

Bolagsinformation

Bolagets historia, utveckling och strategi

Inledning

Vår historia går tillbaka till år 1876, då Lars Magnus Ericsson öppnade en liten verkstad i Stockholm för att reparera telegrafutrustning. Samma år sökte Alexander Graham Bell patent på telefonen i USA. Lars Magnus Ericsson insåg snabbt att röstbaserad telekommunikation hade en enorm potential och att tekniken kunde förbättras. Han började utveckla och sälja sin egen telefonutrustning och fick inom loppet av några år i uppdrag att leverera telefoner och växlar till Sveriges första teleoperatör. Det dröjde inte länge förrän Stockholm var den telefontätaste staden i världen.

I dag är Ericsson en ledande leverantör av kommunikationsutrustning och närliggande professionella tjänster och multimedialösningar till mobil- och fastnätsoperatörer över hela världen. Mer än 1 000 nät i över 175 länder använder vår utrustning och vi är ett av få bolag i världen som kan erbjuda helhetslösningar för alla större globala standarder inom GSM/WCDMA-spåret.

Vi gör stora investeringar inom forskning och utveckling (FoU) och verkar aktivt för standardisering och öppna system. Vi har därför en lång tradition när det gäller innovation och att vara först med framtidens teknik för en effektivare och bättre telekommunikation.

Vår ständiga ambition att vara teknikledande bekräftas också av att vi har en av branschens mest omfattande portföljer av immateriella rättigheter med ungefär 24 000 patent.

Ericsson är en
ledande leverantör av
kommunikationsutrustning,
tillhörande professionella
tjänster och multi-
medialösningar.

Innehåll

Bolagets historia, utveckling och strategi	121
Allmänna fakta om bolaget	122
Marknad och trender	124
Verksamhetsöversikt	130
Materialtillgång	134
Organisation	135

Tekniska milstolpar

1878	Från telegraf till telefon
1923	Från manuell koppling till automatisk koppling
1956	Första mobilsystemet
1968	Från elektromekanisk till datoriserad styrning
1978	Från analog till digital koppling
1981	Från fast kommunikation till mobil kommunikation
1991	Från 1G analog till 2G digital mobilteknik
1998	Integrering av tal- och datatjänster i mobilnät
1999	Från kretskopplade smalbandsnät till paketkopplade bredbandsnät
1999	Softswitch för fast telefoni
2001	Från 2G smalband till 3G mobil bredbandsteknik
2003	Mobil softswitch
2004	Lansering av WCDMA 3G-nät i Västeuropa
2005	Lansering av HSDPA mobila bredbandsnät i Nordamerika
2006	Global lansering av HSPA mobilt bredbandsnät
2007	Fiberaccess, VDSL och IPTV i bredbandsnät
2008	Multi-standard radiobasstationer och LTE-teknik

Vision, mål och strategi

Ericssons vision är att vara den drivande kraften i en kommunikationsintensiv värld – en värld där alla människor kan använda tal, text, bilder och filmer för att utbyta idéer och information när och var som helst.

Vårt verksamhetsmål är att skapa värde för våra intressenter och att generera tillväxt, vinst och kassaflöde som är uthålliga på lång sikt. Vi mäter vårt resultat utifrån tre grundläggande parametrar: kundtillfredsställelse, personaltillfredsställelse och ekonomisk avkastning för våra ägare. Vi tror att nöjda kunder, en

engagerad och delaktig personal samt en uthållig förmåga att skapa värde för aktieägarna säkerställer vår konkurrenskraft.

Vi strävar efter att vara förstahandsvalet för våra kunder och vi är en stor leverantör till de flesta av världens ledande mobiloperatörer och till många av världens ledande fastnätoperatörer. Vi tror att vår förmåga att erbjuda helhetslösningar – nätinfrastruktur, professionella tjänster, multimedialösningar och mobiltelefoniteknik – i kombination med våra ingående kunskaper om konsumenternas behov ger oss goda möjligheter att hjälpa operatörer med nätutveckling och nät drift.

Vi är marknadsledande inom nätutrustning för GSM och WCDMA/HSPA och installationstjänster, systemintegration och nät driftstjänster. Vi växer inom fasta bredbandsnät, metro Ethernet-lösningar och optisk transmission, och vi tillhandahåller multimedialösningar för både mobil- och fastnätoperatörer. Vår strategi för att förverkliga vår vision och vårt verksamhetsmål är att

- excellera inom nätinfrastruktur,
 - expandera vår tjänsteverksamhet, och
 - etablera en position inom multimedialösningar
- för att göra människors liv enklare och mer innehållsrika, göra kommunikation tillgänglig för alla och skapa nya sätt att göra affärer.

Ett framgångsrikt genomförande av strategin bygger på 1) att möta kundernas behov, 2) att satsa på innovation för tekniskt ledarskap, och 3) att uppnå operational excellence i allt vi gör.

Att möta kundernas behov

De starka och långsiktiga relationerna med våra kunder utgör själva grunden för vår verksamhet och vi står i nära kontakt med dem för att lära känna deras affärs- och teknikbehov. Även om olika kunder naturligtvis har olika behov finns det några generella behov som är tydliga på marknaden:

- Från ett marknadsperspektiv: operatörer på tillväxtmarknader behöver lösningar och support för att hantera tillväxten av telefonabonnenter och ökad rösttrafik, medan operatörer på mogna marknader behöver lösningar och hjälp för att hantera tillväxten av abonnenter för mobilt bredband och ökad datatrafik.
- Från ett teknikperspektiv: migreringen till ett helt IP-baserat nät, som gör det möjligt för operatörer att kombinera bredbandsinternet, tal- och bildtrafik i ett gemensamt bredbandsnät utgör en stor utmaning. Operatörer vill dessutom ha energieffektiva multi-standardlösningar som är miljövänliga, som möjliggör kostnadsbesparingar och som skapar förutsättningar för effektiv migrering i framtiden.
- Från ett operativt perspektiv: operatörer söker lösningar och support för att öka flexibiliteten, minska de operativa kostnaderna samt öka effektiviteten i drift och underhåll av näten.

Med våra betydande skalfördelar, skräddarsydda helhetslösningar och lokala närvaro gör vi det möjligt för kunderna att snabbt komma ut på marknaden och ha konkurrenskraftig kostnadsnivå. Vi är en pålitlig partner som hjälper dem att uppnå sina affärs mål.

Innovation för tekniskt ledarskap

Innovation är ett viktigt inslag i vår företagskultur och avgörande för vår konkurrensförmåga och fortsatta framgång. Vi har en lång tradition när det gäller att ta fram innovativ kommunikationsteknik som bl a bidragit till att etablera industristandarder. Genom att i ett tidigt skede delta i utvecklingen av nya standarder och teknik är vi ofta först på marknaden med nya lösningar, vilket ger oss en klar konkurrensfördel.

Vårt ambitiösa FoU-program omfattar omkring 19 800 (19 300) medarbetare i 17 (17) länder över hela världen och vi satsade SEK

Allmänna fakta om bolaget

Juridiskt namn: Telefonaktiebolaget LM Ericsson (publ)

Organisationsnummer: 556016-0680

Bolagets juridiska form: Ett svenskt aktiebolag organiserat i enlighet med den svenska aktiebolagslagen. Ord som "Ericsson", "koncernen", "bolaget" och liknande uttryck refererar alla till Telefonaktiebolaget LM Ericsson och dess dotterbolag.

Registreringsland: Sverige. Bolaget bildades den 18 augusti 1918 genom sammanslagning av AB LM Ericsson & Co. och Stockholms Allmänna Telefon AB.

Säte: Vår adress är Telefonaktiebolaget LM Ericsson, 164 83 Stockholm. Vårt huvudkontor finns på Torshamnsgatan 23, Kista. Telefonnumret är +46 10 719 0000.

Vår webbplats finns på adressen www.ericsson.com.

Agent i USA: Ericsson Inc., Vice President, Legal Affairs, 6300 Legacy Drive, Plano, Texas 75024. Vårt telefonnummer i USA är +1 972 583 0000.

Aktier: Våra A- och B-aktier är noterade på NASDAQ OMX Stockholm.

I USA är våra ADS (American Depositary Shares), som var och en motsvarar 1 B-aktie, noterade på NASDAQ.

Moderbolagets verksamhet: Telefonaktiebolaget LM Ericssons verksamhet utgörs huvudsakligen av koncernledning, holdingbolagsfunktioner och internbankverksamhet. Detta inkluderar även aktiviteter som utförs på kommissionsbasis av Ericsson Credit AB inom kundkredithantering.

