

KONTAKTEN

TIDNINGEN FÖR MEDARBETARE
INOM ERICSSONKONCERNEN

1 · 2006

▽ Foto: Gunnar Ask

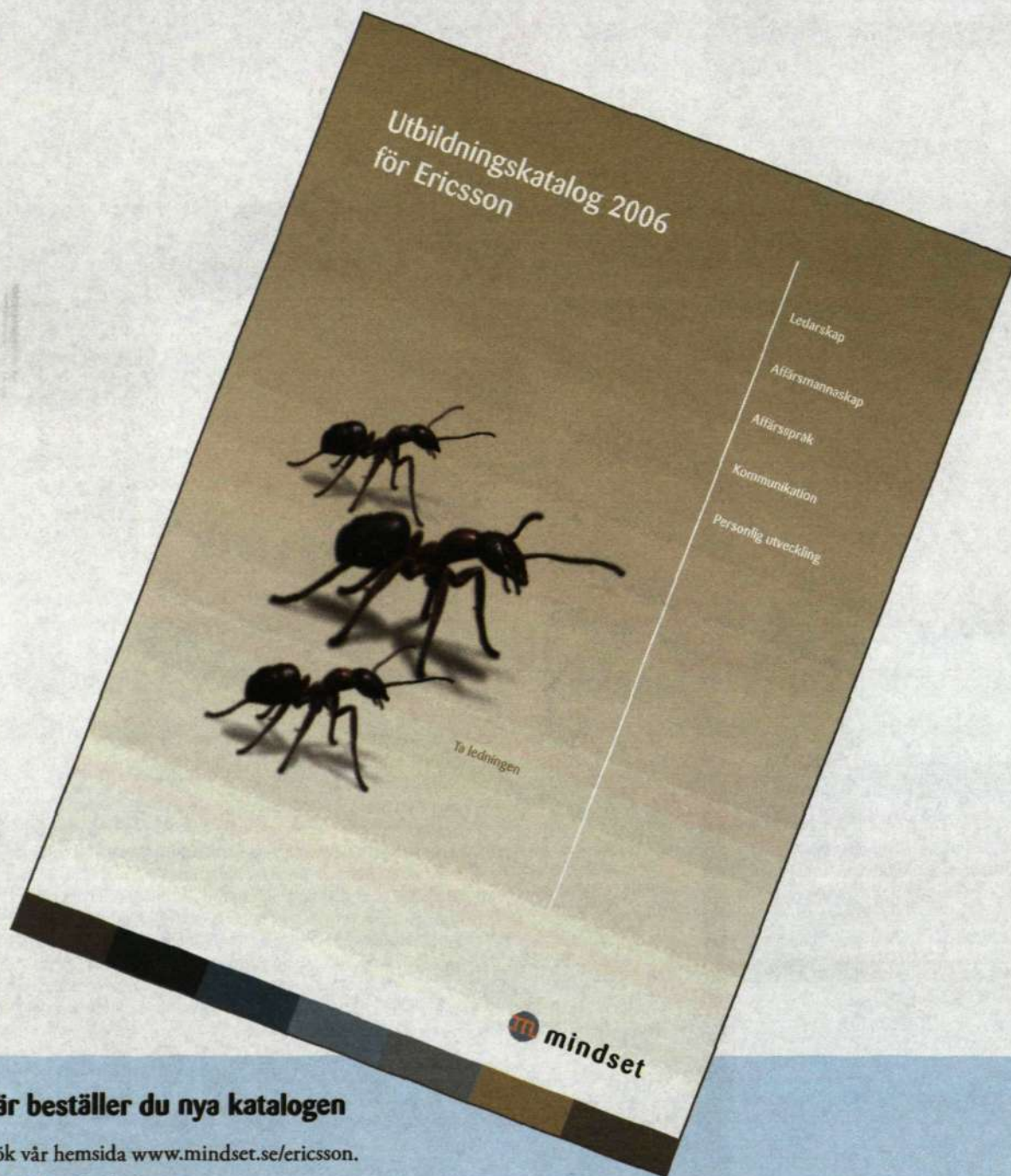


Marconi
bit för bit

6-11

Mindset är en utbildningskoncern som erbjuder skräddarsydda helhetslösningar och kurser inom fem områden; ledarskap, affärsmannaskap, affärspråk, kommunikation och personlig utveckling. Eftersom vi har våra egna utbildare har vi kontroll över undervisningskvaliteten från start till mål. Genom de kundundersökningar vi ständigt genomför, vet vi att våra kursdeltagare och beställare är mycket nöjda med resultatet. Det är med engagemang i såväl utbildning, kunder som mål vi bygger Mindset. Vi etablerades 1998 och har 60 anställda på våra kontor i Stockholm och Göteborg. Idag omsätter vi ca 60 MSEK. Bland våra kunder märks Ericsson, DHL, Electrolux, FöreningsSparbanken, MyTravel Sweden, TeliaSonera, Posten, Saab, Scania, Skanska, Stadium, Stena Line, TietoEnator, Vattenfall och Volvo.

Nytt år! Dags att tänka på kompetensutveckling.



Så här beställer du nya katalogen

- Besök vår hemsida www.mindset.se/ericsson.
- E-posta kurs@mindset.se.
- Ring 08-5272 8870.

Vi skickar endast katalogen på din begäran.

Mindset www.mindset.se kurs@mindset.se
Mäster Samuelsgatan 60, 10 tr. 111 21 Stockholm Tel 08-5272 8870
Odinsgatan 13, 4 tr. 411 03 Göteborg Tel 031-802 902

mindset

KONTAKTEN

chefredaktör

Jenz Nilsson, 08-588 331 38
jenz.nilsson@citac.se

ansvarig utgivare

Henry Sténson, 08-719 40 44
henry.stenson@ericsson.com

adress

Kontakten
Box 1042
164 21 Kista

fax 08-522 915 99

e-post contact@ericsson.com

biträdande redaktör

Johan Kvickström, 08-588 331 56
johan.kvickstrom@citac.se

skribenter i detta nummer

Jonas Blomqvist 08-588 331 64
jonas.blomqvist@citac.se

Lars Cederquist 08-588 331 34
lars.cederquist@citac.se

Johan-Gabriel Fritz
johan.fritz@citac.se

Dale Granger
contact@ericsson.com

Johan Kvickström 08-588 331 56
johan.kvickstrom@citac.se

Gunilla Tamm 08-588 331 45
gunilla.tamm@citac.se

layout

Citat. 08-506 108 70

omslag

Marconi-personal i Genua, Italien.

Persons on temporary assignment in Sweden may receive Contact, the English-language version of Kontakten. To do so, submit your name, address and the termination date of your assignment in Sweden to contact@strombergs.se. If you change addresses while in Sweden, kindly send us your new (and your old) address.

tryck

NA Tryck AB
Örebro, 2006

externa annonser

Display AB, 090-71 15 00

distribution

Strömberg
SE-120 88 Stockholm
tel: 08-449 89 57
fax: 08-449 88 10
ericsson.contact@strd.se

kontakten på webben

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

adressändring

Anställdas adressändringar för tidningen görs till lönekontoret. E-post: pa.service.desk@ericsson.com



I Detta nummer

aktuellt · Inför 3GSM World Congress	5
special · Marconi	6-11
Dialog slutförd – här är resultatet	12
frågor och svar · Carl-Henric Svanberg	14-15
ericsson runt	17
En jättemarknad på väg att vakna	18-20
Nya förutsättningar för FoU	22
nedslag projektkontoret i Kairo	24-25
sedan sist	26-27
Brent räds inte hetluften	28



Välkomna till Ericsson!

spalten

Henry Sténson
informationsdirektör
och ansvarig utgivare

Så var det klart då. Det anrika företaget Marconi blir en del av Ericsson. Med detta nummer av Kontakten vill vi hälsa alla de nya arbetskamraterna från Marconi välkomna in i Ericsson.

Sedan slutet av oktober förra året, då vi annonserade affären, har ett intensivt förberedelsearbete pågått. Vår vd, Carl-Henric Svanberg, har tillsammans med Sivert Bergman, ansvarig för integrationsarbetet, träffat en majoritet av våra nya kollegor på ett flertal stora personalmöten som hållits i USA, England, Italien och Tyskland. EU har godtagit våra planer. Aktieägarna i det gamla Marconi har haft en extra bolagsstämma och fattat beslutet att affären är bra även ur deras synvinkel. Det senare skedde strax före julhelgen.

Nu vill vi ge er alla en så riktig bild som möjligt av de båda företagen och vad vi kan åstadkomma tillsammans. "Tillsammans igen" är också temat för det presentationsmaterial som kommer att finnas tillgängligt i anslutning till receptioner, entréer och på andra ställen inom företaget. Ett passande tema tycker jag, med tanke på att Ericsson och Marconi genom åren har haft en hel del aktiviteter ihop. Mer om detta i reportaget inne i tidningen.

Externt har köpet huvudsakligen givit positiva reaktioner. Men det finns också skeptiker som tvivlar på vår förmåga att kunna smälta samman dessa två företag så snabbt som utlovat. Under ledning av Sivert Bergman ska Ericsson leverera en snabb integration och snabbt utnyttja tillskottet av nya produkter genom Ericssons globala säljkår. Det är med denna kombination vi ska överbevisa skeptikerna. Och mycket finns redan på plats – annat kommer att ta lite längre tid innan det slagit igenom fullt ut.

Ericsson har nu ett företag och en företagskultur bestående av delar som skapats av Nicola Tesla, Guglielmo Marconi och Lars-Magnus Ericsson. Går det att hitta en starkare kombination?

Som avslutning en praktisk upplysning: Från och med i år kommer Kontakten att komma ut nio gånger per år istället för tolv. Minskningen gör vi för att ge dig som läsare ett rimligt flöde av tidningar som du också hinner läsa. Det tycker vi är väsentligt eftersom Kontakten är bärare av viktig information för dig som jobbar i Ericsson.

All parts shown are Pb-Free and RoHS compliant

RF2373/RF2370

GaAs HBT Low-Noise Amplifiers

- WLAN and wireless infrastructure applications
- <1.3 dB noise figure @ 2.45GHz; 1.7 dB @ 3.8GHz
- Adjustable bias current
- Frequency range from 900 MHz to 3.8GHz
- 1.8-5.0V power supply operation
- Low insertion loss bypass feature (RF2370)

RF3800, RF3802, RF3805, RF3806

GaAs HBT Pre-Driver Amplifiers

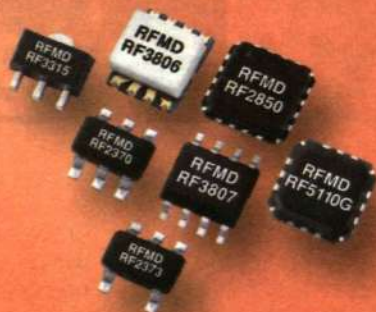
- Ideal as the output stage of pico-cell base station or wireless modem/repeater applications
- 450-2200 MHz multi-band operation
- Up to +37 dBm P_{OUT} (P1dB) up to 20 dB gain (Class A/B)
- RF3806 ACPR = -55 dBc @ +20 dBm P_{OUT} (WCDMA 2 carrier, no clipping 5 MHz offset)
- V_{CC} = 4.5V to 8V
- Leadless, thermally enhanced, AIN package that is SOIC-8 footprint compatible
- RF3800 Linear operation from 150 MHz to 960 MHz
- RF3800 Min. OIP3 of 50 dBm with V_{CC} = 6V

RF3807/RF3809

Pre-Driver and Driver Power Amplifiers

- Utilized as general purpose pre-driver and driver power amplifiers offering up to 32 dBm P_{OUT} (P1dB)
- 450-2500 MHz multi-band operation
- Up to 14 dB gain @ UMTS (RF3807)
- RF3807 ACPR = -60 dBc @ +17 dBm P_{OUT} (WCDMA Test Model 1, 64 DPCH, 5 MHz offset)
- V_{CC} = 4.5V to 8V
- Industry standard low-cost plastic thermally enhanced SOIC-8 package
- Excellent infrastructure LNA solutions based on low noise figure and high linearity characteristics

At RFMD®, we offer an extensive product portfolio featuring solutions that provide high performance, high linearity, excellent thermal performance and proven reliability. Our broad range of solutions power the infrastructure architecture that enables people to stay connected no matter where they go. Any place, any time.



When cost, performance and selection matter most, look to RFMD®. We're your ultimate single-source provider.

We are Wireless.

Cellular Wireless LAN

Bluetooth®

wireless technology

Infrastructure

GPS

RF


MICRO-DEVICES

Enabling Wireless Connectivity™

RF Micro Devices
More Than
One Billion
Cellular PAs
Shipped
History by the Semiconductor Industry

RF5110G

Lead-free version of RF5110 GSM 850/EGSM Power Amplifier

- GSM specification compliant in all regards
- Package Style: QFN, 16-pin, 3x3mm
- Ideal for use as a high-efficiency, high gain amplifier for various FM radio applications:
 - 3.0 - 3.5 V supply
 - 50% efficiency at P_{OUT} = 32 dBm
 - Frequency range of operation: 150 to 950 MHz
 - Matching networks provided on data sheet for 150, 220, 450 and 915 MHz
 - 32 dB small signal gain

RF2850

GaAs HBT Direct Quadrature Modulator

- 1700-2500 MHz design suited for CDMA2K, GSM/GPRS/EDGE, TD-SCDMA and WCDMA applications
- Carrier and sideband suppression >40 dBc
- Noise floor better than -158 dBm/Hz
- +21 dBm output IP3
- ACPR performance of -74 dBc; using single carrier WCDMA test Model, 64 DPCH
- SNR performance of -84 dBc; using single carrier WCDMA test model 1, 64 DPCH
- In a low-cost QFN-leadless package

RF3315

GaAs HBT Broadband High-Linearity Amplifier

- Broadband amplifier: 300 MHz to 3 GHz operation
- GaAs HBT process technology
- Industry-standard, low-cost SOT-89 package
- 12.5 dB gain at 2.0 GHz and 3.0 dB noise figure at 2.0 GHz
- Ideal for CDMA, WCDMA cellular base station transceivers and Pico cell applications; final PA for low-power linear transceivers and pico cell applications; and general purpose wireless infrastructure applications
- +23 dBm P1dB and +40 dBm OIP3
- Single 5V power supply

RF MICRO DEVICES®, RFMD® and Enabling Wireless Connectivity™ are registered trademarks of RFMD, LLC. BLUETOOTH is a trademark owned by Bluetooth SIG, Inc., U.S.A. and licensed for use by RF Micro Devices, Inc. All other tradenames and registered trademarks are the property of their respective owners. ©2006 RFMD.

