

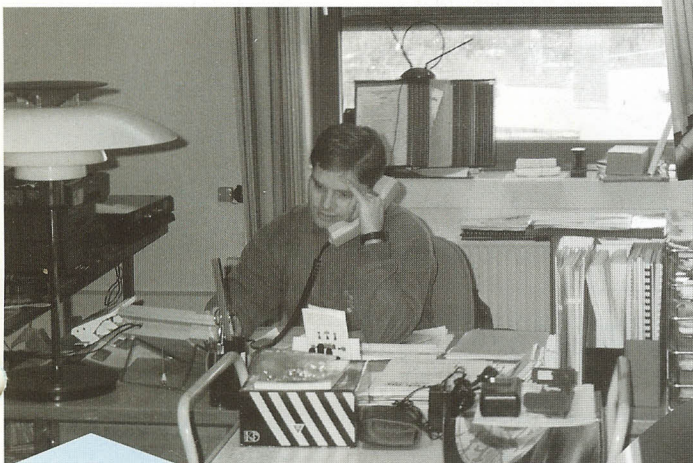
**Aktiviteter  
i Philips  
Danmark A/S  
i 1996**  
*se side 3*

## Customer Day – hver på sin måde

Årets Customer Day den 10. januar var Cor Boonstra's internationale TV-debut – og blev her i Philips Danmark samtidig et eksempel på, hvor forskelligt det samme tema kan gribes an. Nogle afdelinger brugte materialet fra koncernen, mens andre havde planlagt dagen ud fra egne ideer. Og uanset hvad, så lå ønsket om at gøre det bedre for kunden – og dermed i sidste ende for os selv – bag alt hvad der foregik. Vi viser her et par smagsprøver fra Customer Day 1997.



*Cor Boonstra sammenlignede satellittransmissionen i Philips med en tallerken spaghetti, hvor alting er filtreret ind i hinanden. Han foretrak kødboller i stedet, sagde han...*



*Elapparat diskuterede bl. a. afdelingens styrker og svagheder samt muligheder og trusler, og der blev afstukket to fokusområder: Intern kommunikation og entrepreneurship. Her er teamet samlet i demoloeket på 4. sal.*

*Som de foregående år var Anders Søgaard fra Service i Brøndby ansvarlig for teknikken på Industrigården, og havde fulgt testudsendelserne for at sikre sig, at alt var klar på dagen. Her sidder Anders på sin midlertidige kommandocentral på Prags Boulevard.*



*Medico havde inviteret gæster fra Kaospiloterne og fra kundesiden. Her er det Hvidovre Hospitals direktør Torben Stentoft, der forklarer medarbejderne, hvilke forventninger, han har til sine leverandører i almindelighed og Philips Medico i særdeleshed.*

*Consumer Electronics havde – i lighed med flere andre afdelinger – taget udgangspunkt i klimaanalysen og CE's kundeundersøgelser. Ind i mellem spillede medarbejderne Philiball-spillet fra koncernprogrammet. Det så ikke ud til at være kedeligt!*



# En usynlig afdeling i Brøndby

der laver udendørslygter



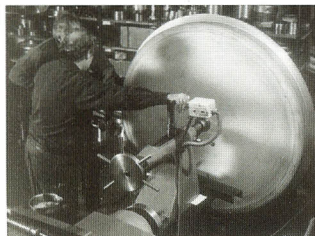
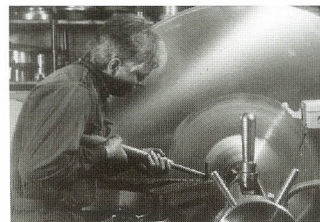
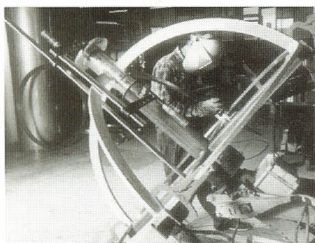
Denne overskrift kunne man med rette bruge om Armaturmonteringen under Lys.

Afdelingen ligger et sted, hvor ikke mange Philipskolleger når ud - nemlig ude i det store DFDS lager i Brøndby. Og tager man derud, undres man umiddelbart over, hvad der foregår i dette tilsyneladende enkle og lavteknologiske produktionsområde.



Men skinnet bedrager. Udviklingsafdelingen var den første i koncernen, der fik et elektronisk PC-baseret udviklingssystem i form af AUTO-Cad.

Og bag den forholdsvis simple produktion skjuler sig et stort antal leverandører, der med avancerede produktionsværktøjer fremstiller samtlige underdele. Produktionsafsnittet er alene en samlevirksomhed, hvorfra underdele fra en lang række leverandører i ind og udland indkø-



bes og samles til færdige belysningsarmaturer.

Produkterne, der bliver til i Brøndby, er primært til det danske marked men eksporteres også i et vist omfang.

Organisationen tæller i dag ca. 18 ansatte, hvoraf hovedparten er i produktionen og resten i indkøb og udvikling. Produktionen er en underafdeling af den kommercielle afdeling Philips Lys A/S.

Produktområdet, der leveres, er udendørs park- og vejbelysning.

Trods massive leverancer af massefremstillede produkter fra koncernens store produktionscentre i Frankrig og Finland er der i Lys-forretningsområdet brug for et produktionssted tæt ved markedet. Opgaverne, der dækkes der, er typisk udvikling og produktion af lokale arkitekters og elværkskunders behov og

ideer. Inden for de sidste år har der udover de danske kunder også været udviklet produkter til tyske og hollandske kunder, og en produktserie den såkaldte Viking Vision (ja - det var faktisk den hollandske kunde, der gav ide til navnet).

