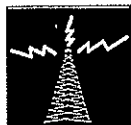


Billigare samtal får fart på GSM

Det ser ut att bli en tuff kamp mellan de tre GSM-operatörerna. För att fylla näten med kunder, behöver operatörerna sänka taxorna rejält.



Äntligen är de igång. Mer än ett år försenade, är de digitala mobiltelefonnäten – GSM – nu i kommersiell drift. Comvik och NordicTel startade i början av september, den tredje operatören Televerket gör sin lansering i november. För första gången får Sverige riktig konkurrens på operatörssidan.

Branschen har med spänning sett fram emot GSM-premiären. Man har hoppats på låga taxor som kan locka nya kundgrupper till mobiltelefoni. Men nu när ridan gått upp, märks en besvikelser. Operatörernas prispolitik upplevs som försiktig. Prispaketerna skiljer sig inte heller nämnvärt mellan de tre, påpekar branschfolk. Om det ska bli någon fart på anslutningen till GSM måste priserna ned rejält, är den allmänna uppfattningen.

De två "frifräsarna" Comvik och NordicTel (vars nät kallas Europolitan) har naturligtvis piskan på sig att få in abonnenter i näten. Stora pengar har plöjts ned i de nya systemen. I runda slängar kostar det en miljard att bygga upp ett GSM-nät.

Vill inte hota Televerket

Att operatörerna ändå inte gått ut hårdare med prisvapnet kan bero på att man inte vill reta bjässen Televerket till priskrig. En annan orsak kan vara att operatörerna försöker "skumma marknaden" – alltså först ta de prisokänsliga kunderna för att sedan gradvis locka in de mer prisokänsliga kundgrupperna. I första hand vill de två utmanarna att kunderna i Televerkets analoga mobiltelefonnät NMT.

Vid sidan av priset, är det två faktorer som blir kritiska för GSM: tillgången till ficktelefoner och GSM-nätets täckning.

För att det ska bli fart på abonnenttillströmningen, krävs för det första GSM-telefoner i fickformat, menar branschfolk. Erfarenheten visar att det är vad kunderna vill ha. Än så länge finns dock bara större varianter att tillgå. Den gängse uppfattningen är att kunderna kommer att vänta tills det kommer ut en riktig fickburen GSM-telefon på marknaden.

Det lär ta åtminstone ett halvår. Alla tillverkare har ficktelefoner på gång, men de tvekar med lanseringen på grund av osäkerhet kring typgodkännandet. Än så länge finns nämligen inget slutgiltigt typgodkännande för GSM-telefonerna, bara ett "interimistiskt" godkännande.

Leverantörerna är rädda för att de ska behöva modifiera telefonerna när det slutgiltiga beskedet kommer. Därför är de försiktiga med att pumpa ut GSM-telefoner på marknaden. Pessi-

misterna menar att det kan dröja en bra bit in på 93 innan ficktelefonerna når marknaden.

Den andra knäckfrågan för GSM är täckningen, det vill säga nätets omfattning. Täckningen ses som den avgörande framgångsfaktorn för GSM. Så här långt får dock kunderna klart bättre täckning på det analoga nätet, som sträcker sig över hela riket. Innan GSM-näten byggts ut ytterligare, är det tveksamt om kunderna ser någon poäng med att byta system.

Orkar marknaden?

En fråga många ställer sig, är förstas om den svenska marknaden verkligen orkar bära tre GSM-operatörer. Inklusiva de två analoga systemen, finns nu fem mobiltelefonnät i Sverige.

Operatörerna har lockats bland annat av utvecklingen i Storbritannien, där utmanaren Vodafone kapat åt sig mer än hälften av mobiltelefonmarknaden. Vodafones konststycke blir dock svårt att upprepa för de svenska uppstickarna. Den svenska marknaden är mycket mognare än den brittiska var vid Vodafones entré och har inte samma potential.

Uppgifterna om hur många abonnenter GSM-operatörerna behöver för att gå runt, varierar. Cirka 100–150 000 stycken är en vanlig uppskattning. Men kalkylerna är vanskliga. Det är svårt att förutse prisutvecklingen och vilken typ av abonnenter operatörerna får (stor- eller småförbrukare).

Intrycket är dock att det kommer dröja innan operatörerna kan bli lönsamma och att konkurrensen kommer hålla lönsamheten på en betydligt måttligare nivå än vad Vodafone presterat.

Nästa år räknar leverantörsföreningen med att det kommer säljas ca 45 000 GSM-telefoner i Sverige. Under 1994 tror man att siffran kan överskrida 100 000. Halvmiljonersstreckets passerar någon gång under 1996, spår leverantörerna.

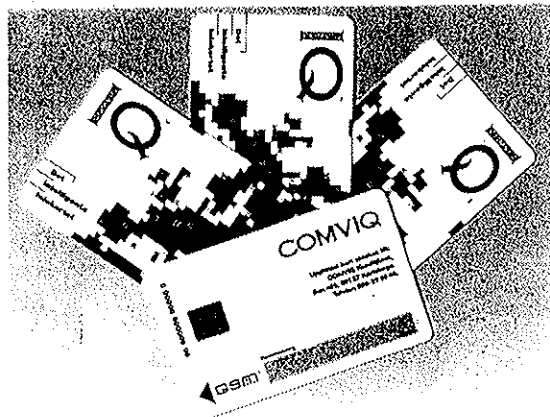
Om man antar att operatörerna tar en tredjedel var av marknaden och att det krävs 150 000 abonnenter för break-even, så pekar alltså prognosen på att det hela kan gå runt om sisådär fyra år.

Mot det här scenariot finns förstas invändningar. Framst kanske att operatörerna skulle dela marknaden mellan sig. Televerket Radio har onekligen ett mycket starkt utgångsläge. Där finns kundbasen och erfarenheten. Verket jobbar hårt på att knyta upp sina kunder till sig. Det blir utan tvekan svårt för Comvik och NordicTel att hävda sig mot den statliga bjässen.

Televerkets strategi är

Forts → Måste bli billigare.

**Det kommer att dröja
innan operatörerna
kan bli lönsamma.**



först och främst att förstärka det analoga NMT-nätet: dels försöker man locka till sig nya kundsegment, framförallt privatpersoner, genom lägre priser på NMT 450 (det äldsta analoga nätet). Dels förbättras NMT 900-nätet; verket investerar ett antal hundra miljoner i ny teknik som höjer kvaliteten och kapaciteten i det systemet.

Tanken är att kunderna i makligt tempo ska fasa över till GSM, i takt med att efterfrågan på det digitala nätet växer. Televerket kan jobba med kombinationserbjudanden mellan NMT och GSM för att knyta kunderna till sig. För NordicTel och Comvik, som i första hand är ute efter Televerkets NMT-kunder, blir det inte lätt att tränga sig in.

Bland dessa två är det Kinneviksägda Comvik som är mest bekant. Bolaget har erfarenheten från sin NMT-satsning att utgå ifrån. Intrycket så här långt är att Comvik är den mest aggressiva aktören, med bland annat en stort upplagd marknadsföringskampanj.

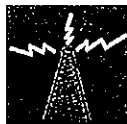
En tveksamhet är ägarens finansiella uthållighet. Kinnevik satsar stort på flera utvecklingsprojekt, och budet på dotterbolaget Korsnäs tyder på att finanserna är ansträngda.

NordicTel (eller Europolitan) är doldisen i sammanhanget. Ledningen kommer från Ericsson, och har inte samma erfarenhet från operatörsverksamhet som konkurrenterna. På ägarsidan finns Volvo, Trelleborg, Spectra Physics och brittiska mobiltelefonoperatören Vodafone. Att ha Vodafone i ryggen är en styrka för NordicTel. Där finns stor kompetens och mycket pengar.

