

kontakten



FOTO: ECKE KÜLLER

Fortsatta varsel den svåra vägen framåt

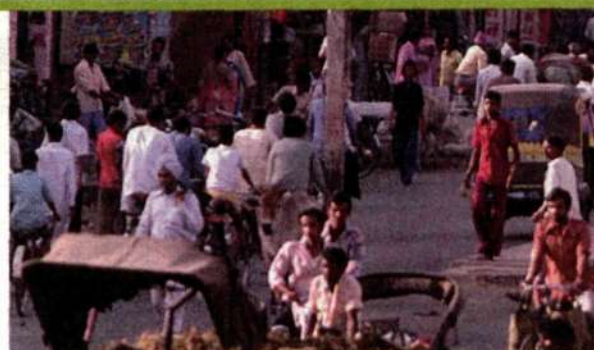
3-5



FOTO: FERNANDO MORENO

Delade
idéer
föder
framgång

16-17



Miljardmarknad
för mobiltelefoni

12-14

nr
10 oktober
2002

17

Här finns halva
Ericssons försäljning 6-8

Patent ger klirr
i kassan 15

Video till mobilen
jämnar väg för 3G 19

Lösningar
för delade nät 21

Infineon Customer Day is coming to Ericsson



October 15, 2002

10.00 a.m. – 5.00 p.m.

Electrumsalen, Kista

INFINEON IS COMMITTED to being a solution provider for all your needs. Please join us and get a closer look at new trends and innovations through a full day of demonstrations, product showcases and special sessions at the Infineon Customer Day. Food and refreshments will be provided.

www.infineon.com/ericsson



Never stop thinking.

Nya varsel i Sverige

Arbetet med att anpassa Ericsson till det hårda marknadsklimatet fortsätter. Under de senaste veckorna har totalt 2 700 personer varslats i Sverige.

Den senaste tidens varsel omfattar sex län i Sverige. För två veckor sedan varslades 1 100 personer, främst produktionspersonal, i Kumla och Gävle, samt 80 personer på koncernbolaget LME.

I måndags lades ett varsel omfattande 1 600 ingenjörer och administrativ personal i Stockholm (Kista och Sundbyberg), Göteborg, Linköping och Hässleholm.

De enheter som främst berörs är kärnheterna Radio Network Development, CRND, och Service Network and Applications, CSNA, samt affärsenheterna Global Services, BUGS, och Transmission and Transport Network, BTIN. Åtgärderna är en del av Ericssons besparingar, där antalet an-

ställda över hela världen ska minskas till färre än 60 000 vid slutet av 2003.

Nu vidtar lokala förhandlingar enligt medbestämmandelagen, MBL, kring organisationsförändringar, stängningar av projekt och överflyttning av personal. Därefter börjar förhandlingar enligt lagen om anställningsskydd, LAS.

– Det finns inte någon gemensam tidplan för när det kommer att ges individuella besked om uppsägning. Det beror på att enheterna har olika önskemål om när projekt ska stängas och så vidare. Det kommer vi att ta hänsyn till, förklarar Carl-Gustaf Leinar, personalchef i Sverige.

ELIN AHLÉN

elin.ahlden@lme.ericsson.se

Läs även intervjun med Per-Arne Sandström på sidan 4.



Boris Nemsic, vd för operatören Austria Mobilkom, och marknadschefen Hannes Ametsreiter pekar på samarbetet med Ericsson som avgörande för att bolaget lyckats lansera 3G ett år före utsatt tid.

FOTO: HARALD EISENBERGER

Tidig lansering av 3G-nät i Österrike

Den österrikiska mobiloperatören Austria Mobilkom lanserade sitt 3G-nät den 30 september – ett år före utsatt tid. Ericsson är en av operatörens två leverantörer.

Operatören Austria Mobilkom invigde nätet med en direktuppspelning, eller så kallad streaming, av ett videoklipp mellan städerna Wien och Graz. Det nystartade 3G-nätet täcker stora delar av landet och cirka 25 procent av landets befolkning omfattas av nätet vid lanseringen.

För att säkra tjänster och innehåll i det nya nätet har operatören inlett samarbeten med bland annat den österrikiska tv-kanalen ORF och nyhetsbyrån Reuters.

– Vårt framgångsrika samarbete med Ericsson har varit avgörande för hur väl vi lyckats med våra affärsplaner, säger Boris Nemsic, vd för Austria Mobilkom.

JESPER MOTT

jesper.mott@lme.ericsson.se

Ericsson levererar GSM till Mexiko

Telcel Mexico har nu lanserat landets första GSM-nät med Ericsson som leverantör. Nätet omfattar 55 städer i Mexiko, där omkring 20 procent av invånarna använder mobiltelefon. Applikationerna omfattar än så länge mest taltjänster, men GSM:s bredare applikationsflora ska så småningom leda vägen till GPRS. För Sony Ericsson innebär omställningen även goda affärsmöjligheter. Med ett antal nya och spännande telefoner ska slutanvändarna lockas över till GSM-nätet från TDMA. Telcel är Mexikos största operatör och tillhör Americas-gruppen.

Förlängt driftansvar på Nya Zeeland

Operatören Telecom New Zealand och Ericsson förlänger det kontrakt som ger Ericsson ansvar för driften av operatörens TDMA-nät. Med det nya avtalet kommer Ericsson att driva nätet fram till 2007.

– Vi har förlängt kontraktet med två år och vi har ett mer omfattande ansvar, säger Maxwell Young, ansvarig för Services inom Ericsson i Nya Zeeland.

Ericsson har idag 30 kontrakt för drift av operatörens nät runt om i världen.

Tre heta nyheter från Sony Ericsson

Sony Ericsson har lanserat tre nya produkter, en mobiltelefon samt ett Bluetooth-headset och en stereo FM-radio med handsfree.

Telefonen T100 har en design som särskilt ska tilltala ungdomar. Den väger bara 75 gram men har ändå 4,5 timmar taltid och upp till 200 timmars passningstid. EMS ger möjlighet att skicka bilder, ljud och animationer samtidigt som wap ger tillgång till Mobilt Internet. Telefonen kommer att lanseras på vissa marknader i Västeuropa under första kvartalet 2003. Samtidigt introduceras en GSM 850/1900-version i Nord- och Sydamerika.

HPR-20 är handsfree med inbyggd FM-radio. Den kopplas till mobiltelefonen med en sladd, vilket gör att man kan svara utan att ta fram telefonen ur fickan eller handväskan.

Bluetooth-headsetet HBH-60 kan användas med alla Bluetooth-mobiltelefoner. Samtal besvaras genom ett röstkommando eller en enkel knapptryckning.



Engine vinner mark i Norge och Nicaragua

Ericssons har på kort tid vunnit två viktiga kontrakt för försäljning av Engine-lösningen för multi-tjänstnät. Norska operatören Telenor Networks och nicaraguanska Enitel har båda valt Ericsson som leverantör. Telenor kommer inledningsvis att uppgradera transitnätet samt vidareutveckla nätet för ADSL.

Enitels avtal med Ericsson kommer att ge operatören 50 000 fasta linor och operatören ska integrera Engine med det GSM-nät som Ericsson tidigare levererat. Näten kopplas samman med hjälp av den optiska kärnätstekniken SDH och mikrovågsteknik från Ericsson.

Licensavtal med ny kund i Taiwan

Ericsson Technology Licensing har ingått ett licensavtal med chiptillverkaren VIA Technologies Inc. i Taiwan. VIA har köpt rätten att använda Ericssons Bluetooth erbjudande, Bluetooth Intellectual Property (IP), i sin tillverkning av såväl radio- som basbandschip.

Tunga besked nödvändiga

Varsel, utvecklingscenter som stängs eller säljs samt ett nytt bottenrekord för Ericssonaktien. Många dystra besked presenterades under de två gångna veckorna. Nu genomförs några av de arbetsamma men avgörande åtgärderna för att företaget ska bli lönsamt trots det rådande marknadsläget.

– Det är en tuff situation just nu och ingen går oberörd ur detta. Men det här är nödvändiga åtgärder för att vi ska kunna gå med vinst igen någon gång under 2003. Då måste vi fortsätta att minska våra kostnader, men även öka intäkterna, säger Per-Arne Sandström, operativ chef på Ericsson.

Översynen av Ericssons verksamhet har resulterat i ett antal åtgärder, där några av dem har presenterats de senaste veckorna.

De varsel som lades i bland annat Stockholm, Göteborg, Linköping samt Hässleholm under vecka 41 är en del av den personalminskning som ledningen presenterade i samband med första och andra kvartalsrapporten i år. Målet är att minska personalstyrkan till färre än 60 000 under 2003.

Att utvecklingscenter i bland andra tyska Nürnberg, holländska Enschede och australiska Melbourne stängs är också en följd av genomförandet av konsoliderings- och koncentrationsstrategin som tidigare presenterats. Strategin går i korthet ut på en mindre produktportfölj, färre utvecklingsenheter samt att huvudcentren bär huvudansvaret för varje pro-

dukt. Målet är att antalet utvecklingscenter ska minskas från 80 till färre än 40 under året.

Ytterligare en följd av samma strategi är att Wipro Ltd. tar över designcentren i de tre indiska städerna Bangalore, Hyderabad och New Delhi. Per-Arne Sandström förklarar hur ledningen gått tillväga när man identifierat vilka center som ska säljas.

– När vi låter en samarbetspartner ta över utvecklingen och/eller tillverkningen handlar det om affärsmässiga, volymmässiga och ibland geografiska fördelar. Ericsson binds exempelvis inte längre av en rad fasta kostnader. Det blir också enklare att snabbt öka eller minska volymerna i förhållande till efterfrågan. Vi väger också in i vilka länder och städer det finns gott om duktiga ingenjörer samt kostnaden per mantimme, förklarar han.

Många anställda anser att det är svårt att finna arbetsro och motivation när olika typer av förändringar ständigt presenteras. När ska de slippa få fler besked om uppsägningar och nedläggning av verksamheter?



”Det är en tuff situation just nu och ingen går oberörd ur detta”, konstaterar Per-Arne Sandström, Ericssons operative chef. Han förklarar att de varsel och nedläggningar som presenterats den senaste tiden är nödvändiga för att Ericsson ska kunna gå med vinst igen någon gång under 2003.

– Inget företag kan någonsin sluta att rationalisera sin verksamhet, det är någonting som måste pågå ständigt. Omorganisationer är ingenting vi gör för att vi tycker att det är roligt – det är en följd av att marknaden och villkoren där hela tiden förändras. Men det är ju klart, just nu är det jobbigare än vanligt och jag hoppas att få ge mer positiva besked framöver, säger Per-Arne Sandström.

Han är övertygad om att telekommarknaden är en tillväxtmarknad på sikt.

– Ericsson har väl genomarbetade visioner och strategier. Vi har en ledande position på marknaden och oerhört goda kundrelationer världen över, det får vi inte glömma. Nu måste vi kavla upp ärmarna och kämpa oss igenom den rådande svackan.

ULRIKA NYBÄCK

ulrika.nyback@lme.ericsson.se



Under de två gångna veckorna lämnades många tunga besked till de anställda, bland annat varsel samt stängning och försäljning av utvecklingscenter i ett flertal städer. Detta är dock avgörande åtgärder för att ta sig igenom det rådande marknadsläget.

FOTO: GUNNAR ASK

Bältet dras åt ytterligare

– Vi har kommit rätt långt i effektiviseringen av vår produktutvecklingsverksamhet, sade Ericssons tekniske direktör Jan Uddenfeldt, vid det årliga ETC-mötet som hölls i Stockholm i slutet av september.

I samband med ETC-mötet, Ericsson Technology Council, där topp 100-cheferna inom teknik samlades för att stämma av strategier och produktplaner, annonserades ytterligare nerskränningar. Designcenter i Australien samt i Enschede och Nürnberg läggs ner och Ericsson avser att sälja utvecklingsverksamheten i Indien. Till dessa åtgärder kan läggas att Ericsson nyligen har etablerat ett nytt partnerskap med Tieto Enator, som tar över produktutvecklingen i Karlstad, Umeå, Luleå och Skellefteå, samt utökat samarbetet med Teleca genom avtal i Norge.