Koncernföretag och intresseföretag: För en förteckning över

31 miljarder (exklusive omstruktureringkostnader på SEK 3 miljarder) eller 15 procent av omsättningen på forskning och utveckling 2008. Våra största FoU-investeringar gäller produktutveckling inom främst nätinfrastruktur för mobil kommunikation. Vi har fortsatt att investera i strategiskt viktiga områden som bredbandsaccess, mobila systems som LTE, konvergerade nät, tjänstelagret, IP-teknik och multimedia. Vår förmåga att ta fram innovationer i världsklass förstärks genom samarbeten med olika partner, däribland kunder, universitet och forskningsinstitut.

Immateriella rättigheter och licensering

Genom att i många år ha utvecklat ny teknik har vi byggt upp en betydande portfölj av immateriella rättigheter inom telekomteknik. Den 31 december 2008 hade vi omkring 24 000 (23 000) patent över hela världen, däribland standardtäckande patent för GSM, GPRS, EDGE, WCDMA, HSPA, MBMS, TD-SCDMA, cdma2000, WiMax och nästa generationen LTE. Vi har också viktiga patent inom många andra områden, t ex IMS, IP-telefoni, ATM, Messaging, WAP, Bluetooth, SDH/SONET, WDM och Carrier Ethernet.

Våra immateriella rättigheter är värdefulla affärstillgångar och vi licensierar ut dessa rättigheter till många andra företag, bland annat leverantörer av infrastrukturutrustning, inbäddade moduler, mobiltelefoner och utvecklare av mobiltjänster. I gengäld betalar dessa royalties eller ger oss tillgång till andra immateriella rättigheter. Vi förvärvar dessutom rättigheter genom licenser att utnyttja tredje parts immateriella rättigheter. Vi anser att vi har tillgång till alla de patent som är helt eller delvis nödvändiga för vår verksamhet.

För mer information, se "Riskfaktorer – Strategiska och operativa risker" och "Förvaltningsberättelse – Forskning och utveckling".

våra större dotterbolag, se Noter till moderbolagets bokslut – Not M9, "Aktier och andelar". Utöver vårt joint venture med SONY är vi engagerade i ett antal andra mindre joint ventures, samarbeten och riskkapitalaktiviteter. För mer information om risker förenade med joint ventures, strategiska allianser och tredjepartsavtal, se "Riskfaktorer – Strategiska och operativa risker".

Publicerade dokument: Årsredovisningar samt annan information (normalt endast på svenska) för vissa inhemska juridiska enheter lämnas till Bolagsverket i enlighet med svenska regler och förordningar.

Dessa handlingar kan även beställas via Bolagsverkets webbplats (www.bolagsverket.se). Observera att det inte är säkert att informationen i handlingarna ger någon indikation om våra publicerade resultat i alla avseenden. Utöver information om

” Innovation är ett viktigt inslag i vår företagskultur och avgörande för vår konkurrensförmåga och fortsatta framgång.”

Håkan Eriksson, teknisk direktör

Operational excellence i allt vi gör

Vi är övertygade om att operational excellence är en konkurrensfördel. Därför undersöker vi ständigt hur vi kan förbättra koncernens interna processer, supportsystem och arbetsmetoder. Vårt mål att hjälpa våra kunder framåt på bästa möjliga sätt, kräver en väl utvecklad förmåga till förändring, effektiva processer som kontinuerligt levererar kvalitetsprodukter och kvalitetstjänster med låga ägandekostnader.

Oavsett hur mycket vi redan har uppnått kommer vi alltid att driva operational excellence inom hela koncernen. Genom att kontinuerligt lära oss av våra erfarenheter och våra kunders behov blir vi ett ännu bättre företag.

Moderbolaget, är enbart konsoliderade siffror för koncerntotaler inkluderade i våra rapporter.

Rapportering i USA: Årsredovisningar och annan information rapporteras till den amerikanska finansinspektionen Securities Exchange Commission (SEC) i enlighet med regler och förordningar för utländska privata emittenter. Handlingarna finns även tillgängliga i elektronisk form på SEC:s webbplats, www.sec.gov/edgar/searchedgar/webusers.htm, där de lagras i databasen EDGAR.

Marknad och trender

Medan den globala ekonomin gör sig redo för en nedgång på kort sikt är vårt perspektiv mer långsiktigt och inriktat på de möjligheter som bredband överallt leder till och de investeringar som operatörer måste göra för att migrera sina nät till IP-baserad teknik.

Nätinfrastruktur finansieras genom operatörernas investeringar, medan professionella tjänster främst finansieras genom deras driftskostnader. Mobiltelefoner säljs via Sony Ericsson direkt till konsumenterna, men oftast med operatörer som distributörer. Mobilplattformar säljs till mobiltelefon- och PC-tillverkare.

Ericssons bedömning är att följande centrala tekniker kommer att driva operatörernas investeringar de närmaste åren: mobil och fast bredbandsaccess, IP- och multityjänstväxlar, IMS-baserade (IP Multimedia Subsystems) tjänster som IPTV och IP-telefoni, metrooptisk transmission i storstadsområden och radiotransmission. Ericsson bedömer även att operatörerna snabbare kommer att övergå från gammal teknik som TDM (kretskoppling) och ATM (paketkoppling) och i stället använda IP-baserad (Ethernet) teknik för både växling och transmission. Inom alla dessa områden fortsätter bolaget att göra stora investeringar.

Vi förväntar oss att bolaget även i fortsättningen kommer att gynnas av de underliggande drivkrafterna bakom efterfrågan på kommunikationstjänster, särskilt mobilt bredband, som ökar produktiviteten och bidrar till en uthållig ekonomisk, social och miljörelaterad utveckling.

Mobilkommunikation

Mobilkommunikation har de senaste åren blivit konsumenttjänsten framför andra för en majoritet av världens befolkning. Vi tror att människor kommer att fortsätta att använda sina mobiltelefoner, även i lågkonjunktur. Och med tanke på de

möjligheter som mobildatatjänster med hög överföringshastighet skapar, tror vi att det fortfarande finns en betydande tillväxtpotential för mobilkommunikationsbranschen.

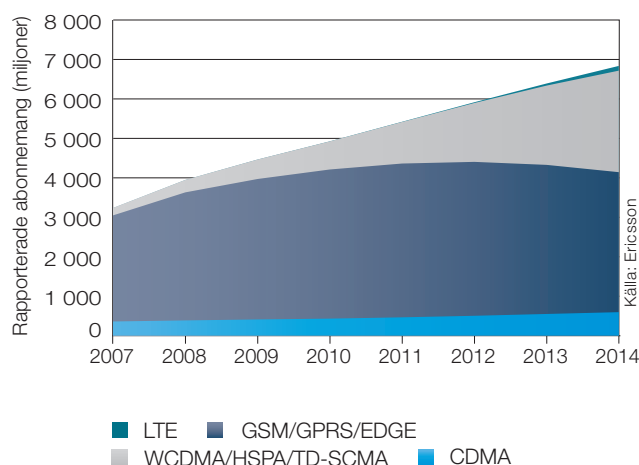
År 2008 var ännu ett år då mobilkommunikation växte – med omkring 675 (586) miljoner nya abonnemang och ungefär 1 190 (1 100) miljoner sålda mobiltelefoner. Om mobiloperatörernas beräknade investeringar (capex) används som ett mått för marknaden för utrustning för mobilnät räknar vi med att utvecklingen på mobilsystemmarknaden var något bättre än den förväntade nolltillväxten under året.

I slutet av 2008 motsvarade de 4,0 (3,3) miljarder mobilabonnemangen världen över en global abonnemangspenetration på 59 (49) procent. (Anm. Antalet faktiska mobilabonnenter är betydligt lägre, kanske så mycket som 15–20 procent eller ännu lägre), på grund av inaktiva abonnemang och att människor har flera abonnemang.) Nästan 290 (180) miljoner abonnemang fanns i 264 (197) mobila bredbandsnät (3G/WCDMA), varav Ericsson är leverantör till 149 (129).

