

PRKI strømlinet

Omstruktureringen i Jenagade tilpasset de tre nye produktlinie-aktiviteter

– Vi har fået en mere strømlinet organisation i Jenagade, fortæller Cor Coenraads og ser ud til at have det godt med den nye struktur.

Det startede med en omlægning i Communication Systems divisionen, hvor vægten blev lagt på forretningsenheder – Business units – som byggeblokke. Ved den lejlighed blev det daværende PRCS – Philips Radio Communication Systems – delt op i et privat og et offentligt område.

Det offentlige område omfatter to store virksomheder, Philips Kommunikationssystemer AG (PKI) i Nürnberg, og Philips Radio Kommunikationsindustri A/S (PRKI) i København. PKI er eksperter i at lave telefoncentraler og faste installationer til mobiltelefoner, og det vil de fortsat beskæftige sig med.

Det bliver vores opgave at markedsføre, udvikle og fremstille bærbare og mobile telefoner til de offentlige telefonnet. Dertil kommer en ganske betydelig

aktivitet indenfor navigationsudstyr og satellit kommunikation, fortsætter Cor Coenraads.

– Alle tre områder er i stærk fremgang, og især vores navigatore har gode udsigter. Den nye *Pleasure Boat Navigator*, der anvender satellitter til at bestemme sin position, åbner nye og spændende markeder. Den blev lanceret ved en stor udstilling i London i februar, og den blev meget godt modtaget.

Organisationen i Jenagade er blevet mere strømlinet og er skabt i lyset af, at der er tre produktaktiviteter. Alle tre linier er repræsenteret med marketing, produktion og udviklingsprojekter.

Alle de øvrige aktiviteter er støttefunktioner, som har til opgave at yde den bedste service til de nævnte hovedaktiviteter.

Projektorganisationen arbejder på tværs og skal samle indsatsen fra indkøb, produktionsforberedelse, produktion og marketing i udviklingsarbejdet.

Philips i 1990

Se side 5–12



Cor Coenraads er tilfreds med de ændringer, som er sket for fabrikken i Jenagade.

De personer, som er samlet til et sådan udviklingsprojekt, bliver så vidt muligt placeret, så de er fysisk samlet.

– I produktionen bliver der nu lagt vægt på at holde de samlede omkostninger nede. Det betyder ikke altid at effektiviteten skal være høj inden for de enkelte del-aktiviteter, det er helhedsbilledet som tæller. Det, vi især ønsker, er at vores kunder oplever, at vi er gode. Vi måler, hvor sikkert vi leverer til vore kunder, uden fejl og uden forsinkelser.

Cor Coenraads forklarer, at de ændringer som er sket, indgyder en tillid til fremtiden. De første små resultater er begyndt at vise sig, men der er lang vej endnu. Jeg er dog ikke i tvivl om at vi nok skal få succes – ved fælles hjælp! slutter Cor Coenraads.

Jacob Johnsen

København blev nordisk center for Philips medico-aktiviteter

Det nordiske center for salg og service af koncernens medico-aktiviteter er pr. 1. februar placeret i København. Samtidig er chefen for Philips Medico Systemer A/S, direktør Henning Christiansen, udnævnt til nordisk chef.

Når det nordiske center er placeret i Danmark, ligger det dermed i en af de nationale organisationer, som på dette produktområde virkelig har en betydelig andel af markedet og dermed i en slagkraftig organisation.

En bekræftelse på afdelingens

effektivitet fik Henning Christiansen og hans medarbejdere, da de sidste år blev tildelt den eftertragtede »Sales and Service Award«, der én gang årligt uddeles inden for produktdivisionen Philips Medical Systems.

Den nordiske medico-organisation består af cirka 175 medarbejdere og henter langt den største del af omsætningen ved salg af røntgenudstyr og elektro-medisk udstyr til hospitalsverdenen.



Henning Christiansen
– ny nordisk Medico-chef.

Det skrev vi

for 50 år siden:

Fra Sparsommelighedens Overdrev

Man kan ogsaa overdrive Spareten-denserne ved at anvende for smaa Lamper. I Opholdsstuer og til Arbejdsbrug, hvor man burde have 40, tidligere har haft 25, og med Kniberi kan klare sig med en 15 Dekalumen Lampe, er det lige ødelæggende for Humøret, Arbejdsevnen og Øjnene at anvende lamper med endnu mindre Lysstyrke.