– Det är en turbulent period vi går igenom nu och jag förstår att det här kan kännas tungt och jobbigt för alla våra kompetenta medarbetare som har så stort engagemang i arbetet, säger Jan Uddenfeldt.

Bakgrunden till åtgärderna är att forskning och utveckling, precis som många andra enheter inom Ericsson, växte sig stor under de goda dagarna. När nu hela koncernen trimmas genomförs flera åtgärder för att krympa produktutvecklingskostymen och effektivisera verksamheten. Outsourcing och partnerskap är två metoder.

Även metoder effektiviseras

– Vi reducerar våra kostnader inte bara genom att minska antalet utvecklingscenter, utan även genom att effektivisera våra metoder och verktyg samt minska kostnaderna för IS/IT, säger Jan Uddenfeldt. Dessutom kommer vi att hårdare prioritera vilka produkter vi ska satsa på.

Hittills har den totala utvecklingsbudgeten på ett och ett halvt år minskat med cirka 30 procent och antalet center kommer i år ha gått ner från cirka 80 till färre än 40.

Strategin att bygga på färre teknikplattformar, främst CPP och TSP, står fast och där finns nu planer för hur detta ska genomföras. CPP används för transport inom access- och kärnnät och TSP är en serverplattform för tjänster och styrning av näten.

Man ska också öka produktiviteten genom att införa moderna verktyg och moderna arbetssätt och reducera antalet verktyg för att sänka IS/IT-kostnaderna.

Produktprioriteringen syftar till att färre produkter ska ligga i utvecklingsfasen och att fler förs över till underhållsfasen.

– Här har det redan gjorts oerhört mycket, säger Jan Uddenfeldt.

Först ut med 3G-produkter

Trots alla besparingar håller Ericsson tidsplanerna för de nya 3G-produkterna.

– Vi får ut en hel del, säger Jan Uddenfeldt. Vi är



För Ericssons tekniske direktör Jan Uddenfeldt är en hårdare prioritering av produkter en viktig del av effektiviseringsarbetet.

FOTO: ECHE KÜLLER

DETTA HAR HÄNT

Ericssons forsknings- och utvecklingskoncentration går nu in i verkställandefasen. Den senaste tiden har följande hänt:

- Svensk-finska IT-konsulten Tieto Enator tar över utvecklingsverksamheten i Karlstad, Luleå, Umeå och Skellefteå.
- Wipro Ltd. har skrivit under en avsiktsförklaring om att ta över center i Bangalore, Hyderabad och New Delhi i Indien.

- Kärnenheten Core Network Development drar sig ur verksamheten i Madrid i Spanien, medan kärnenheten Service Network and Application fortsätter att arbeta där.

- Enheter i Melbourne, Sydney och Perth i Australien stängs.

- Utvecklingsenheterna i nederländska Enschede och Nürnberg i Tyskland stängs.

först med WCDMA och har levererat ett par tusen basstationer till Japan där J-Phone har ett system i drift. Vi har snart EDGE igång i USA och vi har produkter för CDMA2000 ute i fält.

Jan Uddenfeldt vill med detta betona att Ericssons utvecklingsverksamhet är ledande i världen trots att

man koncentrerar den till färre platser och att man tagit bort konsulter och outsourcat delar av verksamheten.

LARS CEDERQUIST

lars.cederquist@lme.ericsson.se

Med hundra länder i bagaget

En stark vi-känsla, större effektivitet och snabbare beslut, det är något som präglar arbetet inom marknadsområdet Europa, Mellanöstern och Afrika, EMEA. Området, där gränserna mellan marknadsenheter och bolag suddas ut allt mer, står för hälften av Ericssons försäljning.

Den 1 oktober förra året ändrades Ericssons organisation och fem marknadsområden blev tre. Det före detta marknadsområdet Centraleuropa, Mellanöstern och Afrika slogs ihop med Västeuropa och EMEA bildades.

Vårt marknadsområde består av 14 marknadsenheter som omfattar hundra länder, berättar Mats Dahlin, chef för EMEA. Den centrala staben för marknadsområdet är liten, bara ett fåtal personer.



Mats Dahlin

Antalet anställda i EMEA var vid starten ungefär 14 000 och har sedan dess minskat till dagens cirka 10 000 och ytterligare personalminskningar sker kontinuerligt.

Tidigare arbetade varje marknadsenhet mycket för sig själv, säger Mats Dahlin och liknar det dåvarande arbetet med silos. Vägledande för det nya marknadsområdet var redan från början samarbete över gränserna och att tillsammans titta på de möjligheter som finns på alla dessa marknader. Idag, med det kärva läget på telekommunikationsmarknaden, är detta samarbete inte bara viktigt utan nödvändigt.

Månatliga seminarier

En gång i månaden träffas alla chefer för EMEA:s marknadsenheter. Till dessa möten kommer också cheferna för de globala kundenheter. Även någon representant från Sony Ericsson deltar och rätt ofta är några chefer från affärsenheterna med. I samband med varje månadsmöte hålls också ett seminarium, som tar upp marknadsrelaterade frågor. Det kan till exempel handla om kundrelationer, hur taltrafiken kan ökas eller vad som kan göras för att få fart på marknaden för Mobil Internet.

Det här är ett bra tillfälle att dela med sig av goda idéer och utbyta erfarenheter. Vårt marknadsområde omfattar länder som är väldigt olika varandra vad gäller till exempel mobilpenetrationen, som är mycket hög i Västeuropa jämfört med Afrika, säger Mats Dahlin.

Även om Västeuropa drabbats hårt av telekomkrisen finns det andra marknadsenheter inom EMEA som går rätt bra. Mats Dahlin nämner Östeuropa och Centralasien samt Mellanöstern. Inom Centraleuropa har flera MMS-kontrakt tecknats.

Inom marknadsområdet finns mycket kompetens ute på de olika marknadsenheterna. Genom att bilda grupper som arbetar över marknads- och bolagsgränserna kan man ta tillvara kompetensen på bästa



ILLUSTRATION: HELENA HALVARSSON

Marknadsområdet EMEA består av 14 marknadsenheter och hundra länder. Även om skillnaderna mellan länderna är stora sker det mycket samarbete över marknadsenheternas gränser och tillsammans tittar man på de möjligheter som finns på marknaderna.

sätt. Ett exempel är gruppen Mobile Internet Drive som startade förra hösten. Den leds av Veiko Sepp, vd på Ericsson i Estland, ett bolag där man kommit långt med Mobil Internet. (Läs mer på sidan 16.)

Populär tävling inspirerade

Ett annat exempel är det Business Partnership-program, som Ericsson i Turkiet tog initiativet till. (Se artikel här intill.)

Ett bra initiativ har också tagits av marknadsenheten DACH, Tyskland, Österrike, Schweiz och Liechtenstein. Här startade man tävlingen Talk Time, där medarbetarna uppmanades att skicka in förslag på hur taltiden i mobiltelefonen kan ökas.

Tävlingen gick även utanför EMEA:s gränser och var öppen för förslag från medarbetare inom hela koncernen.

Ytterligare ett bra exempel är det program för

Customer Solution and Sales Support, som Ericsson i Kroatien startat under ledning av Gordana Kovacevic.

Inom EMEA samarbetar man med de två övriga marknadsenheterna inom koncernen. Några aktuella områden just nu är kundgemensamma frågor och Business Partnership Program.

EMEA har en organisation som fungerar tillfredsställande men organisationsfrågor är alltid komplicerade och det finns utrymme för konstanta förbättringar. Vi fortsätter därför att vidareutveckla organisationen för att bli ännu mer flexibla och utnyttja de gemensamma resurserna effektivare. Rättesnöret för vår organisation och allt vårt arbete är att stödja våra kunder på ett optimalt sätt, säger Mats Dahlin.

GUNILLA TAMM

gunilla.tamm@lme.ericsson.se

Program för bättre kundförståelse

För att stärka KAM-grupperna inom EMEA har ett Business Partnership-program drivits. Målet har varit att öka förståelsen för kundernas behov och att stärka deras syn på Ericsson som en långsiktig affärspartner. Ericsson i Turkiet tog på sig en drivande roll i detta program.

Edvard Gavfalk, som är Global Account Manager för en stor GSM-kund i Afrika, var en av deltagarna.

Programmet var bra och gav fin träning med support på rätt nivå. Det var ett utmärkt tillfälle att träffa andra kundansvariga och utbyta erfarenheter. I programmet varvades metodik med mer praktiska uppgifter. De fall som vi jobbade med var intressanta eftersom de var så olika beroende på att både kunder och affärer var av skiftande karaktär. Dessutom fanns, eller skapades, en koppling

mellan fallen och Ericssons strategiska relation med kunden. Programmet var uppdelat i två avsnitt med hemarbete emellan. Mycket av uppgifterna genomfördes av virtuella grupper. Programmet inleddes och avslutades på Mobility Worlds lokaler på Ericsson i Turkiet, berättar han.

Programmets första fas som avslutades för några månader sedan har haft ungefär 150 deltagare och blivit mycket uppskattat, säger Petter Andersson, som är ansvarig för det program som finns för marknads- och säljpersonal inom EMEA. Han planerar just nu en fortsättning på programmet i samarbete med Ericsson University och de olika marknadsenheterna inom EMEA.

GUNILLA TAMM

Programmet gav fin träning med support på rätt nivå

Edvard Gavfalk



Graphic: Paves Media

Marknadsområdet EMEA består av Europa, Mellanöstern och Afrika. Störst till ytan är marknadsenheten Östeuropa och Centralasien, som täcker en sjundedel av jordens yta.

Här är lokal närvaro viktig

På ett år har antalet mobilabonnenter ökat med 90 procent i detta område som omfattar elva tidzoner, täcker en sjundedel av jordens yta och har en befolkning på 250 miljoner. Det handlar om marknadsenheten Östeuropa och Centralasien, där Ericsson har en stark marknadsposition och gör lönsamma affärer.

– Många av länderna i vår marknadsenhet har en välutbildad befolkning och befinner sig i en relativt stark ekonomisk utveckling. Framför allt gäller det Ryssland och Ukraina, som har duktiga tekniker och vetenskapsmän där den egna rymdindustrin är ett exempel, berättar Björn Hemstad, som är ansvarig för marknadsenheten Östeuropa och Centralasien.



Björn Hemstad

Enheten omfattar Ryssland, Vitryssland, Ukraina, Kaukasus och Centralasien, totalt tolv länder. Av dessa har Ericsson affärer i nio länder och lokal representation i sju. Enheten har också resurser i Kroatien och Sverige. Idag har marknadsenheten 450 anställda, ett antal som troligen kommer att minska något.

– I det här området är det mycket viktigt att bygga upp och underhålla goda relationer inte bara med kunderna utan också med olika myndigheter. Den lokala närvaron är kritisk för att vi ska kunna leva upp till vårt mål att förstå marknaden bättre än våra konkurrenter, förklarar Björn Hemstad.

I Östeuropa och Centralasien finns 23,5 miljoner mobilabonnenter med en penetration som varierar

från någon procent till 38 procent i Moskva.

Sett till abonnenter har Ericsson en marknadsandel på ungefär 33 procent. När det gäller leveranser till området är siffran högre, 45 procent. Förklaringen är att Ericsson levererar utrustning till operatörer som ännu inte tagit sina mobilnät i kommersiell drift.

– Ryssland är vår största marknad, dit levererar vi utrustning till alla de tre stora mobiloperatörerna. Andra stora marknader är Ukraina och Vitryssland. En av våra kunder driver nät i Azerbajdzjan, Georgien och Kazakstan, berättar Björn Hemstad.

Fast telefoni växer just nu snabbare än mobiltelefoni vilket beror på att man bygger ut kapaciteten för både röst och data och ägnar långdistanstrafiken speciell uppmärksamhet. I samarbete med Ericssons bolag i Kroatien har marknadsenheten sedan länge levererat fasta nätprodukter till sina marknader, framför allt till Ryssland. Ett annat exempel där Ericsson lyckats väl är marknaden för långdistanstransmission i Ukraina där man har mer än 80 procent av marknaden.