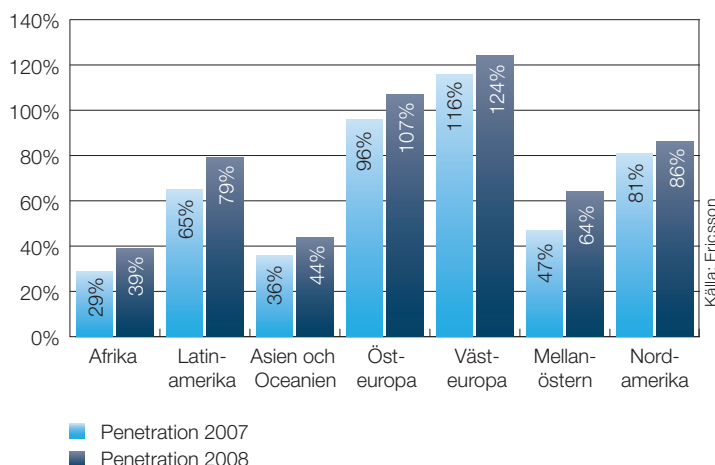
3G/WCDMA uppgraderat med höghastighetstekniken HSPA (High Speed Packet Access) är nu i bruk i 247 (166) nät i 110 (75) länder. Ericsson är leverantör till 115 (81) av dessa nät, som servar majoriteten av alla HSPA-användare. Trots denna tillväxt är antalet potentiella abonnenter som omfattas av kommersiella 3G/WCDMA-nät bara ungefär en tredjedel av de abonnenter som omfattas av 2G/GSM-tjänster. Detta skapar stora möjligheter för utrustningsleverantörer att sälja uppgraderingar av 2G-nät till 3G, där Ericsson redan har skaffat sig en marknadsledande ställning.

Bolaget räknar med att antalet mobilabonnemang ökar till mer än 4,5 miljarder 2009, vilket skapar ett fortsatt behov av nya och utbyggda mobilnät och tillhörande professionella tjänster. Även om GSM-abonnemang fortfarande svarar för merparten av försäljningen på mobilsystemmarknaden avtar tillväxten inom GSM samtidigt som 3G/WCDMA accelererar.

MOBILABONNEMANG



MOBILABONNEMANGSPENETRATION PER REGION



Svagare ekonomi påverkar försäljningen av mobiltelefoner

Signaler från operatörerna tyder på att de ekonomiska påfrestningarna tvingar dem att ändra sina prioriteringar för att på olika sätt skära ned kostnaderna. Mobiltelefoner brukar bytas ut i samband med att kontrakt förnyas. På mogna marknader är det operatörerna som driver på detta genom att erbjuda lägre avgifter i utbyte mot ett fleråriga åtaganden. Nu inför många operatörer program som enbart omfattar SIM-kort för att minska avgiftsrabatterna och spara pengar. Därmed minskar efterfrågan på utbytestelefoner, framför allt i mellanprisklassen och i högre prisklasser, eftersom konsumenterna väntar med att köpa nya mobiltelefoner. Den långsammare utbytestakten är tydligast i Västeuropa.

På tillväxtmarknaderna subventionerar operatörerna normalt inte mobiltelefoner, utan snarare multi-SIM-kort. Detta har snarare främjat marknaden för begagnade mobiltelefoner än minskat abonnemangstillväxten eller mobiltelefonanvändningen. Ett stigande inflationstryck och ett hårdare ekonomiskt läge på dessa marknader har lett till att konsumenterna i större utsträckning köper begagnade telefoner eller reparerar de telefoner som de redan har. Det finns många småföretag som säljer renoverade mobiltelefoner eller reparerar dem. Sony Ericsson anpassar sig till den minskade efterfrågan och ökade priskonkurrensen genom ett årligt kostnadsminskningsprogram på EUR 480 miljoner med förväntad full verkan vid halvårsskiftet 2009.

Positiv korrelation mellan bredbandspenetration och BNP-nivå

Fastän tillväxtmarknaderna svarar för en tredjedel av den globala BNP:n, ökade vår försäljning på dessa marknader med ungefär 15 procent och utgör nu mer än hälften av nätförsäljningen. Försäljningen på mogna marknader ökade med ungefär 4 procent.

Som mobiltelefonen redan har visat, har allmänt tillgängliga kommunikationstjänster en positiv inverkan på ett lands ekonomi. Bredbandstjänster förväntas få liknande positiva effekter. Högre BNP gör det naturligtvis möjligt att införa bredband till fler, men studier av sambandet mellan bredbandspenetration och ekonomisk utveckling visar att bredband är viktigt för att skynda på länders ekonomiska och sociala utveckling.

På de flesta tillväxtmarknader försvåras införandet av bredband dock av bristen på fast nätinfrastuktur och låg PC-penetration. Nät för mobilt bredband och lämpliga enheter och applikationer kan göra det möjligt att öka bredbandspenetrationen genom att undvika relativt mer kostsamma och tidskrävande utbyggnader av de fasta näten.



Fast och mobilt bredband driver marknaden

Vi räknar med att antalet abonnemang på fast och mobilt bredband kommer att mer än sjudubblas mellan 2008 och 2014 till nästan 3,5 miljarder. Fastnätoperatörernas (inklusive kabeloperatörer) intäkter från "Internet via bredband" förväntas växa från 20 procent till 35 procent av deras totala intäkter under de kommande fem åren. Även intäkter från datatjänster, som för närvarande utgör omkring 20 procent av mobiloperatörernas intäkter, förväntas under de närmaste fem åren svara för en allt större andel av de samlade mobilintäkterna.

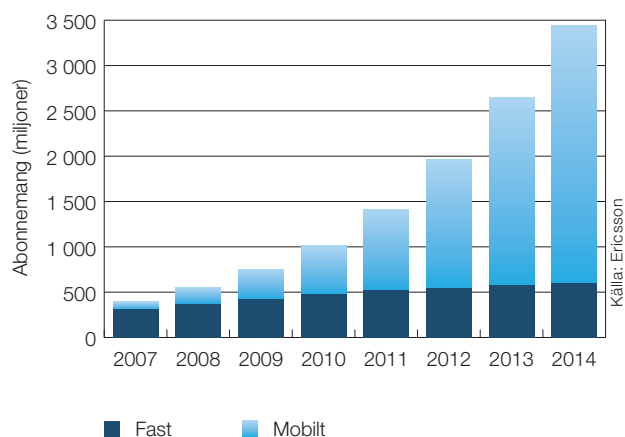
Dessa prognoser baseras på antagandet att kostnaderna för mobila datatjänster kommer att ligga nära abonnenternas förväntningar, d v s priset för datatjänster måste vara lägre än för taltelefoni vid en jämförelse av hur mycket bandbredd som utnyttjas. Operatörernas intäkter kommer troligen att skilja sig från de traditionellt linjära intäkterna från kapacitetsförsörjning som baseras på användningstiden i minuter. De förmodas därför införa kostnadseffektiva lösningar för att tillhandahålla ökad nätkapacitet där intäkterna baseras på tjänsternas värde i stället för på hur mycket kapacitet som används. Detta är drivkraften bakom en ny generation nät som erbjuder fast och mobil konvergens och utnyttjar IP-teknik för en billigare och mer högpresterande bredbandstjänst.

Bredbandsaccess leder till flaskhalsar i andra delar av nätet

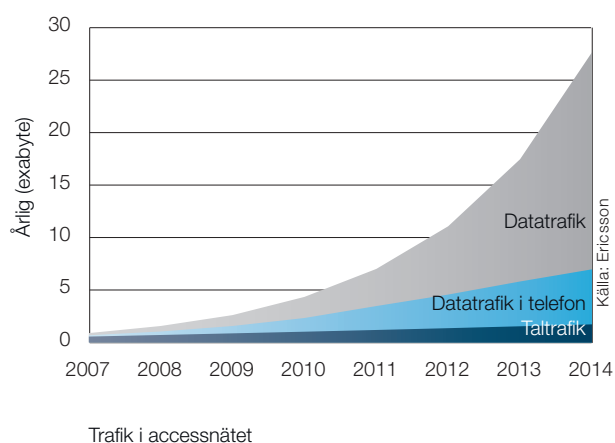
Installationen av accessnoder som kan ge en allt högre överföringshastighet mellan enheter leder snabbt till att det uppstår flaskhalsar i andra delar av nätet när antalet abonnenter ökar. Accessnodernas ökade kapacitet leder till påfrestningar på backhauldelen av transportnätet.

Utökad backhaulkapacitet måste tillhandahållas på ett mer dynamiskt och effektivt sätt än vad som är möjligt med traditionella backhaullösningar, eftersom den måste stödja flera tjänster för att säkra driftkontinuitet för både befintliga och nya tjänster. Detta gör det möjligt för operatörerna att maximera investeringarna i befintlig infrastruktur. Den dynamiska utvecklingen när det gäller bredband för multitjänster och mixen av tjänster kommer att kräva att nättekniken förändras – IP/Ethernet via optisk fiber eller mikrovågsradiotransmission kommer att bli överföringstekniken framför andra. Ericsson har redan en marknadsledande ställning inom mikrovågsradiosystem och med de förvärvade bolagen Marconi och Redback är nu företaget väl positionerat inom optiska överföringssystem och IP/Ethernet-produkter.

