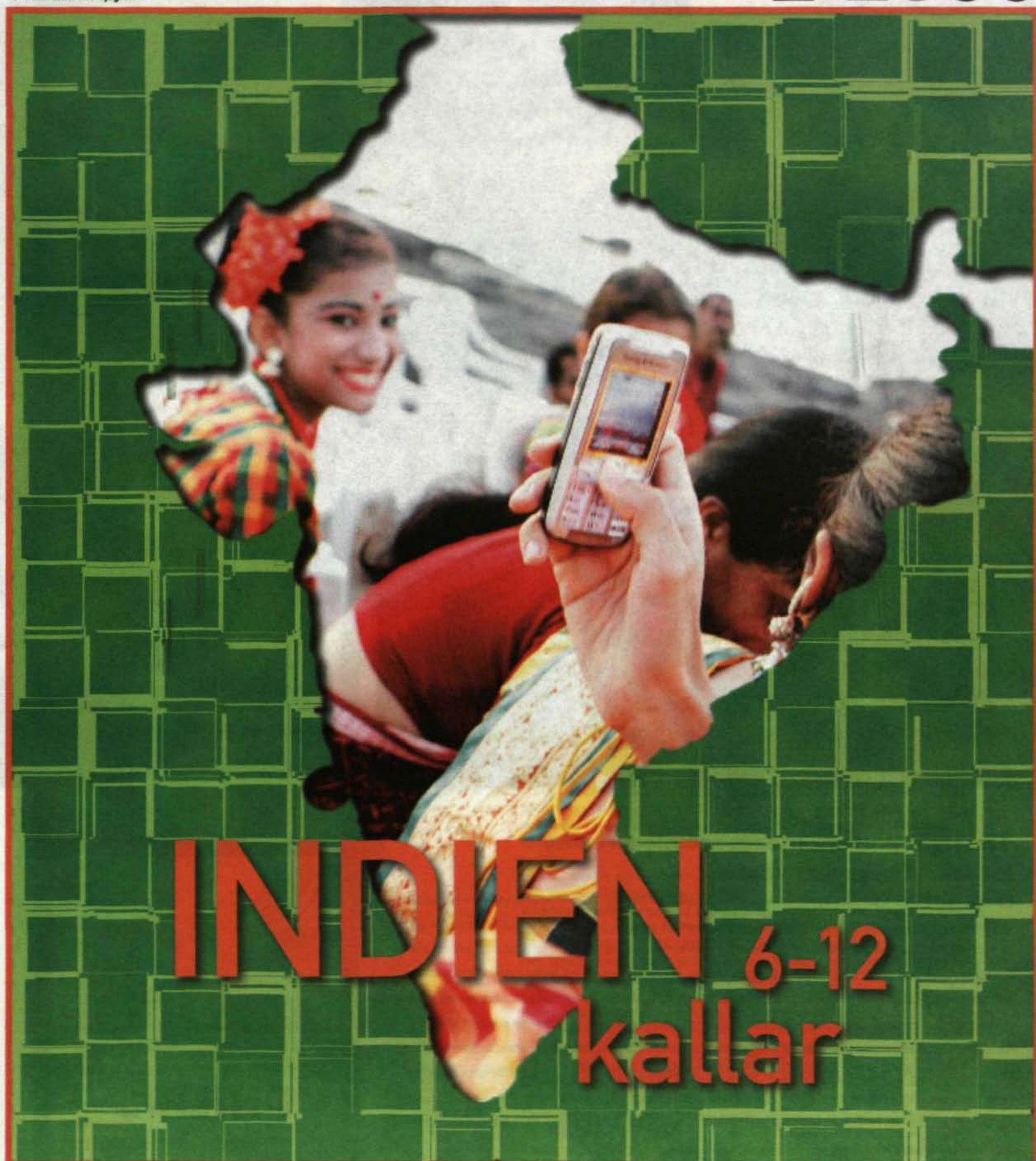


# KONTAKTEN

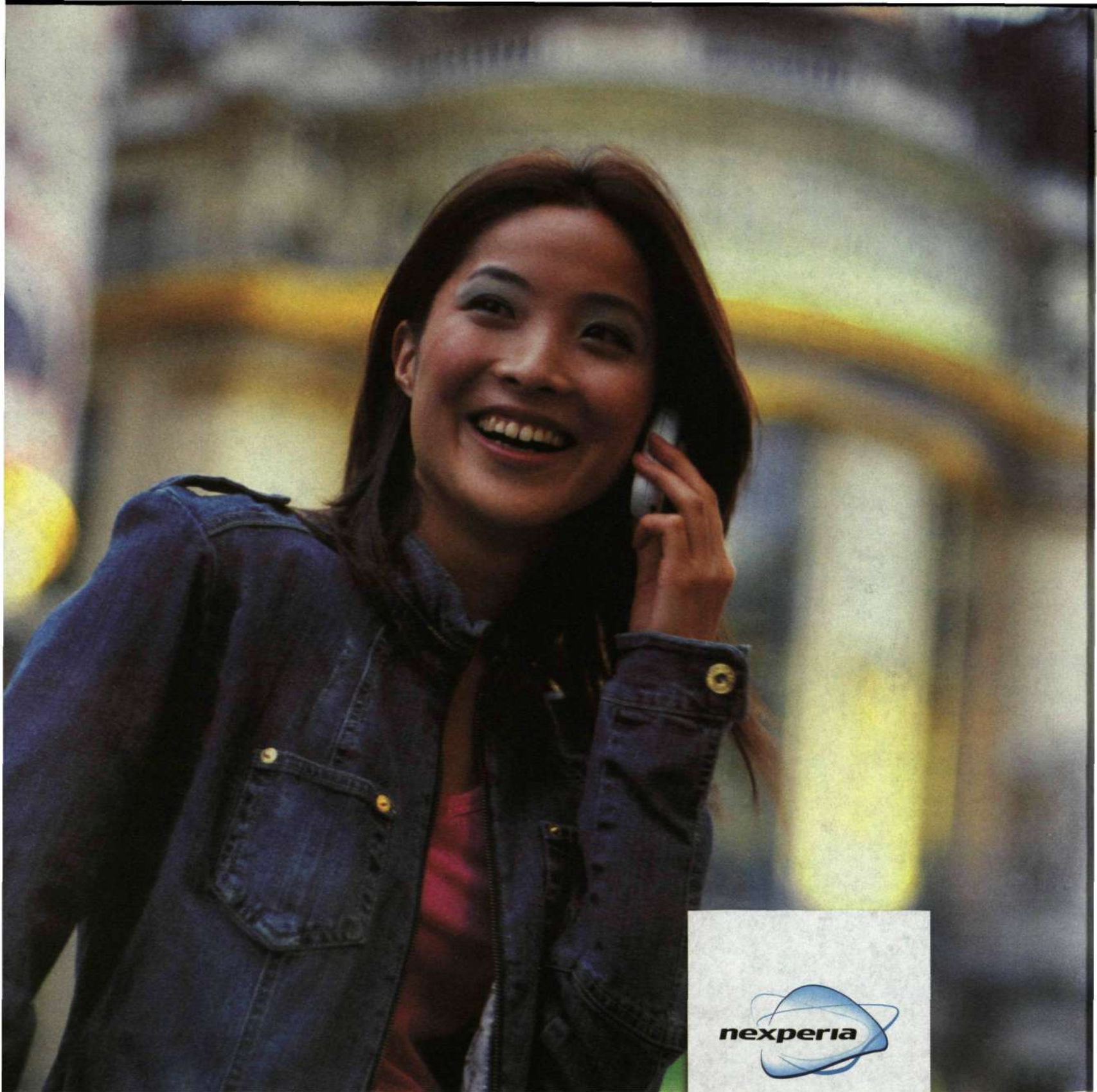
TIDNINGEN FÖR MEDARBETARE  
INOM ERICSSONKONCERNEN

2.2006

▽ Foto: Christina Sjögren



**INDIEN** 6-12  
kallar



**The right partner makes mobile a reality  
for everyone, everywhere.**

**Philips Nexperia cellular system solution 5130.** For the 3.3 billion people worldwide living in rural areas, having an affordable cellular phone can mean access to mobile communication, modernity and sometimes an end to isolation. Families stay connected, friends stay close, and vital information, including news and services is only a call away. Philips, with its heritage of technological innovation, consumer insight, and customer support, makes it surprisingly easy to service rural areas and emerging markets. In particular, our Nexperia cellular system solution 5130 lets you deliver a sub-\$20 GSM handset in as little as twelve weeks. It offers voice, SMS as well as basic multimedia, and makes the best of a 600-mAh battery, delivering 5 hours of talk time and 300 hours of standby time. Plus, to make ramp-up even easier, it's supported by dedicated customer-service centers in Beijing and Shanghai. So when you choose Philips as your partner for ULC handsets, you're ready to make mobile a reality for everyone, everywhere.

[www.semiconductors.philips.com/nexperia/mobile](http://www.semiconductors.philips.com/nexperia/mobile)

**PHILIPS**  
sense and simplicity

# KONTAKTEN

## chefredaktör

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

## skribenter i detta nummer

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

Johan Gabriel Fritz 070-627 61 95  
johan.fritz@citat.se

Ewa Jacobsson  
contact@ericsson.com

Torunn Hansen-Tangen 08-588 330 28  
torunn.hansen-tangen@citat.se

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

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

Staffan J Thorsell 08-588 330 38  
staffan.thorsell@citat.se

Lena Widegren 08-588 331 24  
lena.widegren@citat.se

## layout

Citat, 08-506 108 70

## omslag

Telekommunikation i New Delhi.

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@pressdata.se](mailto:contact@pressdata.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](mailto:ericsson.contact@strd.se)

## kontakten på webben

[http://internal.ericsson.com/page/hub\\_inside/news/magazines/kontakten/index.html](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](mailto:pa.service.desk@ericsson.com)



# I Detta nummer

<b>aktuellt</b> • Bangladesh	5
<b>special</b> • Indien	6-12
<b>nedslag</b> • Consumer & Enterprise Lab	14-16
Bredband-hur ser konkurrensen ut?	18-19
3GSM Barcelona	20-23
<b>ericsson runt</b>	25
Neal McDonald om ledarskap i motgång	26
Tjänsteförsäljningen lyfter ANZA	28-29
Krafttag för bättre affärslösningar	30
IPM	32
<b>sedan sist</b>	34-35
Från Marconi till Ericsson	36



## Mässan är över – arbetet fortsätter

### spalten

Henry Sténson  
informationsdirektör  
och ansvarig utgivare

**Världens största mobiltelefonmessa 3GSM** är över för den här gången. Omkring 600 medarbetare åkte i mitten av februari till Barcelona som ambassadörer för ett företag i tydlig medgång. Ericsson stod som värd för mängder av evenemang för press och kunder och värdet av den sortens träffar går nästan inte att överskatta.

Vi på Ericsson har all anledning att vara stolta över våra medarbetares insats under dessa dagar. Sannolikt öppnade vi ögonen på ett antal framtida kunder och förhoppningsvis fungerade vår närvaro, för några andra, som den tyngd som fick vägen att tippa över till Ericssons fördel.

Men låt oss för allt i världen inte åka hem till våra respektive marknadsenheter och vara nöjda med enbart denna insats. Det är hur ett företag hanterar de kommande månaderna efter en mässa som skiljer vinnarna från förlorarna. Vi får inte glömma att vi har konkurrenter som även de profilerade sig starkt i Barcelona. Därför är vårt viktigaste arbete att se till att alla de fantastiska idéer och kundkontakter som kläcktes och knöts under 3GSM omsätts till faktiska affärer och nya kunder under de kommande åren.

Konkurrenterna ja. De finns där ute vare sig vi vill det eller inte. Det farligaste vi kan göra är att inte låtsas om dem. Jag tror att rapporteringen från 3GSM i det här numret av Kontakten ska fungera som ett bra komplement till all den information ni redan läst i ämnet. Förutom att marknadsföra det egna företaget är 3GSM ett utmärkt tillfälle att snegla på hur konkurrenterna agerar inom viktiga områden.

Bredband för både fast och mobilt nät är definitivt ett område där Ericsson måste lyckas för att bibehålla sitt tekniska ledarskap. Vårt företag är bra med i kampen om marknadsdelar och jag tror att många av er vill läsa mer om vilka förutsättningar som gäller på bredbandsmarknaden och vilka företag Ericsson konkurrerar med. Mittuppslaget i det här numret tror jag ska ställa er nyfikenhet för en tid, förhoppningsvis ända till nästa nummer av Kontakten.

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

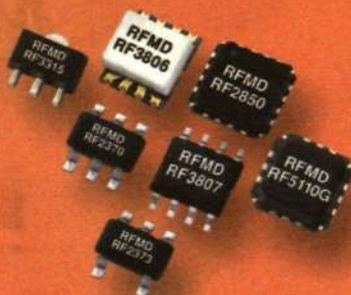
- Ideal as the output stage of pico-cell base station or wireless modem/repeater applications
- 450-2200 MHz multi-band operation
- Up to +37 dBm  $P_{OUT}$  (P1dB) up to 20 dB gain (Class A/B)
- RF3806 ACPR = -55 dBc @ +20 dBm  $P_{OUT}$  (WCDMA 2 carrier, no clipping 5 MHz offset)
- $V_{CC}$  = 4.5V 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  
More Than  
One Billion  
Cellular PAs  
Shipped  
Making History in the Semiconductor Industry

# RFMD

MICRO-DEVICES

Enabling Wireless Connectivity™

For sales or technical support,  
contact [sales-support@rfmd.com](mailto:sales-support@rfmd.com).  
[www.rfmd.com](http://www.rfmd.com)

### 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 trademarks 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](http://www.rfmd.com)

RF Micro Devices, Sweden  
Phone: +46.46.152080 Fax: +1.336.678.0068  
E-mail: [mwidung@rfmd.com](mailto:mwidung@rfmd.com)

ISO 9001: 2000 Certified / ISO 14001 Certified

aktuellt: **bangladesh**text: **gunilla tamm**foto: **johan kvickström**

# Dubbla kontrakt i Bangladesh



Kontraktsskrivning under 3GSM i Barcelona. Från vänster Erik Aas, vd GrameenPhone, Jan Signell, chef för Ericssons marknadsenhet i Sydostasien, Arun Bansal, vd LM Ericsson Bangladesh Ltd och Karl-Henrik Sundström, Ericssons finanschef.

Det händer saker på Ericsson i Bangladesh. Enheten som nyligen blev ett officiellt Ericsson bolag firade sin nyvunna status med att offentliggöra **två tunga GSM kontrakt** i landet.

**LM Ericsson Bangladesh Ltd**, som bolaget heter, kunde knappast ha fått en bättre start. Genom ett nytt kontrakt med Bangladesh största mobiloperatör GrameenPhone utökar Ericsson sitt GSM/EDGE-nät i landet. Kontraktet uppskattas till närmare 1,2 miljarder kronor och innebär även att förbereda hela GrameenPhones kärnnät för att helt gå över till IP.

– För oss innebär kontraktet med Ericsson att vi kan erbjuda våra kunder nya tjänster. Det är viktigt för oss att utveckla vårt nät på ett effektivt sätt och vi behöver Ericsson som partner, säger Erik Aas, vd för GrameenPhone.

– I dag är betalkort (prepaid) vår stora tjänst. När vi nu ökar utbudet av tjänster kommer vi även att kunna vända oss till företagssektorn, fortsätter han.

Ericssons arbetet börjar omgående för att pågå i två år. Under denna tid kommer Ericsson att vara ensam leverantör till GrameenPhone.

GrameenPhone, som tog sitt GSM-nät i drift 1997, har i dag mer än sex miljoner mobilabonnenter. Erik Aas berättar att nätets täckning förbättrats betydligt, från 54 procent av landets yta förra året till

95 procent i dag. Största ägare i GrameenPhone är norska Telenor ASA.

Arun Bansal, vd på det nybildade LM Ericsson Bangladesh Ltd, menar att kontraktet är strategiskt viktigt.

– Telenor har intressen i den här delen av Asien och förhoppningsvis kan den nuvarande affären öppna dörren till fler uppdrag i regionen, förklarar han.

Det andra kontraktet skrevs med Warid Telecommunications och gäller uppbyggnaden av ett GSM/GPRS-nät i landet. Ericsson ska leverera utrustning för hela kärnnätet samt delar av radionätet. I kontraktet ingår också leverans av Ericssons Mobile Softswitch Solution och Media Gateway, lösningar som hjälper operatören att sänka sina transmissionskostnader och underlättar i införandet av nya tjänster i nätet.

– Även om vi är ute sent på marknaden har vi en aggressiv plan för utbyggnaden. Vårt mål är att nå hela befolkningen i Bangladesh inom ett år, förklarar Bashir A Tahir, vd för Warid International där Warid Telecommunication ingår.

– Vi har bra erfarenheter av det nät som vi tidigare

byggt i Pakistan, tillsammans med Ericsson. Det nätet har i dag över två miljoner användare. Vi vill samarbeta med en leverantör som inte bara är tekniskt duktiga och har en global närvaro utan också finns på plats i Bangladesh, tillägger han.

Den nya statusen som eget bolag innebär för Ericsson i Bangladesh att man får möjlighet att bredda sitt tjänsteutbud till att också omfatta managed services.

– Vi har nu större möjligheter att arbeta med lokala partners och på ett mera kostnadseffektivt sätt arbeta med lösningar för att rulla ut nät, säger Arun Bansal.

Han ser positivt på framtiden för sitt bolag och tror att antalet anställda på Ericsson i Bangladesh kan komma att öka betydligt under 2006. Att föra över kunskap och teknisk erfarenhet till de lokalanställda blir en av de viktigaste uppgifterna.

#### fakta: ericsson i bangladesh

- Ericsson har funnits i Bangladesh sedan 1997.
- Enligt en analytiker rapport fanns det förra året 9,4 miljoner mobilabonnenter i Bangladesh, det är en uppgång med 144 procent från 3,85 miljoner 2004.
- Antalet GSM-abonnenter i världen förväntas växa till tre miljarder fram till år 2008. Så mycket som 80 procent av ökningen förväntas ske på tillväxtmarknader liknande den i Bangladesh.