Efter at produktionsniveauet for år tilbage var nede på et minimum, er omsætningen de seneste par år vokset til et niveau svarende til en salgspris på ca. 40 mill. kr., altså et ikke uanseeligt beløb. Væksten er kommet i hus på trods af, at en del af produktassortimentet for to år siden blev afviklet til fordel for den finske AEG/Idman fabrik, der egner sig bedre til masseproduktion.

Områder så langt væk som Australien, Rusland og Sydamerika er blevet forsynet med danske lygter. Jovist, der er interesse for dansk design overalt i verden, og kunderne er indstillet på at betale for produkterne netop tilpasset det lokale behov.

Fabrikken i Brøndby konkurrerer ikke på pris men på erfaring og fleksibilitet.

*Mogens Been*

## Som et billede på væggen...

er det indtryk man får, når man ser Philips' nye Flat-TV, som blev præsenteret første gang på CeBIT messen i Hannover i efteråret. Skærmen har en størrel-

se på hele 107 cm, mens dybden kun er omkring 10 cm i modsætning til et konventionelt 25/28" TV, som er ca. 45 cm dybt.



Et så fladt TV kan selvsagt ikke laves med et almindeligt billedrør. I stedet bruges en plasmaskærm, der er bygget op som en sandwich af to glasplader: Et stort antal indlagte elektroder krydser hinanden ved billedelementerne (pixlerne), som hver har en rød, en grøn og en blå celle. Når elektroderne aktiveres med højspænding, dannes der så lysprikker i den rigtige farve og intensitet på skærmen, som tilsammen danner TV-billedet - der selvfølgelig er i bredformat.

Philips Flat-TV har typebetegnelsen 42 PW 9982 og ventes introduceret herhjemme i starten af 1998 til en pris omkring 85.000 kr.

Strømforsyning, TV-tuner og tilslutninger er anbragt i en separat boks, som diskret kan gemmes af vejen i et hjørne af stuen. Plasmaskærmen har fuld VGA-opløsning, og der er stik for tilslutning til en computer. TV'et er derfor også ideelt til multimediepræsentationer fra en PC.

Og det er ikke kun billedet, som er fremragende: Philips Flat-TV har også et Dolby prologic surround sound system, som består af 15 højttalereheder. Lydsystemet leverer hele 120-140 watt RMS og giver den rigtige biograflyd.

*Jannik Bo Rasmussen*





# Aktiviteten i Philips Danmark A/S i 1996

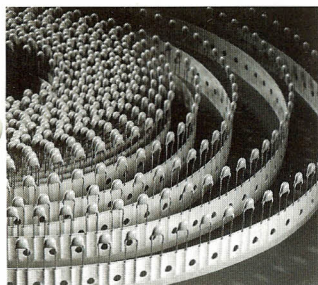


Det samlede salg i 1996 fra Philips Danmark A/S blev på 1328 mio. kr. og fordeler sig således i millioner kroner:

	1996	1995
Philips Danmark A/S, ialt	1328	1248
heraf hjemmemarked	996	1051
eksportmarkeder	332	197



De økonomiske resultater foreligger endnu ikke og offentliggøres efter bestyrelsesmødet i slutningen af april. Det kan dog allerede nu nævnes, at resultatet ikke lever op til budgetterne.



## Hjemmemarkedet

Lysdivisionen har haft et tilfredsstillende år, hvor både omsætning og indtjening var højere end året før – salget i 1996 lå dog en smule under det forventede. Consumer Electronics har derimod haft utilfredsstillende salgstal på et marked, som var i stagnation og hvor priserne generelt er gået ned. Dog er der lyspunkter: markedsandelen for audio-produkterne gik den rigtige vej, og vi er blevet markedsleder på TV-området.

Elapparat har haft et turbulent år, som generelt har været tilfredsstillende. Selv om markedet er gået nedad med 6%, har vi haft stigende markedsandele hos de primære samarbejdspartnere. Og introduktionen af de nye Reflex Action shavere gik over forventning. Medico har haft en nedgang i omsætningen på et presset marked, men ordrebeholdningen er blevet forbedret væsentligt i årets løb.

Components har haft en svag nedgang, men aktiviteten på markedet er nu atter stigende. Telekommunikation's marked var præget af et stærkt pres på priserne. Omsætningen i afdelingen var stigende, mens indtjeningen lå omtrent på det budgetterede. Aktiviteterne i Elektronik Systemer nåede knap den planlagte omsætning, medens driftsresultatet blev noget lavere end forventet



## Eksport

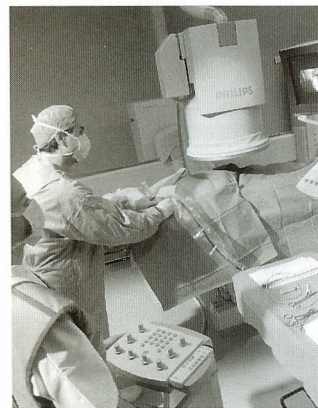
Stigningen i eksporten skyldes, at de nordiske landes lagre på lysområdet nu er blevet samlet i Danmark. PTV har haft et utilfredsstillende år. Det skyldes en svag konjunktur i Frankrig og Tyskland, mens TV-producenterne i Fjernøsten oplever en meget større konkurrence og har udskudt deres investeringer. Lyspunkter var Tyrkiet, Brasilien, Ægypten og Norge, hvor salget var langt over budget. Totalt set var ordretilgangen og salget 30% dog lavere end i 1995.