Uthållighet på ägarsidan lär bli av stor vikt

Vodafone lockar till efterföljd

På tio år har den brittiska mobiltelefonoperatören utvecklats från ingenting till en veritabel sedelpress.



Det är succén Vodafone som lockar nya aktörer att ge sig in och satsa stora belopp på mobiltelefoner. På mindre än tio år har brittiska Vodafone gått från ingenting till en vinst på närmare tre miljarder kronor! Det egna kapitalet uppgick till blygsamma 200 miljoner kronor så sent som 1988. Vid utgången av 1991 hade det vuxit till 4,7 miljarder kronor!

Vodaphones börsvärde överstiger i dag 30 miljarder kronor även om börskursen fallit med strax över tio procent i år. Vodaphones framgångar som nästan saknar motstycke har givit intrycket av att mobiltelefoner är en veritabel sedelpress.

Storbritannien har efter Sverige, Norden och några länder till haft en bra skjuts på utvecklingen av mobiltelefoner. Televerket Radio i Sverige har gjort ett mycket bra jobb, men man kommer inte upp i Vodaphones vinstnivåer.

för operatörerna. Någon snabb avkastning på investerade medel kan ägarna knappast räkna med. Allt talar för en hård kamp operatörerna emellan.

Prisvapnet

Prisvapnet lär komma att användas flitigt, även om man alltså gått ut försiktigt. GSM-operatörerna dras med höga fasta kostnader, och har ett starkt tryck på sig att fylla näten med kunder. Så länge taxorna ger bidrag till de fasta kostnaderna, lönar det sig att locka in abonnenter. Pressen ligger framförallt på Comvik och NordicTel. Televerket Radio däremot kan luta sig mot den lönsamma NMT-marknaden.

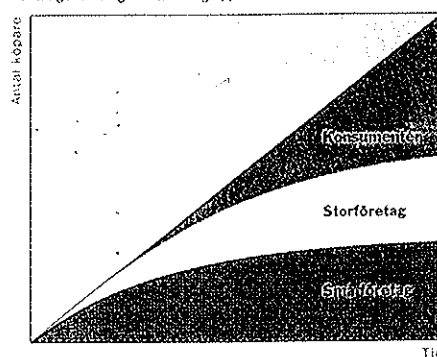
Pristrycket förstärks av att den så kallade penetrationen i Sverige (andelen av befolkningen som har mobiltelefon) är högst i världen. För att öka penetrationen ytterligare – det vill säga locka in storföretag och konsumenter i mobiltelesystemet – behöver operatörerna sänka priserna rejält.

Hur mycket? Branschbedömare menar att taxorna för GSM måste närma sig nivån i det fasta nätet (alltså kostnaden för att ringa ett vanligt telefonsamtal), om GSM ska kunna nå massmarknaden. Konsumenterna kan bara tacka och ta emot för den nya konkurrensen inom mobiltelefoner.

Konsumenterna kan bara tacka och ta emot för den nya konkurrensen.

"Vanliga" konsumenter blir störst

Väntat genomsnitt i olika kundgrupper för mobiltelefoner.



Konsumenterna blir den viktigaste kundgruppen framöver för mobiltelefonstillverkarna.

Att vara först på ett helt nytt område med sug i efterfrågan är naturligtvis en fördel. Lanseringen av mobiltelefoner i början av 1980-talet gav tillfälle att öka konkurrensen och ge utrymme för nya privata aktörer på den annars reglerade telefonmarknaden i vid bemärkelse.

Storbritannien gick i bräschen i Europa genom privatiseringen av British Telecom (BT) 1984 och att ge licens på det fasta traditionella telenätet åt Mercury, numera ägt av Cable & Wireless.

Svag konkurrens

Vodafone (tidigare Racal Telecom) fick vid sidan av BT-ägda Cellnet licens på att driva mobiltelefonnät. Men någon större konkurrens mellan de fasta nätet och mobiltelefoner har det inte blivit än så länge. Tjänsterna är olika till sin karaktär och mobiltelefoner har i sin introduktionsfas vänt sig till främst köpstarka företagskunder och inte till konsumentmarknaden.

Med två aktörer har branschen också fått drag av duopol. Tarifferna ligger ganska lika samtidigt som de är betydligt högre än samtalsavgifter för det fasta nätet.

Nyckeltalen talar sitt tydliga språk. Vodaphones vinstmarginal uppgår till hela 45 procent. Avkastningen på det egna kapitalet ligger på förnämliga 40 procent.

Sedelpress

Vodafone mkr.	1989/90	1990/91
Omsättning	5640	6150
Rörelseres.	2541	2767
marginal, %	45	45
finansnetto	25	87
Vinst	2566	2854
Avk eg kap %	40	41
Soliditet, %	68	69
Invest. mkr	1544	620
diti % av oms	27	10
Ant. anställda	2434	2142
Försälj/anst.	2,3	2,9
Kap oms hast.	0,87	0,89

Vodafone har på bara några år gått från ingenting till detta starka resultat.

Forts →

Telekombranschen är kapitalintensiv. Mobiltelefoner är inget undantag. De fasta kostnaderna är höga medan de rörliga kostnaderna är låga. När väl de stora investeringarna är gjorda gäller det att få ett högt kapacitetsutnyttjande i näten. Då blir det fina vinster.

Mobiltelefoni får en fördel av att man bygger allt från grunden. Organisationen blir oftast vältrimmad och man slipper dras med stora otympliga och vanligtvis ineffektiva organisationer som i de gamla televerken. Det går delvis att utläsa av omsättningen per anställd som för Vodaphones del ligger på hela 2,9 miljoner kronor.

Högre tariffer bidrar också, men kan knappast förklara hela skillnaden till BTs försäljning per anställd som ligger på 640 000 kronor. Det råder stor, om än mindre, skillnad mellan Televerket Radio och Televerket som har 1,64 miljoner respektive 750 000 kronor i försäljning per anställd.

Men varför är skillnaden i vinst och lönsamhet så stor mellan Vodaphone och Televerket Radio? De har ju nästan lika stort antal abonnenter, i runda tal 700 000. En del hävdar att Televerket Radio som de facto har monopol (Comvik lyckades aldrig med sin mobiltelefoni) inte blir lika effektivt.

Men samtalsavgifterna i Sverige är lägre än i Storbritannien, åtminstone räknat på effektiv taltid. Här sker debitering per sekund me-

dan Storbritannien har intervaller på någon halvminut. Det ger Televerket Radio en lägre intäkt per abonnent än Vodaphone.

I sammanhanget finns en paradox. Konkurrensen borde driva ned priserna. Storbritannien har två operatörer som nära nog delar marknaden. Vodaphone har något större andel än Cellnet. Det liknar som sagt en duopol. Samtidigt har kunderna varit beredda att betala höga priser. Hittills.

Tuffare tider väntar

Det kan bli ändring av flera skäl. Lågkonjunkturen har drivit ned ökningstakten för nya abonnenter i Storbritannien rejält. Med en penetration på 2,3 procent borde marknaden vara långt ifrån mättad. Men operatörerna märker av en hög omsättning på abonnenter, det vill säga många hoppar av. Dessutom sägs att kundförlusterna stiger. Det drabbar dock inte operatörerna i första hand. De agerar mer som grossister i Storbritannien, som alltså har ett extra led i distributionen ut till kund.