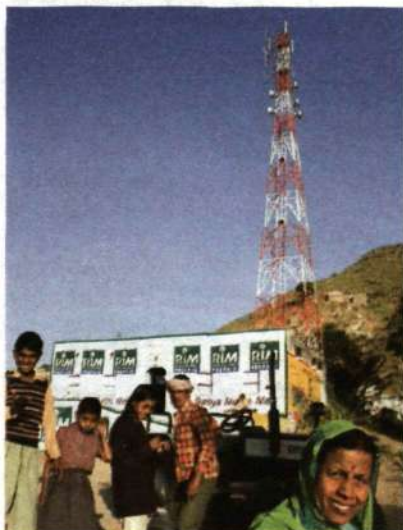


De här kvinnorna i New Delhi är flitiga användare av mobiltjänster. Det tillkommer 4,5 miljoner mobilabonnemang i Indien varje månad och tillväxten sker nästan uteslutande bland stadsbefolkningen.



# En färgstark marknad tar fart

Indien är en av Ericssons mest lovande tillväxtmarknader med en potential att fördubbla sin storlek under 2006. **Det är på den indiska landsbygden som tillväxtvolymerna finns,** men en ständigt närvarande prispress i landet kräver kostnadseffektiva lösningar för både basstationer och infrastruktur. Samtidigt gäller det att bibehålla den tekniska kvaliteten så att landsbygdsbor lockas att använda de mobiltjänster som människor i storstäderna redan tagit till sig.



Utmaningen är att öka mobilanvändandet bland invånarna på landsbygden.

**Pling! 30 miljoner SMS** skickas på en enda dag till den indiska upplagan av tv-programmet "Vem vill bli miljonär?" och nästan lika många SMS:ar för att rösta på sin favoritartist i Indian idol.

Ringer du någon av de närmare 80 miljoner mobilabonnenter som finns i landet är sannolikheten stor att du får höra en ringback tone i form av en filmhit från världens största filmindustri, Bollywood. Användandet av mobiltjänster har ökat lavinartat i Indien – i dagsläget tillkommer 4,5 miljoner nya mobilabonnemang varje månad. Men den ökningen sker nästan uteslutande bland stadsbefolkningen.

GSM introducerades i Indien 1995. Efter en trög start lossnade det på marknaden för några år sedan. 2004 gick antalet mobilanvändare om antalet fasta linor. Fast utan en väldigt god ekonomisk tillväxt på sju till åtta procent årligen och en köpstark medelklass på 200–300 miljoner människor, hade denna tillväxt av abonnenter inte varit möjligt.

– På ytan kan Indien uppfattas som orakat och strävt, men man går rakt på sak. Kunderna här vill >>



Vår storlek gör att vi får en hel del fördelar. Vi har fabriken i Jaipur för basstationer och växlar, det ger oss kortare ledtider och gör oss mer flexibla. Nu försöker alla konkurrenter sätta upp fabriker av den anledningen.

Mats Granryd

>> ha världsklassprodukter till det bästa priset, säger Mats Granryd, Ericssons chef för marknadsenheten Indien och Sri Lanka.



Mats Granryd.

Enligt Ericsson Consumer Lab Survey 2005 har den indiska marknaden en potential att fördubblas under 2006. Indien har dessutom förutsättningar att bli en av Ericssons största marknader inom en treårsperiod.

– Vi har lyckats få en så hög marknadsandel som 43 procent på GSM. Vartannat mobilsamtal går i dag genom Ericssons nät, säger P. Balaji, marknadsenhetens chef för marknadsföring och strategi.



P. Balaji.

Ericssons nästa stora satsning i Indien gäller landsbygden. Tre fjärdedelar av Indiens 1,1 miljarder invånare bor på landsbygden men färre än två procent av befolkningen utanför storsstadsområdena har en egen telefon. Samtidigt är den indiska regeringens mål att tre fjärdedelar av Indiens befolkning ska ha tillgång till telefoni år 2007. Rapporten visar att det finns ett tydligt samband mellan utbredningen av mobiltelefoner i ett utvecklingsland och den ekonomiska tillväxten i landet. Operatören Vodafone lät i fjol genomföra en omfattande studie av ekonomin i afrikanska länder. Rapporten visade att 10 mobiltelefoner per 100 invånare bidrar till en förbättring av landets Brutto National Produkt (BNP) med 0,6 procent.

– Påverkan är väldigt tydlig. Det visar att människor använder sin uppfinningsrikedom till att bygga affärsverksamheter och bekämpa fattigdomen om de bara får tillgång till rätt verktyg. Även om rapporten i det här fallet är baserad på Afrika gäller detta samband även Indien och de flesta andra utvecklingsmarknader, säger Torbjörn Nilsson, chef för Ericssons strategi och produktportfölj.

Den statliga operatören BSNL ska inom kort gå ut med en offertförfrågan på ett enormt kontrakt för minst 60 miljoner abonnenter för de kommande tre åren. Ingen vill missa taget och både lokala och utländska aktörer positionerar sig för att vara med.

– Nyckeln till vår framgång blir att hitta kostnads-effektiva lösningar för våra basstationer och infrastrukturen kring dessa, säger Mats Granryd.

De låga intäkterna per användare i Indien gör att operatörerna efterfrågar teknik som är så prisvärd som möjligt. Kinesiska leverantörer som Huawei är dessutom med i konkurrensen. Detta har bidragit till

att skapa en tilltagande prispress på telekomprodukter i Indien, en press som kan öka ytterligare framöver.

– Ja, det tror jag, men det kommer samtidigt att lugna ner sig allteftersom marknaden mognar. Väljer man fel leverantör som kanske ger ett initialt lägre pris, riskerar man att faktiskt inte få ut grejerna för att börja tjäna pengar på dem. Detta inser operatörerna. Det är som att köpa en billig bil som går sönder hela tiden, säger Mats Granryd.

Vad talar då för Ericsson gentemot konkurrenterna?

– Vår storlek gör att vi får en hel del fördelar. Vi har fabriken i Jaipur för basstationer och växlar, det ger oss kortare ledtider och gör oss mer flexibla. Nu försöker alla konkurrenter sätta upp fabriker av den anledningen. Han fortsätter:

– Vad som stärker oss ytterligare är att vi förlägger ett FoU-center i Chennai i början av året. Vi kan nu erbjuda en full produktportfölj i Indien. Både telekomprodukter, utrustning av basstationer och nät drift. Dessutom utvecklar vi både globala produkter samt tillverkar produkter för den lokala indiska marknaden.

Sedan ett år tillbaka pågår diskussioner inom de statliga myndigheterna om hur man ska fördela spektrum för 3G. Indien tittar även på hur Kina agerar i 3G-frågan. Under första kvartalet i år hoppas man att den försenade New Telecom Policy (som beskriver olika faktorer runt 3G) ska vara klar. 3G-spektrat är ett av områdena som täcks in i policyn.

– Indien är otroligt prismedvetet jämfört med Kina. I Indien bygger man inte 3G om det inte är billigare eller bättre för folk på landsbygden, säger Bo Ribbing, huvudansvarig för 3G-programmet.

En fördel som de indiska myndigheterna ser med en bred tillgång till 3G är att det skapar förutsättningar för ett fungerande e-governance (tillhandahålla information och tjänster åt medborgarna genom till exempel internet och mobiltelefoner) och därmed nå fler människor på landsbygden.

Bo Ribbing tror att 3G-licenserna kan vara utdelade i mitten av 2006, vilket i så fall kan innebära en kommersiell lansering under 2007.

Den stora kundtillväxten kräver också mer nätkapacitet. Indien har i dagsläget för lite spektrum för sina GSM och CDMA-nät. Där kan 3G ge möjlighet till mer spektrum. Med 3G ökar även möjligheten för Ericsson att leverera bredband till landsbygden, där det ännu inte finns någon tillgång till internet.



Bo Ribbing.



>> Ericssons kontor i New Delhi. Reklamen på väggen vittnar



## Nästa marknad efter Kina

Aldrig tidigare har det funnits så goda förutsättningar att starta affärsverksamheter i Indien som nu. Det påstår Bengt Johansson, ansvarig för svenska Exportrådets kontor i New Delhi. Några huvudanledningar är att antalet konsumenter i Indien har skjutit i höjden och att det finns gott om utbildad arbetskraft med lägre löner jämfört med västvärlden. Många har dessutom gjort delar av sin utbildning utomlands, så kunskaperna i framförallt engelska är goda.

– Indien är nästa intressanta marknad efter Kina. Jag har pratat med många företag, som i dag gör affärer i Kina och som nu vänder sin uppmärksamhet mot Indien, säger Bengt Johansson.

Situationen var helt annorlunda för 15 år sedan. 1991 upplevde Indien en finansiell kris och landet

tvungades att förändra sin ekonomi. Det genomfördes många reformer för att öppna landet för utländska investerare och efter det har det skett en snabb ekonomisk tillväxt.

Bengt Johansson förklarar att det enda som eventuellt kan dämpa Indiens tillväxt är landets dåliga infrastruktur. Majoriteten av de utländska företagen som har baser i Indien återfinns inom tillverkning och IT-sektorn och de behöver bra infrastruktur för att klara sin verksamhet.

– Den infrastruktur som finns idag uppfyller inte de krav som dessa företag har. Mycket behöver moderniseras, säger han.

Även om den ekonomiska tillväxten inte har lett till bättre infrastruktur har den definitivt förbättrat befolkningens försörjning. Många som tidigare var

fattiga tillhör nu medelklassen tack vare att de utländska företaget skapat allt fler arbeten.

– I dag finns det en medelklass på upp mot 300 miljoner människor, som har möjlighet att spendera pengar, säger Bengt Johansson.

En baksida när det gäller att starta verksamhet i Indien är att det kan ta upp till tre år att komma i gång. Enbart de byråkratiska procedurerna kan ta mellan sex till tolv månader.

– Men när man väl har klarat av detta hinder finns det stora möjligheter, säger Bengt Johansson.



Bengt Johansson.

TORUNN HANSEN-TANGEN

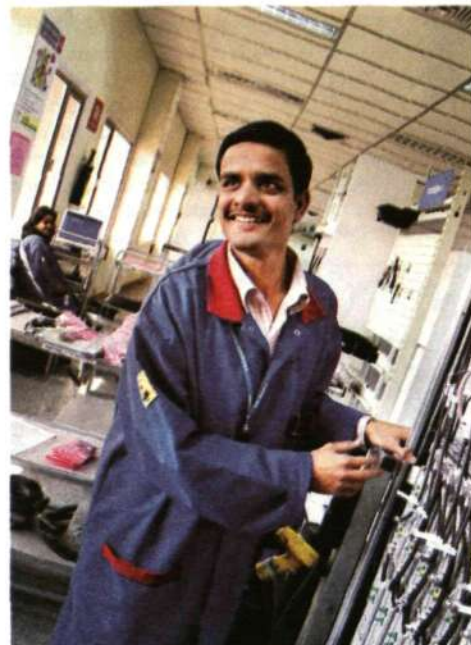
om Ericssons starka ställning i landet. Samtidigt ska konkurrenter som kinesiska Huawei hållas stängna. En god värdeargumentering för de egna produkterna är ett effektivt sätt.





## Indiens bredbandsanslutning

Indien har en av världens största befolkningar och en av världens snabbast växande ekonomier. Landet har också en av världens största och mest varierade kulturer. Detta gör att Indien är ett land som är mycket intressant att studera. I denna artikel kommer vi att se på Indiens bredbandsanslutning och hur den har utvecklats under de senaste åren. Vi kommer också att se på de utmaningar som Indien står inför när det gäller att utveckla sin bredbandsinfrastruktur.



Ericsson medarbetare på fabriken i Jaipur.



103 års närvaro i landet inger respekt.



Utan en köpstark medelklass på närmare 300 miljoner människor hade de senaste årens abonnenttillväxt inte varit möjlig. Den indiska operatören Idea Cellular är en av de företag som hörs och syns mest, som här längs en gata i staden Pune.



Den indiska operatören Idea Cellular är en av de företag

Regeringen pratar om 20 miljoner bredbandsanslutna 2008. Det är ett realistiskt mål för Indien och det kommer att börja ta fart i de fyra storstadsområdena.

Vijay Jain

>> – Utbyggnaden av 3G kommer inte att gå så fort. Det går inte att bygga affärsmöjligheter enbart på de lågkonsumerande mobilanvändare som kommer att köpa billiga GSM-telefoner under en överskådlig framtid, säger Bo Ribbing.

Företag, skolor och sjukvård på landsbygden behöver datakommunikation och där kan 3G komma in. Det är dessutom billigare med trådlöst på landsbygden, än att dra nya kopparledning för fast nät.

Förra året fick Ericsson flera expensionskontrakt, varav det största med operatören Bharti, där man nu rullar ut GSM/GPRS på landsbygden. I dag rullar man ut fler än 10 000 basstationer på ett år – det innebär en ny basstation i drift var 45:e minut. Ericsson är i dag dessutom ensamt om att sätta upp basstationer i de svårtillgängliga regionerna i norra och nordöstra Indien.

Halva Ericssonstyrkan i Indien arbetar i dag med att driva näten åt Bharti, som har cirka 16 miljoner kunder. Det pågår för närvarande diskussioner med flera andra operatörer om att Ericsson ska ta över deras nät drift.

Ericsson är marknadsledande i Indien inom bredband och har satt upp närmare hälften av landets två miljoner bredbandsanslutningar.

Flera offertförfrågningar är på gång. Läget påminner om hur det såg ut på mobilsidan för fyra år sedan.

Vijay Jain är chef för Multi Service Network. Han säger:

– Regeringen pratar om 20 miljoner bredbandsanslutna 2008. Det är ett realistiskt mål för Indien och det kommer att börja ta fart i de fyra storstadsområdena.

Det faktum att det finns 60 miljoner som är anslutna till kabel-tv i Indien skapar ytterligare möjligheter att öka försäljningen av bredband.

– Kabel-tv har en hög penetration på landsbygden och kan vara en möjlighet att erbjuda bredbandstjänster även där.

– Men för att nå en stor marknad måste också innehållet vara tillgängligt på de olika regionala språken. På den punkten brister det i dag, fortsätter Vijay Jain.

Han tror att rätt kunskap om vad bredband kan innebära för konsumenten samt priser som folk har råd med kan skapa samma tillväxt som inom mobiltelefoni.

### fakta: mobiltelefoni i indien

- Endast en dryg tiondel av Indiens 1,1 miljarder invånare har i dagsläget en egen fast eller mobil telefon.
- Den indiska statens målsättning är att det ska finnas 250 miljoner mobila kunder 2008.
- Samtalspriserna har stadigt sjunkit på grund av att det i landet finns sex, sju operatörer som konkurrerar inom de flesta områden. Detta har också gjort att mobiltelefoni blivit tillgängligt för en större kundgrupp.
- Indien har några av världens lägsta samtalspriser med samtalsaxor ibland så låga som 10 öre per minut.
- 287 minuter per månad spenderas på mobil-samtal, vilket är en aning mer än Kina med 237 minuter.
- ARPU, förtjänsten per användare, är däremot lägre: 8 dollar per månad i Indien mot 12 dollar i Kina.
- Prepaid dominerar stort och man kan ladda SIM-kortet med så låga belopp som två kronor.
- De indiska konsumenterna är mycket prismedvetna, samtidigt som det finns en grupp som är måna om att ha det senaste.

### fakta: mu sri lanka och indien

- Ericsson är aktiva i Indien sedan år 1903.
- 1 279 anställda på 22 platser i landet.
- Ytterligare 2 000 till 3 000 personer sysselsätts av underleverantörer.
- Ericsson är verksam i hela Indien, står för 51 GSM och 18 CDMA-nät och har relationer med samtliga privata och statliga operatörer.



Vijay Jain

mera Indien





Sahara India är ett av de största företagen i Indien och äger bland annat egna tv-kanaler. Ett av företagets mål är att leverera innehåll till mobiltelefoner från sina sju nyhetskanaler i Indien.



Swapan Baiyda (i mitten) från Ericsson tillsammans med Sukhendu Basu (till höger) och Debashis Dey, båda från Sahara India.

Det finns massvis av små och medelstora företag och när de väl får upp ögonen för de tjänster som Ericsson kan erbjuda så kommer det att ta fart.

Mats Granryd

## Indien får Enterprise att växa

I takt med en växande ekonomi och massvis med små och stora företag i landet är Indien en utmärkt grogrund för Enterprise-affärer. Mångsysslande **storföretaget Sahara India har redan funnit en partner i Ericsson**. Bredband till bostäder, växlar till kontor och tjänstelösningar för specifika behov står på Sahara Indias önskelistan.

**Se Bollywoodfilmer när man vill**, gratis dator, elektronisk tidning på morgonen och miljövänlig sophantering är möjligheten för de hyresgäster som flyttar in i Sahara Grace-bostäder. Sahara Grace är ett pilotprojekt där bostäder utrustas med ADSL bredband, Video-on-Demand och telefoni. Allt levereras av Ericsson.

Sahara Grace är ett av 217 Sahara City Homes i städer över hela Indien. Totalt ska 600 000 bostäder byggas på sju till tio år. Bolaget som satsar är Sahara India, ett av de största privata företagen i Indien. Företaget driver bland annat tv-kanaler, tidningar, flygbolag, bank och byggnationer.

– Sahara India vill satsa på den senaste tekniken och därmed positionera sig gentemot konkurrenterna, säger Swapan Baiyda, chef för Ericssons Enterprisekonto i Indien.

Sukhendu Basu, ansvarig för strategisk planering inom IT divisionen på Sahara India bekräftar att företaget investerar friskt i ny teknik:

– Vi kommer att börja med telefoni samt bredbandslösningar, därefter göra försök med IP-tv och Video-on-Demand, säger han.

Sahara India producerar även filmer och vill göra detta filmbibliotek tillgängligt via bredband och IP-tv till de boende i Sahara City Homes.

– Så långt är vi nöjda med Ericssons lösningar. Om vi ska ha IP-telefoni i så många lägenheter, bör vi titta över prissättningen. Ericssons IP-telefoner är en aning dyra.

