

UPPDRAG HELIKOPTER Δ FÖRÄLDRALÖN Δ RÄTT KLÄDD PÅ JOBBET

**INSIKT: MARKNAD
OCH FÖRSÄLJNING**

**"DET BLIR
MÅNGA
RESOR PÅ
ETT ÅR"**

/MICHAEL OLOFSSON

V.I.P. - VERY IMPORTANT PEOPLE AT SAAB VIP ÅR SAABS TIDNING FÖR ALLA MEDARBETARE I KONCERNEN. **ADRESS:** SAAB AB (publ), 581 88 LINKÖPING, TEL 013-180000 **ANSVARIG UTGIVARE:** JAN NYGREN, KONCERNSTAB INFORMATION, 013-181999, jan.nygren@saab.se **REDAKTÖR:** ANNA BOWALL, KONCERNSTAB INFORMATION, 013-187156, anna.bowall@saab.se **REDAKTION:** ANNE ALLARD, AFFÄRSOMRÅDE SAAB TECHNICAL SUPPORT & SERVICES, 0589-82405, anne.allard@aerotechtelub.se, ANNA BERGENLID, AFFÄRSOMRÅDE SAAB SYSTEMS & ELECTRONICS, 08-58085342, anna.bergenlid@esavionics.se, MARIA OTTOSSON, AFFÄRSOMRÅDE SAAB AEROSPACE, 013-465 33 66, maria.ottosson@saab.se, IRÉNE SVENSSON, AFFÄRSOMRÅDE SAAB ERICSSON SPACE, 031-7354463, irene.svensson@space.se, SIV WIRSENIUS, AFFÄRSOMRÅDE SAAB BOFORS DYNAMICS, 013-186052, siv.wirsenius@physics.saab.se. **LAYOUT:** SAAB INHOUSE **TRYCK:** DANAGÅRDS GRAFISKA, ÖDESHÖG **OMSLAG:** MICHAEL OLOFSSON, FOTO: PER KUSTVIK



SAAB

Saab är ett av världens ledande högteknologiska företag med huvudsaklig verksamhet inom försvar, flyg och rymd. Inom Saab finns en rad spetskompetenser och förmågan till systemintegration.

Saab utvecklar, tillverkar och marknadsför avancerade produkter och tjänster för försvarsmarknaden, men också för de civila marknader där vår kompetens efterfrågas.

Egen styrka och strategiska partnerskap ger Saab möjligheten att både konkurrera och samarbeta på den internationella marknaden.



04 / INSIKT: MARKNAD OCH FÖRSÄLJNING/ Möt Michael Olofsson – Saabs yngste säljare

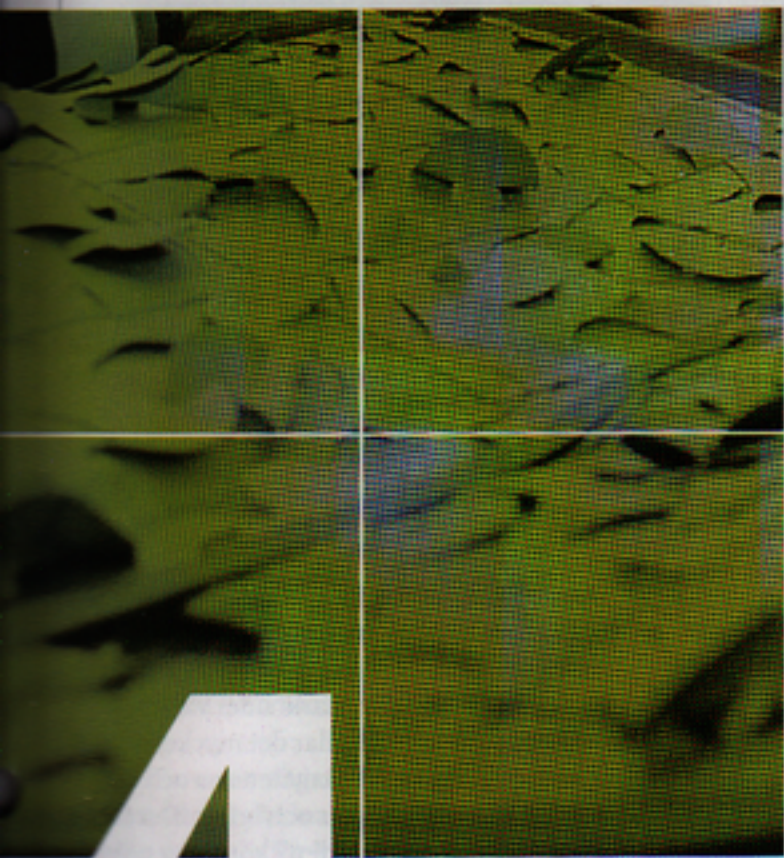
08 / A380/ Världens största civilflygplan börjar byggas på Saab

18 / NU ÄR DET KLART/ AerotechTelub blir ett helägt Saab-bolag

20 / KOMPRIMERAT/ Gripen International tar form, Stororder till Barracuda, csm hälsodiplomeras

27 / GALLERIET/ Flygvapnet 75 år, Saab-mästerskap i fotboll och andra nyheter från Saab-världen

28 / TILL SIST/ Fångad av nätet



ATT SÄLJA ÄR ATT RESA

Resor, hotellrum och tidsomställningar. Att vara borta från familj och vänner – ibland med kort varsel. Det är vardagen för Saabs säljare. Att resa till och även ha personal stationerad på viktiga marknader är nödvändigt för att göra affärer. Att jobba med marknadsföring och försäljning på ett företag som Saab är på många sätt en utmaning. Varje affär föregås

av långvariga och ytterst välplanerade marknads- och försäljningsaktiviteter. I detta nummer av VIP möter vi bland andra Peter Åkesson, chef för Saab försäljningsbolag i Tyskland och Michael Olofsson, Saabs yngste säljare.

ANNA BOWALL, REDAKTÖR



MED KOLL PÅ MARKNADEN

Hur arbetar vi bäst med marknadsföring och försäljning?

Det är en fråga som alla företag brottas med. För ett företag med Saabs produktportfölj blir frågan än mer komplex. Varje affär föregås av långvariga och ytterst välplanerade marknads- och försäljningsaktiviteter.

TEXT: ANNA BOWALL FOTO: PER KUSTVIK



SAAB ARBETAR MED en decentraliserad marknadsorganisation där ansvaret för att göra affärer ligger på respektive bolag eller affärsenhet. Som stöd för det enskilda bolaget finns ett väloljat nätverk uppbyggt. Egna försäljningsbolag finns t ex i Norge, Finland, Danmark, Tyskland, USA, Kanada, Singapore och Thailand. Agenter som arbetar för Saabs räkning finns i ytterligare ett 40-tal länder. Hur arbetet läggs upp beror till stor del på vilken typ av affär det gäller och hur stor den är.

Speciellt för Saab och de branscher vi verkar i är de långa cyklerna i marknadsföringen.

– Ofta handlar det om en period på tre till sju år från första kontakt till dess att kontrakt kan skrivas, säger Torbjörn Edberg, som arbetar med strategiska marknadsfrågor i Saab-gruppen.

Produkterna har också en lång livslängd. Ofta är de i bruk 20–30 år, ibland ännu längre. Vad som ytterligare komplicerar marknadsarbetet för ett företag som Saab är att kunden inte består av en person, utan av många personer som i olika roller har infly-

tande på upphandlingsprocessen. Förenklat handlar det om att övertyga allt från användaren, t ex piloten, till statsministern om att Saabs produkt är den bästa. Politiskt stöd, både i Sverige och i kundlandet, är nödvändigt för större affärer.

– Det gäller att alltid ha de rätta kontakterna på departement, myndigheter, ambassader och med politiker i respektive land. Till synes små misstag, som att gå på fel personer, kan få ödesdigra konsekvenser, säger Torbjörn Edberg. Medarbetarna på våra försäljningsbolag, tillsammans med våra agenter, hjälper oss att alltid ha den rätta fingertoppskänslan.

För att lyckas med exportaffärer i en decentraliserad marknadsorganisation krävs också samordning. Nyckelpersoner för koordineringen av de samlade marknadsaktiviteterna är, förutom Torbjörn Edberg, Peter Nordeke och Bo Råstedt. De tre arbetar sedan en tid med strategiska marknadsfrågor direkt underställda Saabs ledning. Gruppens benämning är Saab Corporate Strategic Marketing Organization, förkortat smo. Behovet av en central

samordning av marknadsaktiviteterna blev tydligt efter fusionen med Celsius då produktportföljen blev större och antalet bolag som arbetar på olika marknader växte.

– För oss i smo handlar det mycket om att samordna marknadsaktiviteterna och att vara ett stöd för enheter och bolag. Det är viktigt att den ena handen i koncernen vet vad den andra gör, säger Bo Råstedt.

Ibland kan det också handla om att prioritera.

– Situationer kan uppkomma där vi inom Saab-gruppen konkurrerar om samma pengar på en marknad.

Peter, Torbjörn och Bo har tillsammans en gedigen erfarenhet av internationell marknadsföring och försäljning. Torbjörn från Saab, Peter från Bofors och Celsius och Bo, som kom till Saab i december förra året, från andra företag, senast från Ericsson Microwave. Tillsammans har de ett väl utvecklat internationellt kontaktnät inom försvarsområdet i olika delar av världen.

– Vi kan exempelvis ge en säljare från ett bolag en helhetsbild av Saabs aktiviteter på den marknad han befinner sig. Ibland



Torbjörn Edberg, Bo Råstedt och Peter Nordeke koordinerar marknadsaktiviteterna i Saab-gruppen.

handlar det om ett bolag som ska ge sig in på en ny marknad. Saab uppfattas ju av kunden som ett företag, vilket ställer krav på säljaren att företråda hela Saab-gruppen, säger Peter Nordeke.

Närmare 100 dagar per år befinner de sig på resande fot på sina respektive marknader. Bo ansvarar för Mellan Östern och Asien, Peter för Afrika, Nord- och Sydamerika och Torbjörn för Europa.

GEMENSAMMA TRÄFFAR i SMO-gruppen måste planläggas noga i almanackan, men brukar bli av med en dryg månads mellanrum. Ett viktigt forum för koordineringsarbetet är också marknadsrådet, som består av marknadscheferna för respektive affärsområde. Planer finns på att samla säljarna till gemensamma regionträffar.

Ett viktigt verktyg i marknadsföringen är deltagande på olika utställningar och mässor. Totalt deltar Saab i ett 20-tal utställningar per år runt om i världen. Målet för arbetet är tydligt.

– Att marknadsföra Saab world-wide och att lyckas med fler exportaffärer. □

LÄNKEN TILL KUNDEN

Uppdraget var att åka till Tyskland ett halvår och stänga kontoret.

Drygt tjugo år senare är Peter Åkesson fortfarande kvar i Bonn och några planer på att stänga kontoret har han definitivt inte.

