

kontakten

NUMMER 15 · 13 OKTOBER 1998



Den fjorton personer starka nya koncernledningen, med koncernchefen Sven-Christer Nilsson i spetsen, mötte nästan 400 entusiastiska Ericssonchefer i San Diego under två hektiska dagar, den 7-8 oktober. Bakre raden från vänster: Bengt Forssberg, Lars A Stålberg, Mats Dahlin, Jan Wäreby, Bo Dimert och Haijo Pietersma. Främre raden från vänster: Johan Sjöberg, Jan Uddenfeldt, Torbjörn Nilsson, Carl Wilhelm Ros, Sven-Christer Nilsson, Britt Reigo, Björn Boström och Kurt Hellström.

Foto: Lars Åström

Nystart i San Diego

Så har det äntligen skett. Det stora möte som alla väntat på så länge har nu gått av stapeln, i amerikanska San Diego.

Sven-Christer Nilsson har presenterat den nya koncernledningen, och med den de nya visioner och strategier som

ska hjälpa Ericsson in i den lovande nya telekomvärld som väntar runt hörnet.

Kontakten fanns självklart på plats, och ger dig en sammanfattning av och en extra tidning om mötet. **2-3, bilaga**

NYHETER

Expansion i Marocko

Antalet marockanska mobiltelefonanvändare ökar snabbt. Under 1999 beräknas antalet ha tredubblats till 300 000. En andra mobiltelelicens väcker ytterligare internationellt intresse för marknaden. **21**

Extra liten för japanerna

Ericsson har tagit fram en ny telefon för den japanska marknaden. Telefonen ER205 är extra liten och har många finesser för att passa de speciella krav som användarna i Japan ställer. **5**

1 100 möttes i Orlando

1 100 medarbetare inom Företagsnät från 54 länder samlades i Orlando. Det var ett jättelikt utbildningsprojekt där alla 1 100 skulle utbildas inför lanseringen av Ericssons nya företagslösningar. **7**

Ryska krisen drabbar alla

Ericsson är ett av många företag som påverkas av krisen i Ryssland.

Tillväxtprognoser har reviderats neråt. Antalet kontrakt som undertecknas kommer att minska. **9**

132,00

Ericssons
B-aktie,
Stockholm 9/10

PORTRÄTT

Möt Maria Tullberg, känd föredragshållare om kvinnligt ledarskap. **14**

kontakten

Ansvarig utgivare

Lars A. Ståhlberg, 08-719 31 62

Koncernredaktör

Lars-Göran Hedin, 08-719 98 68,

lars-goran.hedin@lme.ericsson.se

memo: LME.LMELGH

Redaktionssekreterare

Lotta Muth, 08-719 51 71

lotta.muth@lme.ericsson.se

memo: LME.LMEMUTH

Redaktörer

Patrik Lindén, 08-719 18 01

patrik.linden@lme.ericsson.se

memo: LME.LMEPALI

Mia Widell Örnung, 08-719 41 09

mia.widell@lme.ericsson.se

memo: LME.LMEWIDE

Affärsområdesredaktörer

Thord Andersson, 08-422 03 16

thord.andersson@ebc.ericsson.se

memo: EBC.EBCTKAN

Anneli Krantz, 08-764 15 96

anneli.krantz@ecs.ericsson.se

memo: ECS.ECSANKR

Gunilla Tamm, 08-757 20 38

gunilla.tamm@era.ericsson.se

memo: ERA.ERAGT

Nils Sundström, 08-757 05 21

nils.sundstrom@era.ericsson.se

memo: ERA.ERANISM

Lena Widegren, 08-719 69 43

lena.widegren@etx.ericsson.se

memo: ETX.ETXLAWN

Niclas Henningsson, 031-747 01 40

niclas.henningsson@emw.ericsson.se

memo: EMW.EMWNIHE

Adress

Telefonaktiebolaget LM Ericsson,

HF/LME/I, 126 25 Stockholm

fax 08 - 681 27 10

Distribution

Solveig Sjölund, 08-719 41 11

solveig.sjolund@lme.ericsson.se

memo: LME.LMEKOCO

Layout

Paues Media i Stockholm AB,

08-665 80 72

kontakten@pauesmedia.se

Tryck

Nerikes Allehanda Tryck, Örebro 1998

Annonser

Display AB, 090-17 79 50

Dina lokala Kontakten-kontakter

Borås: Marica Thorsell, 033-17 96 34

Falun: Per Ellström, 023-685 01

Gävle: Barbro Albrektsson,

026-15 60 89

Hudiksvall: Lena Zacco-Broberg,

0650-363 32

Karlskrona: Angelica Edwardsson,

0455-549 40

Karlstad: Sven Carlsson,

070-544 62 32

Katrineholm: Eva Hetting,

0150-580 00

Kumla: Ivar Magnusson,

019-58 42 59

Linköping: Marianne Stockman,

013-28 72 15

Norrköping: Mitti Jerström,

011-24 19 34

Nynäshamn: Bert Björklund,

08-520 639 58

Söderhamn: Jeanette Svensson,

08-721 65 86

Umeå/Skellefteå/Luleå:

Peter Markgren, 090-15 30 19

Visby: Bertil Olsson,

0498-26 03 21

Östersund: Gun Lennmalm,

063-16 90 00

Ericssons nya väg en färd bland forsar

Ericsson ska bli snabbare och mer kundorientat än tidigare. Koncernens nya organisation ska göra företaget till vinnare i kampen om den nya telekomvärlden.

– Vi har en tuff färd framför oss, där det behövs både laganda och individuell styrka. Sven-Christer Nilsson liknar Ericssons framtid vid en forsfärd i gummiflotte. Många farliga klippor lurar på färden, men den finns också möjlighet till smarta och tidsbesparande vägval.

Härom veckan kom beskedet som många Ericssonmedarbetare väntat på sedan Sven-Christer Nilsson blev koncernchef. Ericssons nya organisation presenterades. Det är kunder och marknader som står i centrum i den nya organisation. Och den är utformad så att koncernen ska bli snabbare att reagera på kundernas önskemål.

De viktigaste byggnadsstenarna i den nya organisationen är koncernens affärs- och produktenheter. Dessa är i princip de samma som tidigare, men de ska nu rapportera direkt till koncernledningen.

Kunderna i fokus

Det är, inte helt oväntat, kunderna och marknaderna som står i fokus i den nya organisationen. Uppdelningen i affärsområden,

med produktorientering försvinner. Istället delas Ericssons verksamhet in i tre affärssegment, som vänder sig till de olika kundkategorierna konsument, nätoperatörer och företag.

Stommen i affärssegment Konsumentprodukter kommer att vara dagens mobiltelefonverksamhet.

Affärssegment Nätoperatörer innehåller verksamhet för både mobila och fasta lösningar för tele- och datakommunikation. Hit förs merparten av verksamheterna inom nuvarande affärsområde Mobilsystem och delar av dagens Infokomverksamhet.

Det tredje affärssegmentet, Företagslösningar, är inriktat på kompletta lösningar för företagskommunikationsbehov. I segmentet ingår framför allt delar

från dagens Infokomsystem men också delar från dagens Mobilsystem.

Koncernkontor ute i världen

Ett annat viktigt led i strävandena att komma närmare marknaderna och kunderna är etablerandet av fyra nya koncernkontor ute i världen. Kontoren får ansvar för Ericssons kunder i olika områden och ska också se till att Ericsson använder sina resurser inom respektive område så effektivt som möjligt. I den nyinköpta fastigheten i centrala London etableras ett koncernkontor för Europa, Afrika och Mellanöstern. De övriga kontoren får ansvar för Nordamerika, Latinamerika respektive Asien och Oceanien.

Varje koncernkontor leds av en Executive Vice President, som ingår i den nya koncernledningen. Där finns också de tre ansvariga för de nya affärssegmenten. I koncernledningen ingår också de sex personer som blir ansvariga för de sex olika funktioner som ersätter dagens elva koncernledningsfunktioner; personal, finans, marknadsföring och affärsutveck-

ling, teknik, produktförsörjning och information.

Flera av de nya ansiktena i ledningen har Sven-Christer Nilsson hämtat från affärsområde Mobilsystem.

– Dessa personer är några av dem som ligger bakom mobilsystems oerhörda framgångar under de senaste åren. Det är därför naturligt att det är de som lyfts upp till ledningen nu, förklarar koncernchefen i en intervju med den svenska morgontidningen Dagens Nyheter.

Detaljer i bilagan

Även om flera stora frågor har fått sina svar i och med att pressmeddelandet gick ut i härom veckan och chefsmötet i San Diego varit kvarstår naturligtvis en del frågor. Några kommer att få sina svar vartefter det nya Ericsson skapas. I Kontaktens specialbilaga från San Diego, som medföljer detta nummer, presenteras de nya strategierna och den nya organisationen mer i detalj.

Mia Widell Örnung

mia.widell@lme.ericsson.se



Laganda, individuell styrka och tuffa vägval ska göra Ericsson till en vinnare även i framtiden. Koncernchefen Sven-Christer Nilsson liknade scenariot vid en forsfärd i gummiflotte.

Foto: Pressens Bild

Mångas ögon öppnade

Det två dagar långa chefsmötet i San Diego är nu över. De cirka 400 deltagande Ericssoncheferna och nyckelpersonerna har nu återvänt hem. Många med öppnade ögon. Mötet slutade med en stark uppslutning kring det nya Ericsson.

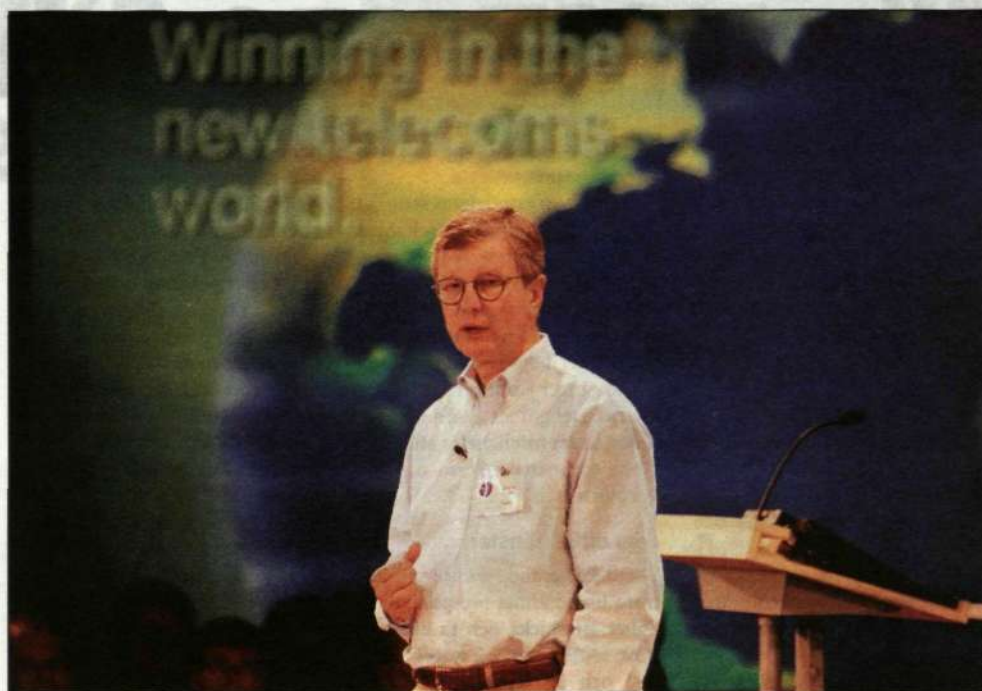
Sven-Christer Nilssons redogörelse för Ericssons nya strategi och de förklaringar som gavs kring den nya organisationen innebar stora förändringar för många av de deltagande – och för deras medarbetare runtom i världen. Å ena sidan innebär det nya sättet att styra Ericsson att många beslut flyttas ner i organisationen, till affärsenheter, produktenheter och marknadsenheter. Men samtidigt underlättas dessa beslut av att koncernledningen nu ska ge en klarare styrning, sätta en tydlig kurs för i vilken riktning Ericssons olika verksamheter ska röra sig.

Den nya organisationen gör Ericsson snabbare i beslutsfattandet – det är det det hela går ut på. Och den kortar vägen från kunderna till koncernledningen – som nu får fyra kundrepresentanter, i form av de fyra cheferna för Ericssons nya marknadsområden.

En annan viktig nyhet som presenterades i San Diego är det nya bonussystem som introduceras. Det kommer att omfatta alla anställda och ska göra Ericsson mer konkurrenskraftigt i det ständigt pågående kriget om toppantal.

– Vi ska vinna det kriget, sa koncernens personaldirektör Britt Reigo.

San Diegomötet liknade inget tidigare möte av det här slaget inom koncernen. Det pågick en ständig dialog mellan ledningen och delegaterna och diskussionsklimatet präglades av en



Mötet i San Diego var en stor framgång för Sven-Christer Nilsson och de övriga i den nya koncernledningen. Mötesdeltagarna fick utförliga svar på sina frågor och återvände hem stärkta i tron på Ericsson som ett ledande telekomföretag.

Foto: Lars Åström

stark öppenhet. Till detta bidrog det faktum att TV-journalisten Jens Orback engagerats som "programledare" och förste frågeställare.

När alla frågor besvarats och de många nyheterna sjunkit in i

allas medvetande avslutades mötet med stående ovationer för Sven-Christer Nilsson och hans tretton kollegor i koncernledningen. Det var en segerviss skara som återvände till sina bolag i världens alla hörn. Alla förvissa-

de om att Ericsson verkningen kan vinna kampen och bli ledande också i den nya telekomvärlden.

Lars-Göran Hedin

lars-goran.hedin@lme.ericsson.se

Sverige fortfarande basen

I den nya koncernledningen ingår betydligt fler personer än tidigare. Innan koncernchef Sven-Christer Nilsson tog över ledarskapet fanns fyra personer i verkställande ledningen. Med den nya organisationen kommer 14 personer att leda Ericsson.

Sven-Christer Nilsson har tidigt poängterat att han lägger stor vikt vid lagarbete, något han också är känd för på sin tidigare arbetsplats inom affärsområde Mobilsystem.

Det har också skett en förnyring av koncernledningen. Fem av de åtta nya ansiktena i koncernledningen är under 50 år. Nytt är också att koncernledningen flyt-

tar närmare kunderna. Flera av koncernledningens 14 personer kommer att ha sitt kontor utanför Sverige.

Det nya London-kontoret kommer att få en allt större betydelse för hela koncernledningen, men VD Sven-Christer Nilsson blir kvar i Stockholm – med ett kontor också i London.

Positiva omdömen från massmedier

Reaktionerna i media på Ericssons omorganisation är övervägande positiva.

Betoningen på en kund- och marknadsinriktad organisation ses som ett naturligt steg för företaget att bli mer effektivt och konkurrenskraftigt.

Sveriges näringslivsminister Anders Sundström betecknar beslutet om nya regionala koncernkontor som en förstärkning av Ericssons globala marknad. Flertalet finansanalytiker kommenterar omorganisationen som en nödvändig utveckling för att bli "mer internationella vad gäller ledande personer".

– Det var väntat. Organisation liknar Lucent och Nortel vilket underlättar jämförelse", säger

Swedbanks analytiker Jan Ihrfelt till nyhetsbyrån Reuters.

"Vanskt att uttala sig"

– Förändringarna i Ericssons organisation verkar bra men det är vanskt att uttala sig innan man ser hela bilden. Frågan om hur Infokom ska fördelas är fortfarande oklar, säger Mattias Wellander, analytiker på Nordbanken.

I Financial Times kommenterar analytiker att Ericsson fortfarande

de måste bli mer aggressiva i försäljningen av sina produkter. Tidningen sammanfattar själv omorganisationen som en "sammets-revolution" med klok affärsinriktning på kunder istället för produkter.

Moderatledaren Carl Bildt betecknar dagen för tillkännagivandet som en "mörk dag för Sverige". Han befarar att fler storföretag kommer att följa Ericssons exempel och delvis flytta från Sverige.

"Det enda vettiga"

Dagens Nyheter skrev att "den som kallar gårdagens nya ledningsorganisation för flykt från

Sverige har ett fritt förhållande till sanningen" och menade att det inte var ett dugg uppseendeväckande att koncernchefen Sven-Christer Nilsson kommer att ha ett kontor även i London. Och att ledningarna för de geografiska områdena sitter på koncernkontor ute i världen "är det enda vettiga", skriver Dagens Nyheter.

Ericssons informationsdirektör Lars A. Ståhlberg betonade i media att bolaget även i fortsättningen kommer att ha sitt legala säte i Stockholm. Där ska en stor del av koncernfunktionerna finnas kvar.

Nils Sundström

nils.sundstrom@era.ericsson.se

I KORTHET

Haijo Pietersma mötte medarbetare

► "Enterprise is the driving force today!" Det konstaterade chefen för det nya affärssegmentet Företagslösningar Haijo Pietersma inför de 1 100 deltagarna i Learn 98 i Orlando (se reportage sidan 7).

Den blonde 45-åriga "flygande holländaren" Haijo Pietersma mellanlandade i Orlando efter två och en halv dag i sitt nya jobb, när han var på väg till det stora chefsmötet i San Diego. Enterprise-medarbetare från 54 länder hälsade honom välkommen.

– Det finns bara ett ställe där vi kan slå bryggor mellan konsument- och operatörsområdena och det är inom företagslösningar, framhåller Haijo Pietersma.

Anders Igel slutar på Ericsson

► Anders Igel, chef för affärsområde Infokomsystem, lämnar Ericsson. Beskedet kom dagen innan koncernledningen presenterade den nya organisationen.

– Jag har bestämt mig. Nu är rätta tillfället att lämna företaget om jag inte ska stanna tills jag går i pension, säger Anders Igel.

Han har jobbat inom Ericsson i tjugio år och har bland annat varit chef för Ericsson i England och teknikkonsult på affärsområdesnivå. 1995 blev Anders Igel chef för Infokomsystem med uppdraget att få fart på verksamhetens lönsamhet. Anders Igel har tagit krafttag för att vända utvecklingen inom de fyra affärsenheterna. Tre av fyra affärsenheter har nått målen. Vändningen inom Publika nät är på god väg med en reduktion av antalet anställda med 15 000 av de totalt 20 000 i åtgärdsprogrammen.

Ommöbleringar på hög nivå

► När Ericssons nya ledning nu tar form innebär det också att en rad chefsposter på andra platser i organisationen blir lediga. Här är några av namnen i chefskarusellen.

Björn Olsson

Björn Olsson blir den första november ny chef för affärsenheten för amerikansk standard vid Ericsson Radio Systems AB. Han är idag VD för Ericssons bolag i Danmark, LM Ericsson A/S. Björn Olsson efterträder Jan Wäreby, som blir ny chef för marknadsområde Europa, Afrika och Mellanöstern.

Lennart Grabe

Lennart Grabe, tidigare chef för koncernledningsfunktion affärsutveckling, har fått koncernansvar för sammanslagningar och företagsförvärv. Han kommer att rapportera direkt till förste vice VD Carl Wilhelm Ros.

Åke Enell

Åke Enell blir ny chef för Ericsson Nikola Tesla i Kroatien. Han kommer närmast från enheten Publika nät inom det tidigare affärsområdet Infokomsystem, där han har ansvarat för produktenheten kundtjänster. Åke Enell efterträder Per Olof Sjöstedt som är ny chef för Ericsson i Ryssland.

SAN DIEGO-MÖTET PÅ WEBBEN



Ett av Ericssons viktigaste möten någonsin. Så kan man sammanfatta de två dagarna i San Diego.

Förutom att Kontakten systerstidning på webben, Kontakten direkt, har utförligt och lättöverskådligt material om själva mötet,

kommer Kontakten direkt att uppdateras kontinuerligt under veckan, allt eftersom nya uppgifter framkommer och frågetecken räts ut.

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



I KORTHET

WAP-produkter
lanseras nu

► Ericsson har lanserat sina första två produkter som stöder WAP, Wireless Application Protocol. WAP smälter samman mobiltelefoni med Internet. Protokollet gör det möjligt att skapa avancerade mobila telefonitjänster och att läsa Internetsidor från en mobiltelefon. Ericssons två WAP produkter heter WAP Gateway och WAP Service Developers' kit och riktar sig till leverantörer av tjänster och innehåll för Internet. Produkterna visades för första gången på GSM-kongressen i Singapore.

Ericssons WAP Gateway ska testas i slutet av året och ska börja säljas i mitten av nästa år. WAP Service Developers' Kit är en verktygslåda för design som kan användas av leverantörer som vill utveckla WAP-kompatibla on-line tjänster inom exempelvis elektronisk handel, meddelandeservice eller spel.

Samarbete ger
nytt stödsystem

► Ericsson och Rogers Cantel Inc, Kanadas största operatör för trådlös telekommunikation, ska tillsammans utveckla operativa stödsystem, Operations Support Systems (OSS) för den amerikanska standarden D-AMPS IS-136. De två bolagen har skrivit på ett samarbetsavtal. Arbetet kommer till en början att koncentreras på ny teknik för analys av fel och utförandedata.

Ericsson medlem
i GSM-grupp

► Ericsson går med i Global Mobile Suppliers Association – GSA, en global organisation för leverantörer av GSM – lösningar och tjänster som startades nyligen. Ericsson är en av 21 leverantörer som grundade organisationen. För närvarande finns 110 miljoner abonnenter anslutna till GSM-nät. GSM är den standard som växer snabbast och har flest abonnenter.

Intelligenta nät
till Mellanöstern

► Ericsson har fått tre kontrakt från Emirates Telecommunication Corporation, (ETISALAT), värt ungefär 195 miljoner svenska kronor (USD 25 miljoner). Kontrakten innebär leverans av plattform för intelligenta nät och tjänster. Det är Ericssons första kontrakt rörande intelligenta nät i Mellanöstern. Kontrakten innebär också en expansion av landets nationella, lokala och transit AXE-växlar.

Titta på stjärnorna
med Ericsson

► Sedan en tid har Ericssons egen astronomiklubb möjlighet att genomföra visningar av Stockholms observatorium i Saltsjöbaden. Klubben har funnits i 13 år och har cirka 150 medlemmar. Förutom observatoriet hålls flera andra evenemang för medlemmarna. Vill du gå med i klubben kontakta klubbens ordförande Sven Lindeberg på e-post.

© sven.lindeberg@edt.ericsson.se
...eller ring 08-721 73 58

Kraftig ökning i öst för NMT 450-nätet

Ny cellplanering och utveckling av basstationer fyrdubblar kapaciteten i NMT 450-näten. Utvecklingen sporrar den kraftiga satsningen på det nordiska mobiltelesystemet i Östeuropa. Samtidigt stänger svenska Telia sitt NMT 900-nät.

Ericsson nådde under 1997 sitt hittills bästa försäljningsresultat med utrustning för NMT-näten. Framgångarna fortsätter i år – framför allt är det Ryssland och Östeuropa som satsar på NMT 450. Bland annat har den bulgariska operatören Mobicom tredubblat sina NMT-abbonenter de senaste två åren.

– NMT 450 är mycket effektivt i glesbefolkade länder, eftersom det ger täckning över stor geografisk yta till låg kostnad, säger Torbjörn Ståhl, marknads- och produktled-

ningschef för NMT på Ericsson Radio Systems.

– Tekniken uppdateras ständigt med ny funktionalitet och ökat frekvensutnyttjande. För närvarande har vi lösningar för att höja kapaciteten fyra gånger. På sikt blir det med ny antennteknik möjligt att höja kapaciteten upp till tio gånger jämfört med dagens system. Det gör att vi så småningom även ser möjligheter att utöka NMT 450-näten i Norden, säger Torbjörn Ståhl.

Fem olika tjänster

Bland existerande tjänster i NMT finns bland annat pre-paid, möjlighet att skicka och ta emot e-post, SMS (Short Messages Services) och fax samt uppkoppling mot Internet.

Sammanlagt finns i dag 4,5 miljoner användare i NMT-nät i ett fyrtiotal länder. Cirka två miljo-

ner av abonnenterna finns i NMT 450-näten som nu expanderar. I NMT 900 minskar dock antalet abonnenter.

En fortsatt trend i Västeuropa är att efter politiska beslut låta de starkt växande GSM-systemen överta NMT-frekvenser på 900-bandet. Svenska Telia beslutade nyligen att sätta den sista december år 2000 som stoppdatum för sitt NMT 900-nät. Nätet har i dagsläget knappt 400 000 abonnenter.

– Vi har de senaste två åren sett att våra kunder väljer GSM, både nya kunder och kunder från NMT 900-nätet. Nära hälften av NMT-nätets kunder har under de senaste två åren gått över till GSM, förklarar Christina Lundman Lagerstedt, chef för Mobitel Företag.

Telia's GSM-nät får genom beslutet kraftigt ökad kapacitet och

utrymme för mobila tjänster. Samtidigt investerar Telia 200 miljoner kronor för att ge GSM motsvarande täckning som NMT 900-nätet har i dag, främst i Norrlands inland.

Påverkas inte av beslutet

Telia's NMT 450-nät påverkas inte av beslutet. Nätet har länge haft en konstant kundstock på cirka 260 000 abonnenter i Sverige.

– Vi har många trogna NMT 450-kunder. Det är ett slagkraftigt alternativ med bra täckning för exempelvis åkerier som har fordonsmonterad utrustning. I dagsläget gör vi endast investeringar för att bibehålla nätets kvalitet, säger Christina Lundman Lagerstedt.

Nils Sundström

nils.sundstrom@era.ericsson.se

Fräcka lösningar på mässa

Ericsson är en av deltagarna på Internet World i Sollentuna den 10–12 november.

– Denna mässa har hög prioritet för oss inom Ericsson, säger Ingemar Nilsson, VD för Ericsson Sverige AB. Jag ser personligen fram mot att medverka på mässan, som är startskottet för en mängd liknande aktiviteter framöver.

– Vi kommer, på ett såväl praktiskt som visionärt sätt, presentera ett urval av spännande lösningar, tjänster, applikationer, kompetensområden och produkter inom Internet och datakommunikation, säger Joséphine Edwall-Björklund, informationschef för Ericsson Sverige AB.

Snabbväxande marknad

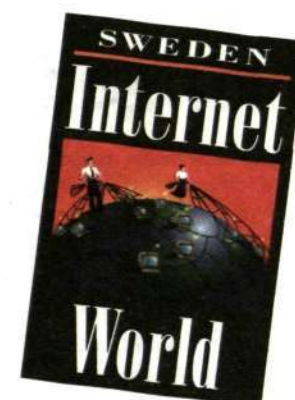
Detta är första gången som Ericsson deltar i denna omfattning, på en renodlad Internetmässa i Sve-

rige. Intresset för mässan är stort och ett flertal affärsområden, bolag, enheter med mera är oerhört engagerade i arbetet.

Målet är att visa Ericssons kompetens och ett axplock av de produkter och lösningar som Ericsson har inom områdena datakommunikation och Internet.