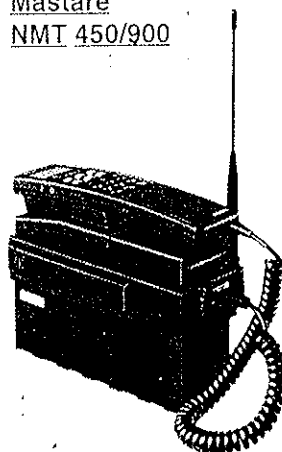
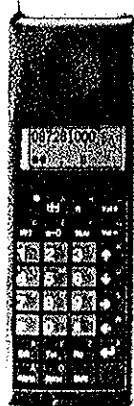
Dessutom ökar såväl kapacitet som konkurrens. Vodaphone och Cellnet bygger nu det nya digitala mobilnätet GSM. Vidare kommer nya aktörer in på marknaden i och med lanseringen av persontelefoni (PCN) nästa år (se vidstående artikel). Allt detta borde bädda för sjunkande priser. ■

Varför är skillnaden i vinst och lönsamhet så stor mellan Vodaphone och Televerket Radio?

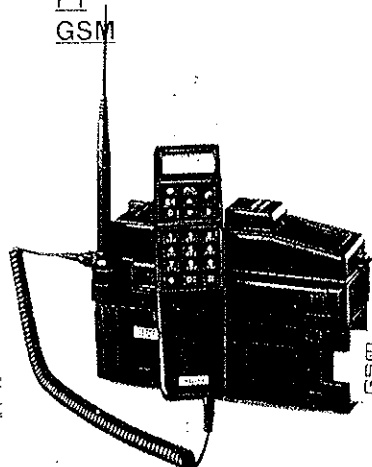
SIEMENS

Det kompletta mobiltelefonprogrammet!

Siemens Marathon Framkomlighetens
Testarnas favorit! Mästare
NMT 900 NMT 450/900



Europatelefonen
P1
GSM



Vill du veta mer om Siemens kompletta mobiltelefonprogram och var du hittar närmaste återförsäljare kan du antingen sända in kupongen eller ringa FaxBack och få informationen till din fax inom en minut.

Vid FaxBack: ring 08-729 79 00 från en knapptelefon och beställ:
Siemens Marathondokument 1604
Framkomlighetens Mästaredokument 1609
Europatelefonen GSM.....dokument 1610

Siemens AB, Mobiltelefoner
194 87 Upplands Väsby
Tel. 08-728 10 00; Fax 08-728 12 44

Insändes till Siemens AB, Mobiltelefoner
194 87 Upplands Väsby

Sänd mig mer information om

- Siemens Marathon
 Framkomlighetens Mästare
 Europatelefonen
 Uppgift om närmaste återförsäljare

Namn _____

Företag _____

Adress _____ Afiv. 41/92

Postnummer o ort _____ Tel. _____

Ericsson i GSM-toppen

Ericsson har ett bra utgångsläge för att sälja digitala mobiltelefonsystem. Men konkurrensen lär bli tuffare än på den analoga marknaden.



Mobiltelefonin går nu in i en ny spännande fas med övergången från analoga till digitala system. Det två största aktörerna på analoga system, Ericsson och Motorola, är de enda som i sina strategier för digitala system satsar på alla de tre stora marknaderna, Europa, USA och Japan.

Det europeiska digitala mobilsystemet GSM var först ut ur startgroparna, om än kraftigt försenat. Tyska Mannesmann lanserade sitt GSM-nät i juli i år, två av de svenska systemen drog igång i september. USA börjar nästa år, men där blir övergången till digitala nät mer långsam.

Ericsson är ledande på analoga mobiltelefon-system med en världsmarknadsandel på 40 procent. Andelen är än större eller närmare 60 procent i Europa. Det finns flera orsaker till Ericssons dominerande ställning. Man var tidigt ute, utvecklade den nödvändiga radiokompetensen och byggandet av näten, trodde på en snabb marknadstillväxt och fick rätt. Alla frågar sig nu om Ericsson klarar att behålla sin position på den nya digitala sidan?

Drog ifrån

Många av Ericssons traditionella konkurrenter hängde inte med alls inom analoga system. Siemens har till exempel bara fyra procent av världsmarknaden och Northern Telecom sex. Alcatel syns knappast i statistiken. I stället var det Motorola som med gammalt radiokunnande blev Ericssons huvudkonkurrent i världen.

Motorola har idag strax under 20 procent av världsmarknaden, tätt följda av AT & T som är störst i Nordamerika med 35 procent av marknaden där. Ericsson är numera tvåa i Nordamerika med 30 procent, vilket är en prestation och snudd på sensation.

Med den nya tekniken och de digitala systemen blir det nya spelregler. Konkurrensen hårdnar. Alla aktörer har lagt ned stora belopp för att kapa åt sig en del av vad flertalet bedömare tror vara en starkt växande marknad värd mångmiljardbelopp under 1990-talet. Ericsson kan knappast tillåtas fortsätta att dominera så mycket som på analoga sidan. Eller?

Det är svårt än så länge att uppskatta marknadsandelarna för GSM. Tillströmningen av abonnenter – som är ett mått på marknadsandel som Ericsson använder – har just börjat. Utbyggnaden av GSM sker stegvis, först handlar det om att få någorlunda nationell täckning såväl geografiskt som befolkningsmässigt. Därefter "tätas" systemen så att kapaciteten ökar i takt med efterfrågan. Några länder i Europa,

främst Tyskland, är på väg att slutföra den första fasen.

Mannesmann som driver det privata nätet D2 har gått ut aggressivt. Ericsson är huvudleverantör till Mannesmann. Siemens står för en del av de mobila växlarna. Ericsson har vidare fått en stor beställning och är tillsammans med Italtel ensamma på den italienska marknaden. Ericsson är dessutom stor leverantör till succé-företaget på den analoga sidan, brittiska Vodafone, som går igång med sitt GSM-nät nästa år. Ericsson har sammantaget tagit hem initiala beställningar i tolv av femton länder i Europa.

Siemens ligger i antal tätt efter med tio länder. Det gäller i första hand mobilväxlar, inte radiobasstationer. Därefter följer Motorola och finländska Nokia som hänger med bra bland de stora bjässarna i branschen. Alcatel är inne i fyra länder. Hur stora de totala beställningarna för respektive bolag beror förstås på hur mycket kunderna satsar.

Ericsson hävdar att deras position på GSM snarare stärkts. När man talar med andra leverantörer säger man att det är jämnt lopp med plus minus fem procent.

De initiala beställningarna är viktiga och prestigefyllda. Om leverantören sköter sig blir det följdbeställningar i framtiden. Det gäller att visa att de komplicerade GSM-systemen håller och är driftsäkra. Eftersom det råder konkurrens med flera operatörer på flertalet marknader så är detta oerhört viktigt för kunden.

GSM kommer ju att byggas ut successivt för att öka kapaciteten. Olika skattningar gör gällande att antalet GSM-abbonenter i Europa kommer att ligga mellan 20 och 30 miljoner i slutet av 1990-talet. Det ger ca 3,5 miljoner nya abonnenter i genomsnitt per år, men naturligtvis i växande takt.

Lågkonjunkturen dämpar

Är det realistiskt? Under 1992 blir tillskottet i de analoga systemen ca 1,3 miljoner, en ökning på ca åtta procent mot 1991. Totala antalet abonnenter närmar sig sex miljoner. Men tillväxttakten har alltså dämpats kraftigt, bland annat beroende på lågkonjunkturen. Men knappast till följd av någon mättnad.