TEXT: ANNA BOWALL FOTO: PER KUSTVIK

LITE TILLSPETSAT KANSKE, men det var ungefär så det gick till när jag hamnade här i Tyskland, säger Peter Åkesson, chef för Saabs försäljningsbolag SaabTech Deutschland GmbH.

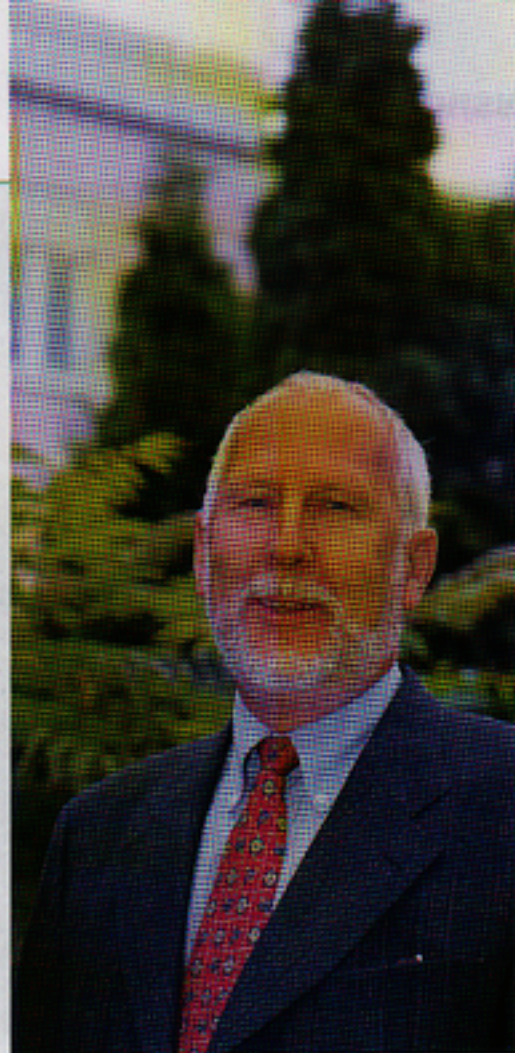
Saabs försäljningskontor i Tyskland är vackert beläget i en sekelskiftesvilla i Bad Godesberg, 15 minuters bilresa från centrala Bonn. Då, för mer än tjugo år sedan, arbetade Peter för FFV. Under åren har namnskylten på företaget fått bytas ett antal gånger på grund av ägarbyten, men arbetet med att odla kontakter för sina uppdragsgivares räkning har varit i stort sett detsamma.

– Jag är en förbindelselänk mellan kunden och företaget. Alla affärer är beroende av personliga kontakter och det gäller att veta vilka vägar man ska gå vid kontakter med olika myndigheter och ämbetsverk, säger Peter.

Han betonar att de skillnader som finns vid kontaktskapandet i de båda länderna inte får underskattas.

– I Sverige är det inte så farligt att råka ta kontakt med fel person på en myndighet. I Tyskland däremot är det svårt att reparera skadan om en person känner sig förbigången.

Det senare har han under årens lopp sett många exempel på och han rekommenderar därför bolag i Saab, som vill göra affärer i Tyskland, att höra av sig för att få goda råd om vilka vägar som är lämpliga att gå.



En annan skillnad, som gör att det är viktigt med ett kontor på plats, är att tjänstemännen inte är helt fria att ta kontakter med utlandet. Då är det viktigt att ha en adress i Tyskland.

PETERS KONTAKTYTOR beror mycket på i vilket skede ett projekt är. Kontinuerliga kontakter har han självklart med tyska myndigheter som exempelvis BvB, den tyska motsvarigheten till Försvarets Materielverk, men också med försvarsministeriets olika avdelningar samt inte minst med brukarna genom olika militära myndigheter och skolor. Sist, men inte minst, är kontakterna inom det politiska livet och med fackpressen av stor betydelse.

– På senare tid har även kontakterna med den tyska försvarsindustrin fördjupats och även om dessa kontakter ofta sker från Sverige bör Bonnkontoret vara informerat, framhåller Peter.

Under alla år i Tyskland har kontakten med Sverige upprätthållits genom arbetet, men också sommartid via gården i Skåne. För de tre barnen, som var 12, 11 och 7 år vid flytten till Tyskland, är Sverige inte samma självklara bas.

– Det var en konsekvens av utlandsflytten som jag och min hustru Maj, som också arbetar på kontoret, först nu inser, säger Peter. När vi i framtiden pensionerar oss i Sverige är det stor sannolikhet att vi har barnen i andra länder. □



ATT SÄLJA ÄR ATT RESA

Att vara borta från familj och vänner ett par dagar i veckan. Ständiga tidsomställningar, taxiresor, hotellrum och resväskor att packa och packa upp. Det är vardagen för Saabs säljare.

TEXT: MIKAEL HÄRILD FOTO: PER KUSTVIK

JAG HAR CIRKA 100 resdagar per år, säger Michael Olofsson glatt. Med sina 25 år är han yngst bland Saabs säljare.

Michael arbetar på marknadsavdelningen på Saab Barracuda AB i Gamleby, en relativt ny medlem i Saab-familjen. Företaget har sju säljare, varav tre är stationerade utomlands.

Minns ni de gröna uppblåsbara plasttälten, Barracuda-hallarna, som var vanliga på 60- och 70-talet? Det var en av företagets dåvarande produkter, men samtidigt kanske en parentes i företagshistoriken. Barracuda-hallarna försvann ur sortimentet efter oljekrisen och företaget återgick till att helhjärtat satsa på sitt specialområde, Signature Management. Eller med andra ord, avancerat kamouflage.

Saab Barracuda AB i lilla Gamleby är bäst i världen på att utveckla, tillverka och mark-



Peter Adolfsson och Michael Olofsson tycker inte att antalet resdagar är betungande.

nadsföra material för signaturanpassning av militära fordon, fartyg och människor. Signaturanpassning innebär att objekten och individerna blir mindre synliga för ögat, för radarsensorer och för värmekameror. Tänk på en kameleont eller en hare i vinterskrud så har ni principen klar.

PRODUKTEN ÄR kamouflagematerial i olika former och färger och med olika egenskaper, skogsgröna, ökenfärgade och snövita. Det finns t o m signaturanpassat material med savannlook.

Allt utvecklas, tillverkas och marknadsförs i Gamleby vid Smålandskusten.

– Vår styrka är att kunna kombinera skydd med olika egenskaper – visuellt, termiskt och radar. Det är vi helt ensamma om i världen, vi har det absolut bästa materialet, förklarar Michael Olofsson.

SAAB BARRACUDA köptes av Saab för ett par år sedan. Michael och hans kollega Peter Adolfsson kom in i företaget ett år tidigare, i samband med ett generationsskifte på marknadsavdelningen.

– När vi började här var vi nästan alla helt nya i branschen. Det innebar att vi fick lära av varandra, att vi vågade fråga och att prestigtänkande var okänt.

Båda har en bakgrund inom försvaret, närmare bestämt kustartilleriet. På kort tid har de övergått till fullfjädrade Area Sales Managers i ett nischat företag med världen som arbetsfält. En jätteförändring?

– Nej, förklarar Peter. Både inom försvaret och i jobbet som säljare handlar det om möten mellan människor och att kunna arbeta självständigt.

Marknadsavdelningen på Saab Barracuda har delat in världen i sektorer, en för respektive säljare. Peter har Skandinavien, Baltikum och Storbritannien. Michael ansvarar för Sydeuropa, Kanada och vissa kunder i USA. Varje säljare har ett totalansvar.

– Helt eget ansvar, från första kundkontakt till kontraktsskrivning och uppföljning av leveranser, säger Michael. Det innebär både en utmaning och ger variation i jobbet. Vi gillar det, vi trivs väldigt bra. Vi jobbar "handgripligt" – bygger montrar själva, skriver offerter och kontrakt. Jobbet innebär mycket resor, men sammanhållningen är härlig och vi har stor frihet inom företaget. Man litar på att vi gör vårt jobb och anser vi att vi behöver åka någonstans är det sällan några protester.

Jobbigt med alla resdagar?

– Inte särskilt, förklarar både Michael och Peter. Det är både roligt och intressant att komma ut och se nya platser, träffa nya människor.

Ändå krävs det vissa insatser för att underlätta vardagslivet. Peter och hans familj har beslutat att anställa en au pair. Michael bor ensam och tar själv hand om de dagliga bestyren. När han är hemma.

EN TILFÄLLIG BESÖKARE märker entusiasmen och den samarbetsanda som genomsyrar företaget, som har cirka 120 anställda. En av framgångsfaktorerna är också Barracudas forsknings- och utvecklingsavdelning där 14 personer hela tiden utvecklar nya material och förädlar befintliga produkter.

– Vi på säljsidan jobbar nära utvecklingsavdelningen och även med produktionen. På så vis kan vi förmedla synpunkter från kun-

derna, vi kan följa produktutvecklingen och vi vet hur vi ligger till leveransmässigt. Kunden kan alltid få klara besked.

Eftersom all produktion och utveckling sker i Gamleby har Barracuda också textilingenjörer, sömmerskor, färgspecialister och kemister i huset.

FÖR NÅGRA ÅR SEDAN blev alltså Barracuda medlem i Saab-familjen.

– När Saab kom in i bilden fick vi ett större kontaktnät och namnet Saab i kombination med Barracuda är en perfekt kombination för vår del, säger Michael.

Hur ser då schemat ut på marknadsavdelningen?

– Få se nu... I morgon ska vi först till en mässa i London. Vi ställer inte ut, men vi har möten inbokade. Hem igen och så vidare till Eksjö. Därefter bär det iväg till Newcastle för att diskutera mobila kamouflagesystem och onsdag-torsdag är det Skövde som gäller, med internationell visning av signatursystem för Leopard-stridsvagnar. En mässa i Oslo veckan efter... Ja, så där rullar det på.

Ni har väl hört talesättet "flygande fågel får något, sittande får inget"... □





VÄRLDENS STÖRSTA CIVILFLYGPLAN

Ett nytt, stort projekt har precis startat på Saab Aerospace i Linköping. Bygget av världens största civilflygplan, A380, kommer att engagera ungefär 200 personer inom affärsenheten Commercial Programs när verksamheten är fullt utbyggd.

TEXT: MARIA OTTOSSON FOTO: PER KUSTVIK

DET ÄR LÄTT att man hisnar när man inser hur stort passagerarflygplanet A380 kommer att bli. För att kunna lyfta och landa på befintliga flygplatser blir det nya flygplanet inte mycket längre än en Boeing 747, men däremot kommer det att bli 40-50 procent större om man ser till vikt och volym. Det beräknas ta 555 passagerare i normalversionen, även om det rent teoretiskt går att få in 800 passagerare, och det blir lika högt som höghuset på Saab i Linköping, det vill säga ungefär 24 meter. Den största marknaden för den här typen av flygplan finns i Asien,

Amerika och Australien och det är också därifrån de flesta av beställningarna kommer.

I december förra året lanserades A380-projektet. Det innebar att affärsenheten Commercial Programs inom Saab Aerospace på allvar kunde påbörja förhandlingarna om arbetspaket, även om det förberedande arbetet startat redan 1997.

