operation Centre
PMSC = Packet Mobile Switching Centre

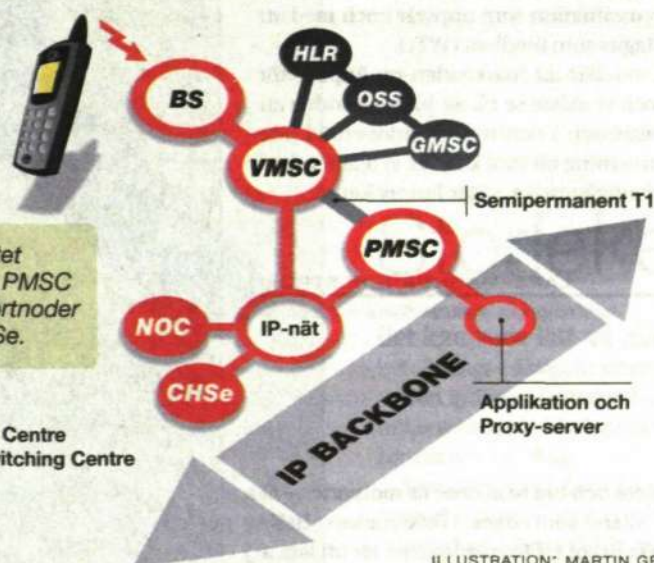
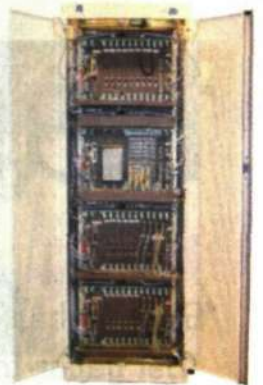


ILLUSTRATION: MARTIN GRADÉN

Eget och inköpt i unik mix

Ericssons tredje version av serverplattformen TSP är en unik mix av inköpta processorer i en egenutvecklad telekommiljö med mycket hög kapacitet.

TSP är Ericssons serverplattform för tjänster och styrning av näten. Exempel på TSP-tillämpningar är abonnentdatabasen HLR, Home Location Register, för mobilnäten samt trippelnoden AAA, Authentication, Authorization, Accounting och servrar för multimedia i de nya 3G-näten. Ericssons plattformsbolag CCND (Core unit Core Network Development) kunde den 18 oktober lansera den tredje generationen av TSP-hårdvara kallad TSP 3.0



TSP har sedan starten 1997 arbetat med öppna kommersiella produkter i kombination med egenutvecklade programvara för de vitalaste egenskaperna i plattformen. Det som ger den unika robustheten, skalbarheten och möjligheten att arbeta med olika processorer och operativsystem är ett paket av programvara kallat TelORB.

Svår balansgång

Den svåra uppgiften för TSP är att låta plattformen utnyttja den snabba utveckling som sker på den öppna marknaden, samtidigt som man måste kunna garantera och testa att all hårdvara uppfyller de mycket höga krav på driftsäkerhet som gäller för telenäten.

– Det som verkligen ger oss en konkurrensfördel är att vi kombinerar vår serverplattform med infrastruktur konstruerad för AXE, som är världens mest utbredda växelsystem, säger Michael Arnsten på Ericssons utvecklingsbolag för systemplattformar.

– Det gör vi för att kunna bygga riktigt stora servrar med hög tillgänglighet. Infrastrukturen från AXE ger nämligen unika telekomegenskaper och genom att återanvända produkter från AXE-plattformen, som görs i stora volymer, kan vi sänka priserna och snabbare få ut produkter på marknaden.

Standardmagasin

TSP 3.0 är den första produkt som använder det generiska magasinet, GEM, som även kommer att användas i AXE 810. GEM arbetar med gemensamma komponenter, till exempel magasinstryck, kraftförsörjning och kylning. GEM gör det möjligt att med ett standardiserat gränssnitt blanda kort från olika leverantörer (till exempel Sun och Intel) med egen utvecklad teknik i samma byggsätt. I de två första generationerna byggdes TSP på ett bakplan som gjorde att man blev beroende av en viss leverantör, men detta undviks nu genom att korten, oftast baserade på cPCI-standard, kapslas in och isoleras från övriga systemet. Inkapslingen gör det också lättare att uppfylla de elektromagnetiska strålningskraven samt att undvika att ett fel på ett kort påverkar hela systemet.

I nästa generation, TSP 4, som ska släppas i mars 2002 och sikta in sig på IP-applikationer, kommer TSP att gå över från Solaris till Linux. De nya IP-protokollen kommer ofta först på Linux och det kommer då att bli möjligt att skapa en homogenare plattform.

LARS CEDERQUIST

Lagarbete bakom framgång

"Självs är bäste dräng" lyder ordspråket i Sverige.

Det gäller inte i Kina. Här är en sak viktigare än det mesta när det gäller affärer: Lagarbete.

Varje enskild medarbetarens insats är otroligt viktig i vår organisation för att vi ska få kunden att fatta beslut som är till vår fördel. Det säger Jimmy Kam som är biträdande chef för Ericssons affärer med China Mobile.

China Mobile är världens största mobiloperatör – med över hundra miljoner abonnenter och 114 500 anställda. På den nationella nivån finns moderbolaget och ute i landet provinsiella bolag, till exempel Sichuan Mobile eller Guangdong Mobile. Även inom de olika nivåerna är organisationen jättelik. Men dotterbolagen fattar inte de stora besluten självständigt. Därför måste Ericssons organisation vara uppbyggd på motsvarande sätt som kundens.

– Det finns inte en person eller ens en avdelning som har makten att helt styra det slutgiltiga beslutet. Därför måste vi arbeta längs hela kedjan av beslutsfattare, från provinsnivån upp till huvudkontoret. Det kan vara sex eller åtta nivåer av beslutsfattare inom teknik, försäljning eller toppchefer och detta måste ske samtidigt på ett koordinerat sätt, säger Jimmy Kam.

För även om ingen ensam har makten att säga ja till ett avtal är det många som har makten att stjälpa affären.

– Det är därför som allas insatser är så viktiga, vare sig det handlar om teknik, produktdimensionering, försäljning eller after sales support.

Om försäljningssiffror är ett bra mått på hur man lyckas, får arbetet högsta betyg: Ericsson har 40 procent av mobilsystemsmarknaden och Kina är Ericssons största enskilda marknad. Viktigt i arbetet med kunden är också att bygga relationer.



Li Xiangping

– Att vi kan erbjuda rätt teknisk lösning är nummer ett, men sedan handlar det om relationer för att göra affärer, säger Li Xiangping, chef för Region Norr i Kina. Det handlar om att förstå nyckelpersoner, deras personliga agenda och vilka ambitioner de har. Folk flyttas mycket inom China Mobile och vi måste vara insatta i vad som händer.

Här har key account managern, "Kamen", en nyckelroll. Kamarna är placerade i något av Ericssons 26 provinskontor och är ofta från trakten. Det är de som har kontakt med och koll på kundens representanter i provinsen.

Eller som Jan Malm, vd för Ericsson i Kina, uttrycker det:

– I västerländska ögon kan det synas vara en komplicerad affärsmodell, men det handlar om att bygga relationer och ta hänsyn. Det är inte många som kan ge dig en affär, men det är många som kan förstöra, så det gäller att ha bra relationer med alla.

Men det är också sant att framgång föder framgång och har man en gång bra relationer med kunden och har visat att man uppfyller sina åtaganden kan det vara lättare när man ska göra affärer nästa gång.