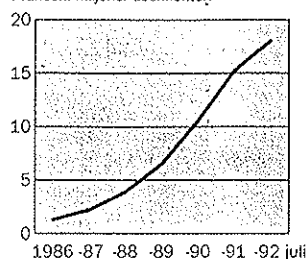
Penetrationen – antalet abonnenter i förhållande till befolkningen – ligger fortfarande på blygsamma 1,5 procent i runda tal. I stora länder som Tyskland och Frankrike ligger den på under en procent. Det kan jämföras med Sverige på 7,5 procent och Stockholms uppåt 20 procent.

Med 20 miljoner abonnenter i Europa hamnar penetrationen ändå inte högre än fem procent. Och då skall man ha i minnet att priserna på såväl själva mobiltelefonerna som samtalsavgifterna sannolikt pressas nedåt. Till skillnad från den splittrade bilden med olika analoga system erbjuder en enhetlig standard som GSM stora skalfördelar och därmed lägre produktionskostnader på sikt.

Ericsson kan knappast tillåtas fortsätta att dominera så mycket som på analoga sidan. Eller?

Snabb tillväxt

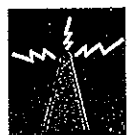
Antal abonnenter av mobiltelefoner i världen. Miljoner abonnenter.



■ Fler och fler skaffar ficktelefon.

Konkurrenterna tar Televerkets russin

Televerket drabbas av både lägre taxor och minskade marknadsandelar när nya konkurrenter tar russinen ur kakan.



Förändringens vindar blåser över telemarknaden. Överallt privatiseras teleoperatörer, monopol bryts upp och konkurrenter släpps in. Parallellt sker ett tekniskifte. Allt detta ändrar helt spelreglerna i branschen. En dramatisk strukturomvandling är på gång.

Utvecklingen innebär bland annat att branschen internationaliseras. Det gäller för nationella operatörer att följa med kunderna, i huvudsak storföretag, utomlands. Teleoperatörerna söker sig över gränserna genom allianser och företagsköp. Förändringarna märks även på den svenska telemarknaden.

För Televerket är ingenting längre sig likt. Nya aktörer har etablerat sig på den svenska marknaden och tagit upp konkurrensen på de allra lönsammaste segmenten. De största konkurrenterna är amerikanska AT&T, British Telecom, France Telecom och nystartade Tele2. Televerket får slåss mot minskade marknadsandelar och pressade priser.

Hittills har verket tjänat sina pengar på framförallt två områden: utlandstrafik och långdistanstrafik inom Sverige, så kallad rikstrafik. De här två delarna står endast för ca 20 procent av telefonmarknaden, men för hela 80 procent av Televerkets trafikintäkter. Bristen på konkurrens har gjort det möjligt för staten att, via Televerket, ta ut överpriser på den här trafiken.

Subvention

Avsikten har varit att övervinsterna ska subventionera lokaltrafiken, som går med förlust. I enlighet med de telepolitiska målen har taxorna för lokaltrafiken satts så lågt att de inte ens förslår till kostnadstäckning. Subventionerna har uppskattats till ca 2 miljarder kronor årligen.

Men nu rubbas kalkylen på grund av den snabbt ökande konkurrensen på den svenska telemarknaden. Priserna på de två "mjölkkosorna", riks- och utlandstrafiken, pressas ned. För att den ekonomiska situationen inte ska bli ohållbar, måste Televerket kompensera sig på lokaltrafiken. Taxorna behöver anpassas så att subventionerna till lokaltrafiken helt försvunnit vid mitten av 1990-talet, anser man på Televerket.

Utvecklingen i Storbritannien är en vägledning. Den brittiska telemarknaden avreglerades i början på 1980-talet, då myndigheterna bröt upp det gamla monopolerna och skapade ett

duopol; privatägda Mercury blev andra operatör vid sidan av British Telecom.

Enligt kommunikationsdepartementet har kostnaderna för lokalsamtal i Storbritannien sedan dess stigit med ca 50 procent. Samtidigt har kostnaderna för rikssamtal i det närmaste halverats. Taxorna övervakas av myndigheten Oftel.

I Sverige finns nu ett motsvarande organ, Telestyrelsen. Men den svenska marknaden är nu helt öppen för konkurrens, till skillnad från duopolet i Storbritannien. Priskonkurrensen lär alltså bli hårdare.

De nya aktörerna satsar naturligt nog på de lönsammaste marknadsområdena, i första hand på utlandstrafiken. Där har företag som British Telecom, France Telecom och AT&T en marknadsandel på cirka 10 procent. Särskilt BT har kapat åt sig marknadsandelar.

Utlandet i fokus

I första hand satsar de utländska operatörerna på att hyra ut teleledningar till svenska storföretag. Även Tele2 satsar på utlandstrafik, men på egna nät. Dessutom är bolaget på väg att ta i bruk ett eget långdistansnät för rikstrafik.

Tele2 startades i mitten på 1980-talet av Jan Stenbeck. 1989 slöt man ett avtal med Banverket om tillgång till verkets fiberoptiska nät i 25 år. Det minskar behovet att koppla in sig på Televerkets riksnät. Året därpå bjöd Stenbecks Kinnevik in den brittiska teleoperatören Cable & Wireless som 40-procentig ägare. Därmed fick Tele2 tillgång till det brittiska bolagets världsomspännande nät.

Cable & Wireless, eller snarare dotterbolaget Mercury, kan sägas vara Tele2s förebild. Mercury har tagit en marknadsandel på drygt 10 procent av utlandstrafiken och cirka 7 procent av rikstrafiken. Detta hoppas Tele2 kunna kopiera.

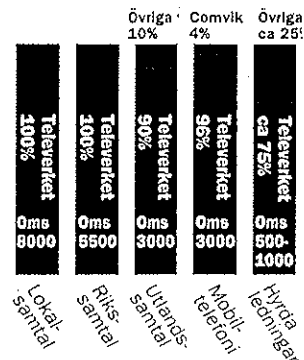
Liksom Mercury, satsar Tele2 i första hand



Forts → Konkurrenter stjälar de bästa bitarna från Televerket.

Televerket tappar

Marknadandelar i procent samt omsättning i miljoner kronor.



Nya konkurrenter tränger sakta men säkert in på områden där Televerket tidigare var ensam.

på företagskunderna. Affärsverksamheten drog bolaget igång förra året med att erbjuda svenska företag datakom-tjänster. Idag har man ett 100-tal kunder på datasidan. Vid årsskiftet räknar Tele2 med att starta utlands- trafik, nästa satsning blir rikstrafiken. 1995 ska verksamheten gå runt, kräver ägarna.

Bland de andra konkurrenterna till Televerket märks amerikanska AT&T, det bolag bland utmanarna som snabbast etablerat sig som helhetsleverantör. Det innebär att man vill kunna leverera helhetslösningar med tele- och datakom-tjänster samt tillhörande utrustning.

Hot mot rikstrafiken

British Telecom är en annan svår rival. BT har hittills satsat på utlandstrafiken, där man förser svenska storföretag med datakom- och telefontjänster. På sikt kan bolaget även ge sig in på rikstrafiken, erfar Affärsvärlden.

Möjligheten för utmanarna att tjäna pengar får anses goda. De nya aktörerna kan lägga sig en bra bit under Televerkets taxor på utlands- och riksnätet och ändå ha betryggande marginaler. Televerket måste agera för att möta utmaningen, men måste också ta politiska hänsyn, till skillnad från konkurrenterna.