USA/Corporate Headquarters: RF Micro Devices, Inc.
Phone: 336.664.1233 Fax: 336.931.7454
www.rfmd.com

RF Micro Devices, Sweden
Phone: +46.46.152080 Fax: +1.336.678.0068
E-mail: mwidung@rfmd.com

ISO 9001: 2000 Certified / ISO 14001 Certified

aktuellt: 3gsm

text: johan kvickström



Efter att tidigare ha arrangerats i franska Cannes har 3GSM i år flyttat till Barcelona.

Foto: Sara Morge

Foto: André Maslennikov/Pressens Bild

3GSM i startblocken

Världens största och viktigaste mobilmässa 3GSM World Congress står för dörren. I år ska operatörerna framför allt få svar på hur Ericsson kan hjälpa dem att skapa ökad efterfrågan och intäktstillväxt samt bli mer kostnadseffektiva.

Det råder ingen tvekan om att Ericsson satsar stort på sin medverkan vid 3GSM, i år som tidigare. Dock skiljer sig förutsättningarna något, och det är inte till det sämre.

– För bara några år sedan hade vi en position där vi var starka inom 2G och på gång inom 3G. I dag ser det helt annorlunda ut. Vi har rullat ut HSDPA i USA och ska göra detsamma i Japan. Dessutom kan vi berätta om och visa upp våra erbjudanden inom multimedia. Vi har helt enkelt otroligt mycket att informera om och en mängd viktiga budskap, säger vd och koncernchef Carl-Henric Svanberg, som tillsammans med bland andra Microsofts Steve Ballmer, China Mobiles Wang Jianzhou och Ed Zander från Motorola är Key Note Speaker på evenemanget.

Mer än 600 Ericsson-anställda kommer i mitten av februari att befinna sig i Barcelona under en intensiv vecka. De flesta är key account managers som är där med sina kunder. Med hjälp av det utbud av aktiviteter som Ericsson erbjuder på plats kan de tillbringa så mycket tid som möjligt med kunderna och låta dem ta del av företagets senaste erbjudanden och syn på framtiden.

En annan stor grupp är business builders och

andra som ingår i Ericsson-teamet på mässan. Uttagningen av detta team är en viktig del av förberedelserna.

– Det viktiga för Ericsson är att ha rätt person på rätt plats när vi väl är på mässan. Utifrån det fokus vi har satt för våra budskap och vårt innehåll så tittar vi på vilka kompetenser som behövs. Därefter kommer vi med förslag på personer som sedan godkänns av varje affärsenhet. Det är en omfattande process, säger Jonas Heimer, innehållsansvarig i den grupp som arbetar med 3GSM för Ericsson.

– De som i slutänden åker till 3GSM är handplockade: de är duktiga medarbetare som jobbar stenhårt på plats, säger Jonas Heimer.

Business builders uppgift är att arbeta i Ericssons monter och baserat på kundens situation presentera Ericssons lösningar. För att kunna göra detta krävs förberedelser

Därför anordnas utbildningsprogram för business builders. Den viktigaste delen i utbildningen är content.



Jonas Heimer

– Vi har valt att fokusera på ett antal av Ericssons winning propositions. Dessutom ska alla kundkontakter och möten visa på hur Ericsson kan hjälpa operatören att skapa ökad efterfrågan och mer intäkter samt att vara mer kostnadseffektiv, säger Jonas Heimer.

Programmet innehåller dessutom sådant som presentationsträning och demoträning.

Ett femtontal personer ingår i projektgruppen som förbereder och samordnar allt inför 3GSM. Av dessa har fem jobbat i princip heltid sedan september förra året. Arbetet omfattar allt från övergripande mål, strategier och program till hundratals detaljer som monterdesign, mötesrum, transportflöden, seminarierpetitioner och boende.

– Egentligen är det ett års arbete som ligger bakom. Direkt när en mässa är avslutad börjar vi jobba med nästa. Varje år är en ny utmaning, säger Gunilla Solheim som är Ericssons övergripande projektledare för 3GSM.

Kontakten kommer i mars-numret att rapportera utförligt från 3GSM World Congress. Den som vill läsa mer om hur det är att vara business builder på mässan kan se Kontakten nummer 3/2004, där Antoni Lacina, business builder, skrev dagbok.



Gunilla Solheim

☞ Läs mer på 3GSMs intranetsida på Inside under News and Events och på www.3gsmworldcongress.com



Den 25 oktober förra året kom nyheten om att Ericsson lagt bud på telekomleverantören Marconi. Tre månader senare gick köpet igenom.

Affären gör Ericsson starkare inom transmission som blivit en allt viktigare marknad när både fast och mobilt bredband expanderar. Det här reportaget ger en mera detaljerad bild av hur Marconis produkter passar ihop med Ericssons. Kontakten har besökt företagets vagga i Italien för att beskriva Marconi som företag och vad som kännetecknar äkta "Marconiani".

Marconi i närbild

Vi står på avdelningen för optiska nät i Marconis italienska huvudstad Genua. På två våningsplan i en gammal fabriksbyggnad arbetar folk med hårdvara, mjukvara och integrationen av alltihop till fungerande kvalitetssystem för transport av information. Människorna här jobbar mycket med kolleger i Tyskland och Storbritannien.

Bland bord med tekniska prylar och fiberoptiska kablar står veteranen Marco Camera. Han har jobbat på Marconi i 30 år och är en typisk "marconiano", ordet som beskriver Marconimedarbetare. Målmedvetna. Uthålliga. Företagsamma. Hårt arbetande. Stolt. "Marconiani" är ett begrepp känt även utanför den italienska Marconifamiljen.

Marco Camera jobbade först med tekniken för överföring av information via vanlig kabel. Sedan optisk fibers födelse som informationsbärare har han varit hängiven den tekniken. I över 20 år har han jobbat med optiska gränssnitt. Det innebär att att han designat för hastigheter från 622 Mb/s (megabit per sekund) till morgondagens behov på över 40 Gb/s.

Hans dagliga arbete är ett exempel på att Marconi är ett företag som ligger i framkant när det gäller transmission i allmänhet och optiska nät i synnerhet.

– Vi har alltid varit långt framme tekniskt, säger Marco Camera med rak rygg och vakna ögon.

Sedan berättar han att han tillsammans med kollegorna i Italien, Tyskland och Storbritannien var

bland de första i världen att ha ett kommersiellt system för 40 Gb/s.

– Vi kan överföra 40 Gb per sekund vilket motsvarar runt 520 000 samtal samtidigt. Det är mer än tillräckligt för en medelstor stad. Detta med en produkt och via en optisk fiber.

– Även om marknaden inte är redo riktigt än så behövs 40 Gb/s i framtiden för att transportera all olika sorts information, säger Marco Camera.

Detta är den största anledningen till att Marconi blir en del av Ericsson. Hög kompetens inom optisk transmission är ett måste. Giovanni Razzetta, Transport Networks System Design, förklarar varför Marconi är och alltid har varit långt framme på området.

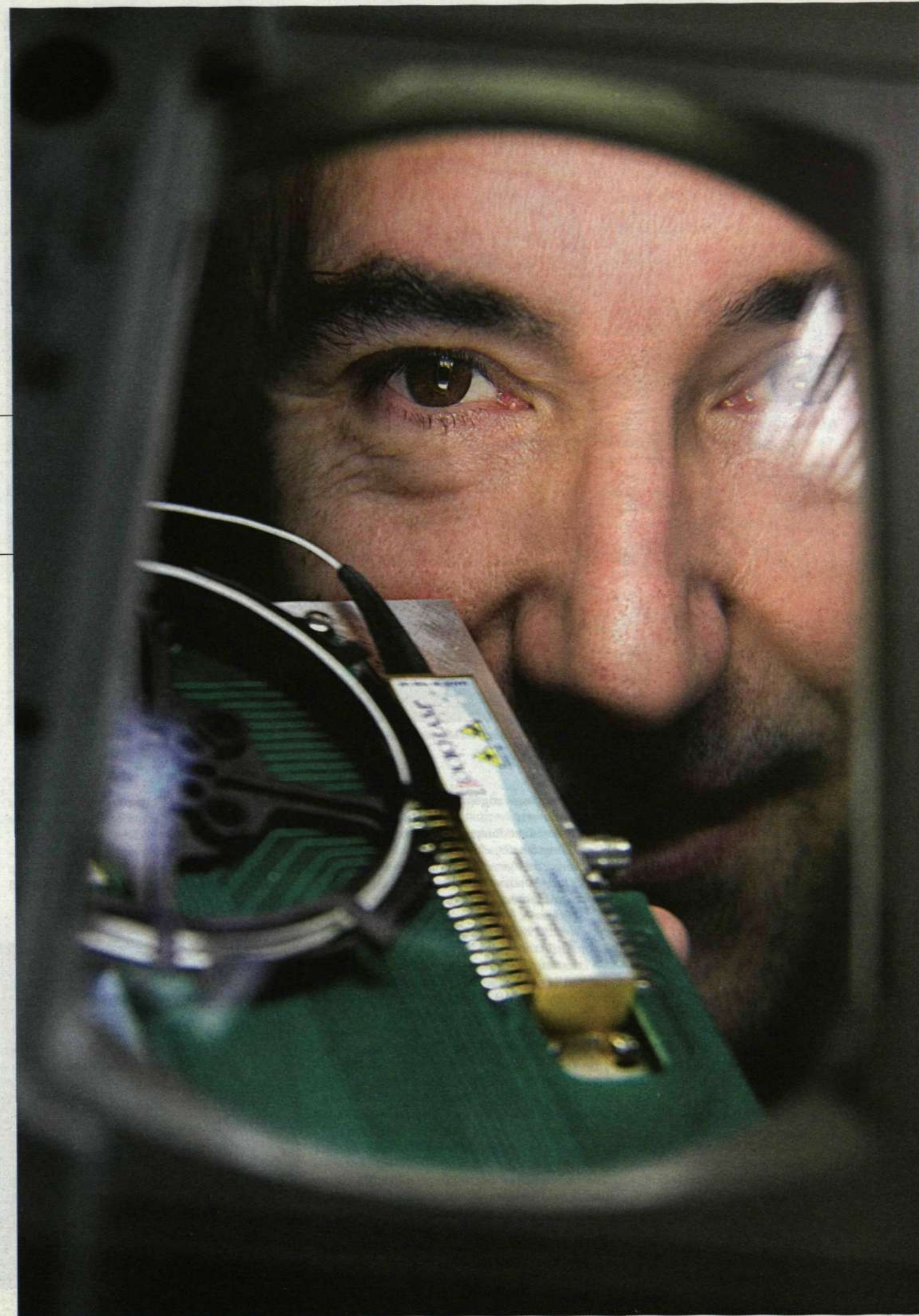
– Vi är av tradition snabba på att anamma ny teknik. Vi gör något av det och lyssnar mycket på vad kunderna säger.

Alla människor Kontakten pratar med i Genua framhåller Marconi som ett företag i teknisk framkant. VD:n för italienska Marconi, Giorgio Bertolina gör det, kommunikationschefen Claudia Levo likaså, liksom alla de ingenjörer vi stöter på. Det gäller vare sig de jobbar inom access, network management eller optisk transmission.



Giovanni Razzetta

Marco Camera är en typisk "Marconiano". Han har arbetat på Marconi i tre decennier. 20 av dessa år har han ägnat åt optiska gränssnitt.



special: marconi

text: jonas blomqvist foto: gunnar ask



Namnet Marconi är i Italien snudd på lika inarbetat som ordet "vespa". På bilden en Marconi-anställd på väg till arbetet i Genua.



Företagets grundare, Guglielmo Marconi, i ett laboratorium i början av 1900-talet. Arkivfoto: Marconi

>> – Ericsson köper oss inte bara för att Marconi är ett starkt varumärke. De ser oss som en kompletterande pusselbit för sin verksamhet. Det ger oss en roll inom Ericsson.



Maurizio De Michele

Accessverksamheten är också ett exempel på att Marconi får saker att hända. Företaget började titta på accesstekniker för bredband under andra halvan av 1990-talet. Bredband hamnade högt på telekomvärldens agenda i slutet av decenniet och Marconi jobbade på trots knappa resurser. Efter att ha levererat bra lösningar till första kunden Telecom Italia plus lösningar till innovativa kunder som Fastweb, liksom BT och andra, hade Marconi gjort sig ett namn även inom access.

– Vi har gått från noll till en försvarlig marknadsandel i Europa på bara några år, säger Maurizio De Michele.

Från ett försäljningsperspektiv finns självklara vinster. För Ericsson är tillgången till Marconis kontakter med stora fastnätsoperatörer en viktig del i affären: Telecom Italia, Deutsche Telekom, BT, TeliaSonera och Telstra för att nämna ett par exempel. De kontakterna är värda mycket när konvergensen knackar på dörren.

Som en fullvärdig del av Ericsson når Marconis produkter fler marknader och fler kunder än tidigare. Säljarna kommer att få sälja nya produkter och ingå i en organisation med mer muskler. Fabio Sangiorgi

är försäljningsansvarig för nordiska kunder, undantaget TeliaSonera.

– Ericsson är ett företag som kan ge oss synergier i försäljningsarbetet, eftersom vi inte har produkter på samma områden, plus att vi kompletterar varandra gällande kundkontakter.

Marconis kunder har reagerat positivt på affären med Ericsson, berättar Italien-VD:n Giorgio Bertolina. Förklaringen är att ett plus ett kan bli tre för operatörerna.

– Ericsson, tillsammans med oss, är ett av få företag som kan erbjuda konvergens fullt ut. Affären löser också en del frågetecken utifrån rörande Marconis långsiktiga överlevnadsförmåga, säger Giorgio Bertolina. Vi har fått fullt stöd från våra kunder och det är väldigt, väldigt viktigt för oss.