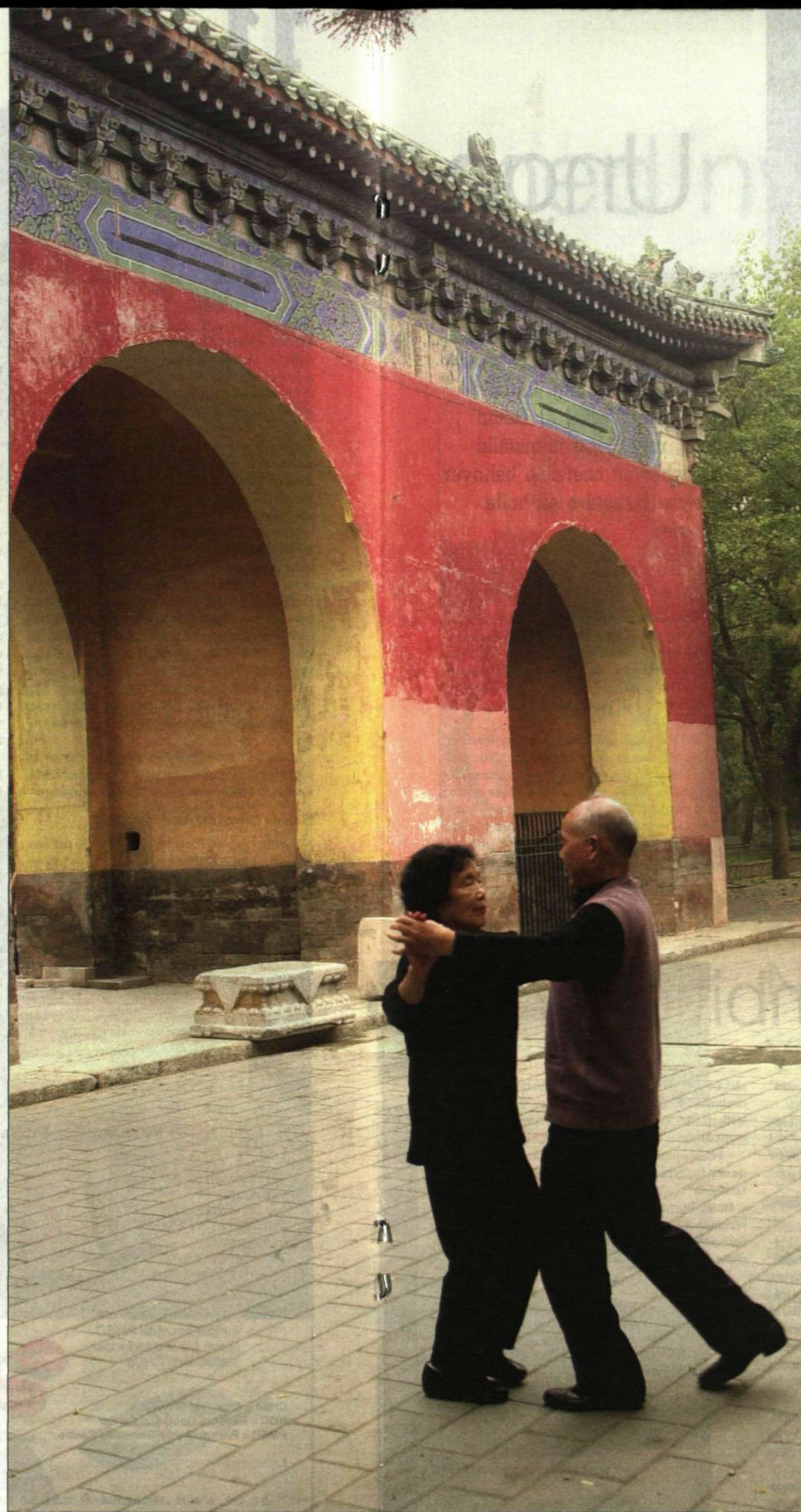
Jimmy Kam och China Mobile-gruppen har nu flera viktiga uppgifter att lösa. Dels vill man hjälpa China Mobile att göra Mobilt Internet till en framgång, dels väntas China Mobile komma med en begäran om 3G-offerter nästa år.

En tredje uppgift är att stödja China Mobile i den nya konkurrenssituation som uppstår i och med att Kina nu upptagits som medlem i WTO.

– Inträdet innebär att marknaden nu öppnas för nya aktörer och vi måste se till att hjälpa kunden att hävda sina intressen i den nya situationen. Vi inte bara säljer utrustning till våra kunder, vi hjälper dem också att bli framgångsrika, säger Jimmy Kam.

LARS-MAGNUS KIHLESTRÖM
lars-magnus.kihlestrom@lme.ericsson.se

Samarbete och bra relationer till motparten – lika viktigt i affärer som i dans. I Ritanparken i Beijing samlas människor på förmiddagarna för att lära sig nya steg och för att ta en svängom.



Kundrelationer – en klassfråga

Ska man komma överens om miljardkontrakt krävs bra relationer. I Kina knyter man dessa vänskapsband på skolbänken.

I Kina är utbildning ett medel i konkurrensen om kunderna. Vid sidan av internutbildning erbjuder därför Ericsson China Academy magisterexamina i internationell management och infocom management.

Av studenterna är en femtedel Ericsson-anställda, resten är anställda av någon av operatörerna.

– Dels hjälper vi operatörerna att utbilda kompetenta chefer inom deras organisationer. På så sätt kan vi också bidra till utvecklingen av landet och marknaden som helhet. Dels får vi möjlighet att lära känna våra kunder bättre och de lär känna oss och modern företagsledning, berättar Joyce Ma, som är chef för Ericsson China Academy.

Och relationsbyggande är viktigt i landet. Utan relationer inga affärer.

Utbildningen ges i samarbete med Fudanuniversitetet i Shanghai samt handelshögskolan BI i Norge och Australian National University. Hittills har 300 studenter examinerats sedan starten 1998.

– För mig har det gett möjligheten att få en relation med kunden. Det hjälper mig i mitt jobb som marknadsföringschef, säger Benson Hua. Dessutom innebär förstås utbildningen i sig att jag blir mer kompetent i mitt jobb.

Ericsson var först med att starta den här typen av utbildning, men idag har det blivit närmast dragkamp om att få bekosta utbildningen av kundernas anställda. Nokia, Siemens, Alcatel och Motorola har alla startat egna varianter av China Academy.

Cheng Yunping arbetar med marknads- och



Benson Hua, Lin Jia och Cheng Yunping ser flera fördelar med Ericsson China Academy.

FOTO: LARS-MAGNUS KIHLESTRÖM

säljstöd och är en av 200 som går magisterutbildningen idag.

– Kina genomgår stora förändringar, från kommunism till marknadsekonomi. För tio år sedan var det svårt att tala med kunder om projektplanering och affärsmodeller. Ofta visste de inte vad man menade. Med den här utbildningen får vi och kunden ett gemensamt språk som gör det lättare att tala med varandra. Vi förstår vad kunden vill ha och kunden förstår vad vi kan erbjuda på ett helt annat sätt idag.

För utbildningen går ut på ledning och organisation av moderna företag. Som en av deltagarna Lin Jia, planeringschef för China Telecom i GuangXi, säger:

– Jag tog examen i mars, och även om det självklart är en del fakta som fallit bort, har mitt sinne helt förändrats.

LARS-MAGNUS KIHLESTRÖM

Storleken har betydelse

Det kan vara lätt att glömma hur otroligt stort Kina är. Faktum är att landets 31 provinser befolkningsmässigt är större än många nationer.

Den sydliga provinsen Guangdong med huvudstaden Guangzhou, till exempel, har över 86 miljoner invånare och 42 olika folkslag. Jiangsu, i östra Kina, har 74 miljoner invånare och en kust som är 100 mil lång.

Den största av Ericssons tre regioner i landet, den norra, omfattar 15 provinser med en befolkning på sammanlagt 500 miljoner människor, fler än i hela EU-området, där det bor 375 miljoner människor. Största EU-landet Tyskland har 82 miljoner invånare.

Till ytan är Kina något större än USA (9,6 jämfört med 9,4 miljoner kvadratkilometer).



På bilden syns knappt hälften av Youth Advisory Team, gruppen som ska hjälpa ledningen med nya infallsvinklar. Telefonkonferensen är mötesformen. FOTO: ECKE KÜLLER

Unga

Nya, fräscha infallsvinklar och annorlunda lösningar. Det är vad ungdomarna i Youth Advisory Team kan bidra med till Ericssons ledning. Initiativtagare till nätverket är David Ekberg, ung Ericssonanställd som tycker att cheferna behöver yngre medarbetare att bolla idéer med.

– När Concorden skulle byggas lades mycken möda och pengar på att konstruera en böjbar nos så att piloten skulle kunna se landningsbanan. Ingen tänkte på att man kunde få samma resultat både enklare och billigare genom att placera cockpit under nosen, berättar David Ekberg apropå att våga tänka annorlunda.

Han är initiativtagare till Youth Advisory Team, ett globalt nätverk bestående av Ericssonanställda mellan 25 och 30 som ska fungera som rådgivare, idésprutor och bollplank för Ericssons högre chefer. Och nyckelordet är just att våga tänka annorlunda.

– Yngre människor kan komma med helt nya lösningar som ingen har tänkt på förut. De är mer benägna att ifrågasätta, och har ofta en total oräddhet

Paula har höga ambitioner

I Ericssons ungdomsråd Youth Advisory Team sitter ambitiösa ungdomar från alla delar av världen. En av dem är Paula Burnet, som redan har låtit sitt lokalbolag i Kanada ta del av de idéer som genereras på gruppens möten.

Paula Burnet är 27 år och jobbar som projektledare på Ericsson i Kanada. När hon blev utvald till att delta i Ericssons ungdomsråd blev hon både glad och smickrad.

– Det kändes fantastiskt att få den här chansen att utvecklas inom företaget. Jag har höga mål och förväntningar på mig själv och är alltid intresserad av att komma framåt, säger hon.

Paula Burnet började sin karriär som praktikant på Ericsson för fyra år sedan, när hon fortfarande läste på universitetet. Fast anställning fick hon 1999.

Samma år vann hon utmärkelsen "Presidents Award" för sina prestationer inom Kundnöjdhetsrådet.

– Jag tror att det är en bidragande orsak till att jag valdes in i Ungdomsrådet. Sen har det säkert en del att göra med min personlighet. Jag är mycket öppen och lätt att lära känna, och pratar gärna med folk, säger Paula Burnet.

Anordnade en tävling

Ett direkt resultat av hennes inblandning i Ungdomsrådet har redan märkts på Ericsson i Kanada. Ett av de första förslagen gruppen lade fram var en idélåda för anställdas besparingsförslag. Detta inspirerade Paula Burnet att organisera en tävling bland anställda på Kanadabolaget, som efterlyste förslag på hur varje anställd kan spara fem dollar om dagen.