Verket kläms nu från två håll samtidigt. För det första innebär konkurrensen lägre volymer och sämre priser, alltså minskade in-

täkter för Televerket. Detta inträffar samtidigt som tillväxten på telefonimarknaden stagnerar. För det andra har verkets finansiella styrka urholkats:

I juni i år fick man punga ut med fyra miljarder i extra utdelning till staten. Dessutom kommer statsmakterna att dra in nästan 3,5 miljarder i skatt om Televerket, som planerat ombildas till aktiebolag vid årsskiftet.

Den samlade effekten blir att soliditeten sjunker till 25 procent. Det är mycket lågt jämfört med andra teleoperatörer. Så sent som 1989 hade verket en soliditet på nästan 60 procent. Inte bara rörelserisken utan även den finansiella risken har alltså ökat för Televerket.

Statens beslut att tömma verket på pengar ter sig märkligt. Dels hamnar soliditeten som konsekvens en bra bit under det minikrav på 30 procent som staten själv satt för Televerkets soliditet. Dels får verket svårt att klara av sina investeringar.

Verksamheten är mycket investeringskrävande, teleoperatörer behöver långsiktigt investera 20-30 procent av omsättningen för att vara konkurrenskraftiga. Televerkets mål är att hela riket ska ha ett digitalt nät senast vid sekelskiftet. Totalt räknar verket med att det krävs investeringar på cirka 9 miljarder kronor per år framöver.

För att orka med investeringarna samtidigt

Forts →

Nyckeln till världens största maskin



Den moderna telefonen ger dig frihet att kunna vara anträffbar och att kunna nå andra, oberoende av tid och rum. Den är nyckeln till världens största maskin – det alltid öppna telenätet.

Ericsson är en världsledare i utvecklingen av det globala telenätet som har 500 miljoner anknnytningar. Var tionde abonnent – mer än 50 miljoner över hela världen – ringer via Ericssons AXE-växel, såväl i de fasta som i de mobila telefonsystemen.

Ericsson är internationellt ledande inom telekommunikation. Koncernen är välkänd för avancerade system och produkter för fast och mobil kommunikation i både allmänna och privata nät. Ericsson är också en ledande leverantör av elektroniska försvarssystem. Koncernen har 70 000 medarbetare och aktiviteter i 100 länder. Faktueringen 1991 uppgick till 47 miljarder kronor.

ERICSSON 

som intäkterna är under press, behöver verket få ned sina kostnader. På två år har personalen minskat med 20 procent. Det drar ned kostnaderna med ungefär 2,5 miljard. Men verket behöver trimmas ytterligare.

Lönsamheten i Televerket har varit otillräcklig i flera år. Avkastningen på sysselsatt kapital har i snitt legat kring 11 procent de senaste fem åren. Det är lägre än för operatörer som AT&T, MCI och British Telecom. För BT exempelvis har avkastningen på sysselsatt kapital varit drygt 20 procent i genomsnitt under motsvarande period.

Förklaringen finns delvis på lönesidan. Televerket har högre lönekostnader i procent av omsättningen än BT. Jämförelsen är dock vanskelig, eftersom BTs omsättning dras upp av högre taxor.

I alla händelser kan man förutse ytterligare personalminskningar för Televerket framöver. Men frågan är om lönsamheten kan för-

bättras så att verket orkar med sina investeringar i någorlunda finansiell balans.

Effekten kan dels bli att verket får pruta på sin ambitiösa investeringsplan. Det blir till att prioritera. I första hand måste verket skydda sina mest konkurrensutsatta verksamheter. Lokalnätet riskerar att hamna på undantag.

Dels kan verket behöva ett kapitaltillskott. Televerket finns inte med på den borgerliga regeringens privatiseringslista, med motiveringen att konkurrensen på telemarknaden är för svag. Men i takt med att konkurrensen ökar, minskar slagkraften i det argumentet.

En möjlighet är att staten, istället för att sälja ut delar av sitt innehav, låter Televerket göra en nyemission. Med konkurrensen dels på det fasta nätet, dels på mobiltelefonsidan, ser Televerkets finanser alldeles för svaga ut idag. ■

Ericsson satsar på trådlösa kontor

Koncernchef Lars Ramqvist tror att det trådlösa kontoret kan bli ett lika stort område för Ericsson som mobiltelefoner.

Det trådlösa kontoret handlar om att sälja trådlösa och därmed mobila telefoner för kontoret. Målgruppen är i första hand storföretag. I stället för den vanliga fasta telefonen knyter Ericsson den trådlösa telefonen till företagets växel. En fördel är att samtalsökning sker direkt oavsett var personen befinner sig. Det sker även om ett företag har många olika lokaliteter bara man använder samma kontorsväxel.

Nästa år lanserar Ericsson systemet, som fått namnet Freeset. Ericsson har satsat hårt på att ta fram systemet som bygger på koncernens radiokunnande i kombination med kontorsväxlarna (MD110) som säljs inom affärsområdet Företagskommunikation.

Än så länge är Ericsson ganska ensamma om att ha tagit fram ett avancerat digitalt system. Siemens har till exempel givit upp en försatt egen utveckling, för tillfället i alla fall. I våras tecknade nämligen Siemens avtal med Ericsson om att sälja Freeset i Tyskland. Nyligen utvidgades avtalet till att gälla hela världen utom USA.

Det är ett genombrott för Ericsson, som kan få fart på försäljningen av systemet. Det har nämligen varit många strider i branschen kring systemval. Storbritannien har till exempel satsat på något som kallas CT2 som är ett analogt trådlöst system till skillnad från Ericssons digitala. Det digitala ger vidare större kapacitet.

En annan fråga har varit frekvensområdet. Ericssons system går idag under namnet CT3

på 900 megahertzbandet. I somras blev det klartecken för en gemensam europeisk standard, DECT (Digital European Cordless telephone) med frekvensområdet 1800 megahertz.

DECT dröjer ett tag till innan det kommer på marknaden. Problemet för Ericssons CT3 är att bara Sverige har givit generell tillstånd för 900-bandet. Ett 30-tal länder kör än så länge på försök. Nu hoppas Ericsson att Siemens också skall ge draghjälp för fler tillstånd.

Siemens är inklusive amerikanska Rolm störst i världen på kontorsväxlar och tvåa i Europa. Siemens har alltså en stor kundbas att sälja trådlösa kontorstelefoner till.

Ericsson har inte mer än sex procent av världsmarknaden. På större kontorsväxlar uppger Ericsson att man har tio procent. Det har funnits funderingar på att köpa företaget och därmed skaffa sig en större kundbas.

Inga förvärv i sikte

Problemet är att marknaden för kontorsväxlar är kärv och branschen dras sannolikt med förluster. I det jobbiga läge som Ericssonkoncernen befinner sig i just nu är större förvärv uppenbart inget alternativ.

Strategin är däremot klar, att bli större och starkare på telefoner, växlar och system för kontoret. Ett led i satsningen på Freeset är ju också att öka försäljningen också av kontorsväxeln MD110. Affärsområdet Företagskommunikation säljer i dag för ca fem miljarder kronor. Målet är att med den trådlösa telefonen fördubbla försäljningen på några års sikt.

Det finns som alltid risker. Det är en ny marknad. Vill man ha trådlösa telefoner på kontoret? Hur benägna är storföretagen att investera i lågkonjunkturen?

Inom några år kommer också den nya standarden DECT. Nu kommer konkurrenterna säkert att satsa på det, liksom Ericsson förstås. Men om marknaden finns där borde Ericsson ha ett klart försteg. ■



Framtidens kontorstelefon saknar sladd. ■

Brittiskt bakslag

Entusiasmen i Storbritannien var stor för tre år sedan då tre nya operatörer fick licens för att dra i gång vad som kallas personal communications network (PCN).