– Internet och datakommunikationsområdet är en annorlunda verksamhet jämfört med traditionell telekommunikation och det behövs nya fräcka lösningar för att få genomslag, menar Jonas Fjelkegård, ansvarig för extern information på Ericsson Data AB.

– Som det ser ut nu, kommer vi bland annat att visa mobilt Internet, IP-telefoni, elektronisk handel, webb lösningar, datakommunikation med lösningar för exempelvis distansarbete och telemedi-



Internet World i Sollentuna är den största renodlade Internet-mässan utanför USA.

cin, berättar Joséphine Edwall-Björklund.

– Vi planerar även att ha en så kallad lösningsverkstad, där besökare får tillfälle att diskutera lösningar för olika behov, säger An-

na-Karin Klinteskog, huvudprojektledare för Ericssons deltagande i mässan.

Internetcafé

– Tillsammans med "Wayne's Coffee" kommer vi att ha ett Internetcafé i monter.

Under mässan deltar Ericsson med flera presentationer i ett mässeminarium.

Internet World i Sollentuna var redan förra året den största renodlade Internetmässan i världen utanför USA. Då medverkade 220 företag och man kunde räkna in drygt 14 000 besökare.

I år är målsättningen att 250 företag ska ställa ut. Minst 15 000 personer förväntas besöka mässan.

Anders Niklasson

http://www.exponova.se/iws98/



Alla medarbetare inom Infokomsystem i Stockholm har fått sin kompetens bedömd av sin chef.

Bok ska inspirera till personlig utveckling

Under vecka 40 fick alla medarbetare inom Infokomsystem i Sverige en bok om kompetensutveckling. Boken ger exempel på hur man inom olika enheter förändrar organisationen, ansvarsfördelningen och arbetsmetoderna för att främja kompetensutveckling.

I våras fick alla medarbetare inom Infokomsystem i Stockholm sin kompetens bedömd av sin chef. Det skedde inför neddragningarna och för många var det första gången man fick veta hur chefen be-

dömde ens kompetens.

– Men det är chefens ansvar att bedöma medarbetarens kompetens och förmedla bedömningen vid många tillfällen, säger Ann-Charlotte Dahlström, personaldirektör, i bokens inledning.

Kompetensbedömningar måste leda till kompetensutveckling. Syftet med boken är att inspirera och engagera var och en att arbeta med kompetensutveckling – något som alla måste ta ansvar för.

Lena Widegren

Lena.Widegren@etb.ericsson.se

Liten telefon ska locka japanerna

För första gången börjar nu Ericssons mobiltelefoner nå den japanska marknaden. Lanseringen av ER205 sker i liten skala och ger möjlighet att känna sig för på en ny marknad.

Det är ett viktigt steg för att skaffa sig erfarenheter inför den tredje generationens telefoni.

Det är ER205, en PDC-telefon motsvarande GF788 i design, som i dagarna gjort entré på den japanska marknaden. Men det sker till att börja med i liten skala. Sammanlagt kommer 2 000 telefoner att fördelas på ett 40-tal återförsäljare i Tokyo-området.

– För Ericsson är det en ny marknad med nya förutsättningar och nya krav. Vi vill lära oss den japanska marknaden och hur vi kan konkurrera på den, säger

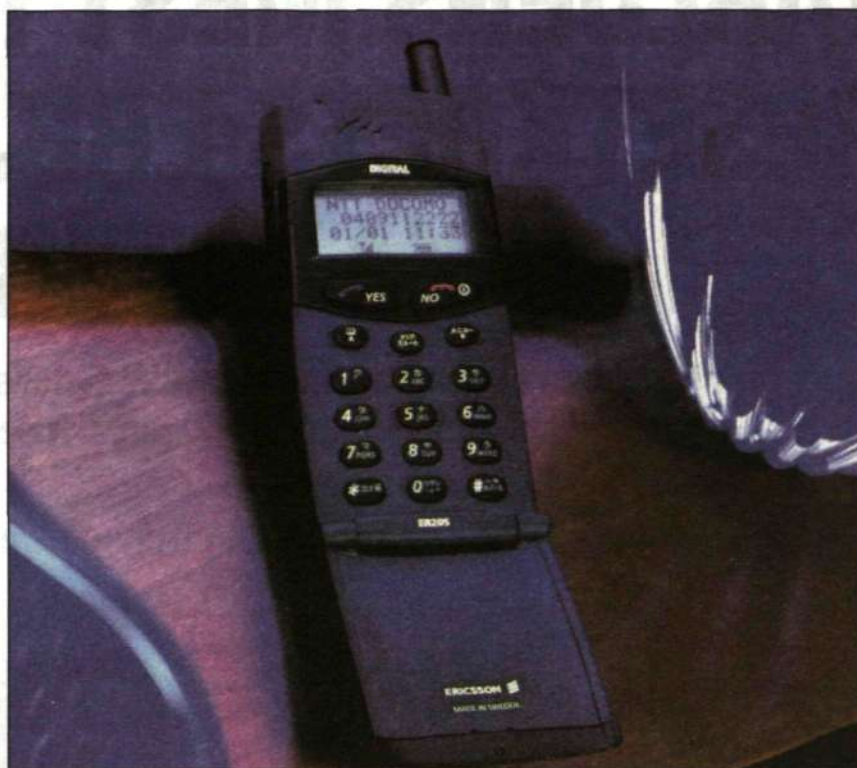
Michael Line, produktansvarig för ER205.

Små med många finesser

Det ställs andra krav på mobiltelefonerna på den japanska marknaden jämfört med andra marknader. Det ska vara små telefoner med många finesser. Exempelvis är det ett krav att det ska finnas en inbyggd telefonsvarare. Det ska också vara möjligt att ställa om ljudsignalen till vibrator. För att kunna få plats med trerådiga meddelanden måste displayen vara stor. Allt detta har den nya ER205 som tills vidare endast kommer att finnas i den blå färgen.

Vid sidan om lanseringen av ER205 sker nu också en stor satsning på tredje generationens telefoni. Testlanseringen blir därför en viktig "träning" inför framtiden.

– Vi vill skaffa oss erfarenhet av denna marknad inför den kommande tredje generationen, säger



Med lanseringen av mobiltelefonen ER205 tar Ericssons mobiltelefoner ett första steg in på den japanska marknaden

Morten Grauballe, marknadsansvarig i Japan.

Annorlunda marknadsföring

Marknadsföringen skiljer sig också en hel del. Telefonerna går inte via distributör utan säljs direkt till operatören. Fokus är också mer riktat på återförsäljare än konsument.

– Eftersom vår etablering på den

japanska marknaden är så viktig väntar vi med att marknadsföra varumärket innan vi lanserar nästa produkt, säger Morten Grauballe.

Det är ett stort arbete som har föregått lanseringen.

Under en treårsperiod har en organisation, med i dag 110 personer byggts upp bestående av bland annat egen forsknings-, utvecklings-

och marknadsavdelning. Michael Line tror mycket på att testlanseringen av ER205 kommer att slå väl ut. Redan nu börjar försäljnings-siffror komma in från operatören DoCoMo.

– Vi har sålt över förväntan, säger Michael Line.

Gisela Zeime

Formgivning och design ska avgöra köpet

Formgivning och design av produkter blir allt viktigare som konkurrensmedel. Därför bör varje företag ha en medveten och genomtänkt designstrategi. Det menar Patrik Eriksson, projektledare och designansvarig på divisionen för Mobiltelefonprodukter på Ericsson Microwave i Mölndal.

– En produkts design kan vara det lilla som avgör om ett köp ska bli av eller inte. Dessutom är det tack-samt för säljarna om produkten de saluför har ett estetiskt tilltalande utseende och att formspråket återspeglar produktens högteknologiska egenskaper.

Patrik Eriksson arbetar bland

annat med design av GSM-produkter och antenner för Ericsson Microwaves räkning. Han har varit objektledare och ansvarig för mekaniken vid utvecklingen av aktiva antenner i projekt Neon och är sedan en tid tillbaka projektledare för ett projekt, Timone.

För honom är design något självklart.

– Design är förmodligen världens äldsta kvalitetsbegrepp. Det är utseendet, bilden, inte den skrivna specifikationen som avgör vilken produkt köparen till slut bestämmer sig för. Därför är det så viktigt att produkten har rätt formspråk.

Patrik refererar till augustinumret av Veckans Affärer där Volvo-

chefen, Leif Johansson konstaterar att "Design är mitt vapen".

Formen kan avgöra

– En av anledningarna till att Nokia i dag säljer fler mobiltelefoner än Ericsson kan vara att deras mobiltelefoners interfacetformning, option på kulörer och så vidare.

Patrik är medveten om att han sticker ut hakan en bit när han nämner Nokia i Ericssonsammanhang.

– Men det handlar om att lyssna på kunderna och att försöka förutse kommande trender.

– När det gäller antenndesign ligger Ericsson långt före konkurrenterna, menar Patrik.

– Här har vi tänkt till och bland

annat lagt ner mycket energi på användargränssnitt. Vid utvecklingen av produkterna i Maxite-konceptet har vi också tagit hjälp av designers utanför företaget för att göra ett så bra arbete som möjligt.

– Att formge antenner på olika sätt är inget lätt uppdrag. Men även små estetiska förändringar kan göra mycket för helhetsintrycket.

Civilingenjör och konstnär

Patrik Eriksson är civilingenjör i maskinteknik vid Luleå tekniska universitet. Efter studier på Institutionen för industriell arbetsmiljö och en teknisk licentiatexamen inom tribologi fortsatte han till Högskolan för design och konst-

hantverk i Göteborg. Där fick han utlopp för sina konstnärliga och skapande talanger och ägnade sig åt både krokiteckning och formspråk. Studier han i dag har stor nytta av i sitt arbete på Ericsson Microwave som han påbörjade för ett par år sedan.

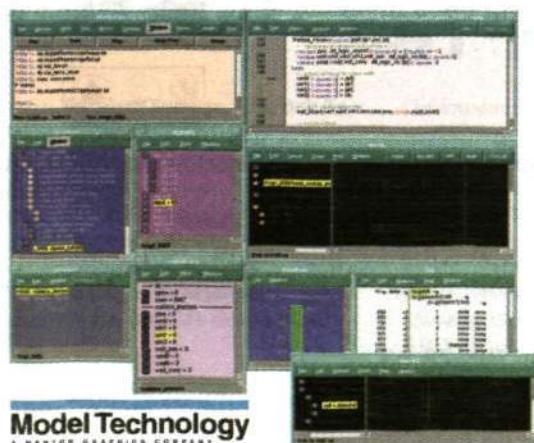
Han betraktar sig själv som konstruktör med stort designmedvetande.

– Men jag är beredd att kompromissa beträffande designen om projektets ekonomiska och tidsmässiga förutsättningar så kräver, konstaterar han.

Cathrine Andersson

emwnytt@emw.ericsson.se

MENTOR GRAPHICS OFFERS THE MOST COMPLETE FPGA DESIGN-FLOW ON WINDOWS/NT



ModelSim. Worldwide, ModelSim is the most popular solution for HDL simulation. Designers rely on ModelSim, and for good reason. It offers the quickest compile times and fastest VITAL and Verilog simulation. ModelSim also features intuitive debugging capabilities, plus the broadest support of ASIC and FPGA vendors. And, ModelSim has the industry's only simulation kernel that easily handles both VHDL and Verilog – important for today's mixed-language, IP-based designs. Hands down, ModelSim is the leader in HDL simulation. The choice is easy. Make the switch to ModelSim today. Contact your Mentor Graphics Sales Office for your evaluation copy.

More information at
www.mentorg.com/nordic

Compaq is today one of the most successful Windows NT Workstation manufacturers. Its products and services combines ultimate performance with high availability and excellent support. Mentor Graphics and Compaq has recently entered into a strategic relationship to further solidify the performance and reliability superiority of the combined offering. Therefore the Professional Workstation is the ideal compatriot to the Mentor Graphics line of products for the FPGA market.

AP500



COMPAQ

Mentor
Graphics
The Power To Create™

VÄRLDENS MEST MÅNGSIDIGA RESETKRETS ERBJUDER 3224 UNIKA ALTERNATIV!

Maxim kan skapa en kundanpassad 5-bens reset-krets i SOT-kapsel
av nedanstående alternativ. (Inga yttre komponenter krävs!)



Kretsen skapas från vårt lager med färdiga brickor

3224 unika delar skräddarsydda efter dina behov!

KRETS	WATCHDOG- INGÅNG	MANUELL RESET INGÅNG	RESET-UTGÅNGAR			
			AKTIV LÅG PUSH/PULL	AKTIV HÖG PUSH/PULL	AKTIV LÅG DUBBELRIKTAD	AKTIV LÅG OPEN DRAIN
MAX6316L	✓	✓	✓	-	-	-
MAX6316M	✓	✓	-	-	✓	-
MAX6317H*	✓	✓	-	✓	-	-
MAX6318LH	✓	-	✓	✓	-	-
MAX6318MH	✓	-	-	✓	✓	-
MAX6319LH	-	✓	✓	✓	-	-
MAX6319MH	-	✓	-	✓	✓	-
MAX6320P	✓	✓	-	-	-	✓
MAX6321HP*	✓	-	-	✓	-	✓
MAX6322HP*	-	✓	-	✓	-	✓

* Framtida produkt - Egevo kan lämna besked.

Obs! MAX6318/MAX6319/MAX6321/MAX6322 har två sorters reset-utgångar per krets.

MAX6316/MAX6317/MAX6320 har både watchdog-ingång och manuell reset-ingång på varje krets.

GRATIS! Design Guide för processorövervakning - inom 24 timmar!
Innehåller datablad och kort för gratisprover



<http://www.maxim-ic.com>

MAXIM

Tel. 08-444 54 30 Fax. 08-444 54 39

1998 ÅRS UTGAVA!
GRATIS PRODUKTKATALOG
PÅ CD-ROM



E EGEVO
Elektronik AB

BOX 8100, 163 08 SPÅNGA Tel. 08-795 96 50, Fax 08-795 78 83

www.egevo.se



1 100 på träningsläger i USA

Under en vecka – 28 september till 3 oktober – förvandlades hotellet Renaissance Orlando Resort i Florida till ett Ericsson-universitet Learn 98. 1 100 medarbetare inom affärsenheten Företagsnät samt distributörer och partners var där för att förbereda sig inför den globala lanseringen av Ericssons nya företagslösningar med start i London den 2 november.

På programmet fanns runt 150 föreläsningar med både bredd och djup. Det är en av de största samlade utbildningssatsningar någonsin inom Ericsson. 120 lärare, nästan alla från de egna leden, undervisade om allt inom Företagsnäts lösningsområden. Utbildningen var indelad i fyra huvudområden: marknadsföring, försäljning, professionella tjänster och säljstöd. Tyngdpunkten låg på att presentera alla tänkbara nya kundlösningar sett ur kundens perspektiv.

"Förändring" var ett av de enkla men viktiga nyckelord som marknadschef Richard McHugh använde när han öppnade Learn 98.

– Förändring är inget problem om man reagerar tillräckligt snabbt, sade McHugh.

Harald Simons, ansvarig för marknadskommunikation, tog vid på temat "Vem du och Ericsson är".

– För vårt arbete är både före-

tagets och din egen identitet viktig. Att ytterligare stärka varumärket Ericsson är en av våra viktigaste uppgifter.

– Företagsnät inom Ericsson växer mer än marknaden och vi är den industriella ledaren i branschen, konstaterade Lars Svensson, affärsenhetens tillförordnade chef.

Han lyfte fram ett antal succéaffärer från många olika länder. Flera från Storbritannien, som är ett av de ledande länderna när det gäller försäljning av lösningar.

En av årets största order på bortemot 100 miljoner kronor har tagits hem i Moskva. Den avser ett komplett multimedialt som sträcker sig över Rysslands alla 89 teleregioner.

– Lär av varandra, bygg nätverk, utbyt erfarenheter. På Learn 98 har ni chansen, uppmanade Lars Svensson.

Det gjorde deltagarna, och de positiva omdömena var många.

– För första gången har vi här tillsammans kunnat ta del av både faktainnehåll, visioner och strategier. Det skapar förståelse och sammanhang. Som säljare blir jag mer motiverad, sade bland annat en deltagare.

Thord Andersson

thord.andersson@ebc.ericsson.se

http://enweb.ericsson.se

Ett projekt på rekordtid

Trots den korta leddiden – den 23 juni beslutade man att genomföra Learn 98 – blev konferensen en succé.

På endast sju arbetsveckor skapades innehållet i utbildningssatsningen, med hjälp av medarbetare från hela Företagsnäts internationella organisation.

Ett 20-tal länder bidrog med lärare. Utbildningschefen Cecilia Anneroth var projektledare, och efteråt mycket nöjd.

– Om man hade haft möjlighet att delta i alla seminarier och föreläsningar hade man behövt nära sex veckor. Det ger en antydning om projektets omfattning.

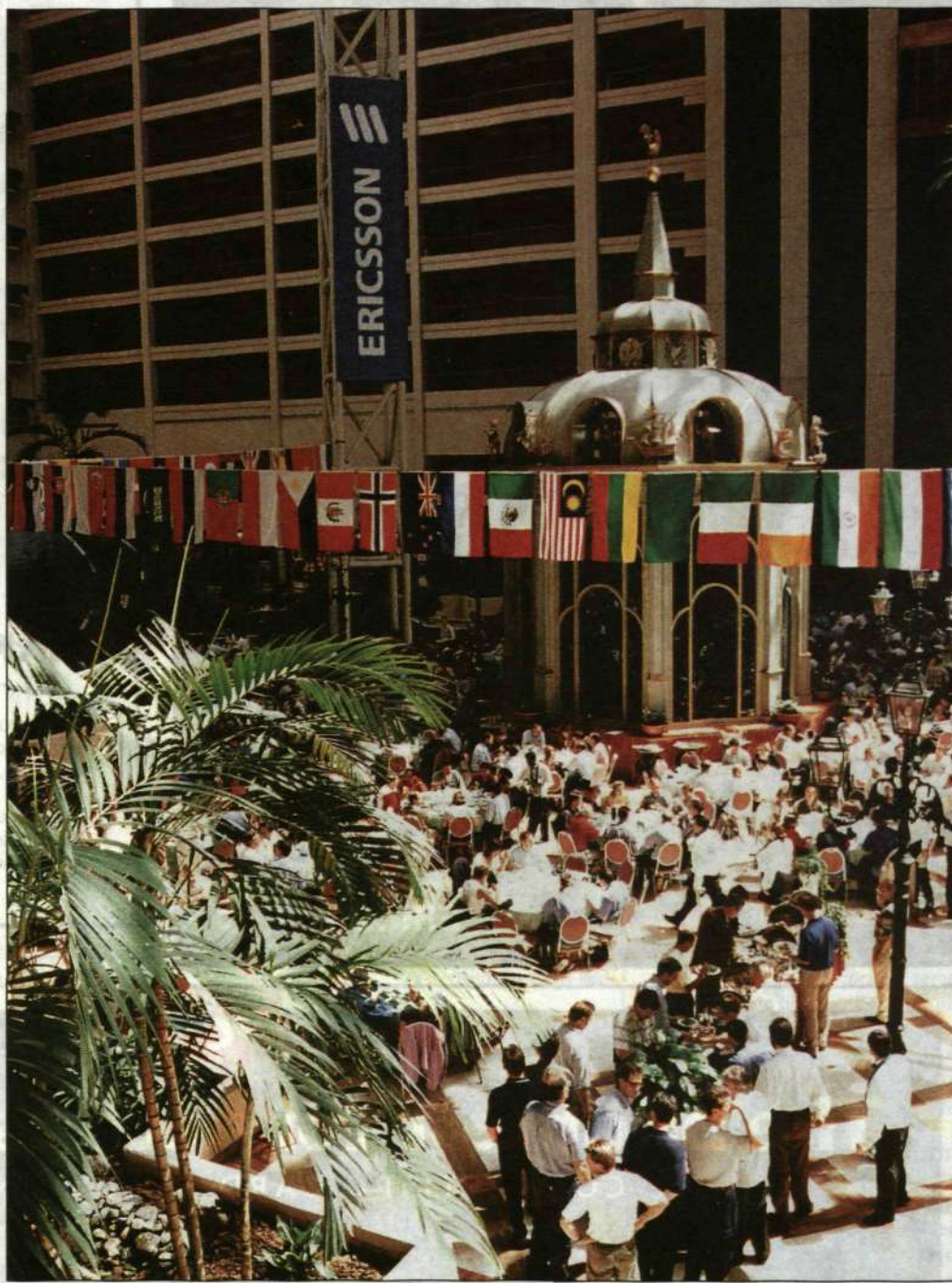
Efter varje genomgången kursavsnitt fick deltagarna genomgå en

självtest. Enbart för detta ändamål hade 100 datorer tagits till Orlando.

Trots knappa tidsmarginaler har allt klaffat perfekt. Visst blev orkanen Georges ett hot när ett transportplan fick flygförbud under några dygn. I planet fanns bland annat all materiel till det "mini-CeBIT", med en fullt fungerande MD110 av senaste version, som på nolltid byggdes upp i hotellets foajé. Här kunde deltagarna själva pröva och lära känna allt nytt som nu erbjuds kunderna.

Cecilia Anneroth

Thord Andersson



Renaissance Orlando Resort i Florida förvandlades för en vecka till ett Ericssonuniversitet med deltagare från 54 länder.

Foto: Thord Andersson



100 datorer flögs till Orlando där mer än 10 000 självtester gjordes under veckan.

Nytt avtal gynnar både Ericsson och Telia

Ericsson Telecom Sverige, ETS, och Telia Telecom tecknade ett avtal i våras om Virtual Private Network, VPN. Samtidigt undertecknades en helt ny typ av supportavtal med Telia Telecom.

Avtalet innebär att ETS ger en heltäckande telefonkonsultation. Beroende på när, och vilken sorts hjälp kunden vill ha, betalas också olika pris.

– För oss på Ericsson innebär det att vi måste arbeta så att vi hela tiden fokuserar på vår kund. Kunden blir vår partner och affären

blir lönsam för oss båda. Det tycker jag att vi lyckats med i det nya supportavtalet, säger Afshin Dezfoulian, på affärstödsheten Customer Services & Telecom Management inom Ericsson Telecom Sverige.

– Vi bildade en arbetsgrupp med medarbetare från både Telia Telecom och ETS, berättar Sylwester Marat från Telia, strategiskt ansvarig för affärer med Ericsson Telecom AB. Vi började med en översyn av våra respektive arbetsprocesser. Vi hade livliga diskussioner, som bland annat utmynnade i att vi bytte roller med varandra för att få en ökad förståelse. Det var mycket nyttigt och

lärorikt och det innebar att vi fick en ömsesidig ödmjukhet.

– Man kan säga att det här supportavtalet är ett "prejudikat" för kommande supportavtal eftersom allt är reglerat. Vi på Telia vet också vad kostnaden blir i stort, eftersom det finns en fast kostnad och en rörlig kostnad beroende på hur mycket hjälp vi ber om. Avtalet är mycket affärsinriktat och i framtiden kommer vi att se många liknande avtal, säger Sylwester Marat.

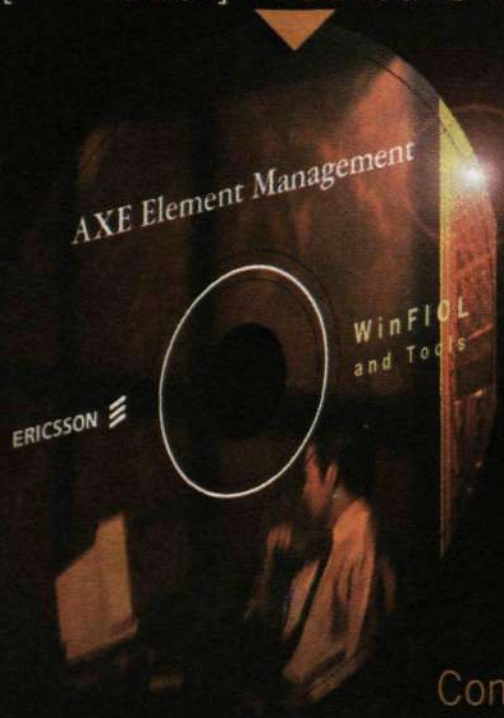
Karin Bergman



Afshin Dezfoulian från Ericsson och Sylwester Marat från Telia är båda nöjda med supportavtalet mellan de två bolagen. Foto: Karin Bergman

WinFIOL 5.0

[new version] Free Ware for Ericsson



also including:

File Tool

IOG Tool

Alarm Tool

Forlopp Tool

Command Forms

Information and Download at:

<http://uabweb.uab.ericsson.se/em/>

Ericsson Utvecklings AB

ERICSSON

Mandator är med över 750

anställda på ett 20-tal kontor

ett av Nordens största IT-

företag. Uppdragen spänner

över ett brett spektra, från

avancerade tekniska lösningar

till effektiva administrativa

tillämpningar.

Affärsstödande systemutveckling.

Vi utvecklar dagens och morgondagens affärskritiska system för leverantörer och operatörer på telekommunikationsmarknaden. Kvalificerade konsulter inom analys, utredning, design, programmering och test.

Projektledare och verksamhets-

konsulter. Erfarna konsulter med kompetens inom kundhanterings- och faktureringsystem. Mandator är också SAP Implementation Partner.

Telekommunikation. Hög kompetens

inom telekommunikations tillämpningar. Erfarna konsulter för utveckling, integration, verifiering och projektledning inom området.

Vi gör allt möjligt - möjligt

LÄS MER OM OSS PÅ VÅRA HEMSIDOR WWW.MANDATOR.SE

MANDATOR

MANDATOR TELECOM
DANMARKSGATAN 46
BOX 1280, 164 29 KISTA
TELEFON 08-632 36 30
TELEFAX 08-632 36 40
EMAIL telecom@mandator.se
www.mandator.se

Dataskommunikation. Design, implementering, integrering och verifiering av dataskommunikationsprotokoll, ATM Gateways, nätverksövervakning/styrning, debiteringsfunktioner.

Realtidssystem. För applikationer inom tele och dataskommunikation. Kompetens inom UNIX, ERI-OS, OSE m.fl.

Åtaganden. Mandator är underleverantör till Ericsson där vi har helhetsåtaganden vad gäller underhåll och vidareutveckling av Ericssons produkter.

WIRELESS PC CARD HOUSINGS

The brightest connectors in the universe

THE COMPLETE PC CARD SOLUTION FOR MOBILE DATA



If you know ITT Cannon, you know that we have the PC Card design capability to take new products from design concept to volume production.

We've been innovators in PC Cards from the beginning in 1990 when we produced the first PCMCIA/O Card with pluggable cable. Today PC Cards have evolved into RF wireless applications and we are leaders in the inclusion of RF shielding inside cards while still maintaining maximum PCB area for your components.

While we develop many special products to individual customer specifications, we also offer four standard PC Card product ranges with the recent addition of Compact Flash Cards. These feature cover closing by 'snap-together' with optional spot welding, or ultra-sonic plastic welding.