– Jag ville ta ner det på den nivån för att göra de anställda mer delaktiga i besparingsprogrammet. Vi fick in en massa bra förslag, allt ifrån att sluta använda engångsmuggar på fikarasterna till att arbeta mindre övertid.

En länk mellan chefer och anställda

När det gäller Ungdomsrådets roll i organisationen hoppas hon att den kan bidra inte bara med goda

råd, utan även med återkoppling från de anställda till cheferna. Medlemmarna i gruppen sitter på olika ställen i världen och kan känna av stämningarna i organisationen.

– Förhoppningsvis kan vi förmedla det till cheferna och fungera som en slags länk mellan dem och de anställda.

Paula Burnet tycker att det ska bli kul att lära känna ledningsgruppen lite bättre, men framför allt ser hon fram emot att få träffa de andra i Ungdomsrådet och lära känna dem.

– Hittills har vi bara haft telefonkonferenser. Jag för min del föredrar det personliga mötet, så jag tycker att det ska bli väldigt kul när vi alla får träffas på riktigt.

TONYA LILBURN

Paula Burnet ser fram emot att lära känna ledningen lite bättre.

FOTO: ORLA MCKENNA

med nya perspektiv

när det gäller nya ideer, säger David Ekberg, själv 26 år och affärscontroller på marknadsområdet EMA (Europa, Mellanöstern och Afrika).

Driver egna frågor

Tidigare på dagen har han suttit i telefonkonferens med de andra i nätverket. Än så länge har de bara



hunnit med två möten, men David Ekberg är nöjd med hur det hela utvecklar sig.

– Jag ingår på sätt och vis i gruppen och har väl lite av en ledarroll. Tanken är att inte begränsa för mycket, utan låta medlemmarna själva komma med de frågor som de vill driva.

På mötena arbetar gruppen med att identifiera problem och diskutera lösningar. Sedan utarbetar de ett konkret förslag som någon eller några presenterar för berörd chef. Och det finns redan påtagliga resultat av gruppens arbete. Ett exempel är idélådan på Inside Ericsson där anställda kan lämna förslag på hur företaget ska spara pengar.

– Vi tyckte att besparingsprogrammet skulle ta till vara på den kreativitet som finns hos anställda, så vi lade fram förslaget om idélådan till berörda chefer och två dagar senare hade vi webbsidan uppe, säger David Ekberg.

Speglar koncernen

Medlemmarna i ungdomsrådet kommer från alla delar av Ericssonkoncernen, och nomineras av respektive ledningsgrupp. Det slutliga urvalet gör David Ekberg tillsammans med Pär-Anders Pehrson, ansvarig för ledarskapsutveckling inom Ericsson.

David Ekberg tycker att cheferna behöver sparringpartners att bolla idéer med.

– Det viktigaste kriterierna är att det ska vara allmänt duktiga personer, som levererar resultat. Sen ska de förstås vara intresserade av att företaget utvecklas positivt, och gilla att vara med och driva förändring, säger Pär-Anders Pehrson.

De försöker sätta ihop en grupp som speglar Ericssons organisation både när det gäller geografisk spridning och könsfördelning. Resultatet är en ung panel bestående av nio killar och fem tjejer från sju olika länder. Tanken är att de ska bytas ut successivt så att gruppen inte stagnerar.

– Ungefär ett år är lagom, då hinner man vara med och presentera och driva fram en idé. Sedan är det dags att lämna plats för andra, tycker Pär-Anders Pehrson.

Kompletterar ledarprogram

På Ericsson brukar man inte börja utbilda folk för chefsrollen förrän de hunnit lite längre i karriären. Pär-Anders Pehrson vill inte gå så långt som att säga att ungdomsrådet är en plantskola för unga chefsämnen, men han ser det som ett utmärkt komplement till de befintliga ledarskapsprogrammen, och ett bra sätt att utveckla även yngre förmågor inom koncernen.

– De får tidigt tillfälle att skaffa ett globalt nätverk, och lära sig arbeta över tidszoner, och det är saker som man har nytta av som chef. Även om det inte är det direkta syftet så hoppas jag naturligtvis på att få se medlemmarna i ungdomsrådet på höga positioner inom Ericsson i framtiden.

TONYA LILBURN

tonya.lilburn@lme.ericsson.se

Nya idéer vitaliserar verksamheten

Unga människor har ofta mer kreativa idéer, eftersom de är mindre belastade av historia och tradition. Det tycker Ingemar Blomqvist, vice vd på Ericsson, som själv har en hel del erfarenhet av att få råd av den yngre generationen.

Ett av de första projekt som Ericssons ungdomsråd genomförde var att stödja besparingsprogrammet genom att inrätta en idélåda för anställda att skicka in sina besparingsförslag.

Ingemar Blomqvist är ansvarig för besparingsprogrammet, och detta är inte första gången han får hjälp från yngre förmågor.

– När jag jobbade som vd för Ericsson Radio Messaging fick mina barn komma och prya. De fick hjälpa till med kopiering och lite lättare jobb, och det

dröjde inte länge förrän de började ifrågasätta rutinerna och komma med förslag om förbättringar.

Han tror att ungdomar ofta kan se med nya ögon på sånt som äldre tycker är självklart. De är inte tyngda av historien och kan hitta andra sätt att göra saker. Unga har även en fördel genom att de är uppväxta med den nya tekniken. Datorer och IT ingår i deras livsstil på ett annat sätt, och de är vana vid att använda dessa i arbetet, säger Ingemar Blomqvist.

Han betonar dock att arbetslivserfarenhet betyder mycket och att det finns gott om kreativitet bland de som är äldre också.

– Jag tror att många äldre kan spöras av att nya idéer kommer fram, det vitaliserar verksamheten och skapar ett större engagemang bland alla.



Ingemar Blomqvist

TONYA LILBURN



En för alla, alla

Det nybildade marknadsområdet DACH (Deutschland, Austria and Switzerland) rivstartar för att säkra framtida försäljning. Flera intressanta projekt pågår tillsammans med nätverksoperatörerna för att utöka affärerna och hitta nya affärsmöjligheter.

Den första september i år slogs de tre marknadsbolagen Tyskland, Österrike och Schweiz tillsammans med lilla furstendömet Liechtenstein ihop till ett marknadsområde. Ökad konkurrenskraft, tydligare kundfokus och betydande kostnadsbesparingar är de främsta drivkrafterna bakom samgåendet.

– Vi har sagt att vi ska öka våra sammanlagda marknadsbidrag med 40 procent innan årsslutet, jämfört med vad de enskilda länderna satte upp som originalmål i början av året. De senaste prognoserna visar att vi för närvarande till och med överträffar detta mål, säger Kristian Teär, chef för marknadsområdet.

Han vill inte avslöja exakt hur stora summor det

handlar om totalt, men säger att det i slutändan rör sig om miljardbelopp i intäkter.

– Vi har haft ett framgångsrikt år i hela regionen, vi har skrivit ett antal nya kontrakt och även knutit till oss nya kunder. Från början arbetade vi med två mobiloperatörer, idag har vi totalt nio mobiloperatörer som kunder, samt ett flertal kunder på fasta nät.

Men samgåendet påverkar också det totala antalet Ericssonanställda i regionen. Innan årsskiftet ska personalen ha reducerats från drygt 1 500 till 900 personer. Samtliga varsel är genomförda och många har redan lämnat sina arbeten. När den nya organisationsstrukturen är klar tar ett nytt arbetssätt vid, säger Kristian Teär.

– Inriktningen kommer i betydligt högre grad än tidigare att ligga på våra kunder. Vi har nu möjlighet att ta ett samlat grepp om kunderna som en enda organisation, vilket är en stor fördel.

Sammanslagningen medför att en rad frågor uppstår, exempelvis hur det dagliga arbetet påverkas av att Schweiz inte är medlem av EU.

Arbetsstillstånd svårare

– I princip påverkar det oss ingenting. Vi är dock tvungna att göra en del saker annorlunda i Schweiz. Arbetsstillstånd är exempelvis svårare att få beviljat i Schweiz jämfört med inom EU. Men det är bara små detaljer som egentligen inte påverkar helheten, säger han.

Däremot gäller det att undvika att Österrike, Schweiz och Liechtenstein hamnar i skuggan av

Tyskland, som är den avgjort största individuella marknaden inom det nya marknadsområdet.

– Vi är medvetna om att den risken finns, men vårt mål är att skapa ett mångkulturellt marknadsområde som ser till hela regionens intresse. Vi har satt samman en ledningsgrupp som känns mycket välbalanserad med representanter från alla länder.

Kristian Teär anser att hans marknadsområde står inför tre stora utmaningar.

– Volymen i affärerna måste upp, vi ska hålla nere kostnaderna och samtidigt bli effektivare i vårt dagliga arbete.

Blir kostnadseffektivt

– Kostnadsbesparingar och effektivitet går oftast hand i hand. Vi ser hela tiden över vad vi kan bli bättre på. Ett exempel är att vi har koncentrerat vår supportverksamheten inom Multi Service Network till Bern i Schweiz, i stället för att som förut låta varje land ha sin enskilda supportverksamhet. Det blir en

DACH

DACH bildades den 1 september 2001, av de tidigare marknadsområdena Tyskland, Österrike och Schweiz samt Liechtenstein, och har sitt huvudkontor i tyska staden Düsseldorf. Totalt 9 000 personer kommer att jobba inom DACH.