Utmaningen i dag är hur nyheterna ska nå Sahara India snabbare än konkurrenterna menar Sukhendu Basu.

– Vi behöver den rätta tekniken för att snabbt föra över innehåll från avlägsna platser till våra nyhetsredaktioner, säger Debashis Dey, General Manager, Sahara India.

Sahara India vill också kunna leverera innehåll till mobiltelefoner från sina sju nyhetskanaler i Indien. Flaskhalsen i dag är bandbredden. De vill diskutera och bli utbildade i nya teknikmöjligheter, huruvida de ska satsa på WiMAX, 3G eller andra lösningar som passar deras behov bäst.

– Vi ser Ericsson som en partner inte enbart som en leverantör. Vi litar på Ericsson. I stället för att jämföra produkter och tjänster kan vi fokusera på våra kärnaffärer, säger Debashis Dey.

Med Sahara India har Ericsson en direkt affärsrelation. Annars använder man sig av återförsäljaren HCL Infosystems, som har agenter knutna till sig.

– Här i Indien tar det lång tid att få till en affär. Marknaden är tuff och priskänslig, säger Swapan Baiyda. Han har skapat ett gott samarbete med Sahara India, som sedan 1996 använder Ericssons MD110-växlar. Nu uppgraderar de till IP-telefoni så att dessa når 47 kontor över hela Indien.

I ytterligare en satsning ska Sahara India lansera Sahara Care, en webbplats och kundtjänst för att nå indier bosatta i USA, Storbritannien och Förenade Arabemiraten. Genom Sahara Care kan de hjälpa sin familj och sina släktingar i Indien genom att köpa hushållsnära tjänster till dem.

Enterprise-marknaden blir större i takt med den växande ekonomin i Indien. Den största tillväxten sker inom BPO – Business Process Outsourcing.

Indien kallas ibland världens backoffice och har kvalificerad engelsktalande personal.

Mats Granryd, Ericssons chef för marknadsenheten Indien och Sri Lanka sammanfattar Enterprise-marknaden i regionen:

– Jag tror att den kommer att få en allt större betydelse. Det finns massvis av små och medelstora företag och när de väl får upp ögonen för de tjänster som Ericsson kan erbjuda så kommer det att ta fart. Mediadelen är oerhört spännande. Närheten till Bollywood spelar också en stor roll, säger han och fortsätter:

– BlackBerry finns här liksom vår egna EMO-lösning (Ericsson Mobile Organizer) som går alldeles utmärkt att sälja. Vi arbetar i dag med flygbolag och med bredband till husprojekt, men det är fortfarande i en tidig fas. I nästa fas kommer vi att se konkreta affärer, säger han.

### fakta: enterprise i indien och sri lanka

Inom Enterprise har Ericsson förbättrat resultatet med 25 procent genom att bättre följa upp kunderna och justera priset till marknaden. Operatörerna i Indien fokuserar på att nå företagen, eftersom de ser sin ARPU (förtjänsten per användare) gå ner. Här har Ericsson en stor tillväxtpotential. Mobile Data Solutions har hittills sålts till fyra operatörer. Ericsson lanserar den IP-förberedda företagsväxeln MX-ONE i Indien under första kvartalet i år.

A close-up portrait of Ingmar Brunzell, a middle-aged man with short dark hair and a goatee, smiling slightly. He is wearing a light-colored button-down shirt. The background is a warm, out-of-focus bokeh of lights.

**Ingmar Brunzell,**  
Technical manager  
GSM säljstöd,  
Ericsson, Kista,  
medlem sedan 1991.

**”För mig är det självklart eftersom det behövs vettiga spelregler på arbetsmarknaden.”**

Ingmar tycker att det är bra att Sif har flera roller – både som stötspelare för den enskilde och som en stark part i centrala förhandlingar. Har du också nytta av aktivt stöd och konkreta råd som stärker dig i din yrkesroll? Som medlem i Sif får du personlig karriärcoachning, en av arbetsmarknadens bästa inkomstförsäkringar och vägledande lönestatistik. Dessutom är du med och påverkar utvecklingen på din arbetsplats. Vill du bli medlem? Kontakta Sifklubbar på Ericsson via 08-719 23 22, [sif.ess@ericsson.com](mailto:sif.ess@ericsson.com) eller läs mer på [www.sif.se](http://www.sif.se)



# En helkväll med konsumenterna

”

Jag använder ofta video-samtal om jag ska på fest och vill veta om jag har rätt kläder. Då kan jag ringa en kompis som kan se.

Deltagare i fokusgruppen



Mobilutbudet är en djungel, tyckte många, och ofta är det enkla funktioner som är viktigast – som att kunna ringa och ta emot samtal. Tjejerna i den här gruppen var dock överens om att överfallsalarm i mobilen vore en bra funktion.

En vill bara kunna ringa vanliga samtal, för en annan är batteritiden viktigast och kamera i mobilen är bra om det händer något roligt. Consumer & Enterprise Lab är **den första länken i kontaktkedjan med slutanvändarna** i en tid då utifrån-och-in-perspektivet blivit en konkret del av Ericssons affärsstrategi.

**Det är helt vanliga människor** som en efter en kliver in i diskussionsrummet på Consumer & Enterprise Lab (C&E Lab) i Malmö. Just denna kväll består gruppen av åtta kvinnliga deltagare i åldrarna 19-25. Man gör oftast så – skiljer könen åt – eftersom man märkt att människor betar sig annorlunda, försöker imponera på varandra eller blir återhållsamma, om man har män och kvinnor i samma grupp.

De rodnar lite när de fumlade med jackor och vantar, stampar av sig slasket och slår sig ned runt bordet.

Efter en stund är isen bruten.

De blir filmade. I ett rum lite längre bort sitter C&E Labs medarbetare för att iakttä motet och spela in diskussionen.

Hur dessa alldeles vanliga människor – den personliga assistenten, studenten, den arbetsökande – påverkar utvecklingen inom telekombranschen är kanske inte helt enkelt att förstå. Men det är just dessa vanliga konsumenter som man vill komma in på livet. Det är deras komplexa beteendemönster och unika livssituationer som man vill försöka förstå.

– Syftet med C&E Lab, ligger precis rätt i tiden. Över hela världen har man börjat inse betydelsen av att förstå konsumenten. Och operatörerna brinner för sådan information, säger Jonas Selén på C&E Lab.

Att slutanvändarperspektivet är en konkret del av Ericssons affärsstrategi slogs fast under den globala chefskonferensen, GMC, 2005. Marknaden är inte längre densamma.

– Förut innebar marknadsföring att man öppnade en ny butik. Det ser inte ut så längre. Man måste förstå användarens beteende idag, säger Selén.

Grundidén för C&E Lab har varit densamma sedan 1995. Och i dag arbetar där 27 anställda i Sverige, Storbritannien, USA och Malaysia. Nyligen har även Ericsson i Kina bestämt sig för att investera i C&E Lab-närvaro på marknadsenheten, och en grupp på fyra personer, ledd av Fredrik Lindell, chef för Revenue Growth and Consumer & Enterprise Lab, finns nu i Peking.

**Metodiken som personalen bygger på** Consumer & Enterprise Lab använder sig av segmentering, och TakeFive är namnet på Ericssons officiella segmenteringsmodell. Konsumenterna delas in i fem kategorier baserade på deras värderingar, attityder till teknik och livssituation.

"Pioneers" vill ha den senaste tekniken så fort som möjligt. "Materialists" vill ha underhållning och tar gärna efter andra om tekniken är modern och ser bra ut. Segmentet "Sociables" tänker efter lite mer men tar gärna till sig ny teknik – om den är funktionell. "Achievers" är rationella och eftersträvar status. Det kan ta längre tid för dem, men om tekniken bidrar till ökat självförtroende och högre status så kommer de att använda den. "Traditionalists" tar längst tid på sig att börja använda det senaste – de ogillar förändringar och vill att tekniken ska vara säker och enkel att använda. >>

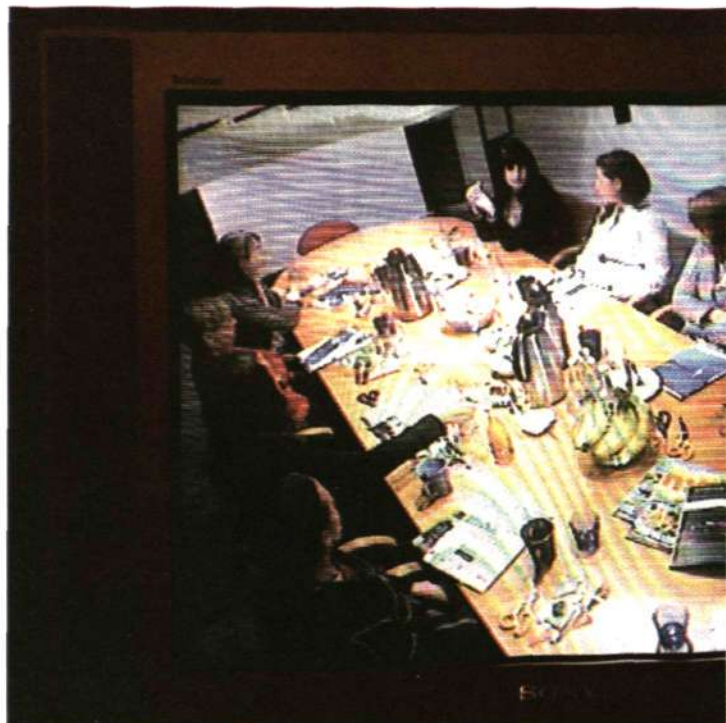
#### fakta: consumer & enterprise lab

- Diskussionsgrupperna är en liten del av arbetet. I undersökningen Global 10 Survey intervjuar C&E Lab varje år runt 15 000 personer i tio länder; Sverige, Tyskland, Frankrike, Storbritannien (inte Nordirland), Spanien, Italien, Brasilien, USA (inte Alaska och Hawaii), Japan och Kina. Det är personliga intervjuer – en timme per person – med undantag för Japan där man intervjuar via post.
- Resultatet är i dag representativt för 700 miljoner människor över hela världen.
- Man är i färd med att öka räckvidden – Global 10 Survey ska bli Global 25 Survey.
- Utöver de regelbundna undersökningarna görs även

landsstudier ad hoc. De finansieras då lokalt av marknadsenheterna och sådana studier genomförs just nu i sju länder: Egypten, Marocko, Tunisien, Algeriet, Saudiarabien, Oman och Förenade Arabemiraten. För att stärka Ericsson Indias samarbete med indiska operatörer har C&E Lab även genomfört en kartlagt den indiska marknaden. Genom 10 diskussionsgrupper och 2 800 timsånga djupintervjuer i både städer och på landsbygd har man fått ett resultat som är representativt för 130 miljoner människor. (Resultatet finns på sidan 35 i detta nummer av Kontakten).

”

...vi måste kunna tekniken. Det är ett problem bland operatörer i dag. Man kan föreställa sig hur det fungerar när en ung, teknisk pionjär ringer till operatörens kundtjänst och vill veta hur hans mobil-tv fungerar och han får tala med någon som just listat ut hur man skickar sms. **Henrik Pålsson**



En inblick i verkligheten. Charlotte Karlberg, Renis Rahn, Christina Kohl och Henrik Pålsson håller koll på tv-skärmen. Det som sågs i diskussionsrummet kan ha betydelse för nästa produktanslag.

>> Kvällens diskussionsgrupp tycks bestå av representanter från samtliga segment. Diskussionsledaren, Max Schori från GFK, ett av de marknadsundersökningsbolag som C&E Lab använder, leder in samtalen på kommunikationsvanor. Och svängarna är snäva.

– Jag orkar inte med de senaste mobilerna. Man väljer en och så kommer det något bättre nästa dag. Det räcker om jag kan ringa och ta emot samtal, säger en tjej med armarna i kors.

– Ja, jag avskyr mobilen. Man blir helt beroende eftersom allt finns i mobilen, väckarklocka, alla telefonnummer, kalendern, säger en annan.

Diskussionen har fått fart nu. Armar sträcker sig efter godisasken och erfarenheter jämförs. Man nickar och skrattar igenkännande.

– Men jag vill vara tillgänglig, säger någon annan.

– Och kamera i mobilen är bra om det händer något roligt. Fast då ska den vara bra.

I observationsrummet sitter C&E Labs chef Henrik Pålsson, samt medarbetarna Renis Rahn och Charlotte Karlberg och följer diskussionen på tv-skärmen.

Då och då utbyter de menande blickar, nickar mot tv:n och flikar in med kommentarer som "det var det vi talade om häromdagen".

– Man får titta in i en annan människas verklighet. Jag tycker det är lika spännande varje gång. Fast det krävs nog en speciell typ av människor för att jobba med sådant här, berättar Renis Rahn.

Han tycker att diskussionen bör leda mer mot enterprisefrågor. Att tjejerna ska prata mer om hur de använder mobilen i jobbet. Det finns mycket att lära sig där, säger hon.

– Enterprisesidan har inte kommit lika långt som andra områden när det gäller att förstå användarna. De saknas till exempel helt fokus på branscher som sjukvård och turism. Många inom Ericsson är överty-

gade om att de flesta arbetsgivare betalar för sina anställdas mobiltelefoner. Så är det inte.

Insamlande av information utgör den första delen i C&E Labs arbete. Enheten fungerar i det läget som en tankesmedja, enligt Jonas Selén. Den andra delen är samarbetet med Ericssons produkt- och marknadsföringsenheter och den tredje innebär arbetet mot och tillsammans med marknadsenheter och operatörerna.

– Ju längre utvecklingen kommit på tekniksidan, desto mer detaljerad konsumentinformation efterfrågas och då måste man göra specifika produktundersökningar, säger han.

Utbytet mellan tekniksidan och konsumentensida kan vara en balansgång. Teknikmål finns alltid, säger Anders Källemark, på C&E Labs kontor i Kista.

– Men produktensheten kanske satsar på att, till exempel, HSDPA ska ut. Då måste C&E Lab i stället samverka med produktägaren, så att de ställer sig frågan vad man kan göra med HSDPA och på vilka olika sätt det kan gynna slutanvändaren.

Henrik Pålsson håller med. Men, tillägger han:

– Vi är en del av Ericsson och vi är ingenting utan tekniksidan.

Och i diskussionsrummet står det klart hur säkert, om än lite obemärkt, tekniken trängt in i deltagarnas vardag. Basfunktioner, som att bara kunna ringa, är det viktigaste har någon tidigare sagt. Batteritiden är viktigast – den ska vara lång, säger en annan. Men videosamtal är faktiskt praktiskt, hävdar en tredje.

– Det kanske är lite patetiskt men jag använder ofta det om jag ska på fest och vill veta om jag har rätt kläder. Då kan jag ringa en kompis som kan se, fortsätter hon.

– En kompis till mig visade sin mobil-tv. Det var kul att titta men jag tror inte att jag skulle gå och köpa det

till mig själv. Fast musik vill jag ha i mobilen, jag vill kunna ta emot låtar från kompisar, berättar en tjej.

När något nytt kommer ut på marknaden är det tydlighet och ärlighet som är viktigast, enas deltagarna i fokusgruppen.

– Vi måste kunna tala om för konsumenterna att produkten kanske inte är perfekt men att det är något nytt och spännande. Och vi måste kunna tekniken, säger Pålsson.

– Det är ett problem bland operatörer i dag. Man kan föreställa sig hur det fungerar när en ung, teknisk pionjär ringer till operatörens kundtjänst och vill veta hur hans mobil-tv fungerar och han får tala med någon som just listat ut hur man skickar sms.

En annan utmaning för C&E lab är den allt mer heterogena marknaden. Enheten arbetar för att kunna bygga tydligare broar mellan segmenten. Hur lockar man både pionjärer och traditionalister? Likheter är lika intressanta som skillnaderna, berättar Pålsson.

– Utvecklingen styrs från storstäderna. Och likheterna är större mellan Seoul och Los Angeles än mellan New York och den amerikanska glesbygden. Det gör tillväxtmarknaderna mycket spännande, för här finns både personer som har det mesta och personer som inte ens har rinnande vatten.

– Fast jag kommer ihåg sms, säger en av tjejerna.

– Då undrade man ju lite vad det var bra för. Nu använder man ju det mest. Så slipper man prata så mycket.

Och när diskussionsledaren undrar vad man skulle vilja ha i framtiden ropas svaren ut snabbt.

– Plånboken i mobilen, säger någon.

– Fler spel så att man kan fördriva tiden på jobbet, svarar en annan.

– Överfallslarm, föreslår en tjej.

I observationsrummet nickar Henrik Pålsson och ler.

# DISPLAY

FÖRSÄLJNINGSFÖRETAGET INOM MEDIA

Do you realize that this advertisement is read by all Ericssons employees, worldwide?

Please contact:  
**Mikael Lindholm** for more information.  
mikael-l@display-umea.se

Phone: +46 (0)90-71 15 00  
Fax: +46 (0)90-13 00 23  
E-mail: info@display-umea.se  
Internet: http://www.display-umea.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

## Nya mål 2006?

Ett urval från vårens kursschema

#### Inbyggda system

Inbyggda realtidssystem – grundkurs  
Säkra och tillförlitliga realtidssystem

#### Dagar

3  
2

#### Kommunikation

IP grundkurs  
GPRS och TCP/IP - egenskaper och prestanda  
GPRS protokoll och procedurer

#### Dagar

2  
2  
2

#### Objektorienterad systemutveckling

Objektorienterad analys och design med UML

#### Dagar

4

#### OSE

OSE grundkurs  
OSE fortsättningskurs

#### Dagar

3  
3

#### Programmeringspråk

Programmera med Java  
C grundkurs  
C för inbyggda system  
Safer C - \*med Les Hatton  
C++ grundkurs  
C++ fortsättningskurs

#### Dagar

3  
3  
2  
2  
3  
3

#### Testkurser

Avancerade testtekniker  
Grundkurs i test av programvara och system  
Effektiv ledning av testarbete  
Enea testprocess  
Rapid Testing/Exploratory Testing - \*med James Bach  
Utveckling av automatiserade testsystem

#### Dagar

2  
3  
2  
3  
3  
2

#### Verktyg och plattformar

C# och .NET Framework 2.0  
Eclipse Workshop

#### Dagar

3  
2

\*Favoriter i repris!  
Miss inte våra "guru"-  
kurser med James Bach  
och Les Hatton.