- Vi har jobbat med A380 i snart fyra år och genomfört fyra, fem stora konceptstudier, på uppdrag av Airbus, under den tiden. Det har varit ett sätt för oss att mark-

nadsföra oss inom området, säger Jonas Källman, konstruktör i A380-projektet och en av dem som varit med ända från början.

Det arbetspaket som än så länge är klart för Saabs del är vingbalken, som ska utvecklas och tillverkas på Saab i Linköping. Bara denna del, som sitter i framkanten av vingen, mäter sina modiga 32 meter per sida och väger 2,5 ton. Den måste fraktas i två delar för vidare montering i Wales, innan hela vingen kan skeppas med båt till Bourdeaux, varefter den transporteras till Toulouse i Frankrike, där sedan slutmontering och

Övre bilden: Stefan Borgenvall, verktygskonstruktör och Gunnar Brandenholt, teamledare för industrialisering i samspråk med projektledare Jan-Åke Larsson.

Nedre bilden: I förgrunden hållfasthetsingenjör Sofia Mundel. Bakom henne pågår planeringen vid milstolpeplaneringen.

utprovning av A380 kommer att ske. I slutet av 2004 ska den första flygningen med A380 genomföras.

DET FINNS MYCKET annat än tekniska detaljer att fördjupa sig i när det handlar om A380. Själva bygget handlar nämligen också om ett omfattande samarbete över både företags- och nationsgränser.

– Det är verkligen ett extremt internationellt projekt. För oss är den stora utmaningen att samtidigt kunna samarbeta och finna nya arbetssätt med både kunden och andra leverantörer, även om själva storleken på flygplanet också känns spännande, säger Jan-Åke Larsson, som är projektledare för A380 på Saab Aerospace.

Trots att alla avtal inte är riktigt klara och att förhandlingarna med svenska staten om riskfinansieringen inte är avslutade har man börjat arbeta för fullt med A380 på Saab i Linköping. Det måste man nämligen, om det ska vara möjligt att uppfylla den knappa tidplan som arbetspaketet innebär. Vid årsskiftet 2002/2003 måste all utveckling vara färdig och i april 2003 ska den första enheten levereras till Airbus UK.

Under hösten kommer nya personer att börja arbeta med projektet och vid årsskiftet beräknas motsvarande 60–70 heltidstjänster vara sysselsatta. Det kan förstas innebära betydligt fler personer, eftersom utvecklingskompetensen hämtas från såväl andra program inom Saab Aerospace som från Gripen och A340, och från konsulter.

Utvecklingsarbetet är uppdelat på mindre team bestående av ett tiotal personer från olika discipliner, som konstruktörer, hållfasthetsberäknare och produktionstekniker. Varje arbetslag ansvarar för en egen del av utvecklingsarbetet.

– Vi måste ha ett fungerande samarbete

både inom gruppen och med andra partners i utvecklingsprogrammet. Det fungerar oftast bra, vi jobbar ungefär hälften av tiden för oss själva och hälften tillsammans med resten av gruppen, berättar Sofia Mundel, som är hållfasthetsberäkningsingenjör i ett av arbetslagen.

– Vi sitter verkligen i knät på varandra, inte minst när det gäller våra partners från andra företag och länder. Vi är nämligen beroende av varandras utveckling när det gäller de separata arbetspaketen. Eftersom vi samarbetar med till exempel både briter och fransmän, blir det också en internationell smältdegel, där olika språk och företagskulturer blandas, säger Sven-Gunnar Eriksson, funktionsledare inom hållfasthet. □



FAKTA A380

Airbus 380 kommer att bli världens största passagerarflygplan och ska tas i trafik 2006. Det är främst flygbolag som trafikerar Asien, Amerika och Australien som hittills har beställt flygplanet, även om vissa större flygplatser i Centraleuropa och Afrika också kan ta emot A380.

A380-flygplanet blir 24,1 meter högt, 73 meter långt och får en vingbredd på 79,8 meter. Det kommer att kunna lasta maximalt 84 ton och ta 555 passagerare. 14 800 kilometer blir den maximala flygsträckan utan mellanlandning.

Airbus-projektet kommer att engagera stora delar av Europas flygindustri. Saab Aerospace i Linköping har hittills skrivit

avtal på ett arbetspaket som gäller vingbalken i främre kanten av vingen. Vingbalken är 32 meter lång och väger 2,5 ton.

Saab går in som en risktagande part i projektet, vilket innebär att man också måste stå för egna investeringar. Svenska staten har lovat att ställa upp med en riskfinansiering på 33 procent av Saabs utvecklingskostnad enligt de GATT-regler som även de andra parterna i projektet får. Förhandlingarna med svenska staten är inte avslutade. Totalt kan projektet kräva upp till 1 000 manår i sju-åtta år, men det förutsätter att samtliga arbetspaket genomförs. Just nu beräknas 200 personer vara sysselsatta i projektet.



Pontus Kallén framför höguset på Saab i Linköping. A380 kommer att bli högre än huset.

EN STOR SATSNING

– Vi satsar en miljard i utvecklingskostnader på vingbalken till A380, så det är ingen liten satsning, även om det kan låta så när man pratar om en vingbalk, säger Pontus Kallén.

TEXT: MARIA OTTOSSON FOTO: PER KUSTVIK

HAN ÄR CHEF för affärsenheten Commercial Programs inom Saab Aerospace, och den som leder förhandlingarna med Airbus om arbetspaketet i A380-projektet för Saabs räkning.

Det kan ju tyckas lite märkligt att Saab Aerospace har satt igång utvecklingen av vingbalken för fullt, innan avtalen ens är färdigförhandlade. Borde man inte vänta och se att man verkligen blir överens om allting med Airbus UK först?

– Det är så man jobbar inom den här industrin. Man börjar utvecklingen innan allt är färdigförhandlat, eftersom slutprodukten så snabbt som möjligt ska ut på marknaden. Men vi är överens om de stora, viktiga frågorna och har skrivit ett ramavtal, eller Head of Agreement, som det kallas. I detta regleras även vad som gäller om vi inte skulle bli slutligt överens med Airbus och svenska staten. Det slutliga kontraktet kommer att förhandlas fram under året, säger Pontus Kallén. Det pågår diskussioner om fler mindre arbetspaket inom ramen för A380.

SAAB GÅR IN som en risktagande part i A380-projektet. Det innebär att företaget står för delar av investeringarna och utvecklingskostnaderna – något som förstås är tänkt att löna sig i längden. Om alla paketen genomförs ligger investeringskostnaden på ungefär 1,5 miljard kronor. Svenska staten har utlovat en riskfinansiering på 33 procent av utvecklingskostnaden. Resten av pengarna får Saab stå för på egen hand. Detta är en förutsättning för att projektet ska kunna

genomföras. Förhandlingen med staten om den slutliga utformningen pågår.

– Att genomföra den här typen av större utvecklings- och produktionsarbete är dessutom viktigt för vår förmåga att långsiktigt kunna ta fram flygplansstrukturer, säger Pontus Kallén.

Varför är det viktigt för Saab att satsa just på A380?

– Det är ett nytt projekt och en växande marknad. Arbetet innebär en möjlighet att kapitalisera på redan tagna investeringar inom produktutveckling och produktion. Det finns klara synergier mellan militär och civil flygplansstruktur.

Även om Saab Aerospace har lång och väl dokumenterad erfarenhet av flygplansbyggande, innebär A380 nya utmaningar.

– Vingen är helt ny, det finns ingen sådan i dag. Den ställer helt nya krav på laster och aerodynamik. Det ställer i sin tur höga krav på oss när det gäller utveckling och produktion. Vore vi inte Saab, med vår historik, skulle vi inte få jobbet. Det är våra nedärvda kunskaper vi använder på ett nytt sätt.

Arbetspaketet med vingbalken beräknas sysselsätta ungefär 200 personer vid full produktion, inräknat både utveckling och produktion. Utvecklingsarbetet har redan börjat. Produktionen sätter i gång i april 2003, men det första produktionsprovet är redan genomfört.

– Det handlar om en stegvis uppgång med en låg takt i början. Uppe i takt ordentligt kommer vi inte att vara förrän 2007, 2008, säger Pontus Kallén. □

SAMORDNING I SIKTE

Hur får man fyra starka och var för sig resultatriktade affärsområdeschefer att dra åt samma håll med koncernens bästa för ögonen?

Ingemar Andersson vet. Sedan ett halvår tillbaka är han ordförande i koncernens affärsledningsgrupp.

TEXT: ANNA BOWALL FOTO: PER KUSTVIK

VID SIDAN OM den verkställande ledningen och koncernledningen inrättades i våras ett nytt beslutsforum i Saabs högsta ledning. Affärsledningsgruppen bildades för att bätt-

re tillvarata samordningsvinster mellan de affärsområden som är aktiva på försvarsmarknaden.

– Vi får allt fler affärer som berör mer än ett affärsområde, säger Ingemar Andersson och exemplifierar med helikopterupphandlingen och arbetet inom Network Centric Warfare. Det är viktigt att samarbetet inom koncernen fungerar så att Saab får ut maximal effekt av sådana affärer.

VID SIDAN AV att koordinera affärer där flera affärsområden är involverade har gruppen många andra uppgifter.

– Vi samordnar verksamheter över affärsområdesgränserna, söker rationaliseringsmöjligheter, identifierar nya projekt och marknader, försöker skapa en ensad Saabprofil på viktiga exportmarknader och koordinerar arbetet gentemot nuvarande och framtida partners, säger Ingemar Andersson.

En viktig uppgift är inte minst att överföra erfarenheter och lära av varandra.

Affärsledningsgruppen består förutom Ingemar Andersson av affärsområdescheferna Dan Jangblad, Åke Svensson och Jan Eiborn samt av Lars Wahlund, chef för koncernstab ekonomi. Beroende på mötets karaktär deltar även andra personer. Rapporteringen till Saabs verkställande ledning sker via Ingemar Andersson, som sedan i våras även ingår där.

För Ingemar Andersson, som i vardagslag är chef för affärsområde Saab Bofors Dynamics, gäller det att i affärsledningsgruppen ta på sig en annan hatt.

– Det är viktigt att hålla isär rollerna. Dynamics har ingen fördel eller nackdel av att jag är ordförande i gruppen. Detsamma gäller för övriga deltagare – i affärsledningsgruppen arbetar vi alltid med Saabs bästa för ögonen och bortser från vad som skulle gynna ett enskilt affärsområde. □



Affärsledningsgruppen samlad fr v Dan Jangblad, Lars Wahlund, Ingemar Andersson, Åke Svensson och Jan Eiborn



För Jörgen, Maria och Matilda 6 månader blir föräldralönen ett välkommet tillskott i kassan.

PAPPALEDIGT MED FÖRÄLDRALÖN

Saab håller på att införa föräldralön. Bolag i Saab-gruppen ges möjlighet att komplettera ersättningen från försäkringskassan vid föräldraledighet.