Idéerna strömmar in

Vision program voice är det av Ericssons samarbetsprojekt med mobiloperatörerna som har kommit längst.

– Vårt mål är att se till så att minutanvändandet av mobiltelefoner i kundernas nät ökar och enda sättet att lyckas med detta är att få slutkonsumenterna att använda sina mobiltelefoner mera, säger Otto Kugler, ansvarig för Vision program voice på Ericsson.

– Vi behöver all hjälp vi kan få från våra medarbetare, i form av förslag och idéer på både mobiltjänster och andra lösningar som kan öka minutanvändandet, säger han.

Resultatet över förväntan

För en dryg månad sedan anordnade Ericsson i Tyskland en förslagsävling bland de anställda inom hela marknadsområde DACH. Målet var att få in så många kreativa förslag som möjligt och resultatet blev över förväntan.

– Vi har hittills fått in över 400 förslag, vilket är helt fantastiskt och innebär att vi har ett ordentligt urval att utgå ifrån, säger Otto Kugler.

Utvärderar förslagen

Just nu pågår en omfattande utvärdering tillsammans med operatörerna av vilka bidrag som är värda att gå vidare med.

– Jag kan avslöja att det finns en hel del mycket bra förslag. Nu studerar vi vilka som går att genomföra och vad det får för konsekvenser, både för oss och operatörerna.



Otto Kugler

för DACH

kostnadsbesparing på flera hundra miljoner kronor, säger han.

Tre olika projekt

För att få upp volymen i affärerna krävs dock en långsiktig och noga genomtänkt strategi. Marknadsområdet bedriver för närvarande tre intressanta program för att säkra framtida tillväxt och försäljning av telekomutrustning. Projekten drivs i tätt samarbete med de två största kunderna D2 Vodafone och Swisscom och går under samlingsnamnet "Vision Program": Vision voice, för att öka trafiken i kundernas mobilnät, Vision mobile data Internet, för att öka användandet av tjänster inom Mobilt Internet och

Vision network perfection, med syfte att lyfta fram Ericsson som det bästa servicealternativet för kunden.

– Vi tror att genom att hjälpa kunderna med idéer och verktyg för att öka deras trafik i näten, följer behovet av ökad kapacitet för att driva näten. Då kommer de förhoppningsvis att köpa denna utrustning av oss.

Ericsson och representanter från operatörerna har tillsammans bildat styrgrupper för att utveckla idéer

och tillvarata de förslag som kommer in från olika håll.

– Operatörerna tror mycket på de här arbetssätten och har höga förväntningar på resultatet. Det är dessutom ett ypperligt tillfälle för både oss och operatörerna att lära sig varandras sida av telekombranschen.

JENZ NILSSON

jenz.nilsson@ime.ericsson.se



ILLUSTRATION: HELENA HALVARSSON

Operatörerna välkomnar samarbete

Mobiloperatören D2 Vodafone i Tyskland befinner sig i likhet med många andra operatörer runt om i världen i en affärsmässig stiltje i väntan på 3G. Samarbetet med Ericsson välkomnas varmt och stärker förhoppningarna om framtiden.

– För oss är det här samarbetet utmärkt av flera olika skäl. Dels ger det oss en möjlighet att utöka trafiken i våra existerande produkter och att skapa nya tjänster åt våra kunder. Dels får vi tillgång till marknader där Ericsson funnits länge och är ett väl

ansett företag, säger Dr Oliver Mauss, chef för produktmarknadsföringen på D2 Vodafone.

Tacksamma för tips och råd

– Vad vi hoppas på är att få tips och inspiration av hur mobila tjänster används av konsumenterna på andra marknader. Då kan vi lära oss av dem och i vår tur lära våra konsumenter att använda dessa tjänster, säger han.

Att ha rätt 3G-utrustning samt att ha till-

räckligt med abonnenter som utnyttjar nätverken blir två avgörande faktorer för operatörernas överlevnad när tredje generationens mobiltelefoni etablerat sig på allvar. På D2 Vodafone fruktar man inte övergången från 2G till 3G.

Höga förväntningar

– Vi är inte rädda men känner att vi har en stor utmaning framför oss. Mobilt Internet är någonting som påverkar varje enskild del av företaget, från produktutveckling till försäljning. Det gäller för oss att hantera omställningen på rätt sätt så att vi har rätt utrustning och kan sätta igång med 3G i tid, säger han.

– Förväntningarna från allmänheten är höga, människor har hört talas om Mobilt Internet ett bra tag nu och vi har inte råd med några förseningar. Samtidigt har vi själva stora förväntningar och många idéer, och ser enorma affärsmöjligheter inom 3G, säger Oliver Mauss.



Kristian Teär



Oliver Mauss

JENZ NILSSON

JENZ NILSSON

Knowledge makes all the difference.

Ericsson University, your guide to knowledge, networking and learning. All in one place.

Ericsson University is the new corporate university for providing outstanding competence and knowledge sharing for all employees worldwide. Based on your professional role and Ericsson strategies, the University will help you acquire the best knowledge available in the industry and

provide exceptional long-term learning opportunities. We offer you many ways to deepen your knowledge in a wide variety of competence areas, ranging from gaining a basic understanding of a subject to an extensive core curriculum. Our training methods include web-based learning,

mentoring, coaching, and instructor-led training. All our methods promote interaction and personalized learning.

Welcome to Ericsson University

university.ericsson.se

ERICSSON

Till havs med säkert abonnemang

– Vi går längs hela svenska kusten och för att vara säkra på att ha bra täckning även långt ute till havs har vi ett NMT 450-abonnemang. Det berättar Håkan Norenvik, kapten på bogserbåten Urax, med hemmahamn i Stockholm.

I Sverige finns i dag 140 000 NMT 450-abonnenter – en av dem är företaget Mark & Bogser i Stockholm AB som äger bogserbåten Urax.

– Vi köpte båten för ungefär ett år sedan och beslöt då att behålla det NMT 450-abonnemang som fanns. Det är viktigt både för vår verksamhet och för säkerheten att vi har tillgång till telefon. Det har vi genom att NMT 450-nätet har så bra täckning. Händer något så att vår komradio VHF inte fungerar har vi också NMT-telefonen som en extra säkerhet, säger Håkan Norenvik.

Bogserbåten Urax byggdes 1914 och gick under många år med timmersläp längs svenska kusten. Tidigare var hemmahamnen Utö i Stockholms skärgård.

För ungefär ett år sedan bytte Urax ägare och hemmahamnen är nu Stockholm. Det betyder rätt många uppdrag i Stockholms skärgård.

– Här går det ofta bra att använda GSM, men kommer vi längre ut till havs är det NMT 450 som gäller. Speciellt bra är det när vi går över till Gotland, förklarar Håkan Norenvik.

Nu hoppas han på en riktig vinter med sträng kyla. Anledningen är att Urax fått kontrakt på isbrytning i Södertälje hamn hela vintern.

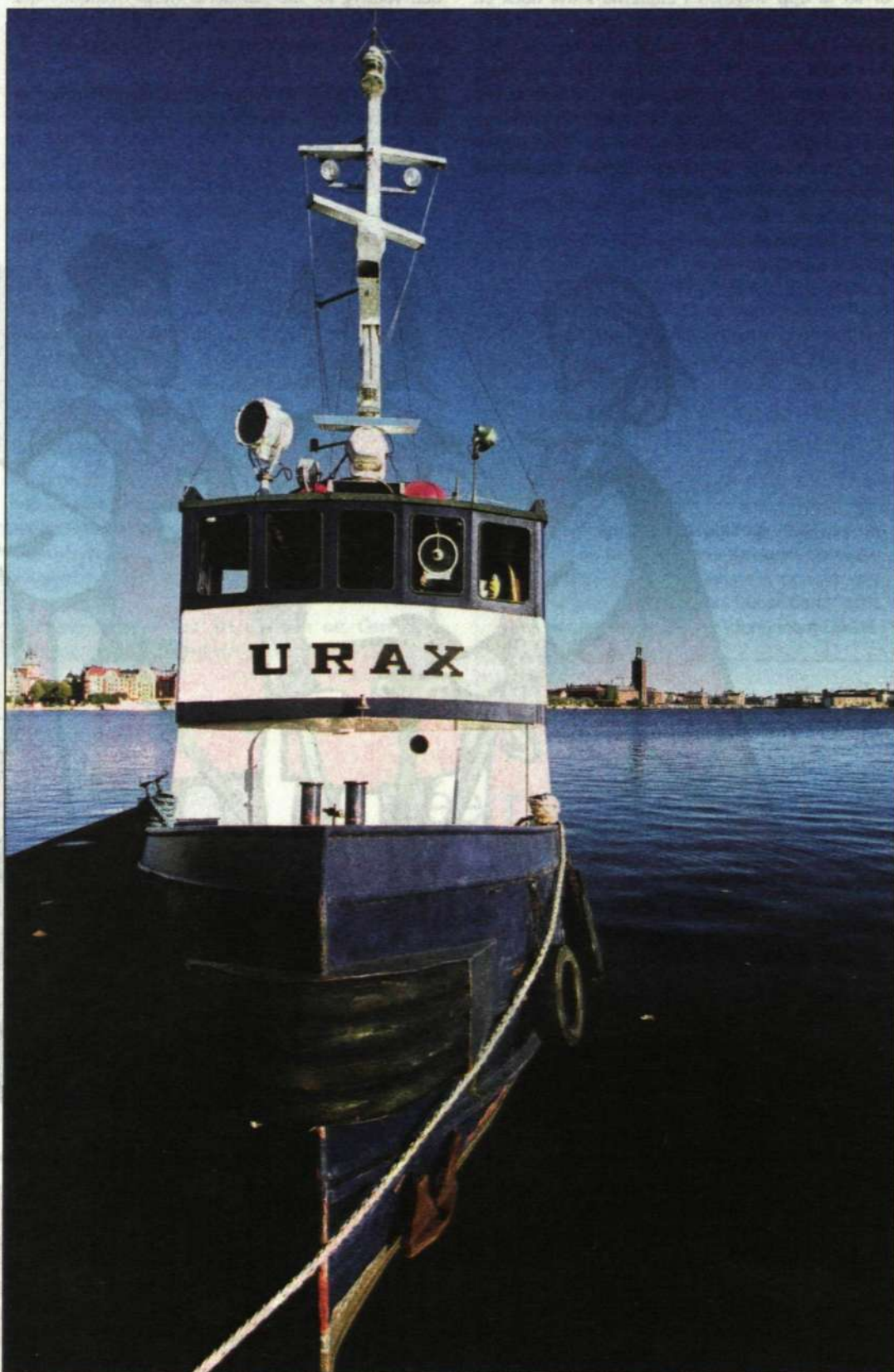
– NMT 450-telefonen är inte bara bra ute till havs. Jag tycker om att vistas i fjällen och där fungerar den också utmärkt, säger Håkan Norenvik.