Nu är inte Marconi och Ericsson främmande för varandra. Redan 1995 när Ericsson lade ned sin utvecklingsverksamhet inom transmissionstekniken SDH inledde företagen ett partnerskap. Ericsson säljer sedan dess Marconiprodukter inom optisk transmission. Sedan ett par dagar tillbaka har partnerskapet blivit ett äktenskap.

Som så ofta med anrika företag börjar Marconis historia med en envis, hårt arbetande entreprenör. Grundaren Guglielmo Marconi föddes 1874, fick Nobelpriset i fysik 1909 och har fått epitetet "radios fader". När han dog 1937 var alla världens radiostationer tysta i två minuter.

Han utvecklade trådlös överföring av radiovågor och uppnådde allt längre avstånd. När han inte hittade några italienska finansärer flyttade Marconi

till England, där han i juli 1897 registrerade Wireless Telegraph & Signal Company. Företaget bytte senare namn till Marconi's Wireless Telegraph Company. Den 12 december 1901 var en milstolpe. Då lyckades Marconi sända bokstaven S – tre korta morsepip – över Atlanten, från Cornwall i England till



Kunderna har reagerat positivt på affären, säger Giorgio Bertolina, Marconis Italien VD.

Newfoundland i Kanada. Ingen hade trott att det var möjligt till dess, eftersom den gängse uppfattningen var att signalerna skulle försvinna ut i rymden på grund av jordens klotform.

Marconis trådlösa telegraf fick stor betydelse för rederier vars fartyg tidigare inte kunnat kom-

municera med land eller andra fartyg. Till exempel sändes den förlisande Titanic nödrop med en Marconiapparat den 14 april 1912. Utan Marconis uppfinning hade ytterligare 700 människor dött.

Marconi etablerade tidigt företag i både USA och Italien. Under årtiondena har en hel del hänt, vilket skapat en företagshistoria som är svår att överblicka.

Det går med rätta att tala om det brittiska Marconi, det italienska Marconi, det tyska Marconi och det amerikanska Marconi. Bolagen eller delar av dem har sålts, verksamheter har köpts, sammanslagningar har skett.

I Storbritannien köptes Marconi's Wireless Telegraph Company av English Electric, som slogs samman med GEC och 1988 blev GEC-Plessey Telecommunications (GPT).

GEC köpte företaget i USA och i november 1999 bytte GEC namn till Marconi plc. Hela tiden fanns Marconinamnet i Italien.

Efter en större uppköpsvåg under tidigt 2000-tal fick Marconi stora finansiella problem i samband med telekomkrisen. En framgångsrik företagsrekonstruktion skedde i maj 2003 och namnet ändrades till Marconi Corporation plc.

Sammanfattningsvis så har koncernen de senaste åren genomgått omorganiseringar, besparingar och neddragningar. Ericssons uppköp innebär förhoppningsvis en nystart.

– Med Ericsson har vi en framtid, säger Giorgio Bertolina.

fakta: marconi

De fyra huvudsakliga länderna där Marconi finns står för 80 procent av försäljning och medarbetarantal. Bland övriga länder/regioner märks Brasilien, Mellanöstern och APAC (Asien och Stilla-havsregionen).

För Marconikoncernen står de tio största kunderna för ungefär hälften av försäljningen. Bland dessa tio finns BT, Telefónica, Telecom Italia, Deutsche Telekom och Telstra.

Enligt undersökningsföretaget Ovum är Marconi nummer två i EMEA (Europa, Mellanöstern och Asien) inom optiska nät med en marknadsandel på 17 procent. Enligt medie-företaget Light Reading blir Ericsson tillsammans med Marconi fjärde leverantör inom fasta nät och transmission.

Tyskland

Marconi Communications GmbH härstammar från Telefunken, grundat 1903 och senare övertaget av Bosch Telecom. År 2000 köpte Marconi delen public networks av Bosch Telecom.



Marconis tyska huvudort är Backnang. Andra orter är bland andra Offenburg, Frankfurt am Main och Radeberg. Expertis inom främst wireline, trådlösa accessnät (wireless access networks) och network management.

1500 medarbetare, varav 400 inom F&U. Lite fler än 150 går över i nybildade bolaget Telent och övertas alltså inte av Ericsson.

Bland annat utvecklade tyska Marconi en av de första användbara teknikerna för trådlös bredbandsaccess. Har alla trådlösa operatörer i Tyskland som kunder, plus Deutsche Telekom och ledande regionala operatörer.

Storbritannien

Marconis börshemvist till Ericsson tog över var Londonbörsen. De främsta orterna är Coventry och Beeston. Som kuriosita kan sägas att för Ericsson är Beeston ingen ny ort – Ericsson fanns där i början av 1900-talet.



Marconi startade sitt första bolag i landet, vilket köptes upp av English Electric 1946. English Electric gick ihop med GEC (grundat 1886) 1968. GEC-Plessey Telecommunications (GPT) bildades genom en ny sammanslagning 1989. 1999 bytte företaget namn till Marconi plc, senare Marconi Corporation plc.

Brittiska Marconi har cirka 4000 medarbetare, varav 1000 inom F&U. Cirka 1500 går över till Ericsson, resten till bolaget Telent. Brittiska Marconi har främst jobbat inom optiska nät, IP och växlar (switching). Bland kunderna märks BT, Cable & Wireless och Belgacom.

USA

Två verksamheter: Marconi Data Networks och Marconi Wireless. Data Networks har en rad kunder, från tjänsteutvecklare inom telekom till stora företag och myndighetsvärlden.



US Federal Government är största enskilda kund. Portföljen inkluderar produkter, tjänster och support för avancerade nät baserade på ATM och IP-teknik.

Totalt cirka 700 medarbetare, varav 200 inom F&U. Huvudorten ligger norr om Pittsburgh, sedan finns utvecklingscentrum i Boston, Vienna, Pittsburgh och i Dublin på Irland. Tidigare hette företaget Fore Systems.

Marconi Wireless har huvudkontor i Richardson, Texas, och 280 medarbetare. Utvecklingscentrum i London, Ottawa och utanför Seattle. Verksamhet inom bland annat frekvensplanering, mjukvara för optimering av radionät och konsulttjänster.

Italien

1900 medarbetare, varav 500 inom F&U. Forskning och utveckling inom optiska nät, bredbandsaccess och network management. Tillverkning på samma områden.



Har varit Marconi sedan grundaren Guglielmo Marconi startade det första företaget i Genua 1909.

Framtidspportföljen kompletteras

Det finns två stora drivkrafter i dagens tele-data-värld: mobilt bredband och fast internet. Båda kräver en kraftig utbyggnad av transportnäten. Här kompletteras Ericssons produktportfölj nu med Marconis lösningar.

Sivert Bergman är totalansvarig för integrationen mellan Ericsson och Marconi.

– Det är ett stort jobb där vissa saker måste vara klara tidigt, redan i januari, medan andra måste få ta sin tid, säger han.

Bland de saker som snabbt ska redas ut är hur man ska marknadsföra produkter där Ericsson och Marconi överlappar varandra, samt den legala strukturen – vilket bolag man hör till, vem som är ens chef och liknande frågor. Att optimera verksamheten däremot och att anpassa den till Ericssons organisation där varje marknadsenhet säljer hela produktsortimentet, samt att förbättra processer, ways of working, kommer att ta längre tid.

Bakgrunden är alltså att operatörernas nät står inför stora förändringar. När IT-bubblan för några år sen sprack, bland annat som en följd av överinvesteringar i näten, stannade allt av. Först nu har trafiken kommit ikapp och nu går det fort. Bredband från fast uppkoppling i hemmet ökar dramatiskt och mobilt bredband, HSDPA, är nästa steg. När varje användare vill ha ett par Megabit per sekund och börjar utnyttja de nya tjänsterna aggregeras trafiken snabbt uppåt i nätet, vilket betyder att hela nätstrukturen kommer att påverkas och behöva förstärkas. Dagens Internet klarar inte att ge realtidsöverföring utan fördröjningar, vilket krävs för många nya tjänster.

– Här kommer Marconi in i bilden, säger Sivert Bergman. De har lösningar för nästa generationens nät vilket är precis vad vi behöver. Dessutom är de starka inom fasta nätet, vilket efterfrågas av många operatörer.

Det är alltså hela nätet som berörs, från användarnas terminaler till driften av nätet, övervakning och så vidare. Och Marconi har många intressanta produkter och lösningar för alla nivåer.

I vissa fall kompletterar de perfekt Ericssons produkter, i andra fall mer eller mindre överlappar de varandra.

För fast bredbandsaccess, alltså bredbandsanslutningen från kontoret eller hemmet, kompletterar Marconis ATM-baserade ADSL-lösningar Ericssons Ethernet-baserade lösningar. Marconi tillför där en stark kundbas och nya produkter.

Även på mikrovågs-sidan kompletterar man varandra. Marconi har där specialiserat sig på radiolänkar för långa hopp, cirka fem mil, medan Ericssons MiniLink är anpassad för korta hopp. Marconis produkter är här viktiga för de nya tillväxtmarknaderna där man snabbt vill ge ett område kommunikation. Det finns dock ett litet överlapp för korthållsradio, liksom för korskopplingsnoder som vidarekopplar dataströmmarna i transportnäten.

Nästa nivå i nätet är det så kallade Metro-nätet, där all trafik aggregeras, sorteras och skickas vidare. Här väntas en mycket stor tillväxt av utrustning för att klara trafiken mellan olika noder. Marconi har flera intressanta produkter och Ericsson köpte ju nyligen norska bolaget Axxessit.

– Men vi behöver båda produkttyperna, säger Sivert Bergman. Marconis styrka ligger här uppåt mot core näten som är deras specialområde, medan Ericsson Axxessit är starka mot access-nivån.



Sivert Bergman är ansvarig för att integrera Marconi med Ericsson, och är entusiastisk över vad förvärvet tar med sig i boet.

Foto: Anna Rehnberg

Corenäten eller backbone med optisk utrustning är alltså Marconis största styrka som blir ett bra komplement till Ericssons portfölj. Här handlar det om optiska växlar och korskopplingsnoder med enorm kapacitet för att klara all trafik som aggregeras från de lägre nivåerna. Marconi har klarat sig igenom de tuffa tiderna och har en världsledande portfölj när det gäller DWDM (Dense Wavelength Division Multiplexing) och liknande tekniker där man utnyttjar ljusets olika våglängder för att i optiska fibrer skicka stora datamängder. När det gäller den sk soft-switchen (där en växel delas upp i en kontrolldel och en Media Gateway som skickar vidare data) överlappar man dock delvis varandra.

– Det är inte något större bekymmer, säger Sivert Bergman. Vi förstärks med cirka 300 skickliga IMS-ingenjörer med kompetens som fyller luckor i vår portfölj.

Network Management, styrningen av nätet, är en av Marconis starka sidor som Ericsson nu får tillgång till.

Där finns lösningar för att garantera Quality of Service, det vill säga att kunna erbjuda kunden den kvalitetsnivå han är beredd att betala för när det gäller realtid och små fördröjningar.

– Vi är också imponerade av den ATM-switching som Marconi i USA arbetat upp mot myndigheter och stora företag. De vidareutvecklar nu denna ATM-teknik mot ren IP och detta är förstås mycket attraktivt för oss, säger Bergman. Det är inte bara en ny stark produktfamilj utan även en stor kundbas som öppnar sig för oss med våra andra system, som till exempel 3G. Självklart gäller också det omvända, att Marconis produkter nu når en större marknad.



Samgåendet mellan Ericsson och Marconi innehåller också mjuka värden...

Foto: Gunnar Ask



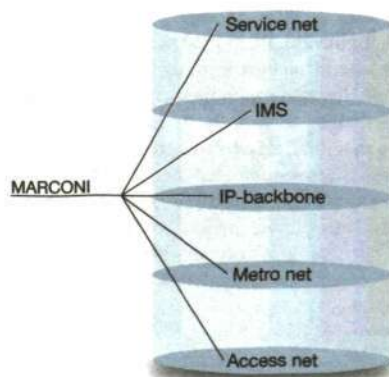
I övrigt kan det sägas att det som kallas Services, det vill säga att man installerar och sköter operatörernas nät, kommer att få ytterligare uppsving. Ericsson kommer att i Tyskland och England dela services med Telent plc, som är de 25 procent som blir kvar av Marconi, men i övriga länder ta över.

När det gäller supply och fabriker kommer Marconis leverantörskontrakt att till stor del gå ut under år 2006, vilket ger Ericsson en chans att omförhandla och få skal fördelar och förbättra kostnadsbasen.

Ett viktigt ämne är förstås hur varumärket Marconi ska användas. Ericsson har ju inte bara förvärvat rätten till duktigt folk och bra produkter. Varumärket är summan av uppfattningen om Marconi hos kunderna och andra grupperingar.

– Vår uppgift är att säkerställa att detta kapital förvaltas på ett optimalt sätt och just nu ser vi igenom olika handlingsalternativ. Det gäller också vilka produktnamn som produkterna ska marknadsföras under i fortsättningen, säger Sivert Bergman. Vår utgångspunkt är att det finns ett stort mervärde i namnet Marconi och vi är glada att detta nu kommer vara en del av Ericsson.

fakta: marconis portfölj



Marconis stora styrka är optisk utrustning för transmission i kärnnäten. Men faktum är att de har intressanta lösningar, som kompletterar Ericssons portfölj, för alla nivåer i nätet. Från accessdelen till IMS (IP Multimedia system) och drift och övervakning av nätet.



Andelen svarande i senaste Dialog-undersökningen var rekordhög. En hög svarsfrekvens är nödvändig för att få ett tillförlitligt resultat.

Dialog visar på starkt engagemang

I den senaste Dialog-undersökningen steg Human Capital Index till 65 procent, jämfört med 58 procent 2004. Resultatet är nästan unikt för ett företag av Ericssons storlek.

– Det är inte bara bättre än vårt stretched-mål på 61 procent, utan också ett mycket bra resultat jämfört med andra företag i branschen, säger Cathrine Vincenti, ansvarig för Dialog på koncernnivå.