## 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

**ENEA**

Embedded for Leaders

► **BREDBAND**  
**MOBIL-TV/IP-TV**  
**METRONÄT**  
**IMS**  
**3G LONG TERM EVOLUTION**

För att behålla ett tekniskt ledarskap på marknaden har Ericsson definierat ett antal områden där företaget måste vara framgångsrikt. Kontakten kommer i en serie artiklar beskriva hur konkurrensen ser ut inom vart och ett av dessa områden. Vilka är huvudaktörerna och vad talar för Ericsson i kampen om marknadsandelar?  
 Den första artikeln handlar om bredband för fasta och mobila nät.

# Bredband är loppet där allt kan hända



Alla vill lyckas inom bredband men betydligt färre kommer att nå stor framgång. Ericsson är med och slåss med goda odds på grund av att företaget är en av de få spelare som är totalleverantör av bredband. Vissa konkurrenter är också totalleverantörer men då i samarbete med stora partners.

Bredbandsvärlden är inne i ett mycket dynamiskt skede där alla är med och slåss om andelar. Under mottot "bredband överallt" byggs tele- och datanäten ut i snabb takt.

Utvecklingen styrs framför allt av stark efterfrågan på höghastighetsinternet, IP-tv, mail, chat och spel. Men också **nya affärsmodeller och tekniskt ledarskap är avgörande faktorer** för att lyckas på marknaden.

**Kabel-tv-bolag** – unga, hungriga till en början lokala företag – erbjuder redan "Triple Play", det vill säga tv, telefoni och bredband över koaxialkabelnät. De allierar sig nu med mobiloperatörer. Deltagare som Skype och Yahoo erbjuder telefoni och andra tjänster som slår undan intäkterna för traditionella operatörer. Cisco försöker etablera sig som den främste leverantören av nät till hemmet och Microsoft finns med på ett hörn i olika konstellationer.

De klassiska fastnätoperatörerna satsar i allmänhet på att utveckla bredbandstekniken ADSL och dess efterföljare, eftersom det gör det möjligt för dem att utnyttja sina befintliga kopparnät. Men det gäller inte överallt. I USA satsar många på fiber ända in i hemmet. Detta eftersom myndigheterna bestämt att operatören har äganderätt till sin fiber, i motsats till de flesta andra ställen runt om i världen. Och då blir det ekonomiskt intressant, trots att det på kort sikt är dyrare.

Spelare som i dag är svaga på 3G talar mycket om den trådlösa bredbandstekniken WiMAX som ett intressant alternativ för operatörer som inte har en 3G-licens. Precis som för 3G, var den ursprungliga idén att bygga master och täckning med WiMAX, men bara för "nomadisk" datatrafik, till exempel för bärbara datorer och VoIP. Nu är standarden i förändring, och vissa vill lägga in riktig mobilitet också. Men då blir systemet dyrare än dagens 3G-nät.

Riktigt mobilt bredband däremot är utvecklad 3G,

så kallad HSPA, en teknik som precis lanserats kommersiellt och kan erbjuda hastigheter fullt jämförbara med dagens ADSL. Längre fram kommer radiosystem att kunna erbjuda 100 Mbit/s och licenser för den typen av system kommer att avsättas av globala organet World Radio Council under 2007.

Allt pekar på att fast och mobilt bredband kommer att existera vid sidan av varandra och komplettera varandra under lång tid framöver.

För riktigt höga hastigheter kommer fast access troligen alltid vara överlägsen radiogränssnittet, men för de flesta tjänster kommer mobiltekniken vara helt okej. Och i tredje världen kommer trådlös bredbands-access vara klart dominerande eftersom det där finns väldigt få kopparlinor att leverera DSL över.

Det är alltså på den här marknaden som Ericsson är med och slåss. Med goda odds. Ericsson är en av få leverantörer som täcker hela kedjan: fast och mobil access, metronätet (som samlar ihop trafik från accessnäten), kärnnätet och end-to-end, det vill säga ända ut till slutanvändarens terminal. Visserligen klarar vissa av konkurrenterna helhetserbjudandet genom att samarbeta med partner, Alcatel till exempel med Microsoft.

För mobilt bredband är läget rätt ljus. Ericssons HSDPA, för nerlänken till mobilen, har ett gott försprång framför värsta konkurrenterna. Och tekniken har just fått applåder av ledande operatörer i USA och

Japan vid de senaste systemtesterna och gått i kommersiell drift i bland annat USA och Italien.

Men det saknas än så länge HSDPA-terminaler för den breda marknaden – just nu finns bara insticks-kort. Den konkurrerande tekniken cdma2000 EV-DO, en amerikansk CDMA-standard med smalare bandbredd, specialanpassad för datatrafik (DO=Data Only), har funnits längre på marknaden och har därför fler terminaler. Men HSDPA-mobiler ligger på ritborden hos terminaltillverkarna och flera pc-tillverkare har nyligen tillkännagivit att de bygger in HSDPA i sina produkter.

Mats Köhlmark, affärsstrateg på Ericsson, berättar att cdma2000-operatören Sprint, en av de ledande amerikanska operatörerna, nu står inför vägvalet mellan cdma2000 och WCDMA, och att det valet kan vara av stor vikt. Huvudleverantörer av cdma2000 EV-DO är nordamerikanska bolagen Lucent och Nortel.

Köhlmark tillägger att WCDMA har bättre prestanda, vilket nyligen visats i tester hos de amerikanska operatörerna Cingular och Verizon. Dessutom anser han att cdma2000 nu nått sitt tekniska optimum och måste satsa på något nytt, medan WCDMA har en utstakad utveckling i "Long Term Evolution", vilket skulle betyda att den är framtidssäker. Samtidigt har Telstra i Australien just beslutat att de ska byta ut sitt cdma2000-nät mot ett WCDMA/HSDPA-nät.

De största konkurrenterna inom mobilt bredband är annars de vanliga aktörerna: Nokia, som har en

stark koppling till sina terminaler, och japanska NEC som via sitt långa samarbete med DoCoMo har en god position.

**Fast bredband** är en annan historia. Tekniken handlar, som sagt, till stor del om att utnyttja de existerande kopparnäten, de teleledningar som finns i de flesta hem.

DSL-tekniken är ett sätt att utnyttja kopparledningen för både tal och höghastighetsdata genom att med ett filter hålla isär talet på låga frekvenser från data på höga frekvenser.

Där finns fortfarande stor potential, man beräknar att bara 50 procent av kapaciteten hittills utnyttjats. En drivkraft för operatörerna är att den ekonomiska vinsten på vanliga taltjänster sjunker, bland annat på grund av hot från Skype och nya spelare med lägre priser. Operatörerna satsar då på nya intressanta tjänster som interaktiv IP-tv, men för att klara dessa måste de optimalt utnyttja sina kopparnät, och med tiden gå upp i ännu högre frekvenser, VDSL (Very Highspeed DSL).

Dock, intresset från operatörernas sida är stort, och Ericsson har spjutspetskompetens inom koppar. Just nu utvecklar man som bäst ett nytt verktyg, Copper Plant Manager, som ska göra det möjligt för operatörerna att kartlägga eventuella brister i sina koppartrådar, och i hela nätet. De måste kunna garantera kvalitet på de nya tjänsterna, det duger inte med samma nivå som vid internetsurfande, med fördröjningar och tappade datapaket.

När det gäller fast bredband har Ericsson kraftigt förbättrat sin marknadsposition genom förvärvet av Marconi, säger Thomas Norén, som arbetar tillsammans med Mats Köhlmark.

Ericsson satsade tidigt på att införa Ethernet som bärare av IP och tillsammans med Marconis transmissionslösningar ligger man i dag på andra plats i Europa och fyra i världen. Klar ledare är här Alcatel,

som av tradition satsat hårt på ADSL-tekniken och tidigt skaffade sig ett försprång. I samarbete med Microsoft kan Alcatel erbjuda end-to-end för IP-tv eftersom de har kompetens på alla nivåer i nätet; access, metro och kärnnät. Även Cisco har en stark position för fast bredband tack vare förvärven av kabel-tv-bolaget Scientific Atlanta och LinkSys, som gör ADSL-modem.

**Allmänt spår analytiker** en konsolidering av både näten och aktörerna. När operatörer, som har både mobila och fasta nät vill sänka sina operativa kostnader och investeringar genom att bland annat gå över till ett gemensamt kärnnät (och transportnät) för mobil

och fast access, så kommer detta även att spegla av sig på leverantörerna.

– Vi tror att även om det blir färre leverantörer så kommer det alltid att finnas utrymme för små innovativa bolag, säger Mats Köhlmark.

En annan tendens är att gränserna mellan konkurrent och samarbetspartner börjar suddas ut. Nya konstellationer bildas hela tiden. Ett exempel är samarbetet mellan Skype och mobiloperatören 3 i Sverige.

– Tekniskt ledarskap fortsätter att vara mycket viktigt, men konkurrensen med nya spelare med nya affärsmodeller spelar en allt större roll, säger Köhlmark.

## teknikförklaringar

**DSL** – Digital Subscriber Line  
**HSPA** – High Speed Packet Access  
**HSDPA** – High Speed Downlink Packet Access  
**WiMAX** – Worldwide Interoperability for Microwave Access  
**CDMA** – Code Division Multiple Access  
**WCDMA** – Wideband Code Division Multiple Access  
**Nomadisk datatrafik** – Datatrafik för exempelvis en bärbar dator som regelbundet kopplas upp mot olika datanät.  
**Koaxialkabelnät** – En koaxialkabel består av två ledare med en isolator emellan. Vitsen med ett koaxialkabelnät är att undvika att påverkas av externa störningar eller sprida egna signaler till omvärlden.

## fakta: bredband

Bredbandstekniken har en snabbare tillväxt än någon annan tidigare teknik, inklusive mobilnäten. En definition på bredband är 2 Mbps, det vill säga överföring av 2 miljoner bitar per sekund. Denna gräns klarar de flesta näten. Den senaste versionen av VDSL heter VDSL2 och kommer att kunna erbjuda upp till 100 Mbps. För mobilnätets HSPA gäller i första skedet teoretiskt

14Mbps (i praktiken lägre), men i framtiden räknar man med 3G LTE (Long Term Evolution) med bortåt 100 Mbps. Dessa topphastigheter påverkas förstås av vad nätet i övrigt klarar av. Alltså metronätet och kärnnätet. Ett viktigt skäl till att kraftigt optimera och förbättra fast access vid införande av IP-tv är att det är en tjänst som lär utnyttjas av många användare – samtidigt!





text: johan kvickström

foto: johan kvickström &amp; pressens bild



3GSM World Congress  
i Barcelona 13–16 februari

# Nya affärer

# Nya produkter

# Nya konkurrenter

Årets 3GSM World Congress – större och maffigare än någonsin tidigare – visade upp telekombranschen i all sin glans. Förmodligen är det **årets bästa tillfälle för Ericsson att marknadsföra spännande produktnyheter** och presentera intressanta affärer. Och det är samtidigt ett gyllene tillfälle att se vad konkurrenterna har för sig.

**Länge har Ericssons** konkurrenter haft namn som Nokia, Samsung, NEC och Motorola. På senare tid har också kinesiska Huawei tillkommit. Det gäller fortfarande, men fältet har också öppnat sig för andra spelare när telekom- och IT-branschen närmar sig varandra med stormsteg. Ett företag som inom kort kan komma att vara en giftig konkurrent är jätten Microsoft, som redan samarbetar med Siemens och Lucent. På plats i Barcelona fanns Microsofts vd Steve Ballmer som lade ut texten om företagets framtid i telekombranschen när han på tisdagen framträdde som en av huvudtalarna:

– Vi befinner oss i en tid då det man har i fickan är som en mini-PC. Och våra kunder förväntar sig samma flexibilitet och möjliga aktiviteter som de har med sin PC. År 2002 hade vi en enda produkt på marknaden, genom en operatör i ett land. I dag samarbetar vi med 102 operatörer och har mer än 100 Microsoft-mobiler ute. Högsta prioritet för våra säljare runt om i världen är inte bara att sälja den nya versionen av Windows, utan också att driva penetrationen för Windows Mobile, sa Steve Ballmer.

En av Ericssons representanter på plats var Claes Ödman, chef för nybildade Ericssonenheten Multimedia Solutions. Han är tveksam till Microsofts möjligheter att stjälja åt sig större andelar från etablerade telekomspelare:

– Jag tycker inte att vi ska vara rädda för Microsoft, det finns en del som pekar på att de kommer att få svårt att lyckas inom det här området. De har helt enkelt inte förstått telekombranschens komplexitet, säger han och fortsätter:

– Microsoft står heller inte för de standardiseringar och den öppenhet som präglar telekom.

Däremot listar Claes Ödman ett antal andra aktörer som som tidigare inte haft med telekom att skaffa, men som nu stiger fram som potentiella hot för de etablerade aktörerna i branschen: HP, Accenture och IBM.

– Dessa kan ha en fördel vad gäller applikationer för IMS. De har redan en mängd användbara tjänster på nätet som de skulle kunna anpassa till det mobila formatet, säger han.

En som väljer att se positivt på framtiden är Rolando Balsinde, globalt ansvarig för kommunikationsfrågor på konsultföretaget McKinsey. Han tror i första hand inte på att konkurrensen i sig måste öka, utan att hela omsättningen i stället måste bli större när fler aktörer ska få plats på marknaden.

– Det handlar om att få hela kakan att växa, inte bara om att försöka få en bit av den, sa han.

Faktum är att en känsla av samförstånd präglade 2006 års 3GSM World Congress, något som också exemplifierades av ett flertal ganska oväntade affärs-samarbeten mellan vanligtvis konkurrerande bolag (exempelvis samarbetet mellan Sony Ericsson och Nokia om mobil-tv-standarderna DVB-H) presenterades.

Ericsson reste till Barcelona med mer än 600 medarbetare, ett för en utomstående närmast överskådligt kontaktnät, en mängd potentiella kunder och ännu fler befintliga, samt ett antal Winning Propositions att saluföra. Och utöver det en mängd andra produkter och affärslösningar. Kundansvariga från runt om i världen tillbringade de flesta av dygnens vakna timmar i möten med sina kunder för att



Claes Ödman



## Fatimas dagbok

När Kontakten förra året rapporterade från 3GSM World Congress var det en av företagets så kallade business builders som skrev dagbok från evenemanget. I år är det Fatima Raimondi, chef för Ericsson Portugal, som beskriver sina bråda arbetsdagar under 3GSM World Congress.

**Måndagen den 13 februari**  
Ivåg till flygplatsen tidigt för att möta mina portugisiska kollegor. Där möter jag också några kunder som ska med samma flyg. Vi passar på att prata en del, även om vi kommer mötas ganska mycket på plats också.

Väl framme möter jag Ericssons regionsansvarige, Ingemar Naeve. Vi pratar om bolagets möjliga affärer med Portugal Telecom i Afrika: PT fortsätter att köpa licenser i afrikanska länder vilket är strategiskt viktigt.

Så följer redan inbokade möten med representanter för en av "mina" kunder, operatören TMN. Vi har en fantastiskt trevlig middag där vi diskuterar långsiktiga samarbeten.

Det är riktigt spännande: i Portugal pågår affärsstridigheter mellan två av landets operatörer där den mindre är på väg att köpa upp den större – och vi är leverantörer till bägge. På mötet med TMN försöker vi undvika ämnet, men deras representanter kan inte låta bli att ta upp det. (fortsättning på nästa uppslag)



## Fatimas dagbok

Fatima Raimondi, chef för Ericsson Portugal, skriver om sina arbetsdagar under 3GSM World Congress.

### Tisdagen den 14 februari

Frukost med Vodafone Portugals tekniske chef, samt chefen för Service Layer.

Under en stressig förmiddag har jag möte också med Portugals tredje operatör, Optimus. Vi har sedan lunch med Karl-Henrik Sundström, Ericssons finanschef, samt Ingemar Naeve.

Hela dagen består i övrigt av möten med andra portugisiska telekombolag. På kvällen är det Ericsson-fest och det är kul att träffa kolleger. Tyvärr var jag trött med ett planerat tidigt frukostmöte så jag åkte till hotellet ganska snart.

Det är en fantastiskt spännande bransch, telekom. Man jobbar med förändringar och nya frågor hela tiden. Och med ett sådant här evenemang ställs mycket på sin spets.

### Onsdagen den 15 februari

Först ett frukostmöte med Vodafone-cheferna som jag också träffade igår. Därefter har vi demos med dem, och det heta ämnet är IMS: hur man ska använda det och varför. Vodafone-cheferna kommer båda från IT-branschen, och har en lite förenklad syn på hur man ska implementera sådana tjänster som Instant Messaging (IM) och uppfattar det som att IT-leverantörer har mer på fötterna än vi, så vi måste visa Ericssons mervärde. Lunchen med dem var trevlig och vi kunde prata om hur vi ska gå framåt med vårt samarbete.

På kvällen tog jag tillfället i akt att träffa Ingemar Naeve för att följa upp det senaste på marknaden och diskutera uppföljningen av kundmötena.

### Torsdagen den 16 februari

Jag lyssnar på Carl-Henric Swanberg i dagens första diskussionspanel med cheferna för LG, Cisco och HP. Sedan springer jag iväg för att se några av mäsständerna, det har jag inte hunnit göra tidigare. Det jag ser av terminaler och slutanvändartjänster gör mig väldigt optimistisk: branschen tar fasta på på vad människor behöver och det finns stora tillväxtpotentialer.

Jag möter några kunder, bland andra en representant för TMN som tog emot priset för Best Network Quality Initiative på GSM Associations prisutdelning. Han är så stolt över det. Därefter planerar vi lite inför Marconi/Ericssons medverkan på Cebit.