GUNILLA TAMM

gunilla.tamm@lme.ericsson.se

Många av fraktoppdragen får bogserbåten Urax via NMT 450-telefonen, som har bra täckning längs hela svenska kusten och även ute till havs.

FOTO: ECKE KÜLLER



**OK IDT, hur skall jag få tag i en processor för
att hantera både tal och data**

Använd vår kommunikations processor RC32355:
ATM, Ethernet, USB, TDM-gränssnitt
Högpresterande 32-bits processor

IDT

www.idt.com
idteurope@idt.com

Tjugoårigt system still going strong

Först, störst och sist. Tre ord som stämmer bra på mobiltelesystemet NMT 450 och Ericsson. Sist betyder dock inte att systemet spelat ut sin roll. Med mycket stor yttäckning har NMT 450-systemet sina givna användare i bland annat glesbygd. Största marknaden med 350 000 abonnenter finns idag i Ryssland.

I oktober för 20 år sedan togs NMT 450-systemet i drift i Sverige. Samma år levererade Svenska Radio Aktiebolaget, nuvarande Ericsson Radio Systems, det första NMT 450-systemet till Saudiarabien, en order som skulle följas av många fler.

Några år senare introducerades NMT 900 till vilket de första ficktelefonerna utvecklades. I december förra året lade Telia ned detta system och abonnenterna flyttades över till GSM-systemet. Några planer på att lägga ned NMT 450 i Sverige finns inte.

– Här är det framför allt yrkesfolk inom skogsindustrin och på åkerier som använder systemet. Dessutom finns det många abonnenter bland båtfolk och stugägare, berättar Torbjörn Ståhl, ansvarig för NMT/TACS-lösningar på Ericsson.

Med samma antal basstationer har NMT 450



Torbjörn Ståhl, ansvarig för NMT/TACS-lösningar på Ericsson, anser inte att NMT 450-systemet har spelat ut sin roll.

FOTO: GUNILLA TAMM

dubbla täckningen mot GSM. I Sverige har NMT 450 blivit ett mobiltelesystem för glesbygden.

Systemet är inte bara i drift i Skandinavien utan även i Östeuropa, inklusive Ryssland. Andra länder är Malaysia, Marocko och Tunisien, dit Ericsson levererat system.

– För tjugo år sedan var vi först och nu är vi sist att leverera utrustning för NMT 450. Kring årsskiftet går den sista leveransen från Flextronics fabrik i Visby. Men det betyder inte att systemet är dött, säger Torbjörn Ståhl och förklarar:

– Näten går att uppdatera och det vi nu säljer är programvara och tjänster. Många av de tjänster som finns i GSM-nätet finns också i NMT 450. Dit hör till exempel så kallad prepaid, betalkort.

Idag går det att använda NMT 450-systemet mobilt kan det ersätta det fasta telenätet. Så har skett på landsbygden i Litauen, där 30 000 abonnenter fått det fasta telenätet utbytt mot NMT 450-systemet. I Polen finns planer på att göra likadant.

Ryssland har det största NMT 450-nätet med över 350 000 abonnenter. En anledning till att systemet är så pass vanligt i Östeuropa är att 900 MHz-frekvenserna blev lediga för civil trafik relativt sent i dessa länder.

– NMT 450 är fortfarande en lönsam verksamhet för Ericsson och så länge den är det kommer vi att fortsätta sälja programvara och tjänster. Det finns marknader där bara ett fåtal av möjligheterna med NMT 450 utnyttjas. Efter tjugo år med systemet har vi stor kompetens här på Ericsson, avslutar Torbjörn Ståhl.

GUNILLA TAMM

•• The telecom professionals •••

Rittal – Er kompletta mekanikleverantör inom mekanik för datacom / IP / 3G / GSM / internet- / bredbandsapplikationer

Kompromisslösa lösningar

19"-kabinett

- Flexibelt, modulärt, anpassningsbart
- För nätverk och servrar
- Säkrad ström, säkrad klimatisering, övervakning
- Kompatibla med alla servermärken

**Ett företag som hjälper Er från början till slut.
Nya kabinett för ny teknik.**

Tel. 08-680 74 00 • Fax 08-680 74 06

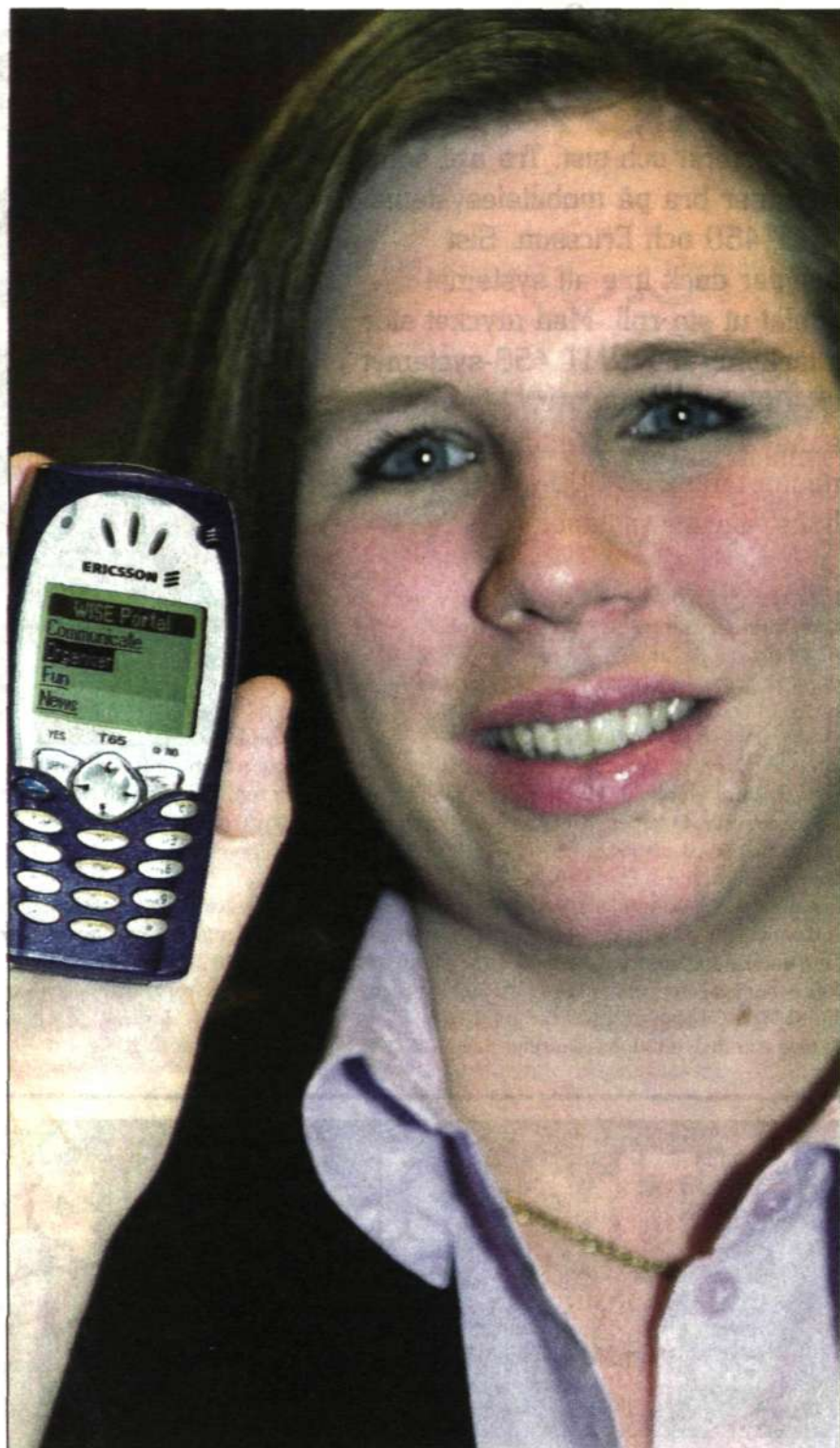


www.rittal.se

Gå över till det perfekta **RITTAL**



Med en enda knapptryckning på mobiltelefonen ska Ericsson hjälpa operatörerna att få fart på GPRS. Det är det enkla handhavandet för slutanvändarna som öppnar marknaden för GPRS som också är ledstjärnan för konceptet Easy Access. Under ett halvår har Ericsson tillsammans med operatören SmarTone i Hongkong prövat hur konceptet fungerar.