Flera av länderna i marknadsenheten Östeuropa och Centralasien befinner sig i en relativt stark ekonomisk utveckling. Både Ryssland och Ukraina har egen rymdindustri vilket detta rymdmonument i Moskva vill visa.

– Baserat på vår starka ställning på den mobila sidan har vi möjligheter att komma in även på den fasta sidan och erbjuda integrerade lösningar för mobil och fast telefoni. Det är en styrka att kunna arbeta med hela Ericssons produktportfölj, säger Björn Hemstad.

Marknadsenheten Östeuropa och Centralasien går bra, alla delar av verksamheten är lönsamma och det görs affärer.

Björn Hemstad höjer dock ett varnande finger.

– Konkurrenten blir allt hårdare och nya konkurrenter från Kina kommer in och blir allt starkare. Därför är det så viktigt att vi drar nytta av vår lokala närvaro och lär oss förstå kundernas krav bättre än våra konkurrenter, säger han.

GUNILLA TAMM

gunilla.tamm@lme.ericsson.se

Stora uppdrag i Saudiarabien

– Av de tolv länder som ingår i marknadsenheten Mellanöstern är Saudiarabien den marknad som växer mest. På två år har Ericsson fått beställningar på över tolv miljarder kronor av den saudiska GSM-operatören Saudi Telephone Company, STC, berättar Cesare Avenia, ansvarig för marknadsenheten.

I augusti i år hade marknadsenheten Mellanöstern totalt 729 anställda på de tio kontor som finns inom enheten.

Högst penetration när det gäller mobiltelefoner har Förenade Arabemiraten med 57 procent. Saudiarabien med 17 procents penetration har flest abonnenter, drygt fyra miljoner.

– Saudiarabien, med operatören STC, är utan tvekan Ericssons största marknad i området. I februari 2000 fick vi ett kontrakt på 300 miljoner dollar, cirka 2,7 miljarder kronor, och i augusti förra

året ytterligare en order på 820 miljoner dollar, cirka 8 miljarder kronor. Det innebär att vårt viktigaste uppdrag i år har varit att leverera den beställda utrustningen och fullfölja installationerna. Antalet GSM-abonnenter i STC:s nät växer hela tiden, säger Cesare Avenia.

STC, som är den enda GSM-operatören i Saudiarabien, lanserade kontantkort i april. Det är en tjänst som blivit mycket uppskattad och bland annat fått telefonförsäljningen att öka.

Landet är en gammal marknad för Ericsson när

det gäller mobiltelefoni. Det var nämligen här som koncernens första NMT 450-system togs i kommersiell drift i september 1981. Det skedde en månad före Sverige och Norden.



Cesare Avenia ser Saudiarabien som Ericssons största marknad i Mellanöstern.

Förutom i Saudiarabien har Ericsson under det senaste halvåret fått beställningar på utökning av GSM-nätet i Förenade Arabemiraten och Bahrain. I det sistnämnda landet gäller det också introduktion av MMS.

GUNILLA TAMM



Karl-Henrik Sundström ser goda möjligheter för Global Services att ta nya marknadsandelar.

FOTO: KURT JOHANSSON

Ambassadörer för lönsam tillväxt

Ericssons recept för fortsatt tillväxt på tjänsteområdet är lokal närvaro och nära kundkontakt. Nyckelpersonen i jakten på nya affärer är en så kallad Services vice president, Global Services-ansvarig i marknadsenheten. De fungerar som en slags ambassadör för tjänster. När affärsenhetens ledning nyligen höll konferens i Sverige var dessa ambassadörer inbjudna för att dela med sig av sina erfarenheter till medarbetare i Stockholm och Göteborg.

ANSVARsområDEN

- Linjeförordning med fullt ansvar för budget
- Att driva och öka vinstgivande försäljning
- Stimulera ett mer konsultmässigt sätt att sälja tjänster
- Ansvar för kompetens/resurser samt samarbetspartners

Affärsenheten Global Services står idag för cirka en fjärdedel av Ericssons intäkter. Marknadsläget tvingar operatörerna att vänta med att investera i ny teknik, men samtidigt är det nödvändigt att öka kapaciteten och locka nya abonnenter. Ericssons tjänsteutbud ger operatörerna vad de söker.

När ledningen för Global Services nyligen höll en konferens i Stockholm stod vinstgivande tillväxt överst på mötets dagordning. Ytterligare fyra prioriteringsområden betonades: Global Services ansvariga i marknadsenheterna ska stöttas i sina roller, affärsenheten ska ha en enhetlig produktportfölj och ett enhetligt system för leverans och sist, men inte minst, är det viktigt att agera som ett Ericsson.

Under ett föredrag gav Karl-Henrik Sundström, chef för affärsenheten Global Services, sin bild av marknadsläget. Han sade bland annat att Ericsson har en ledande position inom tjänsteområdet, men att Ericsson såväl som konkurrenterna tagit enbart en liten del av den totala marknaden. Det finns utrymme för tillväxt. Framför allt är det möjligt att ta över delar av det arbete som operatörerna själva utför idag.

Han lyfte fram Services vice presidents som nyckelspelare i jakten på lönsamma affärer.

– De är våra ambassadörer på det lokala planet och vår affärsverksamhet är helt lokal. Vi som inte träffar kunderna varje dag måste lyssna på deras erfarenheter, säger Karl-Henrik Sundström.

Colin O'Reilly är Services vice president för marknadsenheten Australien/Nya Zeeland. Under

sitt besök i Stockholm delade han med sig av sina erfarenheter i det framgångsrika arbetet med kunden Hutchison, rörande deras utrustning av 3G i Australien.

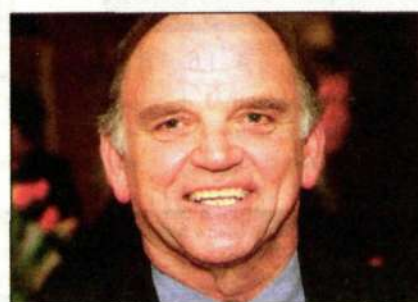
– Min uppgift är framför allt att driva på försäljningen av tjänster ute i marknadsenheterna. Tillsammans utgör vi ett globalt nätverk och har stort utbyte av varandra. Jag har ofta kontakt med kolleger i andra marknadsenheter för att kunna dra lärdom av vad de gjort och få perspektiv på min verksamhet, säger Colin O'Reilly.

Hutchison är en ny spelare på den australiska marknaden och operatören har en liten kundbas inom CDMA. Nu satsar de hårt på att bli en ledande 3G-operatör.

– Till en början hjälpte vi dem med design av nätet. Nu arbetar vi med införande och snart kommer de att gå i drift. Vi kommer att driva nätet under det första året, men vi hoppas få arbeta vidare med driften av nätet även i framtiden.

Till sina kolleger runt om i världen ger Colin O'Reilly tre råd:

– När man kommer med ett erbjudande till kunden ska man vara försiktig så att dimensionerna blir rätt. Det är helt avgörande att kunna leva upp till det man lovar. En annan viktig aspekt är att använda det



"Det är helt avgörande att kunna leva upp till det man lovar," säger Colin O'Reilly.

globala nätverket. Där kan man hämta kunskap och jämförelser som inte finns att hämta hos huvudkontoret. En tredje viktig sak att tänka på är att inte låsa sig i den gamla uppdelningen mellan operatör och säljare. Vi måste arbeta mycket nära operatören för att lyckas. När gränserna mellan företagen suddas ut blir vi som mest effektiva och framgångsrika.

Edmilson Aguiar Toledo, Services vice president för marknadsenheten Brasilien, håller med. Även han ser många fördelar med att få träffa sina kolleger i Stockholm.

– Till exempel kan vi jämföra kostnader och annat som är svårt att utvärdera om man bara sitter och ser sin egen marknad, säger Edmilson Aguiar Toledo.

Hans råd till kollegerna är att våga testa nya sätt att närma sig kunderna.

– När det gäller försäljningen av tjänster så behöver den inte längre ett påhäng till försäljningen av hårdvara. Många nya kontrakt rör bara tjänster och inga fysiska produkter, som när operatörerna lägger ut driften av nätet på Ericsson.

WORLD'S ONLY ANALOG SWITCHES WITH GUARANTEED 1.8V OPERATION

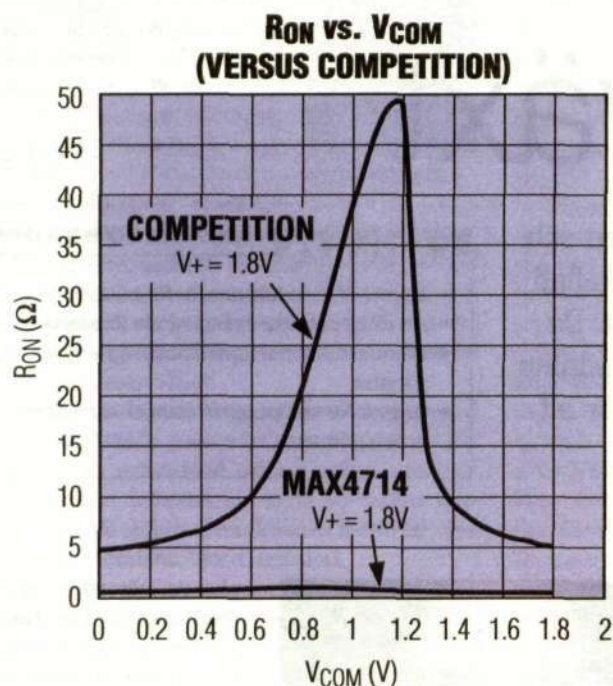
Switch/Mux Family Has 1.2Ω RON, Tiny QFN Packaging

Maxim's newest generation of low-voltage switches and muxes are the only analog switches on the market to feature full, guaranteed electrical specifications for 1.8V operation.

They are specifically designed for portable equipment operating from single +3V and +1.8V supplies. Their low on-resistance and tiny packaging make them ideal for use in portable equipment such as cell phones, digital cameras, and MP3 players.

- ◆ +1.6V to +3.6V Operation
- ◆ Ultra-Low On-Resistance
 - ◆ 0.4Ω (max) at +3V (MAX4715/16)
 - ◆ 1.2Ω (max) at +1.8V (MAX4715/16)
- ◆ QFN and SC70 Packaging
- ◆ Fast Switching Speeds (<25ns)
- ◆ 0.01% THD ($R_L = 32\Omega$)
- ◆ Industry-Standard Pinouts

40% SIZE REDUCTION!