BREDBANDSABONNEMANG



MOBILTRAFIK, RÖST OCH DATA



Framtiden för TV

TV-branschen har en enkel vision: att låta dig se vad du vill, när du vill och var du vill och att hjälpa dig att upptäcka annat som kan vara intressant att titta på samt att utbyta favoritprogram och kommentarer med andra. Vi menar att det bästa sättet att uppnå detta är att använda Internetteknik med telekomprestanda.

Konsumenterna använder redan Internet för att hitta nya sätt att få tillgång till TV med interaktiva "on-demand" funktioner som grundkrav. Trots denna trend tror vi inte att operatörerna kommer att bli marginaliserade som "transportörer av data-bitar". Effektiv transport av "data bitar" kommer att behövas. Men för att särskilja sina tjänster kommer operatörerna att behöva utnyttja möjligheten att utveckla sina nät och det är här IMS kommer in för att ge tillförlitlighet och möjlighet att kombinera tjänster, vilket behövs för differentierade tjänster och applikationer.

Idag har omkring 850 miljoner hushåll TV-tjänster, varav bara 20 miljoner för närvarande har IPTV. Denna siffra kommer att öka till över 100 miljoner hushåll fram till slutet av 2014. Under samma period förväntas DSL-baserad bredbandsaccess öka från ca 270 miljoner till 400 miljoner hushåll, medan kabel-TV baserad bredbandsaccess nästan kommer att fördubblas från 90 miljoner till 175 miljoner hushåll. FTTx-baserad bredbandsaccess uppskattas öka från 25 miljoner hushåll till ungefär 90 miljoner hushåll. Efter förvärven av Tandberg Television och Entrisphere fortsätter bolaget att investera för att uppnå en ledande ställning inom IPTV- och FTTx-baserad bredbandsaccess.

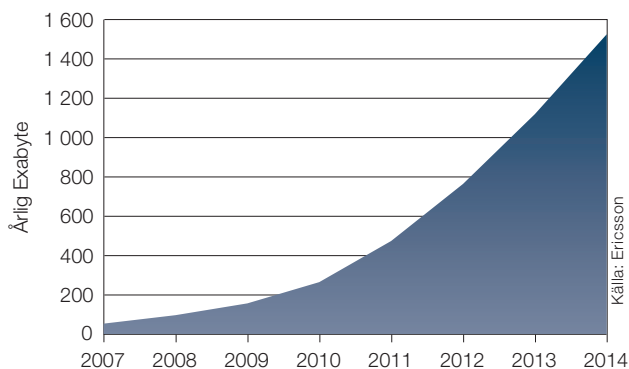
Mobilitet förändrar Internet

Idag använder mindre än 40 procent av mobilabonnenterna Internet, men den ökade användningen av höghastighets-applikationer i den fasta miljön stimulerar en liknande utveckling på mobilsidan. När människor har vant sig vid att kunna använda bandbreddsintensiva applikationer hemma eller på arbetet brukar de vilja ha möjlighet att göra det överallt.

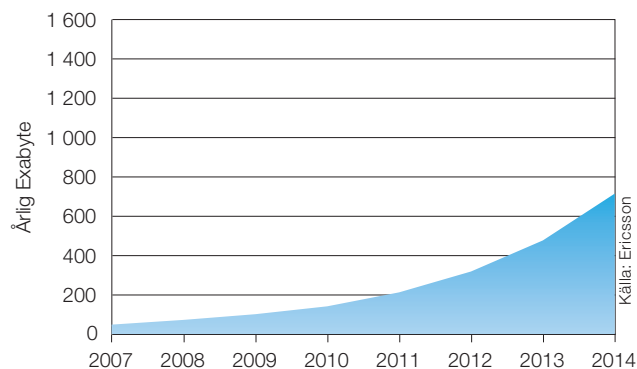
Mobila internetenheter med multimediakapacitet och mobilt bredband till överkomliga priser kommer att driva på förändringen genom att göra det möjligt för användarna att skapa och hitta innehåll som intresserar dem och på ett ögonblick utbyta tankar och information med vänner och arbetskamrater. Vi räknar med att mobila internetenheter kommer att öka konsumenternas efterfrågan på trådlös internetaccess.

Detta kommer framför allt att påverka tillväxtmarknaderna, där PC-penetrationen bland hushållen är lite mer 10 procent, jämfört med 60 procent på mogna marknader. Det finns dessutom mer än tre gånger så många hushåll på tillväxtmarknader som på mogna marknader. Bolaget har bildat en produktenhet som ska tillhandahålla mobil bredbandsuppkoppling för bärbara datorer och mobila internetenheter. Tre av världens största tillverkare av bärbara datorer använder redan Ericssons inbyggda moduler. Dessutom har Intel, bland andra, ingått ett avtal om att använda Ericssons teknik för mobilt bredband.

FAST DATATRAFIK – SISTA KILOMETERN TILL ANVÄNDAREN



Fast IPTV-trafik; sista kilometern till användaren



Fast Internettrafik; sista kilometern till användaren

Konvergens och nätomvandling i fokus

Genom att fokusera mer på smartare nät och paketerade tjänster har operatörerna skyndat på övergången till helt IP-baserade bredbandsnät och ökat utbyggnaden av bredbandsaccess, routing, transmission och nästa generations system för tjänste- och intäktshantering. Målet har varit att erbjuda en bättre service för de stora kundsegmenten – företag, konsumenter och grossister – eftersom varje kundsegment kräver sin unika mix av fasta, mobila och konvergerade tjänster.

Ericsson har utvecklat en nätarkitektur som både uppfyller konsumenternas önskemål och operatörernas krav på konvergerade tjänster och omfattar enhetens ekosystem, fast och mobil bredbandsaccess, transmission, kontroll, applikationer, intäktshantering, tjänste- och drifthantering. Alla komponenter har integrerats för en högpresterande och skalbar helhetslösning. Ericssons heltäckande bredbandslösning är resultatet av intern utveckling av t.ex. mobilt bredband och IMS, kompletterat med IP-routing produkter (Redback), optisk transmission (Marconi), fiberaccesssystem (Entrisphere) och IPTV (Tandberg). Bolaget har vidare utvecklat en omfattande projektjänst för nätomvandling som innefattar professionella tjänster som affärskonsulttjänster och systemintegration.

Konsolidering bland operatörer och samägda nät

Konsolideringen bland operatörer fortsätter i alla regioner. I Nord- och Sydamerika har konsolideringen lett till att antalet operatörer minskat betydligt. I Europa fortsätter samgåenden och andra kombinationer som samägda nät och utläggning av nät drift på entreprenad. I andra regioner har konsolideringen lett till att snabbt växande panregionala operatörer har uppstått, särskilt på marknaderna i Central- och Östeuropa, Mellanöstern och Afrika.

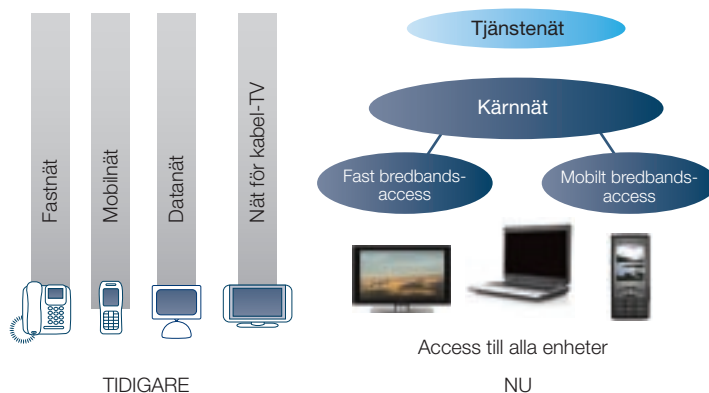
Den pågående konsolideringen bland operatörer, särskilt i Västeuropa, där övergången till effektivare nät och ändrade bestämmelser, till exempel pristak för roaming och lägre avgifter för samtalsterminering, påverkar operatörernas behov och benägenhet att öka sina nätinvesteringar på kort sikt. Denna trend är tydligast när det gäller fullt utbyggda GSM-nät, där efterfrågan på uppgradering och utbyggnad snabbt har minskat i takt med att operatörerna har satsat mer på att bygga ut och förbättra sina 3G-nät.