We offer these special capabilities:

- Latest CAD technology - maximum design flexibility and expertise
- Skilled designers - you can explain your needs directly to someone who will understand them
- Fast prototyping - we understand the constant need for speed in new product development
- Full project management experience - you can be confident in our ability to handle your project to your full satisfaction.

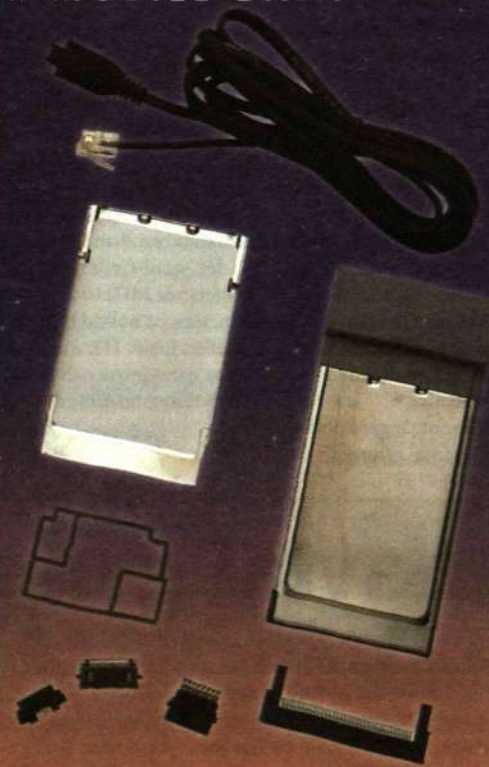
If you're having a problem finding the perfect wireless solution in a PC card, try talking to us at ITT Cannon. We can give you the complete mobile data solution you need.



MOBILE PHONE CONNECTORS

ITT Cannon

ITT Cannon, Jays Close, Viabes Estate, Basingstoke,
Hampshire RG22 4BW, United Kingdom.
Tel: +44(0)1256 311 512 Fax: +44(0)1256 336 562
For further information contact Tom Learmonth
at the above address.



ITT Cannon, Norr Mälarstrand 64, 11235 Stockholm,
Sweden. Tel: 46 8 650 0071 Fax: 46 8 650 0072
For further information contact Stefan Oberg
at the above address.



Ericsson är ett av många utländska företag som väntar ut den ekonomiska krisen i Ryssland.

Foto: Pressens Bild

Att vänta ut krisen

Ericsson är ett av många utländska företag som kommer att känna av det politiska och ekonomiska dödläget i Ryssland. Vad som än händer under de kommande månaderna, så tar det tid innan ekonomin är på fötter igen. Tillväxtprognoserna har reviderats neråt och situationen är inte alls så positiv som för några månader sedan.

Ericsson representeras i Ryssland av tre olika affärsområden: Infocom Systems, Mobile Systems och Mobile Phones and Terminals. Publika nät har ett antal projekt på gång för ögonblicket. Det största kontraktet innebär leverans av ett bastransitnät för MGT som är den publika operatören i Moskva. Kontraktet är värt mer än 70 miljoner USD och är på väg in i slutfasen. Arbetet beräknas vara avslutat till årsskiftet eller i början av nästa år.

Försenade betalningar

Många av kontraktet som ingåtts med lokala publika operatörer har finansierats genom eller med hjälp av Ericsson och utländska banker. Hittills har Ericsson inte känt av några betalningsproblem, men förmodligen är de oundvikliga på sikt.

– Vi antar att det kommer att

bli förseningar i betalningsplanen men vi är säkra på att vi kommer att få betalt till slut, säger Gunnar Forsgren, chef för Global Marketing Europe. Projektet kan dra ut på tiden på grund av fördröjningar i banksystemet. Arbetet sinkas också av byråkratiska problem med importtillstånd eller tullklarerings. Hänsyn måste också tas till de lokalanställda.

– Våra medarbetare är oroliga. Alla löner som satts in på SBS AGRO Bank har spärrats och under tiden faller rubelns värde, säger Yngve Redling som är avgående chef för Ericsson i Ryssland. Läget

förvärras av rykten om att utländska företag antingen slår igen eller avskedar personal.

Lönerna har spärrats

Det här är ett läge där människorna får betala och det är det som gör situationen i Ryssland så besvärlig.

– Det är viktigt för oss att ha kontroll över våra kostnader och att balansera utgifter mot inkomster, säger Gunnar Forsgren. Samtidigt måste vi ha kvar relationen med våra kunder och använda denna nedgång på ett konstruktivt sätt.

Det står klart att antalet kontrakt som undertecknas nästa år kommer bli färre och att intäkterna antingen förblir oförändrade eller minskar. Trots att många prognoser spår negativ tillväxt för Ryssland under nästa år har Gunnar Forsgren hopp om framtiden.

– Ryssland kommer tillbaka. Långsiktigt finns det utan tvekan en marknad här. Vi måste vänta ut situationen. Det finns inget alternativ. Om vi lägger ner nu finns vi inte med bland de tävlande i framtiden.

Nicholas Claude



Tillväxtprognoserna skrivs ner och rubeln faller i Ryssland.

BRANSCHNYTT

Mobiltelefoner spåras via GSM

► Nu är det möjligt att spåra mobiltelefoner via GSM-nätet. Det visar en studie utförd av CellPoint Systems AB och AU-System. Tjänsten är bland annat mycket användbar i nödsituationer för människor med riskfyllda jobb, till exempel bevakningspersonal och skogsarbetare.

Det hela är möjligt genom att man implementerar CellPoints GSM-teknik i mobiltelefoner med hjälp av AU-Systems produkt AviSIM OTA.

Representanter för företagen anser att marknaden och efterfrågan för den här typen av tjänster är stor.

CellPoints serversystem finns idag i Sverige och Sydafrika. AU-Systems produkt har sålts till fler än 15 GSM-operatörer. AU-System ägs till 41 procent av Ericsson och till 47 procent av Telia. CellPoint Systems AB ägs av Technor International Inc.

Microsoft lanserar sin första telefon

► Microsoft har introducerat sin första telefon. Telefonen kallas för Microsoft Cordless Phone System och är ett trådlöst system som med hjälp av en PC kan hantera samtal. Telefonen är främst tänkt att ha i hemmet, där den ska hantera både jobb- och privatsamtal på ett smidigt sätt. Med telefonen kan man prioritera samtal, släppa igenom högprioriterade samtal och stoppa brus. Telefonen är röststyrd, där det räcker att säga exempelvis "ring Anna", så ringer telefonen upp den person som identifierats som Anna i telefonens minne.

För att kunna utnyttja tjänsterna och funktionaliteterna fullt ut krävs en Pentium 90 processor eller bättre. Dessutom ställs andra krav som exempelvis Windows 95 eller 98. Till det måste datorn vara laddad med Microsofts mjukvara för denna trådlösa telefon. Telefonen kommer ut på marknaden i november 1998.

Nokia tror på fyrdubbling

► Nokia meddelade i förra veckan att de förväntar sig att antalet mobiltelefonanvändare fyrdubblas till år 2005. Enligt deras beräkningar kommer antalet användare att vara en miljard eftersom sociala omständigheter och arbetsvillkor uppmuntrar människor att vara mer näbara. Nokia tar för tillfället marknadsandelar från flera konkurrenter vad gäller försäljning av mobiltelefoner.

Personsökare repareras i Beijing

► Motorolas division för personsökare har öppnat ett reparationscentrum i Kina. Företaget har installerat över 200 M15 personsökarsystem i Kina. I landet finns 20 miljoner personsökare abonnenter. Motorola har också installerat trådlösa system för textmeddelanden i 17 huvudstäder och sju provinstanteckande system.

FRAMTIDENS SERVER

Du kommer att älska den, men du kommer inte att se skymten av den. Enterprise 250 är en ny avancerad Unixserver

från Sun, som är så liten att du kan ställa den var som helst. Du styr den via Remote System Control, ett revolution-

erande övervakningsprogram som låter dig sköta det mesta av underhållet direkt via webben! Ändå kostar den under

100 000 kr och har samma stabila struktur och beredskap

inför framtiden som Suns stora servrar. Det vill säga samma

höga tillgänglighet, samma enkla utbyggbarhet. Enterprise 250



är gjord för att du ska kunna ägna mera tid åt ditt arbete och mindre åt datorsupport. Inga



omstarter, inga konverteringsproblem, ingen huvudvärk. Händer det något allvarligt, exempelvis överbelastning eller

strömavbrott, så sänder den automatiskt ett felmeddelande till din mobiltelefon. Skulle du då råka ligga i soffan, är det

inget problem med det. Se bara till att du har en armlängds avstånd till webben, så kan du direkt kolla status och

utföra de vanligaste åtgärderna. Inte undra på att Sun växer snabbast på servermarknaden. Ring 08-623 90 00 eller

besök www.sun.se för information, återförsäljare och referenser. THE NETWORK IS THE COMPUTER™

STYR DU FRÅN SOFFAN

Vill du kolla in tekniken bakom, gå till: <http://www.sun.com/servers/enterprise/rsc-demo/>

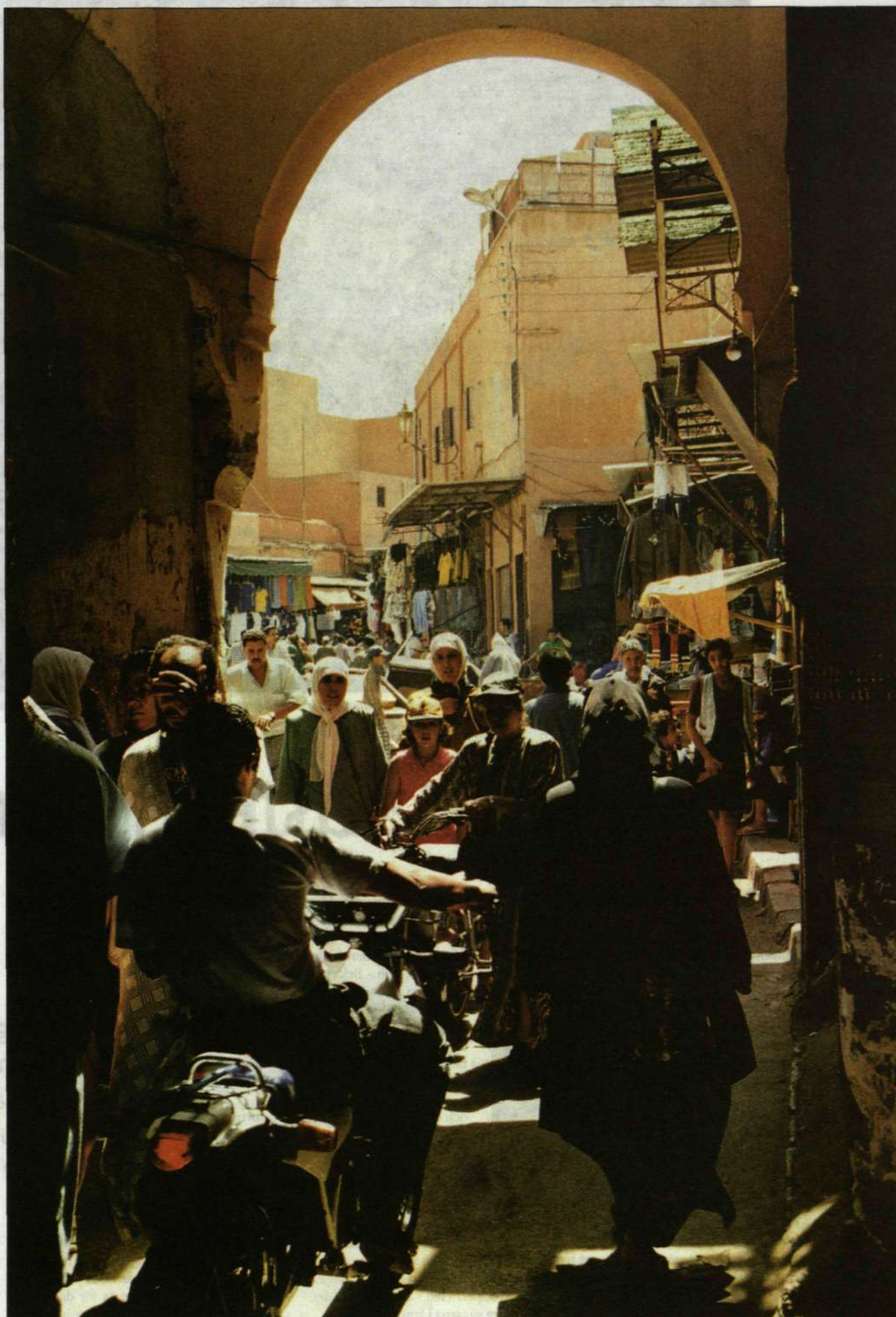


Porten till Afrika

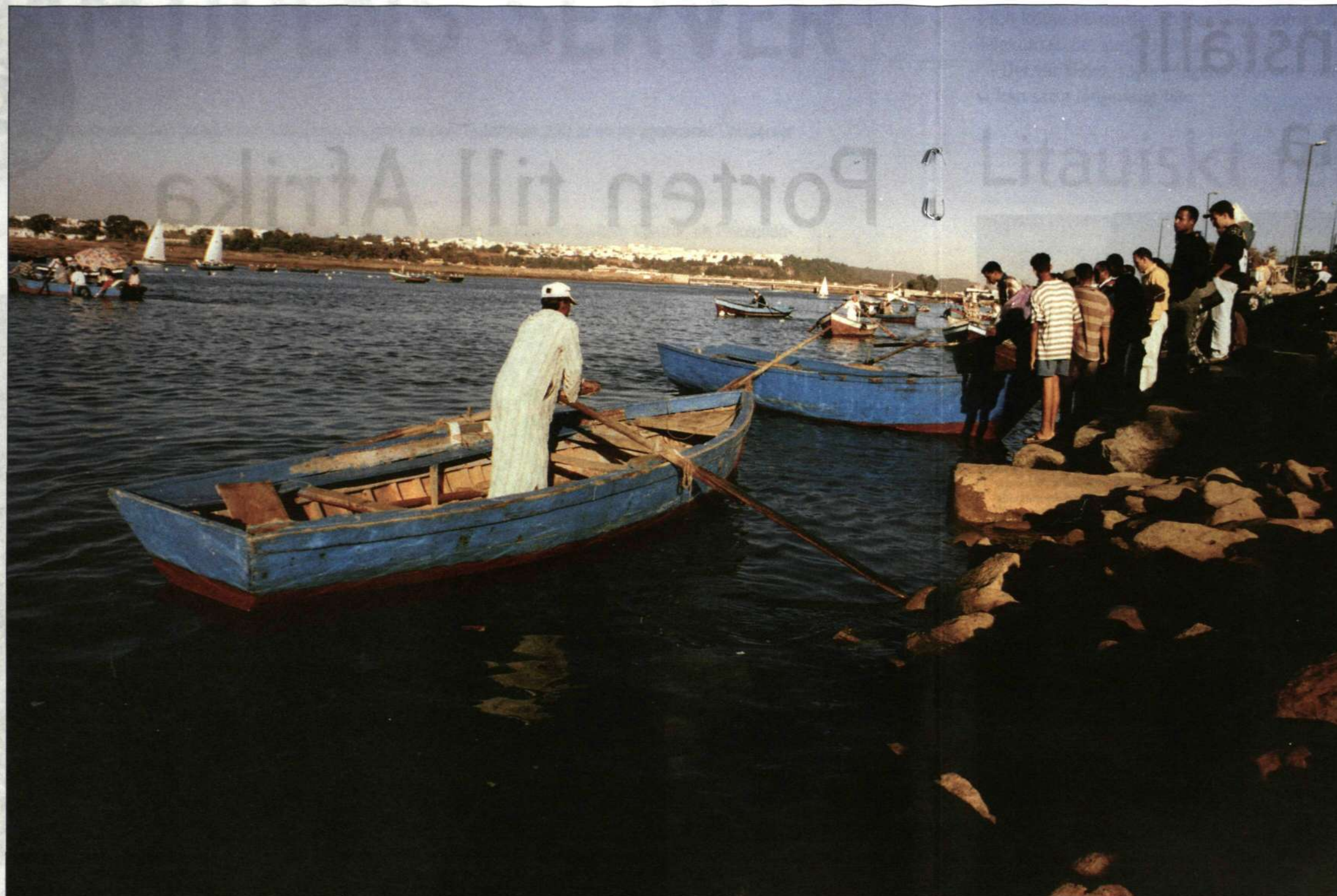
I de vindlande gränderna i souken i Marrakech säljs traditionella handknutna mattor, kopparkittlar, kryddor - och numera också mobiltelefoner.

Antalet GSM-användare i Marocko ökar snabbt. Under 1999 beräknas mobilteleabonnenterna ha tredubblats till 300 000.

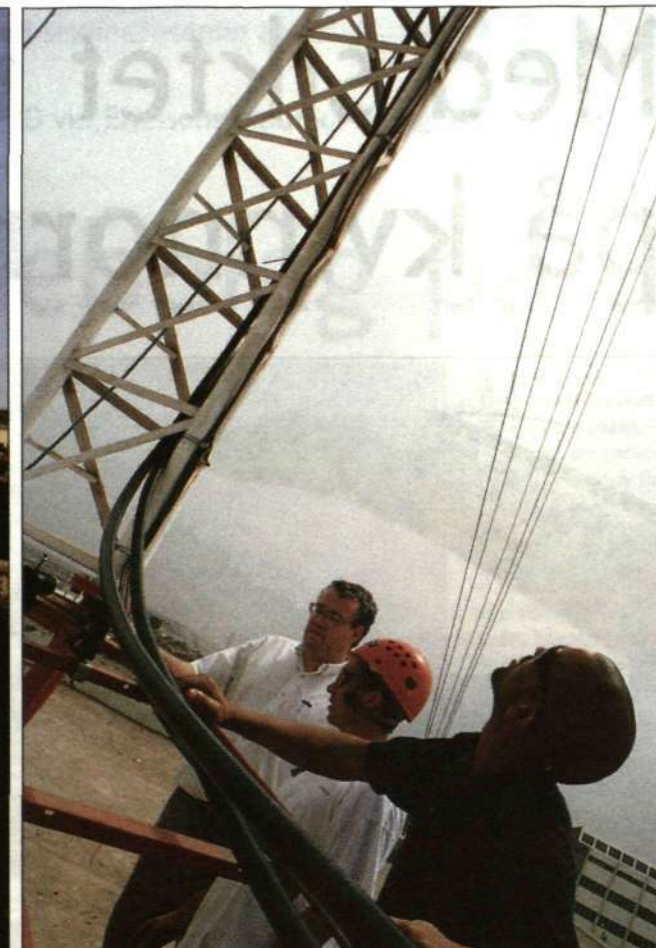
Ett stort internationellt intresse för en andra mobiltelelicens sätter nu ytterligare fokus på den marockanska marknaden.



Ericsson startade verksamhet i Marocko redan under det tidiga 1900-talet, men etablerade sig som lokalbolag i modern tid först 1996. På bilden en av portarna till souken i Marrakech.



Färjetrafik över floden Oued Bou Regreg i huvudstaden Rabat. Marocko bjuder på ett spännande möte mellan arabiskt, afrikanskt och europeiskt, där nytt blandas med gammalt.



Projektledaren Mats Olsson, i mitten, och installatörerna Steven CozensDarryl och Quera vid ett bygge i Casablancas förorter om ska ge bättre kapacitet åt GSM-nätet.

Nedan: Mobiltelefonerna har gjort Ericsson känt i Marocko. I dag jobbar 30 personer på Ericssons kontor i huvudstaden Rabat.



Foto: Nils Sundström



Keramik på Marrakechs souk.

"Den yttersta västerns" medelklass vill ringa trådlöst

Med en stor utbyggnad av GSM-nätet i Marocko gör Ericsson en viktig inbrytning på denna expansiva mobiltelefonmarknad. Konkurrenternas basstationer i industristaden Casablanca byts nu helt sonika ut.

För Ericssons mobiltelesystem är Egypten, Libyen, Algeriet och Sydafrika större marknader på den afrikanska kontinenten, men GSM-utbyggnaden i Marocko anses särskilt betydelsefull eftersom landet utgör ett brohuvud mellan Europa och Afrika.

Med tanke på det geografiska läget är det av största vikt att Marocko förblir ekonomiskt och politiskt stabilt. Den modernisering och utbyggnad av telekomsektorn som nu pågår är därför ett viktigt led i landets utveckling, säger Harald Oberbeck som är chef för Ericssons lokalbolag i Marocko.

Kungariket Marocko som också kallas Maghreb el Aksa – Den yttersta västern – har 30 miljoner invånare. I dag har sex procent av dem fast telefon. Det innebär på sikt en stark utbyggnadspotential, trots dagens stora ut-

landsskuld, sociala skillnader och en arbetslöshet på drygt 20 procent. Den växande medelklassen pekar dock framåt och står som målgrupp för den kraftiga utbyggnaden inom mobiltelefonin. Ericsson tog i våras sin första systemorder för GSM i landet.

Utrustningen, bestående av 147 radiobasstationer och två tillhörande BSC:er (Base Station Controller), installeras nu och innebär att den statliga operatören, Itissalat Al-Maghrib, fördubblar kapaciteten i sitt nät.

– Vi har i dag 100 000 abonnenter i vårt GSM-nät. Med den här utbyggnaden beräknar vi ha 300 000 kunder i slutet av nästa år, säger Mohammed Hmadou, infrastrukturdirektör på Itissalat Al Maghrib, som inom kort planerar att köpa in ytterligare 600 radiobasstationer för att bygga ut kapaciteten i alla större städer och längs de stora vägarna i landet.

– Samtidigt förbereder vi oss för den kommande avregleringen och privatiseringen av telekomsektorn. Vi går in i en stimulerande period, där vi ser Ericsson som en viktig partner för utvecklingen av både våra fasta och mobila nät, framhåller Mohammed Hmadou.

En andra mobiltelelicens väntas släppas i Marocko under andra kvartalet 1999. Det internationella intresset för detta är stort; i de tyngsta konsortierna finns bland andra France Telecom, spanska Telefonica, italienska TIM och engelska Vodafone. Samtidigt ska delar av Itissalat Al-Maghrib privatiseras inom de närmaste åren.

– Detta innebär att det inom fem år kan finnas en miljon mobiltelefoner i Marocko. Vi analyserar nu marknaden och jobbar ihärdigt med huvudintressenterna för den nya licensen, vilket också innebär att vi inom kort

öppnar ett nytt kontor i Rabat, säger Harald Oberbeck.

Förutom inom mobiltelefoni planeras kraftiga utbyggnader inom fast telefoni i landet.

– Först väntar några tuffa år tror jag, men jag är övertygad om att vi har en lovande marknad här inte bara vad gäller modernisering och utbyggnad av existerande nät utan också för exempelvis paketkopplad teknik och intelligenta nättjänster, säger Harald Oberbeck.

– Det finns också ett stort behov av ny kraftutrustning, MINI-LINK och annan transmissionsutrustning, optiska fiberkablar och accessprodukter för att öka bandbredden på traditionella kopparlinjer, säger han. Nyligen fick vi en order på 41 000 nya AXE-linjer samt modernisering av utrustning på ytterligare 200 000 linjer. Det håller oss sysselsatta i minst ett år.

Harald Oberbeck, som tidigare jobbat för Ericsson i Australien och Brasilien, kan vittna om att affärsklimatet i Marocko är speciellt. Marockanerna är artiga men tuffa förhandlare.

– Precis som på många andra platser visar den ökade konkurrensen att det inte bara handlar om pris och kvalitet för att ta hem en order utan också om vår långsiktiga satsning i landet, säger han.

– Vi måste tänka på hur Ericsson kan bidra till landets ekonomiska utveckling, till exempel genom samarbete med universitet när det gäller telekomutbildningar. Utländska investeringar är helt enkelt nödvändiga för att vidareutveckla telekommarknaden, avslutar Harald Oberbeck.



Harald Oberbeck

Nils Sundström
nils.sundstrom@era.ericsson.se

**Av kungadömet
30 miljoner
invånare har
sex procent
en fast telefon.**



FAKTA MAROCKO

Huvudstad: Rabat med cirka 600 000 invånare. Landet blev självständigt från Frankrike 1956.

Statschef: Kung Hassan II. Befolkningen har fyrdubblats sedan 1940-talet.

Geografi: Omgivet av tre hav, Atlanten, Medelhavet och Saharas sandhav, rymmer Marocko förutom öken både bördiga slätter och vintersportorter i Atlasbergen. Med det annekterade Väst-Sahara är landet storleksmässigt cirka en och en halv gånger Sveriges storlek.

Språk: Marockanska, berberspråk och franska.

Näringsliv: De stora sektorerna är fosfatutvinning, fiske, turism och jordbruksprodukter. 1,8 miljoner marockaner lever utomlands

och skickar betydande summor till hemlandet.

BNP per capita: 1 250 US dollar (1998)

Telekom: Cirka 1,8 miljoner fasta linjer, varav Ericsson har cirka 20 procent av marknaden. Konkurrenterna på fasta sidan är Alcatel, Nortel och Siemens. Inom mobiltelefoni installerade Ericsson ett NMT-system 1987 som i dag har cirka 5 000 abonnenter. Ett GSM-nät startade 1992 och har i dag utrustning från Siemens, Motorola, Nokia och Ericsson. 50 procent av radiobasstationerna kommer från Ericsson. Inom mobiltelefonförsäljningen har Ericsson officiellt 20 procent, men i realiteten det dubbla genom försäljning utanför de två återförsäljarna Moena och Performance.

Med siktet inställt på kvinnorna

Det blir allt viktigare för företagen att skapa arbetsvillkor som ger kvinnorna förutsättningar att utvecklas.

Ericsson i Mölndal har tagit hjälp av en psykolog, ekonom och kvinna för att ge företaget en knuff i rätt riktning.

Friskvård för företag är en av hennes specialiteter. Ledarskap, framförallt kvinnligt, är en annan. Maria Tullberg, civilekonom och psykolog, är knivskarp i tanken och metodisk, effektiv och målmedveten i sin gärning.

Några av Ericsson Microwaves projektledare känner igen henne som utbildare i interaktivitet, relationer och utveckling.

Hennes medverkan i seminariet Kvinnligt, sinnligt, modigt för kvinnor i arbetslivet har gjort henne känd för en större krets. Att stå på scen med underhållare som Jonas Gardell och Lill-Babs är egentligen inte alls hennes stil.

Maria Tullberg arbetar med en doktorsavhandling om organisatoriska mekanismer i arbetslivet, om motiven och trenderna bakom förändringar.

– Jag föredrar analys, eftertanke och ordentlig genomlysning av problem och skeenden, men seminarierna är faktiskt ett roligt sätt att nå ut till kvinnor, säger hon.

Den sidan av sig själv upptäckte hon när hon skulle tala om hindren för kvinnligt ledarskap vid mässan Kvinnor och hälsa för ett par år sedan.

Tog på läderbyxorna

Parallellt med Kvinnor och hälsa arrangerades en mässa om telekommunikation.