– Resultatet kan delvis bero på förbättringar i vår ledarskapsutveckling, ett starkt engagemang från cheferna, och engagerade chefer och anställda på lokal nivå. Det beror också på våra pågående operational excellence-projekt och naturligtvis Ericssons generellt sett förbättrade resultat, säger Vincenti.

Human Capital Index är en av de viktigaste indikatorerna på hur mycket de anställda bidrar till att öka värdet för Ericssons kunder och till att företaget uppnår sina mål. Indexet är en aggregerad siffra som inkluderar områdena kompetens, motivation, ansvar och initiativ, befogenheter, samarbete och process, och operational excellence.

Även Empowerment Index ökade, från förra årets 24 till 31, vilket också var väl över stretched-nivån (den

högsta målnivån). En individ som känner sig "empowered" agerar på eget initiativ för att uppnå företags mål. Indexet innehåller områdena motivation, befogenheter,

roller och ansvar, stöd från chefer samt kompetens.

Svarsfrekvensen var den här gången den högsta någonsin: 92,5 procent av de anställda svarade på enkäten, vilket är ett mycket bra resultat i en extern jämförelse. Det krävs ett deltagande på över 80 procent för att en personalenkät ska kunna anses statistiskt pålitlig.

– De anställda på Ericsson känner och ser att vi agerar utifrån Dialog och kommunicerar resultaten, därför är de villiga att fortsätta att ge sin återkoppling. De lokala cheferna har ansvar för att utforma förbät-

ringsaktiviteter baserade på Dialog-resultaten, säger Marita Hellberg, chef för koncernfunktionen Human Resources & Organization.

Vincenti tillägger:

– Vi vill tacka de lokala enheterna för deras hårda arbete med att informera om Dialog och skapa ett lokalt engagemang, vilket har varit avgörande för att uppnå den höga svarsfrekvensen.


– De flesta enheterna har redan börjat kommunicera sina resultat till de anställda. Vi vet att folk är mest intresserade av resultaten för de enheter som de själva jobbar på, säger hon.

På koncernnivå innehåller Dialog-sammanställningen mer än 700 sidor skriftliga kommentarer från de anställda. Dessa kommer nu att läsas igenom för att bättre förstå enkätresultaten.

Research & Development stod för en av de största förbättringarna: Resultatet för operational excellence steg till 67 – en ökning med 10 procent jämfört med 2004 – och för empowerment från 25 till 36.

Vincenti säger dock att det återstår en hel del att göra inom området "efficiency barriers", till exempel för att komma till rätta med oklara roller och ansvar, otillfredsställande beslutsfattande och arbetsbördan. Resultaten var här på samma nivå som 2004.

– Det är mycket viktigt att arbeta inom hela Ericsson-organisationen, inte enbart lokalt, för att få bort efficiency barriers, säger Hellberg.

A portrait of Poneh Jabbari, a woman with dark hair, wearing a black blazer over an orange top. She is smiling and looking towards the camera. The background is a blurred interior with warm lighting.

Poneh Jabbari,
data-/IT-ingenjör
Ericsson Mölndal,
medlem i Sif sedan 1996.

**»Jag förlorade många tusenlappar
innan Sif hjälpte mig att höja lönen.«**

Som nyanställd kan det vara svårt att löneförhandla, men så snart Poneh blev medlem i Sif fick hon hjälp att höja lönen till en lämplig nivå. Vill du också få stöd, råd och tips för att få en starkare ställning i din yrkesroll? Som medlem i Sif får du dessutom en av arbetsmarknadens bästa inkomstförsäkringar, personlig karriärcoachning och vägledande lönestatistik samtidigt som du är med och påverkar utvecklingen på din arbetsplats. Vill du också bli medlem? Kontakta Sifklubbarna på Ericsson via tel 08-719 23 22, e-post sif.ess@ericsson.com eller läs mer på www.sif.se

frågor och svar

2005 var året då Ericsson tydligt befäste positionen som tekniskt branschledande. Ett bra år då bolaget skapade historia med storförvärvet Marconi och jätteaffärer med 3 i Storbritannien och Italien. Nu gäller det att svara upp mot förra årets framgångar inom ett stort antal områden.

Vd och koncernchef Carl-Henric Svanberg svarar på frågor om bland annat services, strategin, utvecklingen inom multimedia och den hårda konkurrensen.

...carl-henric svanberg

Om du ser tillbaka på 2005, vad känner du personligen mest tillfredsställelse med?

– För det första så har vi etablerat ett klart tekniskt ledarskap där vi kunde vara lite ifrågasatta bara för några år sen. Och det är ett hårt arbete på alla plan som ligger bakom de framgångarna. Det betyder att våra kunder uppfattar att vi har ett tydligt ledarskap inom exempelvis HSDPA. Framgångarna på det området bygger i botten på arbetet med GSM, vår stora intäktsgenerator med hög lönsamhet. Där är vi fortfarande framgångsrika med att både driva teknisk utveckling och rulla ut nya nät. Personligen tror jag att en del i organisationen underskattar den fortsatta potentialen i GSM-verksamheten. Vi har också på kort tid tagit ledningen inom IMS, ett viktigt område där vi var lite sena i starten.

Sedan vill jag lyfta fram genombrottet inom services, som har betydelse inte bara för services utan som också skapar en infrastruktur för affärer på andra områden.

Och slutligen Dialogresultatet: när vi nu har de stora omstruktureringarna rejält bakom oss, med nya arbetssätt på plats, är det roligare och mer inspirerande att gå till jobbet helt enkelt.

Apropå Dialog. Hur ska Ericsson gå vidare för att det ska bli ännu bättre?

– Dialog är ett ovärderligt verktyg för oss chefer för att vi ska kunna stimulera medarbetare till att trivas och göra ett bra arbete. Dessutom är det ett utmärkt sätt att mäta: hur fungerar jag som chef? Det kan alltså ge möjlighet till personlig utveckling. Generellt behöver vi fortsätta att jobba på alla nivåer i företaget med att hitta smidigare sätt att arbeta och reducera alla "efficiency barriers".

Vad ser du för utväxling på Marconi-affären?

– Majoriteten av Marconis försäljning kommer från transmissionsområdet, från deras optiska program. Det är ett område där de fasta operatörerna har stora uppgraderingsbehov för att möta den kraftigt ökande bredbandstrafiken, och där vi saknat ett slagkraftigt program. Med den finansiella osäkerheten undanröjd kring Marconi och med tillgången till vårt försäljningsnät i 140 länder så ser vi en stor tillväxt potential.

– Med Marconi får vi också bättre möjligheter för att leda utvecklingen inom konvergerade nät. Man säljer ju inte ett nytt nät till en operatör utan man tar det existerande nätet och utvecklar det steg för

steg. Därför är det svårt att tränga ut en redan existerande leverantör med mindre än att denne inte kan leva upp till sin kunds förväntningar. Det var ju det som hände när vi tog BT-kontraktet. British Telecom var oroliga för Marconis möjligheter att överleva. Omvänt då, när vi nu går samman så har vi kunder över hela världen som är glada att det har skett och som uppskattar Marconis produkter och dess medarbetares kompetens. Tillsammans blir vi ett vinnande lag.

Den nya enheten Multimedia Solutions är ett uttryck för hur långt Ericsson kommit i arbetet med user end-to-end-tänkandet som ska prägla organisationen. Vad kommer att ske under 2006?

– Att vi skapade enheten är en av många viktiga händelser under året. Med tredje generationens telefoni och HSDPA skapas möjligheter till helt nya tjänster. Med hjälp av IP-teknologin kommer vi dessutom att få se mobila och fasta nät och tjänster växa samman, konvergera. Vi pratar ofta om Triple Play där en användare i samma nät kan erbjudas röst, data och underhållning. Det leder till att

operatörer går från att ha tillhandahållit röstsamtal till att i praktiken vara fullt utvecklade mediebolag. I det skapas stora möjligheter för Ericsson där multimediaenheten får en mycket viktig roll att spela.

Kommer just mobil-TV att få ett genomslag?

– Personligen tror jag mycket på mobil-TV. När man väl sitter där med skärmen och ett par bra hörlurar har man en fullgod upplevelse av en nyhets-sändning eller en sporthändelse. I 3G så är den upplevelsen ok, men inte bra. Med HSDPA är det fantastiskt! Än så länge driver operatörerna tanken att använda det billigare broadcastingnätet för TV och det är en rimlig utveckling. Men så fort det blir en fråga om interaktivitet, vilket det nog snabbt blir, då kommer utvecklingen med TV i telenäten att växa fram. Interaktiviteten skapar spännande möjligheter.

Hur går det med de sex fokusområden som slogs fast vid GMC 2005?

– Jag skulle vilja backa till GMC 2004 och säga att det var där vi slog fast vår nuvarande strategi. Vad vi kom fram till förra året var att den står fast. De sex fokusområdena handlar om hur vi ska säkra en

bra utveckling även inom områden som inte kan hanteras framgångsrikt av varje enhet för sig. Ett sådant område är att stärka konkurrenskraften inom vår tekniska utveckling. Genom att inkorporera utvecklingsavdelningarna i affärsenheterna får vi större närhet till kunden. Det här är betydelsefullt inte minst med tanke på de framväxande kinesiska konkurrenterna. Vi bedömer att så länge vi arbetar smartare och effektivare, med vår erfarenhet och goda kundkontakter världen över, så ska vi kunna möta den konkurrensen på ett framgångsrikt sätt.

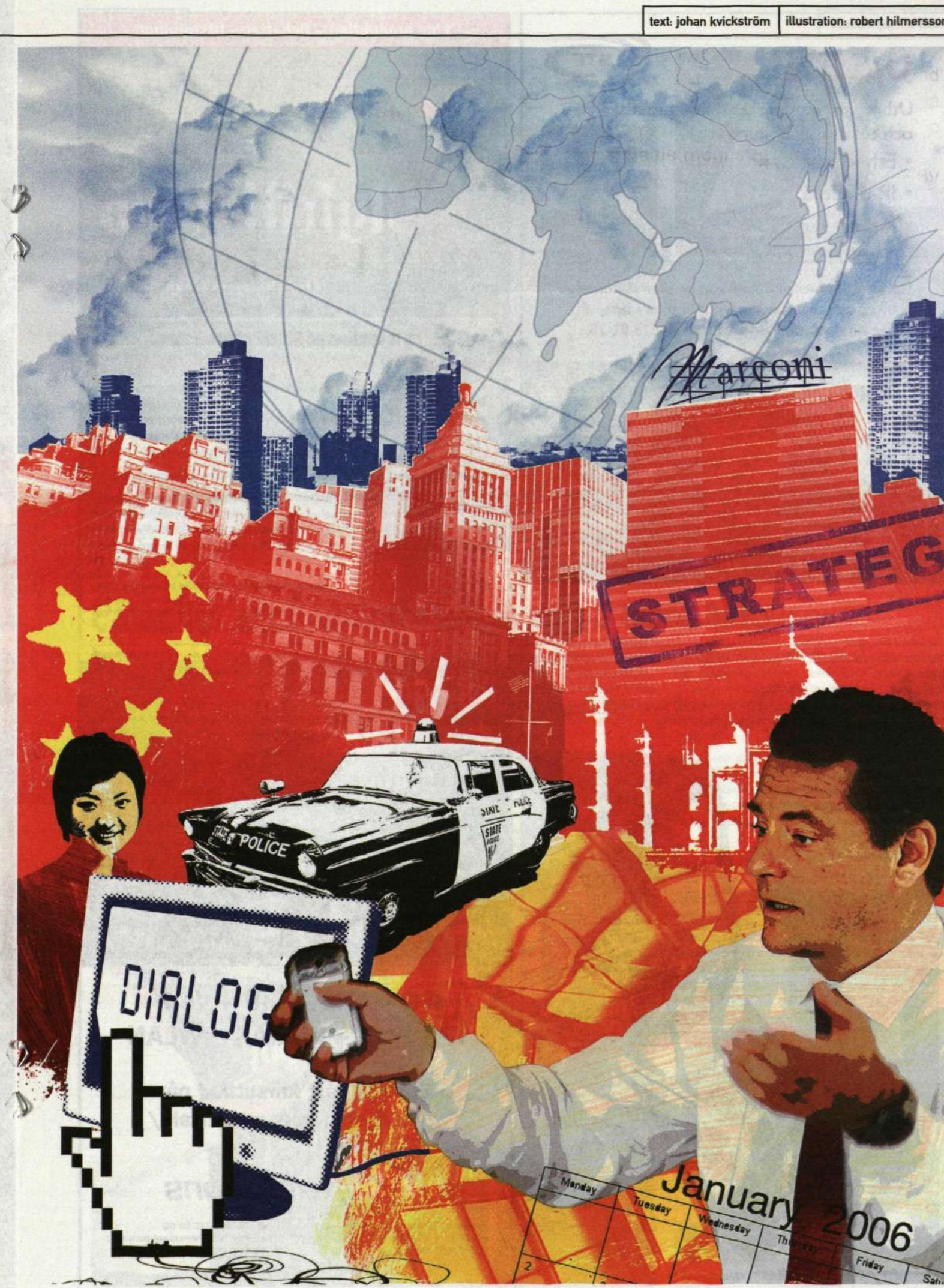
National Security/Public Safety, liksom Enterprise, har utpekats som viktigt tillväxtområde, men hittills har det inte hänt så mycket där. Varför?

– Hotbilden i samhället ser annorlunda ut i dag än den gjort historiskt. Det är mindre traditionell krigsföring och mer terroristhot och liknande. Militären behöver effektiv kommunikation men har inte möjlighet att bygga egna nät utan kommer i ökad utsträckning satsa på publika kommunikationsnät som förstärks på olika sätt. Här kommer dock tidsfaktorn in. Militära beslut tar tid och det gäller att vara långsiktig och tålmodig. Icke desto mindre glädjande fick vi förra året en genombrottsorder från US Navy via General Dynamics. Det är första gången som det amerikanska försvaret lägger ordrar utanför försvarsindustrin.