TEXT: ANNA BOWALL FOTO: PER KUSTVIK

SYFTET ÄR ATT underlätta kombinationen föräldraskap och arbete. Förhoppningsvis ska även fler pappor lockas att ta del av föräldraledigheten och stanna hemma med sjuka barn.

Ersättningen från försäkringskassan vid föräldraledighet är 80 procent av lönen, beräknat på en maximal månadslön av 23 063 kr (7,5 basbelopp). Högsta ersättning från försäkringskassan vid föräldraledighet är idag 18 450 kr. Saab går nu in och betalar mellanskillnaden så att anställda, oavsett hur hög lönen är, vid föräldraledighet får ut 90 procent av lönen under de första 60 dagarna och 80 procent av lönen under de kommande 120 dagarna. Kravet är att ledigheten ska tas ut innan barnet uppnått 1,5 års ålder.

Även den tillfälliga föräldrapenningen från försäkringskassan, som betalas ut vid vård av sjukt barn, kompletteras på motsvarande sätt. Saab-anställda får, oberoende av inkomst, ut 80 procent av lönen under 5 dagar per kalenderår fram till dess att barnet fyller 6 år.

För Jörgen Bruhn och Maria Sundin Jonsson kom beslutet som en glad överraskning. Jörgen är ansvarig för affärsutveckling inom en del av Saab Aircraft i Linköping och Maria arbetar på marknadsavdelningen på samma bolag. Tillsammans har de lilla Mathilda, 6 månader. Jörgen ska precis lösa av Maria på hemmafronten och vara pappaledig under ett halvår.

– Att vi skulle dela på föräldraledigheten gjorde vi upp redan innan Mathilda föddes och har inget med de nya reglerna att göra, säger Jörgen. Eftersom vi båda har inkomster över försäkringskassans gräns betyder det mycket för vår ekonomi. Maria kan ju utnyttja sina dagar då hon ska vara hemma med Mathilda i en andra omgång.

JÖRGEN SER fram emot pappaledigheten och är övertygad om att han under det kommande halvåret kommer att utvecklas både privat och i sin yrkesroll.

– Det är en unik chans att lära känna barnet, men också att stanna upp och reflektera över tillvaron. Att ta hand om barn är också

utvecklande för den sociala kompetensen, vilket man har nytta av i jobbet.

Han vet vad han talar om eftersom han tidigare varit föräldraledig med tvillingar, dock inte lika länge som nu planeras.

ANLEDNINGEN till att fler nyblivna pappor inte passar på att vara hemma tror han, förutom ekonomiska skäl, är en rädsla för att skada karriären.

– Med de nya reglerna sänder Saab ut signalen att man ser positivt på att även pappor tar del av föräldraledighet och vård av sjuka barn. Jag är övertygad om att det på sikt är bra för företaget. □

Fotnot. Beslutet att möjliggöra införande av föräldralön har fattats av koncernledningen och omfattar helägda dotterbolag i Saab-gruppen. Föräldralönen införs successivt under hösten under förutsättning att bolag och affärsenheter inom koncernen anammar det. För detaljerad information om vilka regler som gäller kontakta din personalavdelning.

SAAB I GOD KONDITION

Hur står det till med konditionen på Saab? Vi gav sig ut med kameran i högsta hugg för att ta pulsen på motionärerna. Intresset för friskvård i anslutning till jobbet är stort. Vi springer, jympar, spelar innebandy och styrketränar så svetten lackar. De flesta har tillgång till motionslokaler i anslutning till jobbet.

↓ Göteborg: Lise-Lott Lillieroth, Annika Ekman, Lena Andersson, Ann Jonsson och Anna-Karin Carlsson på Space promenerar på lunchen.



← Kista: En träningsmatch i innebandy går av stapeln efter lunch på Saab Avionics. Alla ger järnet.

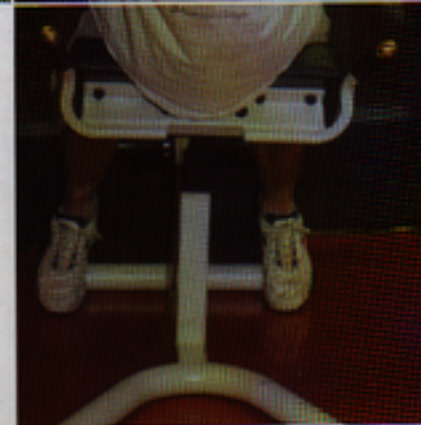


← Karlskoga: Elisabeth Lilja Saab Bofors Dynamics styrketränar två gånger i veckan. Hon har gjort i över 20 år för att stärka ryggen, men också för allmän motion och välbefinnande.

→ Linköping: Spinning är populärt i Linköping.



↓ Linköping: Magnus Sturén, Cathrine Larsson och Jan Billesson spelar badminton.



↑ Växjö: Kjell Björknert och Bertil Andersson på AerotechTelub tränar regelbundet på företaget sportanläggning, Sport Futurum.





← **Gamleby:** Lisa Nigran och Karolina Larsson på Barracuda är så morgonpigga att de brukar träna innan jobbet.



↑ **Linköping:** Liza Stolt leder välbesökt lunchjympa i Linköping



← **Linköping:** Mats Rudlund på Saab Aerospace passar på att löpträna i samband med lunchen.

→ **Linköping:** Curt Thörnfeldt och Peter Ström spelar boul.

↓ **Järfälla:** Rickard Rosenberg, Jessica Pipino, Katarina Holm och Gerd Sundbom efter ett lunchpass i stavgång.



← **Järfälla:** Berit Gran, Astrid Nilsson, Lars-Olov Bengzelius och Göran Åström utövar Qi Gong.



Sverige har tillsammans med Norge och Finland valt den europeiska helikoptern NH90.

HETA HELIKOPTRAR

MILJARDUPPDRAG VÄNTAR SAAB

Den nordiska helikopterupphandlingen är avgjord. För Saabs del innebär affären utveckling och produktion till ett värde av cirka 2 miljarder kronor.

TEXT: ANNA BOWALL FOTO: G DEULIN

I MITTEN AV SEPTEMBER offentliggjordes resultatet av den stora samnordiska upphandlingen av helikoptrar, som pågått intensivt under ett par år. Sverige har tillsammans med Finland och Norge valt att satsa på den europeiska helikoptern NH90, medan Danmark valt den större helikoptern Agusta-Westlands EH101.

För Saab är affären betydelsefull. Saab får bland annat ansvar för utveckling och anskaffning av det taktiska systemet för den svenska enhetshelikoptern. Ett nytt ledningssystem kommer att utvecklas som en del av detta. Flera enheter inom koncernen medverkar direkt i projektet, bland annat Saab Aerospace, Saab Avionics, SaabTech Systems, AerotechTelub och Saab TransponderTech.

– Vi får en starkt roll på vår svenska hemmamarknad, samtidigt som vi kommer ut på en internationell marknad med nya produkter – kanske i samarbete med helikopterleverantör eller utländskt systemhus, säger Lars-Olof Linders, ansvarig för samordningen av helikopterverksamheten i Saab-gruppen.

Helikopterupphandlingen har utgjort något av ett pilotprojekt för tvärfunktionellt arbete inom Saab-gruppen. Många olika enheter inom gruppen har varit involverade och arbetet har bedrivits över traditionella bolags- och affärsområdesgränser. Det hela

komplikerades också av att både Saab och Celsius före sammanslagningen och delvis i konkurrens hade börjat positionera sig i projektet.

– Att Saab nu kan ta ett totalansvar för det taktiska systemet beror på att vi har ett brett systemteknisk kunnande tillsammans, med bland annat lednings-, motmedels- och underhållskompetens. Det är vår samlade styrka som gett möjligheten till denna affär, säger Lars-Olof Linders.

FÖR ATT UTVECKLA och leverera helikoptern NH90 bildades för ett par år sedan ett gemensamt projektbolag, NH Industries, av industrierna Eurocopter, Agusta och Fokker. Det är i samarbete med NH Industries och Eurocopter som Saabs fortsatta arbete kommer att bedrivas. NH Industries har sedan tidigare beställningar på 258 helikoptrar. Därtill kommer de 52 helikoptrar som de tre nordiska länderna beslutat köpa, varav Sverige beställt 18.

Då helikoptrarna är avsedda för olika uppgifter, så är bashelikoptrarna mycket olika utrustade i respektive land. Sveriges helikoptrar ska med viss flexibilitet fördelas på uppgifterna trupptransport, räddningstjänst och ubåtsjakt.

Inhemsk industrisamverkan, s k offset, har varit en del av de svenska myndigheternas krav på de konkurrerande helikopterle-

verantörerna. NH Industries ska under en tioårsperiod beställa eller bidra till beställningar från svensk försvarsindustri till ett belopp som motsvarar hela köpesumman, dvs 6 miljarder kronor. Till hjälp har de bland annat respektive ägarföretag och de grupper de ingår i – EADS och Finmeccanica-gruppen.

ETT ANTAL för Saab intressanta delar är redan nu förhandlade och ingår i offsetpaketet. Ett exempel är tillverkning av 200 framkroppar till NH90, som kommer att ske på Saab Aerospace i Linköping. Flera andra enheter i Saab-gruppen har, förutom sin direkta medverkan i helikopterprojektet, möjligheter att få draghjälp till följdaffärer baserat på offsetkraven.

– En annan effekt kan bli att offsetkrav som Saab får vid lyckade affärer i andra länder kan komma att kvittas mot de krav som företagen bakom NH Industries alltså ska uppfylla i Sverige, säger Lars-Olof Linders.

När nu leverantör och teknisk lösning är vald ska genomförandet av projektet ske som en del av den ordinarie linjeorganisationens ansvar. Saab Aerospace svarar för samordningen. Olika organ, såsom styrgrupp, huvudprojektledning och olika arbetsgrupper kommer att utses inom de närmaste veckorna. □



AerotechTelub har ett uppdrag att med Virtual Reality, VR, åskådliggöra hur ett nytt Stockholm City kan komma att se ut.

SAAB-FAMILJEN VÄXER

AEROTECHTELUB BLIR HELÄGT DOTTERBOLAG

I september stod det klart att AerotechTelub blir ett helägt dotterbolag till Saab.

Företaget kom in i Saab-sfären i samband med att Saab köpte Celsius-koncernen.

TEXT: MIKAEL HÄRILD FOTO: PETER LINDSTRÖM

AEROTECHTELUB är ett utpräglat tjänsteföretag, som erbjuder kvalificerade tekniska tjänster, underhåll och kundanpassade systemlösningar inom informationsteknik, elektronik och farkostteknik till totalförsvaret, verk och myndigheter samt valda nischer inom näringslivet.

Dessutom finns ett samlat miljö- och verksamhetskunnande om många marknader och branscher, t ex militärt och civilt försvar, flyg och flygplatser, byggande av infrastrukturer för informationsteknik, kommunikation och transport samt telekom- och elektronikindustrin. I utbudet ingår också IT-säkerhetslösningar, informationslösningar inklusive webb lösningar, teknisk dokumentation, underhåll och kalibrering av mätinstrument samt datorservice.