I botten låg framgångarna inom mobiltelefoni. PCN eller persontelefonen tar sikte på konsumentmarknaden och uppskattningarna låg på uppemot 15 miljoner persontelefoner bara i Storbritannien mot slutet av 1990-talet.

Problemet är de enorma investeringar som krävs. Ett rikstäckande nät i Storbritannien kostar uppemot tio miljarder kronor, enligt olika uppskattningar. Det gör 30 miljarder kronor för tre operatörer. Riskerna är alltså påtagliga och de växte i takt med att marknaden för mobiltelefoner blev sämre när lågkonjunkturen satte in.

Investeringarna drog öronen åt sig. För något år sedan började några dra sig ur. Pacific Telesis, Matra och Millicom drog sig ur Microtel. Kvarvarande British Aerospace sålde sedan Microtel i juli 1991 till Hutchison som är baserad i Hong Kong.

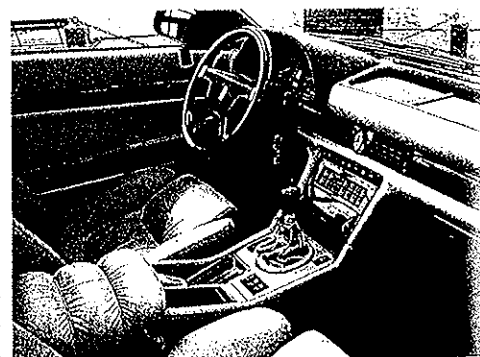
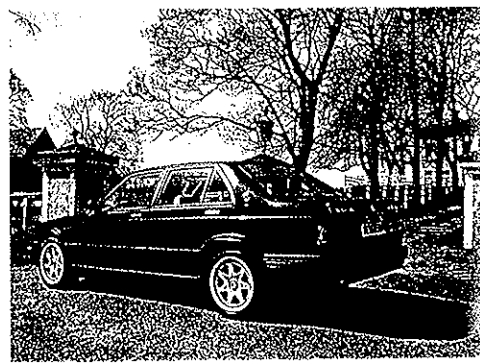
Trassel

Deutsche Telekom avstod från att utnyttja sin option i Unitel som till lika delar kom att ägas av Thorn EMI, Northern Telecom och US West. Cable & Wireless tog sedan helt kontrollen över den tredje PCN-operatören Mercury PCN genom att köpa ut Motorola. Samtidigt aviserade Unitel och Mercury att de skulle bygga ett gemensamt nät i stället för två separata. Ericsson fick beställningen värd ca en miljard kronor för ett år sedan. Nokia tog hem ordern från Microtel. Och så kom beskedet i våras att Unitel och Mercury PCN går samman helt med Cable & Wireless och med US West:s som ägare.

PCN skall gå i kommersiell drift nästa år. Men även med bara två operatörer blir konkurrensen hård för trådlös telefoni.

De två mobiloperatörerna Vodafone och Cellnet bygger ut det nya digitala mobiltelefonnätet GSM som ger en stor kapacitet. Vodafone söker vidare möta PCN genom att i GSM-nätet tillföra microceller så att kapaciteten ökar.

Italiensk design och kvalitet
i världsklass



222 4V, 430 4V, 228,
SPYDER iE, SHAMAL

Mr Ulf bilimport ab



MASERATI

Drottningholmsvägen 340, 161 50 Bromma, Tel. 08-704 30 02

Giganternas kamp driver fram koncentration

Kostnaderna för att ligga i frontlinjen inom telekommunikation är idag så höga att bara de riktigt stora koncernerna orkar bära dem. Men det finns fortfarande utrymme för nischaktörer.



Branschen för telekommunikationsutrustning domineras av ett fåtal bjässar. De åtta största företagen sålde i runda tal för 450 miljarder kronor förra året. Utöver de tre stora i Europa och Nordamerika - Alcatel, Siemens och Ericsson respektive AT & T, Northern Telecom och Motorola plattar japanska Nec och Fujitsu i toppgruppen.

Det är en bransch i omvandling. Teknikskiften kommer numera med jämna mellanrum. Digitala växlar fick sitt genombrutt på 1980-talet. Nu handlar det om transmission. Den snabbväxande mobiltelefonin går in i en ny fas med övergången från analoga till digitala system.

Utvecklingskostnaderna stiger då det gäller att få volym och storlek vilket till en rad företagsförvärv. Alla har på ett eller annat sätt positionerat sig inför 1990-talet.

Ericsson har utifrån en ledande ställning på analog mobiltelefoni satsat hårt och brett på digital mobiltelefoni. Från en svag position inom transmission hoppas man ta marknadsandelar. Och det gäller att Ericsson snart skördar framgångar av sina stora satsningar för att inte hamna på efterkälken i elitskiktet.

Utöver de i toppskiktet finns en handfull företag med en försäljning på mellan fem och 15 miljarder kronor, däribland tyska Bosch, holländska Philips, japanska Hitachi och finska Nokia. Många branschbedömare har frågat sig om företagen i den här gruppen och andra mindre spelare har styrka och storlek nog att fortsätta på egen hand på lång sikt.

Utrymme för nischföretag

Det är i sig inte omöjligt. Det finns alltid utrymme för nischföretag. Kanske förbättras dessutom förutsättningarna när telekommunikation, i likhet med dataindustrin, nu går åt allt mer öppna och standardiserade system.

Trenden de senaste åren har annars varit klar. Branschen har gått mot en än starkare koncentration. Franska Alcatel och tyska Siemens har varit mest aggressiva i den här processen. Alcatel har lämnat det övriga fältet efter sig genom storförvärven 1986 av amerikanska ITTs telekomverksamhet (som en gång ägdes av amerikanska AT&T), samt italienska Telettra och amerikanska Rockwells transmissionssida förra året.

Alcatel har därutöver stärkt sin ledande ställning inom kabel via köp av tyska AEGs och kanadensiska Norandas verksamheter

inom området.

Siemens har brutit in på den brittiska marknaden via köpet av Plessey (tillsammans med GEC) samt förbättrat sin position i USA genom förvärvet av amerikanska Rolm (kontorsväxlar) och ett joint-venture med Stromberg-Carlsson. Siemens närmar sig nu AT&T som haft den svagaste tillväxten på telekomprodukter av de sex största de senaste fyra åren.

En anledning till att AT&T släpar efter är att den amerikanska marknaden sviktat och varit utsatt för hård priskonkurrens. AT&T satsar nu hårt på att minska sitt beroende av hemmamarknaden genom inbrytningar i till exempel Spanien, Italien och Holland. I årsredovisningen för 1991 säger AT&T att målet är att 50 procent av intäkterna skall komma från utlandet efter år 2000.

Northern satsar i Europa

Northern Telecom (NT) har likaså stort beroende av den nordamerikanska marknaden och expanderar utomlands. I fjol togs ett stort steg genom budet på hela brittiska STC (främst inom transmission). Därigenom steg Europas andel av försäljningen till strax under 20 procent. Samtidigt passerade Northern Telecom svenska Ericsson i försäljning. I somras köpte Northern Telecom in sig i franska

Forts ▶

Alcatel är störst...

Försälj. mkr	1991	ändr. fr 90	ändr 4 år
Alcatel	117143	17	41
AT & T	62052	2	9
Siemens	60024	18	
North. Tele	4909821	66	
Motorola	46602	3	79
Ericsson	45793	1	42

Med köpen av bl a ITTs telekomverksamhet och Italienska Telettra har Alcatel växt rejält.