– Enterprisekunder är ett viktigt tillväxtområde, och det området när vi kombinerat genom operatörerna å ena sidan och vår traditionella enterpriseenhet å den andra. Där pågår ett hängivet arbete och vi är optimistiska. Samtidigt är vi medvetna om att vår produktportfölj till företagskunder har vissa brister från övergången till IP teknologi, men dessa brister arbetar vi med att överbygga.

Vilka stora tillväxtområden ser du om du tittar framåt några år?

– För några år sedan arbetade vi med uttrullningen av 2G-nät och lite begynnande 3G samt en framväxande serviceaffär. Nu har vi mobil radio och core, vi har den fasta sidan med transmission och mobilt bredband. Men även de framväxande konvergerade näten och multimediatjänsterna. På servicesidan växer managed services som ett tillägg till traditionella tjänster. Tillväxtpotentialen ser intressant ut, det har gått fort men det är samtidigt fascinerande.



Upptäck...!



Utbilda dig med hjälp av våra praktiska och teoretiska IP-kurser!

- Ethernet och IP
- IP-telefoni
- MPLS / GMPLS
- Trådlös säkerhet

Du kan välja mellan öppna kurser eller så kommer vi till er och anpassar kursen utifrån era behov. Du är alltid välkommen att ringa 08-613 82 20.



Klara, färdiga... utbildad!

www.stf.se/it

Live produktion – Debatter – Utställning



Blyfritt 2006

1 februari 2006, kl. 9-18

Stockholmsmässan, Älvsjö

Unik Live produktion på Stockholmsmässan

Expertisen är på plats för att ge dig kvalificerad information kring blyfri produktion och RoHS-direktivet.

Du möter:

- maskinleverantörer • leverantörer och tillverkare av mönsterkort och kretskort
- leverantörer av blyfri pasta • komponentleverantörer och testföretag
- myndigheter – kemikalieinspektionen m.fl.

För fri entré, förhandsregistrera dig på:

www.elektronikmassan.com



An event by

Stockholmsmässan Stockholm International Fairs
Postal address: SE-125 80 Stockholm, Sweden
Phone: +46 8 749 41 00 Fax: +46 8 749 61 79
E-mail: staff@stofair.se www.stockholmsmassan.se

TOSHIBA

Innovative Semiconductor Solutions

For Mobile applications

Man-Machine Interface

Illumination Sensor
Power Booster
TFT Display
TFT Driver
LEDs and Drivers

Base Band and Multimedia

Dynastron Camera
SoC for Mobile Phones
Multi-Media Engine
System Memory
Removable Memory

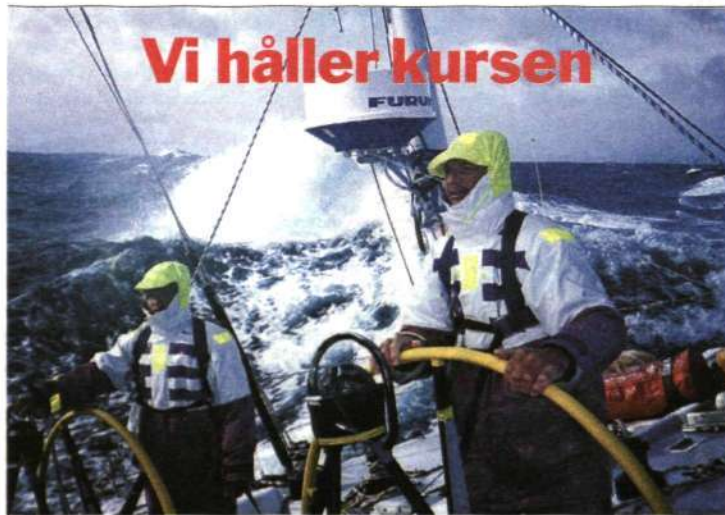
RF Discrete Components

Common Components



www.toshiba-components.com

Vi håller kursen



3G – IMS – SIP – VoIP
IP – IPv6 – WiMAX – WLAN

Se hela vårt kursutbud på:
www.ip-solutions.se/eritrain/

 ip-solutions

Funcgens Gränd 1, 111 27 Stockholm
e-mail: info@ip-solutions.se
SIP: info@ip-solutions.se

Tel: +46 (0)8 615 08 60
web IPv4: <http://www.ip-solutions.se>
web IPv6: <http://www.ip-solutions.se>

ericsson runt

redaktör: gunilla tamm

Stor seglingstävling i litet format

Samtidigt som Volvo Ocean Race startade i Spanien den 12 november gick startskottet för en något annorlunda seglingstävling på Ericssons marknadsenhet ANZA, alltså Australien, Nya Zeeland och Oceanien. Där gällde det att själv bygga båten och att få den att flyta.

Alla som ville vara med fick innan tävlingsstarten en byggsats som bestod av glasspinnar, en bit bomullstyg, en bit filt och piprensare. Det var fritt fram att också använda annat byggmaterial. Deltagarna skulle vara indelade i lag om två personer. Båtarna fick inte vara högre än 50 cm.

När tävlingstiden gick ut hade 20 bidrag kommit in till tävlingsjuryn.

Här är länken till de vinnande båtarna:

Ⓞ http://internal.ericsson.com/page/hub_anza/news/major_events/float_boat_competition.jsp

Båten högst upp till vänster byggdes av Valerie Pallaoro och Sue Dunne, båten till höger av Sandy Messini och Chris Shilling. Båten på den stora bilden är byggd av Paul Jesse och Tony Briggs.



Påtagligt seglingsintresse även på torra land

Även om Katrineholm ligger en bit från de stora haven var intresset för Volvo Ocean Race stort när Ericssons Racing Teams promotionturné besökte Ericsson i Katrineholm i december. I samband med seglingstävlingen ordnar Ericssons marknadsenhe-

ter olika aktiviteter. I Sverige besöker en speciell promotionturné de flesta platser där Ericsson finns.

– Det blir två besök på varje plats, berättar Mattias Forsbäck, som är ansvarig för den interna delen av Ericsson Racing Team.

– Tanken är att berätta för våra anställda om vad vårt deltagande i Volvo Ocean Race innebär, såväl sportsligt som marknadsföringsmässigt. Besökarna får också veta hur de kan följa tävlingen via webben och mobilen, förklarar han.



Under promotionturnén visas också det senaste i terminalväg från Sony och Sony Ericsson.

I Katrineholm var den portabla spelportalen från Sony populär. Annelie Follerstedt och Marielle Peterson testade.

Foto: Sara Bodemyr

ur arkivet



Kabelarbete i Mexiko 1967.

En gigant på väg att vakna

Segelbåtarna i kappseglingstävlingen Volvo Ocean Race har lämnat Sydafrika och Kapstaden men Ericssons affärer i regionen består. Afrika är fortfarande en marknad med låg mobilpenetration jämfört med övriga världen. **Men potentialen att bli en jättelik telekommarknad finns tveklöst där.**

Inte minst i länderna söder om Sahara.

Mobiltelefoni får en allt tydligare roll i södra Afrika. Många länder som inte byggt ut sin fasta telefoni går direkt till mobiltelefoni. På bilden uppmanas Malawis landsbygdsbor att ringa mobilt.

Foto: Getty Images



Ericsson är i början av att nå ordentlig tillväxt i Afrika, enligt Thomas Sonesson, ansvarig för kundlösningar och säljstöd på Ericsson i Sydafrika.

– Inom marknadsenheten Sub-sahariska Afrika så arbetar vi sedan årsskiftet i 43 länder. I dessa länder finns över 540 miljoner människor och penetrationen för fasta telefonlinor är 7,5 miljoner. Antalet mobilanvändare är 71,4 miljoner, säger han.

Dessa siffror ska ses i ljuset av hur det såg ut för tolv år sedan.

– Då fanns det inga mobiltelefoner här i regionen. Det tog industrin 100 år att installera 7,5 miljoner fasta linor men det har bara tagit 12 år att åstadkomma 71,4 miljoner mobiltelefonanvändare. Idag är antalet mobilanvändare tio gånger fler än de som använder fast nät, säger Thomas Sonesson.

Bristen på infrastruktur för fast telefoni är ett hinder, ändå har det grundläggande behovet att kommunicera alltid funnits där. Detta behov möttes först när privata företag som MTN började dyka upp i mobiltelefonbranschen och investerare började satsa på området. Då ökade kundbasen i rask takt för Ericsson som i dagsläget har 73 kunder inom marknadsenheten.

– Ericsson är nästan dubbelt så stort som närmaste konkurrent. Faktum är att vi är större än våra två största rivaler tillsammans, säger Sonesson. Samtidigt spås mobilpenetrationen fortsätta öka kraftigt i Sub-sahariska Afrika.

– Jag skulle gissa att våra 71,4 miljoner användare

kommer att vara dubbelt så många 2010. Vi talar alltså om 140–150 miljoner användare om fem år.

Pieter van der Westhuizen, kundansvarig på Ericsson i Sydafrika för operatören MTN, säger att Ericsson ser långsiktigt på Afrika. Även om världsdelen inte stått för någon större del av företagets traditionella försäljning så har Ericsson idag en bra position – tack vare den långa närvaron och kunskapen om hur affärer görs i Afrika. Den positionen är värd mycket när man tänker på telekomindustrins inriktning mot utvecklingsmarknader (emerging markets), är Pieter van der Westhuizens slutsats. Utvecklingen kan leda till en intressant dynamik, fortsätter han.

– Det finns folk som inte har varmt vatten och vars TV-apparater drivs med batterier, men som använder mobil uppkoppling. Tänk dig en kille på väg till en stamdans med sin mobil i en väska av fårskinn – det händer redan. Han berättar att det finns människor i Lesotho som inte har el och använder laddare i form av små vindkraftverk för att ladda sina telefoner. Eller så köper de engångsbatterier i Sydafrika.

Störst genomslag har mobiltelefonin haft i glesbygden, som till exempel sydafrikanska provinsen Eastern Cape, där äldre människor numera kan hålla kontakten med sina barn som jobbar i städerna och på små företag.

– Mobiltelefoni gör att en hel grupp människor kan klara sig själva ekonomiskt, som till exempel kaffeodlare i Uganda, som numera kan kolla upp

aktuella kaffepriser via SMS och på så sätt undvika att bli lurade av de stora handlarna, säger Pieter van der Westhuizen.

Ett stort problem för folket på den afrikanska glesbygden är tillgång till sjukvård. Med mobil uppkoppling så kan mindre kliniker nu få rådgivning och diagnoser från exempelvis en cancerspecialist genom videoförhandling. Det gör resor onödiga och kan göras med hjälp av en bärbar dator och uppkoppling via 3G eller GSM.

En mycket framgångsrik marknad inom Sub-Sahariska Afrika är Nigeria med en befolkning på 145 miljoner. Landet ligger i västra Afrika, en region med 270 miljoner invånare.

Leif Edwall, Ericssons chef i Nigeria, berättar att Ericsson har byggt upp ett centrum i Nigeria, från vilket affärerna i de 17 länder som ingår i den västafrikanska regionen sköts.

Denna modell har visat sig fungera mycket bra. Nigeria tog sig exempelvis nyligen in på listan över Ericssons tio största marknader.

Marknaden i Nigeria drivs av ett behov av telefoner, hävdar Leif Edwall. Med endast 700 000 abonnenter på fasta telefoner finns det bara en väg att gå: mobilt.

– Mobiltelefoni är mera kostnadseffektivt, snabbare och lättare att installera på grund av att det helt enkelt saknas ett stamnät, säger han.

Avsaknaden av stamnät gäller flera andra västafrikanska länder. Det innebär att man måste bygga

för överföring via radio vilket begränsar såväl kapacitet som hastighet. Förskotts betalning av mobilabonnemang (prepaid) är annars det som gäller i Nigeria. Fler än 95 procent av konsumenterna använder prepaid och Ericsson har 65 procent marknadsandel av radionätet, berättar Leif Edwall.

– Vi levererar till tre av fyra GSM-operatörer och är ensam leverantör av kärnnätet till två, säger han. Men det finns förstås även stora utmaningar för Ericsson. En av dessa är att hitta kompetenta medarbetare.

– I dessa länder finns ingen telekomtradition och ingenjörskonsten är ofta ganska enkel. Det tar tid att utveckla den, vilket innebär en flaskhals för oss, säger Leif Edwall.

Ett annat faktum i Nigeria liksom i många av länderna runtomkring är bristen på elektricitet och svårigheten att distribuera el.

– Att få kraft till siterna är ett problem. Enda alternativet till elektricitet är i dagsläget dieselgeneratorer, vilket medför höga underhåll- och driftkostnader för oss. Det är inte ovanligt att strömavbrott sker 10 till 15 gånger per dygn, säger Leif Edwall.

Allmän tillgång till Internet ligger fortfarande i startgroparna i Nigeria. Skälet är att det saknas infrastruktur, särskilt fiberoptik. Därför är användning av Internet ännu så länge en sällsynt förekomst. Men med rätt infrastruktur på plats kan Internet-baserade mobiltjänster snabbt ta fart i landet.

Det nigerianska folkets stora passion för fotboll är



Ericssons chef i Nigeria Leif Edwall, med Olabode Sowunmi, ansvarig för kommunikation i Afrika region Väst och Engr Edwin Moore Momife, vd för Nigerian Mobile Telecommunications inc. Foto: Nolutindiso Waxa

något som kan fungera som en katalysator för ökad försäljning av multimediatjänster i form av fortlöpande målrapportering från stora lokala och internationella matcher. Det tror Olabode Sowunmi, kommunikationsansvarig för Ericsson i Nigeria.

– Vi har många nigerianska spelare utomlands, jag tänker särskilt på nationella hjältar som Jay-Jay Okocha och Nwankwo Kanu som visar vad de kan i engelska Premier League. Sedan finns det uppskatt-

ningsvis tre miljoner nigerianer som bor i och runt London som kan vara intresserade av att se nigeriansk fotboll, säger han.

Pieter van der Westhuizen summerar: – Det går inte att få svar på hur stor marknaden är eftersom alla har underskattat den. Men som jag ser det så har Afrika samma tillväxtpotential som alla andra marknader i världen. Kontinenten bör nå globala nivåer, även om det kommer att ta tid. •

MTN finns i stort sett överallt i Afrika. Här en reklamskylt vid en väg i Uganda. Foto: Thomas Eriksson

MTN är **Afrikas största operatör** med flest nät, flest abonnenter, störst intäkter och bäst lönsamhet. Det tänker man fortsätta vara och samtidigt lösa den stora frågan kring kraftförsörjning.