Efter en snabb lunch bär det av till flygplatsen. På planet träffar jag ännu fler kunder.

Sett till kundrelationer har årets 3GSM World varit makalöst produktivt. På slutet är jag trött, men jag har gjort det jag gillar allra mest: att träffa människor, både kunder och Ericsson-kollegor från runt om i världen.



3GSM World Congress är världens största och viktigaste mobilmässa. Marknadens alla stora aktörer tar plats för att visa företagen. På den stora bilden ovan tittar ett par besökare intresserat på den senaste mobiltelefonen från Sony Ericsson.

>> finna nya samarbetsvägar.

– Jag har egentligen inte hunnit se just någonting själv, för jag har suttit i möteslokaler hela tiden, säger Claes Ödman.

Bland allt som Ericsson saluförde på 3GSM World Congress fanns några saker som det särskilt trycktes på. Och bland dessa utkristalliserades ett ännu mindre antal som liksom förra året kom att dominera hela tillställningen: IMS, HSDPA och mobil-tv.

Den hetaste potatisen var onekligen den sistnämnda, mobil-tv. Vart man än gick, i utställningsmontrar, på mindre seminarier eller till de stora sessionerna med huvudtalare, pratades det om mobil-tv i olika former och med olika ingångar, men det ett genomgående budskap: mediet finns här och nu.

Detta är också Claes Ödmans uppfattning:

– Mobil-tv har definitivt tagit fart nu. Det är väldigt tydligt att terminalerna i dag är kapabla att klara ett antal nya tjänster – det ser bra ut och fungerar väl.

Den standard som fullkomligt dominerade var DVB-H (Digital Video Broadcasting for Handhelds). Den andra, MBMS (Multimedia Broadcast Multicast Service), presenterades av Ericsson, NEC och Nortel, men röntne mindre intresse. DVB-H sänder tv till

mobilen via ett extra tv-nät i stället för via mobilnätet, som är fallet med MBMS. Uppfattningen tycks vara att DVB-H går snabbare att få ut på marknaden.

Mobil-tv presenterades som flera olika spår. Dels broadcasting, det vill säga att terminalen används som en vanlig tv för att visa det "vanliga" utbudet, dels specialanpassat material som också kan innebära interaktivitet från tittaren. Det sista är vad innehållsleverantörer tror kommer slå. Jason Hirschhorn, Chief Digital Officer på tv-kanalen MTV, tror ur kanalens perspektiv inte alls på distribution av det gängse utbudet, det vill säga de vanliga tv-programmen direkt i mobilen. Det framkom när ämnet diskuterades på onsdagen. I stället måste utbudet ta hänsyn till yttre omständigheter som formatet, något som Claes Ödman håller med om:

– Skärmstorleken gör att man måste anpassa det som ska tittas på.

Intressant var också att MTV betraktar innehåll till mobiler som ett viktigt affärsområde och inte bara en liten nisch.

När det gäller terminalutbudet fanns en del spännande nyheter. Mun Hwa Park, vd för koreanska LG, presenterade en mobiltelefon vars tv har en TiVo-funktion, det vill säga möjligheten att pausa och spela tillbaka sändningen när man ser direktsänd tv



upp sina nyheter, och många viktiga kontakter knyts mellan

i mobilen.

HSDPA var ett område där alla större leverantörer kunde demonstrera exempel på infrastruktur. I år kunde man också använda riktiga terminaler för demonstrationerna. Samsung och LG ligger långt framme och kommer lansera HSDPA till operatörer inom en snar framtid. NEC, Fujitsu och Motorola hade prototyper som visades av NTT DoCoMo. Givetvis finns också Huawei med på banan, liksom Nokia som visade sändningar från Olympiska Spelen i sina DVB-H-telefoner.

På lilla Isle of Man har Manx Telecom redan etablerat ett fungerande HSDPA-nät, framkom vid ett seminarium om HSDPA.

HSDPA innebär trådlöst bredband och kommer att ha stor betydelse när fasta och mobila nät så småningom ska konvergeras. Redan i år kommer stora utrollningar av HSDPA-nät att ske.

IMS är en viktig förutsättning för den förestående konvergensen. Alla stora leverantörer hade IMS-presentationer där man visade upp varianter av VoIP eller olika applikationer som kan fungera med hjälp av IMS. Nokia var kanske det företag som tydligast lyfte fram sina framgångar på området.

I stort var det konvergenstanken som, vid sidan av



mobil-tv, genomsyrade evenemanget i år. Och då inte bara i den etablerade betydelsen att fasta och mobila nät ska konvergera, utan på fler plan. Branschens tilltagande komplexitet var oerhört tydlig. Aktörer från vad som traditionellt varit olika branscher samlades med gemensamma mål. Innehållsleverantörer som Disney och MTV ser den självklara potentialen i mobil distribution av sina produkter. Olika branscher kommer att konvergera på olika sätt.

Diskussionerna kring HSDPA och IMS rörde sig hela tiden framåt i riktning mot den dag då konvergensen är ett faktum. Till dess kommer telekombranschen att fortsätta vara komplex med samverkan över branschgränser. Otivelaktigt kommer nya affärsmodeller behövas för att Ericsson ska kunna behålla sin framstående position.

– Det finns några viktiga saker som vi tar med oss från 3GSM i Barcelona. För det första hur bra vi ligger till vad gäller HSDPA. En annan sak är insikten om att tiden verkligen är mogen för mer avancerade klienter, multimediefunktioner fungerar i dag väldigt bra. Sen vill jag också lyfta fram det stora intresset bland partners och kunder.

– Konkurrensen är hård, men vi är väldigt starka, säger Claes Ödman.

På årets 3GSM World Congress fick några operatörer förklara hur de ser på framtiden och hur Ericsson kan hjälpa till.

1. Vad är viktigast för er för att ni ska kunna växa och öka er marknadsandel?
2. Hur kan Ericsson hjälpa er med det?

Daniele Ottier, marknadsföringschef, 3, Italien

1. Vad vi nu vill göra är att behålla avståndet till andra mobiloperatörer. Det viktigaste är då att leverera produkter och tjänster till våra kunder, leverera det i tid och med hög kvalitet – och detta på ett för oss själva och för våra kunder kostnads-effektivt sätt. Kunder är fokuserade på tjänster, men också på att få ner kostnaderna, så vi ska utgöra en affärsmöjlighet för dem och inte en kostnad. Och då tror jag att Ericssons sätt att sköta tjänsterna är det rätta.

2. Vi måste fortsätta arbeta så som vi har gjort, men bli bättre på att vara flexibla. Inom marknadsföring där jag arbetar har vi en massa ideer som jag skulle vilja se implementerade så snart som möjligt, och då behöver vi fokusera på kundbehoven – både vi, operatören, som kund gentemot Ericsson, och våra slutanvändare.

Douglas Li, koncernchef, Smarttone, Hong Kong

1. På en mättad marknad pratar vi framför allt om att fokusera på de kunder som man vill attrahera och som man vill behålla. Det är det absolut viktigaste, för att bara räkna tillväxt i siffror är meningslöst. I stället behöver man identifiera vilken typ av kunder man vill ha och hur man bäst kan serva dessa.

2. Jag skulle säga att Ericsson jobbar väldigt nära oss. Och känslan av partnerskap är väldigt viktig. Vi letar alltid efter nya saker, nya och bättre sätt att göra saker på och det är så vi kan tjäna på varandras skicklighet och erfarenhet av att leverera bra tjänster och produkter till våra kunder.

Victoria McLelland, teknikchef, Hutchison, Australien

1. Viktigast för oss är att vara försäkrade om att vi har tillräcklig kapacitet, stabilitet och att vi har robusta system, samtidigt som vi är innovativa och behåller ledningen. För att göra det behöver vi vara mer operationella och inte galna som vi ibland är.

2. Det viktigaste området är IT – erfarenhet av IT sett till bakgrund och kunskaper. Det är ett annat sätt att tänka, och jag skulle vilja se fler människor med den typen av bakgrund. Jag tycker att det vore bra om Ericsson kunde på högsta nivå kunde ha den sortens kunskaper, och inte bara kunskaper på nätområdet. Det tror jag skulle ge ökat värde också till vårt företag.





*Welcome to our garden.*

In electronics manufacturing services and original design manufacturing for communications technology business, we are the only partner you need. Our services cover the whole life cycle of terminal products and communications network equipment.

As we see the global growth potential in communications like you probably do, we have set our plants in the most lucrative market areas around the world. We offer you the same reliable service right next door, whether you want to sell your products for instance in Brazil, Russia, India or China. So why not grow your business in our garden?  
**Contact us now: [www.elcoteq.com](http://www.elcoteq.com)**



**ELCOTEQ**

# Systemtestare testar sjölivet

**Under tre månader** byter Matilda Karlsson jobbet som systemtestare på Ericsson i Kista till jungman ombord på Ostindiefararen Götheborg. Under den mer än 40 dygn långa resan kommer hon att arbeta som på 1700-talet med att gå vakt, skrubba däck och sätta segel.

Matilda Karlsson, som är elektroingenjör, började på Ericsson för fem år sedan.

– Jag jobbar med integrering och verifiering av RNC, Radio Network Controller, kontrollenheten för basstationerna. Just nu gäller det P5, som är den femte releasen för WCDMA, berättar hon.

Den 22 februari lämnade hon skrivbordet och flög till Kapstaden i Sydafrika för att kliva ombord på Götheborg. Fartyget följer den rutt som Ostindiefararna gjorde på 1700-talet.

Götheborg var startskepp när Volvo Ocean Race startade i november i Spanien.

Kanske kan man tro att det är ett stort intresse för segling som fått Matilda att ge sig ut på denna seglats.

– Visserligen är jag uppvuxen i Göteborg och tycker om havet men någon storsegelare är jag inte alls. Det är inte seglingen som lockar utan hela resan som jag ser som ett stort äventyr. Historien runt Götheborg tycker jag också är väldigt spännande.

Och visst är det spännande med Götheborg, Ostindiefararen som förläste 1745 i hamninloppet till Göteborg på hemfärden från Kina. 1984 återupptäcktes vraket och 1995 började några entusiaster det stora arbetet med att bygga en fullskalig kopia av skeppet, som kunde sjösättas 2003. Resan till Kina påbörjades den 2 oktober förra året och Götheborg väntas komma fram till Kanton i juli i år.

– För tre år sedan ansökte jag om att följa med som jungman. Det kom in över tvåtusen ansökningsur så jag blev jätteglad när jag blev antagen. Förutom ingenjör är jag också operationssköterska, bussförare och ganska vältränad med en Svensk



Matilda Karlsson är fascinerad av ostindiefararen Götheborg och följer med som jungman på den fjärde delsträckan.

Foto: Peter Nordahl

klassiker, kanske är det meriter som räknas, skrattar hon.

Matilda kommer att vara med på den fjärde och längsta delsträckan som går från Kapstaden till Fremantle/Perth i Australien.

Hon tar semester och tjänstledigt i tre månader för att förverkliga sitt stora äventyr. Jobbet som jungman innebär att hon bland annat ska skrubba däck, gå vakt, vara bojvakt (se till så ingen trillar över bord) och sätta segel. Allt jobb sker på 1700-tals vis. Att sätta segel innebär att dra i tjocka tjärade rep utan handskar, det kan också vara att jobba på 40 meters höjd högst uppe i masten. Matilda vet

vad det innebär för hon var med på Götheborgs första resa som gick från Göteborg till Stockholm.

– En fantastisk upplevelse och jag blev inte avskräckt, säger hon med övertygelse.

Livet ombord är mycket inrutat och alla bor tätt ihop.

– Här blir det verkligen träning i att jobba i team, något som jag har nytta av även på mitt vanliga jobb, säger Matilda, som på sin lediga tid kommer att plugga WCDMA-protokoll.

Nog kan man tala om kontraster, en "1700-tals" jungman som förkovrar sig inom det senaste inom telekommunikation!

## Dubbla klipp i Kista

I slutet av januari invigde affärsenheten Access nya skräddarsydda lokaler i Kista. Egentligen gällde det två invigningar samtidigt, en för ett nytt Master & Industrialization Center (MIC) och en för testutveckling, Test Development i Kista.

I dag har Access egen produktion i Sverige, Kina, Brasilien och Indien. MIC i Kista är Ericssons enda produktionsplats i Stockholmsområdet.

– Det nya namnet och de nya lokalerna speglar vårt nya sätt att arbeta, sa Jan Wassenius, ansvarig för Access Supply, vid invigningen.

Lars Ottoson, chef för MIC Kista, bekräftade detta.

– Tätt samarbete är en nyckel till framgång, snabbhet en annan. Att införa effektivare processer är en del i vårt "Ways of Working" för att nå operational excellence och behålla det tekniska ledarskapet, sa han.

I de nya lokalerna ersätts de enskilda kontorsrummen med ett öppet landskap där supply och konstruktionsenheterna jobbar sida vid sida.

Kurt Jofs, ansvarig för Access, var mer än nöjd med de nya lokalerna.

– De leveransproblem och förseningar som Access hade för några år sedan är historia. I dag överträffar vi kundernas förväntningar. Med det väloljade arbetssättet på MIC Kista kan vi vinna över konkurrenterna, sa han vid bandklippningen.



Vid bandklippningen från vänster Lars Ottoson, chef för MIC Kista, Kurt Jofs, chef för affärsenheten Access, Jan Wassenius, chef för Access Supply och Klas Svedman, chef för Test Development Kista.

Foto: Kevin Billinghurst

MIC Kista konstruerar testhårdvara för Access Supply. Det tillverkar också moduler som ingår i radiobasstationer för WCDMA- och GSM. Bland internerna kunder finns också Ericsson Mobile Platforms och utvecklingsenheten Connectivity Packet Platform.

ur arkivet



När LM Ericsson firade 100-årsjubileum 1976 serverades Telefonpunsch.

# När ledarskapet sätts på prov

Brustet kölsystem och en avbruten etapp. Besättningen ombord på Ericssons båt har haft sin beskärda del av motgångar. Samtidigt är det långt kvar av tävlingen och skeppare Neal McDonald säger att seglare är ett härdat släkte. De kommer igen – precis som Ericsson tog sig igenom de tuffa krisären.

**Vindhastigheter på upp** till 60 knop, 15 meter höga vågor och isberg i de sydliga oceanerna och absolut stiltje runt ekvatorn – Volvo Ocean Race är en av världens mest extrema tävlingar.

Så nog krävs karaktär av Neal McDonald. Och ledarskap. Kölsystemet brast för första gången i november. Sedan en revlina till storseglet. och den 4 januari gick alltså kölsystemet sönder igen.

Hur leder man en besättning genom något sådant?

– Visst var det förkrossande för oss. Och det var särskilt svårt att förklara för folk som inte förstår seglingssporten. Det finns bara en sak som är värre än att tvingas avbryta en etapp – att någon faller överbord, säger McDonald.

En besättningsman, 29-åriga tysken Tony Kolb, har lämnat racet. Han kände att det blev för mycket – att han inte skulle kunna fortsätta prestera.

– Sådant händer, säger McDonald. Tony har två små barn. Då är det svårt att inte respektera hans beslut.

Och det är långt kvar. En tredje plats ligger inom räckhåll och att ge upp ingår inte i strategin.

– Vi kämpar vidare. Vi ger inte upp. Det är sådana vi är – vi drivs av att tävla och det enda vi vill är att slå samtliga konkurrenter.

Som Kontakten tidigare berättat ledde McDonald Assa Abloy-båten till en andraplats i Volvo Ocean Race för fyra år sedan och deltog i America's Cup första gången 1995. De som känner honom beskriver honom som en lagspelare och en perfekt ledare.

– I svåra stunder är det viktigt att föregå med gott exempel och ta det onda med det goda. Det kan jag. Jag försöker bygga upp besättningens självförtroende och se till att vi delar på arbetsbördan. Det är mitt ansvar att få alla att arbeta mot samma mål.

Det finns ett talesätt bland seglare: "Inget är farligare på sjön än principer." Samtidigt råder en hierarki ombord som skall respekteras. Balansen mellan de två kan bli svår under tuffa förhållanden. Det är ingen fullkomlig demokrati,



Neal McDonald



Ännu en genomgång. Efter de många motgångarna är det viktigt att besättningen diskuterar situationen och lyssnar på varandra, säger skeppare Neal McDonald. Men huvudansvaret – och de slutgiltiga besluten – ligger alltid hos honom.

berättar McDonald, men han lyssnar alltid på sin besättning.

– Jag fattar beslut grundade på min besättnings åsikter, de är experter. Och just nu är det extra viktigt att vi diskuterar med varandra och hjälper till där vi behövs. Innerst inne är vi seglare och inte båtbyggare, men nu hjälper vi till med reparationerna ändå. Det är nödvändigt för att vi ska komma in i matchen igen.

McDonald tror att den inställningen är nödvändig hos ledare inom alla områden.

Pär-Anders Pehrson, globalt ansvarig för ledarskapsutveckling inom Ericsson, håller med.

– Ericsson-båten befinner sig i teknikens framkant och det är inte ovanligt att så ny teknik drabbas av barnsjukdomar. Det är inte besättningens fel även om motgångarna förstärks på självförtroendet. I det

läget är det nödvändig att ha en ledare som Neal McDonald som föregår med gott exempel och har förmågan att kommunicera och skapa energi. Han fortsätter:

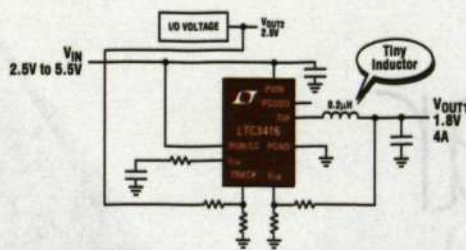
– Även många Ericssonchefer har de senaste åren visat att de har den förmågan och deras inställning ser vi resultatet av idag. Att inte ge upp lönar sig alltid.



Pär-Anders Pehrson

**Fotnot:** Sedan reparationer genomförts och nya delar till kölsystemet installerats lyckades besättningen trots hård tidspress, genomföra tredje etappen. Efter att ha hamnat på sista plats beslutade man att göra ytterligare reparationer, och man har nu rundat det ökända Kap Horn och är på väg mot Rio de Janeiro i Brasilien.