## Beskæftigelse

Philips Danmark havde ved årsskiftet 422 medarbejdere. Dette er 99 færre end året før, hvad der hovedsageligt skyldes afviklingen af Navigation. Løbende organisationsændringer har også gjort sit til, at antallet af ansatte er blevet reduceret i 1996.

## Forventninger

En svag start på året har været kendetegnende for næsten alle produktdivisionerne, og dette vil efter den første kvartalsrapportering give yderligere pres på omkostningerne, såvel som på forstærkede salgsaktiviteter i resten af året. Der er dog ingen tegn på, at dansk økonomi vil være svagere i 1997 end sidste år, så mulighederne for at indhente det tabte ser ud til at være til stede.



*Willy Goldby*  
Willy Goldby



# Philips Lys A/S

Selvom salget i 1996 ikke levede helt op til forventningerne kan året, der gik, gennemgående betragtes som tilfredsstillende. Det lykkedes nemlig at øge omsætningen 3% i forhold til 1995, ligesom indtjeningen også blev over forrige års niveau.

Året var præget af en mindre vækst i totalmarkederne inden for såvel dagligvare – som professional-området.



En række store anlægsopgaver omkring i og omkring København prægede byggeriet.

Inden for begge områder var der dette til trods pres på vore salgspriser på grund af en meget stor konkurrence.

## Lyskilder

Såvel dagligvare- som professional-området noterede generelt en tilfredsstillende udvikling.

Dagligvareområdet introducere i løbet af året såvel et helt nyt koncept bestående af produkter som nye emballager specielt udviklet til dagligvarebutikker. Disse blev særdeles vel modtaget af de danske indkøbskæder.

På lysstofrørfronten kom den Ny Generation lysstofrør for alvor i centrum, da det som det første i Danmark ikke blev omfattet af restriktioner ved bortskaffelse på grund af det meget lave indhold af kviksølv. Dette har betydet, at netop denne rørtype er blevet foreskrevet hos en lang række kunder.

Også i 1996 var der fra elværkernes side fokus på kvaliteten af lavenergylamper.

I forbrugernes interesse blev der lavet en fornyet test af lamper, hvor vi med Pope og Philips

produktserierne klarede os bedst af alle udbydere. På trods af dette kvalitetsprædikat levede året ikke helt op til planerne. Der blev solgt et betydeligt antal lamper af andre fabrikater til lave priser.

## Armaturer og elektronik

Salget udviklede sig her tilfredsstillende. Efterspørgslen fra specielt elgrossisterne efter volumenprodukterne fra den finske AEG-fabrik steg. Med produkter fra netop denne fabrik sikrede vi os leverancen af belysningen til de københavnske universiteter på over 6.000 armaturer i årets sidste måneder. Væksten i elektronisk styrede armaturer til kontorer og industri fortsatte i 1996, og inden for dette område er vi nu markedsledende med leverancer til såvel egne som konkurrenters armaturer.

På udendørsfronten kom der trods kommunernes pressede økonomi yderligere gang i byforskønnelse. Her er lys ofte et væsentligt element. Specielt København-armaturet og Helioslygten blev til dette formål meget efterspurgt. Disse produkter produceres på Armaturmonteringen i Brøndby.

## Forventninger til 1997

Der forventes igen i år en vækst i det danske belysningsmarked, og vi er med såvel en række produkter som på den markedsføringsmæssige side godt rustet til konkurrencen, der forventes yderligere skærpet.

På produktsiden kan nævnes et helt nyudviklet batteri, POWERLIFE, der introduceres i marts. POWERLIFE, der udmærker sig ved at være væsentligt kraftigere end de største konkurrenters, vil blive markedsført massivt over hele Europa, herunder naturligvis Danmark.

På armaturfronten tages verdens formodentlig mest avancerede udendørs testområde uden for Lyon i brug i disse måneder. På området kan alle facetter af byforskønnelse med lys demonstreres. Denne facilitet planlægger vi brugt som demonstrationscenter for en lang række danske kunder. Vi har grund til at se med optimisme på udviklingen i 1997.

*Mogens Been*

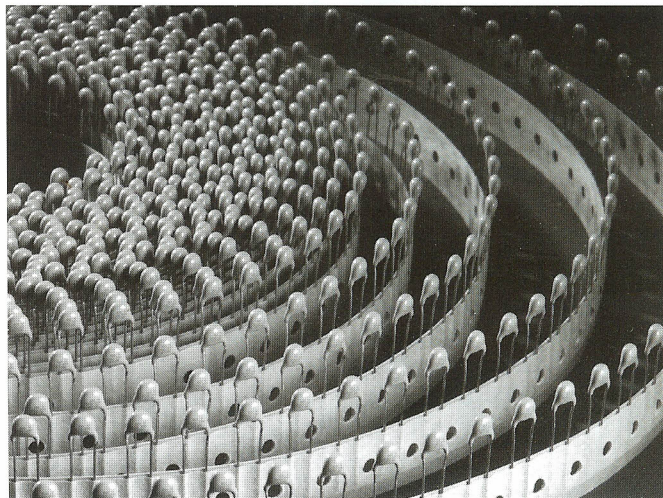
# Components og Semiconductors i 1996

Oven på den kraftige vækst i 1995 opnåede Philips Components A/S en omsætning i 1996, der knap nok nåede niveauet som året før. Dette skyldes dels stor lageropbygning hos vore kunder, grundet de lange leveringstider i 1995, samt faldende vækst i dansk elektronikindustri markeder, herunder Tyskland og Sverige. 1996 var derfor præget af komponentrigelighed på markedet, som resulterede i et 20% fald af markedsprisen på de fleste af vore produkter.