PART	FUNCTIONS	RON AT +3V (Ω max)	RON AT +1.8V (Ω max)	PIN-PACKAGE	PRICE† (\$)
MAX4715/16	SPST NO, NC	0.4	1.2	5-SC70	0.90
MAX4741/2	Dual SPST NO, NC	0.8	4	8-SOT23/µMAX	0.95
MAX4743	Dual SPST NO, NC	0.8	4	8-SOT23/µMAX	0.95
MAX4751/2	Quad SPST NO/NC	0.9	2.5	16-QFN/14-TSSOP	1.20
MAX4753	Quad SPST NO, NC	0.9	2.5	16-QFN/14-TSSOP	1.20
MAX4714	SPDT	0.8	2.5	6-SC70	0.95
MAX4736	Dual SPDT	0.8	2	12-QFN/10-µMAX	0.95
MAX4734	4:1 Mux	0.8	2	12-QFN/10-µMAX	0.95

†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 Mux & Switch Design Guide—Sent Within 24 Hours!
Includes: Reply Cards for Free Samples and Data Sheets

Call For a Design Guide or Free Sample
U.K. (44) 118 9303388
Toll-Free in the U.S. 1-800-998-8800

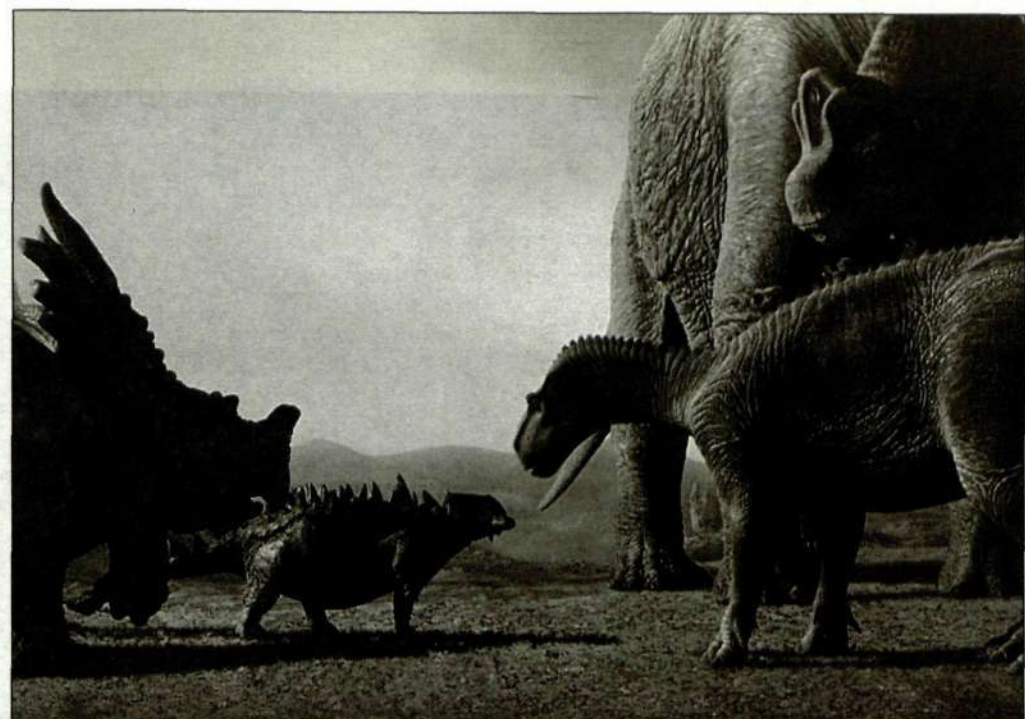
MAXIM
www.maxim-ic.com

2002 EDITION!
FREE FULL LINE
DATA CATALOG
ON CD-ROM



MAXIM DALLAS SEMICONDUCTOR
DIRECT!
DISTRIBUTION

1-888-MAXIM-IC (44) 118 9303388



Nigel Deighton jämför de stora operatörerna med urtidens dinosaurier. Alla kommer dock inte att dö ut, de som är flexibla och anpassar sig till den nya världen överlever. FOTO: PRESSENS BILD

Att vända dinosaurier

Det är många som just nu spekulerar kring hur telekomvärlden kommer att utvecklas. En av dem är analytikern Nigel Deighton från Gartner Research. Han ser positivt på att telekomoperatörernas värld blir allt mer dynamisk, men han är övertygad om att det kommer att ta tid för "dinosaurierna" att vända om.

Nigel Deighton är ganska klar över hur operatörernas framtid kommer att se ut. Han förutspår bland annat att under de närmaste åren kommer operatörer som T-Mobile, Vodafone och Orange att göra en form av återgång till ursprungliga marknader. Några av huvudspelarna – dinosaurierna – kommer att bli större och starkare medan andra kommer att försvinna. I Tyskland förutspår han att av de sex nuvarande operatörerna kommer troligen bara fyra att klara sig.

Större flexibilitet

Den här utvecklingen kommer att skapa större flexibilitet på en marknad som idag är ganska statisk, och det är något som Nigel Deighton välkomnar.

– Vi kommer att se mer av virtuella mobiloperatörer (så kallade MVNO:er) som exempelvis Virgin. De har tydliga nischmarknader och väl identifierade marknadssegment. De kommer att kunna utmana de vanliga operatörerna, eftersom dessa tvingas jaga både användare och virtuella operatörer samtidigt.

De virtuella operatörernas flexibilitet kommer definitivt att innebära en utmaning för dinosaurierna och skapa en viss spänning. När Nigel Deighton får frågan vilka operatörer han tycker är

intressantast just nu, nämner han Hutchison, Virgin och NTT DoCoMo.

– Det avgörande är hur fort de stora operatörerna klarar att göra övergången. Deras låsta tänkande är det största hotet mot 3G, säger han och avser faktumet att operatörerna ännu inte förstått att de i första hand säljer livsstil, inte teknik.

– Framgången kommer att tillhöra dem som begriper skillnaden. De virtuella operatörerna har redan förstått det, eftersom de alltid är noga med att ge varje tjänst ett mervärde. Dinosaurierna däremot säljer fortfarande teknik.

Som ett exempel nämner han hur de olika operatörerna har hanterat MMS.

– De borde tala om hur det tilltalar en viss livsstil, med andra ord i första hand ungdomar. Det handlar om att vara ständigt uppkopplad och att kunna skapa sitt eget innehåll, men grejen är inte tekniken. Folk är intresserade av att höja sitt eget värde, både i egna och andras ögon, och det är det de är beredda att betala för.

Förlamande prislapp

När det gäller den senaste tidens utveckling bland operatörerna, med exempelvis France Telecoms dumpning av MobilCom, är Nigel Deighton inte förvånad. Han refererar till MobilComs nödlån på 3,6 miljarder kronor (400 miljoner euro) från den tyska regeringen som "politiskt taktikspel" och något som bara ger den krisdrabbade operatören "ett litet uppskov av dödsdomen".

– Vi hade hoppats på att den tyska regeringen äntligen skulle inse att prislapparna på 3G-licenserna har förlamat hela branschen. Men den reaktionen har vi fortfarande inte sett, säger han.



Nigel Deighton

Motorola och Siemens förhandlar om samarbete

Motorola och Siemens kan vara nära en uppgörelse som går ut på att Motorola tar över Siemens mobiltelefonverksamhet. I utbyte överläter Motorola majoriteten av sin mobilsystemsverksamhet till Siemens.

Detta enligt uppgifter till webbtidningen Crains Chicago Business, som påstår sig ha fått informationen från insatta källor.

Om affären blir verklighet får Motorola en 25-procentig andel av världsmarknaden för mobiltelefoner. Siemens å sin sida får tillgång till Motorolas CDMA-teknik, vilket möjliggör en expansion för Siemens i Kina och USA.

Telia och Sonera går samman

Formellt blir det svenska Telia som köper finska Sonera och bildar Nordens största teleoperatör. Bolaget kommer att heta TeliaSonera, men ska kallas Telia i Sverige, Sonera i Finland och Netcom i Norge. Vd och koncernchef för bolaget blir Telias nuvarande vd Anders Igel, Sonera-chefen Harri Koponen blir ställföreträdande koncernchef.



Sammanslagningen väntas ge årliga samordningsvinster på 2,3 miljarder kronor redan vid slutet av 2005.

I ett pressmeddelande angående fusionen förklarar Telia att TeliaSonera i första hand ska leverera kommunikationstjänster och gå från ett teknikorienterat till ett mer kundorienterat företag. Företaget ser även möjligheter till utvidgning i Ryssland och målet är att Ryssland på sikt ska utgöra en del av bolagets hemmamarknad.

Spanien lättar på 3G-reglerna

Den spanska regeringen ser nu över villkoren för de spanska 3G-licenserna. I första hand kan det bli aktuellt att släppa kraven på de bankgarantier som operatörerna tvingats ta.

– Om vi kan betala tillbaka bankgarantierna, så kommer operatörernas finansiella situation att bli mycket bättre, säger en regeringstalesman till Financial Times.

De fyra licensinnehavarna Telefónica Móviles, Vodafone, Amena och Xfera har tillsammans betalat nästan 55 miljarder kronor (6 miljarder euro), bara i bankgarantier, utöver licensavgiften. De spanska licenserna kostade i snitt 1,2 miljarder kronor (134 miljarder euro) per styck.

Breton ny chef för France Telecom

Thierry Breton heter France Telecoms nya vd och styrelseordförande. Han är ingenjör och kommer närmast från elektronikföretaget Thomson Multimedia.

Thierry Breton har gjort sig känd för att ha vänt ett konkursmässigt Thomson Multimedia till stora framgångar.

Aktiemarknaden reagerade positivt på utnämningen av Thierry Breton, trots att denne har sagt att han vill ha två månader på sig att analysera företaget innan han drar upp riktlinjerna för hur France Telecoms finanser ska räddas.



Thierry Breton

Endast en procent av Indiens invånare äger en mobiltelefon. Detta faktum i kombination med förbättrade villkor från myndigheterna har lockat många nya operatörer. Ericsson i Indien installerar i år tusentals basstationer i 18 nya mobilnät. Sedan avregleringen av telekommunikationsmarknaden råder nu full konkurrens om en miljard potentiella kunder. Att klara de snabba installationerna samt att ta marknadsandelar på nya områden är de viktigaste målsättningarna för lokalbolaget i år.



Indiens stora befolkning har lockat många nya operatörer. Antalet abonnenter i det fasta nätet är endast fyra procent och för mobilnätet endast en procent. Men tillväxten är snabb, i slutet av 2003 beräknas landet ha 18 miljoner mobilabbonenter och inom fyra år beräknas den siffran vara 50 miljoner.

Snabb nätexpansion största utmaningen

Att växa snabbare än marknaden, att behålla den ledande ställningen inom GSM, att teckna ett antal CDMA-kontrakt inom en nära framtid samt att på sikt även sälja olika bredbandslösningar är de viktigaste uppgifterna för Ericsson i Indien under de kommande två åren, berättar Jan Campbell, ansvarig för hela Ericssons verksamhet i landet.

– Vi måste vara på hugget på många områden, det gäller att ta så stora marknadsandelar som möjligt. På GSM-sidan ligger vi bra till, av de operatörer som fick rättigheterna till de nya GSM-licenserna förra året (se artikeln intill), så levererar vi till 60 procent av dem, säger han.

Jan Campbell är noga med att betona att ett stort arbete lags ned på att undersöka marknaden och värdera de nya operatörernas affärsplaner.

Rekordsnabb utbyggnad

En av de största utmaningarna i år är att klara utbyggnaden av de 18 nya nät som företaget tecknat kontrakt för.

– Detta är mer än vad vi byggt under de gångna sex åren av vår GSM-verksamhet i landet, berättar Jan Campbell.

Han hyser inga tvivel om att lokalbolaget inte skulle



Jan Campbell, chef för Ericsson i Indien, hyser inga tvivel om att lokalbolaget klarar av utbyggnaden av de 18 nya nät de tecknat kontrakt för.

kunna ro i hamn detta uppdrag. Redan i våras levererade, installerade och testade Ericsson i Indien hundratals basstationer under loppet av fyra månader till operatören Hutchison. Noggrann målstyrning och effektiva interna processer har varit ledord i verksamheten under de senaste åren. Detta har haft goda resultat.

De senaste två åren har Ericsson i Indien anställt endast 40 personer (totalt 390 anställda i marknadsenheten), medan affärerna under samma period näst intill har tredubblats.

Ett näbart mål

För att klara den höga utbyggnadstakten har företaget till viss del anlitat underleverantörer för installation och tester av näten. Det kommer även att ske framöver.

Målet att växa snabbare än marknaden kommer att vara näbart under det kommande året, enligt Jan Campbell.

– Eftersom vi i år bygger så många nya nät kommer vår marknadsandel öka ytterligare. På GSM-sidan har vi just nu en marknadsandel på omkring 40 procent och på fastnätets sida motsvarande 10 procent.

På sikt ser lokalbolagschefen även att det finns fler affärsmöjligheter i landet utöver GSM. CDMA och bredbandslösningar är två av dem.

Ett flertal av de nya nationella operatörerna satsar på att erbjuda bredbandsuppkopplingar via fiberoptiska nätverk. Ett exempel är operatören Reliance som grävt ned 6 700 mil fiberoptiska kablar i Indien.

– Ericsson har ju en ypperlig produktportfölj med bland annat IP-lösningar och bredbandslösningar för att ta stora delar av den här marknaden framöver, säger Jan Campbell.

Tuffa arbetsuppgifter i framtiden

I vissa delstater i Indien kan slutanvändaren nyttja sin fasta telefon inom ett ganska stort område, exempelvis en stad.

De operatörer som erbjuder denna typ av mobilitet har CDMA-nät. Därför har lokalbolaget som målsättning att teckna sitt första CDMA-kontrakt inom ett års tid.