– På telekommunikationsmässan agerade nästan bara män, målinriktade män. På mässan för kvinnor och hälsa rörde sig kvinnor i ett landskap av helande kristaller och new age-musik, minns Maria.

Inför föreläsningen åkte Maria Tullberg hem och bytte till läderbyxor, såg till att få



Maria Tullberg arbetar med en doktorsavhandling om organisatoriska mekanismer i arbetslivet, om motiven och trenderna bakom förändringar. Maria Tullbergs äventyrliga sida älskar häftiga bilar, helst cabbar.

Foto: Marie Ullnert/
Kamerareportage

tyst på new age-musiken och antrände talarstolen till kvinnlig rockmusik. Sedan berättade hon för auditoriet att det finns hinder för kvinnligt ledarskap och om orsakerna till det.

De som var där glömmar aldrig den föreläsningen.

Gullig är hon inte. Duktig, säger folk i hennes omgivning.

Det är knappast någon fördom att smålänningar är arbetsamma. Maria Tullberg är uppvuxen i Malmbäck, dotter till en banktjänsteman och en typisk småländsk småföretagare i möbelbranschen.

Att hon blev civilekonom var mest en slump, att hon blev det vid 21 års ålder och årets rookie på Handels var däremot ingen slump.

– I min familj kände vi inga civilekonomer. Jag ville utnyttja mina studentbetyg maximalt. Läkare och civilingenjör kändes lite för pretentiöst. Så jag började läsa till civilekonom utan att egentligen veta vad en sådan sysslade med.

Eftersom människorna intresserade henne mer än siffrorna inriktade hon sig på organisations- och personalfrågor. Hon hade inte ens lämnat Handels innan hon blev rekryterad till Volvo. Sedan blev hon överköpt av Sparbanken innan hon hunnit börja på första jobbet.

– Framförallt två saker lärde jag mig på Sparbanken. Det ena var behovet och vikten av chefsutveckling, det andra var kvinnors villkor i arbetslivet, säger Maria Tullberg.

Kvinnor stannar i kassan

– Som student föll det mig aldrig in att kvinnor kunde ha andra villkor än män. Skillnader fanns säkert förr men inte berörde det vår generation. Och så upptäckte jag att trots att banken hade 65 procent kvinnliga medarbetare avancerade de sällan från kassan. Killarna sprang ifrån dem i karriären.

– Könsrollerna ställer till problem för alla i arbetslivet, men mest för kvinnorna. De beror på djupgående strukturer som vi alla måste försöka förstå och handskas med, ef-

tersom effekterna inte är bra för någon verksamhet.

Maria Tullberg menar att det är viktigt att de kvinnor som befinner sig längst nere i den organisatoriska hierarkin förstår att antalet kvinnor i organisationen, och framförallt på ledningsnivå är ett värde i sig.

– Kvinnor måste stötta kvinnor oavsett vad de tycker om dem "där uppe". Annars står de kvinnliga ledarna inte ut och kvinnorna kommer aldrig att bryta igenom glastaket. Lika viktigt är det att de kvinnor som klättrat upp för stegen vågar hålla kontakten neråt.

Maria insåg att hon behövde ytterligare kunskap för att förstå de bakomliggande mekanismerna. Med samma effektivitet som vanligt läste hon in en psykologexamen, sa upp sig på banken, startade egen konsultfirma och arbetar nu vidare som konsult, terapeut och tvärvetenskaplig forskare.

Agneta Lindblom Hulthén

MENTOR GRAPHICS OFFERS THE MOST COMPLETE FPGA DESIGN-FLOW ON WINDOWS/NT



Renoir '98 is the next generation HDL graphical design environment for VHDL and Verilog, whether you are designing ASICs, FPGAs or re-using IP. It supports both graphical and textual design styles, including block diagrams, state machines, flow charts and truth tables. With unprecedented push button integration to industry leading tools like Design Compiler, ModelSim, Leonardo, Verilog-XL, Leapfrog, VSS, VCS, Renoir '98 sets the new standard in HDL Design.

With the powerful HDL2Graphics capability, you can automatically read in any VHDL, Verilog or mixed language IP design and convert this to graphical diagrams.

Download your free evaluation copy today from www.renoir.com.

More information at
www.mentor.com/nordic

Mentor
Graphics
The Power To Create™

Compaq is today one of the most successful Windows NT Workstation manufacturers. Its products and services combines ultimate performance with high availability and excellent support. Mentor Graphics and Compaq has recently entered into a strategic relationship to further solidify the performance and reliability superiority of the combined offering. Therefore the Professional Workstation is the ideal compatriot to the Mentor Graphics line of products for the FPGA market.

AP500

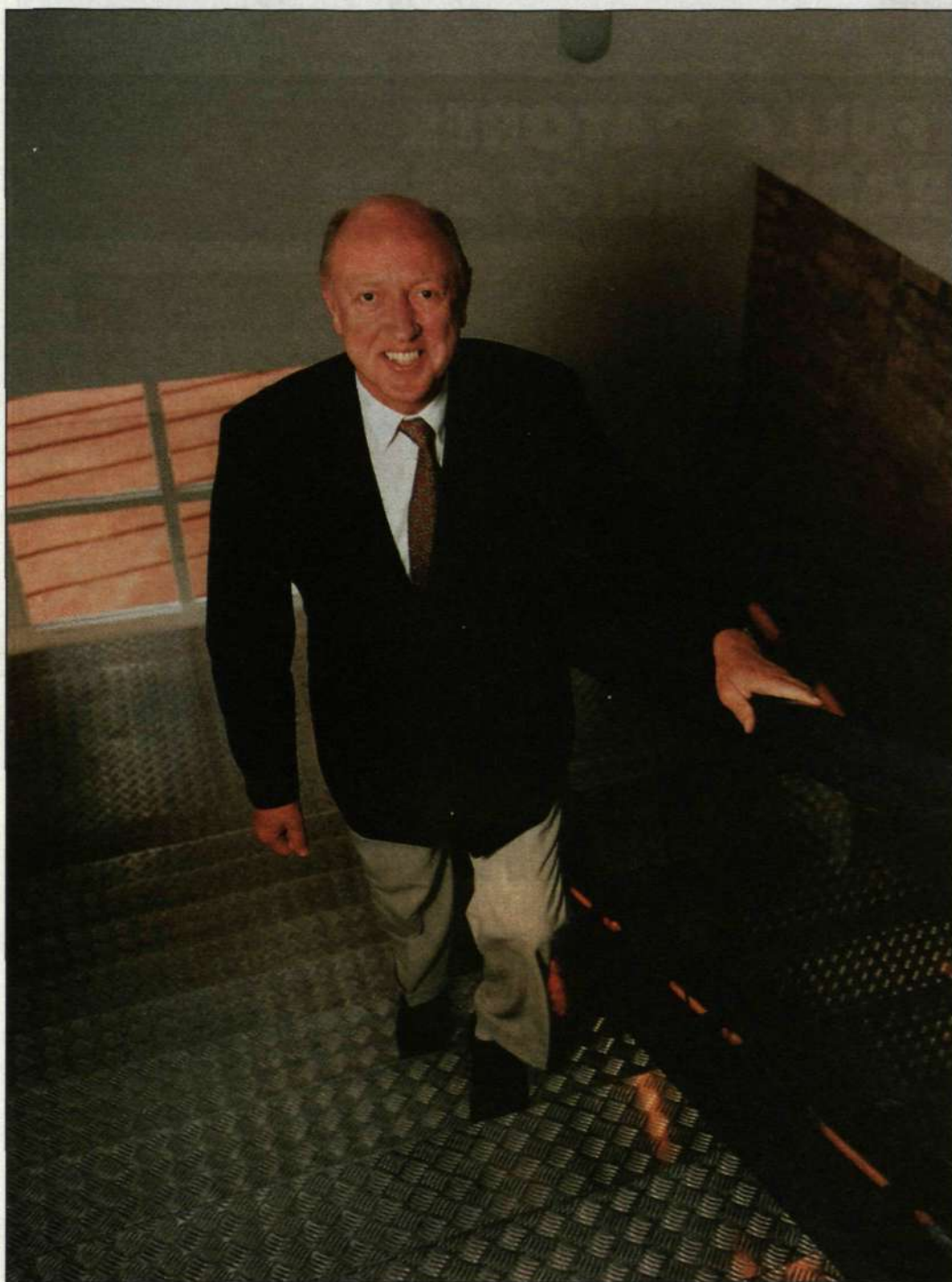


COMPAQ

I juli köpte konsortiet Amber Teleholding AS en sextioprocentig andel av Lietuvos Telekomas, det statliga litauiska telebolaget.

- Det var skönt, säger Mogens Faurholt, vice VD vid Ericssons litauiska bolag. Nu vet vi att vi kan satsa långsiktigt här.

Litauiskt telebolag på uppgång



Mogens Faurholt är vice VD vid Ericssons litauiska bolag. Han hoppas mycket på samarbetet med det nyligen privatiserade litauiska telebolaget Lietuvos Telekomas.

Foto: Elisabeth Ohlsson

Helt enligt Litauens privatiseringsplan såldes majoritetsdelen i det statligt ägda telebolaget för några månader sedan. De som tog hem affären var Amber Teleholding, ett konsortium bestående av till lika stora delar svenska Telia och finska Sonera. Konsortiet har ett ambitiöst program för hur Lietuvos Telekomas ska klara att möta en fullt avreglerad marknad år 2003.

- En kraftfull digitalisering av nätet är nödvändig för att vi ska kunna bygga bort köerna - som på vissa ställen är upp till fyra år långa - och för att vi ska kunna erbjuda andra tjänster än de mest grundläggande, säger nyutträdde VD:n i Lietuvos Telekomas, Tapio Paarma. Digitaliseringsgraden ligger i dag på tjugo procent.

- Vi ser naturligtvis en intressant potential i de åttio procent som återstår, säger Mogens Faurholt.

Digitaliserat nät till 2015

Telekomas har tidigare uttryckt ambitionen att ha ett fullt digitaliserat nät senast år 2015. Möjligen kan det gå fortare nu när Amber Teleholding har kommit in i bilden.

Än så länge lever Lietuvos Telekomas med en salig blandning av analog utrustning. Minst sex leverantörer har varit med och byggt nätet. Det beror på att Telekomas i brist på pengar har varit hänvisat till leverantörsfinansierade inköp. Kompatibiliteten mellan utrustningarna är inte den bästa, ett problem som bolaget hoppas bli av med i takt med att ny, digital nätvara ersätter den gamla.

- På Ericsson arbetar vi ju helst med långsiktiga relationer med kunden, säger Mogens Faurholt. Vi försöker bygga upp ett partnerskap där vi tar ett stort ansvar för helheten. Det ger oss arbetsro, samtidigt som kunden slipper gå ut med offertförfrågan för minsta mutter och skruv.

Skäl att tro att Ericsson ligger bra till

Varken Mogens Faurholt eller någon annan vet ännu hur det nya Telekomas kommer att agera, men ser man historiskt på saken finns det goda skäl att tro att Ericsson ligger bra till när digitaliseringen tar ytterligare fart.

- Vi har redan en stor fördel av att vi metodiskt utbildar litauer på vår utrustning, säger Mogens Faurholt. Av alla i bolaget är det bara vår VD Bengt Forss och jag som inte kommer från Litauen.

Något som ytterligare förstärker bilden av att Ericssons satsning är långsiktig är att de nyligen invigde sina nya lokaler mitt i den vackra, gamla delen av Vilnius. Mogens Faurholt tös inte uppge hur många nya arbetstillfällen Lietuvos Telekomas nya situation kan tänkas innebära för Ericsson.

- Låt mig uttrycka mig så här, säger han med ett diplomatiskt leende: I dag är vi sextio personer i det här huset. Men vi har gjort plats för tvåhundra.

Vi har
gjort plats för
tvåhundra

Margareta Jonilsson



Is your sales team winning?

When you're selling sophisticated telecommunications products and services, you need business systems that make sure you win.

Our technology enabled selling solution integrates all stages of the sales process, making complete and structured information available at every step, from the initial request for quotation through configuring the solution to the final proposal revision and order.

Cincom's Web-enabled business software ensures your sales team stays in front.

CINCOM

Cincom Systems of Sweden
Stockholm Tel: +46-8-594 605 00
Gothenburg Tel: +46-31-733 07 00
Internet: <http://www.cincom.com>

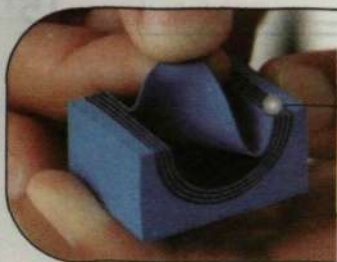
100%-ig kommunikation.

Tala med oss om systemlösningarna, arkitekturerna, komponenterna, standarderna och koncepten.

COMMUNICATOR
KONSULTER INOM KOMMUNIKATIONSTEKNOLOGI

www.communicator.se

08-764 40 00

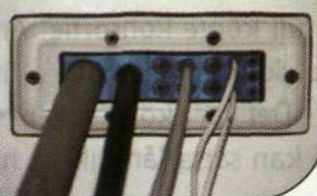


ROXSYSTEM

Flexibele doorvoer met de unieke MultiDiameter Techniek

Roxtec AB • Ph +46-455366700 • Fax +46-45582012 • info@roxtec.se • www.roxtec.se

Cabinet Seals



KRAFTFULLA DATORER CERTIFIERADE ENLIGT ESOE



Intel® Pentium® II processor 400MHz
DELL OPTIPLEX GX1 MT

- 512kB L2-cache
- Intel™ 440BX AGPset
- 64MB ECC SDRAM (100MHz)
- 4,3GB hårddisk, ATA-33
- 8MB ATI Rage Pro Turbo AGP
- 14/32x CD-ROM
- Windows NT 4.0
- Integrerat 10/100Mbit Wake-up-On-LAN nätverkskort
- Integrerat 16-bit SoundBlaster-kompatibelt ljudkort
- 3,5" 1,44MB diskettstation
- Minitowerchassi
- Mus och tangentbord
- 3 års på-platsen-service

13.950:- inkl frakt, exkl moms

Dell P17" Trinitronskärm **4.410:-**
Dell P21" Trinitronskärm **8.940:-**

TCO 95-
godkänd



pentium® II

Dell är nu Sveriges största PC-leverantör (IT Research aug-98) tack vare vår unika direktmodell som ger dig som kund bättre priser och kundservice. För dig som behöver en kraftig nätverksdator kan vi erbjuda Dell OptiPlex GX1 som är certifierad enligt Ericssons egen standard – ESOE. Systemet är utrustat med 400MHz Pentium® II processor från Intel®, 64MB minne och 4,3GB hårddisk. För dig som behöver en mer flexibel lösning är Dell Latitude CPl ett utmärkt val! Nu har vi dessutom sänkt priset. Välkommen!

Dell reserverar sig för bildmässiga eller typografiska fel. The Intel Inside Logo and Pentium are registered trademarks and MMX is a trademark of Intel Corp.



Intel® Pentium® II processor 266MHz
DELL LATITUDE CPl D266 XT

- 512kB extern cache
- 64MB EDO RAM
- 4,0GB hårddisk Ultra DMA
- Skärm 13,3" TFT XGA (1024x768)
- Video 128 bitars PCI, 2MB minne
- 20x CD-ROM (modulär)
- Två typ-2 eller en typ-3 PC-card platser
- Infraröd överföring (IrDA 1.1)
- 16 bitars SB Pro kompatibelt 3D ljud
- Miljökonsumt Smart Litiumjon batteri
- 3,5" 1,44MB diskettstation
- Windows 95/Windows NT 4.0
- Touchpad
- AC Adapter 70W
- CD med power management
- USB-port
- Väska
- Vikt 2,8 kg
- 7 dagars fri returrätt
- 3 års på-platsen-service

22.500:- inkl frakt, exkl moms

Dell Latitude är den enda bärbara datorn som klarat PC Computings hårdhänta "tortyrtest" i 4 år! Nu är det dags igen. Efter att ha hettats upp, kylts ned, utsatts för slag och fall, för att inte tala om kaffespill, har vinnaren av 1998 års tortyrtest korats – Dell Latitude.

DELL®

RING 08-590 051 00
www.dell.se

MENTOR GRAPHICS OFFERS THE MOST COMPLETE FPGA DESIGN-FLOW ON WINDOWS/NT



spectrum

Exemplar's NEW Leonardo Spectrum is an FPGA and ASIC design solution which combines power, integration and flexibility along with ease of use. Spectrum is a full environment including design entry, synthesis and integrated verification and place&route. Leonardo Spectrum offers a totally new, wizard-based user environment which allows beginners to design and debug in minutes while still providing the control and power required for more experienced designers. Spectrum enables you to retarget between FPGA and ASIC technologies and has the broadest VHDL support in the industry. Available on a variety of platforms, feature levels and price points, Spectrum is the best choice for every designer!

More information at
www.mentorg.com/nordic

Mentor Graphics
The Power To Create™

Compaq is today one of the most successful Windows NT Workstation manufacturers. It's products and services combines ultimate performance with high availability and excellent support. Mentor Graphics and Compaq has recently entered into a strategic relationship to further solidify the performance and reliability superiority of the combined offering. Therefore the Professional Workstation is the ideal compatriot to the Mentor Graphics line of products for the FPGA market.

AP500



COMPAQ



Ericsson Software Technology i Karlskrona ligger vid hamnen med en fantastisk och inspirerande havsutsikt.

Foto: Bert Leandersson

Kreativ miljö när två blir ett

Snabbhet, kreativitet och flexibilitet är viktiga ord när Kennet Rådne, VD för Ericsson Software Technology, Karlskrona, berättar om företagen, verksamheten och framtiden.

I juni meddelades det att Ericsson Radio Systems enhet Application Center i Mjärdevi, Linköping går ihop med Ericsson Software Technology. Ett av Sveriges ledande programvaruföretag inom telekombranschen bildades.

Det nya Ericsson Software Technology har, precis som tidigare sitt huvudkontor i Karlskrona i en byggnad som snart fyller 50 år. Härifrån har man en fantastisk utsikt över

hamnen och havet. Företaget har ungefär 600 medarbetare i Karlskrona, ett 100-tal i Ronneby och lika många i Hässleholm. Från första januari, när Ericsson Software Technology juridiskt tar över Applications Center i Mjärdevi från Ericsson Radio Systems, ökar antalet anställda till ungefär 1 500.

– Organisationen för vårt nya företag är i stort klar och från och med september arbetar vi som ett enda bolag, förklarar Kennet Rådne.

När det gäller utveckling av basstationer för mobiltelesystem har Ericsson Software Technology i Hässleholm och Karlskrona sedan tidigare ett viktigt samarbete med Applications Center.

Ericsson Software Technology är uppbyggt som ett stort småföretag med delegerat lönsamhetstänkande medan Applications Center verkat som ett rent kunskapscenter med kostnadsredovisning mot uppdragsgivare inom Ericsson i stora projekt.

– Vi kan tillföra entreprenörskap och småskalighet medan Applications Center kan lä-

ra oss att ta hand om de stora Ericssonprodukterna, menar Kennet Rådne.

Kärnverksamheten i det nya Ericsson Software Solutions blir ungefär densamma som tidigare.

Företaget arbetar inom fem produktområden eller fem "ben" som Kennet Rådne kallar det. Dessa är Radio Network Control, Mobile Switching Systems, Network Intelligence Solutions, Enterprise Solutions och Software Solutions.

Forskningens roll förstärks

I och med sammanslagningen med Application Center i Mjärdevi får forskningsarbetet en betydligt starkare roll inom bolaget. Främst gäller det inom området radionät och programvaruteknik.

I Linköping har det funnits en önskan om att mer arbeta som ett bolag, något som de nu får göra. Under hösten kommer ett 20-tal nya medarbetare att anställas.

Det läggs ned stort arbete på att rekrytera rätt personer. Bland annat vänder man sig direkt till Lunds tekniska högskola och arrangerar bussresor därifrån till Karlskrona, för att visa upp företaget och berätta om verksamheten. Man har också tagit fram en rekryteringsfilm på CD, som i våras vann "Guldeken", för bästa rekryteringskampanj.

Precis som Kennet Rådne nämner Christina Thorman kreativitet när hon talar om sitt jobb. Christina Thorman, som började 1982 på Ericsson Telecom, flyttade till Karlskrona och dåvarande EP Data 1991.

Under sina år inom koncernen har hon också, tillsammans med sin man som även han arbetar på Ericsson Software Technology, hunnit med att vara stationerad i Sydko-

rea och England. I dag är Christina chef över en personalpool på 45 personer som arbetar med IN-tjänster. Hon har både budget- och personalansvar.

Tidigare har hon arbetat med det analoga mobiltelesystemet NMT, där hon varit projektledare.

– Vi har jobbat på det här sättet i en pool sedan januari. Det är intressant och passar bra när man arbetar i projekt som vi ju gör, förklarar hon. Samtidigt tillägger hon att mycket av arbetet sker i nätverk.



Christina Thorman

Jobbar på distans

Flera i Christina Thormans grupp jobbar, i likhet med henne själv, en del på distans från hemmet.

– Det fungerar utmärkt och vår erfarenhet är att när man arbetar hemifrån är man ofta effektivare än vad man är på jobbet, säger hon.

Christina trivs mycket bra på Ericsson Software Technology och upplever att företagsmiljön är kreativ och inspirerande med utrymme för egna initiativ.

– Här finns fortfarande konsultandan kvar och det gör oss kostnadsmedvetna. Vi tar inte uppdraget för givna utan inser att vi hela tiden måste vara duktiga. Även om Ericsson Software Technology nu vuxit till ett stort företag är det viktigt att behålla ödmjukheten, säger hon.

Gunilla Tamm

gunilla.tamm@era.ericsson.se



Kennet Rådne är VD på Ericsson Software Technology som i och med sammanslagningen med Ericsson Application Center får ungefär 1 500 medarbetare.

Foto: Matz Arnström

Проверка, проверка. Есть ли кто-либо там?

[Testing, testing. Is there anyone out there?]



11000110011001000100010100100001001

[Hi Boris. This is Bill. I hope you're not testing anything but the line.]



Signalling Converter. Linking the old with the new. Ericsson Infotech's ZAK 30-6 Signalling Converter converts analog telephone calls into digital ones without missing a beat. Easily equipped to handle various signalling types, such as DC signalling, in-band signalling and E&M. Ericsson Infotech offers a complete range of signalling conversion services, including expert consulting,

customer adaptations, training, interoperability tests, maintenance and support. Give us a call on +46 8 719 93 97 and we'll show you how to raise the pulse of your business.

Ericsson Infotech AB
Marketing & Sales
infotech@ein.ericsson.se
<http://infotech.ericsson.se>

Känslor svåra att klä i ord

Just nu pågår "Make yourself heard"-kampanjen i Asien. Genom omfattande satsningar på språkliga och kulturella anpassningar ska varumärket Ericsson bli mer uppmärksammat. En långt ifrån enkel match på en relativt omogen marknad.

Efter omfattande översättningsarbeten och anpassningar rullar nu "Make yourself heard"-kampanjen i Kina, Vietnam, Thailand, Taiwan, Australien med fler länder. I annonser, på stortavlor, i tv och i butiker ska Ericssons varumärke under hösten nås in på en potentiellt enorm marknad.

– Det är ett svårt budskap att ta till sig, särskilt för en marknad som inte är så mogen, säger Jacinta Ong, ansvarig för koordinationen av "Make yourself heard"-kampanjen i Asien.

Lära upp lokala bolag

Kampanjen har mottagits väl av de lokala bolagen. Men ett stort arbete har varit att förbereda och lära de lokala marknaderna vad Ericssons varumärke står för och vad budskapen i kampanjen innebär.

– Det har inte räckt att översätta utan det har gått att få fram essensen i orden "Make yourself heard" och, via det lokala språket, föra över ett budskap som människor kan förstå, säger Jacinta Ong.

Omvandlingen av budskapet har därför varit en gigantisk utmaning. Översättningarna tog mellan två

veckor och tre månader och omfattade tre kinesiska språkversioner och fem ytterligare språk inklusive engelska. Make yourself heard gick exempelvis inte att översätta till kinesiska. Däremot gick det att få fram andemeningen i "släpp fram dina innersta känslor".

Piercing undanbedes

Ett sätt att få Asienmarknaden att förstå att Ericsson är ett företag i telefonbranschen var att förse annonserna med en liten mobiltelefon.

Merparten av bilderna har kunnat användas. Några fick tas bort beroende på skillnader i det kulturella synsättet. Till exempel gick det inte att använda bilder på pierceade ungdomar eftersom de likställs med gangsters.

Kampanjen får nu hösten på sig att smälta in. Jacinta Ong tror att budskapet ska hjälpa Ericsson att få varumärket mer känt på Asienmarknaden.

– Men vi kan inte vänta oss några mirakel. Det får ta den tid det tar, säger Jacinta Ong.

Gisela Zeime

Hold on to your dreams.

Make yourself heard.

ERICSSON

Everyone has aspirations, regardless of race, creed or culture. In 1876, someone realised this and began a small company called Ericsson so people could make their dreams known over any distance. Today, Ericsson equipment is used in 40% of all mobile communications around the world. After all, we feel it's never too early to begin turning your fantasies into reality.

En av de bilder från annonskampanjen "Make yourself heard" som smälte in i sin nya, asiatiska miljö. Några av bilderna i kampanjen fick sorteras bort sedan man funnit att de kolliderade med landets kultur.

Tidigare tester ska spara dyrbar tid

Nu ska Ericssons produkter testas i ett tidigare skede i konstruktionsprocessen för att säkert klara de legala kraven som gäller på olika marknader. Ericsson har sedan ett par år ett ramavtal med testhuset Semko. Avtalet ska nu utnyttjas fullt ut.

Det är viktigt att man i ett projekt tidigt planerar för att den blivande produkten ska kunna godkännas enligt de legala kraven på produkt-säkerhet, elektromagnetisk kompatibilitet och telekompatibilitet. Tester av produkten måste därför göras mycket tidigt i processen.

Omtester ska undvikas

Avtalet med Semko säger bland annat att Semko ska kunna vara med i nystartade utvecklingsprojekt redan från starten. Detta är en stor skillnad mot praxis då testhuset kommit in först när konstruktörerna hunnit rätt långt – på Ericsson-språk TG4 – vilket är för sent. Följden har blivit förseningar, flera omtester och modifieringar av produkterna.

– Det har inte varit viljan som saknats utan snarare rutinerna, säger Tomas Sjöqvist på affärsenheten för mobilsystemen GSM, NMT och TACS. Men det finns mycket att vinna här och vi har i år arbetat betydligt närmare Semko och nått mycket bra resultat med våra nya GSM-mikrostationer.

Att Semko kom in redan vid TG2, det vill säga strax före konstruktionsstarten, ledde till betydligt lugnare och snabbare verifiering.

I pengar uppskattar de att de sparat bortåt en kvarts miljon i rena provningskostnader.

Till detta kommer den stora vinsten i form av sparade över-tidstimmar, som har varit svårare att beräkna.