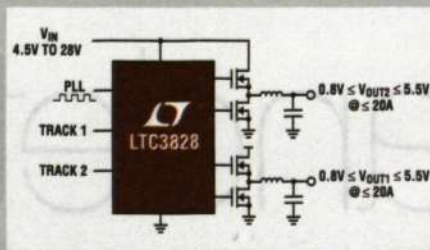
### 4A, 4MHz Regulator with Tracking—LTC<sup>®</sup>3416



**Features:**

- Programmable Frequency from 300kHz to 4MHz
- Thermally Enhanced TSSOP-20 Package
- $2.25V \leq V_{IN} \leq 5.5V$ ,  $0.8V \leq V_{OUT} \leq 5.5V$
- Tracking
- $67m\Omega$  Low  $R_{DS(ON)}$  Internal Switch
- Up to 95% Efficiency

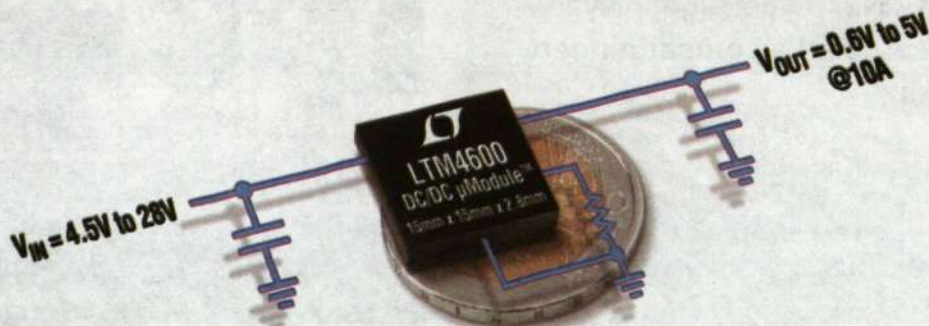
### Dual, 2-Phase DC/DC Controller with Tracking and PLL—LTC3828



**Features:**

- Constant Frequency 280kHz–550kHz Operation
- Clock Output for 3-, 4- or 6-Phase Operation
- Output Voltage Protection

# Instant 10A Power Supply



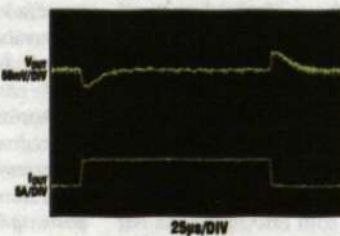
### Complete, Quick & Ready

The LTM<sup>®</sup>4600 is a complete 10A switchmode step-down power supply with a built-in inductor, supporting power components and compensation circuitry. With high integration and synchronous current mode operation, this DC/DC μModule™ delivers high power at high efficiency in a tiny, low profile surface mount package. Supported by Linear Technology's rigorous testing and high reliability processes, the LTM4600 simplifies the design and layout of your next power supply.

**Features**

- 15mm x 15mm x 2.8mm LGA with  $15^{\circ}C/W\theta_{JA}$
- Pb-Free (e<sup>3</sup>), RoHS Compliant
- Only C<sub>BULK</sub> Required
- Standard and High Voltage:  
LTM4600EV:  $4.5V \leq V_{IN} \leq 20V$   
LTM4600HVEV:  $4.5V \leq V_{IN} \leq 28V$
- $0.6V \leq V_{OUT} \leq 5V$
- I<sub>OUT</sub>: 10A DC, 14A Peak
- Parallel Two μModules for 20A Output

**Ultrafast Transient Response**  
2%  $\Delta V_{OUT}$  with a 5A Step



$V_{IN} = 12V$ ,  $V_{OUT} = 1.5V$ , 0A to 5A Load Step  
( $C_{OUT} = 3 \times 22\mu F$  CERAMICS, 470 $\mu F$  POS CAP)

**Info & Online Store**

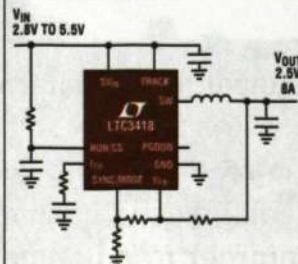
[www.linear.com/micromodule](http://www.linear.com/micromodule)

Tel: 08-623 16 00



LX, LTC, LT, LTM and PolyPhase are registered trademarks and μModule is a trademark of Linear Technology Corporation. All other trademarks are the property of their respective owners.

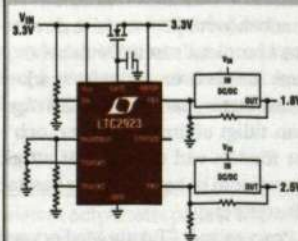
### 8A, 4MHz, Monolithic Synchronous Step-Down Regulator in 5mm x 7mm QFN—LTC3418



**Features:**

- High Efficiency: Up to 95%
- 8A Output Current
- 2.25V to 5.5V Input Voltage Range
- Tracking Input to Provide Easy Supply Sequencing
- Programmable Frequency: 300kHz to 4MHz

### Power Supply Tracking Controller—LTC2923



**Features:**

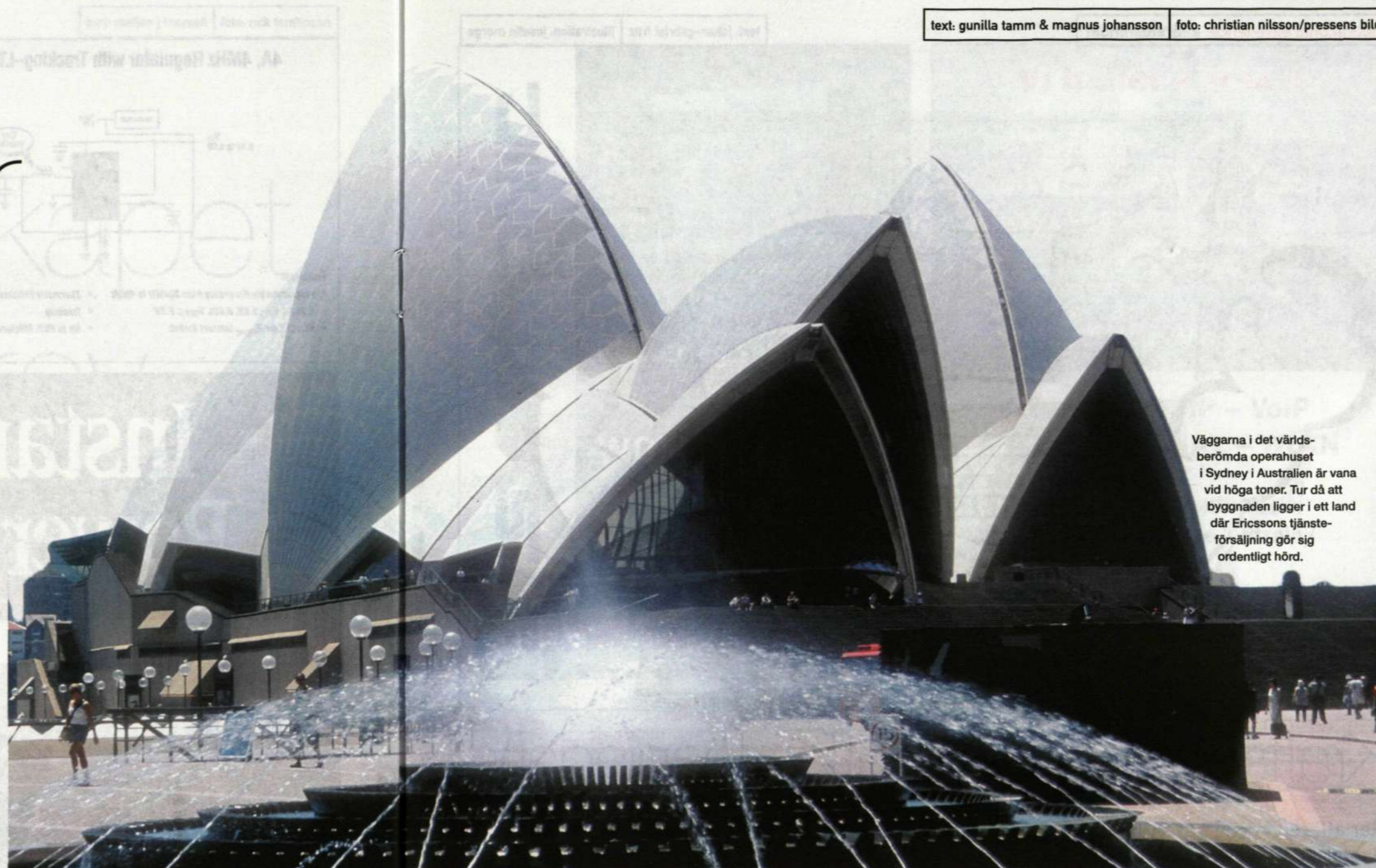
- Tracks Both Up and Down
- Adjustable Ramp Rate
- Electronic Circuit Breaker
- MSOP-10 and DFN-12 Packages



Sweden Arrow 08-562 655 00 ACAL 08-546 565 00  
 Finland Fintronic +358-9-2512 7770 Arrow +358-9-476 660  
 Norway Arrow +47-52 76 30 00 ACAL +47-32 16 20 60  
 Denmark Arrow +45-70 10 22 11 ACAL +45-70 26 22 25

# Landet där tjänsterna tar sig ton

I kölvattnet av båtarna i Volvo Ocean Race framträder en marknadsenhet som är "bäst i klassen" när det gäller tjänsteförsäljning. Vi talar om ANZA, Australien, Nya Zeeland och Oceanien, där 44 procent av omsättningen kommer från tjänsteförsäljning.



Väggarna i det världsberömda operahuset i Sydney i Australien är vana vid höga toner. Tur då att byggnaden ligger i ett land där Ericssons tjänsteförsäljning gör sig ordentligt hörd.

**För tre år sedan** stod tjänstesektorn för 26 procent av marknadsenheten ANZA:s omsättning. Förhoppningen är att den snart ska utgöra 50 procent.

– Då kan vi kalla oss ett verkligt tjänsteföretag, säger Barry Borzillo, chef för ANZA.

Det som har satt fart på tjänstemarknaden är framför allt att kunderna behöver hjälp att driva de allt mer komplexa näten. Detta behov finns förstås även på andra marknadsenheter men inom ANZA såg man tidigt affärsmöjligheten och har förstått vad det innebär att gå ifrån att vara ett företag som enbart levererar basstationer till att bli ett tjänsteföretag.

Programmet "Taking Me Forward" som avslutades i juni förra året syftade till att bygga en ny företagskultur och omfattade marknadsens samtliga medarbetare. Precis som namnet antyder handlar innehållet i programmet om medarbetarna själva.

– En viktig del i programmet har varit att få medarbetarna att förstå vad det är som driver marknaden och hur Ericsson och företagets kunder påverkas, säger Simon Gatward, som är huvudansvarig för Services inom ANZA.

Man har identifierat fem beteenden som ska utmärka framtidens arbetskultur; Arbeta i lag, ta ansvar,

vilja vinna, sätta kunden i fokus och sist men inte minst ha roligt på arbetet.

Även efter det att Taking Me Forward, avslutades har man fortsatt att föra fram budskapen och fortsatt bygga basen för en ny företagskultur.

– Att programmet varit framgångsrikt syns på resultatet av förra årets Dialogundersökning. Det har blivit tydliga förbättringar när det gäller Empowerment, alltså medarbetarnas delaktighet och möjlighet till egna beslut. Även Human Capital Index, som bland annat mäter motivation, samarbete, ansvar och initiativ, har förbättrats. Samma resultat ger en lokal benchmarking, alltså en jämförelsen med branschen här, säger Simon Gatward.

Han berättar samtidigt att man fortsätter att förklara marknadsförändringarna för organisationen och hur man på bästa sätt kan ta tillvara de affärsmöjligheter som förändringarna ger.

En bidragande orsak till den kraftigt ökade tjänsteförsäljningen är naturligtvis det sjuårskontrakt, rörande managed services, som Ericsson redan har i Australien med den globala operatören Hutchison 3.

Det var i december 2002 som Ericsson och Hutchison skrev detta avtal som fram till då var det största managed services avtalet i telekomvärlden. Det innebar bland annat att Ericsson tog över den dagliga driften av operatörens 2G- och 3G-nät.

Hutchison skulle även i fortsättningen äga nätet, ha full kontroll över nätets tillgångar och ha ansvar för

strategisk design och planering samt inköp av utrustning. Som en följd av avtalet gick ungefär 240 personer från IT och teknik på Hutchison över till Ericsson i Australien.

Men tjänsteförsäljning är förstås inte allt för Ericsson i regionen. Att ta marknadsandelar inom bredband och leverera ett 3G-nät till operatören Telstra är två viktiga uppdrag för Ericsson de kommande tolv månaderna. Kan Ericsson förvalta det stora intresse som finns för bredband i regionen är mycket vunnet.

– Konsumenterna är väldigt intresserade av bredband och antalet användare växer nu snabbare än vad antalet mobilabonnenter gjorde när tillväxten var som störst. När konsumenterna börjar använda bredband i hemmet, driver det på intresset för mobil bredband, säger Tony Mallegeorgos, som är ansvarig för marknadskommunikation och affärsutveckling på ANZA.

En av Ericssons största kunder på marknadsenheten är operatören Telstra. Företaget har funnits i Australien i närmare 100 år och har samarbetat med Ericsson i drygt 50 år.

I november förra året tillkännagav Telstra att man kommer att rulla ut ett 850 MHz WCDMA-baserat

nät, som ska täcka 97 procent av befolkningen i Australien. Det nya nätet ska ersätta det nuvarande CDMA 1X. Som leverantör har Telstra valt Ericsson och ett kontrakt skrevs i slutet av december förra året.

– Detta är definitivt ett av de allra största och viktigaste uppdragen för Ericsson i Australien i år, säger Barry Borzillo.

Med det nationella 3G-nätet kommer alla australiensare att få samma tillgång till nya intressanta tjänster, som till exempel telemedicin, utbildning på distans, "blåljus-tjänster" (public safety) och underhållning via mobil video. Tack vare det nya nätet kommer utbudet av mobiltelefoner att tredubblas för landsbygdsbefolkningen.

– Telstra blir den första operatören som lanserar 3G i hela Australien. Det innebär högre hastigheter, bredare täckning och bättre tjänster, säger John Gonner, som är ansvarig för Wireless på Telstra.

Han räknar samtidigt upp många fördelar med 3G-nätet. Så kommer till exempel affärsmän på landsbygden att få tillgång till samma snabba tjänster som sina konkurrenter i städerna. Folk som idag inte har tillgång till ADSL-tjänster kommer att kunna använda trådlöst bredband.

Ett område som inte växt som förväntat men där man nog kommer att se en förändring, är olika tjänster inom mobil data.

– När operatören 3 kom in på marknaden här och införde att man betalar en viss summa varje månad för en viss tjänst som till exempel nyheter, har intresset för mobila datatjänster blivit mycket större. Att följa realitets TV såpan "Big brother" via 3G-telefonen har man kunnat göra i Australien sedan två år tillbaka. Tjänsten är idag mycket populär, säger Tony Mallegeorgos som också berättar att Ericsson i Australien har tagit kontakt med olika mediaföretag för att få dessa att lansera 3G-telefonen som en media-kanal via en mobil portal.

– På Nya Zeeland har Ericsson inte lika stark position som i Australien och vår stora kund här, Telstra,

är små på marknaden där, som domineras av New Zealand Telecom. Operatören har valt CDMA från Lucent medan Vodafone NZ valt Nokia till sitt 3G-nät, berättar Barry Borzillo.

Även om affärerna i Oceanien inte är så stora är de viktiga ur strategisk synpunkt. Speciellt gäller det ett 3G-nät som Vodafone beställt till Fiji. En annan affär är ett GSM-nät till Samoa.