Trots konsolideringen bland operatörer i många regioner har antalet mobiloperatörer inom regionerna faktiskt ökat de senaste åren utom i Nord- och Sydamerika. Införandet av mobilnummerportabilitet på många marknader har dessutom gjort det enklare att byta tjänst, vilket har lett till mycket hård konkurrens och krympande marknadsandelar för de två största aktörerna på varje marknad. Mobiloperatörernas marginaler pressas följaktligen av den intensifierade konkurrensen som gör att det krävs lägre kostnader för att kunna konkurrera.

Samägda nät gör att operatörerna kan göra stora besparingar när det gäller investeringar och driftskostnader. Samägda nät bör i slutändan dock inte få någon större inverkan på leverantörerna av mobilutrustning. I viss utsträckning kan kortsiktiga störningar av investeringsplanerna eller omförhandlingar av kontrakt med företagen som delar nät sannolikt uppvägas av ökad försäljning av professionella tjänster, framför allt inom nätintegration och drift, såväl som av snabbare utbyggnad för full täckning för att tidigare nå expansionsfasen. På längre sikt kommer de flesta kostnadsbesparingarna att vara en följd av samägda anläggningar och samägd egendom, eftersom utrustningen måste dimensioneras för den intensivaste trafiken i de sammanslagna näten.



ARKITEKTUR FÖR NÄTKONVERGENS



Möjligheter inom nät driftstjänster

Att nät drift läggs ut på entreprenad är en annan form av konsolidering som innebär att små operatörer kan dra nytta av den större skala som ett stort företag som Ericsson kan erbjuda genom nät driftstjänster. Ericsson är väl positionerat att dra nytta av konsolideringen bland operatörer med en rad lösningar för samägda nät, en lång erfarenhet när det gäller outsourcad nät drift och en stark närvaro hos konsoliderande företag.

Jämfört med nät utbyggnadstjänster, som brukar växa i takt med marknaden för utrustning, ökar efterfrågan på nät driftstjänster (dvs. nät drift och hostingtjänster) samt systemintegration snabbare. Den potentiella marknaden för nät driftstjänster är större än den potentiella marknaden för nät utrustning och relaterade installationstjänster. En mogen operatör beräknas normalt använda omkring 5–6 procent av den årliga omsättningen till nät utrustning, men omkring 10–12 procent av omsättningen för själva nät driften. Mer än två tredjedelar av nät driftskostnaderna hanteras idag internt av operatörerna, men nät driften läggs allt oftare ut på entreprenad, när operatörerna inser vilka konkurrens fördelar och kostnadsbesparingar som kan uppnås. Marknaden för sådana tjänster förväntas därför ha goda tillväxtutsikter även i fortsättningen.

Effekter av den makroekonomiska avmattningen

Det är för tidigt att säga hur konjunkt nedgången kommer att påverka Ericssons affärsutveckling, men bolaget har goda förutsättningar att möta tuffare marknadsvillkor tack vare sin verksamhetseffektivitet, marknadsledande ställning, storlek och starka balansräkning. Trots likheterna med marknads nedgången 2001–2003 räknar vi inte med en lika stor nedgång inom branschen för mobil kommunikation. Flera faktorer som ledde till den förra nedgången i operatörernas investeringar föreligger inte idag. Operatörerna har stärkt sina balansräkningar betydligt,

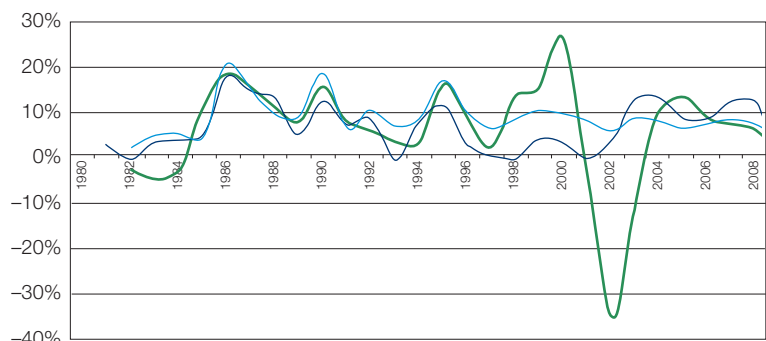
tillväxt förväntningarna är mer realistiska och nät utnyttjandet är väsentligt större. För många stora operatörer har kapitalintensiteten i flera år varit historiskt låg.

Vi räknar med att en sjunkande BNP inte kommer att leda till motsvarande minskning av operatörernas intäkter från mobil- och bredbandstjänster. Vi har den uppfattning av följande skäl: 1) det finns bättre substitut för traditionella fasta telefons tjänster, t.ex. mobil, IP-telefoni, än tidigare, 2) tidsbundna kontrakt och paketering av tjänster gör att det är svårare (eller åtminstone tar längre tid) för abonnenter att minska sina utgifter, och 3) mobil kommunikation och Internet har en mycket större utbredning och är en integrerad del av dagens samhälle. Medan de flesta regionala marknader hittills har visat sig vara motståndskraftiga har en del västeuropeiska operatörers verksamhet gradvis försämrats under året, vilket har haft en negativ inverkan på leverantörer, framför allt mobiltelefon tillverkare som Sony Ericsson. Det finns emellertid flera saker som påminner om tidigare nedgångar, t.ex. kapitalbevarande. Operatörernas behov av fritt kassaflöde var den främsta orsaken till att de minskade utgifterna för både fast och mobil nät utrustning 2001–2003, medan överkapacitet spelade en underordnad roll. Vi tror på en liknande effekt under denna konjunkturcykel, men mindre dramatisk.

Vi inser att en del av operatörernas investeringar i t.ex. uppgraderingar av nät antingen kommer att skjutas upp eller ställas in. Även kapacitetsutbyggnad kan komma att skjutas upp en tid om operatörerna i stället väljer att sänka tjänstekvaliteten. Detta skedde också 2001–2003. Om operatörerna dock inte håller sina nät uppgraderade finns det en risk att högre driftskostnader och kundomsättning får en negativ inverkan på såväl intäkter som avkastning. Den makroekonomiska utvecklingen styrs av externa faktorer som ligger utanför bolagets kontroll och inflytande. Bolaget styr emellertid sin kostnadsstruktur och gör anpassningar till det hårdnande marknadsklimatet för att klara av en utdragen global recession.



OPERATÖRERNAS OMSÄTTNING JÄMFÖRT MED BNP OCH FÖRÄNDRING I CAPEX



■ Nominell BNP-tillväxt ■ Operatörernas totala omsättningstillväxt ■ Capex-tillväxt

Verksamhetsöversikt

Affärssegment (primära)

Ericsson är ett telekommunikationsbolag som utvecklar och säljer en rad olika lösningar riktade till i första hand kunder inom telekombranschen. Vi har fastställt inom vilka affärssegment vi skall bedriva verksamhet genom att titta på marknaden och vilken typ av kunder våra produkter och tjänster riktar sig till, samt på de distributionskanaler genom vilka de säljs och gemensamma faktorer som rör teknik, forskning och utveckling. För att spegla vår affärsinriktning och underlätta jämförelser med våra konkurrenter rapporterar vi i fyra affärssegment:

- Networks.
- Professional Services.
- Multimedia.
- Phones – vårt joint venture Sony Ericsson.

Segmentet Networks

Segmentet Networks omfattar produkter och lösningar för mobil och fast access, kärnnät och transmission, samt ledningssystem. Även nätinstallationstjänster ingår.

Segmentet Networks svarade för 68 procent av den totala omsättningen 2008.

Mobil och fast access

Ericsson levererar mobila accesslösningar för nätoperatörer som ger säkra, effektiva och kostnadseffektiva mobiltelefonnät samt trådlöst bredband för mobila, nomadiska och fasta användare i tätorter och landsbygdsområden. Vår expertis inom GSM, WCDMA/HSPA och LTE-teknik gör att vi kan erbjuda nätoperatörer skräddarsydda lösningar oavsett vilken standard de använder i sina befintliga nät. Våra radioaccessnät kan användas via mobiltelefoner, bärbara och stationära datorer. De



Våra MINI-LINK mikrovågsradio-system tillhör världens mest använda mobila backhaul-lösningar.”

Johan Wibergh,
chef för affärsenhet Networks

kan enkelt uppgraderas med den senaste radiotekniken för att generera nya intäktsströmmar men samtidigt behålla den befintliga mobilverksamheten. Eftersom dessa lösningar möjliggör olika mobilteknikstandarder på samma plattform blir det lättare för operatörerna att hantera den alltmer komplicerade mobilverksamheten på ett kostnadseffektivt och enkelt sätt.