I 1996 blev den endelige opdeling mellem Philips Components og Philips Semiconductors samt deres respektive Front- og Back Offices gennemført.

Siden sidste kvartal af 1996 har vi observeret en stigende aktivitet på markedet, som vi regner med vil fortsætte her i 1997. Dette danner grundlag for en forventning til, at omsætningen her i 1997 vil nå niveauet fra 1995.

*Jørgen Friis/Jan Sørensen*





# Philips Elapparat

I 1996 opnåede vi en stigning i markedsandele hos primære samarbejdspartnere, til trods for en markedsnedgang på 6%. Fokus på produkter med god indtjening og vidtgående besparelser forbedrede vort resultat væsentligt. Et turbulent og krævende år for vor organisation, men vi har i fællesskab nået tilfredsstillende mål.

## Seminarer for vore forhandlere

I samarbejde med Hackman, Inspirations- og Imerco-kæden arrangerede vi en stribe seminarer tilrettelagt for indehavere og førstemænd. Udover de strategiske retningslinier, fokuserede en konsulent fra Tack på øget indtjening i detailledet.

Vi fastede vor stilling som ledende leverandør, skabte gode personlige relationer og har lagt en ny standard for branchen. I eget regi inviterede vi hvidevarerbranchen, samt øvrige isenkræmmere.

## Pilclub-møder

Vi deltog på 13 arrangementer i efteråret, gennem isenkrambranchens Pilclub-møder, hvor vi primært gennemgår produkter og salgsteknik. Tilsammen har vi via Seminarer og Pilclub-møder truffet ca. 750 forhandlere ansigt til ansigt.

## Produktsatsningsområder i 1996

Et nyt koncept indenfor luftrensere blev lanceret. Vi opnåede en højst tilfredsstillende distribution, og betragter dette som et fremtidig vækstområde.

Støvsugerserien »Vision«, som ligger i den høje ende af prisskalaen, har givet os bedre fat om dette segment. En ny-udviklet motor giver os muligheden til at påberåbe os »Europas stærkeste sugestyrke«.

Kaffemaskinen som slukker selv efter to timer, Café Roma Auto-off, har givet os bedre markedsandele og højere indtjening i dette store delmarked.

Introduktionen af Philishave

Reflex Action oversteg langt vore forventninger. Med de nye produkter, som lanceres i foråret '97, er vi på plads med et logisk opbygget sortiment.

## Udvikling i distributions-leddet

Åbningen af Elgiganten, Electric City, og samarbejdet mellem Køkkenland/Super Radio skabte turbulens i det etablerede distributionsmønster. Imidlertid har dette hidtil haft en begrænset betydning i markedet, hvor faghandelen fortsat står stærkt.

## Satsningsområder i 1997

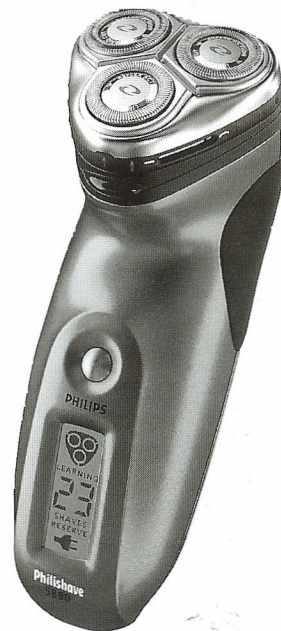
Vi sætter fortsat på uddannelse og tæt dialog med detailledet. Primærområder bliver Philishave, personlig pleje og luftrensere.

Omkostningsniveauet er bragt væsentligt ned, og vort Fokus-program sikrer optimal produktportefølje. Vort håb er at markedet, som er faldet to år i træk, nu vil stabilisere sig, eller vise en svag vækst.

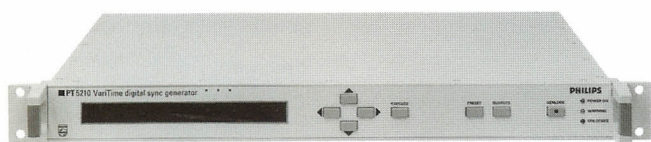
En fusion mellem Service-ringen og Elkøb er et faktum. De-

tailledet arbejder intensivt på fremtidsrettede IT-løsninger og stadig strammere kædekoncepter. En tendens til en polarisering i valg af leverandører vil bidrage til at styrke vore markedsandele, hvilket forhåbentlig vil vise sig allerede i 1997.

Liv-Elin Mietle



# Philips TV Test Equipment A/S



Ligeså positivt som året 1995 har været, ligeså dårligt var 1996 for PTV. Det skyldes en svag konjunktur i Frankrig og Tyskland, mens TV-producenterne i Fjernøsten oplever en meget større konkurrence og har udskudt deres investeringer. Lyspunkter i det mørke år var Tyrkiet, Brasilien, Ægypten og Norge, hvor salget var langt over budget, men totalt set var ordretilgangen og salget 30% lavere end i 1995.

PTV var tvunget til at gennemføre et stramt besparelserprogram, og har afskediget 15 medarbejdere i Brøndby og 7 medarbejdere i salgsorganisa-tio-

nen i Fjernøsten. Alligevel var det ikke nok til at undgå et tab i samme størrelse som PTV's gevinst året før.