"Genom att marknadsföra GPRS-telefonerna med ett paket attraktiva tjänster som är lätta att använda ska operatörerna få fart på GPRS," säger Susanna Liljeqvist, strategisk produktledare på GSM/WCDMA Systems.

FOTO: ECKE KÜLLER

Två sekunder till Mobilt Internet

Den som använt wap över 2G, alltså krets-kopplat, vet att det är både långsamt och omständligt och därför har det inte heller blivit någon succé. När nu GPRS lanseras är det erfarenheterna från den tidigare lanseringen av wap som gör att det enkla handhavandet står i centrum.

– När operatörerna lanserade wap över 2G koncentrerade man sig mycket på själva tekniken och inte på hur den ska användas. För att GPRS ska bli framgångsrikt måste operatörerna satsa på tjänster och enkelt användarsätt, säger Susanna Liljeqvist, som arbetar som strategisk produktledare inom Mobile Systems GSM and WCDMA.

Drivande marknader

Marknaderna i Asien är drivande när det gäller Mobilt Internet. En förklaring till det stora intresset här torde vara framgångarna med i-Mode i Japan.

Tillsammans med SmarTone i Hongkong har Ericsson under en tid drivit ett försökssystem, där konceptet för Easy Access prövats. Projektet har

gått under namnet eOne. Easy Access innebär att den som köper en GPRS-telefon ska kunna använda den med endast en knapptryckning.

Konceptet marknadsförs med fyra steg, från noll till tre. Noll betyder att användaren inte behöver någon manual för att komma igång – komplicerade inställningar på telefonen görs automatiskt. Ett står för inloggning genom ett knapptryck till användarens personliga startside i portalen. Två syftar på uppkopplingstiden, som ska vara max två sekunder. Siffran tre ska visa att inget innehåll är längre bort än tre klick på telefonen.

– Konsumenterna struntar i om tekniken kallas wap eller GPRS och därför är det telefonerna med ett paket attraktiva tjänster som är lätta att använda, som ska marknadsföras, förklarar Susanna Liljeqvist.

Bra tjänster behövs

I försökssystemet i Hongkong undersökte Ericsson och SmarTone dels användarvänligheten, dels

innehållet. När det gällde enkelt handhavande blev det klart godkänt av användarna, men innehållet var man mindre nöjda med, berättar Susanna Liljeqvist.

– Vi tar nu nästa steg med operatören och då handlar det just om innehåll med tjänster som MMS, alltså möjligheten att sända SMS med bilder och ljud, samt positioneringstjänster, säger hon.

Med Easy Access som bas ska man nu bygga plattformar att använda för olika tjänster, där det blir möjligt med lokala applikationer.

Ericsson har fått ett kommersiellt kontrakt på Easy Access med SmarTone. Tre stora kunder i Kina samarbetar också med Ericsson och flera försökssystem ska sättas upp tillsammans med dessa.

Detta torde vara ett bevis på att intresset för att få riktig fart på GPRS är stort i Asien.

GUNILLA TAMM

gunilla.tamm@lme.ericsson.se

Trög start för prat maskiner emellan

För ett par år sedan spåddes en explosionsartad utveckling för trådlös kommunikation mellan maskiner. Idag är prognoserna mera sansade. Men många maskiner är förberedda med radiomoduler och marknaden står i startblocken och kan ta riktig fart så fort den mognat.

Telematik eller M2M, machine-to-machine, är ett relativt nytt marknadssegment. Som så ofta när det gäller nya företeelser är man inte ens helt enig om definitionerna.

– Vi använder ordet telematik som övergripande term för automatisk fjärröverföring av data, säger Freda Benlamlih, från brittiska analysfirman ARC Group.

– Telemetri kallar vi den del av telematiken som handlar om att sända mätdata.



Freda Benlamlih

Det finns andra definitioner. Många ser till exempel att telematik är kommunikationen till och från fordon, som positionering, navigering, larm med mera. En förklaring till det är att bilindustrin idag dominerar den trådlösa maskin-till-maskin-kommunikationen.

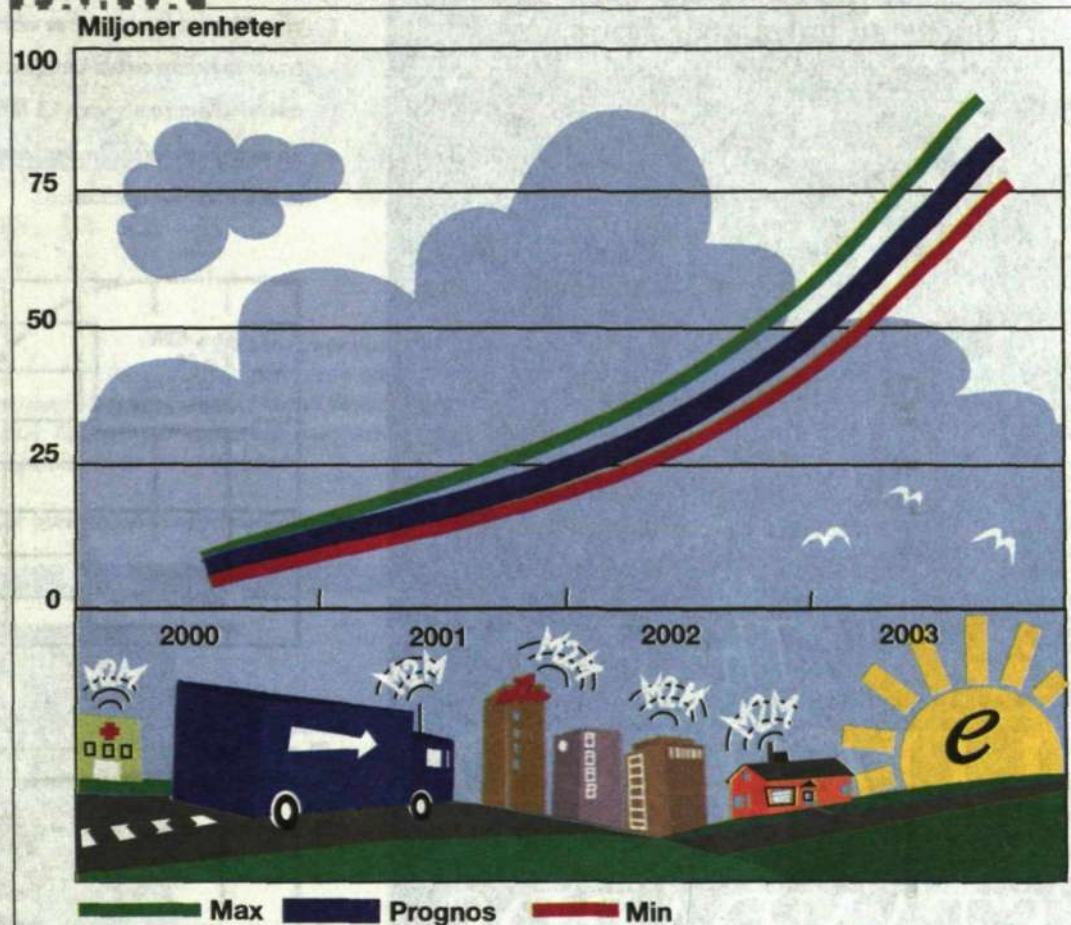
Men om vi håller oss till termen M2M för trådlös kommunikation mellan maskiner kan vi konstatera att marknaden idag bara utgör cirka 1,5 procent av mobiltelefonin och att det finns orsaker till att den blivit stående vid tröskeln. Både bilindustrin och i synnerhet samhällsnyttiga företag har utvecklats mycket sämre än väntat. Det råder kort sagt stor tveksamhet om vad man skulle tjäna på M2M och vilket system man ska välja.

Stor omställning

– En orsak är att M2M införs i vertikala segment, det vill säga anpassas till enstaka industrier som redan är mogna, till exempel bilindustrin, säger Freda Benlamlih. För dem betyder införandet av trådlös fjärrkommunikation i fordonen en stor investering som knappast kan göras i stor skala innan marknaden är beredd att betala för tjänsten.