Nummer ett hur man än räknar

>> **Kontakten träffar Hilton Goodhead**, MTN:s chef för planering och optimering av radionät, i Kapstaden i Sydafrika i samband med etappmålet för segelbåtarna i havskappseglingen Volvo Ocean Race. MTN är Ericssons största enskilda kund i Afrika och Hilton Goodhead bekräftar att relationen mellan operatören och leverantören är god.

– Vi har en bra relation med Ericsson. Deras utrustning går att lita på och de har alltid velat hjälpa oss i Afrika. Ericsson har fortsatt vara konkurrenskraftiga i tuff konkurrens och vid några tillfällen har de fått förnyat förtroende för att de ansträngt sig extra mycket och levererat vad som utlovats, säger han.

En av förklaringarna till MTN:s framgång är att företaget har gjort ordentliga investeringar för att bygga ut näten utanför huvudstäderna,



Hilton Goodhead

på landsbygden. MTN har inte nöjt sig med, som Hilton Goodhead uttrycker det, att försöka plocka russinerna ur kakan i form av citykärnorna.

– Det har förändrat folks livsstil i grunden. Många kan numera ringa till sina familjemedlemmar i städerna istället för att ta bussen. Ett exempel är en stad i norra Uganda där 20 000 människor tidigare delade på en telefon, nu kan folk där ringa till vem de vill i världen, säger Hilton Goodhead.

Han tror att när folk fått möjlighet att kommunicera via tal på ett nytt sätt så blir Internet nästa steg.

– Vi jobbar redan med flera projekt och ny bredbandsteknik borgar för framgång. Tillgång till information på Internet möjliggör att Afrika på allvar blir en del av världsekonomin, säger han

Utmaningarna är många. En består i att hitta kompetent personal i Afrika som kan sköta operatörens telekomverksamhet, och även att skaffa material och utrustning. En brist på civilingenjörer och byggnadsingenjörer begränsar möjligheterna att driva näten.

Två andra frågor rör transporter och elkraft. Eftersom elkraften på många håll inte är tillförlitlig så finns på en del ställen i Afrika två generatorer på varje site. Dessa slukar miljontals liter diesel varje månad och en stor del av MTN jobbar med att bara se till att det finns tillräckligt.

– Svårigheten med att ladda sina mobiltelefoner har skapat innovativa lösningar på marknaden. Två biprodukter som uppstått på grund av detta är solpaneler och vindkraftladdaren Freeplay, säger han.

Hilton Goodheads övertygelse är även att mobiltelefoni påverkar transporter och hela trafiksituationen i en positiv riktning.

På många håll var de fasta näten tidigare så dåliga att man inte kunde lita på att samtalet skulle komma fram. Ofta var det enda sättet att få kontakt med folk att köra dit och träffa dem.

När mobiltelefonin kom till Lagos i Nigeria minskade trafiken på tungt trafikerade vägar märkbart, säger Hilton Goodhead.



One for all. All from one.

Instead of spending resources on scanning partners for your EMS needs, why don't you just get one?

With our focus on providing integrated end-to-end manufacturing services for communications network equipment, we simply are the one and only partner you need. Services, including engineering, design support and sourcing with supply chain management, are all combined into tailored packages, which take your communications products to the market fast and smoothly. On top of that, we are located in the most lucrative market areas globally, offering the same reliable service for you everywhere through our network. *Contact us now: www.elcoteq.com*



FoU lägger in en högre växel

Efter att ha konsoliderat sig under de svåra åren lägger Ericssons Forskning och Utveckling in en högre växel. En affärsinriktad FoU och samarbete tvärs över gränserna ska borga för nya framgångar.

En bantad men fullt stridsduglig FoU-organisation kom ut efter de stora nedskärningarna för något år sedan. Håkan Eriksson, chef för FoU, berättar att det första målet då var att säkerställa att man kunde leverera på utlovad tid och att se till att systemen fungerade som de skulle, det vill säga utan avbrott. Kvalitet och leveransprecision, två mål som man nu skaffat sig kontroll över.

De nya målen är att snabbare få ut nya produkter, Time To Market (TTM), genom att kapa tid i början och slutet av projekten, att bli tekniskt ledande och ta nya marknader. Viktigt är att ta en tät position inom IMS (framtidens IP-multimediasystem), mobilt bredband och IP-TV samt att satsa på det mobila kärnnätet (softswitch) och göra en stark comeback inom fasta nät. Målen ska nås via nära samarbete mellan utvecklingsenheter och affärsenheter.

Enkelt uttryckt innebär den nya organisationen att alla tidigare utvecklingsenheter, Development Units, från 1 januari, i år flyttats in i någon av affärsenheterna BUSY (Business Unit Systems) eller BUAC (Business Unit Access), det vill säga affärsenheterna för kärnnäten respektive accessnäten. Som en konsekvens renodlas FoU till att enbart omfatta Forskning (Research) och koncernfunktionen FoU för strategisk utveckling med längre tidsperspektiv.

Kristian Toivo leder förändringsarbetet inom affärsenheten Systems. Han berättar att omorganisationen tjuvstartade för knappt ett år sen när radionätsutvecklingen av GSM och WCDMA lades in i affärsenheten Access. Att Systems-delen genomförs först nu beror på att detta område är mera komplext.

De förändringar som nu görs är att man flyttar utvecklingsenheterna för Service Layer (DSL), IP Network (DIPN) och kärnnätet (DSL) in i Systems och att man dessutom ändrar på produktansvaret så att det blir mer logiskt. Exempelvis konsolideras all IMS-utveckling i det nya DIPN medan HLR (Home Location Register), som traditionellt hör ihop med det kretskopplade kärnnätet, förs in i det nya DCNE. Resten av DSLD transformeras till en ny DU, Development Unit Multimedia Products (DMMP), som en del av den nya enheten Multimedia Solutions, för att öka fokus på slutanvändarnära tjänster.

– Det här var moget och har gått utan problem, säger Toivo, men tillägger att det inte var lika självklart hur man skulle hantera plattformarna.



Ericssons Forskning och Utveckling växlar upp för att bland annat få ut företagets produkter snabbare på marknaden. En stor del av den tidigare FoU-organisationen flyttas över till affärsenheterna Systems och Access.

Resultatet blev dock att även de flyttats in under affärsenheterna. CPP (Connectivity Packet Platform) som bland annat är basen för WCDMA radionätsnoder, har förts till BUAC medan systemplattformarna AXE och TSP förts till BUSY.

Resonemanget är att även plattformarna ska ha nära till marknaden och känna affärstrycket. FoU:s gruppfunktion har däremot ansvaret för den långsiktiga utvecklingen av plattformar, synergier och framtida frågor som öppen källkod och tredjeparts-lösningar.

Den tredje stora förändringen är sättet att arbeta, samarbetet över alla gränser, att komma närmare kunden.

– Det här är faktiskt den viktigaste förändringen av alla, säger Kristian Toivo. Om inte den lyckas betyder de andra ingenting.

Det gäller rätt bemanning, rätt fora för beslut och

rätt styrning. Det här är också det som är svårast att kontrollera, den mänskliga biten, att alla arbetar optimalt tillsammans och är med på samma möten.

– Skulle vi lyckas här öppnas alla möjligheter.

Det som hittills skett är att övergångsorganisationen är etablerad globalt, att det är klart vem som har ansvar för vad och att alla anställda vet var de hör hemma. Det som återstår att göra under första kvartalet – allt ska nämligen vara klart då – är att säkerställa att förändringen ger de effekter man tänkt sig och att utse nya chefer och ha fungerande managementsystem.

Slutligen pekar Toivo på ett par områden som har högsta prioritet för den nya organisationen. Dels det heta området IMS där kraven från marknaden är mycket hårda. Dels den stora fungerande basen med klassiska kretskopplade system, som står för en stor del av Ericssons intäkter.



Nya mål 2006?

Ett urval från vårens kursschema

Inbyggda system	Dagar
Inbyggda realtidssystem – grundkurs	3
Säkra och tillförlitliga realtidssystem	2
Kommunikation	Dagar
IP grundkurs	2
GPRS och TCP/IP - egenskaper och prestanda	2
GPRS protokoll och procedurer	2
Objektorienterad systemutveckling	Dagar
Objektorienterad analys och design med UML	4
OSE	Dagar
OSE grundkurs	3
OSE fortsättningskurs	3
Programmeringsspråk	Dagar
Programmera med Java	3
C grundkurs	3
C för inbyggda system	2
Safer C - *med Les Hatton	2
C++ grundkurs	3
C++ fortsättningskurs	3
Testkurser	Dagar
Avancerade testtekniker	2
Grundkurs i test av programvara och system	3
Effektiv ledning av testarbete	2
Enea testprocess	3
Rapid Testing/Exploratory Testing - *med James Bach	3
Utveckling av automatiserade testsystem	2
Verktyg och plattformar	Dagar
C# och .NET Framework 2.0	3
Eclipse Workshop	2



Anmälan

Vi har schemalagda kurser i Stockholm, Göteborg, Malmö och Linköping. Vi håller också samtliga kurser på plats hos er om ni önskar.

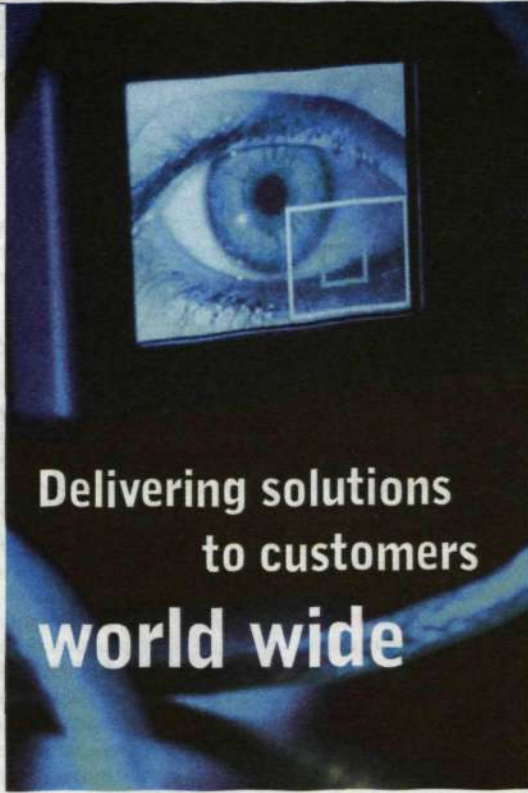
Kontakta oss:
training@enea.se

Tel: +46 8 507 140 00

För mer information och bokning av schemalagda kurser:
www.enea.se/ericssontraining



SYNTRONIC



Delivering solutions
to customers
world wide

design house
www.syntronic.se

Kontor i Sverige:
Gävle, tel 026-54 23 00
Göteborg, tel 031-746 81 00
Lund, tel 046-32 99 00
Stockholm, tel 08-632 33 00
Sandviken, tel 026-24 60 00

Kontor i övriga världen:
Malaysia, tel +60 3 2168 42 60
Kina, tel +86 139 102 03 524

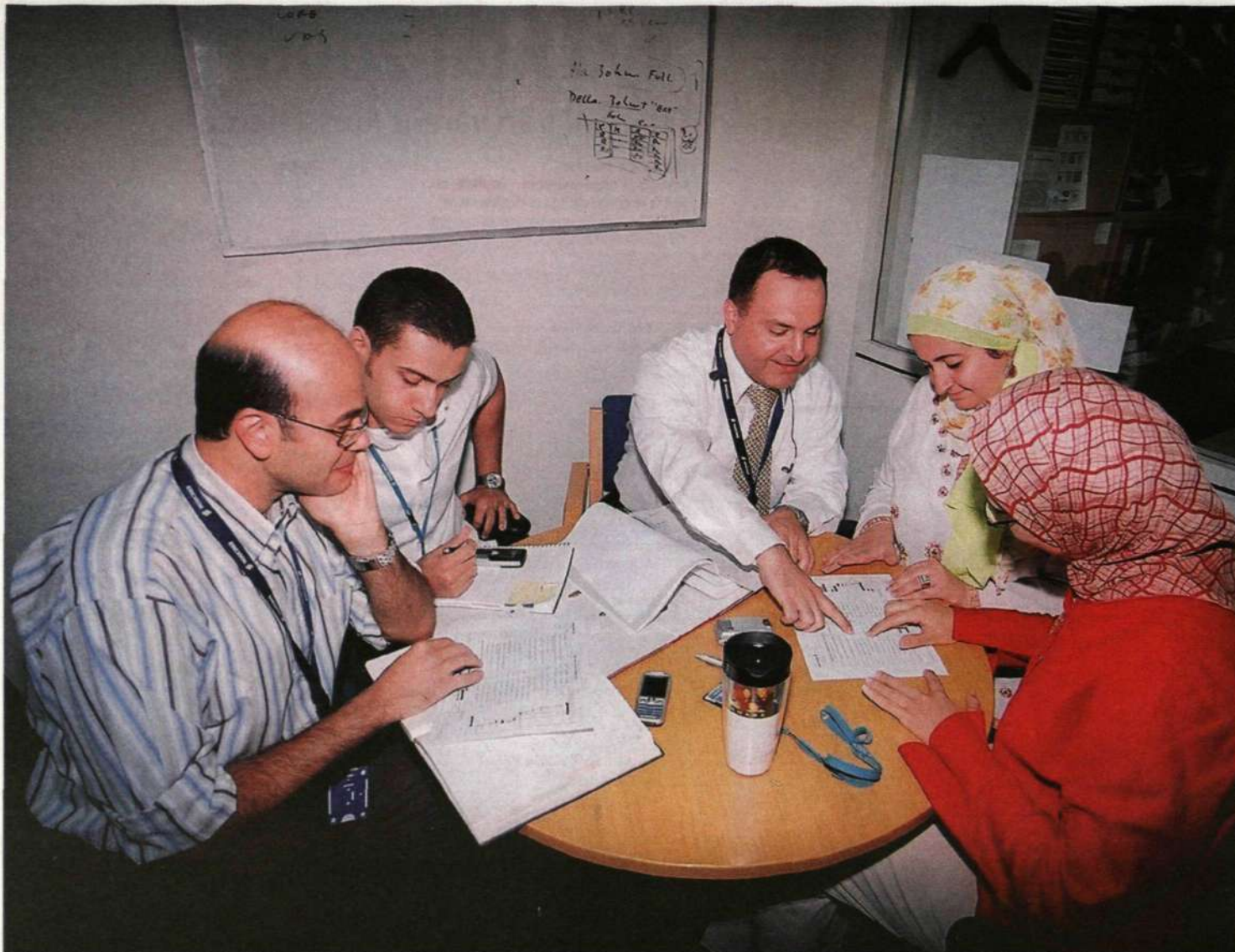


As a Registered Education Partner at PMI, ESI International offers a range of Project Management courses.