## Nye initiativer

Året 1996 var også et år med nye initiativer. På Kundedagen 1996 udarbejdede vi 23 SMART-projekter, som har bidraget væsentligt til forbedringer af de interne forretningsprocesser i PTV. Dette initiativ fortsatte på Kundedagen 1997, hvor vi startede 10 SMART-projekter for at forbedre PTV's nøgleprocesser.

I 1996 har vi set en forbedring i leveringspålideligheden ikke

kun for produkter men også for kalibreringer og reparationer. Et af de svage punkter i PTV er blevet imødegået med introduktionen af et analysesystem, med hvilket PTV's produkt- og markedsstrategi vil blive forbedret. Resultatet var en ny VISTA strategi, som er svaret på kravene fra det hurtigt voksende marked for digitalt TV-udstyr.

## Produkter

Forventningerne er meget høje m.h.t. PT 5210, PTV's VarioTime Digital Sync Pulse Generator, et af de fem nye produkter som er blevet introduceret i september 1996. Med dette produkt, hvorom eksperterne i Tyskland siger, at »det er det bedste på markedet«, vil PTV styrke sin position i TV-studie markedet. Et andet nyt produkt

er PM 5680/924 Multistandard Modulator, som imødekommer kravene fra TV fabrikker verden over.

## Fremtiden

PTV vil fortsatte sin strategi med introduktion af fem nye produkter årligt. Som følge af udviklingen i markedet, skal PTV i fremtiden koncentrere sig om digitale TV systemer til studier og broadcastere. Den højere US-dollar kurs vil give bedre resultater i USA og Fjernøsten, og i Europa vil PTV få gavn af en opgående konjunktur.

Forbedringsprojekterne og en aktiv markedsføring vil i 1997 bringe PTV et trin nærmere til at blive kundernes første valg.

Maurits van Tol



# Philips Medico i 1996

I 1996 blev omsætningen lavere end de forudgående to år, fordi ekstraordinære investeringer i opbygning af undersøgelseskapacitet til hjertekirurgi nu er overstået. Philips Medico A/S har stadig en stærk position i markedet, selv om konkurrencen er hårdere end nogensinde.

## Service

En væsentlig årsag til vor stærke position er, at de danske sygehuse kender os for at levere en meget høj service. Flere og flere udnytter vort tilbud om at indgå vedligeholdelsesaftaler som sikrer, at systemerne har færrest mulige nedbrud og producerer billeder af høj kvalitet. Når et system så alligevel bryder ned, løser vore højt uddannede og specialtrænede serviceteknikere hurtigt og kompetent problemerne.

Service var også i 1996 en væsentlig del af vor forretning og grundlaget for nye ordrer.

## Salg

Mens ordrebogen næsten var tom ved starten af 1996 kan vi glæde os over at ordreindtaget har været mere normalt i 1996.

Vort avancerede digitale system til lungeoptagelser, Thoravision, klarer sig fortsat godt.

Der er solgt tre Thoravision, markedets absolut førende tilbud.

Indenfor gennemlysningssystemer som anvendes til meget forskelligartede undersøgelser, bl.a. af mavetarmkanalen, har

Philips en meget stærk position med 11 solgte systemer.

Der blev solgt en avanceret MR-scanner til det førende MR-center på Skejby Sygehus og i det hele taget kan vi glæde os over et meget godt år for sam-

handelen med Århus Amt, efter nogle år med skuffelser.

Endelig bør det nævnes, at der blev solgt to CT-scannere, to PCR-systemer som ved hjælp af fosforpladeteknik digitaliserer konventionelle røntgenbilleder, samt tre CD-Medical-systemer, der anvender CD-teknologien til at arkivere kardiologiske røntgenoptagelse i både rådata til senere bearbejdning samt i CD-I-format.



*Multi Diagnost 4, som er et dansk produceret gennemlysningssystem, var en af nyhederne fra Philips Medico i 1996*

## Nyheder

I 1996 introduceredes den på billedet viste Multi Diagnost 4, en helt ny produktserie af CT-scannere i den absolutte topklasse samt et samarbejde med en svensk leverandør af EDB-systemer til billedarkivering og kommunikation, som sikrer, at Philips nu har et fuldstændigt produktprogram til den edb-mæssige håndtering af hospitalernes røntgenafdelinger.

## 1997

Indsatsen i 1997 vil blive fokuseret på at fastholde vor meget stærke position i det danske marked med høj service, tillidsfulde relationer til vore kunder og udnyttelse af vort attraktive produktprogram.

*Tom Egelund*

# Philips Elektronik Systemer A/S

Sammenlagt opnåede aktiviteterne i Philips Elektronik Systemer A/S i 1996 lige knap og

nap den planlagte omsætning, medens driftsresultatet blev noget lavere end forventet på

grund af en række organisatoriske tiltag, som ikke var planlagt på budgetteringstidspunktet. Man kan sige, at de eksterne forhold var som forventet, medens den interne situation i høj grad blev præget af organisationsændringer og udvidelse af salgs- og serviceorganisationen.