Trots de kommande årens bitvis tuffa arbetsuppgifter ser Jan Campbell fram emot att fortsätta arbeta på en marknad med en stor efterfrågan.

– De kommande två åren ska bli spännande och intressanta. Just nu behöver vi ett gott stöd från andra delar av Ericssonorganisationen. Vi behöver exempelvis i vissa fall unika konfigurationer av basstationer och andra landspecifika lösningar, säger han.



Ericsson installerar i år tusentals basstationer i 18 nya mobilnät i landet. Detta är delar av ett system i Hutchisons nätverk.

ULRIKA NYBÄCK
ulrika.nyback@ime.ericsson.se

Stor marknad lockar nya operatörer

Indien är inne i en enorm expansionsfas vad gäller området telekom i allmänhet och mobilnätets utbyggnad i synnerhet. Förklaringen ligger till stor del i ett förändrat regelverk för operatörerna samt utauktioneringen av fyra nya GSM-licenser i varje delstat. 1999 beslutade telekomregulatorn i landet att ersätta de årliga höga licensavgifterna med att begära en procentandel av operatörernas vinst.

Den ökade konkurrensen har lett till lägre samtalstaxor för alla typer av samtal. De indiska operatörerna erbjuder idag några av världens lägsta avgifter för mobiltelefoner.

Att majoriteten av befolkningen varken har tillgång till en fast eller mobil telefon är troligtvis den största anledningen till operatörernas intresse för marknaden. Antalet abonnenter i det fasta nätet är endast fyra procent och samma siffra för mobilnätet endast en procent. Men tillväxten är snabb. I slutet av 2003 beräknas landet ha 18 miljoner mobilabbonenter och inom fyra år beräknas den siffran vara 50 miljoner.

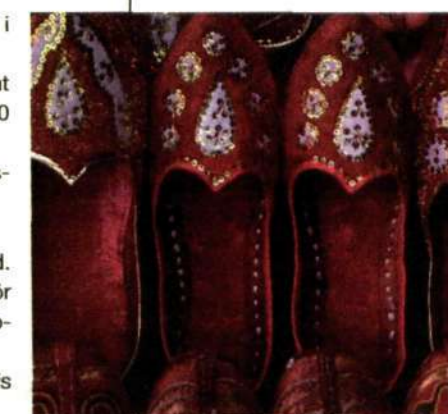
Kampen om de potentiella abonnenterna har blivit tuff, så hård att Jan Campbell, ansvarig för Ericssons verksamhet i landet tror att vissa operatörer inte kommer att överleva på sikt. I takt med att allt fler operatörer etablerat sig på marknaden har även pressen på telekomleverantörerna ökat.

– För att Ericsson ska behålla sin ledande ställning på den indiska marknaden måste vi snabbt leverera stora volymer. Högre krav ställs också på att lösningarna ska vara kostnadseffektiva. Med den konkurrens och prispress vi arbetar under nu måste vi vara otroligt duktiga, betonar Jan Campbell.

ULRIKA NYBÄCK

ERICSSON I INDIEN

- Ericsson inledde sin GSM-verksamhet i landet 1995
- Marknadsandel för GSM: cirka 40 procent
- Marknadsandel för fasta nät: cirka 10 procent
- Antal anställda: 390 inom marknadsenheten
- Utvecklingscentren i Bangalore, New Delhi och Hyderabad säljs till Wipro Ltd.
- Övrig försäljning: MINI-LINK, växlar för både fast- och mobilnät samt 1,3 miljoner fasta linjer
- Inom datakom har företaget sålt: Tigris Multi Service Access Platform





Operatören Bhartis mobilverksamhet går under namnet AirTel. 25 procent av landets mobilabonnenter är anslutna till dem och antalet kunder ökar markant varje månad. Här ser vi en del av Bhartis mobilnät i staden Haridwar.

”Vi ser Ericsson som leverantörernas Rolls-Royce”

Bharti är en av de största och snabbast växande operatörerna i Indien idag. Sunil Bharti Mittal, styrelseordförande i företaget, beskriver Bhartis snabba expansion samt det nära samarbetet med Ericsson.

– Bharti var ett litet företag när vi inledde samarbetet med Ericsson och idag är vi en av de snabbast växande operatörerna i landet. Faktum är att varannan ny abonnent ansluter sig till oss. Vi är stolta och glada över vårt unika samarbete med Ericsson, ett företag som vi brukar kalla för mobilteknikleverantörernas Rolls-Royce, säger Sunil Bharti Mittal.

Bharti har sedan starten 1995 byggt GSM-nät i 15 delstater och Ericsson har levererat system till tio av dessa. Samarbetet mellan företagen inleddes samma år och har vuxit i omfattning sedan dess.

Den mest intensiva fasen hittills i samarbetet nåddes under förra året, då sex nya nätverk lanserades under mindre än sju månader. Nätutbyggnaden omfattade omkring tusen basstationer och radiolänkar (MINI-LINK) samt ett stort antal AXE-noder och var större än operatörens sammantagna nätutbyggnad hittills.

Craig Hosken är kundansvarig för Bharti på Ericsson i Indien. Han förklarar hur han och hans kolleger lyckades genomföra en så snabb nätutbyggnad:

– Inom vår organisation har vi väldigt tydliga roller och ansvarsområden, vilket gör det enklare att nå uppsatta mål. Vi utser en projektledare med helhetsansvar för varje mobilnät, vilket gör att allt går snabbare. Sist men inte minst är det hederligt och hårt arbete utfört av oerhört kompetenta medarbetare som gjort att vi klarat detta, säger Craig Hosken.

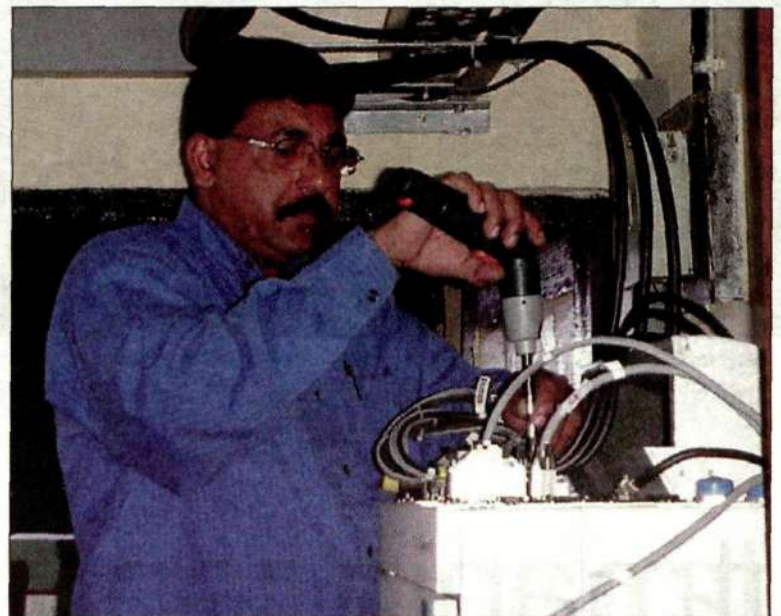
Bhartis mål för nästa år är att vinna fler licenser i fler delstater, lansera nya tjänster som GPRS och nya tjänster



Sunil
Bharti Mittal



Craig Hosken



Testaren Pharook Muhammad arbetar med installationen av en basstation i staden Chandigarh, i Bhartis mobilnät. Operatören har sedan starten 1995 byggt GSM-nät i 15 delstater. Ericsson har levererat system till tio av dessa.

FOTO. SATYAJIT DEB

för kontantkort, så kallade prepaid-tjänster, samt att öka antalet abonnenter i nätverken.

– Med tanke på det vi presterat hittills hoppas jag att Ericsson i Indien ska få fortsätta leverera och installera system, produkter och lösningar till de nya nät som Bharti planerar att bygga, säger Craig Hosken.

ULRIKA NYBÄCK

ulrika.nyback@lme.ericsson.se



Dzus snabbblås ökar användarvänligheten i Era produkter genom enkel montering och demontering. Vi förenklar Era utvecklingsarbete och sänker därmed utvecklingskostnaderna. Snabbare monterings- och enklare demontering vid serviceåtgärder sänker Era kostnader. Genom effektiva logistiklösningar kan vi också sänka Era lagerkostnader.

För mer information kontakta:

Tel: +44 (0)1252 714422

Fax: +44 (0)1252 712738

Dzus Fasteners, Farnham GU9 9PL, England

Web: www.dzus.co.uk

e-mail: info@dzus.co.uk



Part of the bigger picture for world class manufacturers

Låst läge?

Kan öppna möjligheter

Kan öka värdet



Ledningsgruppen för den nya patentorganisationen består av Kasim Alfalahi, ansvarig för licensiering, Gabriele Mohsler, ansvarig för patentenheten för kärnät, Monica Magnusson, ansvarig för patentenheten för radionät samt Måns Ekelöf, chef för hela organisationen. Ovan: Anders Onshage, ansvarig för patentenheten för mobilplattformen EMP/EBT.

FOTO: ECKE KÜLLER

Affärstänkande styr patent och licenser

– För två år sedan hade vi inga intäkter på våra patent och licenser. Idag tjänar vi ansevärliga summor som går direkt in som vinst, säger Måns Ekelöf, ansvarig för Ericssons enhet för licenser och patent, som nu organiseras om för att bli ännu mer affärsinriktad.

IPR, Intellectual Property Rights, som framför allt handlar om att sälja patent och licenser (rätt att använda patent), får en allt större betydelse för företagen. USA ligger fortfarande i täten, men Europa har vaknat och är på god väg att komma ikapp.

– Det gäller även Ericsson, som på kort tid blivit en av de ledande inom sin bransch, säger Måns Ekelöf. Det finns mycket pengar att tjäna på bra patent och det är dags att vi får betalt även i form av licenser för all forskning och utveckling vi har lagt ner på att ta fram teknik för telekom.

Visserligen har antalet patentansökningar den senaste tiden gått ner, som en följd av den djupa lågkonjunkturen. Företagen har inte längre råd att satsa lika mycket på forskning och utveckling.

– Det gäller förstås också Ericsson, säger Måns Ekelöf, men vi märker inte någon direkt ekonomisk effekt eftersom vi samtidigt går från kvantitet till kvalitet. Vi satsar mer på patent som vi ser som goda investeringar.

Den omorganisation som nu sker och som gäller från och med den 1 oktober i år syftar dels till att öka intäkterna av IPR, dels till att minska kostnaderna.

– En liten grupp kunniga och målinriktade personer har genom fantastiska arbetsinsatser lyckats skapa ansevärliga licensintäkter det senaste året. Avsikten är nu att öka intäkterna ytterligare.

Bara det bästa duger

Detta ska bland annat ske genom en hårdare prioritering där man väljer att satsa på det som ger pengar. Det betyder att så kallad korslicensiering, där företag byter patent med varandra, inte är lika intressant om den inte ger några intäkter. Däremot är det intressant att sälja licenser till bolag som har en svagare patentportfölj, vilket i praktiken betyder merparten av alla bolag – eftersom Ericsson kanske har branschens starkaste portfölj. I sammanhanget kan nämnas att det klart största värdet av Ericssons patentportfölj är det strategiska värdet, som bland annat innebär att man genom korslicensiering kan undvika att betala royalties till andra bolag.

Kostnaderna ska reduceras: dels genom en effektivare organisation med färre enheter och enklare beslutsprocesser, dels genom att kraftigt minska beroendet av dyra externa konsulter och byråer.

– Det sistnämnda betyder förstås en ökad arbetsbörda för personalen, men även att vi blir starkare och att vi tar kontroll över processen. Det borde vara en sporre för alla, säger Måns Ekelöf.

Patent och licenser i en enhet

Organisatoriskt innebär förändringen att enheterna för patent och licens slås samman. Tanken är att patent och licens hör ihop på samma sätt som produktutveckling hör ihop med produktförsäljning. Det är alltså helt naturligt att integrera dem med varandra.

Samtidigt vill Måns Ekelöf betona att detta inte betyder att man centraliserar hela verksamheten, utan att de patentkunniga fortfarande ska sitta nära och vara en integrerad del av utvecklingsorganisationen. En stor del av kompetensen finns i länder världen över.