...och lönsammast

Lönsamhet 1991	Avkastning eget kap %	Vinstmarginal
Alcatel	20	10,6
Northern Tele	16	10,1
Motorola	11	6,5
Siemens	10	2,3
Ericsson	7	5

Även lönsamhetsmässigt är Alcatel på första plats.

Men AT&T är starkast

Finansiell styrka 1991	Eget kap. mkr	Soliditet %
AT & T	97368	30
Siemens	68255	27
Alcatel	28651	22
Motorola	27780	49
Northern Tele	22494	40
Ericsson	16769	34

Men Alcatels förvärv har sänkt soliditeten.



De stora leverantörerna bombarderar kunderna med nya produkter.

lopp, därav sökandet efter volym och storlek. Det har Ericsson fått erfara det senaste året. F o U-kostnader på sju miljarder (15 procent av försäljningen) och totala teknikkostnader på över 10 miljarder kronor (23 procent av försäljningen) tärde hårt på vinsten. Jämför med konkurrenterna som lägger ned 10-12 procent. Samtidigt sviktar Ericssons traditionella kassako, AXE-växeln, bland annat till följd av lågkonjunkturen. Det innebär att vinsten fortsätter ned i år i och med att Ericsson håller fast vid sina framtidssatsningar.

Ericsson är alltså mer sårbart, eller uttryckt i ekonomiska termer, har en högre risknivå jämförd med konkurrenterna som har en bredare verksamhet. Alcatel har till exempel en kabelverksamhet som säljer för 30 miljarder kronor (en fjärdedel av koncernomsättningen). Den stabilitet och är säkert en kassako.

Alcatel har vidare kunnat dra nytta av den expansiva tyska marknaden. Men Alcatels vinstökningar, hyfsade vinstmarginaler och fina lönsamhet beror också på att man jobbat hårt med rationaliseringar och neddragningar de senaste åren. Alcatel bildar dessutom koncern med Alstom som är konkurrent till ABB.

Siemens kan jämföras med hela Alcatel-Alstom och litet till. Siemens telekomsida svarar bara för en femtedel av hela koncernen som har haft en fin vinstutveckling, men synliga vinstmarginaler och lönsamhet är fortfarande låga.

AT&T störst

AT&T är störst av dem alla som koncerned en försäljning på 380 miljarder kronor. Telefonserviceverksamheten dominerar och står för drygt 60 procent. Telekomutrustning står för bara 16 procent. Genom köpet av NCR förra året ökade AT&T sin dataverksamhet kraftigt. AT&Ts vinstras ifjol förklaras till största delen av omstruktureringskostnader.

Motorola hade det också jobbigare men vinstnedgången blev begränsad. Den förklaras i huvudsak av sämre resultat för landmobilradio och delvis av mobiltelefoner. Motorolas största affärsområde, halvledare med en omsättning på 22 miljarder kronor, visade däremot en vinstökning.

Northern Telecom visade en bra utveckling ifjol men hade ett kärvare första halvår i år. Northern Telecom har inte hängt med på mobiltelefonsidan, men är annars tillsammans med Ericsson mest koncentrerade till själva kärnverksamheten. Det ger som nämnts högre risk och normalt större svängningar i resultatet.

Ericssons trumfskort under 1990-talet är digital mobiltelefoni. Det är bara Ericsson och Motorola som satsat på alla de tre stora marknaderna, Europa, USA och GSM. Ericsson

tycks ha tagit kommandot på GSM i Europa. Motorola har inte nått ända fram och verkar ha lagt om strategi. Man har valt samarbete med bland annat Siemens i Europa och Northern Telecom i USA på växlar.

Men det blir ändå ett getingbo. "Duopolet" som Ericsson och Motorola hade på analog mobiltelefoni vill övriga aktörer bryta. Alcatel och Siemens spenderar stora belopp på GSM i Europa. AT&T skriver i årsredovisningen för 1991 att man avser att bli ledande på trådlös kommunikation. Om det är i Nordamerika eller världen framgår inte.

På den analoga marknaden i Nordamerika har AT&T 35 procent, Ericsson 30 och Motorola ca 20 procent. Nästa år väntas den digitala marknaden komma i gång, men övergången blir inte så dramatisk som GSM i Europa. Men potentialen är naturligtvis enorm på en så stor marknad.

Ett annat område där alla vill stärka sin ställning är transmission som väntas få en snabbare tillväxt än växlar under 1990-talet. Det beror på att transmission står inför ett teknikskifte med nya digitala kopplingsväxlar och förfinande styrsystem för överföring av stora mängder information. Den nya tekniken ger en högre effektivitet i transportnäten.

Under 1980-talet satsades stora belopp på att digitalisera de publika växlarna. I Sverige är till exempel andelen digitala anslutningar nu strax över 50 procent. Hela jobbet är alltså inte klart men tillväxten i världen väntas bli lugnare kanske fem procent per år under 1990-talet. Inom transmission väntas tillväxten bli det dubbla. I Europa har Alcatel och Siemens bäst positioner inom transmission medan AT & T är störst i USA. Utan större förvärv tvingas Ericsson söka ta marknadsandelar på egen hand.

Det gäller även inom området kontorsväxlar. Ericsson har satsat mest av konkurrenterna och hoppas mycket på det "trådlösa kontoret" (se vidstående artikel). Strategin med trådlösa telefoner för kontoret är även att ge draghjälp åt kontorsväxeln MD 110.

Olika positionering

De stora aktörerna i telekombranschen är sammantaget litet olika positionerade såväl geografiskt som produktmässigt. Ericsson står sig väl i den här konkurrensbilden. Samtidigt är Ericsson inne i en jobbig fas. Lågkonjunkturen i kombination med ett tungt utvecklingsprogram pressar ned vinsterna till oroväckande låga nivåer. Men om Ericsson satsat rätt går koncernen snart in i en tillväxtfas. Om konjunkturen tillåter blir det därtill en kraftig sådan. Då kommer vinsterna tillbaka. Och i kraft av större volymer kan Ericsson lägga sig på en mer betryggande risknivå.

Alcatel

	Område i % av oms
Växlar, transm.	40
Kabel	26
Företagskomm.	14
Rådlo, försvar	12
Övrigt	8

Alcatels stora kabelverksamhet är en tillförlitlig kassako.

Siemens

	Område i % av oms
Växlar	40
Transmission	20
Kabel	9
Företagskommun.	31

Siemens är starkast på växlar på den europeiska marknaden.

Northern Telecom

	Område i % av oms
Växlar	52
Företagskommunikation	23
Transmission	10
Kabel	8
Övrigt	7

Kanadensiska Northern Telecom stärkte sina europeiska positioner i och med köpet av brittiska STC.

Motorola

	Område i % av oms
Halvledare	32
Landmobilradio	32
Mobiltelefon	25
Övrigt	11

Motorola har kommit in på telefoni s a s bakvägen, genom sitt kunnande inom halvledarteknik.

Ericsson

	Område i % av oms
Växlar, transm.	43
Rådlokom	27
Kabel & Nät	14
Företagskomm.	10
Övrigt	6

Ericssons försäljning domineras av växlar, men det är inom radiokommunikation tillväxten finns.

DOTCOM FINNS NÄRA DIG.

Eskilstuna
Box 634, 631 08 Eskilstuna.
Tel: 016-13 75 60. Fax: 016-12 58 85.

Gävle
Förrådsgatan 7, 803 09 Gävle.
Tel: 026-18 80 30. Fax: 026-11 05 95.

Hudiksvall
Läroverksgratan 3, 824 00 Hudiksvall.
Tel: 0650-999 35. Fax: 0650-160 98.