Således blev den tidligere afdeling for sikrings- og lydssystemer (CSS) opdelt i to forskellige aktiviteter, nemlig (det nye) CSS, der markedsfører sikrings- og lydprodukter til grossister og systemfirmaer, og Philips Projects (PP), der markedsfører nøg-

læfærdige løsninger til slutbrugere. Det nydannede Philips Projects overtog i løbet af foråret 1996 AVS-afdelingen i firmaet Max Manus i Århus, hvilket medførte at PP kunne etablere en salgs- og serviceafdeling i Philipshuset i Århus. Disse ændringer medførte mange omflytninger og organisationsændringer, hvilket som sagt forklarer overforbruget af omkostninger. Til gengæld står disse selskaber (CSS og PP) i en meget bedre markeds-mæssig position for fremtiden, og der regnes med en kraftig stigning i omsætningen i 1997.

*fortsættes næste side*





Philips Elektronik Systemer A/S er IE's salgsselskab i Danmark, og for tiden repræsenterer vi følgende aktiviteter:

#### Analyse (AXR og EO)

Dette forretningsområde omfatter røntgenanalyseudstyr og elektronmikroskoper, som aftages af forskningsinstitutioner og større industrikunder. Området havde et godt år i 1996 og forventningerne til 1997 er positive.

#### Communication & Security Systems (CSS)

Som følge af det ændrede forretningsgrundlag kan man van-

skeligt bedømme, om 1996 var et godt eller dårligt år, men udsigterne for 1997 er lovende, dels på grund af styrkelsen af salgsafdelingen og fokusering af salgsarbejdet, dels på grund af et stigende marked for overvågningsudstyr.

#### Electronic Manufacturing Technology (EMT)

Afdelingen markedsfører maskiner og produkter til montage af printplader til elektronikindustrien. Efterspørgslen i 1996 var god, og også i 1997 forventes en positiv markedsudvikling. EMT i København fik i 1996 ansvar

for koordinering af EMT's aktiviteter i hele Norden.

#### Elektronisk Vejning (EW)

Afdelingen sælger vejeceller og komplette veje- og doserings-systemer til industrielle kunder. Markedet var i 1996 meget "dødt" i de første 3-4 måneder, og det lykkedes ikke at indhente efterslæbet i løbet af resten af året. Markedsforholdene i 1997 forventes igen på det "normale" niveau.

#### Philips Projects (PP)

Forretningsområdet omfatter overvågning og adgangsstyring, lyd anlæg og voice logging, som

sælges i form af nøglefærdige løsninger til industri og institutioner. Markedet er i kraftig vækst, og styrkelsen af organisationen, dels med flere medarbejdere og dels med åbning af afdelingen i Århus, betyder, at forventningerne til 1997 er store. PP i Danmark, som er den største afdeling i Norden, har også ansvar for koordinering af PP aktiviteterne i Norge og Sverige.

*Preben Hejberg*

## Philips Telekommunikation A/S



*Tele markerede sig i 1996 to gabge på udstillinger i Bella Centret - som her på NETVÆRK '96 i foråret*

For et år siden kunne vi i Philips Tele notere os for en flot omsætningsfremgang på 18%. Tro det eller ej, vi har gjort det igen. Omsætningsfremgangen fra 1995 til 1996 var på ... 18%!

Denne fremgang er ekstra flot set i lyset af stærkt stigende priser på næsten alt det, vi har med at gøre. Jeg tror, jeg kan tale på alle medarbejderes vegne, når vi føler, at vi skal løbe hurtigere

og hurtigere. Det siger vores nye præsident jo også - citat: »Doing more with less« - citat slut.

Det skal ikke være nogen hemmelighed, at 1997 vil kræve hurtigløb, der nærmer sig Kipketer-standard og stram styring af ressourcerne for at nå de mål, vi har sat os.

#### Organisation

Alle ved, at der i 1997 internationalt vil være stor fokus på hvert eneste forretningsområde i Philips. Der vil blive stillet strenge krav til effektiv organisation og en effektiv kontrol af forretningsområderne. Vi tror ikke, at det vil betyde så meget for os i Danmark, da vi allerede i dag i stor udstrækning kører efter disse principper. Vi har allerede nu oplevet, at underskudsgivende forretningsområder bliver solgt fra eller lagt sammen, således at Philips som helhed kan forblive et sundt foretagende.

#### Telefoncentraler og datakommunikation

Vores serviceafdeling inden for telefoncentraler udvikler sig positivt efter planen med flere og flere servicekunder. Desuden er det lykkedes os at være med i meget spændende projekter. Vi kan nævne et netværk bestående af ca. 70 telefoncentraler til Sparekassen Nordjylland. Vi har etableret et interessant netværk hos Slagelse Tekniske Skole i en kombination med tele- og dataudstyr.

Til Danmarks og Grønlands Geologiske Undersøgelser har vi også leveret et interessant projekt baseret på en blanding af telefoni og data.

Dansk Pelsauktioner fik ligeledes installeret et Philips SOPHO iS3000 telefonsystem med ca. 200 trådløse DECT håndsat.

Vi har opdateret vores største servicekunde - Danmark Tekniske Universitet i Lyngby - til sidste nye turbomodel. Det er en reference, vi også internationalt er meget stolte af.

Endelig kan vi nævne det sidste større projekt i et spændende samarbejde med Semco, som endda har været i TV-Avisen, nemlig et helt netværk til Holstebro Kommune baseret på vore telefoncentraler. Og ikke nok med det - vi har mange spændende projekter i støbeskeen for 1997.

#### Øvrige produkter

Vore leverancer af øvrigt udstyr omfattende bl.a. kabler af alle mulige kategorier samt professionelt elektronisk udstyr til telenettene er også i 1996 forløbet særdeles tilfredsstillende.

Det er typisk forretningsområder baseret på et mangeårigt godt samarbejde, hvor vi også har stor glæde af Philips navnet i relation til kvalitet og professionalisme.