Ericssons avtal med Semko innebär att testhuset ska kunna komma in på ett mycket tidigare stadium i utvecklingen av en produkt.

– I tidigare projekt har vi tvingats reda ut en mängd saker i ett sent skede, säger Tomas Sjöqvist.

– Det ledde ofta till konstruktionsändringar på kortnivå, vilket

betytt en hård arbetsbelastning för konstruktörerna och risk för förseningar av projekten. Nu gjorde vi i stället det mesta rätt redan från början.

– Även för oss på Semko innebär arbetssättet flera fördelar, säger Stefan Hübbert. Det är mer stimulerande. Vi blir bekanta med produkterna och kan vokabulären vilket gör processerna betydligt snabbare.

Gemensamma tester

Affärsenheten för företagskommunikation har en längre tid involverat Semko från projektstart. Nu satsar de också på att centralisera testningen för att snabbt få produkterna godkända på samtliga marknader.

– Som ett led i vår policy för globalt produktgodkännande har vi samlat en stor del av testverksamheten till Semko här i Sverige, säger Sven-Åke Forssell som ansvarar för

produktgodkännanden på affärsenheten samt koordinerar dessa inom hela affärsområdet.

– Det gäller till exempel det som tidigare gjordes på olika lab i USA och resultatet är till allas belåtenhet. Eftersom vi har all expertis samlad här i Nacka och närhet till Semko får vi full kontroll och vinst i tid och pengar. För USAs del har det här betytt en nedskärning av ledtiden för godkännande från cirka 12 till mellan sex och åtta veckor, säger han.

60 marknader

En anledning till att de arbetar hårt för att få ITS/Semko godkänt som globalt ackrediterat testhus är att affärsenhetens produkter säljs på drygt 60 marknader och att det tar enorma resurser och tid att hantera varje land för sig.

Lars Cederquist

lars.cederquist@era.ericsson.se



PSTN GSM ISDN

Nu släpper vi ett PC Card med allt i ett, anpassat för hela världen.

En värld. Ett PC Card. K56 CC+ är ett höghastighetsmodem för bärbara datorer som går att använda över hela världen. Det innehåller tre funktioner i ett och samma kort; PSTN, GSM och ISDN. Modemet är gjort för att användas tillsammans med Ericssons GSM-telefoner och kommunicerar med en hastighet av 9,6 Kbps. Med ett enkelt kontaktbyte kan K56 CC+ även kommunicera via ISDN med en hastighet av 128 Kbps och via PSTN med 56 Kbps, enligt den senaste V.90 standarden. K56 CC+ är godkänt i 25 länder och försett med en mjukvara som gör att det lätt anpassas till de olika ländernas standard.

Säljs med livstidsgaranti och support. **Specialpris 4.495:-**

Nu har Ericsson ett produktsortiment som täcker stora delar av kommunikationsbehovet för all data- och Internet-kommunikation. Det erbjuder användarna möjligheten att anpassa kommunikationssättet efter var man befinner sig och vilka resurser man har att tillgå. Samtliga våra produkter är av hög kvalitet och innehåller den senaste tekniken.



K56 DTV

Ericsson K56 DTV är ett bordsmodem med data, fax och voice funktion som kommunicerar med en hastighet upp till 56 Kbps enligt V.90 standard.

Specialpris 995:-



K56 CC

Ericsson K56 CC är ett data/faxmodem för bärbara datorer som kommunicerar med en hastighet på upp till 56 Kbps enligt V.90 standard.

Specialpris 1.395:-



128 TA

Ericsson 128 TA är en ISDN Terminal Adapter med två B-kanaler på vardera 64 Kbps. Ericsson 128 TA kommunicerar upp till 128 Kbps och är försett med en analog port för anslutning av en vanlig telefon eller telefax.

Specialpris 1.595:-



128 CC

Ericsson 128 CC är en ISDN Terminal Adapter för bärbara datorer med två B-kanaler på vardera 64 Kbps. Ericsson 128 CC kan kommunicera med en hastighet upp till 128 Kbps.

Specialpris 1.695:-



K56 CC/128 CC

Ericsson K56 CC/128 CC är ett kombinerat data/faxmodem och ISDN Terminal Adapter för bärbara datorer. Med Ericsson K56 CC/128 CC så kan du enkelt växla mellan att kommunicera via ISDN och vanliga telenätet. K56 CC/128 CC kommunicerar via ISDN med en hastighet upp till 128 Kbps, och med en hastighet upp till 56 Kbps enligt V.90 standard på vanliga telenätet.

Specialpris 2.495:-

Specialpris gäller för Ericssonbolag och anställda inom Ericssonkoncernen.

Alla priser är exkl moms.

Jag önskar härmed beställa ...

- ☐ st. K56 CC+, GSM och ISDN Aktiv (å 4.495:-)
☐ st. K56 DTV (å 995:-)
☐ st. K56 CC (å 1.395:-)
☐ st. 128 TA (å 1.595:-)
☐ st. 128 CC (å 1.695:-)
☐ st. K56 CC & 128 CC (å 2.495:-)

☐ Kontorsorder (LI-order)

☐ Beställda varor betalas genom löneavdrag

Alla priser är exkl moms

Namn _____
 Bolag _____
 Lev adress _____
 Tel _____ Fax _____
 Memo-id/e-mail _____
 Anst.nr _____
 Datum _____
 Underskrift _____

Beställningen sändes till: Ericsson Enterprise Distribution, 164 81 Stockholm.

Memo: EKE, EKEEND. E-mail: enterprise.distribution@eke.ericsson.se

Tel 08-404 63 00. Fax 08-404 63 13

Ericsson Business Networks AB
www.ericsson.se/modems

ERICSSON

Undvik ovett vid videokonferens

Du behöver inte vara tekniskt geni för att ta del av en videokonferens. Det är däremot bra att ha kontroll över sitt kroppsspråk. Kameran registrerar den mest diskreta gäspning och att klia sig i håret medan någon annan har ordet kan uppfattas som nonchalant. Ett bra tips är också att förbereda sig väl inför ett möte över nätet.

Ericsson investerar stort i videokonferensutrustning. För närvarande finns 280 anläggningar inom koncernen.

De senaste åren har allt fler anställda börjat utnyttja tekniken.

Fördelarna är många: det är billigt, det spar tid och mötet blir mer effektivt. En förutsättning är att deltagarna förberett sig inför konferensen.

– Det är bra med en tidplan för dagordningen och en ordförande är nödvändig för ett möte med över tre deltagare. Om folk avbryter varandra tvingas man köra runt för mycket med kameran och då är det lätt att bli åksjuk, säger Per Rosenkvist på Publika näts IT-avdelning.

Hans erfarenhet är att det räcker med persondatorvana för att det ska kännas hemtamt att köra en videokonferens. Tekniken är enkel att hantera. Den svagaste länken är oftast användaren. Vissa vett- och etikettsprinciper bör man ta hänsyn till.

– Kroppsspråket blir väldigt tydligt på en videoskärm. Att sitta och hänga med huvudet, blunda eller gäspa medan man lyssnar ger ofrivilliga signaler om bristande intresse. Att avbryta den som har ordet är väldigt störande, det vet alla som någon gång talat i en högtalar-telefon.

Korta sammanträden

En stor fördel med videokonferenser är att de sporrar till korta, väldisciplinerade sammanträden.

I två års tid har Publika näts ledning gjort budgetplaneringen med lokalbolagen på det sättet.

I genomsnitt sändes 32 timmar videokonferens per vecka vid årets budgetmängling.

Det blev en besparing på cirka tre miljoner kronor. Det kostar cirka 1 300 kronor per timme att videokonferera med USA. Jämför det med att två personer tar flyget över Atlanten.

– Då är vi uppe i 1 400 kronor per person bara i taxikostnader tur och retur Arlanda flygplats, säger Per Rosenkvist.

Tidigare var videokonferenser ett exklusivt verktyg som utnyttjades av Ericssons ledningsgrupper.

I dag är tekniken tillgänglig för hela verksamheten.

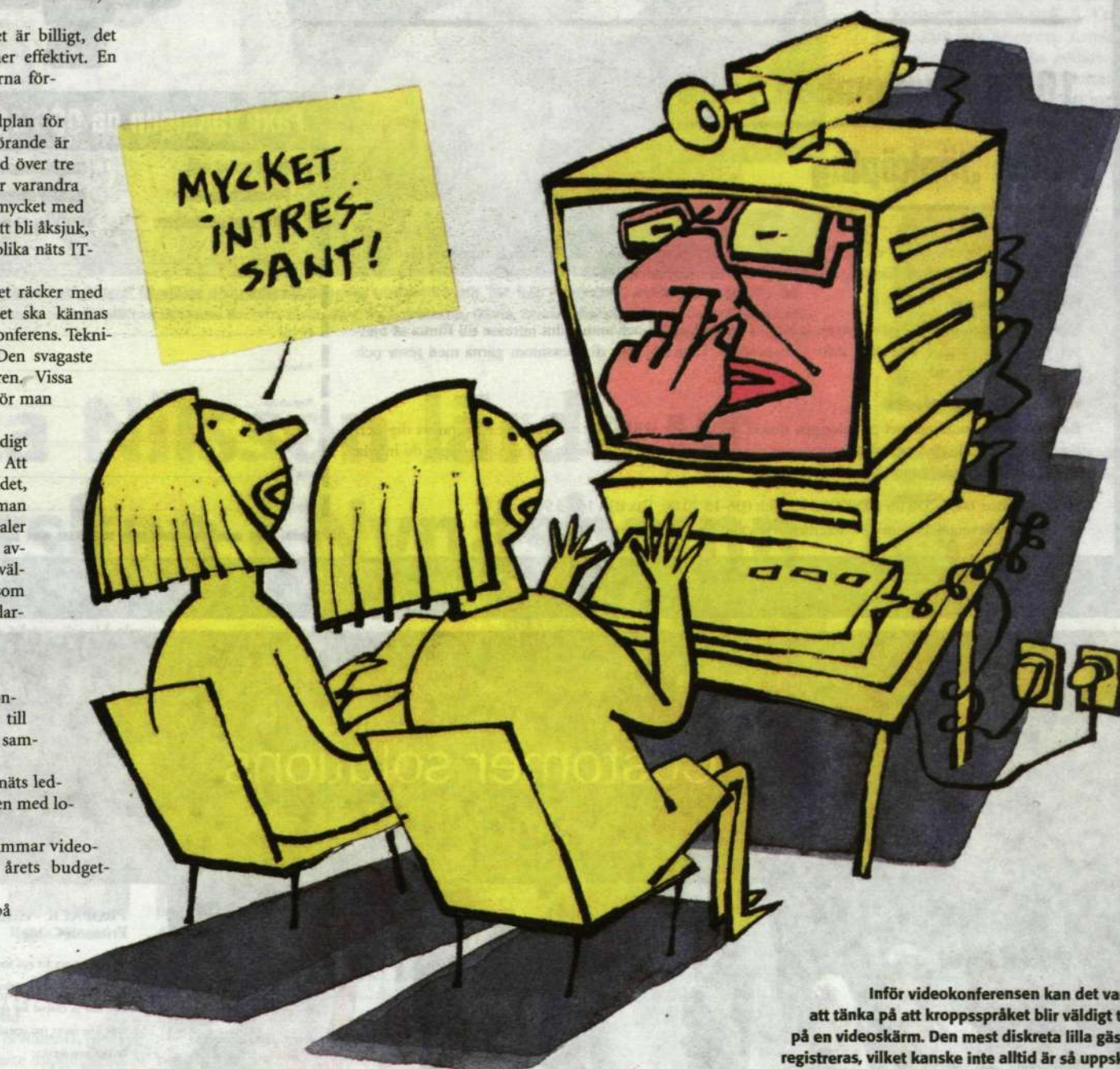
Inom Publika nät talas det om första, andra och tredje generationens användare beroende på grad av vana.

Tekniken tillgänglig för alla

De mest erfarna utnyttjar utrustningens alla möjligheter. Till exempel att jobba tillsammans i ett gemensamt dokument som projiceras på en av videoskärmarna.

I dag bokas videostudioer och konferensrum via webben på Ericssons interna datornät.

Tekniken används för utbildning, informationsmöten och mindre konferenser mellan Eric-



Inför videokonferensen kan det vara bra att tänka på att kroppsspråket blir väldigt tydligt på en videoskärm. Den mest diskreta lilla gäspning registreras, vilket kanske inte alltid är så uppskattat.

Illustration: Ulf Frödin

sonenheter globalt eller med externa företag.

Kostnaden för videokonferensutrustningen i området Stockholm Sydvest har fördelats över Publika näts verksamhet.

– Det betyder att det inte dimper ned en

fet nota i brevlådan efter en beställd videokonferens. Publika näts enheter i Stockholm betalar redan för videokonferenserna, så det gäller att utnyttja tekniken, säger Per Rosenkvist.

Lena Widegren

lena.widegren@etb.ericsson.se

© <http://pn.ericsson.se/videoconference>

Ett verktyg för utbyte av information

– Videokonferenser är ett verktyg för att skapa ett snabbare utbyte av information såväl internt som med kunder och partners. Det är också mycket kostnadseffektivt, säger Rolf Skoglund, koncernens IT-general.

Han uppskattar att det under nästa år blir möjligt för delar av företaget att börja köra med personliga videokonferenser.

Det interna datanätverket som knyter samman Ericssonenheter över hela världen byggs ut för att kunna hantera mer höghas-

tighetstrafik. Som till exempel överföring av rörliga bilder och tal.

Med kamerautrustning på persondatorerna blir det då möjligt för anställda att se och tala med kollegor på andra sidan jordklotet vid den egna arbetsplatsen.

– Nästa år finns möjligheten till personlig videokonferens inom delar av Ericsson.

– Vårt interna nät byggs ut för att bland annat klara detta, säger Rolf Skoglund.



Rolf Skoglund

Lena Widegren



Per Rosenkvist

INTERNATIONELL FACKMÄSSA

Elmia

Underleverantör 98

10 - 13 november 1998

Elmia Jönköping

Elmia Underleverantör är en helt renodlad underleverantörmässa för verkstadsindustrin med över 1.200 direktutställande företag, varav drygt 250 är internationella.

Förbered ditt besök

Beställ produktregistret - på talongen nedan - i god tid. Fyll i och anmäl ditt intresse till Elmia så hjälper vi dig med vidare kontakter inför mässbesöket. Elmia hjälper dig dessutom gärna med resor och boende. Välkommen!

VIPS så är du inne på mässan!

Beställ ditt inbjudningskort på talongen nedan. Fyll i och skicka till oss så förregistrerar vi dig och skickar en streckkodad namnbricka som ger dig snabbare entré till mässan. På så sätt slipper du inleda ditt mässbesök i tidsödande köer. Välkommen!

Elmia AB, Box 6066, 550 06 JÖNKÖPING, Tel: 036-15 20 00, Fax 036 16 46 98

E-mail: underleverantor@elmia.se, Internet: www.elmia.se/underleverantor



Faxa talongen på 036-16 46 98!

Vänligen sänd mig:

☐ Produktregister

☐ Informationsfolder:

☐ Inbjudningskort: _____ st

☐ Konferensprogram

☐ _____ st ☐ Eng ☐ Fra ☐ Sve ☐ Tys

Namn _____

Titel _____

Företag _____

Adress _____

Postadress _____

Tel _____

Fax _____

E-mail _____

Kontakten



Customer solutions



Ericsson Cables provides overall solutions of products and services for cable networks.

PROPACK - customer solutions from Ericsson Cables

Time is money for you and your customers, especially in today's fast-moving telecom market where Time to Revenue is crucial for operators, both established and new. The faster you install a network, the quicker it can be put into service.

Using packaged solutions of pre-connected distribution frames is the key. Your installation crew has everything ready-to-install. Gone are the days of endless boxes of components and parts. So is the risk of ordering wrong parts, confusion, installation mistakes and wrong connections.

PROPACK is a complete range of network products from Ericsson Cables that are simpler and more convenient to design and order, faster to deliver and install on site, and easier to deploy in your networks.

PROPACK takes you into a new era in network product solutions; one designed with your needs in mind for faster and more cost-effective product packages that are easier to design and order, faster to deliver, more convenient to handle and quicker to install.

Ericsson Cables
www.ericsson.se/cables
marketing@eca.ericsson.se

Network Products
Stockholm, Sweden. Tel: +46 8 764 09 00 Fax: +46 8 98 55 03

Contracting
Stockholm, Sweden. Tel: +46 8 764 09 00 Fax: +46 8 764 08 13

Power Cables
Falun, Sweden. Tel: +46 23 684 00 Fax: +46 23 685 90

Telecom Cables
Hudiksvall, Sweden. Tel: +46 650 360 00 Fax: +46 650 362 00

ERICSSON



Ishockeylegenden Kenta Nilsson "Mr. Magic" föreläste då Ericssonföretagens Idrottsförbund, EIF, höll höstmöte i Nynäshamn den 25-26 september 1998. Här omgiven av idrottsledarna Susanne Bartels, Kista, Birgitta Emretsson, Gävle, Maria Öhman, Mölndal och Carina Larsson, Östersund.

Foto: Jenny Hallengren

Kenta Nilsson lärde ut ledarskap i Nynäshamn

Susanne Bartels, 30, från Kista i Stockholm var en av de 67 idrottsledare från Sverige, Finland och Norge som deltog i höstens ledarseminarium i Nynäshamn den 25-26 september.

Det var Ericssonföretagens Idrottsförbund, EIF, som samlat sina ledare för att dra upp riktlinjerna inför framtiden.

Spelordningen inför koncernmästerskapen år 2 000 fastställdes, nya grenen basket introducerades och Kenta Nilsson "Mr. Magic" föreläste om sitt liv i NHL.

– Jag började i Ösma IF för 30 år sedan men slutat vet jag inte om jag gjort ännu, sa den nu 40-åriga "Mr. Magic" som gjorde Foppa-tricket innan den nya stjärnan ens var född.

– Att leda är inte bara att bestämma, predikade han. Ledarens viktigaste uppgift är att få den enskilde spelaren att trivas i laget. Allt annat kan vem som helst göra.



Kenta Nilsson



Susanne Bartels

– Det där var mycket bra sagt. Ledare som får människor att trivas tillsammans är en tillgång både inom arbete och fritid, sa Susanne Bartels, ordförande i Ericsson Kistas Sportklubb.

Susanne menar att det är viktigt att de unga ser att Ericsson är ett modernt företag som satsar resurser på idrott, friskvård och fritid.

– Genom den här satsningen får vi också behålla vår välutbildade personal. Idrotten skapar kontakter mellan människor. Min högsta önskan är att Ericsson även i fortsätt-

IDROTTSKLUBBAR

EIF, Ericssonföretagens Idrottsförbund, är huvudorganisation för idrotts- och fritidsverksamheten inom koncernen. I Sverige finns för närvarande cirka 40 lokala idrottsklubbar vid Ericssonföretag.

Även Finland, Danmark och Norge har klubbar som är anslutna till EIF. Förbundet fyllde 60 år förra året. EIF har ett nära samarbete med Hälsovården.

ningen skall satsa tid och engagemang i den här verksamheten, sa hon.

– Det här är viktiga träffar för oss, säger EIF:s ordförande Ulrich Vilmar. Vi ledare lär oss ständigt av varandra. Vi träffas på olika platser i Sverige, Norge och Finland, för att samtidigt få lite Ericssonkunskap.

Lars-Erik Wretblad

<http://www.lme.ericsson.se/events/employ3.html>

NOTERAT

Poetiskt telefonklotter

► Ericssons historia rymmer inte bara mötesprotokoll och tekniska handlingar. Här och där i företagets luntor spirar också poesin. Som i denna tummade räkenskapsbok från 1895.

Här mitt bland alla prydligt staplade siffror finns ett rimmat, vemodigt poem om hösten. Versen är signerad K. A. Karlsson. Vem denne K. A. Karlsson är förtäljer inte historien. Kanske en ingenjör med poetiska ambitioner eller helt enkelt en uttråkad tjänsteman som ville fördriva tiden tills det var dags att stämpla ut.

Skrivboken finns i Ericssons samlingar på Föreningen Stockholms Företagsminnen.



Mitt bland prydligt staplade siffror har signaturen K. A. Karlsson diktat om hösten.

GSM-system till Zimbabwe

► Ericsson har sålt ett globalt GSM-system till Econet Wireless, en av Zimbabwes tre officiella operatörer.

Projektet är ett så kallat nyckelfärdigt projekt där Ericsson tillhandahåller och installerar hela infrastrukturen för nätet, inkluderande radiobasstationer och en växel i containrar samt leverans av ytterligare en växel.

– Växeln är konstruerad för att ta 50 000 abonnenter första året och kan uppgredas till 100 000 abonnenter, säger Hans-Olov Rauman ansvarig för Econets konto på Ericsson i Sydafrika. Zimbabwe är en strategiskt viktig marknad för Ericsson i Sydafrika. Landet är förutom Sydafrika den potentiellt största mobilmarknaden söder om Sahara.

Ericssons pensionärsförening

Torsdag 29/10: Höstfest med dans till Cay Löwquist enmansorkester. Anmälan senast 22/10.

Onsdag 4/11: Katolska domkyrkan Medborgarplatsen, guidad visning kl 11:00. Pris 20 kronor. Anmälan senast 22/10.

Torsdag 5/11: kl 14:30. Samkväm med marknad.

Onsdag 11/11: Medicinhistoriska Museet, Karolinska Sjukhuset. Guidat besök kl 09:45. Pris 35 kronor. Anmälan senast 3/11.

Tisdag-torsdag 24-26/11: Resa till Helsingfors med Viking Line. Pris 824 kronor. Övrig information se programbladet sidan sju.

Stort intresse för att hyra konst

► I förra numret berättade Kontakten om Ericsson fastigheters nya sätt att få modern konst till Ericsson.

Istället för att köpa konst har Ericssons fastighetsbolag testat att hyra konst från Konsthögskolan i Stockholm.

– Det är verkligen roligt. Flera personer har hört av sig. Intresset för att hyra konst verkar vara stort, säger Helena Hambræus, chef för arkitektur och inredning på LM Ericsson Fastigheter AB, som är initiativtagaren till hyresavtalet mellan Konsthögskolan och Ericsson.

Ericssons internbank, där Annica Renqvist var med och valde ut konsten, var det Ericssonbolag som fick hyrd konst på sina väggar.

Tyvärr förväxlades bilderna på de båda konstentusiasterna i Kontakten 14.



Helena Hambræus, chef för arkitektur och inredning på LM Ericsson Fastigheter AB, som hyr konst åt Ericsson. Foto: Mia Widell



Annica Renqvist, projektledare på Ericssons internbank, TSS, som var med och valde ut konst att hyra. Foto: Mauro Rongione

För att förstå sin egen tid och den tid man är på väg till är det viktigt att känna till sin historia. Ericsson har gott om historia, snart 125 år, och mycket av den ligger lagrad på Föreningen Stockholms Företagsminnen.



Alexander Husebye och Krister Hillerud på Företagsminnen gillar att arbeta till operamusik i sitt dagliga värv bland luntor och ritningar. Foto: Mauro Rongione

Ericssons goda minne

Det är en brokig samling som trängs i Företagsminnens lokaler i Hammarbyhamnen. Allt ifrån banker till bokförlag ingår bland föreningens 160 medlemmar. Företagsminnen är en ideell förening som grundades 1974. Syftet är att bevara historiskt material åt svenska företag och organisationer och tillhandahålla material för forskning.

Föreningen har 13 anställda varav åtta är arkivarier. De arbetar bland annat med att strukturera och ADB-registrera protokoll, bilder, ritningar, korrespondens och mycket annat, allt i original.

– Historiska original styrker ett företags existens och bidrar till att stärka dess image. Jag ser den historiska dokumentationen som företagets guldmyntfot, säger Alexander Husebye, kanslichef.

Juridiska avtal

Företagsminnen har förutom en kulturbärande roll även en juridisk sida som är nog så viktig.

Det gäller till exempel garantiåtaganden och avtal som av juridiska skäl måste sparas i flera år framåt. Därutöver bestämmer företagen själva vad som ska sparas. Därför är det viktigt att ha

en policy om detta, anser Företagsminnen.

Handlingar från 1876

Ericsson har varit medlem sedan 1980-talet.

– Innehållet i Ericssons arkiv består av tre delar: ett äldre historiskt arkiv, där de äldsta handlingarna härstammar från 1876, ett bildarkiv med glasplåtar, negativ och positiv och ett tredje arkiv med nyare material, säger Krister Hillerud, ansvarig för förteckning av Ericssons material.

Ericssons gömmor är inte bara en guldgruva för den som är intresserad av "larsmagnusiana". Här finns även dokument, som speglar världshändelserna från ett närmare håll än nyhetsmediernas. Krister visar ett brev från Vietnam, skrivet 1961, där man mellan raderna får en inblick i de politiska skeenden som föregick Vietnamkriget.

En genomgång av materialet visar också att Ericsson alltid varit ett företag i förändring, ständigt på språng. Exporten började redan på 1890-talet och i början av seklet hade Ericsson långtgående planer på att flytta huvudkontoret till St. Pe-

TRE MIL PAPPER

Företagsminnen har 4 600 kvadratmeter lageryta.

Sammanlagt ryms här tre mil papper.

Företagsminnen har 1,1 miljon bilder och en halv miljon ritningar (allt ifrån tekniska konstruktioner till mode-teckningar).

Ericsson har en kvarts miljon bilder i Företagsminnens arkiv.

Totalt omfattar Ericssons dokumentation cirka 1 500 löpmeter.

tersburg. Arkiveringsdisciplinen på Ericsson var mycket bättre förr, tycker Krister Hillerud.

– Det är mycket mer "skräp" i materialet från 70- och 80-talet, säger han.

Företagsminnen har ofta besök av forskare, inte minst i ekonomisk historia. De måste dock ha företagets tillåtelse att forska i materialet.

Lotta Muth

lotta.muth@lme.ericsson.se

<http://www.foretagsminnen.se>

PA GANG

Vecka 42: Ericssons presskonferens som hölls den 12 oktober visas på webben.

Ⓢ <http://inside.ericsson.se/now/webcast>

Du behöver programmet Realplayer för att kunna se webcasting. Om du vill ha hjälp kan du kontakta din helpdesk.

Ⓢ <http://www.ericsson.se/pressroom>

Måndag 19/10: Kontakten trycker en extratidning om det nya Ericsson. Tidningen ska bland annat spegla reaktioner och stämningar på olika ställen inom koncernen.

Tisdag 27/10–31/10: Utställningen PT ExpoComm China pågår i Beijing. Ericsson är på plats.

SEDAN SIST

Torsdag 30/9: Ericsson gick ut med nyheten om den nya organisationen. Kunderna och marknaderna står i fokus.

Tisdag 6/10–torsdag 8/10: Chefsmöte i San Diego. Cirka 400 av koncernens högsta chefer diskuterade Ericssons nya strategier och organisation.

Lördag 10/10: Sista chansen för att få låna en hemdator.