– Saab var redan tidigare majoritetsägare, men det faktum att vi nu tar över samtliga

aktier, skapar ännu bättre möjligheter till samarbete och att vi kan ta till vara synergier inom Saab-gruppen, säger Bengt Halse, vd och koncernchef för Saab.

JAN EIBORN, vd för AerotechTelub, är övertygad om att den nya ägarbilden ökar möjligheterna till samarbete.

– Beträffande de delar av vår verksamhet som kräver en fristående, självständig och leverantörsobunden roll kommer inga förändringar att ske, säger Jan Eiborn.

AerotechTelub har en omfattande konsultverksamhet och även vice vd Sune Ekfeldt understryker vikten av att den grenen inom företaget kan behålla sin integritet.

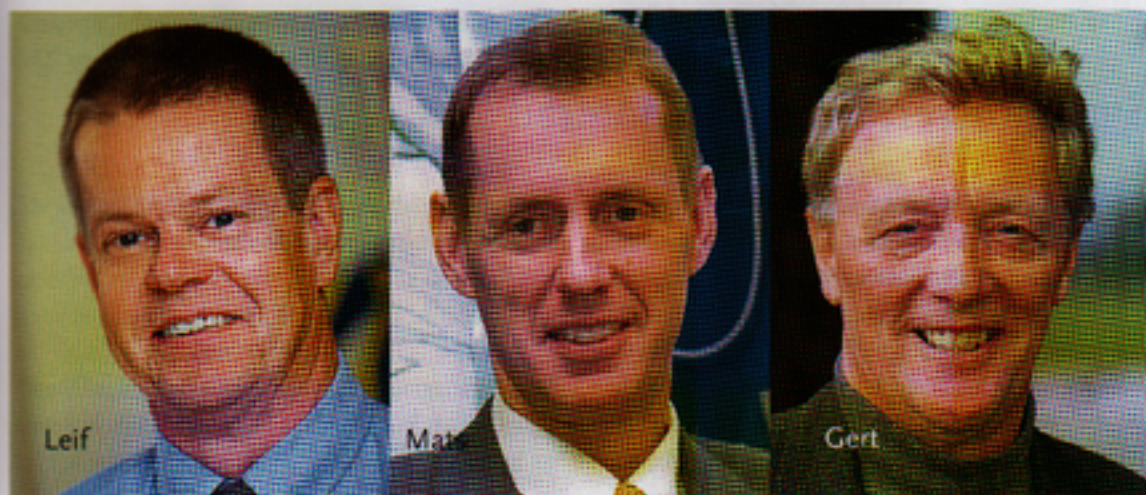
Sune Ekfeldt poängterar också att AerotechTelub redan, sedan Saab kom in i bilden för något år sedan, haft stor nytta av Saabs namn i olika sammanhang.

– Saab är en utpräglad produktleverantör medan AerotechTelub i motsvarande grad är en tjänstleverantör som tjänar pengar på att fakturera timmar. Det kan bli en spännande symbios.

AerotechTelub bildades hösten 1999 genom fusion av Celsius Aerotech och delar av TietoEnator, två verksamheter med lång tradition som teknikintensiva tjänsteföretag. I samband med att Saab förvärvade Celsius-koncernen övergick Celsius ägarandel i AerotechTelub (57 procent) till Saab. Saab övertog också det optionsavtal som gav rätt att senare förvärva TietoEnators 43% i AerotechTelub.

Det är det optionsavtalet som nu blir utlöst och i full enighet med TietoEnator blir AerotechTelub helägt av Saab.

Övertagandet kräver godkännande av Konkurrensverket. När detta kan ske är inte klart för närvarande. □



POSITIVT & SPÄNNANDE

Positivt och spännande – det var genomgående svar när vi P frågade tre medarbetare i AerotechTelub om den förändrade ägarbilden i företaget.

TEXT: MIKAEL HÄRILD FOTO: PER KUSTVIK

LEIF BERGMAN är produktchef för system AWOS, en integrerad del i ett flygtrafikledningssystem som bland annat rapporterar väderuppgifter. Leif har arbetat på företaget i två år och var tidigare anställd på Luftfartsverket.

– Jag ser det som mycket positivt eftersom Saab och AerotechTelub i stort sett har samma kundprofil, både i Sverige och utomlands. Man kan likna det vid att lägga ihop två pusselbitar som griper in i varandra perfekt. Dessutom ökar det möjligheterna till samarbete mellan oss, så att vi ytterligare kan förbättra våra egna produkter i konkurrens med andra företag. Vi kan också dra nytta av gemensamma kontakter vid exportförsäljning. AerotechTelub har tjänsteprodukter, inte minst på flygunderhållssidan, som passar bra in på Saabs profil.

MATS PETERSSON är divisionschef för Sensorsystem. Divisionen arbetar med sensorsystem och levererar tekniktjänster/systemlösningar inom området. Mats Pettersson har arbetat inom AerotechTelub sedan 1987.

– Det är en spännande utveckling. Vi har

sedan tidigare ett gott samarbete med olika Saab-företag, kontakter som jag tror kan utvecklas vidare, både i Sverige och utomlands. Vi utvecklar allt från framtidens underhållssystem till kvalificerad teknisk support för en mängd materielsystem. Vi har också ett bra samarbete med ett flertal utländska partners, bl a för sverigeanpassning och systemsupport till de UAV-farkoster som försvaret köpt.

GERT LÖVGREN är marknadschef inom MainPartner, AerotechTelubs största division. Divisionen arbetar i första hand med underhållstjänster, både civilt och militärt. Inom divisionen sker även tillverkning av medicinskteknisk apparatur. Gert Lövgren har arbetat i företaget sedan 1970.

– Positivt att Saab blir ensam ägare, det ger en tydlig signal till våra kunder och partners. Vår verksamhet har nära knytningar till Saab, bl a svarar vi för komponentunderhåll på apparater i flygplan och helikoptrar. Vi har redan idag ett bra samarbete med t ex Saab Aviocomp och kanske kan vi också komma in i bilden när det gäller Saabs engagemang i Airbusprojektet. □

AEROTECHTELUB

AerotechTelubs organisation och projekt avspeglar företagets inriktning och verksamhetsområden.

Communications är en komplett tjänsteleverantör inom mobilkommunikation, flygkommunikation, infrastruktur och informationssäkerhet. Flyg- och Bas-system arbetar med tekniska tjänster för flygplan, helikoptrar och flygsäkerhetsmateriel samt el- och flygplatsteknik med inriktning på strömförsörjning, specialfordon och basutrustning.

Lednings & Informationssystem erbjuder tekniktjänster vid projektering, integrering, utveckling, utvärdering och underhåll av IT-lösningar för ledning och information.

MainPartner utvecklar och producerar underhållstjänster inom elektronik, mekanik, gyro och vapensystem (missiler, flygburna vapen).

Sensorsystem erbjuder inom området sensorer, med dess integrerade och stödjande system, kvalificerade tekniktjänster och systemlösningar.

Systemteknik är komplett leverantör av tjänster inom utveckling, simulering, verifiering/validering och vidmakthållande av komplexa elektronik- och programvarusystem.

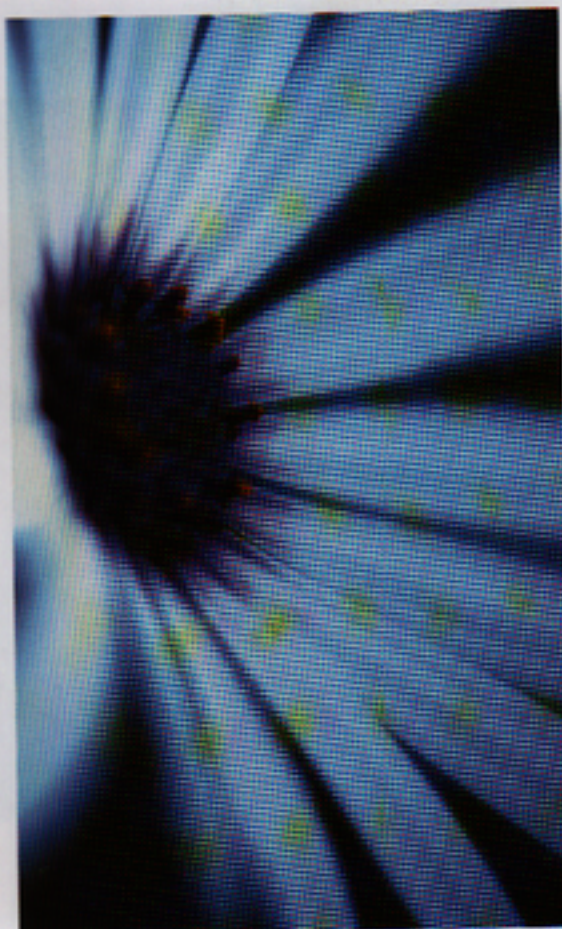
AerotechTelub Contracting levererar teleentreprenader innefattande anläggningstekniska tjänster och systemleveranser.

AerotechTelub Information & Media är marknadsledande leverantör av effektiva och kundspecifika informationslösningar som stärker konkurrenskraften för företag och organisationer.

Celsius Metech utför kalibrering och reparation av mätinstrument, mättekniska konsulttjänster, service på datorer, datarekonstruktioner samt hyres-, försäljnings- och inköpstjänster inom mätteknik. Celsius Metech erbjuder också teknikutbildning inom mätteknik, elektronik och förbindningsteknik.

Celsius Test Systems erbjuder systemlösningar och konsulttjänster inom test för elektronik, elektromekanik och telekommunikation.

Projekt JAS. AerotechTelub är delägare i Industrigruppen JAS. Utveckling och leverans av underhållsutrustning, testprogram samt emballage.



Saab-konvertibeln börsnoterad

Den 12 september noterades Saabs konverteringslån på Stockholmsbörsens lista för konverteringslån, O-listan. Det innebär att de som är intresserade nu kan köpa eller sälja konvertibler över börsen.

– En viss handel med konvertiblerna har startat, säger Göran Wedholm på Koncernstab Ekonomi.

Om du är intresserad av att köpa eller sälja konvertibler ska du kontakta din bank. Är konvertiblerna belånade måste du kontakta den bank där du har konvertibellånet. Noterad kurs hittar du enklast på tidningarnas lista över konvertibler eller om du har tillgång till internet på adressen www.dnbors.dn.se. Under rubriken värdepapper finns noteringar för konvertibler. Observera att kursen avser procent av nomi-

nellt belopp inklusive intjänad ränta, vilket innebär att kursen 120 avser 120 procent av 91 kr omräknat till 109,20 kr per aktie.

Det var 1998 som Saabs bolagsstämma beslutade att emittera ett konvertibelt förlagslån till de anställda i Saab-gruppen. Erbjudandet blev en succé och lånet övertecknades. Omkring hälften av de anställda accepterade erbjudandet. Något nytt konvertibelprogram för alla anställda är inte aktuellt.