När det gäller frakt är det lätt att peka på fördelar med att ha kontroll över godset, men för den privata sektorn råder en hönan-ägget-situation. De dyra bilarna med full IT-utrustning köps av folk som inte

TOTALT ANTAL RADIOMODULER FÖR TELEMATIK



Trådlös maskin-till-maskin-kommunikation väntas öka kraftigt inom ett par år. Den totala marknadspotentialen beräknas till cirka 870 miljoner hushåll och 430 miljoner industrilokaler. Först blir de marknader som i dag är ledande inom mobiltelefoni, som Skandinavien, Japan och USA. Om M2M slår igenom på samma sätt som SMS kan tekniken 2005 ge intäkter på cirka 30 miljarder dollar.

ILLUSTRATION: KEROLD KLANG

alltid är så intresserade av ny teknik, medan unga teknikhungliga personer ofta inte har råd.

– En annan orsak är att de stora mobiloperatörerna fortfarande koncentrerar sig på den växande talmarknaden. Men där ser vi snart en brytpunkt. I Skandinavien liksom i Italien, Storbritannien och Taiwan är mobilpenetrationen 75 procent eller högre och kan inte växa mycket mer. Där finns det en given plats för det nya M2M-segmentet, säger Freda Benlamlih.

Till detta kommer förstas den allmänna ekonomiska osäkerheten som förstärker oviljan att investera i ny teknik.

– Men jag är mycket optimistisk när det gäller M2M och övertygad om att marknaden kommer att växa snabbt när den totala marknaden börjar ta fart, säger Freda Benlamlih.

Ännu en faktor som kan påverka M2M:s tillväxt är

pengar. Därtill kommer olika privata tjänster som övervakning, att spåra människor, hundar med mera samt larm. Tekniken kan användas i såväl mobila som fasta system och till och med pagingsystem. Det stora lyftet för M2M väntas komma med införandet av paketbaserad teknik i mobilnäten.

den komplexa värdekedjan. Ett flertal aktörer medverkar i kedjan från leverantören av radiomodulen till slutanvändaren av tjänsten. Modulen ska integreras i ett system tillsammans med en tillämpning från en tjänsteförmedlare. Sedan ska allt integreras i ett nät och ut på fältet. Alla ska ha del av vinsten, men hur?

Pengarna ska delas

– Det här kan bli ett hinder, säger Freda Benlamlih. Pengarna måste delas mellan alla och det måste bli klart vad till exempel en operatör kan tjäna på att införa M2M i sina nät, menar hon.

Utöver allt tvivel är tjänsterna ofta mycket samhällsnyttiga – ta till exempel larmtjänster. Och klart är att den som exempelvis äger läsk- eller tobaksautomater kan tjäna på att veta när de är tomma eller trasiga.

För operatörerna innebär M2M att de kan utnyttja kapaciteten i sina nät bättre. På natten då trafiken är låg kan de använda näten till att skicka maskindata.

Operatörerna har hittills visat rätt svalt intresse och koncentrerat sig på tal och SMS. Men det finns tecken på att stora operatörer som Vodafone ligger i startgroparna för att börja erbjuda marknaden nya M2M-tjänster.

M2M

Maskin-till-maskin-kommunikation är en del av den totala trådlösa kommunikationen. De M2M-tjänster som är först ut är kontroll av varu- och biljettautomater, avläsning av olika mätare, övervakning av transporter, logistik, larm, elektronisk handel med mera. Syftet är ofta att öka effektiviteten och att spara

Standard Commodities
Application Specific Standard Products

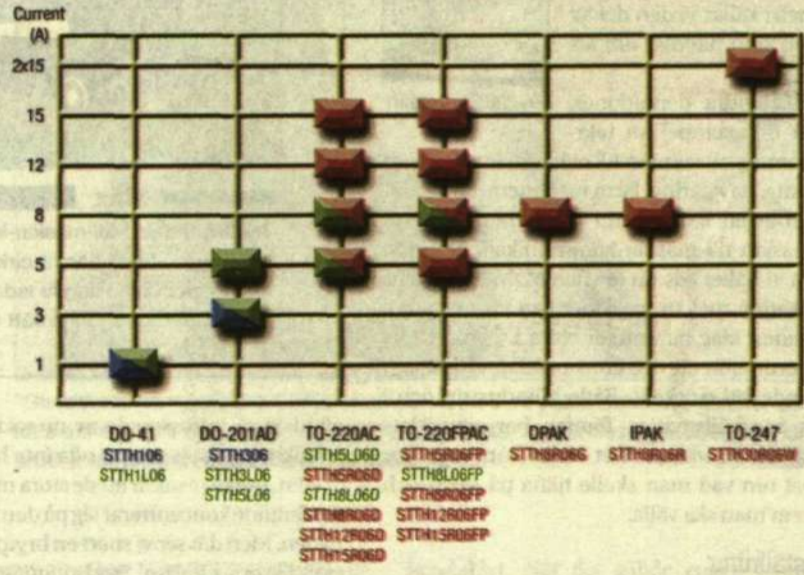
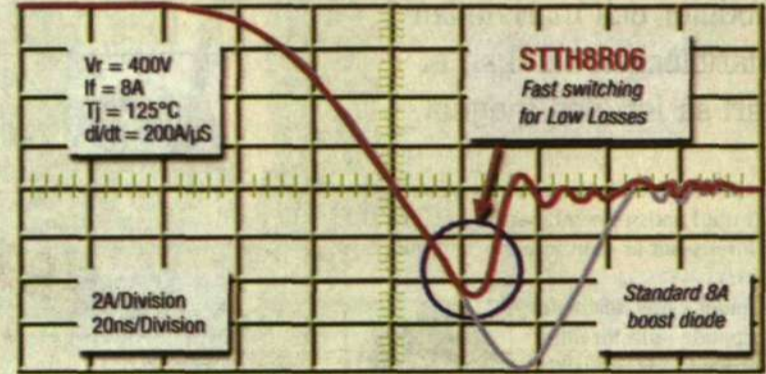
The
HIGHER
STANDARDS

from
STMicroelectronics

TURBO₂ DIODES

High Voltage Diodes for PFC and More

Whether you need a PFC boost diode or a free wheeling diode for your high performance SMPS, then ST's Turbo2 High Voltage diodes are right for you. Turbo2 uses a new 600V technology which is specially suited for boost diodes used in continuous and discontinuous mode power factor correctors. The devices are also intended for use as free wheeling diodes in power supplies and other extreme power switching conditions. Available in a wide range of packages, Turbo2 diodes can handle currents from 1A through to 2x15A and feature a T_{jmax} of 175°C. Three differentiated families based on different V_F and t_{rr} trade-offs are available to fit the various applications.



A broad and innovative product range is just part of the ST advantage.
Our service is second to none, backed by high capacity manufacturing facilities and outstanding quality. To find out more about the full Turbo2 range from ST, go to www.st.com/rectifiers.

STMicroelectronics
More Intelligent Solutions

Stoppa bovarna med 3G i mobilen

En ondskefull grupp bovar försöker sprida ett virus i GSM-nätet, och det är du som måste stoppa dem. Ericssons nya spel Code Zero: The search for Molly, som nu ligger ute på Ericssons externa webbsajt, är en spännande historia som utspelar sig i Venedig, Murmansk och Taiwan.

Med hjälp av olika 3G-tjänster i mobiltelefonen, till exempel video, positionering och betalningstjänster, ska du bekämpa bovarna och stoppa viruset.

– Syftet är att sprida kunskap om framtida användningsområden för mobiltelefonen. Alla tjänster som förekommer i spelet är sådana som vi tror kommer att bli verklighet när tredje generationens nätverk kommer igång, säger Tommy Karman, projektledare för utvecklingen av Code Zero.

TONYA LILBURN

tonya.lilburn@lme.ericsson.se



I Ericssons nya spel Code Zero är det du som ska stoppa skurkarna som försöker sprida ett virus i GSM-nätet. Spelet ligger ute på Ericssons externa webbsajt:

www.ericsson.com/mobileinternet/codezero

Sopig stad tar priset

"Reducera, Återanvänd, Återvinn" är mottot för Ericssons på Nya Zeeland konsttävling för barn. De unga deltagarna uppmanades att skapa ett konstverk av återvinningsbara sopor och naturmaterial. Första pris gick till Kerry-Ann och Vernon James, sex och fem år gamla, för deras bidrag "Återvinningsstaden".



Hundar med smak för nalle

Enligt uppskattningar har över en miljon mobiltelefoner i Storbritannien slutat sina dagar i magen på en hund. I en enkät som genomfördes nyligen på uppdrag av British Gas Communication fick 2 000 mobiltelefonanvändare frågan om de någonsin "har tappat bort eller haft sönder sin mobiltelefon och i så fall hur?" Fyra procent svarade att hunden tuggat i sig mobilen, vilket skulle innebära att 1,2 av Storbritanniens totalt 30 miljoner mobiltelefoner blivit hundmat.

T68 kan bli årets julklapp

Ericssons T68 är den bästa mobiltelefon som finns just nu. Detta enligt nättidningen WAP.coms senaste test, där en panel fick poängsätta mobiltelefoner. T68 är även populär bland WAP.coms läsare, som fick frågan "vilken mobiltelefon kommer du att köpa nästa gång?" Av ungefär 1 000 röstande svarade 32,6 procent att de siktar på en T68.

På nya jobb

Bo Bergström kommer den 1 november att börja som vice vd och ansvarig för produktstrategi och affärsutveckling inom koncernfunktionen Marknadsföring och Strategisk Affärsutveckling.