Den senaste utvidgningen av vårt utbud för fast bredbandsaccess som blev möjlig genom förvärven av Marconi och Entrisphere har varit ett viktigt steg för att stärka vår förmåga att rikta in oss på nätoperatörer som börjar integrera sina fasta och mobila nät. Vi tillhandahåller lösningar för fast access som baseras på både fiber och koppar, vilket gör att operatörerna kan uppgradera eller utvidga sin verksamhet inom fast access på ett effektivt sätt och därmed erbjuda attraktiva användartjänster som högdefinitions-TV, Video on Demand och andra IP-baserade tjänster som ställer stora krav på bandbredd och kostnadseffektivitet.

IP-kärnnät (switching, routing och kontroll)

IP-utvecklingen börjar i kärnnätet. Våra kärnnätlösningar omfattar branschledande softswitch, IP-infrastruktur för edge- och core-routing, IMS (IP-based Multimedia Subsystem) och gateways. Vårt förvärv av Redback Networks har utökat vår IP-produktportfölj med bredbandsroutrar för hantering av bredbands-, telefoni-, teve- och mobilitetstjänster.

GSM och WCDMA/HSPA delar ett gemensamt kärnnät, vilket innebär att tidigare investeringar behålls när operatörerna övergår från talinriktade nät till multimedienät. Våra växlingsprodukter har branschledande skalbarhet och kapacitet. Många av våra växelsystem för kärnnät byggs på gemensamma plattformar.

Ericssons IMS är en komplett helhetslösning som gör att konsumenter kan få tillgång till samma innehåll och tjänster från flera olika apparater. IMS är en kontrollplattform med öppen arkitektur i tjänstelagret som möjliggör standardiserade tjänster och t ex Rich Communications Suite, Multimedia Telephony etc. Eftersom vår IMS-lösning är gemensam för både fasta nät och mobilnät är det möjligt att tillhandahålla konvergerade tjänster oavsett typen av access.

Transmission

Mikrovågstransmission och optisk transmission möjliggör en kostnadseffektiv hantering av tal- och datatrafik från både fasta nät och mobilnät. Våra MINI-LINK mikrovågsradiosystem tillhör världens mest använda mobila backhaul-lösningar och kompletterade med portföljen med fast access och optisk överföring baserat på fiber och koppar erbjuder de operatörerna kostnadseffektiva och skalbara transportlösningar för den växande mobila bredbandstrafiken. Transmissionsnät (t ex MINI-LINK, metrooptiska nät) utgör viktiga delar i våra helhetslösningar.

Nätinstallationstjänster

Snabb installation av stora volymer är resurskrävande. Ericssons Global Services tjänstekoncept utnyttjar en blandning av lokal personal, underleverantörer och centrala resurser. Vi använder denna kompetens på ett sätt som har visat sig leda till tillförlitliga projekt med mycket goda resultat och nöjda kunder.

Segmentet Professional Services

Ericssons professionella tjänster omfattar expertis inom nät driftstjänster, systemintegration, rådgivning, utbildning och kundsupport.

Segmentet Professionella tjänster svarade för 23 procent av den totala omsättningen 2008.

Nät driftstjänster

Vi erbjuder de mest heltäckande nät driftstjänsterna inom telekombranschen. Genom outsourcing kan våra kunder sänka sina driftskostnader, uppnå större flexibilitet i sin resursanvändning och korta ned tiden för att få ut tjänsterna på marknaden, samtidigt som de är garanterade en hög servicenivå. Vårt utbud omfattar

- Nät drift: hantering av allt som rör den dagliga driften av en kunds nät, drift av fasta och mobila nät till en förutsägbar kostnad,
- Hosting av tjänstelagerplattformar och applikationer: vi gör det möjligt för operatörerna att lansera nya tjänster enkelt, snabbt och kostnadseffektivt.

Vi är branschledande inom nät driftstjänster och hanterar nät med 250 miljoner abonnenter. Eftersom nät driftstjänster ofta tillhandahålls inom ramen för fleråriga avtal är en stor del av faktureringen när det gäller nät driftstjänster av återkommande karaktär.

Systemintegration

Operatörer kan minimera sina risker genom att anlita Ericsson för att integrera utrustning från flera leverantörer och hantera teknikförändringsprogram, samt utforma och integrera nya lösningar. Allt fler operatörer som introducerar multimedietjänster eller ställs inför stora teknikskiften anlitar oss som "prime integrator", dvs vi leder och tar ansvar för en framgångsrik implementering av helhetslösningen.

Konsulttjänster

Våra konsulter med expertis inom affärs- och teknikstrategier hjälper kunderna att fatta beslut, planera och vidta åtgärder för att förbättra sin verksamhet och få den att växa. Våra Industriprogram samlar expertisen i helhetslösningar inom nyckelområden som multimedia, 3G-utbyggnad, bredband, värdeskapande och intäktssäkring.

Utbildning

Vi erbjuder våra kunder skräddarsydda utbildningsprogram så att deras anställda får de kunskaper och den kompetens som de behöver för att kunna hantera den komplicerade tekniken idag och i framtiden.

Kundsupport

Erfarna resurser som är tillgängliga dygnet runt för att ge kundsupport är en mycket viktig del av vårt tjänsteutbud. Våra anställda över hela världen hjälper operatörer som tillsammans har mer än 1 miljard kunder. Rekommendationer angående hur den dagliga driften kan göras maximalt effektiv hjälper till att säkerställa nätets tillgänglighet och sänka de totala ägandekostnaderna.

Segmentet Multimedia

En växande efterfrågan på ökad kommunikation och personanpassat innehåll skapar en massmarknad för multimedietjänster. Användarna vill ha tjänster som kan levereras via alla skärmar när och var som helst. Vi är insatta i det nya ekosystemet för multimedia och segmentet Multimedia tillhandahåller de lösningar och applikationer som operatörer och tjänsteleverantörer behöver för att kunna leverera en rikare användarupplevelse.

Segmentet Multimedia svarade för 9 procent av den totala omsättningen 2008.

TV-lösningar

Ericsson möjliggör framtidens digital-TV genom tekniskt ledarskap, öppen arkitektur samt integrerade hårdvaru- och programvarulösningar. Våra helhetslösningar omfattar den teknik, de tjänster och de erbjudanden som krävs för traditionell (linjär) TV, beställ-TV och podcast-TV, så att var och en kan se de teveprogram de vill – hemma, på resan, på mobiltelefonen eller

” Genom outsourcing kan våra kunder sänka sina driftskostnader och uppnå större flexibilitet – samtidigt som de är garanterade en hög servicenivå.”

Jan Frykhammar,
chef för affärsenhet Global Services

på en bärbar dator. Våra helhetslösningar skapar möjligheter för samtliga aktörer inom televisionens område – operatörer och tjänsteleverantörer, annonsörer och innehållsleverantörer.

Ericsson är en av grundarna bakom Open IPTV Forum och fortsätter att vara pådrivande för branschomfattande standardisering i organisationer som arbetar med tevetekniker som IMS och DLNA (Digital Living Network Alliance).

Applikationer för konsumenter och företag

Vi erbjuder våra kunder de senaste multimedielösningarna för både konsument- och företagsmarknaden. Inom konsumentsegmentet erbjuder vi video- och mobiltelevsningar, utökade meddelandetjänster, gruppkommunikation och positioneringstjänster som Family Finder eller att hitta närmaste restaurang. Inom företagssegmentet förser vi operatörerna med konvergerade lösningar (fasta nät och mobilnät) anpassade efter företagets behov av kostnadskontroll, tillgänglighet och personaleffektivitet.

Multimedia brokering

Vår multimedia brokering lösning, baserad på IPX, serverar mer än 1 000 innehålls-, tjänste- och medieföretag. Med högkvalitativa tjänster i 25 länder når vår lösning ut till två miljarder abonnenter och vår meddelandetjänst omfattar mer än 500 nät som når ut till mer än 96 procent av alla mobilanvändare i världen.

Vår lösning möjliggör betalning och distribution av innehåll genom att knyta ihop innehållsleverantörer, medieföretag, informations- och söktjänster samt konsumentvarumärken med nätoperatörer.

Tjänsteplattformar

Ericssons tjänsteplattformar gör det möjligt för operatörer och tjänsteleverantörer att effektivt skapa, sälja och hantera multimedietjänster och multi play-erbjudanden i nära samverkan

”Användarna vill ha tjänster som kan visas på alla skärmar när och var som helst.”

Jan Wäreby,
chef för affärsenhet Multimedia

med standardtjänster och BSS/OSS-ledningssystem (business/operations support systems).

Tack vare att vi kan kombinera produkter, lösningar, systemintegration och konsulttjänster i ett enda erbjudande kan vi skapa multimediamarknadsplatser som är skräddarsydda för varje enskild kund.