Läs mer på SaabNet under Ekonomi/Konvertibler

Stororder till Barracuda

Saab Barracuda i Gamleby har tecknat ett ramavtal med Hærens Forsyningskommando (HFK) i Norge på Multispektrala, Statiska och Mobila Camouflagesystem. Ramavtalet är värt 74 miljoner kronor.

Barracudas Multispektrala, Statiska och Mobila Camouflagesystem, omfattar avancerade produkter med mycket goda egenskaper inom de termiska-, radar-, nära infraröda- och visuella våglängdsområdena. Soldater, såväl som fordon, får optimalt skydd mot spaning och träff. Leverans kommer att äga rum över en period på tre år med slutleverans 2004. Kontraktet omfattar även option för leveranser efter år 2004.



Ny vice vd i AerotechTelub

Dan-Åke Enstedt tillträdde den 1 oktober som vice vd i AerotechTelub. Han kommer närmast från EssNet, där han varit koncernchef och vd. Han har tidigare ett förflutet inom försvaret, Telub, Enator och Tieto-Enator.

Dan-Åke kommer att ha speciellt ansvar för konsultverksamheterna, dvs divisionerna Sensorsystem, Communications, Lednings- & Informationssystem och Systemteknik. Han kommer att vara placerad vid Solnakontoret.

CSM Materialteknik hälsodiplomeras

CSM Materialteknik i Linköping, med 120 anställda, har hälsodiplomerats. Hälsodiplomeringen är resultatet av ett aktivt friskvårdsarbete under de senaste två åren.

Målet är bättre hälsa och därmed lägre sjukfrånvaro hos de anställda. Diplomeringen utförs av Korpen i samverkan med Folkhälsoinstitutet och Cancerfonden enligt ett givet regelverk, som ska verka för att alla medarbetare blir mer fysiskt aktiva. CSM är det femtonde företaget i landet som hälsodiplomeras.

På CSM har man bland annat ett särskilt program på intranätet där de anställda får träningstips och också fyller i hur och när de är fysiskt aktiva. Allt från avslappningsövningar vid skrivbordet till promenader och jympapass uppmuntras och ger poäng. Flitigt motionerande under året belönas med priser. Föreläsningar om kost, motion och stresshantering står också på programmet. Fri frukt är en självklarhet, liksom möjligheten att utnyttja friskvårdsanläggningen på Saab i Linköping.

Saab och BAE SYSTEMS förstärker Gripen-samarbetet

Det nybildade bolaget Gripen International kommer i framtiden att ansvara för exporten av JAS 39 Gripen. Bolaget ägs gemensamt av Saab och brittiska BAE SYSTEMS.

De båda företagen har sedan 1995 samarbetat i ett joint-venture för marknadsföring och försäljning av Gripen. Det är detta samarbete som nu förstärks genom bildandet av ett fristående joint venture-bolag. Bolaget beräknas vara i full funktion från och med årsskiftet.

Gripen International kommer att ledas av Ian McNamee från BAE SYSTEMS (VD) och Kjell Möller från Saab Aerospace (vice VD) och successivt bemannas med ytterligare ett 50-tal medarbetare från de båda företagen.

Ian McNamee kommer närmast från Thomson Marconi Sonar Limited, där han var VD. Kjell Möller var tidigare marknadschef för Saab Aerospace i Linköping.

Huvudkontoret för Gripen International kommer att ligga i Stockholm. Bolaget kommer även att ha verksamhet i London och Linköping, där huvuddelen av personalen kommer att vara placerad. Gripen International registreras som ett kommanditbolag i Sverige, men kommer att vara verksam i både Sverige och Storbritannien.



Ian McNamee och Kjell Möller leder Gripen International.

Fler verksamheter sålda via VCC

Venture Capital Council (VCC) skapades i våras för att ta hand om affärsmöjligheter som ligger utanför Saabs kärnverksamheter. Verksamheten har under det första halvåret bedrivits i ett högt tempo. Totalt har nio prospekt avslutats vilket innebär att verksamheter som tidigare funnits inom Saab fått nya huvudmän.

Exempel är bildandet av AzAcoustics AB, med rötterna i den civila flygplansproduktionen. Företaget, som arbetar med aktiv bullerdämpning, övertogs till 60 procent av WM-data i juni 2001. Ett annat exempel är försäljningen av Sanguistech-verksamheten till Gambro. Under våren såldes också Rotation Sleeve till Global Geo Services ASA i Norge.

- I samtliga fall har vi hittat en ny huvudman med bredare marknadskunskande, vilket innebär en snabbare realisering av våra idéer till försäljningsintäkter. Denna värde-realiserings kommer Saab tillgodo, bland annat genom ett minoritetsaktieinnehav och royalties i dessa verksamheter, säger Peter Sandhed, finansdirektör i Saab-gruppen och ansvarig för VCC.

Under andra halvåret räknar man med att förbereda placering av ytterligare ett till två intressanta prospekt på marknaden.

Mer information om VCC finns på SaabNet under Teknik/Innovationer och teknikskydd



Förhandlingar pågår om lån av Gripen till Ungern

Förhandlingar inleddes den 19 september mellan Ungerns nationella säkerhetskabinett och den svenska staten om lån av 14 Gripen-flygplan till Ungern. Vid denna tidnings pressläggning beräknas förhandlingarna vara klara i slutet av oktober.

Den ungerske försvarsministern Janos Szabo betonade i samband med presskonferensen där valet av Gripen offentliggjordes att JAS 39 Gripen är det modernaste alternativet som erbjudits, samt att det är det mest fördelaktiga både av säkerhets- och ekonomiska skäl.

AerotechTelub moderniserar kollektivtrafiken i Göteborg

Kollektivtrafiken i Göteborg står inför ett tekniskt skifte av stora mått. Man ska lämna den analoga världen bakom sig och gå över till den digitala.

Göteborgs Spårvägars trettioåriga analoga radiosystem ska ersättas med ett nytt radiosystem baserat på standarden TETRA. Göteborg blir först i Sverige med ett sådant system i kommersiell drift och tekniskiftet sker med hjälp av AerotechTelub Contracting.

Initialt kommer Göteborg att använda systemet för kommunikation inom lokaltrafiken, dvs spårvagnar, bussar, service och trafikledningsfordon m.m. Samtliga spårvagnar och bussar ska få en fordonsdator som kontrollerar fordonsposition mot en tidtabell. Detta gör det möjligt att ge snabb information till de resande om till exempel eventuella förseningar.

I december 2001 skall den första delen av systemets funktionalitetspaket vara i bruk och i maj 2002 den andra.

LEDNINGEN PÅ PLATS I STOCKHOLM

Saabs ledning är på plats i nyrenoverade lokaler i World Trade Center i Stockholm. Flyttlasset från Linköping gick under sommaren.

TEXT: ANNA BOWALL FOTO: PER KUSTVIK



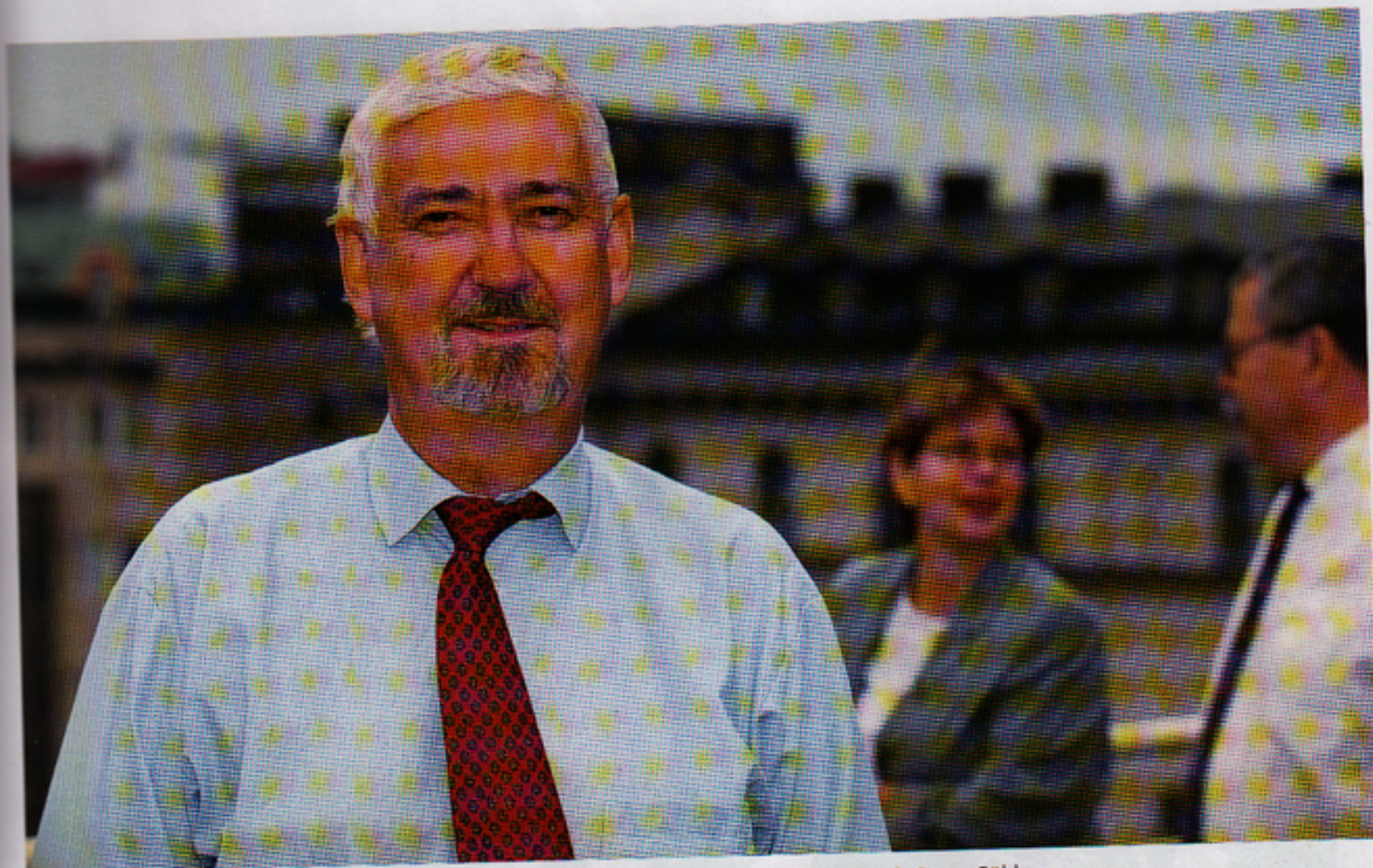
Eva Aldenstedt har skött mycket av det praktiska arbetet i samband med flytten.

TAVLORNA HAR kommit upp på väggarna och de sista flyttkartongerna bärs ut. Saabs koncernchef Bengt Halse blickar nöjd ut genom fönstret och konstaterar att en bättre lokalisering ur kommunikationssynpunkt är svår att hitta. World Trade Center ligger granne med Stockholms central och Arlanda Express. Flygbussarna finns i husets bottenvåning.