Ⓢ <http://hempe.ericsson.se>

Måndag 12/10: Ericsson höll presskonferens om de nya strategierna och organisationen.

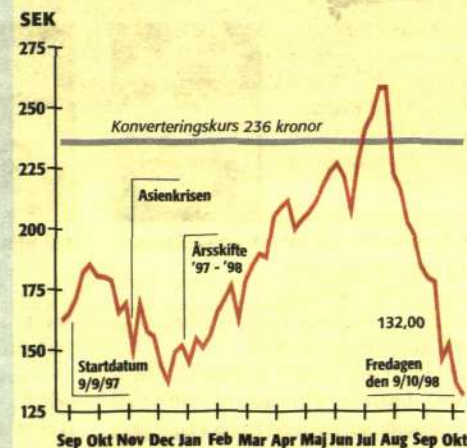
PA NYA JOBB

Björn Olsson är ny chef för enheten för amerikansk standard på Ericsson Radio Systems AB.

Stefano Celsini är ny chef för Ericssons bolivianska bolag.

Lars Lindén blir chef för Ericssons bolag i Uruguay.

AKTIEN



Vid en extra bolagsstämma den nionde september 1997 godkändes ett förslag om ett konvertibelprogram. Konvertibelperioden sträcker sig fram till den 30 juni 2003. Undrar du något om konvertiblerna kan du titta på <http://inside.ericsson.se/converti.htm>



kontakten

special

Korten
på
bordet



– så här ska Ericsson förändras

dags för besked

DE KOM FRÅN hela världen. Nästan 400 av Ericssons högsta chefer samlades på hotell Hyatt Islandia i San Diego, Kalifornien. I två dagar skulle här Ericssons nya strategi, nya organisation och nya sätt att arbeta presenteras. Sven-Christer Nilsson, som tillträdde som koncernchef den 30 mars, var klar att presentera sitt Ericsson. Och den värld detta Ericsson ska arbeta i – det han kallar "Den nya telekomvärlden".

Förväntningarna inför mötet var höga. Inte bara delegaterna utan många andra (inom och utanför Ericsson) väntade på besked i en rad viktiga frågor. Och besked fick de. Och det med besked också. För det är ett resolut grepp som den nye koncernchefen nu tagit om sitt företag. Den nya organisationen hade visserligen blivit offentliggjord till sina huvuddrag redan veckan före San Diego-mötet, men det var först här som omfattningen och djupet av förändringarna blev kända. Vad som en vecka tidigare – på papperet, så att säga – mest kändes som en omdefiniering av vad olika enheter ska kallas, visade sig innebära djupgående förändringar i ansvarsfördelning och arbetssätt. I San Diego, trädde ett helt nytt Ericsson fram i ljuset.

Kontakten var förstas på plats, nu som alltid när det vankas stora nyheter inom Ericsson. I den här specialbilagan försöker vi beskriva hur det nya Ericsson ska se ut, vilka strategier som företaget förlitar sig på i kampen att nå det mål som också var mottot för hela mötet:

"Winning in the New Telecoms world."



Karl-Erik Forsberg (1914 – 1995) är Sveriges främsta bokstavskonstnär, typsnittstecknare och bokformgivare. Serien *Alpha Magica* var ett av hans sista verk.

kontakten special

Bilaga till Kontakten, oktober 1998
Ansvarig utgivare: Lars A. Ståhlberg.

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

Patrik Lindén, 08-719 18 01,
patrik.linden@lme.ericsson.se

Layout: Paues Media i Stockholm AB,
08-665 80 72.

Tryck: Nerikes Allehanda Tryck,
Örebro 1998.

Ericsson står inför stora utmaningar, men vi är väl rustade att möta dem. Dock behövs ett nytt sätt att leda företaget. Genom lagarbete där alla jobbar tillsammans men var och en gör sin insats ska kampen om framtiden vinnas.

– Vi ger oss ut på färd i gummiflotte, nerför skummande forsar med livsfarliga klippor men också möjlighet till smarta vägval.

Detta var den liknelse den nye koncernchefen använde i sin inledande redogörelse för koncernens nya strategier. De strategier som ska göra Ericsson till vinnare i den nya telekomvärlden.

Med nya strategier erövrar vi världen

DET ÄR INTE MYCKET som är sig likt i telekomvärlden om man jämför sakernas tillstånd idag och för några år sedan. Utvecklingen har gått snabbt och går vidare i allt snabbare takt. Samtidigt hårdnar konkurrensen mellan de företag som söker sin utkomst i denna bransch. På leverantörssidan är kampen lika knivskarp som mellan operatörerna. För Ericsson betyder det att kraven är mycket starka på att verksamheten och vårt sätt att arbeta förändras och anpassas till den Nya Telekomvärld vars konturer nu blir allt tydligare.

"The New Telecoms World" är ett begrepp som myntats av Ericssons nya koncernchef Sven-Christer Nilsson. Denna värld och dess krav på oss som arbetar i koncernen var temat för hans inledande tal vid det stora chefsmötet i San Diego.

– Den nya telekomvärlden är full av utmaningar och möjligheter. Vi kan inte lyckas här utan att anstränga oss – utan att slåss och utan att satsa på tillväxt, klargjorde koncernchefen.

I DENNA NYA TELEKOMVÄRLD är det många nya företag som intresserar sig för telekommunikation. Branschen är en av de mest expansiva av alla och därför naturligtvis intressant för alla som tror sig kunna ta för sig en rejäl del av de miljardtals av dollar som omsätts varje år. Det som nu sker är att också dataföretagen – vid sidan av de traditionella telekommunikationsleverantörerna – ger sig in i branschen. Cisco, 3Com och Ascend är tre amerikanska exempel på företag som nu också erbjuder sina kunder lösningar för röstkommunikation och andra teletjänster. Det är ett resultat av att flera olika teknologier, branscher och tjänsteområden nu smälter samman.

När den traditionella telebranschens leverantörer och datakomföretagen nu möts i tävlan om att få bygga framtidens telelösningar är det två

ganska olika sätt att lösa uppgiften som ställs emot varandra.

Telekombranschen har alltid krävt en hög kvalitet på tjänsterna och samtidigt mycket höga realtidsprestanda. Därför har det alltid efterfrågats robusta noder i nätet. Dessa har utvecklats genom åren, traditionellt i ganska behaglig takt. Något som varit möjligt i den tidigare hårt reglerade telekomvärlden, där operatörer som Telia och Deutsche Telekom tidigare varit ganska ensamma om marknaden i respektive land.

Datakomföretagens sätt att se på telekommunikation är annorlunda. I deras värld har man varit tillfreds med mindre robusta nät, nät som byggts för att på bästa sätt distribuera datapaket – utan krav på realtidskommunikation. På så vis har näten kunnat byggas robusta utan att de enskilda noderna för den skull byggts lika robusta som i de mer traditionella telenäten.

NU SMÄLTER DESSA TVÅ VÄRLDAR samman. Det är därför Ericsson måste revidera sitt sätt att se på tekniklösningarna och sitt sätt att arbeta med dem.

I den här situationen är det vår övertygelse att de som är bäst att vinna kampen om den nya telekomvärlden är de leverantörer som har den totala nätbyggnadskompetensen, framhöll Sven-Christer Nilsson.

Han konstaterade därpå att marknaden också förändras sig när det gäller antalet större spelare på operatörssidan. De senaste åren har präglats av att många nya företag etablerat sig som teleoperatörer, i avregleringens spår. Nu stundar en tid av konsolidering, där många av dessa spelare får stryka på foten till förmån för dem som lyckats lägga under sig en större del av marknaden.

– Vi kan vänta oss att 10–15 globalt verksamma operatörer kommer att dominera marknaden och svara för merparten av teletrafiken. De flesta av dessa företag är dessbättre redan kunder till Ericsson.

EN ANNAN FAKTOR som Sven-Christer Nilsson framhöll som positiv för Ericsson är den starka trenden mot ökad mobilitet. Det är en utveckling som starkt påverkar kraven på framtidens nät, menade han – inte bara när det gäller accessen till näten utan också i transportnäten för både röst och data.

– Det är spelar oss väl i händerna, eftersom mobilitet är vår hemmaplan!

Sven-Christer Nilsson underströk att Ericsson håller en unik position i och med att företaget är starkt inom telekom – med en mycket stor installerad bas över hela världen och samtidigt ledande inom mobilkommunikation. Därför kan koncernen i hög grad påverka förutsättningarna för den förestående kampen på marknaden och har på så vis en god chans att ta den ledande positionen när telekom- och datavärlden nu sammansmälter.

För att lyckas med det konststycket behöver Ericsson ta till sig de nya teknologier som datakomföretagen fört med sig in i den Nya Televärlden. Det gäller främst IP, det vill säga kommunikationslösningar som stöder sig på Internetprotokollet. Detta är teknologier som snabbar på utvecklingen och ger förutsättningen för att telekom- och datakommunikation kan samköras.

I de framtida näten ges också plats för ett brett spektrum av nya tjänster, bland annat multimedia. Inte bara i fasta utan också i mobila nät.

– Därför blir IP en av grundkomponenterna också i den framtida tredje generationens mobilkommunikation, menade Sven-Christer Nilsson.

NÄR KONKURRENSEN ÖKAR mellan operatörerna tvingas dessa söka efter stordriftsfördelar. För Ericssons del betyder det att koncernen måste bli ännu effektivare.

– Vi måste vara ledande i kostnads-effektivitet och tjänsteutbud, samtidigt som vi erbjuder den bästa kvaliteten.

För att uppnå detta måste Ericsson

förändras. Alla som arbetar i koncernen står nu inför starka krav på förändrade beteenden. Sven-Christer Nilsson underströk att det är nu dessa krav ställs på oss. Det finns ingen tid för väntan.

Kraven på förändring gäller inte minst de sätt som företaget leds på. Sven-Christer jämförde vårt sätt att leda och arbeta i företaget i framtiden med att åka gummiflotte nerför forständerälv.

– För att klara oss till mållinjen måste vi vara beredda att handla snabbt och att klara plötsliga undanmanövrer för att undvika farliga klippor i strömmen, sade han.

Samtidigt gäller det att också hitta och utnyttja de möjligheter att vinna tid som kan erbjudas av snabbare och kraftigare forsnar. Och vi måste göra det bättre än våra konkurrenter.

Sven-Christer menade att Ericsson tack vare sitt breda utbud av produkter och tjänster har fler flottor att ställa upp med än någon annan. Nu är det upp till oss själva att se till så att de alla klarar sig genom forsarna.

– Vi måste paddla tillsammans. Alla i teamet måste agera kraftfullt, men också individuellt, för att vi ska bli det bästa laget.

DET ÄR INSIKTEN om hur branschen totalt förändras som ligger bakom de stora förändringar Sven-Christer Nilsson tagit initiativ till. Och det är därför han uppmanar alla att tänka om när det gäller hur vi definierar vår verksamhet och vårt sätt att arbeta. I sitt anförande återvände han till den roll han vill att Ericsson ska spela i den nya telekomvärlden, på en marknad som redan förra året var värd 230 miljarder dollar.

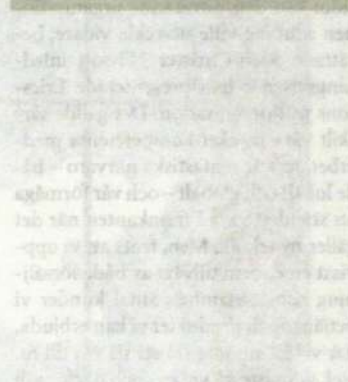
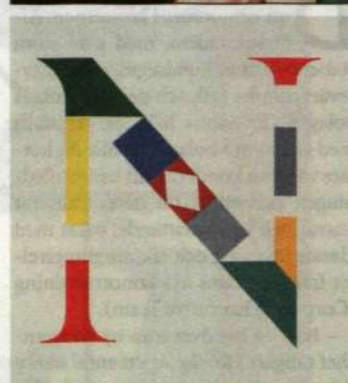
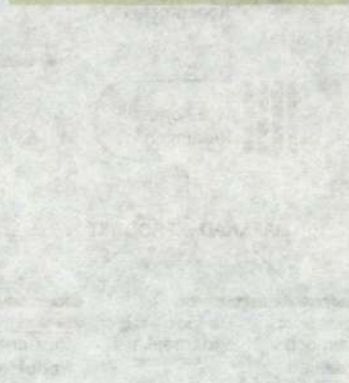
– Vår uppgift är att förstå våra kunders möjligheter och behov och att tillhandahålla kommunikationslösningar som är bättre än våra konkurrenters. Genom att göra det skapar vi en lönsamhet och tillväxt i företaget som tillfredsställer våra aktieägare.

Hur ska då Ericsson bära sig åt för att ta ledningen? Sven-Christer Nilsson pekade ut den väg han anser att koncernen ska ta: Det handlar om att identifiera och satsa på de områden som har den starkaste tillväxten. Och att vi tar på oss rollen som våra kunders ledsagare in i den nya världen.

En sak Sven-Christer Nilsson inte vill ändra på är Ericssons ambition att vara en komplett teleleverantör. Också i den nya televärlden ska koncernen tillhandahålla kompletta kommunikationslösningar. Det ska vara lösningar som är branschledande, lätta att använda och lönsamma.

Dessa ska erbjudas till Ericssons kunder. Nu grupperas de i tre olika segment; nätoperatörer och tjänsteleverantörer, företag och konsument. Samma segmentindelning återfinns i Ericssons nya organisation, som Sven-Christer Nilsson presenterade och förklarade på San Diego-mötet.

SVEN-CHRISTER NILSSON FRAMHÖLL vikten av att vi nu identifierar de verk-



liga tillväxtmarknaderna inom vart och ett av de tre kundsegmenten. Och att koncernen verkligen utnyttjar den unika styrka som den besitter idag.

– Vi måste vara ledande inom varje område vi betjänar. Det mål Sven-Christer Nilsson ställer upp är att Ericsson måste vara en av de tre största spelarna inom varje område koncernen är verksam i.

I DEN NYA TELEKOMVÄRLDEN är trådlös datakommunikation en verklig så kallad "killer application". På det här området förutspår koncernchefen en årlig tillväxt som är så hög som 100 procent. Fortsatt tillväxt kan också väntas inom trådlös röstkommunikation. På 15 år har antalet abonnenter växt till 200 miljoner. Under de kommande fem åren ökar det antalet till 800 miljoner, samtidigt som abonnenterna utnyttjar sina mobiltelefoner alltmer. Det är fallande samtalskostnader och ökad användning av mobiltelefoni för datakommunikation som förklarar detta. Den prognos Sven-Christer Nilsson refererade till förutspår att antalet samtalsminuter kommer att öka från 300 miljarder på år idag till 2500 miljarder år 2003.

– Det är goda nyheter för vår infrastrukturverksamhet. Och samtidigt väntas fortsatt tillväxt också för tråd-

buren datakommunikation. Pådriven av den starka expansionen för Internet och intranät. Multimediakommunikation över telenäten spelar en viktig roll för den starka tillväxt som väntas.

DET ÄR MÅNGA UTMANINGAR som Ericsson nu står inför. Sven-Christer Nilsson summerade några utav dem:

- Att behålla den ledande positionen inom mobil kommunikation, och samtidigt bli ledande inom det nya segmentet för mobilt Internet.
- Att behålla positionen för rösttelefoni via fasta nät, samtidigt som Ericsson blir ledande för det som kallas carrier-class real time IP, det vill säga IP-kommunikation för röst och data med traditionell telekomkvalitet.
- Att inta en stark position när det gäller accesslösningar för fast och mobil kommunikation.

Sven-Christer Nilsson varnade för att det inte är vare sig självklart eller enkelt att koncernen lyckas i sina strävanden. Därför krävs det massor av arbete, uppmärksamhet och fokus. Här som så ofta annars gäller sanningen att tidigare framgångar inte är någon garanti för fortsatta vinster.

För att lyckas förverkliga sina mål måste Ericsson fortsätta att växa, i

runda tal med 20–25 procent om året – vilket är minst lika snabbt som marknaden förväntas växa. Kan Ericsson verkligen klara en så snabb tillväxt, frågade sig Sven-Christer Nilsson.

– Jo det kan vi, var hans eget svar. Tack vare att marknaden växer. Och genom att vi intalar oss själva att vi verkligen klarar av det.

Den nya telekomvärlden präglas av snabbhet och kundfokus. Den handlar också om innovation och snabbhet. Ericsson har fått upp farten, menade koncernchefen. Nu förändras den globala organisationen och nu inför nya sätt att göra affärer. I allt detta understryks behovet av snabbhet och lyhördhet. Ett sätt att uppnå detta är att beslutsfattandet nu flyttas längre ner i organisationen – närmare kunderna. Detta sker samtidigt som vissa strategiska nyckelfunktioner centraliseras.

– Och så ändrar vi våra förväntningar – vad vi väntar oss av våra anställda och vad de i sin tur kan vänta sig av företaget. Vi uppmanar folk att fånga möjligheter i flykten, samtidigt som vi ställer starkare krav på vars och ens egen prestation.

– Vi är redo, vi är hungriga och vi är i verkligt god form för tävlingen om den nya telekomvärlden, påstod Sven-Christer Nilsson avslutningsvis. *

Ericssons nya organisation offentliggjordes redan veckan före San Diego-mötet. Men det var först under de två dagarnas presentationer och talrika frågestunder som hela vidden av det nya blev uppenbar för alla.

Ny organisation – nya tankar

DET ÄR STORA förändringar som nu genomförs i koncernen. Affärsområdena med sina stora staber ersätts av kundsegment med avsevärt mindre folk och de större lokala bolagen, Ericssons MLC:er, jämsätts med alla andra bolag. Det blir nu kortare väg från kunderna till koncernledningen och ett starkt decentraliserat ansvar och beslutsfattande, parat med klarare styrning och riktningssignaler från Ericssons nya koncernledning (Corporate Executive Team).

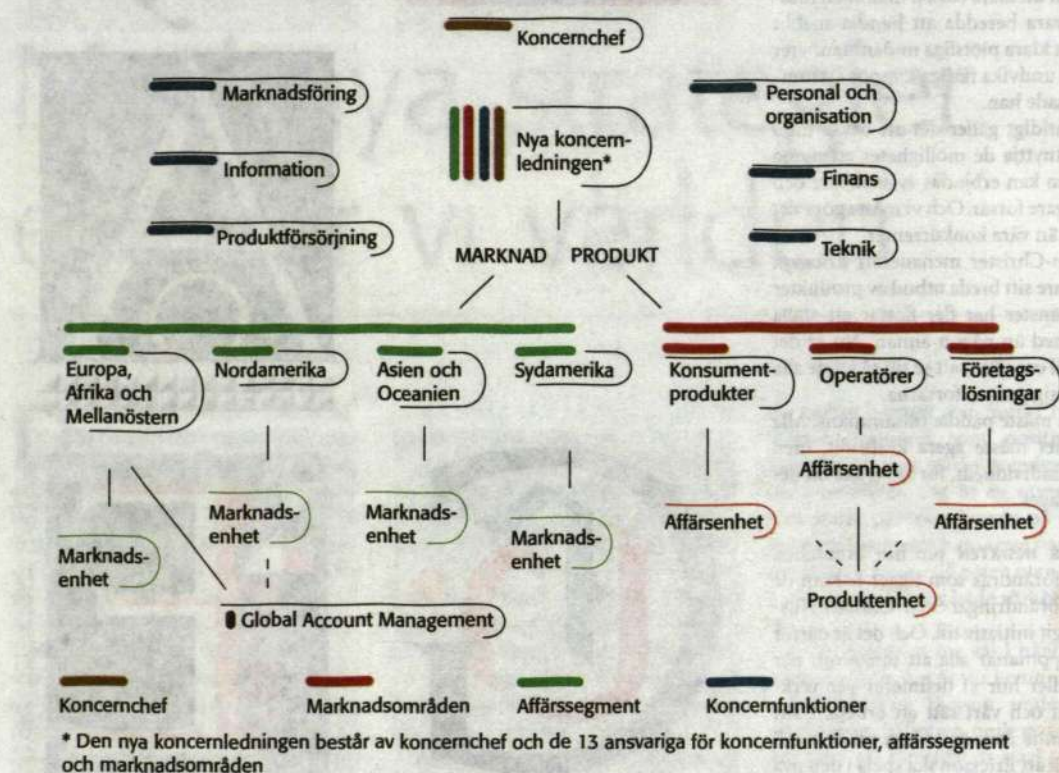
När jag tog över som ny koncernchef tidigare i år, såg jag ett antal starka sidor hos den nuvarande organisationen som jag ville utveckla vidare, berättade Sven-Christer Nilsson inledningsvis när han presenterade Ericssons nya organisation. Det gällde särskilt våra mycket kompetenta medarbetare, vår fantastiska närvaro – både lokalt och globalt – och vår förmåga att ständigt vara i framkanten när det gäller ny teknik. Men, trots att vi uppvisat en enorm tillväxt av både försäljning och lönsamhet, antal kunder vi betjänar och produkter vi kan erbjuda, har vi just nu inte tid att slå oss till ro. Nej, vi måste gå vidare, och därför vill jag understryka behovet av snabbhet i allt vi gör framöver.

Vi är visserligen ganska rörliga redan idag, men inte tillräckligt snabba. Om vi inte idag fattar de rätta besluten om vilka marknader vi ska satsa på, vilka kunder vi ska inrikta oss på och vilka teknologier vi ska sätta i fokus, kommer vi snart att passeras av många gamla och nya konkurrenter. Andraklassspelare överlever inte i den här branschen.

VI HAR SETT ATT telekombranschen präglas av en rad utmanande trender. Hela branschen genomgår en dramatisk förändring som går snabbt, innebär en ännu hårdare konkurrens och som ställer stora krav på oss. Med snabbhet som genomgående tema behöver vi förändra vårt sätt att tänka och agera:

- Kunder och kundtillfredsställelse måste sättas högst på allas dagordning.
- Genom snabba reaktioner och snabba leveranser ska vi göra våra kunder ännu mer tillfredsställda.
- Alla våra anställda ska ha ett område som han eller hon har ansvar för att utveckla. Det får inte råda något tvivel om vem som har gjort vad inom organisationen. Och ett välgjort arbete ska belönas efter förtjänst.

Sven-Christer Nilsson menar att Ericssons nya organisation ska betrak-



Organisationen består av en marknadsdimension och produktdimension. I marknadsdimensionen ingår fyra marknadsområden, som i sin tur består av marknadsenheter (i allmänhet ett land).

Ericssons viktigaste kunder samlas under Global Account Management. Ansvariga för ett globalt kundkonto rapporterar i regel till den nya koncernledningen. Övriga kundkonton handhas av marknadsenheterna.

Produktdimensionens tre affärssegment betjänas av koncernens olika affärsenheter. Produktenheterna kan betjäna en eller flera av dessa, men tillhör alltid en viss specifik affärsenhet.

tas mot bakgrund av behovet att agera snabbare på marknaden.

Det blir möjligt genom att verksamheter och beslutsfattande decentraliseras, samtidigt som det ges klara direktiv från koncernledningen om i vilken riktning Ericsson ska röra sig.

ERICSSONS NYA ORGANISATION har byggts på fyra hörnstenar:

- Snabb och entreprenörartad utveckling och produktförsörjning – hur Ericsson säkerställer en decentraliserad organisationsstruktur för att kunna agera snabbare. Koncernen ska vara först till marknaden med nya ledande produkter och leverera kompletta lösningar av hög kvalitet, på utsatt tid.
- Förstärkt gränssnitt mot kunderna – hur vi organiserar och stärker samverkan med kunderna för både produkt- och marknadsorganisationen. Ericsson ska göra kunderna ännu mer framgångsrika och förstå deras behov bättre än tidigare.
- Delade mål och klar strategisk inriktning – hur vi stöder vår snabba

och decentraliserade organisation med klara direktiv. Beslut ska fattas snabbare än tidigare och aktivt bidra till i vilken riktning telekombranschen utvecklas.

• Excellenta medarbetare – hur vi säkerställer att Ericsson kan attrahera, utveckla och behålla excellenta medarbetare, även i framtiden. Det ska ske genom förbättrade utvecklingsmöjligheter, genom att initiativ och risktagande främjas och genom ett ökat fokus på topptalanger.

Sven-Christer Nilssons ledningsfilosofi är inriktad på lagarbete. Därför är det inte oväntat att han bestämt sig för att utvidga koncernledningen.

Tidigare styrdes Ericsson av det som kallades Verkställande Ledningen, sammansatt av fyra personer inklusive koncernchefen själv.

Den nya ledningen består av fjorton personer:

- Koncernchef Sven-Christer Nilsson
- De ansvariga för de tre affärssegmenten
- De ansvariga för de fyra marknadsområdena

- De ansvariga för de sex koncernfunktionerna

DESSA FJORTON KOMMER att arbeta mycket i grupp, men också forma mindre konstellationer kring aktuella frågor som behöver penetreras.

Det är något som naturligt uppstår i en sådan här grupp, förklarade Sven-Christer Nilsson som svar på en fråga om inte fjorton personer var en väl stor grupp att leda koncernledningen.

Jag är inte orolig, utan vet av egen erfarenhet att det fungerar bra också med stora ledningsgrupper, förklarade han.

Ledningsgruppen ska arbeta som ett team när det gäller att fatta övergripande beslut, men samtidigt har var och en av de fjorton ett klart ansvar för sitt område. Alla affärsenheter, marknadsenheter och andra bolag – till exempel Kabel och Komponenter – kommer att vara klart knutna till någon av medlemmarna i Corporate Executive Team, som då fungerar som linjeför enheten.



ETT RESULTAT AV OMORGANISATIONEN

är att antalet koncernfunktioner minskats från elva till sex. Samtidigt har de sex kvarvarande getts ett avsevärt breddat ansvar inom sina respektive områden. Koncernfunktionerna tar över många av de uppgifter som tidigare sköts på affärsområdesnivån. Det blir följden av att marknadsområden och affärssegment inte ska ha några större egna staber.

De olika funktionerna står nu till hela koncernledningens förfogande. Det innebär att både segment och marknadsområden ska vända sig till koncernfunktionerna för att få hjälp med expertis, istället för att bygga upp denna expertis som en del av den egna enheten. *

de sex koncernfunktionerna

När elva funktioner blir sex är det en rejäl ommöblering som sker inom ramen för moderbolagets verksamhet. Så här ser ansvarsområdena ut.