Det är inte aktuellt med några personalminskningar, eftersom man tidigare gjort nerdragningar och nu är betydligt färre personer som kommer att ha mer arbete att utföra. Detta ska klaras med olika effektiviseringar.

– När jag började här för ett och ett halvt år sedan bestämde jag mig för att inom tre år ha fört upp Ericsson till världsklass inom IPR. Vi är på god väg, genom fantastiska insatser från ett stort antal personer, och redan idag bedöms vi som ett ledande licensbolag, avslutar Måns Ekelöf.

LARS CEDERQUIST

lars.cederquist@lme.ericsson.se



Mellan föreläsningarna demonstrerade Ericssons partners mobila tjänster för deltagarna i Mobile Internet Forum.

FOTO: FERNANDO MORENO

Forum föder idéer

På en ny och lovande marknad för mobila tjänster kan delade erfarenheter betyda dubbel framgång. I förra veckan satte operatörer och innehållsleverantörer inom marknadsområdet EMEA kurs mot Spanien för att lära av varandra på Ericssons fjärde Mobile Internet Forum.

På Ericsson i Madrid är man väl förberedd denna tisdagsmorgon. Det är dags för EMEA:s Mobile Internet Forum, en tvådagarskonferens som syftar till att främja utvecklingen av mobila tjänster. På ett bord i den ljusa foajén ligger namnskyltar till deltagarna med företagen tydligt angivna under varje namn. Turkcell, Vodafone, Sony Music, Amena, Sport One-representationen är bred, både geografiskt och branschmässigt. Kostymklädda män och en och annan kvinna promenerar in genom glasdörrarna, gör anspråk på sin namnskylt och skyndar vidare in i Spanienbolagets stolthet: de hypermoderna demonstrations- och möteslokaler ComCenter.

Driver på utvecklingen

Det är främst chefer inom marknadsföring, försäljning och utveckling av nya mobila tjänster som är målgruppen. Bakom initiativet står Mobile Internet Drive team, ett EMEA-nätverk vars syfte är att driva på utvecklingen av Mobilt Internet. Veikko Sepp leder nätverket, som bildades för ett och ett halvt år sedan.

– Många nya mobila tjänster lanseras just nu, men marknaden är fortfarande väldigt ung. I det här ske-

det är det viktigt att sprida goda exempel, och Mobile Internet Forum har visat sig vara ett mycket effektivt sätt att göra just det, berättar han.

Det är dags att börja. De drygt hundra deltagarna bänkar sig för att lyssna när Spanienbolagets chef Ingemar Naeve och chefen för marknadsområdet, Mats Dahlin, inleder. Sedan är det dags för inbjudna innehållsleverantörer och operatörer. Ett ämne som står högt upp på dagordningen är MMS, och operatörer från Spanien, Turkiet och Schweiz delar med sig av erfarenheter från sina lanseringar. I många presentationer tas slutanvändarperspektivet upp som en nyckelfaktor för lyckad marknadsföring. Det är tjänsterna och inte tekniken som måste stå i centrum, konstaterar en representant från spanska operatören Telefónica Móviles och citerar en intern undersökning som visar att nio av tio slutanvändare inte vet vad som menas med datatjänster. En annan viktig fråga är den om hur man ska ta betalt för tjänster. Här ger slovenska operatören Mobitel ett



Veikko Sepp

exempel på ett öppet betalsystem som har fungerat bra för dem. Mellan föredragen kan deltagarna ta en tur ut i demonstrationscentret och prova på tjänster från olika Ericssonpartners.

– Tanken är att skapa en mötesplats där operatörer och innehållsleverantörer förutsättningslöst kan dela med sig av sina erfarenheter och diskutera samarbetsformer. Vi vill inte tala om för våra kunder vad de ska göra, utan satsar i stället på att underlätta kommunikation och därmed samarbete, säger Veikko Sepp.

Ericsson en katalysator

För Ericsson handlar det förstas om att öka trafiken i näten och i förlängningen skapa behov av nya 3G-nät. Men som arrangör av forumet visar företaget att det är mycket mer än bara en teknikleverantör. Global närvaro och mångårig erfarenhet i branschen gör att Ericsson kan fungera som ett slags katalysator mellan olika parter, hjälpa dem att hitta fram till lönsamma partnerskap och affärsmöjligheter.

– Tekniken för de nya tjänsterna är på plats. Nu handlar det om att marknadsföra dem, och hitta ett bra sätt att dela på intäkterna. Vi har alla samma mål, och i stället för att baka varsin liten kaka måste vi arbeta tillsammans för att göra en stor kaka som vi alla kan dela på, säger Veikko Sepp.

TONYA LILBURN

tonya.lilburn@lme.ericsson

Kunderna dras till ComCenter

Det är kafferast på Mobile Internet Forum, och människor strömmar in i ComCenters demonstrationsområde för att prova de olika applikationerna. Mitt bland dem står Beatriz Lara, affärsutvecklingschef på Global Services i Spanien och stolt grundare av ComCenter. Det var hon som tillsammans med chefen för Ericsson i Spanien, Ingemar Naeve, kom fram till att det var dags att förbättra marknadens uppfattning om Ericsson.

– Vi var marknadsledande, men vi fick inte alltid det erkännandet. Så vi ville göra något för att förstärka bilden av Ericsson som ett företag som levererar tjänster och lösningar och inte bara teknik.

Svaret var ComCenter, en mötesplats för telekombranschen inte bara i Spanien utan i hela marknadsområdet. Här finns GSM-nät med GPRS, ADSL, transmission, liksom alla sorters fasta och mobila lösningar. Användningsområdena är många – allt från konferenser och utbildningar till kundmöten och demonstrationer kan anordnas i centret.

– Nu kan vi visa kunderna vilka möjligheter som finns. Vi kan testa de applikationer som utvecklats på Ericsson Mobility World, eller låta kunden ta med sina egna applikationer och testa dem i vårt nätverk.

ComCenter bemannas av kompetent och välutbildad personal, som har tagit emot nästan 15 000 besökare sedan lokalerna invigdes för ett år sedan. Beatriz Lara säger att hon har märkt stor skillnad i den allmänna inställningen till Ericsson. Företaget uppfattas mindre som en anonym teknikleverantör och mer som en konsult med värdefulla erfarenheter. Och kunderna kommer mer än gärna.

– Jag får till och med samtal från företag som säger: "Hallå där, varför har ni inte bjudit in oss till ert ComCenter än?" Vi som arbetar med försäljning vet hur värdefullt detta är. Det är en styrka att få folk att komma till en i stället för tvärtom, avslutar Beatriz Lara.



Beatriz Lara vill skapa en mötesplats för telekombranschen i hela marknadsområdet.

TONYA LILBURN



Tomas och Tina Sjögren vet hur det är att möta extremt svåra utmaningar.

vi TRE

Vad gör ditt företag för att driva mobila tjänster?
Vad har du fått ut av mötet?

Ramūnas Šablinskas, Omnitel:

– Vi har funnits i branschen sedan 1995 och är bland pionjärerna i Europa när det gäller mobila tjänster. Vi har ganska god förståelse för vad våra kunder behöver och försöker ge dem rätt tjänster vid rätt tidpunkt.

– Det har varit ett fantastiskt tillfälle att träffa andra i branschen och utbyta idéer och erfarenheter och nyheter. Presentationerna var mycket koncentrerade och gav många bra svar. Det var intressant att höra hur operatörerna har löst problem på olika sätt.



Klaus Kindl, Sony Music:

– Vi försöker hitta lämpliga lösningar som kan öka datatrafiken i operatörernas nät och få igång affärerna. Just nu jobbar vi ihop med Ericsson i Österrike för att ta fram en mobil distributionsplattform för musik och andra datatjänster.

– För oss som utvecklar tjänster är det viktigt att förstå operatörerna för att kunna komma med rätt lösningar. Därför är det oerhört värdefullt att träffas, spela med öppna kort och lära av varandras erfarenheter. Vi har fått en viktig bekräftelse på att vi är på rätt spår. Nu gäller det att fortsätta framåt så fort som möjligt.



Angel Garcia, Telefónica Móviles:

– Vi jobbar mycket med att driva på utvecklingen av Mobilt Internet, inte bara med meddelandetjänster utan även med wap och GPRS. Nyligen skrev vi på ett kontrakt med NTT DoCoMo för lansering av i-Mode och ännu fler tjänster här i Spanien.

– Jag har fått träffa olika aktörer på marknaden, höra olika åsikter och idéer om hur man kan lansera och driva tjänster. För oss är det viktigaste budskapet att vi måste sikta in oss på kunderna, och samarbeta med tredjepartare för att snabbt få ut de allra bästa tjänsterna på marknaden.



Polarfarare gav överlevnadstips

Stå aldrig still. Konfrontera stormen. Säg bara positiva saker till varandra. Polarfararna Tomas och Tina Sjögren kunde ge deltagarna på Mobile Internet Forum en hel del tips om hur man överlever i ett tufft klimat.

Ett föredrag som gjorde alldeles särskilt stort intryck var det som de Ericsson-sponsrade äventyrarna Tomas och Tina Sjögren höll om sina strapatsrika expeditioner i svårast tänkbara förhållanden. Nyligen hemkomna från Nordpolen beskrev de hur de skidade i 63 dagar i extrem kyla och i oländig terräng. Med sig hade de flera hundra kilo utrustning och förnödenheter, som de själva drog på slädar. För att hålla kontakt med yttvärlden publicerade de dagliga rapporter och fotografier på nätet med hjälp av kommunikationsteknik från Ericsson.

– Det var den tuffaste expeditionen vi någonsin genomfört. Alla som vi pratade med innan sade "Ni har inte en chans", och vi trodde

knappt själva att vi hade det, berättar Tomas Sjögren inför en andäktig publik.

För de som varit verksamma i telekombranschen de senaste åren var det inte svårt att se parallellerna. Att hålla humöret uppe och fortsätta kämpa i extremt svåra motgångar är en förutsättning för överlevnad när lågkonjunkturens iskalla vindar blåser och marknaden känns bottenfrusen. Då är det extra välkommet med råd och uppmuntran från några som vet vad utmaningar vill säga.

– Kämpa på. När marknaden är trög minskar konkurrensen, och vinnarna är de allra tuffaste, de mest företagsamma. Kom ihåg att när marknaden är långsam, det är då imperier byggs, uppmanar Tina Sjögren.

TONYA LILBURN

A partner for you.....



Delta Electronics Powering 3G Networks

With 30-year experience in developing and manufacturing custom-design power conversion products, Delta Electronics is a leader in providing total solutions for power management systems. Delta provides a series of network solutions to meet today's and tomorrow's market needs:

- System Capacity: From 48V/50A to 48V/10KA for different applications.
- Module Capacity: From 48V/10A to 48V/120A.
- Power Density: Above 10W/in² design capability.
- DC/DC converters and DC/AC inverters for integrated solutions.

Delta, your best power solution partner!



MCS 1800 series
• -48V/30A rectifier
• System capacity:
~ 48V/180A
• System EMC class B
• UL/cUL; TUV/CE
• 24V model available



MCS 600 series
• -48V/10A rectifier
• Max. 5 rectifiers in parallel
• System capacity:
~ 48V/50A
• System EMC class B
• UL/cUL; TUV/CE



MCS 3000 series
• -48V/50A rectifier
• Max. 96 rectifiers in parallel
• System capacity:
~ 48V/4800A
• UL/cUL; TUV/CE
• 24V model available



EMPOWERING. SOLUTIONS.

Europe: 44-7771-956-299 PMcMahon@euro.delta-corp.com
N. America: 1-919-767-3800 telecompower@deltartp.com
Asia: 886-3-4526107 herbert.ho@delta.com.tw
www.deltaww.com

XBS KoncernTryck

**YOU JUST NEED ONE PARTNER
FOR YOUR PUBLISHING NEEDS**

Visitkort

Vi är Ericssons utvalda leverantör
av visit- och korrespondenskort.



Click-To-Buy/EBP

Vi är Ericssons utvalda
Click-To-Buy/EBP-leverantör inom
området Grafisk Produktion.