The aim of the programme is to give Ericsson Project Managers the opportunity to learn and develop the skills, techniques and behaviours critical in delivering projects across the organisation.

Project Leadership, Management & Communications
Kista, Sweden: 30 January - 2 February 2006
Risk Management
Kista, Sweden: 21-23 March 2006
Negotiation Skills for Project Managers
Kista, Sweden: 14-16 March 2006
Rapid Assessment and Recovery of Troubled Projects
Kista, Sweden: 7-9 February 2006

To register your place or for more information please email Patrik Ziden at patrik.ziden@esi-se.com
For further information about project management courses please visit www.esi-europe.com/_@ericsson



Medarbetarna på Ericssons projektkontor i Kairo jobbar både med fast och mobil telefoni. De allra flesta uppdragen gäller Vodafone Egypt. På bilden från vänster Sameh Fawzy, Karim Mourad, Ahmad Baassiri, Nihal Salem och Rehab Fawzy.

Foto: Mohamen Yehia

Projekten som gör affärer till verklighet

Vodafone Egypt växer med en halv miljon nya användare i månaden. Det ställer stora krav på Ericssons projektkontor i Kairo, där varje medarbetare har åtminstone två eller tre uppdrag samtidigt. Hårt arbete är det som gäller för att överträffa kundernas förväntningar.

Flitens lampa brinner på Ericssons projektkontor i Kairo. Det går bra för marknadsenheten Nordafrika och det märks också på de många projekt som pågår här. Över 80 procent av alla uppdrag gäller den största kunden, Vodafone Egypt.

Projektkontoret har sju projektledare, som sköter projekten för de två operatörerna Telecom Egypt och Vodafone Egypt. Förberedelser pågår för att jobba med en tredje operatör i Egypten.

– Våra kunder är mycket krävande och alla våra projektledare har hand om åtminstone två eller tre projekt var samtidigt, berättar



Ahmad Baassiri



Vodafone Egypt växer med en halv miljon nya användare i månaden. Cirka 30 procent av Vodafones globala abonnenttillväxt kommer från Egypten. Foto: Gunilla Tamm

fakta: ericsson i egypten

Egypten har 77,5 miljoner invånare och 14 miljoner mobilabbonnenter.

Ericsson har haft verksamhet i Egypten sedan 1959. Landet ingår i Ericssons marknadsenhet Nordafrika. I november flyttade kontoret i Kairo till den nybyggda stadsdelen Smart Village, ett centrum för IT och telekom, där bland andra Microsoft och mobiloperatören Vodafone Egypt har sitt kontor.

Kunder: Telecom Egypt, fast telefoni och Vodafone Egypt, mobiltelefoni.

Ahmad Baassiri. Han ansvarar för projektkontoret, ett jobb som han fick i oktober förra året. Han kom då närmast från Global Services Delivery Center i Kanada.

– Jag försöker att ta tillvara erfarenheterna från Kanada för att utveckla och förbättra projektkontoret i Egypten. Vi vill leva upp till och överträffa våra kunders förväntningar, säger han.

Det största projektkontoret på marknadsenheten Nordafrika finns i Algeriet, det näst största i Egypten.

Att tala om hur många projekt man jobbar med är svårt eftersom många stora projekt kan omfatta ett flertal mindre. Det handlar om uppdrag både på radio- och växelsidan och även för olika tjänster.

Nihal Salem, som började på Ericsson för nästan sju år sedan, är projektledare för kundkontot Telecom Egypt, där uppdraget gäller fast telefoni.

– Totalt är vi 14 personer på Ericsson i Egypten som jobbar med Telecom Egypt och här på projektkontoret är vi två, berättar hon.

Nihal Salem träffar representanter från Telecom Egypt ungefär tre gånger i veckan. Hon tycker det är roligt med dessa kundkontakter.

– Telecom Egypt är en avancerad operatör som vill ha den senaste tekniken. Det är verkligen en utmaning att jobba med dem och klara deadlines, säger hon.

Ett stort uppdrag nu är att uppdatera Telecom



Nihal Salem

Egyptys fasta nät till nästa generations IP-nät med telekomkvalitet. Projektet omfattar även att introducera nya mjukvaruväxlar i Telecom Egypts nät och att uppdatera existerande ATM-växlar.

För några månader sedan erhöll Nihal Salem certifikat som projektledare PMP (Project Management Professional) från Project Management Institute. Många av projektledarna på Ericsson har erhållit detta certifikat, som är ett steg mot "operational excellence".

Nihal Salem är "global resource manager" för marknadsenheten Nordafrika vilket innebär att hon hjälper andra projektledare att hitta rätt resurser.

– Främst gäller det inom vår egen marknadsenhet, men ibland även utanför. Ett bra nätverk är nyckeln till att hitta medarbetare med den kompetens som krävs, säger hon.

Vodafone Egypt växer med en halv miljon nya användare i månaden. Så mycket som cirka 30 procent av Vodafones globala abonnenttillväxt kommer från Egypten. Operatören är en mycket viktig kund för Ericsson och så mycket som 80 till 90 procent av uppdragen på projektkontoret i Kairo gäller Vodafone Egypt.

Det gäller bland annat att driftsätta nya radiobasstationer och att komplettera gamla sites. Andra projekt är till exempel utökning av antalet växelkoder och uppgradering med olika typer av tjänster.

Samer Aziz började på projektkontoret i maj förra året. Innan dess jobbade han på Lucent & Hewlett Packard.

– Tiden har gått så fort och jag har hunnit lära mig så mycket att det känns som jag har varit här fyra, fem år redan, skrattar han.

Samer Aziz är projektledare för så kallade value added services och jobbar med Vodafone Egypts prepaidssystem, alltså betalkort.

– Det är tuffa krav vad gäller både kvalitet, kvantitet och leveranstider och vi måste leva upp till kundens förväntningar. Att ha en så snabb tillväxttakt som Vodafone Egypt kräver mycket jobb både av operatören och leverantören, förklarar han.

Samer Aziz trivs på Ericsson och uppskattar att företagets hierarki inte är så strikt.

– Det är ett vänligt företagsklimat och lätt att få kontakt med kollegor runt på Ericsson. Det är mycket lärorikt att ta del av deras erfarenheter, säger han.

I takt med att affärerna ökat för Ericsson i Nordafrika har också uppdragen för projektkontoret vuxit, men medarbetarna har inte blivit så många fler.

– Min förhoppning är att vi ska kunna rekrytera medarbetare och då gärna ta in lokal arbetskraft som nyutexaminerade tekniker. Genom att arbeta i team kan vi dela med oss av den erfarenhet som finns här, säger Ahmad Baassiri och avslutar.

– Förutom att föra över kunskap till nya unga medarbetare är det viktigt att vi alla får tid till utbildning. Det behövs för att vi ska kunna leva upp till de förväntningar som kunderna har på oss.



Samer Aziz

sedan sist

Nya basstationer lagom till 3G-boomen

Lagom till att 3G-näten är mogna för massutrollning av basstationer har Ericsson sin nya generation färdig för "General Availability". Den nya designen erbjuder en rad finesser som gör den unik på marknaden.

Strax före jul, den 20 december 2005, fick Ericsson sin nya release av radionätet för WCDMA godkänd av de stora testkunderna **ericsson** Cingular i USA och Vodafone KK i Japan. Det betyder att produkterna är färdiga för att distribueras globalt. De två tyngsta bitarna i den nya radioreleasen är HSDPA, det vill säga höghastighetsöverföring av data, och de nya basstationerna.

Den nya designbasen för basstationerna är en radikal lösning som är framtidssäker och kostnadseffektiv. Genom att dela upp konstruktionen i ett litet antal integrerade moduler och göra ett snitt mellan den digitala kontrollbiten och radiodelen kan man återanvända delar och pussla ihop nya basstationer efter behov. Små eller stora, för vilka frekvenser som helst, utifrån samma enkla byggblock.

– Det här är en oerhörd styrka för oss, säger Sven Hellsten, chef för produktledningen för WCDMA-basstationer. Marknaden befinner sig i en expansiv fas där det förbereds för en massiv andra utrollningsvåg. Vi är dessutom först om att i en och samma basstation kunna hantera två olika frekvenser, dual-band. Detta kommer att vara ett viktigt säljargument eftersom flera operatörer kommer att kunna utnyttja både existerande och nya frekvenser för WCDMA.

Direkta fördelar för de kostnadsjagande operatörerna, är bättre radioprestanda, en säkrare basstation (färre interface), drastiskt sänkt effektförbrukning (40 procent effektivare), bättre drift och underhåll eftersom samma moduler återanvänds, och dubbel kapacitet (dubbla carriers) per skåp. De får möjlighet till dual-band, till exempel 850 och

1900MHz, och de får stationer som är förberedda för framtidens super-3G-system.

– Vi har förberett allt som kan förberedas, säger Erik van den Bos, projektledare för hela designutvecklingen. Han tillägger att projektet har tagit fram en HSDPA-lösning för både de nya basstationerna och de som redan finns på marknaden.

Den nya generationen, på marknaden kallad RBS Designbas R3, bygger vidare på Ericssons teknikplattform för 3G-produkter CPP; Connectivity Packet Platform.

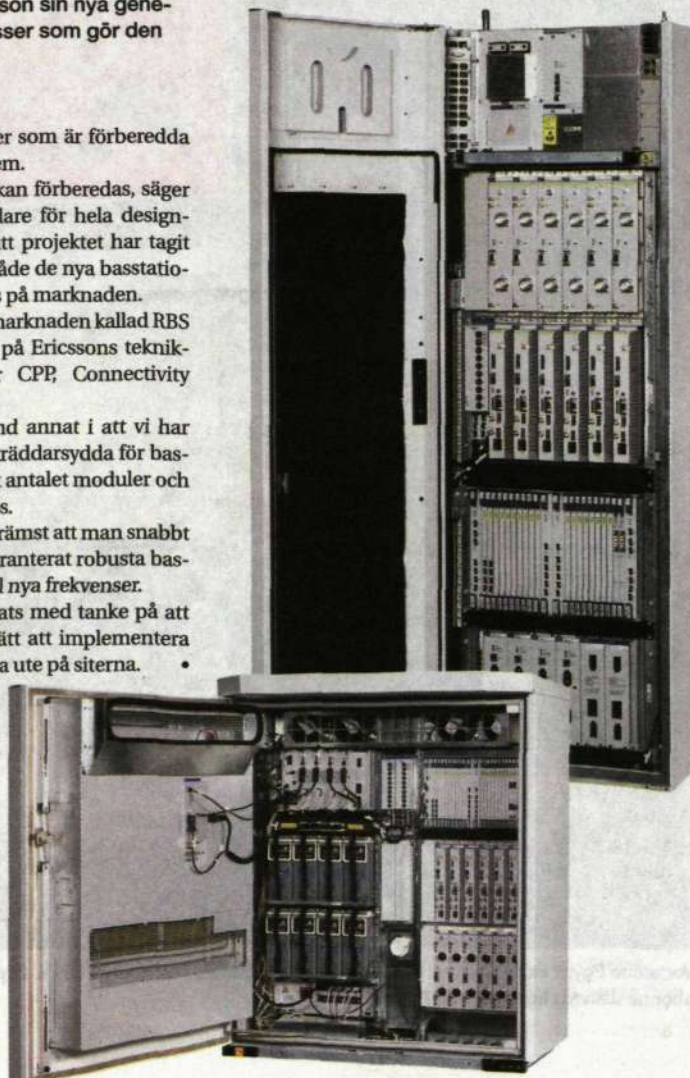
– Utvecklingen består bland annat i att vi har tagit fram CPP-kort som är skräddarsydda för basstationerna och att vi halverat antalet moduler och processorer, säger van den Bos.

Fördelarna för Ericsson är främst att man snabbt kan ta fram stora mängder garanterat robusta basstationer av olika typer och till nya frekvenser.

Hela konceptet har designats med tanke på att det ska gå snabbt och vara lätt att implementera och underhålla basstationerna ute på siterna.

Den nya designbasen för basstationerna är en radikal lösning som är framtidssäker och kostnadseffektiv.

Foto: Ericsson



Produktlivscykeln ska hanteras bättre

Product Life Cycle Management (PLCM) kommer att stödja ett närmare samarbete mellan FoU och produktledningen när utvecklingsenheterna är integrerade i affärsenheterna.

PLCM-processen täcker hela livscykeln hos **ericsson** Ericssons produkter, inklusive arbete som görs före och efter ett projekt.

PLCM är ett gemensamt ramverk för underprocesser, metoder, arbetsinstruktioner, checklistor samt mallar och verktyg, baserat på tillämpningar från verkliga livet.

Just nu utvecklas PLCM stegvis med visionen att det ska erbjuda tillämpningar av hög kvalitet, och integrerade utvecklingsverktyg och processer som underlättar en effektiv produktutveckling och hantering av produktlivscykeln.

Det är avgörande att Ericssons affärsenheter använder innehållet i PLCM, specificerar krav på förbättringar och tillhandahåller bra tillämpningar som kan användas globalt.

– Det finns redan i dag en gemensam process för produktledningen och R&D i PLCM, men den har inte fullt ut implementerats än, säger Torbjörn Nilsson, processägare för PLCM på koncernnivå för produktledningen. Detta kommer att förändras när utvecklingsenheterna är integrerade i affärs-



Produktledning och FoU ska närma sig varandra. På bilden: Håkan Eriksson och Torbjörn Nilsson.