Teknik

- Koordination av koncernens teknikutveckling
- Teknikallianser och joint ventures
- Standarder och regleringar

Finans

- Central controllerfunktion
- Projektfinansiering
- Finans
- Revision och säkerhet

- Samgåenden och företagsköp, partnerskap och allianser
- Bokföring
- Juridik

Marknadsföring

- Global marknadsföring och varumärkesbyggnad
- Strategisk affärsutveckling
- Konkurrentbevakning
- Marknadskoordination
- Samhällskontakter

Personal och organisation

- Organisation, kultur och verksamhetsutveckling

- Kompetens och ledarskap
- Belöningar och prestationsmätning
- Rekrytering
- Relationer till fackföreningar
- Utlandstjänst/kontrakt
- Interna miljöfrågor

Produktförsörjning

- Produktionsstrategi
- Relationer till viktiga leverantörer
- IS/IT

Information

- Mediarelationer
- Investerarrelationer
- Intern kommunikation

Ericsson har en unik global närvaro ute i världen och har genom åren byggt upp ett stort antal starka kundrelationer. Det är för att ytterligare förstärka och bredda dessa relationer med gamla och nya kunder som de stora förändringarna i Ericssons nya organisation genomförts i det som gemensamt kallas "marknadsdimensionen". En viktig signal om hur stor vikt som läggs på kundrelationerna är att de nya marknadsenheterna ute i världen blir direktrapporterande till koncernledningen.

Ökat fokus på kunderna

ERICSSONS LOKALA BOLAG får en ny roll i koncernens nya organisation. De fortsätter att vara de juridiska enheter där personalen är anställd. De ska också svara för lokal produktion och teknikutveckling, och också för aktiviteter som avser att göra Ericsson känt som en god samhällsmedborgare i respektive land. Fokus riktas istället mot marknadsenheterna. I de flesta fall är marknadsenheten detsamma som det tidigare lokalbolaget, men det finns marknader där flera lokalbolag tillsammans representeras av en marknadsenhet.

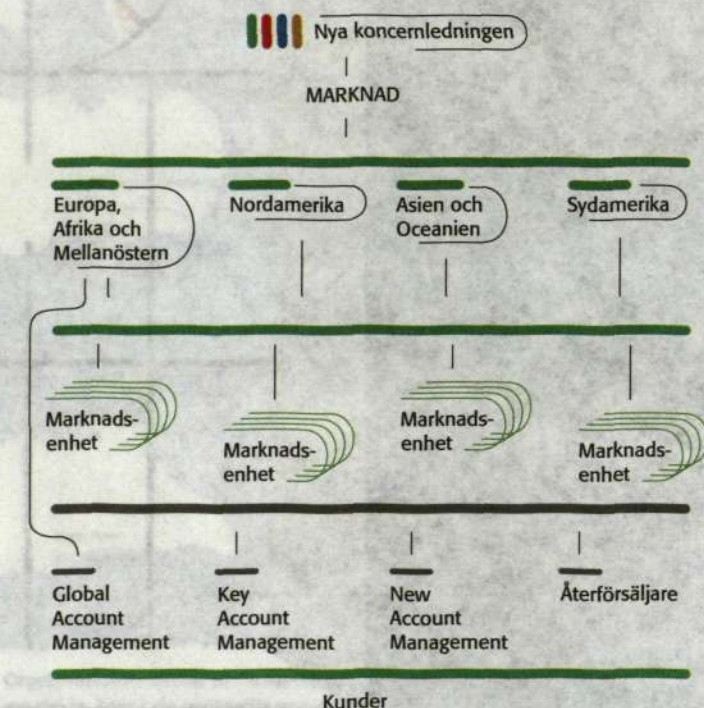
Nu blir med andra ord alla marknader jämställda.

MARKNADSENHETERNA får styrgrupper vars medlemmar ska utses på basis av den kompetens de tillför mer än utifrån sin position i Ericssonorganisationen – det kriterium som i regel styrts valet av ledamöter i bolagens styrelse.

Nu blir också sambandet tydligare mellan marknadsenheterna och Ericssons modell för kontakterna med de viktigare kunderna – det som kallas Global Account Management, Key Account Management och New Account Management.

ANTALET KUNDER MED Global Account Management minskas till ungefär femton. Det är de verkligt stora, globalt verksamma kunderna som vi här talar om – företag som BT, Vodafone, Telefonica och Airtouch.

– Vi stärker nu vår kundorganisation genom att ge Global, Key och New Account Management fullt ansvar för kundrelationerna, understryker Sven-Christer Nilsson.



Med den nya organisationen ska Ericsson komma närmare kunderna och bli snabbare i sina reaktioner på deras önskemål. Kontakter med kunderna sker antingen via återförsäljare eller via så kallade kundkonton – ett för vardera stor global kund, övriga nyckelkunder och nya kunder. Globala kundkonton rapporterar direkt till den nya koncernledningen.

Ansvar för dessa fördelas mellan marknadsenheterna. Som tidigare är det marknadsenheten i en globalt verksam kunds hemland som oftast har huvudansvaret för hur kunden hanteras världen över. Den spanska marknadsenheten blir med andra ord ansvarig för Global Account Management gentemot Telefonica, den brittiska för BT och så vidare.

FÖR SÅDANA PRODUKTER och tjänster som vänder sig direkt till slutanvändare – företag eller konsument, till exempel – organiseras så kallade Channel Units. Det handlar om enheter som exempelvis hanterar kontakterna med återförsäljarnät ute på den lokala marknaden.

– Kund- och kanalorganisationen blir det översta skiktet i marknadsen-

heternas organisation. Här samlas ansvaret för marknadsföring och försäljning, kundstöd, skötsel av återförsäljarkanaler och liknande.

Alla marknadsenheter kommer att byggas upp efter ett gemensamt mönster.

Det underlättar kontakter och samverkan mellan dem, och gör det samtidigt enklare att jämföra de olika enheternas prestationer.

KONTAKTERNA MELLAN marknadsenheterna och koncernledningen går via de fyra medlemmar i koncernledningen som är regionalt ansvariga för koncernens nya så kallade marknadsområden. Dessa fyra marknadsområden omfattar respektive Europa, Mellanöstern och Afrika, Asien och Oceanien, Nordamerika och Latinamerika.

De ansvariga för marknadsområdena – Jan Wäreby, Kurt Hellström, Bo Dimert och Bengt Forssberg – kommer inte att bygga några stora organisationer omkring sig – maximalt femton personer talades det om i San Diego.

I likhet med cheferna för de tre affärssegmenten ska de istället utnyttja resurser som samlas i de sex koncernfunktionerna.

I koncernledningen kan de ansvariga för marknadsområdena ses som representanter för Ericssons kunder.

Genom den direkta rapporteringen från marknadsenheter och vissa av de stora globala kontona till de fyra marknadsrepresentanterna i ledningen blir på så vis den nya koncernledningen bättre informerad än någonsin tidigare om vad kunderna förväntar sig av Ericsson. *

de fyra marknadsområdena

Asien och Oceanien

Asien och Oceanien bildar en av fyra marknadsområden i Ericssons nya organisation.

Den kommer att leddas av Kurt Hellström. Han har ännu inte bestämt var kontor ska ligga.



Kurt Hellström

Han ska den närmaste tiden resa runt och tala med chefer på de olika delmarknaderna för att därefter se var hans kontor bör placeras.

Asien och Oceanien har över hälften av världens befolkning och Kurt Hellström ser gärna att Ericsson får en större verksamhet i regionen i form av till exempel forskning och utveckling.

Europa, Mellanöstern och Afrika

Europa, Mellanöstern och Afrika är den affärsmässigt största av Ericssons fyra marknadsområden. Områdeschefen Jan Wäreby kommer att sitta i London. Han ser som en av sina största uppgifter att få



Jan Wäreby

de olika delmarknaderna i området att samarbeta bättre för att dra fördel av varandras erfarenheter. Europa är Ericssons enskilt största marknad och Mellanöstern är på uppgång. Afrika har stora behov av att bygga ut infrastrukturen för telekommunikation men där har ännu finansieringen hämmat utvecklingen.



Nordamerika

Bo Dimert har stora planer för marknadsområdet. Det är mycket som ska göras för att Ericsson ska ta marknadsandelar. Ericsson kan bara gå uppåt och med tiden borde Ericsson kunna dominera i Nordame-



Bo Dimert

rika, menar han. Var Bo Dimert ska etablera sitt kontor har han ännu inte bestämt. Idag har Ericsson sitt USA-huvudkontor utanför Dallas men det betyder inte att kontoret automatiskt kommer att placeras där. Bo Dimert ser etableringen av affärsenheten för Datakom och IP-tjänster i Boston som ett positivt tillskott för den nordamerikanska marknaden.

Latinamerika

Ända sedan 1960 när Bengt Forssberg började på Ericsson har han velat arbeta i Latinamerika. Först nu har det blivit så.

Latinamerika var tidigt en stor marknad för Ericsson. Flera dotterbolag har fun-



Bengt Forssberg

nits på plats i över 100 år. I minst 50 år har Ericsson funnits i alla latinamerikanska länder. I Latinamerika finns det största antalet lokalt rekryterade chefer.

Bengt Forssberg har inte bestämt sig för var marknadsområdeskontoret ska ligga. Många konkurrenter har regionkontor för Latinamerika i Miami i USA men det är långt ifrån säkert att Ericsson går samma väg.

Stommen i den så kallade produktdimension av den nya organisationen är affärsenheter och produktenheter. Båda dessa byggstenar finns redan i den tidigare koncernorganisationen, men deras ansvarsområden blir nu tydligare. På samma sätt som marknadsorganisationen är helt ansvarig för Ericssons kundrelationer är affärsenheterna ansvariga för att erbjudandet till kunderna är det bästa möjliga.

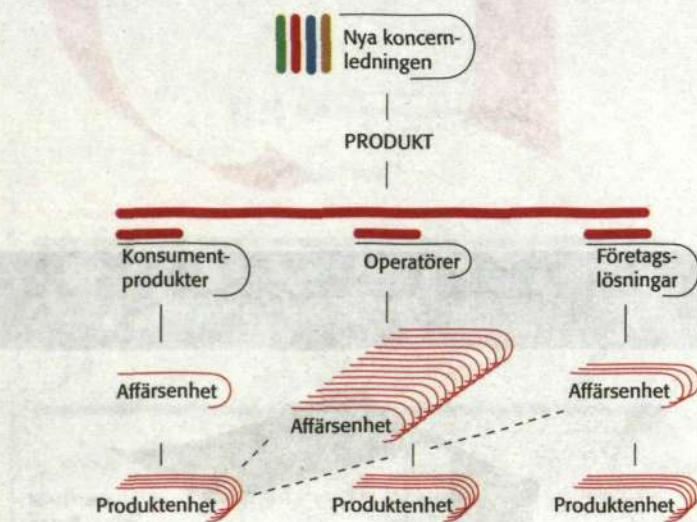
Rollerna blir ännu tydligare

PRODUKTENHETER och affärsenheter är de viktigaste byggstenarna i det nya Ericsson.

- Produkthenheter ska ses som "bolag inom bolaget", med totalansvar för utveckling, framtagning, stöd och underhåll av kompletta produkterbjudanden – från idé fram tills dess de tas ur marknaden. En produkthenhet kan betjäna en eller flera affärsenheter, men tillhör alltid en viss specifik affärsenhet. Förhållandena mellan produkt- och affärsenhet regleras genom en aktiv samverkan mellan enheterna, med utgångspunkt från de utvecklingsplaner (road maps) som fastställts för de produkter och system som enheterna arbetar med. En sådan utvecklingsplan för en produkt måste alltid vara i samklang med utvecklingsplanen för de systemlösningar produkten ska ingå i.
- Affärsenheter är ansvariga för de kompletta lösningar som erbjuds kunden inom det egna området – också här från idé fram tills dess idén är "död". Lösningarna som enheterna erbjuder sammanställs av produkter från en eller flera av koncernens produktenheter.

PRODUKT- OCH AFFÄRSENHETER är inget nytt i Ericssons organisation, men det sker nu viktiga förändringar i hur dessa enheter ska arbeta i framtiden. En sådan förändring är det starka fokus på entreprenörskap som nu införs, liksom att enheterna ska arbeta enligt det som kallas "the small company approach". Med det menas att arbetet ska ske som i ett litet bolag inuti det större, där den mindre verksamhetens flexibilitet och snabbhet kan uppnås.

Ericssons globala utvecklingsresurser blir en integrerad del av antingen en produkthenhet eller en affärsenhet, när den nya organisationen är helt genomförd.



Produktdimensionen har Ericssons affärs- och produktenheter som bas. De är grupperade i tre olika affärssegment efter kundkategorier. En produkthenhet tillhör alltid en bestämd affärsenhet, men kan leverera produkter till flera olika affärsenheter. Likaså kan en affärsenhet sätta samman kundlösningar som består av produkter från flera produktenheter.

Produkt- och affärsenheterna är ansvariga för den globala tillförseln av sina system och produkter. De kommer att äga och driva leveransenheter som ansvarar för slutlig konfiguration och test.

Installationsresurser, däremot, tillhandahålls av marknadsenheterna, men det är produkt- och affärsenheter som har ansvar för installationsprocessen och de kostnader denna genererar. På så vis säkerställs att enheterna utvecklar produkter som också är lätta att installera.

HÖGST I HIERARKIN i denna dimension av det nya Ericssons återfinns de tre affärssegmenten: Nätoperatörer och tjänsteleverantörer, Företag och Konsumenter. Det är kring dessa koncernens

olika affärsenheter finns grupperade – beroende på i vilket kundsegment affärsenheten hör hemma. Att på det här viset organisera affärssegmenten kring kunderna innebär att Ericsson i framtiden blir snabbare på att svara på signaler från marknaden. Det är en viktig förändring, eftersom alltmer av utvecklingen inom telekom drivs av kundbehov, snarare än av den tekniska utvecklingen.

Det är flera påtagliga fördelar med att bedriva affärer via affärssegment istället för produktorienterade affärsområden:

- Erbjudandet till kunderna blir mer konsekvent. De olika erbjudandena ska stödja varandra, inte konkurrera om kundernas intresse.
- Onödiga dubbelningar kan undvikas inom affärssegmentet. Nu kan man

samla den bästa kompetensen till slagkraftiga enheter.

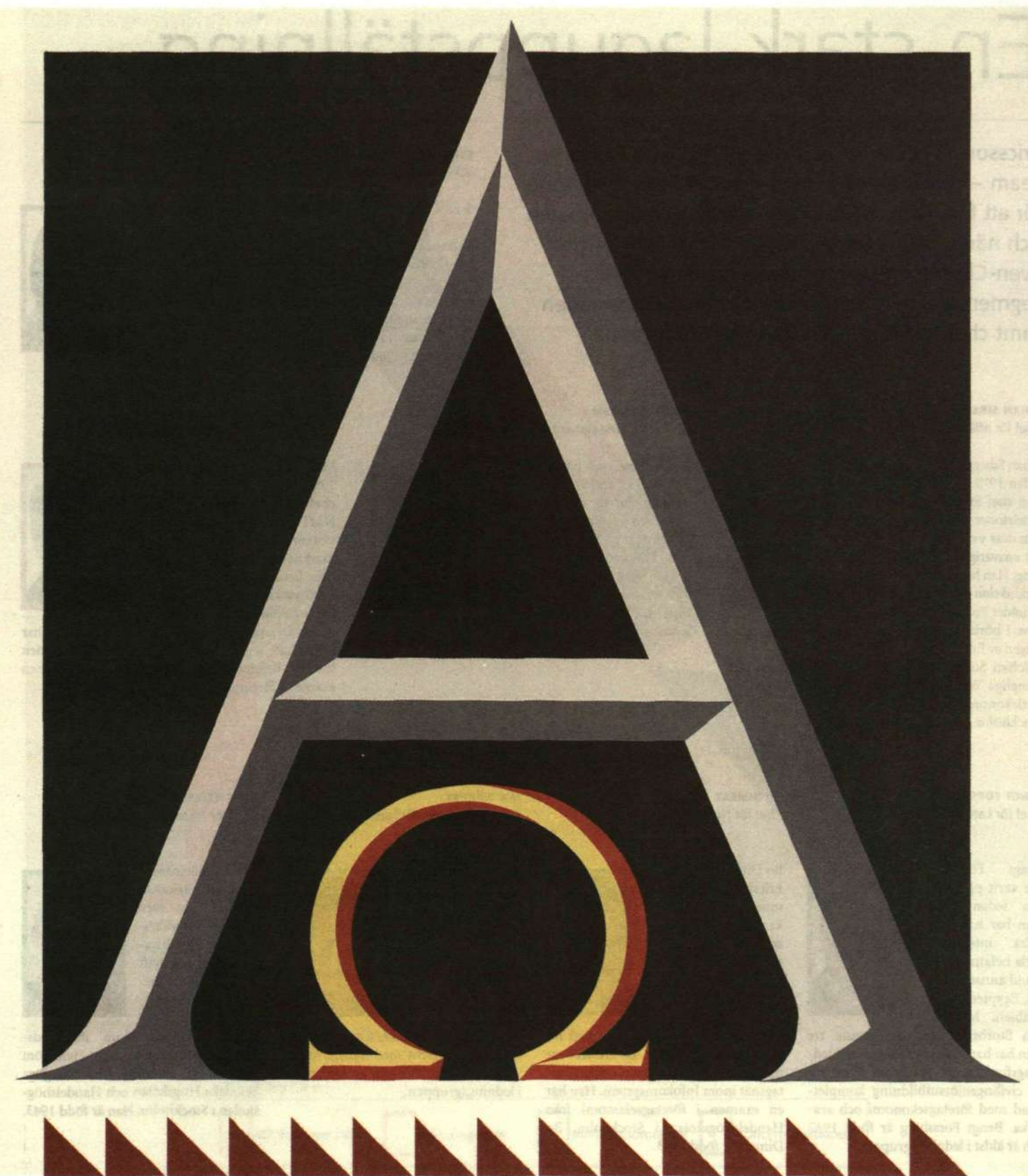
- Ericsson blir bättre utrustat att ta hand om kundbehov som spänner över flera affärsenheter, till exempel som en följd av sammansmältningen av fast och mobil telefoni.

Affärssegmenten ska också ansvara för den försäljning över segmentgränser som kan bli aktuell. Detta för att Ericsson ska kunna sälja produkter och lösningar från alla olika segment och affärsenheter till en viss kund. Nätoperatörer kan till exempel behöva terminaler och kontorslösningar.

FÖR ATT UNDERSTÖDJA koncernens nya strategi kommer några nya affärsenheter att inrättas. Segmenten Nätoperatörer och Företag får var sin enhet för professionella tjänster (Professional Services). Dessa enheter blir ansvariga för sådan tjänsteförsäljning till kunderna som höjer värdet av Ericssons övriga systemerbjudanden. Det handlar i huvudsak om affärskonsulting och systemintegration – antingen som tillägg till Ericssons egna system eller system från någon av konkurrenterna.

En ny enhet bildas för trådlösa kontorslösningar (Wireless Office Solutions) inom Företagssegmentet. Denna enhet ska exploatera den växande marknaden för trådlösa teknologier som trådlösa LAN och mobiltelefoni, anpassat för företagens behov. Flera av dessa teknologier hämtas från affärsenheterna för radiosystem, men det är viktigt att ansvaret för erbjudandet till kunderna överförs till det segment som verkligen förstår kundernas behov.

Den nya affärsenheten för WCDMA mobilsystem ska rapportera direkt till chefen för affärssegmentet Nätoperatörer och tjänsteleverantörer. Det beror på att WCDMA är så avgörande för Ericssons fortsatta framgångar, och därför måste vara ett prioriterat område. *



de tre affärssegmenten

Konsumentprodukter

Det nya segmentet Konsumentprodukter ser i princip likadant ut som det tidigare affärsområdet Mobiltelefoner och Terminaler. Johan Siberg behåller sin roll i den nya organisationen.

En stor del av byggandet av Ericssons varumärke har vilat tungt på telefonerna eftersom det är dessa som nått ut bredast till konsumenterna. Detta arbete kommer att fortsätta i den nya organisationen.



Johan Siberg

Tillväxten blir troligen oförändrad i takt med att marknaden mognar och priserna sjunker. Antalet sålda telefoner förväntas öka kraftigt men varje telefon blir billigare.

Inom kort räknar man med att 80 till 90 procent av de telefoner som säljs kommer att vara billiga och okomplierade. Hittills har det varit avancerade så kallade prestige-telefoner som ställt för den mesta försäljningen. Kundstrukturen ändras och antalet olika modeller ökar.

Segmentet ska också utveckla satellittelefoner och trådlösa telefoner för kontoret och hemmet samt även terminaler för tredje generationens mobiltelesystem.

Företagslösningar

Segmentet Företagslösningar bär tydliga spår av affärsområdet Företagsnät. Ny chef blir Hajjo Pietersma från Holland. Segmentet ansvarar för Ericssons kommunikationslösningar för företag. Det betyder olika kombinationer av röst och data över antingen radioförbindelser eller klassiska trådlösningar. Ledorden för Hajjo Pietersma är Utöka, Sammanföra och Överbrygga. Kundbasen för traditionell företagskommu-



Hajjo Pietersma

nikation ska utvecklas mot lösningar med större mobilitet. Integrering avser sammanföringen av data och trådlösa lösningar kopplat med terminaler. Överbryggnen avser att utnyttja informationsteknik i Ericssons tjänsteutbud gentemot företag. Mobilitet är den enskilt största skönjbara trenden.

Trådlös dataöverföring spås vara den del som ökar mest fram till 2001, från en idag liten andel av marknaden. Därför fortsätter trådburen röstkommunikation att stå för den största delen. Även fasta datanät och trådlös företagstelefon står för en stor del av marknaden.

Operatörer

Det tveklöst största området spänner segmentet Operatörer över. Mats Dahlin kommer att ansvara för Ericssons utbud gentemot tele- och Internetoperatörer.

I denna nya organisation ska mobila och fasta telelösningar rymmas såväl som Datakom och IP-tjänster. Även Ericssons lösningar för mikrovågssystem ingår i segmentet.

Ericsson har en unik position som nummer ett i vär-



Mats Dahlin

den när det gäller mobiltelesystem. Det är en position som ska försvaras. Likaså är Ericsson en av de tre största på fast telefoni. Det är en god grund att bygga på.

Mats Dahlin ser framför sig att Ericsson också ska bli nummer ett inom trådlös dataöverföring och etablera sig bland de tre främsta när det gäller realtidsdataöverföring med Internetprotokollet. Här passar uppköpet av det amerikanska bolaget ACC väl in.

Inom segmentet operatörer har Ericsson målet att ta marknadsandelar på alla delar av marknaden. Det vill säga röst och data över fast eller mobil telefoni.

En stark laguppställning

Ericssons nya koncernledning – Corporate Executive Team – består av 14 personer mot tidigare fyra. Detta för att föra koncernledningen närmare verksamheten och närmare kunderna. Den består av koncernchef Sven-Christer Nilsson, cheferna för de tre affärssegmenten, de fyra cheferna för marknadsområden samt cheferna för de sex koncernfunktionerna.

SVEN-CHRISTER NILSSON
VD och koncernchef

Sven-Christer Nilsson har varit VD sedan den 30 mars 1998. Han var tidigare chef för affärsenheten Amerikastandard inom Mobilsystem. Den posten höll han från 1992. Innan dess var han chef för Ericsson Radio Systems Sverige AB och chef för Mobile Switching inom Ericsson Telecom. Innan dess var han bland annat verksam inom det som idag är Ericsson Components. Han har examen i informationsbehandling från Lund 1969. Han är född 1944.



JOHAN SIBERG

Chef för affärssegmentet Konsumentprodukter

Johan Siberg har varit på Ericsson sedan 1970. De senaste fyra åren som chef för affärsområdet Mobiltelefoner och Terminaler. Innan dess var han på moderbolaget ansvarig för Produktförsörjning. Han har också varit chef för produktion på dåvarande affärsområdet Publik telekommunikation. I början av 80-talet ansvarade han för etableringen av Ericsson första telekomnhet i USA.

Johan Siberg har en civilingenjörsexamen från Kungliga Tekniska högskolan i Stockholm och en civilekonomexamen från Handelshögskolan i Stockholm. Han är född 1944.



HAIJO PIETERSMA

Chef för affärssegmentet Företagslösningar

Haijo Pietersma har arbetat på Ericsson sedan 1978. Sedan 1994 var han chef för Ericssons bolag i Holland. Han har haft flera olika tjänster på Ericsson i Sverige och i Holland.

Han har studerat teknologi vid tekniska högskolan i Groningen. Haijo Pietersma är holländare. Han är född 1953.



MATS DAHLIN

Chef för affärssegmentet Operatörer

Mats Dahlin kom till Ericsson 1980. Sedan 1997 har han varit chef för affärsenheten för GSM, NMT och TACS inom Mobilsystem. Innan dess var han marknadsansvarig för Nord- och Latinamerika samt GSM 1900-verksamheten. Mats Dahlin har erfarenhet från olika ledande befattningar i USA och Kanada. Han har också haft regionchefsjobb i Asien och Oceanien för mobiltelefonverksamheten. Mats Dahlin har en examen i företagsekonomi. Han är född 1954.



BENGT FORSSBERG
Chef för Latinamerika

Bengt Forssberg har varit på Ericsson sedan 1960. Han har haft flera olika internationella befattningar i bland annat Portugal, Egypten, Saudi Arabien, Malaysia och Storbritannien. De senaste tre åren har han varit chef för koncernledningsfunktionen Marknad. Han har en civilingenjörsutbildning kompletterad med företagsekonomi och arabiska. Bengt Forssberg är född 1937 och är äldst i ledningsgruppen.



BO DIMERT
Chef för Nordamerika

Bo Dimert kom till Ericsson så sent som 1995 efter en karriär inom datakom på bland annat IBM och Digital Equipment.

Rollen som chef för Ericssons USA-bolag behåller han parallellt med regionchefsbefattningen. Bo Dimert var tidigare chef för affärsenheten Företagsnät inom Infokomsystem. Han har en examen i företagsekonomi från Handelshögskolan i Stockholm. Bo Dimert är född 1943.



JAN WÄREBY
Chef för Europa, Mellanöstern och Afrika

Jan Wäreby har varit på Ericsson sedan 1980. Senast som chef för affärsenheten Amerikastandard inom Mobilsystem. Han har haft flera ledande befattningar inom Mobilsystem. De första åren arbetade Jan Wäreby med transportnät.

Han är född 1956 och är den yngsta i ledningsgruppen.



KURT HELLSTRÖM
Chef för Asien och Oceanien

Kurt Hellström kom till Ericsson 1984. Senast var han chef för affärsområdet Mobilsystem. Han har haft flera ledande befattningar inom mobiltelefonområdet, främst inom marknadsföring och försäljning. Kurt Hellström har dubbla examina från Kungliga Tekniska Högskolan och Handelshögskolan i Stockholm. Han är född 1943.



CARL WILHELM ROS
Förste Vice VD och chef för koncernfunktion Finans

Carl Wilhelm Ros kom till Ericsson 1985 och har sedan dess varit finansdirektör. Före Ericsson var Carl Wilhelm Ros på Alfa Laval, ABB-Fläkt och Astra. Carl Wilhelm Ros har en examen i samhällsvetenskap från Lunds universitet. Han är född 1941.



JAN UDDENFELDT
Chef för koncernfunktion Teknik

Jan Uddenfeldt kom till Ericsson 1978 och har sedan 1985 haft ledande befattningar inom forskning och utveckling för mobiltelefoni. Sedan 1990 har han haft globalt ansvar för forskning och utveckling inom Mobilsystem.