Vi finns på Intranet

Gör ett besök på hemsidan
för att se allt vi kan!



<http://xbs.ericsson.se>

Xerox Business Services

XBS KoncernTryck
Tel: 08-719 31 64

5

**Missa inte Ericssons
interna nyhetsprogram**

5minutes

**Uppdateras varje tisdag på
inside.ericsson.se**

Produceras av redaktionen på Kontakten



Fredrik Alatalo syns i telefon, på skärm samt i bilden. Med videotelefoni via ett 3G-nätverk kommer man att både se och höra personen som ringer.

FOTO: ECKE KÜLLER

Nya steg på 3G-vägen

Det finns många anledningar att ha förtroende för Ericssons 3G-kapacitet. Ett djupt tekniskt kunnande, förmågan att möjliggöra överlämningar mellan näten och snabb dataöverföring utgör den solida grunden. Dessutom har Ericsson en äkta 3G-tjänst som ligger i startgroparna.

När operatörerna sparkar igång 3G, kommer videotelefoni att vara den första tjänsten som erbjuder mer än bara prat, mer än att bara sända text och stillbilder. Det handlar om direktsänd video och telefonkonversation i ett.

– Om mannen på gatan fick definiera 3G, skulle han antagligen säga video. Det är någonting han kan se är annorlunda från 2G och det är det här operatörerna strävar efter, säger Fredrik Alatalo, chef för produktutvecklingsenheten IP Connectivity and Control, PDU IPCC.



Fredrik Alatalo

Videotelefoni har utvecklats i samarbete med flera olika kunder under ett och ett halvt år.

– Det är en rak och enkel tjänst. Du får video från en mobil till en annan, från en mobil till en dator

och vice versa, säger Stefan Sjöberg, produktchef för PDU IPCC.

Även om det inte förväntas bli en tillämpning för den breda marknaden, innebär tjänsten en stor möjlighet till rejäl affärstillväxt för operatörerna.

– De får tillgång till en helt ny kundbas, med en kombination av mobil och pc. I slutändan handlar det ju om att öka trafiken i näten, och en ny häftig tjänst som video kommer att medverka till det, säger Stefan Sjöberg.

Det första lyckade försöket med samtal mellan en telefon och en dator genomfördes nyligen i Italien. Stefan Sjöberg är övertygad om att det första kontraktet för videotelefoni finns runt hörnet.

– Det finns ett stort intresse på marknaden för den här typen av tillämpningar. Flera stora operatörer har kontaktat Ericsson om videotjänster.

Fredrik Alatalo förklarar att Ericsson ligger före konkurrenterna med utvecklingen av den här tjänst-



Stefan Sjöberg ser videotelefoni som en rak och enkel tjänst

en, tack vare en tidig start och tack vare att det gick att bygga på produkter som redan fanns i Ericssons portfölj. Entusiasmen är stor i Stefan Sjöbergs och Fredrik Alatalos grupp.

– Den här sortens kommunikation skapar en större närvaro, man använder alla sina sinnen, säger Stefan Sjöberg.

För Fredrik Alatalo handlar det också om att ha kul.

– Man måste inte vara ett teknikfreak för att tycka att det här är kul och spännande. Till och med mina föräldrar skulle gilla det. Men om jag ska vara seriös, så vill jag poängtera att videotelefonin har ett enormt ansvar, eftersom det är den första riktiga 3G-tjänsten som är tillgänglig för operatörerna. Frågan om videotelefonins framgång kommer att påverka hela branschen. Vi måste visa möjligheterna.

DODI AXELSON

dodi.axelson@lme.ericsson.se



Bli nöjd med din IT-budget



PowerEdgeE 2650

Rackoptimerad server (2 U) för t ex front-end Internet eller generella tillämpningar

- Upp till två Intel Xeonprocessorer, 1,8-2,4GHz med hyper-threading-teknik
- Upp till 6GB PC200 ECC DDR SDRAM
- 356GB max intern lagringskapacitet
- Minnesteknikerna Spare bank och chipkill för max tillgänglighet
- ServerWorks GC-LE Chipset och 400MHz front side buss för maxprestanda
- Stöd för 5 PCI-bussar (varav PCI-X)
- Dubbla integrerade Gigabit nätverkskort
- Stöd för -48V DC i telekommiljöer
- Diskar som byts under drift samt stöd för kraftaggregat och fläktar med hot-plug



PowerEdge 6650

Rackoptimerad server (4 U) för affärskritiska tillämpningar

- Upp till fyra Intel Xeonprocessorer, 1,4-1,6GHz med hyper-threading-teknik och level 3 cache
- Upp till 16GB PC 200 DDR SDRAM
- 356GB max intern lagringskapacitet
- Redundanta hot-plugdiskar, kraftaggregat och fläktar
- Totalt 8 hot-plug PCI-platser, varav 7 PCI-X
- Dubbla integrerade Gigabit nätverkskort
- Minnesteknikerna minnesspeglning, chipkill och spare bank



Med Dells senaste generation Enterprise-system kan du få ny avancerad teknik utan att betala skjortan. Dells PowerEdge 6650-server ger dig Intels nya Xeonprocessorer med hyper-threading-teknik, 400MHz front side bus och innovativa minnestekniker för att maximera tillgängligheten. Invändigt är systemen en dröm att ge service och uppdatera. Allt är lättåtkomligt utan skruvar och lysdioder markerar om någon komponent fallerar.

Med Dell-system i datacentermiljö får du inte bara maximal tillgänglighet utan budgetutrymme att effektivisera hela din infrastruktur. Kontakta Team Ericsson på Dell idag för Ericsson-pris.

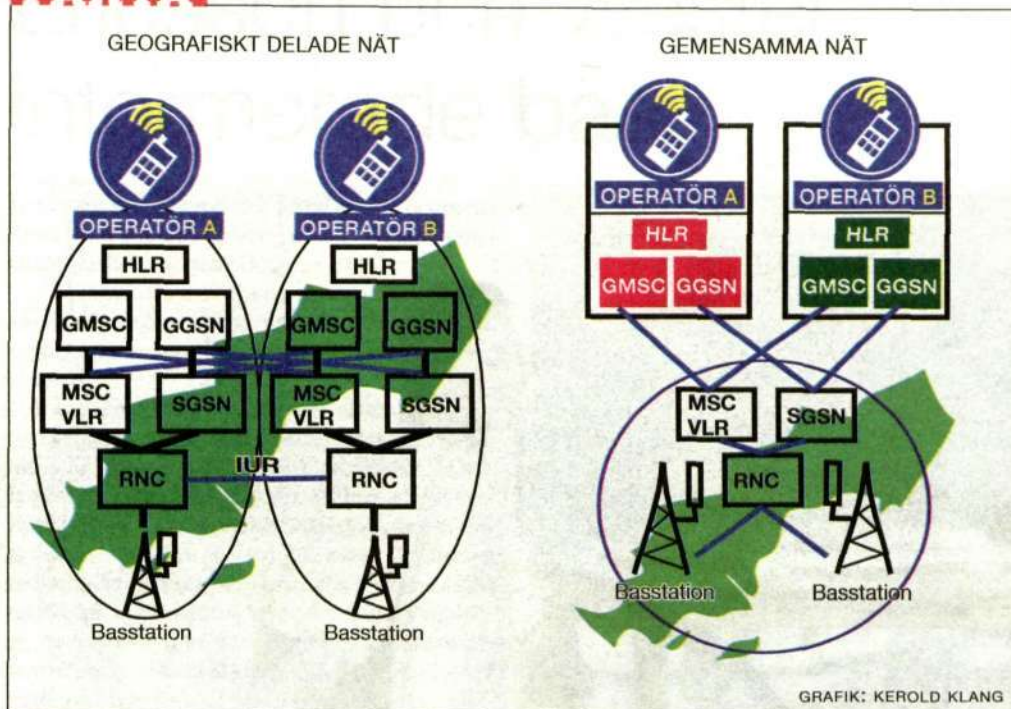
De tre största halvledar/elektronikföretagen i världen förlitar sig på Dells servrar och lagring.

Intel, Intel Inside, the Intel Inside Logo, Xeon are trademarks or registered trademarks of Intel Corporation or its subsidiaries in the United States and other countries. Dell reserverar sig för bildmässiga och typografiska fel.

Easy as **DELL**[™]

Besök www.dell.se eller ring 08-590 051 42.

OPERATÖRERNAS OLIKA MÖJLIGHETER



GRAFIK: KEROLD KLANG

Delade mobilnät minskar kostnader

För att få fart på 3G börjar operatörerna dela på näten. Det ger både lägre kostnader och snabbare utrustning. Det finns idag fyra lösningar som är lämpade för olika situationer.

Delade nät har blivit en väg för att häva den besvärliga skuldsituation som många operatörer hamnat i. Nyligen godkände EU de brittiska företagen T-mobile och mmO2:s planer att dela siter i stadsmiljö och komplettera med 3G, nationell roaming eller geografiskt delade nät för resten, det vill säga cirka 80 procent av befolkningen. Delning av nät sker även i Tyskland och Sverige.

Tekniskt finns det idag fyra lösningar att dela nät. Operatörerna kan ha nät som geografiskt kompletterar varandra, de kan ha gemensam siteutrustning, hela nätet gemensamt eller bara radionätet gemensamt.

Geografisk delning

Den enklaste formen, Site Sharing, är redan etablerad inom GSM. Operatörerna delar på utrustningen på siten, master, ström, transmission, men de har sina egna basstationer. Ofta går två operatörer ihop och har varsin antenn i en gemensam box, men med möjlighet till separat lutning av antennloben för att få optimal täckning, vilket är viktigt i WCDMA. Det ger lägre kostnader för installation, drift och underhåll samt nätplanering. Lösningen kan användas både i tätorter och på landsbygden.

De lösningar som man mest talar om idag är dock Geographical Split Networks och Common Shared Networks, säger Lambert Beekhuis, ansvarig för lösningar för Shared Networks på Ericsson.



Lambert Beekhuis

3G-nät som geografiskt kompletterar varandra passar operatörer som har licens men vill täcka glesbygden snabbare. De har var sitt nät och klarar täckningen med nationell roaming mellan näten. Enligt 3GPP-

standarden kan upp till fem operatörer komplettera varandra på det här sättet.

I geografiskt delade nät är det viktigt att lösa frågan hur en abonnent flyttar sig mellan det delade nätet och operatörens eget GSM-nät. Där har Ericsson en unik lösning med Selective Handover för övergång till rätt GSM-nät, vars namn också syns i mobilens display.

Geografisk Split är tekniskt lik Common Shared Networks, där operatörerna delar på både radionät och kärnnät, med nationell roaming på gemensamma ytor, men skiljer sig genom att operatörerna har varsin licens och äger varsitt nät och att de har egna GSM-nät i botten.

Billigt men inte så fritt

Den lösning som speciellt passar operatörer utan egna 3G-licenser, eller för virtuella operatörer, är ett Common Shared Network. Man har gemensamma basstationer och RNC, Radio Network Controller, men också paketdatabasen SGSN och mobilväxeln MSC med besöksdatabasen VLR. Däremot har varje operatör sin egen abonnentdatabas, HLR, med betalningsfunktioner och tjänster samt egen kontakt med externa nät. Abonnenterna hör till varsin operatör – detta syns på displayen – och roamar i det gemensamma nätet. Det här är en lösning som Ericsson nu bygger för de svenska operatörerna Telia och Tele2. Det ger stora vinster så länge näten är nya och trafikvolymen låg.

Common Shared Networks för 3G är lik den lösning man i GSM använder för virtuella operatörer som roamar i en värdoperatörs nät.

Den fjärde lösningen är att operatörerna fysiskt delar på radionätet, men att de har var sitt kärnnät. Logiskt har de var sitt radionät och de har var sitt frekvensspektrum. När operatörerna är tvungna att använda sina egna frekvenser är denna lösning lämplig.

För samtliga lösningar gäller att operatörerna kan gå över till egna, individuella nät.

LARS CEDERQUIST

lars.cederquist@lme.ericsson.se

Bluetooth rullar vidare

Inom fem år kommer var femte bil att ha inbyggd Bluetooth-hårdvara, spår en ny studie av Allied Business Intelligence Inc (ABI).