Förutom bättre kommunikationer var det närheten till viktiga kontakter i Stockholm som vägde tungt när beslutet att flytta från Linköping fattades. Kontakterna med exempelvis kunder, myndigheter, media och analytiker blir lättare att sköta från Stockholm.

– Ett viktigt skäl var också att placera ledningen på en "neutral" plats i förhållande till affärsverksamheten. När vi satt i Linköping uppfattades det av vissa som att ledningen "satt i knät" på affärsområde Aerospace. Det gav fel signaler internt i organisationen, säger Bengt Halse.

Lokalerna i World Trade Center är förhållandevis små och saknar expansionsutrym-



Bengt Halse är nöjd med det nya huvudkontorets placering. I bakgrunden Eva Aldenstedt och Göran Sjöblom.

me. Femton personer har fasta arbetsplatser på kontoret. Det gäller exempelvis medlemmarna i Saabs verkställande ledning och cheferna för koncernstaberna, som sedan i somras delar sin tid mellan Stockholm och Linköping. Ytterligare en handfull personer med nära knytning till ledningen arbetar på kontoret.

LEDNINGENS FLYTT innebär att Saabs huvudkontor nu är placerat i Stockholm. Koncernstabernas placering är dock fortfarande Linköping, där också bolaget har sitt juridiska säte. Att flytta personalen på koncernstaberna till Stockholm är inte aktuellt. Att huvudkontoret därmed har verksamhet på två orter ser inte Bengt Halse som ett problem.

– Med modern teknik fungerar samarbetet bra ändå. Ett exempel är att min sekreterare Mona Kähre har sin huvudsakliga placering i Linköping. Det går ju också snabbt att förflytta sig mellan Linköping och Stockholm och ett antal arbetsplatser finns för

personer på koncernstaberna som tillfälligt behöver arbeta i Stockholm.

En av dem som i och med flytten fått kontor på två orter är Per Erlandsson, chef för koncernstab juridik.

– För min egen del innebär flytten till Stockholm ingen större förändring eftersom jag redan tidigare tillbringade en eller ett par dagar per vecka här. Skillnaden är väl att jag

nu försöker avsätta mer samlad tid för personalfrågor de dagar jag är i Linköping.

För Eva Aldenstedt, som är sekreterare åt Göran Sjöblom och Dave Hewitson i Saabs verkställande ledning, förändrades däremot vardagen påtagligt i och med flytten. Efter 32 år på Saab i Linköping har hon nu skaffat en övernattningslägenhet i Stockholm och veckopendlar till familjen i Linköping. □

SAAB I WORLD TRADE CENTER

Saab har flera kontor i World Trade Center i Stockholm.

Uppgång B, plan 5: Business Value Development

Uppgång C, plan 5: Saab Aircraft Leasing, Gripen International samt konferensrum och gästarbetsplatser

Uppgång G, plan 6: Saabs huvudkontor

KONFERENSMÖJLIGHETER

Från mitten av oktober har anställda i Saab-gruppen möjlighet att boka konferensrum och gästarbetsplatser i World Trade Center. Bokning sker på tel 08-463 02 50.

KLÄDSAMMA KODER

Han måste jobba på bank. Och hon är säkert chefssekreterare. Han där borta kanske jobbar på dagis. Fast han kan ju också jobba med IT förstås.

Visst läser vi människors yrken i deras kläder. Även om det inte längre är så enkelt. IT-boomen kom och ställde till en del oreda i arbetslivets klädkoder.

TEXT: EWA THIBAUD ILLUSTRATION: MIMMI GIBSON FOTO: PER KUSTVIK

DU STIGER UPP på morgonen, öppnar garderobsdörren och väljer dina kläder. Tror du. Men dina val styrs av trender, moden och inte minst av regler och koder på arbetsplatsen.

Där ingår vi ett intrikat system, där den största delen av kommunikationen sker utan ord. Varje företag har sina egna koder, sitt eget språk. Någon blir befördrad och sätter genast på sig en lite snyggare kavaj eller dräkt. Man vill visa sin ställning genom sättet att klä sig. Så har det alltid varit, sedan romerska härskares, kinesiska kejsares eller sydamerikanska inkahövdingars tid. Klädsele speglar status enligt de koder som finns i en kultur, ett land eller ett företag.

Klädkoderna varierar starkt mellan olika branscher, med bankvärlden och IT-världen som de två extremerna. Inom industrin skapar skillnaderna mellan arbetare och tjänstemän egna klädkoder. Behovet av skyddskläder lever också kvar, även om det har för-

svunnit från många branscher. Förr hade till exempel alla kontorsarbetare skyddsmanschetter för att inte smutsa ner sina vita skjortor.

Samtidigt är alla påverkade av vad som händer i omvärlden. Konjunkturen är en faktor som påverkar vårt sätt att klä oss.

Efter den stora finanskrisen i slutet av 1920-talet förändrades till exempel modet i ett slag. Från tjugotalets lite lekfulla och färgglada klädsel blev kontorsmiljöerna plötsligt svarta. Männen bar mörka kostymer, dubbelknäppta, som för att riktigt skydda sig mot allt ont. Om någon var väldigt kreativ och modig kunde han våga sig på en grafitgrå kostym. I den mån det fanns kvinnor på kontoren klädde sig dessa i striktare dräkter istället för de lite naivt glada tjugotalskläningarna.

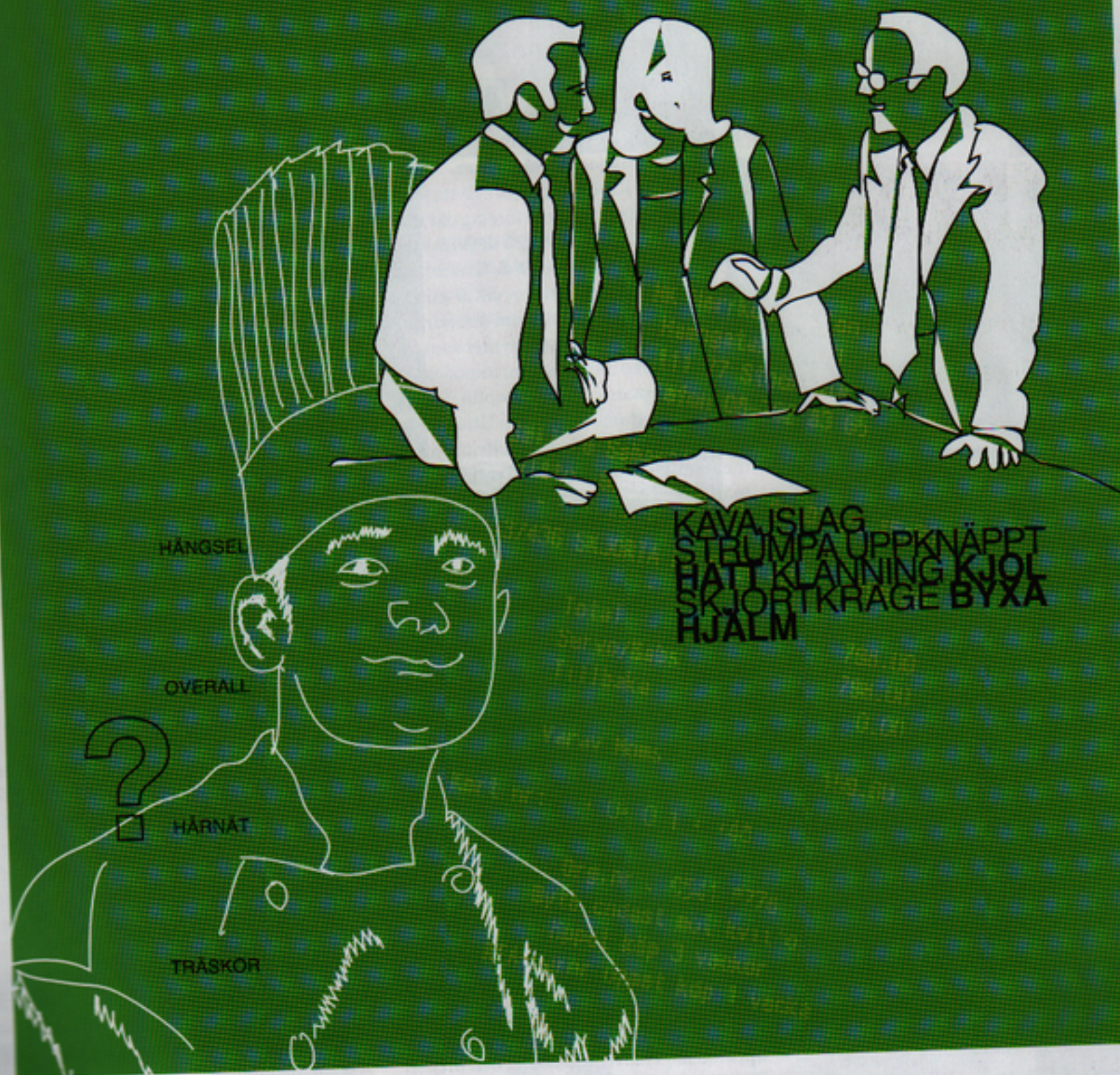
Så har konjunkturerna och kontorsmodet följts åt. På de glada sextio- och sjuttitalen försvann kostymerna nästan helt och hållet.

The peacock revolution – "påfågelsrevolutionen" innebar att de alltmer långhåriga pojkarna vägrade bli grå män och klä sig som sina fäder. De 22-åringar som då ägde en slips var lätt räknade, i varje fall i Sverige. De restauranger som hade "slipstväng" fick också förse vaktmästarna med en samling slipsar som han kunde låna/hyra ut till gästerna.

Så kom åttiotalet och utvecklingen vände tillbaka till "ansvarsfulla vuxna". I lågkonjunkturen i början av 90-talet mörknade kostymerna ännu mer, för att åter lätta vid IT-boomen. Nu ser det ut som om vi åter har ett behov av trygghet och därmed börjar klä oss lite mer formellt på jobbet. Modeexper-ten Marianne Kaplan, med lång erfarenhet av konsumtionstrender inom detaljhandeln, ser en tydlig trend mot mer välklätt på arbetsplatserna. Vinterns trend år 2001 går mot snygga kavajer och kostymer.

– Det är mycket tweedkavajer och dräkter.

Dress Code



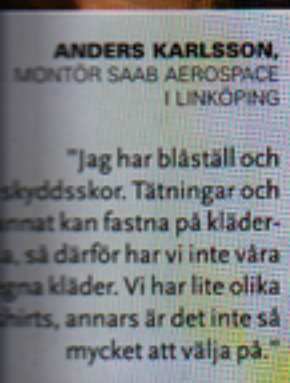
FRÅGAN ÄR...

...HUR ÄR DU KLÄDD PÅ JOBBET?



ANNIE ENGSTRÖM,
REKLAMSERVICE SAAB
BOFORS SUPPORT
I KARLSKOGA

"Det beror på vilket humör jag är på. Idag har jag kjol och tröja. Jag klär mig lite "lagom" – snyggare än på fritiden, men absolut inte strikt."