Intäktshantering

Vi är en ledande leverantör av intäktshanteringslösningar. Vi hjälper våra kunder att få in och säkra sina penningflöden och ta tillvara affärsmöjligheter genom att tillhandahålla expertis och lösningar för att hantera intäkterna från såväl traditionella tjänster, som röstsamtal och sms, som multimedietjänster.

En av de mest betydande lösningarna inom intäktshantering är en konvergerad debiterings- och faktureringslösning som gör att operatörerna kan hantera alla användare och tjänster på samma sätt, oavsett betalningsalternativ eller accessteknik.

Vi har stärkt verksamheten i och med vårt majoritetsägande i LHS.

Mobilplattformar

Ericsson är en ledande leverantör av plattformar för GSM/EDGE och WCDMA/HSPA som används i t ex mobiltelefoner, PC-kort och andra mobilenheter. Ericsson licenserar ut öppna plattformar som är interoperabilitetstestade för GSM/EDGE och WCDMA/HSPA.

I augusti 2008 meddelade Ericsson och STMicroelectronics att de planerar att etablera ett joint venture som kommer att ha en av branschens starkaste produktportföljer för halvledare och plattformar för mobila enheter.

Segmentet Phones

Sony Ericsson levererar innovativa mobiltelefoner med många funktioner, tillbehör och PC-kort som gör det möjligt för oss att leverera helhetslösningar till våra kunder. Detta joint venture, som bildades i oktober 2001, kombinerar Ericssons kunskaper inom mobilkommunikation med SONY:s kunskaper inom konsumentelektronik och innehåll och är en viktig del av våra helhetslösningar inom multimediatjänster för mobilkommunikation.

Sony Ericsson ansvarar för produktdesign och produktutveckling, liksom för marknadsföring, försäljning, distribution och kundservice.

Sony Ericssons försäljning är inte inräknad i vår redovisade försäljning utan verksamhetsresultatet redovisas enligt kapitalandelsmetoden under posten "Andelar i JV och intresseföretags resultat" i resultaträkningen.

Se även Noter till koncernredovisningen – not K3, "Segmentsinformation".

Marknadsområden (sekundära)

Vi delar in försäljningen i fem geografiska områden, Västeuropa, CEMA (Central- och Östeuropa, Mellanöstern och Afrika), Asien och Oceanien, Latinamerika samt Nordamerika.

Det råder en bra spridning av försäljningen mellan de geografiska områdena, vilket minskar effekterna av instabilitet eftersom en minskning i ett område ofta uppvägs av en ökning i ett annat. Dessutom utgör inget enskilt land mer än 8 procent av total försäljning. Det finns skillnader mellan områdena när det gäller penetration för fast och mobil telefoni, trafiken i näten, nivån på tjänsterna samt ländernas genomsnittliga BNP och andra ekonomiska faktorer.

Vi tror starkt att prisvärd och allmän tillgång till telekommunikationstjänster är en förutsättning för social och ekonomisk utveckling, vilket förbättrar välfärden för människor världen över. Som en av världens största leverantörer av kommunikationsutrustning och tjänster, har Ericsson infört ett strikt program i hela organisationen för att uppfylla handelsvillkor och att rätta sig efter gällande utländska och inhemska lagar och regler, handelsembargon samt sanktioner. Inte på några villkor skall vår affärsverksamhet stödja någon speciell politisk agenda eller regim.

FÖRSÄLJNING PER REGION OCH SEGMENT 2008				
(SEK miljoner)	Profession- al		Multi- media	Totalt
	Networks	Services		
Västeuropa	25 642	18 537	7 391	51 570
CEMA ¹⁾	38 364	9 843	4 873	53 080
Asien/Oceanien	49 843	10 507	2 957	63 307
Latinamerika	16 096	5 522	1 430	23 048
Nordamerika	12 105	4 569	1 251	17 925
Totalt	142 050	48 978	17 902	208 930

¹⁾ Central- och Östeuropa, Mellanöstern och Afrika.

Vår omvärld

Långsiktiga kundrelationer och global närvaro

Vi har haft en närvaro på de flesta av våra marknader i mer än 100 år och byggt upp starka, långsiktiga relationer med världens ledande operatörer. Koncernens skalfördelar, helhetslösningar och lokala närvaro på alla stora marknader gör att vi kan fungera som en trovärdig partner och erbjuda kostnadseffektiva lösningar och stöd till en mångskiftande kundbas. I en tid när operatörerna minskar antalet leverantörer som de är beroende av är engagemanget hos våra medarbetare och bredden av vår portfölj av produkter och tjänster nyckeln till vår framgång.

Vi arbetar nära våra kunder för att lära känna deras verksamhet och tekniska behov och tillhandahåller skräddarsydda lösningar för att hjälpa dem att uppnå sina affärs mål. Vår expertis inom och erfarenhet av alla större telekomstandarder har tillsammans med vår erkända kvalitet och innovationsförmåga gjort det möjligt för oss att utveckla vår affärsverksamhet globalt. Vi tror att vår

globala närvaro och de ekonomiska skalfördelar som följer av en ledande marknadsandel ger oss konkurrensfördelar. Global närvaro är en viktig faktor, särskilt för ett bolag som är affärspartner till aktörer verksamma på flera marknader eller globalt. Vi utnyttjar vår starka internationella närvaro och kärnkompetens inom mobil och fast kommunikation för att öka inom tillväxtområden som systemintegration, tjänsteapplikationer och nät drifttjänster. Vi drar också nytta av vår globala närvaro för att bilda allianser med leverantörer och tillverkare och därmed öka vår samlade effektivitet.

Kunder

Vi levererar utrustning, integrerade lösningar och tjänster till nästan alla stora operatörer i världen. Merparten av vår försäljning utgörs av stora fleråriga avtal med ett begränsat antal viktiga kunder. Av en kundbas på fler än 425 nätoperatörer svarar de tio största kunderna för 42 (42) procent av vår nettoförsäljning och de 20 största kunderna svarar för 61 (58) procent. Vår största kund svarade för ungefär 6 (6) procent av försäljningen 2008.

Våra kunder har olika behov av samarbete med Ericsson. Det kan handla om allt ifrån hjälp att identifiera och tillvarata affärsmöjligheter, att leverera komplicerade system med systemintegration eller att driva kundens nät, till enkel merförsäljning i form av utrustning eller reservdelar som kunden själv installerar. Vi använder tre olika säljmetoder för att ta hänsyn till dessa olika behov:

- **Projektförsäljning** – interaktiv relationsbaserad försäljning där kunden deltar i hög grad för att identifiera och ta tillvara affärsmöjligheter, när lösningen inte är känd vid själva försäljningstillfället,
- **Systemförsäljning** – interaktiv relationsbaserad försäljning av lösningar som konfigurerats för särskilda kundbehov, och
- **Produktförsäljning** – resultatet av relationsbaserad försäljning och ramavtal där kunder kan avropa väldefinierade produkter och tjänster på elektronisk väg.

” Vi arbetar nära våra kunder för att förstå deras behov och hjälpa dem att uppnå sina affärs mål.”

Torbjörn Possne, chef för
koncernfunktion Sales and Marketing

Systemförsäljning har historiskt sett varit den vanligaste försäljningsmetoden för att på bästa sätt tillgodose våra kunders behov, även om de två övriga metoderna växer i betydelse allteftersom kundernas behov utvecklas.

För mer information, se "Riskfaktorer – Risker förenade med branschen och marknaden".

Säsongsvariationer

Försäljning, resultat och kassaflöde från rörelsen per kvartal är säsongsbetingade och normalt lägst första kvartalet och högst fjärde kvartalet. Detta beror främst på att nätoperatörernas inköpsmönster varierar över året. Tabellen nedan visar den långsiktiga genomsnittliga säsongseffekten på försäljningen under perioden 1994–2008.

GENOMSNISSLIG SÄSONGSVARIATION ÖVER 15 ÅR				
	Första kvartalet	Andra kvartalet	Tredje kvartalet	Fjärde kvartalet
Sekventiell förändring	-26%	16%	-4%	32%
Procent av årlig omsättning	21%	24%	23%	31%

Tabellen nedan visar den genomsnittliga säsongseffekten på försäljningen för de tre senaste åren.