På trods af den turbulente tid, vi går imøde, ser vi på 1997 med fortrøstning.

*Finn H. Nielsen*



# Philips Consumer Electronics

Salget i 1996 levede ikke helt op til forventningerne. Dette skyldes en stagnation i markedet, samtidig med en generel nedgang i priser. Parallelimport fra elektronikgiganterne fremprovokerede prisuro, samtidig med aggressive prissætninger. Traditionelle produkter såsom TV og video har fået tilspist sig store markedsandele, og Philips er nu markedsleder på TV.

Video fabrikkerne blev flyttet i 1996, og derfor oplevede vi leveringsvanskeligheder der resulterede i mindre salg. Men vi kan med tilfredshed se på vores forbedringer i 1996, og ser optimistisk på 1997. Vores kunder anerkender vores organisationsændringer, og vi arbejder på at forstærke vores position i markedet.

## Sound

Sound lider stadigvæk under præference problemer. Men nye og hårdtslående produkter i 1997 ventes at slå igennem på markedet. Vi forventede en for-

handlerændring i 1996, men denne ændring ser vi først i 1997. Vores indsalg til butikkerne er i rivende udvikling, og vi har haft en stigning i markedsandel på 1% i 1996.

## Vision

»TV of the year 95/96« effekten har slået igennem. TV er blevet markedsleder, samtidig med at flere high-end produkter bliver solgt. Philips planlagde stor vækst på Wide-screen markedet, og dette er også sket. Philips' TV-teknologi er i særklasse, og dette blev også understreget over for faghandelen. Vi forventer endnu en vækst i 1997, specielt på high-end produkter.

## DVD

Et nyt og spændende produkt, som vi blive lanceret i andet halvår af 1997. DVD er bedre kendt som »Digital Versatile Disk«, og kan indeholde op til 173 minutters spillefilm eller musik. DVD vil blive lanceret

når software er tilgængeligt. Der er mange delte meninger om DVD, men Philips mener at det er fremtidens videomaskine. Philips har valgt at være tilbageholdende, det er ligesom "hønen og ægget, hvad kom først".

## Consumer Communications

Consumer Communications bygger især på tre produktgrupper: mobiltelefoner, trådløse telefoner og telefax. Nye produkter i forbindelse med Philips Consumer Communication har først været tilgængeligt for det danske marked i 2. halvår 1996. »Fizz« solgte 37.000 stk., hvor december isoleret set var bedste måned med markedsandel på 20 %.

## Car Stereo

Det totale marked vokser i takt med det store danske bilsalg men også grundet nye features i bilradioerne. RDS, CD, CD-changer pakker er de produkter/features, der får markedet til at vokse. Philips følger denne

vækst og er i gang med at udvide salget gennem nye kanaler.

## Tape & Tilbehør

Omsætningen herhjemme af tape lider nu for fjerde år i træk af den særlige danske lovgivning, som er med til at skabe parallelimport. Leverandørerne, inklusive Philips, forsøger at presse myndighederne til at justere til europæisk norm, og der er tegn på, at det vil lykkedes.

Tilbehør er en god og overskudsgivende aktivitet. Salget er specielt stigende indenfor hovedtelefoner og universelle fjernbetjening.

## Fremtiden

Vi vil i 1997 forøge vores markedsandele på samtlige områder, og vil lægge vægt på vores kvalitetsbetonede produkter. Vores markedsføringsaktiviteter vil være meget målrettede og relevante, og vil blive tilpasset den forventede markedsituation. Så vi har vind i sejlene og ser optimistisk på 1997.



Philips fik igen i sæsonen 1996/97 den europæiske pris »Årets TV« – denne gang for dette 28" widescreen TV med 100 Hz billedrør og Natural Motion teknik.







# Farvel til Philips i Jenagade!

Efter lang tids forhandlinger er ejendommen Jenagade 22 solgt pr. 1. januar 1997. Det nye ejerskab deles mellem Metronome Ejendomsadministration A/S og Tele Danmark A/S.

Produktionen under Philips Navigation i Jenagade stop-



pede den 31. dec. 1996, og de sidste medarbejdere har nu forladt området. Børnehaven/vuggestuen i Nyrnberggade 33 er ikke omfattet af salget og er fortsat en Philips-ejendom. Philips-Butikken vil indtil videre forblive i de nuværende lokaler, men nu som lejer.

## SMD-Centret bliver til TV-studier

Som nogen måske har bemærket, har et entreprenørfirma siden januar været i gang med at nedrive nogle af de gamle bygninger på området. Haug-bygningen ud mod Jenagade, som bl.a. har rummet undervisningslokaler, tillidsmandskontor, bibliotek og senest billard- og bordtennisrum, er således blevet jævnet med jorden.

Den bygning bagest på grunden, hvor SMD-centret lå, er blevet delvist nedrevet. Her vil der blive bygget studier med forbindelse til den gule B-bygning, og den tilbageværende del af bygningen kommer til at rumme teknikrum, omklædningsrum, værksteder o.lign. Ifølge planen skal TV-transmis-

sionerne fra området begynde allerede i efteråret 1997.

Også den gamle, rødbrune shedtagsbygning midt på arealet, hvor der senest har været lager, er faldet for gravemaskinerne.

I selve B-bygningen, der bliver bevaret, bliver der indrettet publikumsfoyer i stueetagen. Her vil der blive optaget programmer som Jeopardy!! og Morgen-TV med Michael Meyerheim.