ANDERS KARLSSON,
MONTÖR SAAB AEROSPACE
I LINKÖPING

"Jag har blåställ och skyddsskor. Tätningar och annat kan fastna på kläderna, så därför har vi inte våra egna kläder. Vi har lite olika shirts, annars är det inte så mycket att välja på."



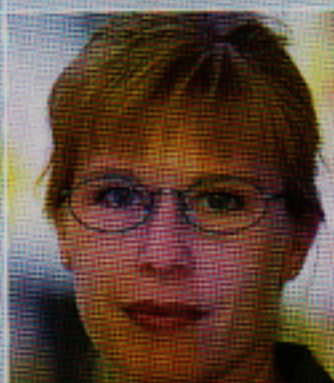
STAFFAN DAHLÉN,
SAABTECHSYSTEMS
I JÄRFÄLLA

"Bekvämt, men inte för slafsigt. Jag känner mig som mig själv i de här kläderna. Jag skulle t ex inte trivas i slips, då skulle det kännas som om jag förstälde mig."



MARIA ANDERSSON,
BUSINESS VALUE
DEVELOPMENT I STOCKHOLM

"Dräkt eller som idag kavaj och byxor. Jag är alltid representativt klädd. Det är alla här på kontoret eftersom vi har mycket kontakter med kunder och andra besökare."



MARIE-LOUISE OLOFSSON,
SAAB BOFORS DYNAMICS
I LANDSKRONA

"Oftast långbyxor eftersom jag cyklar till arbetet. Det kan vara jeans och jeansjacka eller vanliga långbyxor och en lätt jacka. När det är kundbesök bär jag gärna kavaj."



Och mycket snygga stickade tröjor. Kvinnorna klär sig mycket feminint med insvängda dräktjackor, säger hon.

Marianne Kaplan tror att de flesta följer den givna stilen inom det företag där man jobbar. För om man inte gör det krävs det mycket säker smak. Att klä sig annorlunda och att ändå ge rätt signaler, det är minsann inte lätt. Bättre att klä sig som de andra.

Fast riktigt så mörka kostymer som förr blir det kanske inte. Det som inleddes av Apple Computers och Microsofts, "casual Friday", har inneburit en viss lättnad i koderna. Men det har också blivit mycket mer komplicerat att klä sig, i varje fall för män.

Att klä ner sig, "dress down", som har blivit så populärt, innebär inte att man sätter på sig trädgårdsjeansen och en t-shirt och går till kontoret. Ordet "casual" fick många tolkningar. Ledig klädsel, vad är det? I bankvärlden kan det betyda en nyans ljusare grå i kostymen, i IT-världen kan det betyda fleecetröja och jeans.

Oavsett bransch blev världen mer komplicerad för kontorsherrarna, när "casual Friday" infördes. De stod plötsligt framför garderoben på fredagsmorgnarna och undrade: "vad sjutton ska jag ha på mig?" Dessutom utökades fredagsklädseln till att gälla alla dagar i veckan, vilket betydde att männen måste ut och köpa en helt ny uppsättning kläder som passade.

Trots "casual-modet" gällde det att klä sig efter sin ställning i den interna hierarkin. Alltså, lite mer "casual" än ens chef och lite mindre än ens underordnade. Ett problem uppstod när cheferna blev mer och mer ledigt klädda och det nästan bara var blåjeansen som återstod om man inte skulle vara mer formell än chefen. Men då vände konjunkturen och klädseln började svänga tillbaka, mot kostymerna, i varje fall fyra dagar i veckan.

Det här med "casual Friday" uppstod först i USA, där kontorsklädseln alltid har varit något mer formell än i Europa och i Australien. Högklackade skor är ett måste på många kontor, liksom slips. I många andra länder är klädkoderna ännu mer strikta.

När den amerikanske presidenten George Bush (d.ä) besökte Brasilien hade han som vanligt ett koppel av Vitahus-korrespondenter med sig. Eftersom dessa var utomlands och dessutom i Brasilien, där man trodde stringtrosan var uniform, hade de klätt sig mycket ledigt, i shorts och färgglada hawaiiiskjortor. I presidentpalatset i Brasilia blev de kostymklädda tjänstemännen något konfunderade när journalisterna gjorde intåg i sina semestermanderingar. Så konfunderade att de portförbjöd dem, vilket orsakade lite förvirring i diplomatin mellan de två länderna.

DET GÄLLER ATT läsa signalerna. De som på sin kontorstid träffar kunder lägger ofta ner ganska mycket möda på att klä sig rätt. Det handlar om att klä sig på rätt nivå gentemot kunden. Ofta vill man visa respekt för kunden och klär sig lite striktare än vanligt. Vid andra tillfällen kanske man vill ägna sig åt mer "informellt relationsskapande". Det är inte lätt. Problem kan uppstå om ett företag har infört "casual Friday" och så har man ett kundmöte en fredag...

I USA klagade många på de svårigheter som uppstod och en del företag (som varuhuset Sears till exempel) har skrivit särskilda manualer för hur man ska klä sig vid olika tillfällen.

Men kommer man tillräckligt högt upp i hierarkin behöver man inte bekymra sig om klädseln. Där är det fortfarande den gamla "power-kostymen" som gäller – mörk kostym, vit skjorta, röd slips. Titta bara på gruppfotoerna när världens ledare samlas. □



FLYGVAPNET FIRADE 75-ÅRS JUBILEUM med symposier, kungamiddag och flyguppvisningar på F16 i Uppsala helgen 25-26 augusti. Många Saabare fanns på plats.

Saab Avionics och SaabTech Systems ordnade t ex busstransport och servering för anställda med familjer.

En nyhet i Uppsala var att Gripen för första gången uppvisningsflög i fyrgrupp. En tavla där händelsen dokumenterats överlämnades av Åke Svensson och Bengt Halse till Tommy Pålsson, flottiljchef på F16, och Jan Andersson, stf generalinspektör i Flygvapnet.



Gripen, Saab Aero- samspråk med Palmgren, projektör Flygvapnets 75-årde. Volvo och Ericsson inbjudna gäster



Susanne Sjöström (lilla Alva) Ann-Marie Landberg, Anders Svensson, Evalena Bengtsson och Ulla von Platten från Saab Avionics och SaabTech Systems jobbade på F16.



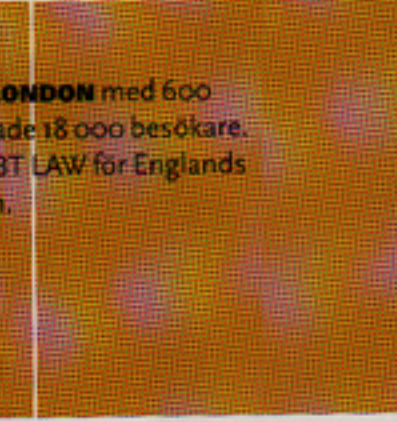
DRAKBÅTSRODD ÄR POPULÄRT Saab Barracuda ställde, väl kaouflerade, upp i Drakbåtsfestivalen i Västervik.



Bofors Underwater Systems tog hem segern i Drakbåtsrodd i Baywatch, på ny rekordtid.



FÖRSVARSMASSAN DSEI I LONDON med 600 utställare från 21 länder lockade 18 000 besökare. Ingemar Andersson visar MBT LAW för Englands försvarsminister Geoff Hoon.



SAAB-MÄSTARE har under hösten korats i flera idrotter, bland annat i golf, pistolskytte och fotboll. Läs mer om Saab-mästerskapen på SaabNet/Personal/Friskvård

Saab-golfen avgjordes den 3 september på Växjö GK. Ulla Bohm blev 3:a i damklassen.

Mästerskapet i pistolskytte den 8 september lockade 17 deltagare, däribland Mats Egnell, Bofors Underwater Systems i Motala.



Regnet öste ner när mästerskapet i fotboll genomfördes med deltagande lag från Linköping, Järfälla och Karlskoga.



Pristagarna i Saab-golfen samlade efter väl förrättat värv.





SAAB

LARS LARSSON GUMAU

RUSSINVÄGEN 5
352 44 VÄXJÖ

35008
LOKAL

POSTTIDNING B
ISSN 1404-9635
SAAB AB (publ)
581 88 LINKÖPING

TILL SIST

Fångad av nätet

Denna gång avser inte rubriken nät av datorer – utan av människor. Fångad avser inte inspärrad eller låst – utan fascinerad.

Av Bengt Halse fick jag våren 2000 det spännande uppdraget att, med stöd av koncernens samlade kompetenser och resurser, skaffa för Saab maximalt intressanta affärer och arbetsuppgifter i samband med de helikopterupphandlingar som skulle göras av försvarsmakterna i de nordiska länderna under de närmaste åren.

De aktuella anskaffningarna av helikoptrar innehöll från början många aspekter när det gällde krav och önskemål och därmed val av leverantörer. Varianterna för vår medverkan var osedvanligt många och osäkra. Därför var det inte givet var i Saabs befintliga organisationsstruktur som arbetet med bl a tekniska lösningar, offerter och andra kundkontakter skulle hanteras. Vi formade därför en särskild, tillfällig, liten koncerngemensam grupp och skapade olika kontaktkanaler till berörda enheter. Från början var tveksamheten uppenbar hos deltagarna i de arbetsgrupper som bildades. Skulle andras prioriteringar gå ut över de egna? De då nyligen sammanslagna Saab- resp Celsius-delarna hade ju tidigare varit konkurrenter i vissa fall. Successivt växte ett förtroende och en dialog fram som har lett till att olika Saab-enheter i samverkan funnit nya, mera konkurrenskraftiga lösningar. Fler och fler saabare med olika kompetenser engagerades i arbetet.

Att få vara med i processen och att få uppleva arbetet i det nätverk som bildades, med många för mig nya saabare, har varit just det – fascinerande. Vilka resurser vi har tillsammans i Saab!

De som känner mig har nog redan undrat varför jag ännu inte använt något bildspråk. Det är alltså dags att anknyta till nätets betydelse ur en klassisk synvinkel – fiskets. Det kan sedan gälla anskaffning av föda direkt eller indirekt i form av affärer. Inte minst i vår bransch. En ensam lina till ett kastspö är i sig en resurs. Får du en knut på den har du ett bekymmer. En långrev har likheter med ett problem i ett förenklat traditionellt organisationsschema. Varje rev gör sitt jobb men man måste se upp så att den inte trasslar in sig i de andra. I ett nät är styrkan just knutarna i hörnen på varje fyrkant och dess kontakter åt olika håll. Över vilka kraften fördelas och totalen förstärks.

Vår huvudkund, den svenska försvarsmakten, inriktar sig nu mot ett nätverksbaserat försvar. Då passar det väl om vi agerar nätverksbaserat mot marknaden. Om vi fortsätter att förstärka våra olika nätverk i Saab-gruppen, så kommer vi att kunna slå knut på våra konkurrenter!

LARS-OLOF LINDERS

Ansvarig för samordning av Saabs helikopterverksamhet



PER KUSTVÄK