Sandviken
Idrottsvägen 26 C, 811 32 Sandviken.
Tel: 026-26 30 51.

Göteborg
August Barks Gata 6 A, 421 32
Västra Frölunda.
Tel: 031-49 40 40. Fax: 031-49 70 02.

Borås
Box 55037, 500 05 Borås.
Tel: 033-13 80 80. Fax: 033-13 85 55.

Varberg
Birger Svenssons väg 40, 432 40 Varberg.
Tel: 0340-12250. Fax: 0340-807 60.

Karlstad
Dagvindsgatan 10, 1 tr, 652 21 Karlstad.
Tel: 054-85 15 00. Fax: 054-85 19 19.

Luleå
Ålgatan 25, 951 52 Luleå.
Tel: 0920-133 55. Fax: 0920-879 88.

Gällivare
Raattamaavägen 16, 982 36 Gällivare.
Tel: 0970-146 00. Fax: 0970-146 00.

Kiruna
Julebölgatan 13, 981 39 Kiruna.
Tel: 0980-146 50. Fax: 0980-145 20.

Malmö
Box 28010, 200 28 Malmö.
Tel: 040-49 62 95. Fax: 040-49 62 96.

Helsingborg
Box 28010, 200 28 Malmö.
Tel: 042-33 52 30.

Norrköping
601 86 Norrköping.
Tel: 011-26 41 30. Fax: 011-12 69 37.

Linköping
Box 9055, 580 09 Linköping.
Tel: 013-26 03 40. Fax: 013-17 85 77.

Visby
Herkulesvägen 10, 621 41 Visby.
Tel: 0498-21 60 50. Fax: 0498-21 61 54.

Skövde
Norregårdsvägen 17, 541 34 Skövde.
Tel: 0500-888 10. Fax: 0500-872 60.

Stockholm
Box 11194, 161 11 Bromma.
Tel: 08-704 00 00. Fax: 08-25 00 30.

Sundsvall
Trafikgatan 52, 856 44 Sundsvall.
Tel: 060-12 02 01. Fax: 060-15 28 30.

Södertälje
Klockarvägen 92 B, 151 62 Södertälje.
Tel: 08-550 383 90. Fax: 08-550 607 60.

Umeå
Spårvägen 8, 901 31 Umeå.
Tel: 090-12 48 00. Fax: 090-12 06 60.

Skellefteå
Box 733, 931 27 Skellefteå.
Tel: 0910-835 90. Fax: 0910-835 93.

Örnköldsvik
Tegelbruksgatan 2, 890 31 Örnköldsvik.
Tel: 0660-455 72. Fax: 0660-457 32.

Västerås
Ringborregatan 1, 721 34 Västerås.
Tel: 021-14 12 80. Fax: 021-14 44 94.

Hallstahammar
Gärdesvägen 38, 734 37 Hallstahammar.
Tel: 0220-122 60. Fax: 0220-122 60.

Växjö
Infanterigatan 8, 352 35 Växjö.
Tel: 0470-448 70. Fax: 0470-278 05.

Jönköping
Box 149, 562 00 Norrahammar.
Tel: 036-690 55. Fax: 036-608 02.

Kalmar
Polhemsgatan 26, 392 39 Kalmar.
Tel: 0480-858 01. Fax: 0480-858 03.

Ronneby
Fabriksvägen 3, 372 52 Kallinge.
Tel: 0457-250 02. Fax: 0457-250 03.

Örebro
Kryptongatan 6, 703 74 Örebro.
Tel: 019-25 36 30. Fax: 019-25 36 30.

SPECIAL

TELEKOM

Matras division för radio och kontorsväxlar. Det berör dock inte Ericssons samarbete med Matra på publika växlar. Än så länge är väl bäst att tillägga. Ericsson har också varit ute och jagat företag, men har med undantag från några mindre köp och joint ventures (Tyskland och Schweiz) kommit till korta i konkurrensen. Ett skäl är priset. Några av de nämnda köpen har gått lös på en krona eller mer per försäljningskrona.

Om man bortser från smärre förvärv har Ericsson med plus nio procent haft den snabbaste tillväxten efter Motorola. Om trenden i branschen är globalisering, med betoning på de tre stora marknaderna Europa, USA och Japan, ligger Ericsson någorlunda väl positionerat. Europa dominerar, men Ericsson har traditionellt starka fästet i tredje världen. Ericsson har under 1980-talet kämpat sig in i USA på publika växlar och har nu ca 10 procent av marknaden. Men det är på framgångarna inom mobiltelefoni som man tjänat pengar i USA.

Siemens starkt i USA

Siemens satsade också hårt i USA i mitten på 1980-talet för att få ett fotfäste där. Siemens levererar idag till tre av de sju regionala Bellbolagen. Via ett joint-venture med Stromberg-Carlsson har man stärkt sin ställning på växelsidan i USA. Genom köpet av Rolm klättrade Siemens upp till topplatsen i världen när det gäller kontorsväxlar.

Siemens har annars sin tyngdpunkt på hemmamarknaden Tyskland med stark transmissionssida förutom publika växlar och kontorsväxlar. Tyskland har en högre prisnivå vilket borde bädda för goda vinster inom området. Siemens särredovisar dock inte de olika affärsområdenas resultat.

Alcatel har inte mindre än 80 procent av sin försäljning i Europa där Frankrike och Tyskland väger tyngst. Det har bidragit till Alcatels ledande position i världen på publika växlar och kabel. Alcatel är tvåa på kontorsväxlar och två eller trea på transmission.

Alcatel ger sig inte

Alcatel har inte givit upp ambitionerna på en av de stora och teknikdrivande marknaderna, det vill säga USA. Enligt uppgift till Affärsvärlden överväger Alcatel att satsa på USA när det blir dags för bredbandstekniken.

Ny teknik är en av drivkrafterna inom telekombranschen. Den har säkert bidragit till privatisering, avreglering och ökad konkurrens bland teleoperatörerna. Den kraftigt expanderande mobiltelefonin är ett exempel. Mobiltelefoni går nu in i en ny fas genom övergången från analog till digital teknik. Andra utvecklingsintensiva satsningar gäller bredbandstekniken och höghastighetsväxlar (som skall öka kapaciteten för överföring av stora mängder information) samt nya växlar för att förbättra effektiviteten i transportnäten.

Den här utvecklingen kostar enorma be-

Forts ▶

Analog mobiltelefoni

Analogt mobil- telefonsystem	marknadsandel 6 mån-92, %
Företag	
Ericsson	40
Motorola	19
AT & T	18
Nec	7
North telecom	6
Siemens	4
Nokia	2

Ericssons klart starkaste fäste är inom en teknik som på sikt kommer att överges.

Publika växlar

företag 1991	Marknadsandel i lokala linjer procent
Alcatel	22
North Telecom	17
Siemens	16
Ericsson	15
AT & T	14
Nec	10

Marknadsandelarna är jämnt fördelade mellan de stora tillverkarna av publika växlar.

Kontorsväxlar

Företag	marknadsandel i % 1989
Siemens	16
Alcatel	12
Northern Tele	11
AT & T	8,5
NEC	6,4
Ericsson	6,2
Fujitsu	5
Bosch	4,5
Phillips	4,5

i kontorsväxelsegmentet är leverantörerna fler och mindre än inom t ex publika växlar.

FoU-kostnader

mkr	1991	i % av oms
Siemens	28885	10,8
AT & T	18684	4,9
Alcatel	13995	11,9
Ericsson	7054	15
Motorola	6474	9,5
North telecom	5688	11,6

Ericsson har den procentuellt sett största forsknings- och utvecklingskostnaden just nu.