GENOMSNISSLIG SÄSONGSVARIATION DE SENASTE 3 ÅREN				
	Första kvartalet	Andra kvartalet	Tredje kvartalet	Fjärde kvartalet
Sekventiell förändring	-18%	12%	-5%	31%
Procent av årlig omsättning	22%	24%	23%	30%

Konkurrenter

Inom Networks är våra största konkurrenter främst stora och sedan länge etablerade leverantörer av kommunikationsutrustning. Även om konkurrensen varierar för olika produkter, tjänster och geografiska regioner så är våra huvudkonkurrenter inom mobilkommunikation Alcatel/Lucent, Huawei, Nokia/Siemens och ZTE. Även inom utrustning för fasta nät är konkurrensen mycket koncentrerad och utgörs bland andra av Alcatel/Lucent, Cisco, Huawei, och Nokia/Siemens. Vi konkurrerar också med många lokala och regionala företag som tillverkar och levererar kommunikationsutrustning och tjänster. Vi tror att några av de viktigaste konkurrensfaktorerna inom denna bransch är befintliga kundrelationer, möjlighet till kostnadseffektiv uppgradering eller migrering av en installerad bas, teknisk innovation, produktdesign, produkternas överensstämmelse med industristandarder samt möjligheter att hantera systemintegration av helhetslösningar.

Konkurrensen inom Professionella tjänster utgörs inte bara av många av våra traditionella konkurrenter inom kommunikationsutrustning, utan även av flera stora företag inom bl a IS/IT branschen, t ex Accenture, HP/EDS och IBM samt ett stort antal mindre, specialiserade företag som är verksamma på lokal eller regional nivå. I takt med att detta segment växer tror vi

att nya konkurrenter kommer att träda fram, bl a nätoperatörer som försöker expandera till nya segment.

Inom segmentet Multimedia skiftar konkurrenterna beroende på vilken produkt eller tjänst det är fråga om, men vi möter betydande konkurrens inom så gott som alla produkter och tjänster. Bland konkurrenterna finns många av de redan nämnda traditionella leverantörerna av kommunikationsutrustning liksom företag från andra branscher, t ex Acision, Amdocs, Comverse, Harmonic, Oracle och Thomson.

Våra huvudkonkurrenter inom segmentet Phones är Nokia, Motorola, Samsung och ett antal andra företag som LG Electronics, NEC, Sharp samt företag som Apple, HTC och RIM när det gäller smartphones. Vi tror att vårt JV, för mobiltelefoner, med japanska SONY Corporation i detta sammanhang ger oss en särskild konkurrensfördel.

För mer information, se "Riskfaktorer – Risker förenade med branschen och marknaden".

Materialtillgång

Tillverkning och montering

Vi gör merparten av vår nodtillverkning själva, d v s montering, integrering och testning av modulära delsystem i kompletta systemnoder som radiobasstationer, växlar för mobilnät etc. Majoriteten av vår modulproduktion, d v s tillverkning av delsystem som kretskort, radiofrekvensmoduler (RF), antenner etc., är utlagd på en grupp kontraktstillverkare, varav de flesta ligger i lågkostnadsländer. Vi köper också specialtillverkad och standardiserad utrustning, komponenter och tjänster från flera globala leverantörer och från många lokala och regionala leverantörer. En del av våra leverantörer konstruerar och tillverkar mycket specialiserade och skräddarsydda komponenter till våra helhetslösningar såväl som till enskilda noder. Vi försöker normalt förhandla fram globala leveransavtal med våra huvudleverantörer. Även om vi inte är beroende av någon enskild leverantör för leverans av standardiserad utrustning eller komponenter och försöker undvika att hamna i en situation där vi är beroende av en enda leverantör, kan ett behov av att byta till en alternativ leverantör innebära att vi måste allokera ytterligare resurser för att säkerställa att vår tekniska standard och andra krav uppfylls. Denna process kan ta tid att genomföra. Följaktligen kan ett behov av att byta till en alternativ leverantör ha en potentiell negativ effekt på vår verksamhet på kort sikt. För mer information, se "Riskfaktorer – Risker förenade med branschen och marknaden".

Vi har för avsikt att fortsätta att lägga ut modulproduktionen på underleverantörer när det finns tillräcklig tillverkningskapacitet och kunnande tillgängligt på förmånliga villkor. Genom att lägga ut större delen av modulproduktionen på underleverantörer får vi större manöverutrymme att anpassa oss till ekonomiska och marknadsrelaterade förändringar. Vid vilken tidpunkt tillverkning

ska läggas ut på underleverantörer och i vilken omfattning är en avvägning mellan efterfrågan på kort sikt och manöverutrymme på längre sikt.

Vi styr vår tillverkningskapacitet globalt genom att förlägga tillverkningen till anläggningar som har tillgänglig kapacitet till konkurrenskraftiga priser. Vi eftersträvar kortare ledtider och regionalisering för att minska de totala distributionskostnaderna och koldioxidutsläppen. Vid årsslutet 2008 uppgick det totala kapacitetsutnyttjandet till nära 100 procent eftersom vi ständigt anpassar vår tillverkningskapacitet till den förväntade efterfrågan. I tabellen nedan ges en översikt över våra större tillverknings- och monteringsanläggningar och det totala antalet kvadratmeter golvyta vid årets slut. I våra anläggningar i Sverige används merparten av golvytan för nodmontering och verifikation.

Tillgång till material och komponenter

Vi köper in komponenter, färdiga produkter och tjänster från ett stort antal inhemska och utländska leverantörer. Variationer i marknadspriset för koppar, aluminium, stål, ädla metaller, plast och annat råmaterial har en begränsad effekt på vår totala kostnad för sålda varor. Vi har egen produktion – i begränsad omfattning – av vissa komponenter såsom kraftmoduler och kablar, som används i våra systemprodukter och även säljs externt till andra tillverkare av utrustning.

I största möjliga utsträckning fortsätter vi att anlita flera olika leverantörer för de inköpta delarna i våra produkter. Detta för att undvika att vi blir beroende av en enda leverantör och för att säkerställa tillräcklig tillgång och konkurrenskraftiga priser. Under förutsättning att det endast blir en måttlig ökning i efterfrågan, förutser vi inga utbudsbegränsningar som skulle förhindra oss från att uppfylla våra förväntade produktionskrav under 2009. För mer information, se "Riskfaktorer – Risker förenade med branschen och marknaden".

Organisation

Företagets struktur och organisation

Ericsson är organiserat i affärsenheter, marknadsenheter och koncernfunktioner. Affärsenheterna skapar, utvecklar och tillhandahåller högkvalitativa produkter, tjänster och kunderbudanden. Marknadsenheterna är sälj- och marknadsföringskanaler och företagets representant på respektive lokal marknad. Koncernfunktionerna samordnar företagets strategier, definierar nödvändiga direktiv, processer och organisationstrukturer för effektiv styrning av företaget samt allokerar resurser.

För mer information, se Bolagsstyrningsrapport, "Bolagets struktur och organisation"

Förändringar i organisationen:

- Den 1 maj 2008 avyttrade Ericsson verksamheten för företagsväxlar till Aastra Technologies.

Förändringar i koncernens ledningsgrupp:

- Från och med 1 januari 2008 utsågs Jan Frykhammar till Senior Vice President och chef för affärsenheten Global Services samt ingår i koncernens ledningsgrupp.
- Från och med 1 februari 2008 utsågs Torbjörn Possne till Senior Vice President och chef för koncernfunktionen Sales & Marketing samt ingår i koncernens ledningsgrupp.
- Från och med 1 juli 2008 utsågs Johan Wiberg till Senior Vice President och chef för affärsenheten Networks samt ingår i koncernens ledningsgrupp.
- Från och med 1 juli 2008 lämnade Kurt Jofs och Björn Olsson koncernens ledningsgrupp.
- Från och med 31 december 2008 lämnade Joakim Westh koncernens ledningsgrupp.

För mer information om ledningen, se Noter till koncernredovisningen – Not K29, "Information angående anställda, styrelseledamöter och ledande befattningshavare".

	2008		2007		2006		2005	
	Anläggningar	Kvadratmeter	Anläggningar	Kvadratmeter	Anläggningar	Kvadratmeter	Anläggningar	Kvadratmeter
Sverige	8	226 000	8	244 300	8	231 500	9	256 615
Kina	4	38 500	4	33 900	3	20 860	3	15 200
Italien	2	20 100	2	20 100	2	20 100	0	0
Brasilien	1	18 000	1	25 900	1	18 400	1	15 840
Tyskland	1	300	1	300	1	13 900	0	0
Indien	1	9 000	1	6 400	1	5 364	1	5 364
USA	1	5 000	1	5 000	1	5 000	0	0
Övriga	0	0	0	0	1	3 100	0	0
Totalt	18	316 900	18	335 900	18	317 560	14	293 019