Jan Uddenfeldt har en doktorexamen i telekommunikation. Han är född 1950.



BJÖRN BOSTRÖM
Chef för koncernfunktion Produktförsörjning

Björn Boström har varit på Ericsson sedan 1970 och har arbetat mycket med produktionsledning i Sverige, Mexiko och på Irland. Sedan 1989 har han ansvarat för produktionen inom affärsområdet Mobilsystem. Björn Boström är född 1947.





färgnyckel



VD, koncernchef



Affärssegment



Marknadsområden



Koncernfunktioner

TORBJÖRN NILSSON

Chef för koncernfunktion Marknadsföring

Torbjörn Nilsson har arbetat på Ericsson sedan 1978. Sedan 1992 har han varit ansvarig för affärsutveckling inom affärsområdet Mobilsystem. Innan dess var han ansvarig för produktutvecklingen för hela koncernen. Han har också varit två år i USA som ansvarig för marknadsföring och försäljning.

Torbjörn Nilsson har en civilingenjörsexamen från Lund. Han är född 1953.

**LARS A STÅLBERG**

Chef för koncernfunktion Information

Lars A Stålberg började på Ericsson 1989 efter en lång karriär som diplomat på utrikesdepartementet. Fram till 1996 var han verksam inom koncernledningsfunktionen Marknad. Sedan dess har Lars A Stålberg varit Informationsdirektör på koncernnivå.

Han har en civilekonomexamen från Handelshögskolan i Stockholm. Han är född 1940.

**BRITT REIGO**

Chef för funktion Personal och Organisation

Britt Reigo har varit på Ericsson som personaldirektör sedan 1988. Innan dess har hon haft ledande befattningar SAS, SSAB och SPP. Under 1995 arbetade hon i Kina med att bygga upp verksamheten.

Britt Reigo har examen från Uppsala universitet.

Hon är född 1943.



Ericsson tar nu krafttag för att förbättra den totala kompensationen till koncernens anställda. Redan vid årsskiftet införs ett system med prestationsbaserad bonuslön för alla anställda som vill ta chansen att höja inkomsten genom att göra ett riktigt bra jobb.

Det ska löna sig att göra ett riktigt bra jobb

BONUSLÖNEN ÄR ETT av flera initiativ som nu tas för att säkra koncernens möjlighet att rekrytera och behålla toptalanger.

– Vi är i krig med våra konkurrenter. Ett krig som inte handlar om land, inte om olja, inte om guld, utan om det värdefullaste vi har: våra toptalanger.

Britt Reigo, koncernens personaldirektör, utfärdade denna varning när hon inledde det avsnitt av San Diego-mötet som handlade om de stora förändringar för Ericssons personal som nu är att vänta. Förändringar som är lika positiva som efterlängtda.

– De människor vi behöver rekrytera i framtiden ställer krav på att deras bidrag till företagets framgång och deras prestationer också reflekteras i det sätt Ericsson belönar dem på i lönen och i de övriga förmåner vi erbjuder. Därför kommer vi snabbt att utveckla ett nytt system för belöningar som är konkurrenskraftigt och vi kommer att införa en mer individanpassad lönesättning.

Ett förbättrat kompensationsystem är alltså på gång. Det ska paras med nya initiativ för att väcka unga människors intresse för Ericsson redan under deras högskolestudier och med ett traineeprogram – det första i koncernens historia – som startas nästa år. Sammantaget är dessa nya initiativ från Britt Reigos koncernfunktion en god grund för Ericsson i det pågående kriget om toptalangerna.

– Tillsammans tror jag att vi kan

vinna det här kriget. Tillsammans tror jag att vi kan finna, anställa och behålla toptalanger – men för att göra detta måste vi också sätta oss väl in i hur unga människor ser på oss, säger Britt Reigo.

ANSVARIG FÖR kompensationsfrågor inom koncernfunktionen Personal och organisation är Lars Härenstam. Han berättar om de nya spännande initiativ som det nu beslutats om.

– En lön som kompletteras med bonus efter prestation sätts så att den anställda vid normala prestationer får samma lön som han eller hon fått om hela lönedelen varit fast. Det är när man gör riktigt bra ifrån sig som man kan få ut mer, men i spelet ingår också att en del av lönen riskeras om prestationen är dålig. Hur mycket man riskerar står i proportion till hur mycket man kan vinna vid goda prestationer.

– Vi har redan bonusprogram för vissa av våra högre chefer, men de är inte tillräckliga i framtiden, framhåller Lars Härenstam. Med maximalt 10 till 15 procent påslag på bruttolönen är de inte tillräckligt utmanande. Därför introducerar vi nu en ny nivå i bedömningen av den individuella prestationen som kan ge avsevärt mer – vi kallar den utsträckt mål. Med detta menas att personen i fråga svarar för extremt goda prestationer.

BEROENDE PÅ den enskildes roll i Ericssons organisation kommer han eller hon att tillhöra någon av de tre

grupper som alla anställda nu delas upp i. Alla grupperna har chans att få ett rejält påslag på lönen om prestationen är god.

– För våra 300 till 400 nyckelpersoner blir det ett maximalt påslag på 50 procent, med så mycket som 25 procent i avdrag om prestationen ligger under de uppsatta målen. För den här gruppen är dock utfallet samtidigt beroende av hur Ericssons lönsamhet utvecklar sig – det är bara när det går riktigt bra för koncernen som det maximala lönepåslaget utfaller.

Nästa grupp är avsevärt större. Ungefär 10 000 anställda, personer med chefspositioner på olika nivåer eller med nyckelfunktion, inräknas i den här gruppen. Här är det största utfallet 30 procent, med 15 procent avdrag i risk.

För alla andra anställda i koncernen blir det möjligt att höja lönen med 20 procent, genom att göra ett riktigt bra jobb, eller att förlora 10 procent i värsta fall.

ETT PRESTATIONSBASERAT lönesystem förutsätter goda verktyg för att regelbundet mäta prestationen och för att sätta mål för individen eller den grupp han eller hon tillhör. Varje halvår ska det göras bedömningar av hur prestationen står i relation till de uppsatta målen.

– Genom att sätta de rätta målen och sedan noggrant mäta hur de uppfylls, blir ett sådant här program inte en kostnad för koncernen. Det är ju

själva vitsen att den goda prestationen har en positiv effekt på lönsamheten i företaget.

Det bör också poängteras att deltagandet i programmet för prestationsanpassad lön inte är obligatoriskt. Den enskilde anställda kan välja att stå utanför, om han eller hon känner sig osäker på utfallet.

– Det är bråttom att få till stånd ett mer konkurrenskraftigt kompensationspaket till de anställda, understryker Lars Härenstam. Därför införs prestationslönen redan till årsskiftet.

FÖRUTOM PRESTATIONSLOKEN är grundlönen förstas också en viktig faktor. Det är Lars Härenstam helt klar över.

– Våra grundlöner måste vara konkurrenskraftiga och de bör vara anpassade till den enskilda individen. Jag tror att många av oss chefer lider av att vi är alldeles för snälla i lönesättningen och försöker ge alla anställda mer än genomsnitt i lönepåslag. Det är nu dags att ändra detta, så att de som bäst förtjänat ett högre lönepåslag verkligen får det.

När det gäller aktieoptioner – ett annat viktigt inslag i den totala kompensationen till de anställda i många länder – så rullar nu ett optionsprogram för ungefär 500 nyckelpersoner i koncernen. Det programmet ska utvärderas mot slutet av året innan styrelsen bestämmer om det ska fortsätta eller ej, hur det ska se ut i framtiden och vilka grupper det då ska omfatta. *

En ny ledarstil

Förtroende och personligt ansvar. Det är vad Ericssons nya ledarstil ska bygga på.

– Förtroende är en hörnsten. Det är själva grunden för en framgångsrik organisation. Förtroende innebär att medarbetare känner trygghet och tillit. Det gör att de tar ansvar för sin uppgift, säger Sven-Christer Nilsson.

FÖRTROENDE MÅSTE UPPVÄGAS av personligt ansvar. De som får förtroende tar också ansvar för att utföra uppgiften.

– Jag har sett hur människor växer med förtroende. Det är garanterat bättre än ett system som bygger på kontroll, säger Sven-Christer Nilsson.

Med en omvärld som rör sig allt snabbare måste vi också våga ta risker, menar han. Har vi allt under kontroll betyder det att vi inte rör oss framåt tillräckligt snabbt.

Det kommer inte att finnas tid att fråga alla om deras mening när beslut ska fattas. Att ta personligt ansvar

innebär att ta en kalkylerad risk och att lära sig av misstagen.

Det viktiga är att inte göra samma misstag fler än en gång. Enhetschefer måste våga ta egna obehagliga beslut utan att skjuta ifrån sig dem till styrgrupper.

Prestige- och statustänkande finns det inte plats för i den nya organisationen.

Det är viktigt att lyssna till bra idéer oavsett var de kommer ifrån, det har historien tydligt visat. Organisationen måste också vara beredd att snabbt tänka om när det visar sig att en idé inte fungerar.

Med förtroende och ansvar inbyggt i



den nya organisationen har den blivit plattare med färre rapporteringsnivåer.

UPPFÖLJNINGEN AV olika enheter kommer att bli enklare och bättre. I fortsättningen ska fler indikatorer än rent ekonomiska användas. Ett målkort, eller ett så kallat balanced scorecard, ska göras upp för varje enhet där relevanta indikatorer kan följas upp. Då kan vi snabbare se om en enhet är på rätt väg eller om något måste göras.

Sven-Christer Nilssons egen roll som koncernchef består främst av sex olika delar:

- Lägga fast den strategiska inriktningen.

- Hålla nära kontakt med kunderna.
- Sätta upp övergripande mål och följa upp prestationer.
- Se till att få rätt chefer till rätt jobb.
- Se till att synergier mellan enheterna utnyttjas.
- Hantera värderingar och hålla kontakt med anställda och omvärlden.

ERICSSONS NYA ledarskapsfilosofi har två sidor.

Fler beslut ska fattas längre ner i organisationen för att ge koncernledningen mer tid att ägna sig åt att hantera de stora frågorna och se till att Ericsson fungerar och framstår som ett företag.

Det finns ingen plats för auktoritär

styrning i den nya organisationen. Sven-Christer Nilssons mer kollegiala ledarstil ska vara ett gott exempel. En grupp fattar ofta bättre beslut än en enskild person.

Vikten av lagarbete är en av anledningarna till att koncernledningsgruppen består av så många som fjorton personer.

Alla aspekter är representerade: marknadsområde, segment och koncernfunktioner.

Det är koncernledningen som har ansvaret för det strategiska beslutsfattandet. Det är också de som har det största ansvaret att Ericsson ska framstå som ett enat företag.

Medlemmarna i koncernledningen är med ett undantag från Sverige. Haijo Pietersma som nu har jobbet som segmentchef för företagslösningar kommer från Holland. Han har dock arbetat flera år i Sverige och talar svenska.

Det finns inget egenvärde i att så gott som alla är svenskar. Orsaken är att vi inte har varit så bra på att identifiera lämpliga kandidater, menar Sven-Christer Nilsson.

För att underlätta en mer internationell företagsledning i framtiden kommer ett arbete med att söka framtida kandidater att starta. Det gäller att bygga upp en rekryteringsbas för framtiden. *

Nu sällar sig Ericsson till de företag som inte arbetar med budgetar för att styra verksamheten ekonomiskt. I stället införs prognoser.

Budgeten är död – länge leve prognosen

FRÅN ÅRSSKIFTET ÄR DET SLUT MED budgetarbete och budgetförhandlingar. Istället införs en rullande ekonomisk planering med kvartalsvisa prognoser (forecasts) för hur varje kostnadsställe kommer att förbruka ekonomiska resurser i olika aktiviteter. Samtidigt införs ett nytt sätt att mäta hur de olika enheterna presterar.

För varje operativ enhet ska det upprättas ett blad med nyckeldata som rapporteras in till koncernledningen varje kvartal. Denna så kallade KPI-sammanfattning (Key Performance Indicators) ska innehålla nyckeldata inom fem mätområden: kunder, finans, anställda, intern effektivitet och innovation.

Under de olika begreppen ska redovisas en rad olika måttal.

En annan nyhet på det finansiella området är att beslut om vilka finansi-

exempel på måttal

Kunder:

- Kundtillfredsställelse
- Marknadsandel
- Varumärkeskännedom

Finans:

- Försäljningstillväxt
- Lönsamhet
- Kassaflöde

Anställda:

- Kompetensutveckling
- Personalomsättning

Intern effektivitet:

- Kapitalomsättning
- Leveransprecision till kund (TTC)
- Leveransprecision till marknaden (TTM)

Innovation:

- Antal ansökt patent

Dessa data inrapporteras till koncernledningen.

Ledningen följer sedan regelbundet upp måttalen.

ella risker Ericsson tar i affärer ska decentraliseras ytterligare. Gränserna höjs för hur stor den lokalt beslutade maximala riskexponeringen får vara.

Ericsson har kritiserats för att ge för dålig information till finansmarknaden. Det är framförallt siffror om lönsamhet per affärsområde – i den

gamla organisationen – som efterlysts. Nu med den nya organisationen anses hindren vara undanröjda för att koncernen ska kunna ge mer information utan att det är skadligt för affärerna.

Varje kvartal ska koncernen rapportera försäljning per affärssegment och

marknadsregion. I årsredovisningen utökas detta med siffror också om rörelsevinst per affärssegment och försäljningssiffror för alla viktiga affärsområden.

Utöver att fler siffror kommer att redovisas, ska också kvaliteten höjas på den övriga informationen – generellt om hela koncernen men också mer detaljerat om de viktiga affärsenheterna.

– Genom att göra våra resultat och nyckeltal mer synliga för marknaden minskar vi riskerna för finansmarknaden att investera i Ericssonaktien, förklarar Johan Fant, koncerncontroller och vice VD inom den nya koncernfunktionen Finans.

Minskade risker innebär också – med största sannolikhet – minskade svängningar i aktiekursen under tider med ekonomisk turbulens på finansmarknaden. *

frågor till sven-christer nilsson – och svar

En så omgripande omorganisation som den Ericsson nu genomgår skapar förstås många frågor. Här är några av dem, och de svar som gavs vid mötet i San Diego.

Hur ska cheferna för marknadsområden och kundsegment klara sig utan egna staber?

– Eftersom de alla är del av samma team – koncernledningsgruppen – var det naturligt att låta dem dela på koncernledningsfunktionerna, fastän delar av dessa gemensamma staber uppenbarligen kommer att vara fysiskt utlokaliserade i världen. Vi tror att genom en klarare organisationsstruktur kommer dessa staber att kunna ge ett mycket effektivare stöd till hela Ericsson.

Vi har inte hört någonting om koncernens gemensamma värderingar. Vad kommer nu att hända med dem?

– Ibland måste man omdefiniera sina affärer. Då är det också dags att titta på värderingarna. Därför jobbar vi med den frågan, men vi ser redan nu att de värderingar vi har idag fortfarande håller. Men kanske behöver vi lägga till en värdering – snabbhet, eller speed på engelska. Vi vet inte riktigt hur vi ska formulera det. Men med det tillägget blir våra gemensamma värderingar

mer kompletta och bättre anpassade till dagens verklighet.

Är det verkligen möjligt att låta alla dessa affärs- och marknadsenheter rapportera direkt till koncernledningsgruppen?

– Det är sant att det är något av en utmaning att låta alla affärs- och marknadsenheter rapportera till koncernledningsgruppen, men fördelarna överväger helt klart nackdelarna. En nyckelfaktor för att få det här att fungera är att vi samtidigt förenklar rapporteringsrutinerna, genom att till exempel införa ett Balanced Score Card.

Hur blir det då med den stora fastigheten som Ericsson köpt i London. Vad



är det för verksamhet som ska flyttas dit?

– Det var styrelsen som beslutade att vi skulle köpa fastigheten. Dit ska vi flytta funktioner inom vårt Englandsbolag, liksom koncernkontoret för marknadsområde Europa, Mellanöstern och Afrika. Cheferna för våra affärssegment blir kvar i Stockholm, eftersom majoriteten av den verksamhet de koordinerar finns där. Än finns inga konkreta planer för var våra olika koncernfunktioner ska vara lokaliserade, men själv kommer jag att ha ett kontor i London. Där finns ju många av våra mest betydande kunder. Fast jag har mitt hus och min familj kvar i Stockholm och räknar Stockholm som min hemadress också inom Ericsson.

Ett nytt begrepp är marknadsenheten – som tycks ha ersatt det gamla begreppet Local Company. Vad är skillnaden?

– Precis så som vi separerar de legala aktiviteterna från ansvaret för den dagliga verksamheten i produktdimensionen, likadant gör vi i marknadsdimen-

sionen. Det här är samma sak som att Ericsson Radio Systems inte var samma sak som affärsområde Mobilsystem i den gamla organisationen. I en marknadsenhet samlar vi ansvaret för att sköta den operativa marknadsföringen och försäljningen. Lokalbolaget, å andra sidan, är det juridiska bolaget som är hemvist för aktiviteterna i ett visst land. Det kan vara aktiviteter inom marknadsenheten, produktion eller forskning och utveckling, eller något annat.

Vad är skillnaden mellan de gamla affärsområdena och de nya affärssegmenten?

– Det finns några viktiga skillnader: Affärssegment fokuserar på kundsegment istället för på teknik. Detta ökar ytterligare vår kundorientering, det skapar tydligare ansvar och gör det enklare för oss att tillhandahålla kompletta lösningar för våra kunder. Ambitionen är att affärssegmenten inte ska bli en egen nivå i organisationen.

De blir smala och med små stabresurser. Chefen för segmentet ska förlita sig på koncernstaberna när han behöver expertis för att driva verksamheten.

Affärsenhetscheferna rapporterar direkt till koncernledningen, vilket ger en plattare och effektivare organisation.



En spännande resa väntar oss alla

DET VAR EN MYCKET NÖJD Sven-Christer Nilsson som avslutade sitt första stora chefsmöte. Han tycktes överväldigad av engagemanget från de deltagande och av den uppslutning som skett kring nya Ericsson.

– Nu har vi tagit första steget i byggandet av det nya Ericsson. Ett Ericsson som är berett att möta utmaningarna i den nya telekomvärlden.

– Om fem år är telekommunikatio-

nen enkel och gränslös, där folk som en följd av detta lever ett bättre liv. I denna värld kontrollerar ett mindre antal megaoperatörer majoriteten av trafiken i kommunikationsnäten, men där finns också många nya kunder för Ericsson. Ett Ericsson som då har utvecklats tillsammans med sina kunder och som är den ledande leverantören av kommunikationslösningar i den nya telekomvärlden.

– Vi levererar kompletta nät för både trådlös och fast kommunikation och är den odiskutabla ledaren inom den trådlösa.

– **VÅRT FÖRETAG PRÄGLAS** av snabbhet och arbetar därför i verklig realtid. Vi är mycket större, men samtidigt effektivare. Vår tillväxt och vår lönsamhetsutveckling har gjort våra aktieägare mycket tillfredsställda.

– **NU STARTAR VI RESAN**, därför de skummande forsarna. Vi kommer att behöva all vår energi, all vår uppfinningsrikedom och all vår passion för den färden, men vi kan rida på de styrkor vi redan har.

– Följ med mig på denna spännande och verkligt utmanande resa! Vi ses på barrikaderna!

Referat: Lars-Göran Hedin

Förtroendeingivande och inspirerande. Det är så Ericsson vill att konsumenterna ska uppfatta varumärket. Det är slutsatsen av två projekt inom koncernen där de tittat på hur varumärket Ericsson ska vårdas och utvecklas.

Vi är alla varumärket

ETT FÖRETAG SÅ STORT som Ericsson kommer alltid att vara känt för någonting. Det gäller att vi själva bestämmer vad det är för något. Att bygga ett varumärke börjar inifrån. Vi måste alla veta vad Ericsson står för. Branding eller varumärkesbyggnad är inte bara en fråga för Ericssons marknadsförare. Det är en affärskritisk fråga som rör alla.

Det räcker inte längre att bara ha en bra produkt för att lyckas på marknaden. Det är bara en förutsättning. Kunderna måste också uppfatta eller känna och tro att det är en bra produkt. När de köper en Ericssontelefon ska de få sina känslor bekräftade.

DE VÄRDERINGAR som Ericsson ska sträva efter att ha kring varumärket är enkelhet, pålitlighet, samarbete, uppfinningsrik, ambition och oberoende.

En utredning kring Ericssons värderingar kring varumärket inleddes av affärsområdet Mobiltelefoner och Terminaler. Den har sedan lyfts upp

till koncernnivå. Det är slutsatserna från denna som här kommer till uttryck.

Med hårdnande konkurrens och en större exponering mot konsumenterna har varumärkesbyggnad eller branding blivit en central funktion för Ericsson. I den nya organisationen sker detta arbete i koncernfunktionen för marknadsföring under Torbjörn Nilsson.

ERICSSON MÅSTE VISA vilka värderingar det står för och positionera sig på marknaden. Vi måste kunna svara på varför någon ska köpa just en Ericssonprodukt.

Ericsson vill inte att kunderna ska köpa en Ericssonprodukt bara för att den är bra utan också för det företaget står för.

Även om Ericsson är en systemleverantör som har lösningar för såväl företag, operatörer och konsumenterna är det konsumentprodukterna som bygger varumärket. Det är där den stora exponeringen ligger.

MEN KONSUMENTERNA väljer inte Ericsson bara för att de har bra produkter, de väljer också med hjärtat. Ericsson ska stå för värderingar som gör att konsumenterna vill välja en Ericssontelefon. Varumärket ska underlätta för konsumenterna när de väljer telefon.

Värderingarna enkelhet, pålitlighet och samarbete kan sammanfattas med förtroendeingivande. Det är en värdering som Ericsson har lyckats relativt väl med. Men det räcker inte. För att lyckas måste den kompletteras med några mer dynamiska värderingar. Här passar uppfinningsrik, ambition och oberoende väl in. Dessa tre kan sammanfattas med inspirerande. Ericsson ska kännas förtroendeingivande och inspirerande.

Då har vi lyckats. Alla anställda deltar i att sprida värderingarna kring varumärket. Både i vår yrkesroll och privat. Därför är det viktigt att alla är medvetna om hur Ericsson vill uppfattas. Vi är alla varumärkesambassadörer. *

Mötet bara slutet av början

MÖTET I SAN DIEGO VAR EN milstolpe i skapandet av det nya Ericsson. Men det var långtifrån slutpunkten.

– Det här är bara slutet av början, påminde Stellan Nennerfeldt.

Han har fungerat som projektledare för organisationsförändringarna och leder nu arbetet med att genomföra de förändringar som beslutats, och med att klara av de sista utstående frågorna. Än är inte riktigt alla byggstenar på plats i det nya koncernbygget.

– Nu när ni åker hem från San Diego ber jag er hålla tre saker i minnet, sa Stellan Nennerfeldt. Först och främst, kom ihåg att vi inte får tappa fart i våra dagliga affärer. Sträva sedan efter att genomföra förändringarna snabbt och kom ihåg att det som nu beslutats bara är inledningen till en kontinuerlig förändrings- och förbättringsprocess.

När den nya organisationen nu genomförs är det viktigt att ansvaret för affärsresultatet är tydligt fördelat under genomförandeperioden. Varje kvartal ska det göras uppföljningar



av hur arbetet med att genomföra förändringarna framskrider. Som ett stöd för processen ska alla Sven-Christer Nilssons medarbetare i koncernledningen utse en särskild genomförandansvarig – en Implementation Champion – som ska leda genomförandet inom respektive ansvarsområde. Som stöd för hela processen inrättas också ett särskilt genomförandekontor med Stellan Nennerfeldt som chef.

– **NÄR NI KOMMER HEM** till era respektive verksamheter bör ni snart informera era underordnade

chefer och senast före månadens utgång alla anställda, uppmanade han.

Som hjälp i det arbetet fick alla delegater ett informationspaket att ta med sig hem, med material att använda för lokala möten ute på de olika bolagen.

Den 23 november är ett viktigt datum i genomförandeprocessen. Då gör koncernledningen en bred genomgång av hur det fungerat ute i koncernen. Detta för att säkerställa att det ambitiösa målet verkligen kan uppnås, att hela den nya organisationen ska vara genomförd till årsskiftet.

– Redan på måndag den 12 oktober är den nya koncernledningen installerad. Sedan kommer de förändringar som krävs när det gäller omfördelning av personal och resurser i de nuvarande koncernledningsfunktionerna och i affärsområdesstaberna att vara genomförda inom de närmaste veckorna.

Under månaderna fram till 1 januari ska de sista olösta frågorna kring den nya organisationen och Ericssons framtida arbetssätt vara avklarade. *

Det nya i ett nötskal

Affärsenhet (Business Unit)

Marknadsdriven organisation med ansvar för ett helt system produkter och tjänster. Affärsenheterna rapporterar till segmentschefen inom koncernens ledningsgrupp (Corporate Executive Team).

Affärssegment

(Business Segment)

Sammanhållande organisation för produkt/affärsdimensionen. De tre segmenten är Operatörer, Företagslösningar och Konsumentprodukter. Affärsenheterna rapporterar till segmenten.

Global Account Manager

Ansvarig för en av Ericssons största kunder, ofta med verksamhet i flera länder.

Key Account Manager

Ansvarig för någon av Ericssons större kunder inom en marknadsenhet.

Koncernens nya ledningsgrupp

(Corporate Executive Team)

Det högsta ledningsorganet för Ericsson. Det består av 14 personer inklusive koncernchefen Sven-Christer Nilsson. Gruppen består av segmentscheferna, cheferna för marknadsområden och koncernfunktionscheferna.

Lokalbolag (Local Company)

Den juridiska enheten eller dotterbolaget i varje land. Lokalbolaget är värd för produktions-, affärs- och marknadsenheter. Termen Major Local Company finns inte i den nya organisationen.

Marknadsenhet (Market Unit)

Försäljning och marknadsföringsorganisation inom ett geografiskt avgränsat område. Marknadsenheterna hör hemma hos ett lokalbolag. En marknadsenhet har en hel del likheter med lokalbolagen i den gamla organisationen.

Marknadsområde (Market Area)

En geografisk gruppering av marknadsenheterna, beroende på var i världen de finns; Europa, Afrika och Mellanöstern; Nordamerika; Latinamerika respektive Asien och Oceanien.

New Account Manager

Ansvarig inom en marknadsenhet för att hitta nya affärsmöjligheter och för att utveckla nya kundrelationer.

Den nya telekomvärlden

(The New Telecoms World)

Vår bransch där telekom, datakom och mobilitet växer samman.

Prestationsutvärdering

(Performance evaluation)

Översyn och uppföljning av operationella enheter och individer inom Ericsson för att fördela resurser stöd och belöningar på ett rättvist sätt.

Produktenhet (Product Unit)

Enhet som på marknaden kräver tar fram och tillhandahåller produkter. En produktenhet rapporterar till Affärsenheterna.