Førstesalen kommer til at rumme TV5 – Danmarks nye sportskanal – der ledes af Preben Elkjær.

## Radio 2

E-bygningen ud mod Strandlodsvej – hvor Nokia boede en overgang – er overtaget af Tele Danmark. Her skal den ny »Radio 2«, som bl.a. får Jørn Hjørtning bag mikrofonen, etableres.

Så selv om det hele ser kaotisk ud i øjeblikket, kommer byggeriet til at gå stærkt hen over sommeren, og inden for et år vil det til sidst halvtomme fabriksareal været forvandlet til et stort og spændende medicenter.

*Jannik Bo Rasmussen*





# Philips Navigation i 17 år

*Den sidste Navigator med Philipsnavnet, ap navigator MK10 DGPS Professional, blev lanceret i 1996*



del baseret på signaler fra satellitter i stedet for fra DECCA-systemet.

Sideløbende med navigatorerne producerede Philips Navigation fra 1990 også systemer til kommunikation via satellit-disse Satcom-systemer kunne f.eks. bruges til at sende telex-meddelelser mellem et skib og dets rederi. Satcom-delen af Navigation er nu afviklet og overført til det danske firma Thrane & Thrane, på hvis licens vi fremstillede produkterne. Dette firma har fået overdraget samtlige lagre, udstyr m.v., og overtager samtidig serviceforpligtelserne overfor vore Satcom-kunder.

Navigator-delen er solgt til vores mangeårige samarbejdspartner Leica, som viderefører udviklingen og produktionen af navigatorene – fortsat under AP navnet, men nu med adresse i Herlev. Leica har planer med produktet, der således lever videre i bedste velgående, og vil også ekspandere på nye markeder.

*Jannik Bo Rasmussen*

Med afviklingen af Navigation er en epoke slut for Philips i Danmark, og et af de kendte danske Philips-produkter sælges og videreudvikles nu i nyt regi i Herlev. Navigatoren blev undfanget allerede i 1978, hvor to

danske Philips-ingeniører fik ideen til at databehandle signalerne fra det radiobaserede system til positionsbestemmelse, som siden 2. Verdenskrig havde været kendt under navnet DECCA.

En laboratiemodell var klar i Julen 1979, og den første kommercielle udgave blev lanceret i foråret 1981. Siden gik det slag i slag med stadig mindre, billigere og bedre udgaver, og i 1991 kom den første GPS-mo-

*Sidste mand rydder op: Niels Søgaard og E. Martinus Andersen fra Philips Navigation fejrer gulvet i de nu tomme produktionslokaler på 1. sal i Jenagade*





# Nye ansigter i Philips

Vi siger velkommen til disse 10 nye medarbejdere, som er tiltrådt i perioden 2. december 1996 til 1. marts 1997:



**Liz Andersen**  
er 10. februar startet som logistikassistent i Medico



**Rasmus Nordestgaard Jensen**  
er 1. marts startet som storkundekonsulent i Consumer Electronics.



**Tommy Andersen**  
er 6. januar startet som projektleder i Elektronik Systemer.



**Ernst Dalsgaard**  
er 27. januar startet som projektleder i Elektronik Systemer.



**Bjørn Andersen**  
er 1. marts startet som reklameassistent i Lys.



**Thomas Wilken Jensen**  
er 1. marts startet som intern supporter i Medico.



**Carsten Lemann Hansen**  
er 6. januar startet som systemkonsulent i Origin.



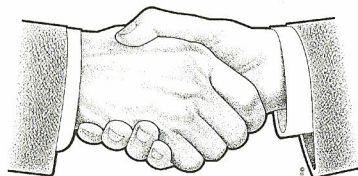
**Karina Remming**  
er 27. januar startet som salgs- og marketing-assistent i Origin.



**Martin Bruun**  
er 1. marts startet som servicetekniker i Medico



**Trine Lundø Olsen**  
er 1. marts startet som systemkonsulent i Origin.



## Tak til Bj

Henning Bjerno, som var redaktør af Philiskopet i mange år, har siden været med i redaktionen til udgangen af 1996, hvor han gik »rigtigt« på pension.

Henning, du får hermed en varm tak for din store indsats fra os der er tilbage på bladet. Vi håber, du nyder friheden – det har du fortjent!

*Redaktionen*

## Philips i medierne

*Også i den kommende tid vil Philips være synlig både i TV og i de trykte medier. Her er nogle af de aktuelle reklameaktiviteter i divisionerne:*

### Philips Consumer Communications

har reklamekampagner for SparK mobiltelefoner og den tilhørende First Choice garantiordning i både dags- og fagpressen indtil udgangen af juni. Der vil også være TV-reklamer for begge dele fra nu af til slutningen af april.

### Philips Lys

introducerer den nye Power Life batteriserie i TV i uge 15, 16, 17 og 19. Der kommer trykte reklamer i maj/juni. De nye batterier

har en hidtil uset levetid, og sloganet er derfor »varer op til dobbelt så længe som de hidtil stærkeste«.

### Philips Consumer Electronics

udarbejder nye features og derfor også nye kampagner. Foråret står på Incredible sound kampagner på mini/mikro anlæg og Wide-screen kampagner på TV. Efteråret vil være spækket med biograf-spots samt internationale Eurosport reklamer.

*Jannik Bo Rasmussen*



Vi søger nye skribenter til Philiskopet! Skulle der være nogen, der kunne tænke sig at være med til at præge bladets indhold, så henvend dig snarest til redaktionen.

# HJÆLP