– Förutom att leverera utrustning handlar det också om managed service, vi ska alltså driva näten åt operatörerna. Idag har det blivit vanligt att vi samtidigt med en order på utrustning också skriver kontrakt på managed service, avslutar Barry Borzillo. •



Barry Borzillo

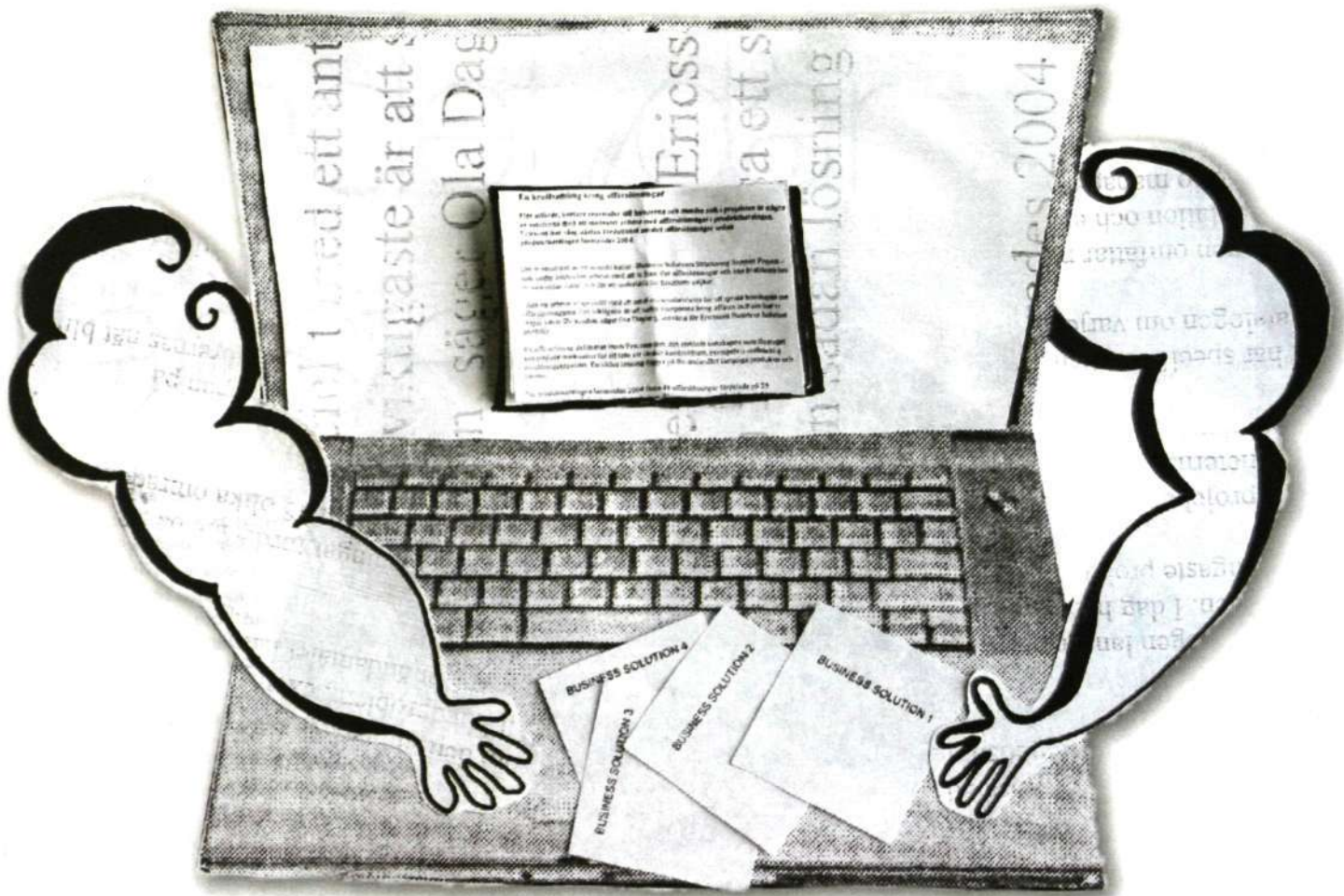


Tony Mallegeorgos

#### fakta: marknadsenheten australien, nya zeeland och oceanien, anza

- Ericsson har 1 400 anställda på marknadsenheten.
- Huvudkontoret ligger i Melbourne.
- Redan 1890 såldes den första Ericsson-telefonen i Australien.
- 1951 inrättades det första försäljningskontoret.
- 1963 startade tillverkning i Broadmeadows, Melbourne.
- Ericssons största kunder på marknadsenheten är Telstra, Hutchison 3 och Vodafone.
- Den största konkurrenten på servicesidan är IBM och de traditionella telekomkonkurrenterna är

- Nokia på mobiltelefoni och Alcatel på fast telefoni. Andra konkurrenter är Nortel, Siemens och kinesiska Huawei.
- 1977 valde operatören Telstra AXE.
- 1999 beställde Telstra Australiens första GPRS-system.
- 2001 fick Ericsson Australiens första 3G-order, beställare var Hutchison och 2002 skrev operatören ett sjuårigt managed service-kontrakt med Ericsson.
- 2005 Telstra valde Ericsson som leverantör till sitt 3G/WCDMA-nät, baserat på WCDMA 850 MHz.



## Kraftsamling kring affärslösningar

Fler affärer, kortare svarstider till kunderna och mindre risk i projekten. Det är några av vinsterna med att medvetet arbeta med affärslösningar i produktkatalogen. Grunden för effektiviseringen heter "Business Solutions Structuring Support Project", och Ericsson har i dag nästan fördubblat antalet affärslösningar sedan produktkatalogen lanserades 2004.

– **Just nu arbetar** vi speciellt med ett antal marknadsenheter för att sprida kunskapen om affärslösningarna, säger Ola Dagberg, ansvarig för Ericssons produktportfölj för affärslösningar. Det viktigaste är att samla kompetens kring affären och om hur vi skapar värde för kunden.



Ola Dagberg.

En affärslösning definieras inom Ericsson som den samlade kunskapen som företaget kan erbjuda marknaden för att lösa ett särskilt kundproblem, exempelvis otillräcklig överföringskapacitet. En sådan lösning bygger på lämpliga produkter och tjänster.

När Ericssons produktkatalog lanserades 2004 fanns 44 affärslösningar fördelade på 23 lösningsområden. I dag har de växt till drygt 80 lösningar inom 35 olika områden och täcker de vanligaste problemen operatörskunderna stöter på.

Förbättringsprojektet som avslutas i dagarna sättes igång för att öka kunskapen på marknadsenheterna om hur man säljer lösningar i en situation där operatörernas nät blir allt mer komplexa.

Projektet har specificerat en miniminivå på den information som ska finnas tillgänglig i produktkatalogen om varje lösning.

– Informationen omfattar marknadsförings- och försäljningsstöd, presentationer, värdeargumentation och exempel på framgångsrika kundprojekt, säger Hans Malmberg, solution portfolio manager som delar ansvaret för affärslösningar i produktportföljen med Dagberg.



Hans Malmberg.

– Den förklarar också hur våra tjänster och produkter kan användas tillsammans med produkter från våra partner och andra leverantörer för att lösa kundens problem, från användare till användare genom hela nätet.

De båda har redan besökt ett antal marknadsenheter – till exempel Kina (Hong Kong), Turkiet och Norden och Baltikum (NOBA) – för att informera om sitt projekt och om hur affärslösningar kan stödja marknadsenheterna i deras arbete. Den återkoppling de fått hittills har varit positiv.

Marknadsenheterna efterfrågar framför allt information om tidigare affärer, projektspecifikationer och business case. Dagberg och Malmberg kommer att besöka ytterligare fem marknadsenheter.

För affärslösningarna har man också definierat ett gemensamt arbetssätt och en modell för samarbete

över affärsenhetsgränserna baserat på Product Life Cycle Management-processen (som med mallar och verktyg täcker hela livscykeln hos Ericssons produkter). Här ingår även roller och ansvar samt principer för dokumentation.

– Att ha väl beskrivna processer är inte minst viktigt nu när Marconis lösningar kommer in i Ericsson, säger Ola Dagberg.

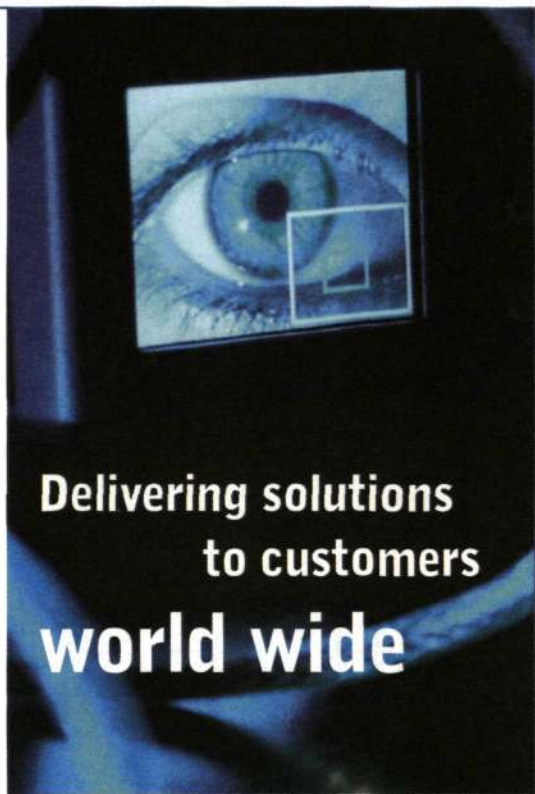
### fakta: affärslösningar

Det finns tre områden av affärslösningar i produktkatalogen:

- Slut användarlösningar, som i första hand skapar intäkter och möjliggör nya slutanvändartjänster. Exempel: Multimedia Messaging Service (MMS).
- Business Operation-lösningar, som inriktar sig på operatörernas driftskostnader. Exempel: Content and application hosting, det vill säga hur Ericsson kan hjälpa operatörer att snabbt tillhandahålla nya tjänster utan att behöva installera och hantera nya system.
- Infrastrukturlösningar, som inriktar sig både på operatörernas investerings- och driftskostnader. Exempel: Mobile softswitch.



# SYNTRONIC



Delivering solutions  
to customers  
world wide



design  
house  
[www.syntronic.se](http://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



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

Se hela vårt kursutbud på:  
[www.ip-solutions.se/eritrain/](http://www.ip-solutions.se/eritrain/)



Functens Gränd 1, 111 27 Stockholm  
e-mail: [info@ip-solutions.se](mailto:info@ip-solutions.se)  
SIP: [info@ip-solutions.se](mailto: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>

*Mindset är en utbildningskoncern som erbjuder skräddarsydda helhetslösningar och kurser inom sex områden; ledarskap, verksamhetsutveckling, 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.*



Karin Grebn, Affärsområdeschef, Öppna kurser Mindset

## Bli bättre på att ge feedback med Mindset

1 dag

### Feedbackutbildning

Individual Performance Management (IPM) ska koppla individuella mål till affärsrelaterade mål och genom kvalitativ feedback och coaching forma organisationen till en högpresterande kultur, driven av kundens krav och stödjer Our Ways of Working. Ericsson erbjuder nu tillsammans med Mindset en utbildning i målnedbrytning och feedback. Kursen är en dag och vänder sig till dig som håller och kommer att hålla medarbetarsamtal och vill utveckla din förmåga att ge konstruktiv feedback. I kursen varvas teori och praktik. Deltagaren kommer att ges chansen att praktiskt öva att ge feedback i olika situationer för att öka färdigheten och känna en ökad trygghet.

#### Ur innehållet

- Introduktion - innehåll, mål, koppling till IPM
- Mätbara mål - hur sätter man mål - Teori/Praktik
- Feedback grunder - Teori
- Frågetekniker - Teori/Praktik
- Aktiv lyssning - Teori/Praktik
- Rollspel feedback - Praktik

#### Vill du ha mer information?

Gå in på [www.mindset.se/ericsson](http://www.mindset.se/ericsson) eller ring 08-5272 8870. Du kan även skicka ett SMS till 71160 (normal sms-taxa) med texten "mindset kontakten" så ringer en utbildningsrådgivare upp dig.

**AKTUELLA  
KURSER!**

**Kurskostnad**  
4 100 kr inkl 20%  
rabatt exkl moms

**Kursstarter**  
2006-03-24 i Stockholm  
2006-04-06 i Göteborg  
2006-04-27 i Stockholm

**Bokning**  
Du bokar dig genom  
Ericsson Buyer

**Ta ledningen**



Mindset [www.mindset.se](http://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**

Mindset  
utbildar inom:

Ledarskap

Verksamhetsutveckling

Affärsmannaskap

Affärspråk

Kommunikation

Personlig utveckling

# IPM

## – ett nytt sätt att mötas

**En tydligare koppling mellan mål, förväntningar, resultat och uppföljning för den enskilde medarbetaren. Det är syftet med IPM – det nya sättet för chefer och anställda att mötas.**

### IPM (Individual Performance Management)

ersätter alla tidigare samtal mellan chef och medarbetare och samlar alla delar av diskussionerna på ett och samma ställe. Detta omfattar områden som kompetens, prestationer, kommunikation om mål, Dialogresultat och löner.

Ramverket, som tillämpas sedan den 1 januari i år, ska användas på samma sätt i hela Ericsson-organisationen. Det handlar till exempel om hur man genomför en IPM-diskussion, vad som ska finnas med i en sådan och vilka bedömningskriterier som ska användas.

I början av året genomförs ett första IPM-samtal mellan chef och anställd. Det ska användas till att sätta upp mål och förmedla förväntningar inom områdena prestationer, värden och beteenden, kortsiktiga kompetensaktiviteter och individuell utvecklingsplan. Under året hålls sedan uppföljnings-samtal med de anställda så att de når sina mål och lever upp till förväntningarna.

Marknadsenheten Eastern Europe & Central Asia (EECA) har arbetat konsekvent med IPM-liknande diskussioner sedan 2003. Enheten har vuxit snabbt under de senaste åren, både mätt i försäljning och i antalet anställda – förra året anställdes exempelvis ytterligare 150 personer.

Trots dessa förändringar gick det mycket bra för EECA i den senaste Dialog-undersökningen. Enheten fick 74 för målkännedom, 73 för kommunikation, 78 för ledarskap och 79 för IPM-kvalitet.

– IPM har varit en förutsättning för vårt fina Dialogresultat och vi har arbetat hårt med att implementera konceptet redan från början, säger Catrin Düsing, personalchef på EECA.

– Genom att IPM ger en struktur har det varit ett viktigt verktyg för att uppnå bättre kommunikation mellan chefer och anställda, och för att skapa en målriktad organisation. IPM har också bidragit till större engagemang bland de anställda genom en tydlig kommunikation av individuella mål.

IPM kan vara ett kraftfullt sätt att arbeta med för-



Catrin Düsing



Inom marknadsenheten Östeuropa har man arbetat kontinuerligt med diskussioner som liknar IPM sedan 2003. Galina Kolomijets, chef för Sourcing och logistik på Ericsson i Ukraina (i mitten) har IPM samtal med Irina Grischenko (till vänster) och Inna Vekhova.

bättringar utifrån Dialog-resultatet. Ukraina, en av marknaderna inom EECA, har identifierat två förbättringsområden för 2006 – stress och befogenheter.

Sourcing- och logistikchef Galina Kolomijets på Ericsson Ukraina, vars enhet har vuxit från fem till tio anställda på några år, säger att IPM är ännu viktigare i en snabbt växande organisation.

– Som chef behöver man verkligen en struktur för att kommunicera mål och förväntningar till de anställda. IPM är ett mycket bra redskap för att få allt på plats och kommer att hjälpa oss att utforma vårt förbättringsarbete under 2006 genom tydlig coaching och återkoppling, säger hon.

– Jag tycker speciellt om den delen i IPM som handlar om värden och beteenden. Ett förnuftigt accepterande av våra kärnvärden och individens beteende är avgörande för att uppnå resultat som lag.

Galina Kolomijets säger att processen att sätta upp mål för 2006 har påbörjats i februari, och följs av återkoppling och uppföljning senare i år. Hon tror inte att det kommer att bli några större förändringar i sättet att arbeta med IPM jämfört med förra året.

Ericssons vd och koncernchef Carl-Henric Svanberg och hans ledningsgrupp använder IPM på samma sätt som resten av företaget. Med hänvisning till det Svanberg sade på chefskonferensen GMC 2005, menar han att det är viktigt med kraftfullt ledarskap och inspirerade anställda. Det finns också ett behov av tydliga mål och återkoppling.

– Nyckeln till att uppnå allt detta är att involvera alla i att definiera målen och hur man ska uppnå dem. Det är därför vi har bestämt oss för att implementera ett gemensamt IPM-ramverk på Ericsson, säger Svanberg.

Han menar att IPM är ett sätt för Ericsson att behålla sin konkurrenskraft på marknaden, där det finns ett ständigt behov av att bli bättre och göra saker snabbare för att vinna nya affärer.

– För att kunna göra detta behöver vi motiverade människor som känner sig stolta över att arbeta för Ericsson och som förstår hur de ska bidra till vår framgång. Genom IPM kommer de anställda utveckla sin kunskap och erfarenhet så att Ericsson verkligen blir den sanna ledaren i en all-kommunicerande värld.



## Låt oss ta dig framåt!

De populäraste kurserna på Ericsson just nu:

### UMTS - IMS and SIP Signalling

Stockholm 25-27 april  
Cascais 16-18 maj  
Madrid 13-15 juni

### TCP/IP in the Mobile World

Stockholm 13-14 juni  
Cascais 11-12 juli

Vi erbjuder även företagsanpassade kurser.  
Se mer på [www.apis.se/ericsson\\_apis\\_portal.php](http://www.apis.se/ericsson_apis_portal.php)



För mer information besök [www.apis.se](http://www.apis.se), ring Apis Customer Service 08-555 105 00 eller skicka ett e-mail till [customerservice@apis.se](mailto:customerservice@apis.se)



**Kurser inom:**

**C++,  
Perl, Java,  
RUP/UML,  
m m**

**Se även  
[www.init.se!](http://www.init.se)**

#### Anmälan

Enklast anmäler du dig via ert inköpssystem Ericsson Buyer.

#### Läs mer

Hela vårt utbud hittar du på [www.init.se/ericsson](http://www.init.se/ericsson)



Våra kurslokaler ligger centralt, nära Stureplan.

**init**

Init AB Box 5618 Engelbrektsgränd 7 114 86 Stockholm  
tel 08 - 407 01 00 fax 08 - 407 01 99 [www.init.se](http://www.init.se) [ipt@init.se](mailto:ipt@init.se)

#### Training activities examples:

Being a Leader

Date: 16-19 May

Leading Teams

Date: 9-10 May + 13-14 June

Negotiation Skills

Date: 29-31 March

Negotiation across Cultural Differences

Date: 29-31 March

Product Management Way of Working

Date: 26-27 April & 17-18 May

Business Finance for Product Management

Date: 21-22 March, 24-25 April, 22-23 May & 13-14 June

All occasions above will take place in Stockholm. View our range of training activities on: [www.cmi.consultus.se/ericsson](http://www.cmi.consultus.se/ericsson)

CMI delivers training within Leadership & Business to Ericsson's employees. Scheduled, customized and on-site.

**Do you as a manager get the effect you need from your investments in competence development?**

Read more about how we can help you reach wanted effect  
[www.cmi.consultus.se/ericsson](http://www.cmi.consultus.se/ericsson)

CMI develops learning solutions and create learning environments based on your subject expertise and our pedagogical skills.

E-mail: [Info.cmi@consultus.se](mailto:Info.cmi@consultus.se)  
Tel: + 46 8 51 90 91 87

**Consultus** Management Institute

**Consultus supports business leaders and organizations in development, change and learning.**

#### Consultancy Service examples:

- Strategy and Culture
- Performance management
- Organisational strategies
- Change Management
- Management Team Building
- Teambuilding
- Coaching
- Managing conflicts

[www.consultus.se](http://www.consultus.se)  
E-mail: [Info@consultus.se](mailto:Info@consultus.se)  
Tel: + 46 8 51 90 95 00

**Consultus**



## Nu utbildar vi på Ericsson...

STF Ingenjörsutbildning skräddarsyr kurser och längre utbildningsflöden med teori och praktik inom...