Chrysler, som redan har ett handsfree-tillval för vissa modeller, är först i USA medan vissa Saab- och BMW-modeller erbjuder Bluetooth-handsfree i Europa. Det som speciellt lockar biltillverkarna är det låga priset på Bluetooth-chips. Till en början lär det mest handla om telefoni, men snart kommer mer avancerade datatjänster.

www.allnetdevices.com

Chatta på flyget

Verizon Airfone erbjuder nu flygresenärer som reser med Airfone-utrustade plan en rad moderna tjänster. Det är Instant Messaging, IM, chat över nätet mellan två eller flera användare, online-spel, nyheter, börsnoteringar med mera.

Verizon Airfones datatjänst JetConnect är redan igång på flera plan och kommer alltså nu att uppgredas. Upp till 46 passagerare kan samtidigt använda JetConnect genom att plugga in sina laptops. IM-chaten kan ske både med folk nere på marken och mellan passagerarna.

www.instantmessagingplanet.com/

Suveränt ljud i signalen

I höst når Sony Ericssons första GSM-telefoner med flerstämmiga ringsignaler marknaden – T300 och P800. Bland konkurrenterna har några redan hunnit lansera tekniken.

Men vår lösning har en högre kvalitet, säger Peter Körner, som leder the Polyphonic Ringer Group inom Sony Ericsson.

Polyphonic handlar om att spela upp mer än ett ljud samtidigt. Man får en instrumental version med flera olika instrument och stämmor. Först på senare tid har tekniken blivit tillräckligt kostnadseffektiv för att vara intressant. En viktig ingrediens är MIDI-formatet (Musical Instrument Digital Interface), som lagrar ljudinformationen i huvudsak som kontrollsignaler.

Det blir små filer som stjälar väldigt lite minne och ström. Flerstämmigt ljud började först användas i Japan där det redan finns telefoner med upp till 40 flerstämmiga kanaler. Men egentligen är allt över 16 till 18 kanaler sifferexercis, menar Peter Körner. Det är kvaliteten på den lilla synthen i mobilen, och hur pass fullt frekvensomfång telefonen klarar som avgör hur resultatet blir.



T300:s 24-kanals flerstämmiga ringsignaler blev mycket uppskattade på fältproven.

Bidra till att sänka telefoni- och IT-kostnaderna

på Ericsson. Ett stort antal enkla tips om hur vi kan hjälpas åt att sänka kostnaderna finns nu sammanställda på portalen Our IT Environment. Det här tipset kommer från Gunilla Ahrens, Ericsson Solutions Management:

- använd ECN-nummer för interna samtal
- använd Ericssons eget telefonkonferenssystem
- rensa på H: och i din e-postbox, ta bort kopior och gamla filer
- skicka länkar i stället för bilagor när det är möjligt
- använd standardprogram och standardprodukter
- ta bort behörigheter till system som du inte har behov av.

infosverige.ericsson.se/it_stod/our_it_environment/index_eng.asp → How you can contribute to decrease Telephony and IT costs.

www.telia.se



Erbjudande: 300 minuter Telia TeleMöte på köpet.

Just nu ingår 300 minuter när du beställer Telia TeleMöte Direkt. Det räcker till ett TeleMöte på en timme för fem deltagare. Under den tiden kan ni dessutom använda Telia TeleMöte Webb utan kostnad.

Med TeleMöte Direkt startar du mötena själv, utan att boka i förväg. Allt du behöver göra är att förse mötesdeltagarna med telefonnummer och möteskod.

Med TeleMöte Webb kan ni arbeta med presentationer och dokument under mötena.

Så nu behöver du inte missa jobbmöten som du inte hinner åka till. Beställ TeleMöte Direkt på 020-0015, eller gå in på www.telia.se/telemote för mer information.

Erbjudandet gäller t.o.m. 1 november 2002.

TELIA

Ericsson och Westel informerade bäst

Ericsson i Ungern och Westel Mobil fick priset Årets Infokommunikationsprojekt för samarbetet vid MMS-lanseringen i Ungern.

– Vi samarbetar ofta med Westel, men det här var förstås ett ovanligt stort projekt, säger Gabriella Liptay som är kommunikationschef på Ericsson i Ungern.

Priset ges till det bästa kommunikationsprojektet i Ungern varje år. I sin motivering noterar juryn att informationen kring världens första MMS-lansering var så framgångsrik att hela 67 procent i målgruppen nåddes. Samarbetet var också fördelaktigt för båda parter: Ericssons beslut att redan tidigt demonstrera tekniken bakom MMS i ett pilotprojekt resulterade i en order från T-mobile. 25 tv-kanaler från totalt 19 länder bevakade lanseringen, och såväl journalister som allmänhet hade möjlighet att se MMS demonstreras i köpcenter, via touch screen-information och över Internet.

– Det var en bra chans att lära människor mer



Ericssons kommunikationschef i Ungern, Gabriella Liptay, tar emot priset tillsammans med Westels kommunikationschef Gyorgy Nemeth.

FOTO: JÁNOS SZEMOSI

om Ericsson. Vi presenterade MMS som en för rätt till 3G, säger Gabriella Liptay.

ELIN AHLDÉN

elin.ahlden@lme.ericsson.se



Ericclubs styrelse från vänster: Rim Zaïmi, Rime Beneradi, Aziz Serroukh, Ghizlaine Filali, Zahra Bancheureau och Zouheir Nassir. FOTO: MUSTAPHA TORABI

Ettårskalas i Marocko

Ericclub i Marocko hade skäl att fira sin första födelsedag. Medlemsantalet har tredubblats sedan starten. Klubben ordnar sociala och kulturella evenemang för att det Ericssonsvenska ska blandas upp med lite nordafrikansk Medelhavskultur. Mest uppskattade aftnarna hittills har varit lokalbolagschef Bertil Lagermans pianospel vid sommarfesten, Chabanaafest och Aid El Kébir då den lycklige vinnaren gick hem med ett får.

Nu ska vi sjunga

Tro det eller ej, men Ericssons egen kampsång Network Intelligence ligger stadigt på hitlistans fjärde plats utan några konkurrenter i sikte. IT-världens topplista publiceras varje vecka av ZD-Net i Storbritannien och placeringen beror på hur många som laddat hem sången. Så passa på att lyssna på Network Intelligence och missa inte heller andra musikaliska godbitar, som KPMG:s rytmiska djungelmixversion av Our Vision of Global Strategy eller Deutsche Banks Global Technology is no Easy Game to Play.

www.zdnet.co.uk/specials/2002/it-anthems/

På nya jobb

Bengt Forss, lokalbolagschef för Ericsson i Litauen, är även ny chef för Ericsson i Lettland.



Bengt Forss

Graham Osborne är ny chef för TDMA-system. Han var tidigare chef för TSP Application and Platform Development.

Melker Norlund är ny chef för Global Services Delivery Unit.

ur arkivet



Katrineholms fritidskommitté ordnade enligt uppgift en lyckad sommarutflykt 1957. För att riktigt förhöja stämningen framfördes ett vikingadrama på Vinön i Hjälmaren.

kontakten

KONCERNREDAKTÖR, ANSVARIG UTGIVARE

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



REDAKTIONSSEKRETERARE

Ingrid Båvsjö, 08-719 08 95
ingrid.bavsjo@lme.ericsson.se

NYHETSCHEF

Henrik Nygård, 08-719 18 01
henrik.nygard@lme.ericsson.se

PRODUKTIONSANSVARIG 5MINUTES

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

TEKNIKREDAKTÖR

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

OMVÄRLDSREDAKTÖR

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

REDAKTION

Dodi Axelson, 08-719 24 18
dodi.axelson@lme.ericsson.se

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

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

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

REDAKTÖR ERICSSON RUNT

Elin Ahldén, 08-719 69 43
elin.ahlden@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, 2002

ADRESS

Telefonaktieföretaget 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_con/kontakten

Anställdas adressändringar för
tidningen görs till lönekontoret.



En dimmig dag i Taipei, men byggandet fortskrider. När Taipei Financial Center beräknas vara färdigt i slutet av 2003, kommer det att ha 106 våningar. Tack vare inomhustäckning från Ericsson kommer alla mobilstandarder som finns i Taiwan att ha täckning i skyskrapan. FOTO: EASTT WU

Högt i tak i Taipei

I Taipei, Taiwans huvudstad, byggs just nu världens högsta byggnad, Taipei Financial Center, som kommer att bli 508 meter högt. Ericsson har fått i uppdrag att leverera och installera utrustning för att ge skyskrapan inomhustäckning för alla mobilstandarder som finns i Taiwan.

Det är den taiwanesiska operatören PTT Chung Hwa Telecom, som lagt denna turn key-beställning på ungefär 30 miljoner kronor. Med turn key menas att Ericsson förutom att leverera själva utrustningen i det här fallet även står för design, installation och driftsättning. Systemet för inomhustäckning bygger på en teknik som kallas Cellular Inbuilding Solutions där en så kallad multioperatörsbox ingår.

Lösningen klarar alla mobilstandarder som finns i Taiwan, alltså WCDMA, GSM 900, GSM 1800 och CDMA2000.

Ericsson i Taiwan har haft ett nära samarbete med koncernens kompetenscenter för inomhustäckning, In-building Competence Center, ICC, i Singapore. Detta center invigdes för tre år sedan och har till uppgift att ta fram lösningar för inomhustäckning i Asien-Oceanien-regionen.

Ytterligare två kompetenscenter för inomhustäckning har öppnats. Ett i Madrid och ett andra i Dallas. Hittills har Ericsson levererat lösningar för inomhustäckning till mer än 5 000 byggnader runt om i världen.

Byggandet av Taipei Financial Center har nu kommit halvvägs och skyskrapan beräknas vara klar i slutet av nästa år. Den kommer då att vara 508 meter hög, inklusive antenner.

Skyskrapan kommer att ha 106 våningar av vilka fem blir under markytan. I huset ska det finnas 61 hissar och två av dessa lär bli världens snabbaste med en hastighet på 1 000 meter per minut, det vill säga 60 km/h.

GUNILLA TAMM

gunilla.tamm@lme.ericsson.se



Krönika

LARS-GÖRAN HEDÍN
koncernredaktör

Var sak på rätt plats

I förra krönikan konstaterade jag att det viktigaste för Ericsson är att sälja, sälja och återigen sälja. Allt som kan göras för att få fart på koncernens affärer är av högsta prioritet just nu.

De gångna veckornas varsel om nya uppsägningar understryker mer än väl det riktiga i den prioriteringen. Ericsson är ett företag i kris – det finns ju ingen anledning att sticka under stol med den saken. Men det finns som tur är goda idéer om hur vi ska komma ur den här krisen, inte vingklippta och skakade utan som ännu starkare spelare på telekommunikationsmarknaden.

Med detta nummer av Kontakten inför vi en liten nyordning. Vi har tydligare vinjetterat innehållet på tidningens sidor. Förutom våra fasta avdelningar med Nyheter, Omvärld, Teknik och Näst sista-sidan, strukturerar vi upp innehållet på ett sätt som ska göra det tydligare för läsaren vad det är som är huvudbudskapen till Ericssons anställda just nu.

"Tillväxt", "lönsamhet" och "strategi" är de tre huvudspåren för tidningens innehåll.

Under vinjetten "tillväxt" samlar vi det som är viktigast – material om hur vi konkret ska göra för att sätta snurr på affärshjulen, om intressanta nya marknadssegment och liknande.

Artiklar om effektivare sätt att arbeta och med idéer om hur man kan bidra till att sänka koncernens kostnader samlas under gemensamma vinjetteringen "lönsamhet".

"Strategi" blir vår märkning av allt som har med företagets strategier att göra. Efter hand som det pågående strategiarbetet utmynnar i klara och kommunicerbara budskap, hittar dessa budskap sin givna plats i Kontakten.

Meningen är att Kontakten på detta vis ska bli ännu nyttigare och viktigare för de anställda i koncernen. För det är ju en sanning så god som någon – det som är bra för företaget är bra för oss alla.

aktien



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