Foto: Johan-Gabriel Fritz

enheterna och produktområdescheferna tar ansvar för att implementera och förbättra PLCM.

Från och med nu kommer produktledningen och FoU samlas under en gemensam affärsenhetschef och samarbeta dagligen. Målet är en produktutveckling som är mer öppen för kundernas krav.

Det närmare förhållandet mellan design och affärer ska också leda till att man får ut produkter

fortare på marknaden. Håkan Eriksson, PLCM-ansvarig för FoU:

– Vi vill reducera ledtiderna med 50 procent till 2008. Det är mer kostnadseffektivt att utveckla produkter snabbt därför att då måste man bygga in kvalitet från början, vilket driver fram nya och effektiva arbetsvägar. PLCM är viktigt för att stödja detta förbättringsarbete.

Mobilapplikationer till gagn för tredje världen

I områden där människor lider av fattigdom, hälsoproblem och är utan både elektricitet och kommunikationer kan en mobiltelefon vara ett stort steg på vägen mot ett bättre liv.

Flertalet mobilapplikationer visar sig kunna lösa besvärliga situationer typiska för utvecklingsländer. Det visar en färsk rapport.

En utbyggd mobilkommunikation skulle vara ett stort steg på vägen mot industrialisering i utvecklingsländer. Det framkommer i rapporten "Mobile end-user applications for developing countries" skriven som ett examensarbete av Joachim Bildt och Nils Sahlberg, på uppdrag av Ericsson. De har funnit att mobilapplikationer inom kategorierna Mobile banking, Business to Business trading, Health care information, Education och Information är nyttiga i regioner utsatta för utvecklingsländerns problem.

Utgångspunkten för rapporten var att identifiera applikationer som ska hjälpa såväl operatörer som individer i utvecklingsländerns glesbygd och att det bör handla om tjänster och applikationer på låg teknisk nivå stod klart tidigt. Ett land de studerat är Tanzania.

- Tal och sms gör mest nytta för att höja levnadsstandarden som situationen ser ut i Tanzania dag. Att kunna ringa en släkting eller vän i en annan del av landet är efterlängtad, säger Nils Sahlberg.

Nittio procent av huvudstaden Dar es Salaams invånare är inflyttade från landsbygden. För den enskilde individen är det ett stort socialt problem att inte snabbt kunna kommunicera med sin släkting i andra delar av Tanzania.

Det stora ohälsotalet i regionen med många sjuka i HIV/AIDS och malaria genererar även det särskilda kommunikationsbehov. Ett exempel är information om dödsannonser som blir upplästa via en daglig radioutsändning och lyssnarsiffrorna är höga. Att få sådan information via sin telefon



Utbyggd mobiltelefoni gagnar länder i tredje världen, visar en ny studie. På bilden tre mobilanvändare i Kinshasa, Kongo.

Foto: Per-Anders Pettersson/Getty Images

skulle underlätta vardagen för den genomsnittliga tanzaniern.

För den lokale affärsmanen, ofta fiskare eller småskaliga jordbrukare, står det klart att applikationer inom Mobile banking och Business to Business trading har stor användar nytta.

- Det underlättar för handel mellan småföretagaren och bankerna får tillgång till kapital som de inte har idag, säger Nils Sahlberg. Det finns också den sociala aspekten att kunna överföra pengar till sin familj långt borta under säkra former.

För åtskilliga utvecklingsländer är brottslig verksamhet ett stort samhällsproblem. I Mobile banking ingår tjänster som Mobile wallet och Money trans-

fer som skulle innebära mindre risker i samband med hantering av stora summor kontanter.

Biståndsorganisationen SIDA:s och flera andra rapporter visar att mobilkommunikation är det teknikområde som har störst påverkan på samhällets utveckling. Tio extra telefoner per hundra invånare i ett utvecklingsland ökar bruttonationalprodukten (BNP) med 0,6 procent.

- Våra studier och flera andra vi tagit del av visar tydligt att mobilkommunikation skapar bättre villkor för företag vilket ger bättre ekonomiska och sociala förhållanden. Levnadsstandarden kan höjas väsentligt för den generelle tanzaniern, säger Joachim Bildt.

Optimism ombord trots bruten etapp

Moralen är hög i Ericssonsteamet trots att man tvingades avbryta den andra etappen av Volvo Ocean Race bara två dagar efter att man lagt ut från sydafrikanska Kapstaden.



Tidigt på morgonen den 4 januari, då Ericsson-båten i motvind och med en fart på 10 knop låg på andra plats, hörde besättningen hur det hydrauliska kölsystemet brast med en dov smäll. Trots försök att byta ut systemet i Mossel Bay beslutade besättningen att tillfälligt avbryta tävlingen. Ericssonbåten fraktas nu med lastskepp till Melbourne och beräknas nå hamn den 26 januari.

Ericssons skeppare Neal McDonald är övertygad om att man kommer att kunna fortsätta tävlingen från Melbourne, där ett specialteam ska se över problemet.

Dusyant Patel, operating officer för Ericssonsteamet, säger att de planerade kundevenemangen i Melbourne inte kommer att påverkas.

- Stämningen bland besättningen är uppåt och vi är fast beslutna att komma in i matchen igen.

Säkerhetsuppdateringar viktigare än många tror

Bara runt hälften av Ericssonanställda genomför säkerhetsuppdateringar som skickas ut via Ericsson Standard Office Environment (ESOE) för att förhindra virusintrång.

Uppdateringar skickas ut ungefär en gång i månaden och inför nästa, som kommer i februari, satsar Ericsson på att få sina anställda att genomföra uppdateringarna.

- Det är viktigt att alla anställda loggar ut från nätverket och stänger av sina datorer efter varje arbetsdag och sedan accepterar säkerhetsuppdateringarna när man loggar in igen på morgonen, säger Fred Kudrén, säkerhetschef på Group Function IT security.

Anställda uppmanas också att stänga av förhandsgranskningen i Microsoft Outlook för att begränsa den tid då man är uppkopplad på Internet.

En ny version av ESOE, som kommer att vara obligatorisk för Ericssonanvändare, kommer att släppas senare i år.



Fred Kudrén

Större vinst än väntat för Sony Ericsson

Med över 51 miljoner sålda mobiltelefoner och ett resultat efter skatt på 3,3 miljarder SEK landade Sony Ericsson långt över marknadens förväntningar när man nu presenterat nya rekordsiffror för 2005.

Det är, enligt Sony Ericssons vd Miles Flint, bland annat satsningarna på forskning och utveckling (FoU) och de nya Walkman-mobilerna som gjort fjärde kvartalet 2005 så starkt.

Bolaget sålde då 16,1 miljoner telefoner - upp 28 procent jämfört med samma period 2004.

Vinsten efter skatt blev (1,9 miljarder kronor), och därmed har Sony Ericsson inte bara överträffat analytikerens prognos på 174 miljoner euro (1,6 miljarder kronor) utan även nått långt över förra årets siffror för perioden - 55 miljoner euro.

Utöver FoU-satsningarna har bolaget även utvecklat marknadsföringssidan.

- Investeringarna i att utveckla Sony Ericssons varumärke under 2005 har gett oss en allt starkare position på marknaden, säger Miles Flint.



Miles Flint

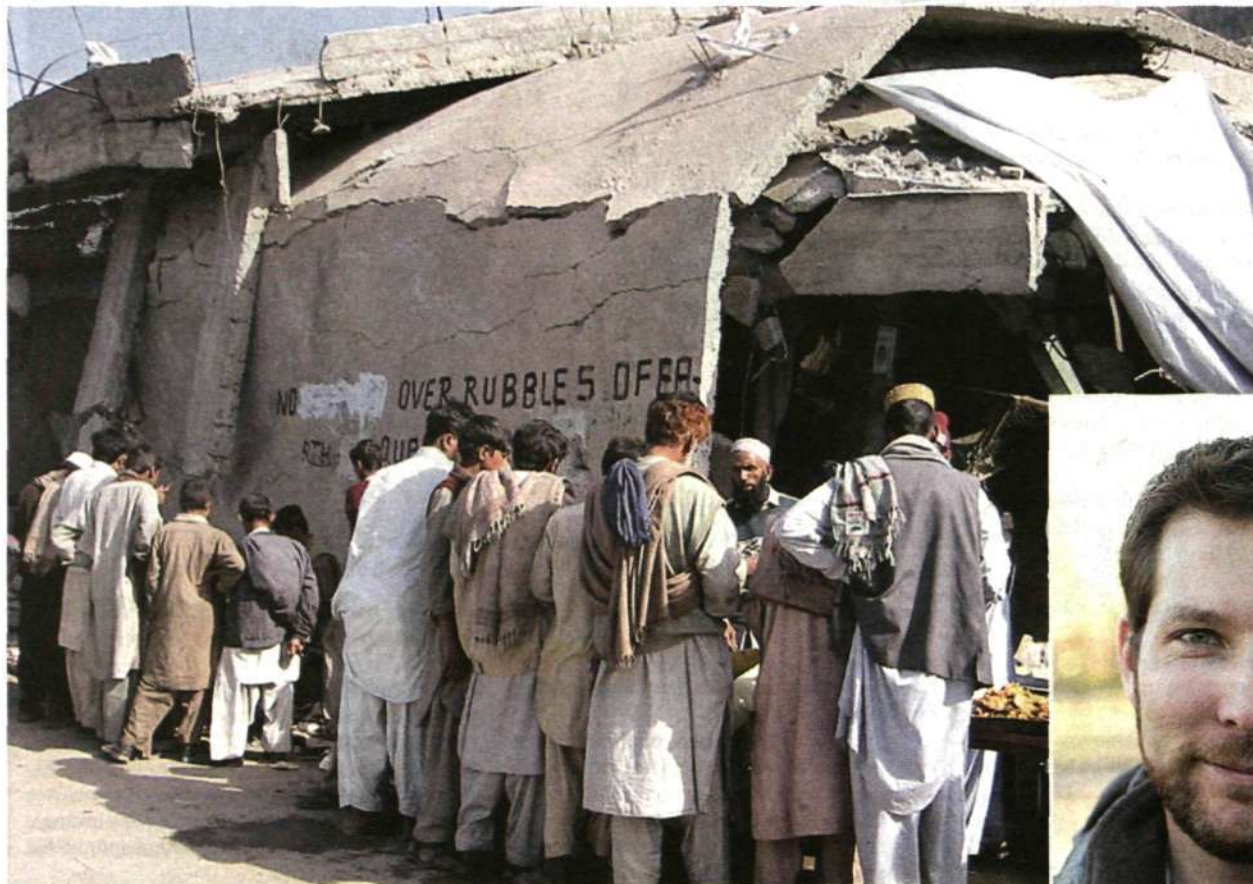
ericsson

ericsson

omvärld

till sist

text: gunilla tamm foto: brent carbno



De umbäranden som drabbade befolkningen i Kashmir efter jordbävningen i oktober förra året är svåra att föreställa sig. En av dem som valde att engagera sig är Brent Carbno. "Att kunna förena jobbet med att hjälpa till känns väldigt bra," säger han.



Joachim Balaieff

En månad Brent aldrig glömmmer

Lokalbefolkningens stora tacksamhet är något som Brent Carbno, från Ericsson i Kanada, alltid kommer att minnas. Under en månad i höstas jobbade han för Ericsson Response i det svårt jordbävningssvårt drabbade Kashmir. Han tvekar inte att ställa upp på nya uppdrag för Ericsson Respons.

Efter flodvågskatastrofen i Sydostasien 2004 kände Brent Carbno att han ville hjälpa till. Han lämnade pengar till Röda korset i Kanada men ville göra något mer.

- Tillsammans med några kollegor läste jag om de insatser som Ericsson Response gjorde i Banda Aceh, Indonesien. Jag anmälde mitt intresse och blev uttagen av Ericsson Response, berättar han.

Brent Carbno är ingenjör och arbetar med "second line" support på Global Services på Ericsson i Montreal.

Efter ett tag fick han och hans kollegor det kommunikationssystem, som används ute i fält, installerat i testlabbet i Montreal.

WIDER, (WLAN in Disaster Emergency Response) som systemet kallas, används för kommunikation

inom campen. I systemet ingår också ett trådlöst LAN som används av FN och andra hjälporganisationer.

- Vi vidareutvecklade och underhöll systemet på fritiden. Ungefär en vecka efter att vi fått systemet inträffade den förödande jordbävningen i Kashmir, säger Brent Carbno.

Tre dagar senare blev han kontaktad av Ericsson Response, som meddelade snabb avfärd till Pakistan.

- Jag tyckte det var både spännande och nervöst. Innan jag visste ordet av hade jag fått alla vaccinationer, skaffat visum och satt på flygplanet tillsammans med Jan Herremo från Ericsson Response. Från Islamabad flög vi sedan nästan direkt till Muzaffarabad. Det är den plats som drabbats värst och där FN har sitt läger. Den första veckan var det

mycket jobb med att konfigurera WIDER-systemet och få det att fungera, berättar Brent Carbno.

Förutom ingenjör är han utbildad geolog och har deltagit i flera expeditioner så att bo i ett läger var inget nytt.

Här var det dock mycket primitivt innan toaletter och duschar kommit på plats.

Tillsammans med Svenska Räddningsverket åkte han runt och besökte bland annat staden Balakot, som ligger i jordbävningens epicentrum.

- Här var precis alla hus totalt förstörda och de flesta hade förlorat någon eller några familjemedlemmar. Folk var tacksamma när vi kom och tackade oss för hjälpen, säger han.

De flesta TV-team och reportrar har nu lämnat Kashmir och jordbävningen får inte så stor uppmärksamhet i media längre. Mycket hjälparbete återstår dock och Ericsson Response kommer att vara på plats med personal många månader framåt.

- När jag kom hem fick jag nästan dåligt samvete. Här har vi mat i överflöd och hus att bo i, därborta såg jag människor som letade efter gamla pressningar för att kunna skaffa sig tak över huvudet. Samtidigt är jag stolt över att jobba på Ericsson, som ger sina medarbetare möjlighet att vara med och hjälpa till på det här sättet. Ericsson är känt som ett företag som verkligen bryr sig, säger Brent.