- Ethernet och IP
- Routing, QoS och MPLS
- IP-telefoni
- Trådlös säkerhet



Klara, färdiga... utbildad!

STF INGENJÖRSUTBILDNING AB 08-613 82 00  
Din partner för livslångt lärande

[www.stf.se/it](http://www.stf.se/it)

sedan sist



Ericsson har landat 18 IMS-kontrakt på lika många månader, ett bra resultat. En viktig anledning är att säljpersonal, ingenjörer och produktledning arbetar tätt ihop.

## Starkt lagarbete ger IMS drag

Ericsson uppfattas fortfarande som den ledande leverantören av IP Multimedia Subsystem (IMS). Detta är till stor del resultatet av internt lagarbete, säger Todd Ashton, chef för IMS Market Support.

**Bara arton månader** efter lanseringen av IMS-tekniken har Ericsson redan fått 18 IMS-kontrakt och har ytterligare 37 försökssystem på gång. Kontrakten spänner över tre kontinenter och gäller några av de största telekomoperatörerna i världen, bland annat spanska Telefónica.

Todd Ashton förklarar att det som ligger bakom Ericssons framgång med IMS är att säljpersonal, ingenjörer och produktledning arbetar mycket tätt ihop.

– För att kunna ge ett bra IMS-erbjudande har vi integrerat de tekniska, affärsmässiga och marknads-mässiga aspekterna, säger han.

Ashton ger också en annan förklaring till att Ericsson lyckats bra med IMS, nämligen att man använt samlade budskap till kunderna och industrin. I alla marknadsaktiviteter som Ashton och hans team har genomfört, alltifrån pressreleaser till samtal med analytiker, har de använt samma budskap. Detta har ytterligare stärkt uppfattningen av Ericsson som ledande vilket i sin tur har lett till vunna affärer.

Joe McGarvey, analytiker från Current Analysis, som följt IMS-utvecklingen noga, håller med om att

Ericssons konsekventa marknadsföring har varit avgörande för att kunna fortsätta att uppfattas som marknadsledande.

– Ericsson gjorde ett utmärkt jobb när de publicerade sina gjorda installationer och sin produktportfölj. De var också först med att anordna en telefonkonferens för industrianalytiker, vilket var ett mycket smart sätt att stärka intrycket, säger han.

Men, betonar han, det är svårare att stanna kvar på toppen än att komma dit.

– För att Ericsson ska kunna behålla sitt försprång måste man kunna visa på nya framsteg inom området, säger Joe McGarvey och fortsätter:

– Ericsson måste nu avslöja ännu mer om sin produktportfölj och sina strategier. Det skulle också vara bra med ännu en telefonkonferens inom kort för att påminna folk om hur bra det går och vilka planer man har.

En helt annan utmaning är det växande motståndet mot IMS. McGarvey förklarar att idag säger olika internet-grupper att IMS inte behövs. De säger att det finns alternativ på det "vidöppna" internet och att IMS bara är ett sätt för de etablerade operatörerna att försöka behålla sin kontroll över abonnenterna.

– Ericsson måste bevisa att IMS är mer än bara ett sätt att ge leverantörerna av telekomtjänster ett verktyg för att ta betalt för tjänster som konsumenterna annars kan få gratis. De måste visa att man med IMS kan skapa unika tjänster som det annars inte skulle gå att göra, säger han.

Det råder inget tvivel om att Ericsson tror att tekniken kommit för att stanna, att döma av det stora antal IMS-applikationer man tagit fram.

Bland dessa tjänster är push-to-talk, som gör det möjligt för konsumenterna att hålla kontakt med vänner genom en knapptryckning, och weShare, som tillåter mobilanvändarna att tala med varandra samtidigt som de delar en whiteboard-illustration eller en bild eller ett videoklipp. Andra applikationer är Presence, som gör att man kan kontrollera när andra är tillgängliga, Multimedia Telephony, som är multimedia-tjänster över fast bredband, alltifrån videokonferenser till Instant Messaging och IP Centrex, som är en IP-lösning för företag.

Näst i tur att lanseras är IMS Studio, som erbjuder hjälp och verktyg för utvecklare att skapa nya IMS-baserade applikationer.

– Vi har lagt ner mycket tid och arbete på att utveckla våra produkter och jag tror att vi har fått fram en imponerande portfölj och etablerat oss som ledare inom IMS, säger Magnus Furustam, chef för Ericssons IMS-program.

# Nya kamera- och musikmobiler

Sony Ericsson går bra och lanserar nya mobiler som aldrig förr. I slutet av februari släpptes sex nya modeller, med fokus på kamera- och musikfunktion. Både raka K-modeller och vikbara Z-modeller. Det betyder att Sony Ericsson under årets två första månader lanserat elva nya modeller.

K800 och K790 är Sony Ericssons första mobiler som utnyttjar Sonys varumärke för digitalkameror, **ericsson** Cyber-shot. K800 är en dualmode telefon för 3G och GPRS medan K790 är en Edge-telefon för tre frekvensband. Båda är försedda med en kamera som har 3,2 megapixel bildupplösning, autofokus, förbättrad energisnål blix, en funktion som stabiliserar bilden samt möjlighet att ta nio bilder på en sekund.

Rikko Sakaguchi från Sony Ericsson säger att målet alltid är att ge mobilanvändarna mer värde och att Cyber-shot-telefonen kommer att erbjuda en helt ny nivå när det gäller att utbyta högklassiga bilder med varandra.

GPRS-modellerna K510, Z530 och K310 erbjuder alla hög kvalitet på digitalfoto kombinerat med metoder att enkelt spara och sända bilder.

För ett år sen började Sony Ericsson använda Sonys varumärke Walkman för musiktelefoner över



P990i

K610i

Internet, och W300 som nu lanseras är den sjunde i ordningen. Den vänder sig till unga användare och erbjuder hög musikkvalitet och har en kompakt snygg design samt har en integrerad kamera.

De nya modellerna kommer alla att finnas på marknaden under andra kvartalet i år.

Analytiker förutspår att mobilmarknaden fortsätter att växa och att de största leverantörerna, där Sony Ericsson ligger på femte plats, kommer att kapa åt sig ännu större del av marknaden. •

## Ny webbplats om Ericssons ansvar

Kraven på Ericsson att tydligt visa hur man hanterar samhällsfrågor ökar ständigt. Nu uppgraderar och utökar Ericsson sin webbplats Corporate Responsibility för att understryka sitt engagemang i sådana frågor.

Webbplatsen lanserades den 1 mars och beskriver Ericssons arbete för att minimera effekten av verksamheten på miljön, för att skydda mänskliga rättigheter och främja en hållbar, ekonomisk tillväxt.

Och att Ericsson satsar på dessa frågor är inte bara en "må-brå"-åtgärd, säger Torbjörn Nilsson, chef för Ericssons strategi och produktportfölj.

– Vi arbetar med dessa frågor på ett konkret, gripbart sätt och det har vi gjort i över tio år. Kraven från kunder och investerare på mer information om vårt arbete med sociala frågor och miljöfrågor ökar och lanseringen av webbplatsen är ett sätt att möta de kraven, säger han.

Ett exempel på Corporate Responsibility-verksamhet är Business Unit Access plan för att till 2008 drastiskt minska den energimängd som WCDMA-basstationer förbrukar. Samtidigt som man genom mindre elförbrukning minskar effekterna av växthuseffekten skapar man positiva konsekvenser för kunderna.

– El är en stor del av våra kunders kostnader. Därför blir miljömedvetenheten även ett bra säljargument, säger Torbjörn Nilsson. •

## Första FoU-enheten i Indien

Ericsson förstärker sin närvaro i Indien ytterligare genom att öppna sin första FoU-enhet i landet. Dessutom öppnar man även ett Global Service Delivery Centre (GSDC).

Arbetet på FoU-enheten, som placerats i Indiens fjärde största stad, Chennai, kommer att fokusera på utveckling av servicelager och på mer-värdetjänster för pre-paid- och multi-mediasegmenten. På GSDC, som lagts i Gurgaon

utanför New Delhi, ska man rikta sig till globala kunder för att erbjuda Service Integration-lösningar.

Mats Granryd, chef för Ericsson India, räknar med att de två enheterna tillsammans kommer att ha runt 100 ingenjörer i slutet av 2006, och 500 inom några år.

Invigningen, som ägde rum den 25 februari, leddes av Indiens kommunikationsminister Thiru Dayanidhi och Sveriges ambassadör i Indien, Inga Eriksson Fogh. •



Mats Granryd (till vänster) firar invigningen tillsammans med medarbetare.

## Belöningsprogram för år 2006

Vid Ericssons stämma 10 april kommer styrelsen att presentera belöningsprogrammet Long Term Incentive (LTI 2006). Planen som **ericsson** liknar den från i fjol omfattar alla anställda, nyckelpersoner och högre chefer.

Styrelsen tycker det är viktigt att fortsätta med belöningsprogrammet, som uppmuntrar alla anställda att investera och engagera sig i företaget. Programmet är också viktigt för att behålla och rekrytera nyckelpersoner.

Ericssons första LTI plan infördes 2004 och baserades på Aktiesparplanen 2003. LTI 2006 består av tre delar: Aktiesparplanen för alla anställda, Key Contributor Program som omfattar upp till 6 040 nyckelpersoner och Performance Matching Program som berör upp till 220 högre chefer. •

## Samlade säljstyrkor laddade för framtiden

Före detta Marconis säljstyrkor mötte alla **ericsson** säljare på Ericsson i Stockholm den 26 januari. Mötet fungerade som startskott för bolagets förstärkta säljorganisation. Den samlade säljstyrkan kommer att dela portfölj, erfarenheter och mål.

Kundansvariga från både Ericsson och före detta Marconi var inbjudna till evenemanget, och huvudtemat var tillväxt, kombinerad portfölj och lagarbete. •



Gunnar Strömme, Ericsson möter Geoff Simmons, fd Marconi.

## Consumer & Enterprise Lab ger oss Indienfakta

Early Adopter-segmentet använder gärna mobiltelefonen, 40 procent laddar ned ring-signalerna minst varje månad, 14 procent kollar nyheter, sport och väder varje vecka och 14 procent spelar spel dagligen.

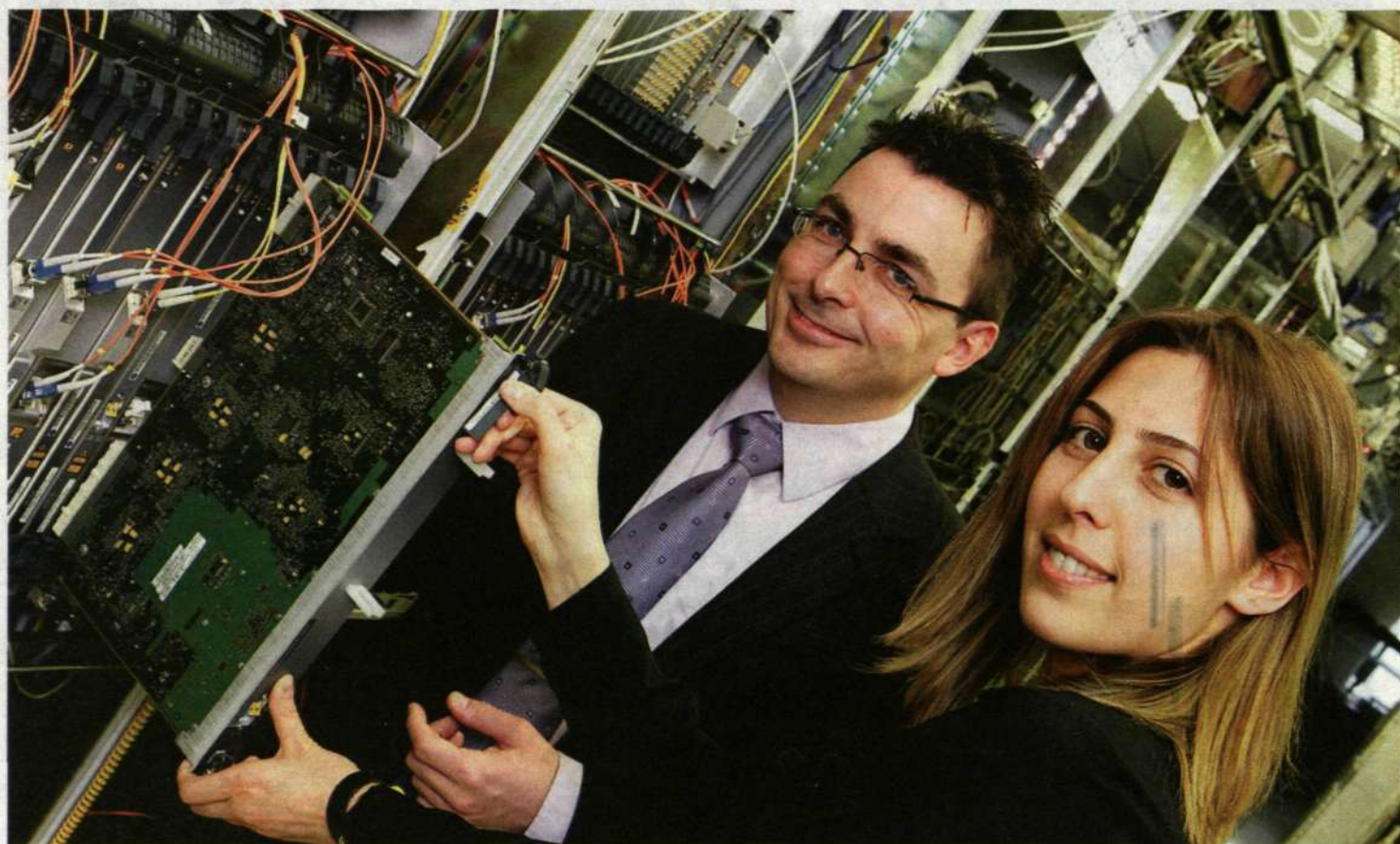
Abonnenter och potentiella abonnenter i Indien testar också gärna nya applikationer, exempelvis:

- Nedladdning av musik
- Positioneringstjänster (GPS)
- Internetsökningar
- Videotelefoni
- Mobila kontorsapplikationer

Läs rapporten på: [http://internal.ericsson.se/page/hub\\_inside/sales/consumerslab/reports/consumer\\_insight.jsp](http://internal.ericsson.se/page/hub_inside/sales/consumerslab/reports/consumer_insight.jsp) •

till sist

text: lena widegren foto: kit fanner



Jon Munns och Parnaz Behmardi är två av alla de nya medarbetare som kommit till Ericsson från Marconi. Båda arbetar med OMS 1664 som hör till den nya generationen optiska multiserviceplattformar.

## Marconifolket har anlänt

Den 23 januari i år markerade dagen då Marconi blev en del av Ericsson. Förväntningarna är höga inte minst bland de före detta anställda på Marconi. Kontakten har pratat med två av dem, Jon Munns och Parnaz Behmardi.

**N**ågra kilometer utanför Nottingham i England ligger en av Marconis anläggningar som nu officiellt är del av Ericsson. Det är tydligt att de som jobbar där ser positivt på det som händer trots en del turbulens som är given i samband med stora företagsköp.

– Jag är mycket glad över att vi nu är en del av Ericsson. Det är en fantastisk möjlighet för oss och för Ericsson, säger Jon Munns som är ansvarig för optiska multiservice-plattformen OMS 1664 med ett tjugotal medarbetare i sin arbetsgrupp.

Jon Munns beskriver att målsättningen är att i år signifikant öka försäljningen för hans produktområde globalt som ett led i integrationen med Ericsson. Det arbetet har han redan inlett.

– Jag börjar få ett bra nätverk inom företaget och tillsammans ska vi nå våra högt uppsatta mål. Jag hoppas ju att vi med Ericssons styrka och närvaro i världen ska förbättra produkten ytterligare och göra den än mer attraktiv för våra kunder. Samtidigt ska vi arbeta för att få ned kostnaderna.

I förra numret av Kontakten som till stora delar var dedikerat Marconi och dess verksamhet fick vi veta att det stolta och hårt arbetande Marconifolket blivit ett internationellt känt begrepp; marconianis.

Parnaz Behmardi jobbar i Jon Munns grupp sedan tre år och bekräftar att likheterna mellan de båda företagskulturerna är flera.

– Vi har mycket kompetenta ingenjörer. De är härliga personligheter och gör jobbet roligt, säger hon. Parnaz Behmardi är ingenjör i grunden och har sedan några månader fått chansen att gå från hårdvaruingenjör till en roll som projektledare för OMS 1664.

– Vi ser fram emot att kunna erbjuda våra kunder en hel nätverkslösning i stället för delar av den, säger hon. Stora utmaningar och tuffa tider får människor att växa och svetsas samman. Kanske är det en förklaring till den starka sammanhållning som råder inom Marconi överlag. De senaste åren har ju bjudit de antända svåra situationer i form av radikala nedskärningar och omdirigering av produkter.

– Under den perioden handlade allt om att räta ut problem och finna snabbaste vägen till lösningen. Det var smärtsamt emellanåt. Särskilt att se kollegor lämna företaget. Men belöningen kom i form av nya bra produkter och en sann fighting spirit. Folk här accepterar helt enkelt inte ett misslyckande eller nederlag, säger Jon Munns.

Bara några veckor har gått sedan Ericssonledningen turnerade runt i Europa och USA för officiella välkomstmöten med marconipersonal.

– Det är svårt att säga idag hur övergången kommer att påverka min vardag. Fråga mig om några månader så vet jag mer. Men Ericsson är ett kraftfullt företag så jag ser ljus på framtiden, säger Parnaz Behmardi.

### fakta: OMS 1664

OMS 1664 hör till den nya generationen multiservice plattformar ur Marconis portfölj som blir en stor tillgång för Ericsson på den fasta sidan inom optiska bredbandsnät. Plattformen, eller noden, är utvecklad för att kunna möta operatörers växande behov av nya datatjänster och hanterar detta parallellt med traditionell nättrafik på ett kostnadseffektivt sätt.