Britt Sörensen har utnämnts till kommunikationschef för marknadsområdet Mellanöstern från och med den 1 december.



Bo Bergström

ur arkivet



Fläktar, brödrostar, element och strykjärn. Ericsson har inte alltid bara tillverkat telefoner. På bilden några smakprov ur det sortiment som Ericsson i Argentina erbjöd på 1950-talet.

kontakten

KONCERNREDAKTÖR, ANSVARIG UTGIVARE

Lars-Göran Hedin, 08-719 98 68, lars-goran.hedin@lme.ericsson.se

REDAKTIONSSEKRETERARE

Lena Widegren, 08-719 69 43
lena.widegren@lme.ericsson.se

NYHETSCHEF

Henrik Nordh, 08-719 18 01
henrik.nordh@lme.ericsson.se

TEKNIKREDAKTÖR

Lars Cederquist, 08-719 32 05
lars.cederquist@lme.ericsson.se

OMVÄRLDSREDAKTÖR

Elin Dunås, 08-719 06 21
elin.dunas@lme.ericsson.se

REDAKTÖR ERICSSON RUNT

Tonya Lilburn, 08-719 32 02
tonya.lilburn@lme.ericsson.se

REDAKTION

Lars-Magnus Kihlström, 08-719 41 09
lars-magnus.kihlstrom@lme.ericsson.se

Sara Morge, 08-719 23 57
sara.morge@lme.ericsson.se

Jesper Mott, 08-719 70 32
jesper.mott@lme.ericsson.se

Jenz Nilsson, 08-719 00 36
jenz.nilsson@lme.ericsson.se

Ulrika Nybäck, 08-719 34 91
ulrika.nyback@lme.ericsson.se

Gunilla Tamm, 08-757 20 38
gunilla.tamm@lme.ericsson.se

LAYOUT OCH WEBBDESIGN

Paues Media, 08-665 73 80

EXTERNA ANNONSER

Display AB, 090-71 15 00

DISTRIBUTION

PressData
Box 3263
SE-103 65 Stockholm
tel: 08-799 63 28
fax: 08-28 59 74
contact@pressdata.se

TRYCK

Nerikes Allehanda Tryck Örebro, 2001

ADRESS

Telefonaktiebolaget LM Ericsson,
HF/LME/DI
126 25 Stockholm
fax 08-681 27 10
kontakten@lme.ericsson.se

KONTAKTEN PÅ WEBBEN

http://www.ericsson.se/SE/kon_cor/kontakten

Anställdas adressändringar för tidningen görs till lönekontoret.



Den gamla direktionsvåningen på Ericssons huvudfabrik vid Telefonplan är en av Sveriges sista bevarade inomhusmiljöer i funkisstil. FOTO: ROLF ADLERCREUTZ

Historiens vingslag hörs i marmorhallen

Vad har Eiffeltornet, St Peterskyrkan och Ericssons huvudfabrik vid Telefonplan gemensamt? Jo, alla tre räknas som kulturarv. Huvudfabriken är nämligen kulturminnesmärkt utvändigt och kan numera även skryta med en av Sveriges sista bevarade inomhusmiljöer i funkisstil.

Utvändigt ser Ericssons huvudfabrik i Stockholm likadan ut idag som när den stod klar för 60 år sedan. Byggnadens skal är nämligen kulturskyddat och får inte ändras på något sätt. Invändigt däremot har många ombyggnader förändrat miljön desto mer. Bara den gamla direktionsvåningen ser ut precis som den gjorde på 1940-talet, tack vare en renovering som återställt rummen i sitt ursprungliga skick.

Hjärtat av direktionsvåningen är kassahallen, där anställda fick komma upp och hämta sina lönekuvert. Björn Lundin, som började på Ericsson 1973, har själv erfarenhet av detta.

– Hur ofta man fick sin lön berodde på om man var tjänsteman eller arbetare. För oss arbetare var

det ungefär var fjortonde dag som vi kom upp hit och fick våra pengar i näven, minns han.

Nu jobbar han åt Skanska i stället och har lett arbetet med att renovera direktionsvåningen och återskapa funkismiljön.

– Det var asbesttak i alla rum här, så vi fick utrymma våningen och göra en stor sanering.

Förutom saneringen har man passat på att modernisera värme och ventilations-system. Tidigare ombyggnader har återställts och rummen har renoverats och fräschats upp. Direktionsvåningen är en av de få inomhusmiljöer i funkisstil som finns bevarade i sitt ursprungliga skick i Sverige, så till sin hjälp har Björn Lundin haft en byggnadsantikvarie. Tillsammans har de tittat på gamla fotografier för få till miljön så exakt som möjligt. Det har varit ett roligt och lite annorlunda byggprojekt, som krävt en hel del tålmod och sinne för de små detaljerna, tycker Björn Lundin.



Björn Lundin

– Det gäller att få till samma färg och träslag i inredningen. Mycket har varit rena hantverksjobb, som att tillverka nya lövformade kåpor till lamporna i taket på kassahallen.

Ett av de knepigaste momenten var att återskapa glaslet som skulle sitta i taklarnerninen. Den ursprungliga skivan hade ett ruttmönster, men sådant glas finns inte längre. I stället specialtillverkades en glasskiva med inlagt hönsnät på en fabrik i Emmaboda.

På en punkt har 1940-talets byggnadsstil frångåtts, och det är i valet av isoleringsmaterial. I taket och runt värmerören ligger numera rockwool.

– Det brandisolerar precis lika bra som asbest, säger Björn Lundin.



Lamporna i taket i kassahallen ser exakt ut som på 1940-talet, fast de är nytillverkade.

TONYA LILBURN
tonya.lilburn@lme.ericsson.se



LARS-GÖRAN HEDLIN
koncernredaktör

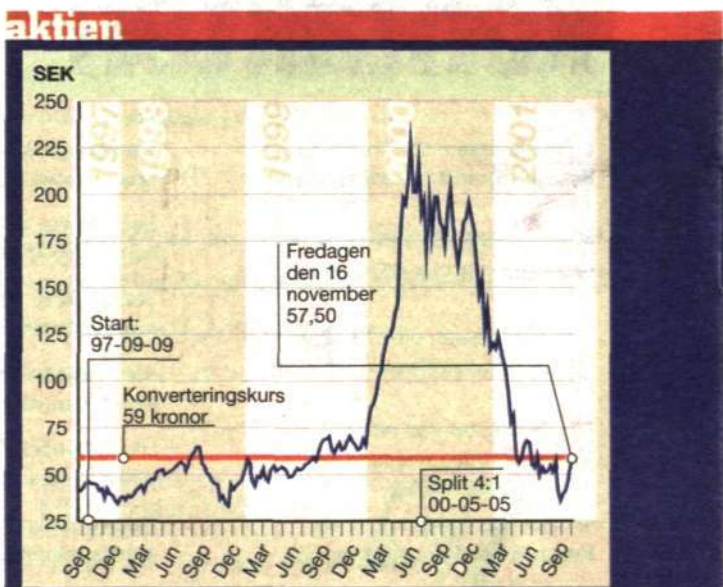
Kontakten följer utvecklingen

Vi lever i nedskärningarnas tid. Nu har vi också skurit ner Kontakten – till formatet. Detta för att skapa en mer dynamisk och magasinriktad tidning. Vår förvandling är en viktig spegling av den nya roll Kontakten har att spela, nu när den snabba nyhetsförmedlingen alltmer sker via intranätet och när vi med vårt eget nyhetsprogram 5minutes också stärker budskapen från koncernledningen med hjälp av det känslomässigt oslagbara tv-mediet.

I mer än 60 år har Kontakten spelat den viktiga rollen som kulturbärare och som kunskapsförmedlare till Ericssons anställda. Under de senaste tio åren, i takt med att produktionen av tidningen kunnat göras allt snabbare, har Kontakten också fått en ökad vikt som nyhetsförmedlare. Den rollen har idag övertagits av intranätet. Nu när nästan alla anställda har tillgång till Inside.ericsson, är detta den överlägset effektivaste kanalen för att snabbt nå ut med senaste nytt i koncernen.

Den nya Kontakten är ett aktuellt nyhetsmagasin, den viktigaste kanalen för att ge bakgrunder, fördjupningar och kommentarer till det som händer inom Ericsson och i branschen runt omkring oss. Därför har vi ändrat tidningens design, bland annat genom att skära ner formatet. Det ger oss två fördelar – dels får layouten mer magasin-karaktär – dels slipper vi vika tidningen innan den post-distribueras. En ovikt tidning är inte bara trevligare att öppna – den är faktiskt också billigare att distribuera.

Jag hoppas att du som läser Kontakten uppskattar den här förändringen. Vi vet genom tidigare läsundersökningar att nästan tre fjärdedelar av koncernens anställda ägnar minst 20 minuter åt varje nummer av tidningen. Med hjälp av 5minutes som "aptitretare" och intresseväckare i de frågor som Kontakten tar upp, hoppas jag att vi ska nå ännu längre i vår räckvidd framöver. Ingenting är viktigare för Ericsson än att de anställda är väl informerade och förstår bakgrund och orsaker till viktiga beslut.



Undrar du något om konvertiblerna kan du titta på <http://inside.ericsson.se/convertibles>