Mr. Tips

for 40 år siden:

Feriereglementet

På samrådsmøderne har der været drøftet en forbedring af feriereglementet og bestyrelsen har fået gennemført, at alle medarbejdere – uanset hvilken stilling de indtager indenfor koncernen – ved en alder af – for kvindelige medarbejdere 50 år og for mandlige medarbejdere 55 år – forudsat en anciennitet på 20 år – opnår 4 ugers ferie, ligesom alle medarbejdere efter 25 års anciennitet, uanset alder, automatisk opnår 4 ugers ferie.

for 25 år siden:

PPR hæver prisen på festbilletter

Middagen til generalforsamlingen der tidligere havde været gratis, vil nu komme til at koste 5 kr. Prisen for middagen til andespillet vil uændret være 13 kr. pr. deltager, og de to plader til de første ti spil, skal for fremtiden betales med 2 kr. hver. Natmaden vil fortsat koste 5 kr.

for 10 år siden

Det var en historisk dag, da KTAS og Philips Telekommunikation A/S forleden kunne indvi en ny teknik til overførsel af telefonsamtaler. Philips har leveret systemet, der ved hjælp af glasfibre skal overføre telefonsamtaler mellem Albertslund og Vallensbæk. Strækningen, der er på 7½ km, er den første i verden, leveret af Philips, der anvendes i normal drift.

Redigeret af Lena Tolstrup



Kasper K. Barfoed (t.v.) og Peter J. Bang fra navigator-gruppen med »ap navigator PGS«.

Satellit navigator fra PRKI

Nu introduceres »ap navigator GPS« til det satellitbaserede GPS-navigationssystem

Philips ap-navigatører har nu været i produktion siden 1981, og vi har i dag en markedsandel på det europæiske marked på 60–80% og er dermed markedsledende på dette område.

Vore hidtidige navigatører har anvendt signaler fra det landbaserede Deccasystem, som stammer helt tilbage fra 2. verdenskrig, hvor den første Deccakæde blev etableret i forbindelse med den allierede landsætning i Normandiet i 1944 – bedre kendt som D-dag.

System med 24 satellitter

Decca-systemet, der i dag dækker hele Nord-vest Europa, er i disse år ved at blive afløst af det satellit-baserede GPS-system. GPS der står for Global Positioning System vil, når det er endeligt udbygget, bestå af 24 satellitter der kredser omkring jorden i 6 baner. Systemet vil give mulighed for navigation 24 timer i døgnet over hele kloden med en nøjagtighed for militært brug på ca. 16 meter og for civil brug på ca. 100 meter.

For at imødekomme denne udvikling blev der tilbage i 1987 etableret et samarbejde med det amerikanske Philips-firma Magnavox omkring udvikling af en GPS navigator til lystbådsmarkedet. Baggrunden var at Magnavox regnes for førende indenfor udvikling af

satellitnavigationsmodtagere, og vi regnes som en af de førende virksomheder inden for udvikling af user-interfaces for lystbådsnavigatører.

Første apparater er produceret

Dette samarbejde har nu udmøntet sig i vores første rigtige GPS navigator – Philips ap navigator GPS – og der er i de seneste måneder blevet arbejdet på højtryk i fabrikken for at få produktionen startet op, og vi begynder nu at se de første apparater trille af båndet.

Parallelt med dette arbejde har navigatøren gået sin sejrsmarch fra den ene europæiske bådudstilling til den anden gennem de seneste to måneder. Programmet har set ud som følger – Paris, London, Düsseldorf, Göteborg, Mechelen, Helsinki, Fredericia, Amsterdam, Oslo, Stockholm, Istanbul og sådan vil det fortsat gå slag i slag resten af året.

Overvældende fin modtagelse

Den hidtidige modtagelse af både presse og branchefolk har været overvældende, og der er næppe nogen tvivl om, at den nye ap-navigator GPS vil bringe os sikkert ind i en ny æra for ap-navigator og for elektronisk navigation generelt betragtet.

Kasper K. Barfoed

Fokus på kunderne

Nyt træningsprogram skal omfatte alle ansatte i de kommercielle grupper og stabsafdelinger

Vor økonomi i Philips er helt afhængig af, at kunderne ønsker at købe vore produkter.

Vi ved, at det er meget andet end selve produkterne, der afgør, om kunderne vælger Philips. Det kan være vor leveringspræcision, eller det kan være nogle af de øvrige områder, hvor kunderne forventer en god betjening fra os både før og efter salget.

Vore kunder har flere valgmuligheder end nogensinde, når de skal vælge, hvad de vil købe, og hvem de vil handle med.

Det er derfor afgørende, at vi gør det mere attraktivt for kunderne at handle med Philips end med vore konkurrenter.

Hvordan gør vi det?

Det spørgsmål behandles på 3 to-dages seminarer for ca. 45 af vore ledere.

Seminarerne ledes af vore egne medarbejdere, og bagefter er det planen, at de, der har deltaget, skal bearbejde de samme problemer i deres egne grupper, således at alle bliver involveret i projektet.

Alle skal nemlig være med. Det kræver team-work at give den rigtige kundeforretning. Alle har fra deres arbejdsplads indflydelse på det endelige resultat, som det opleves af kunderne.

Og husk, at det er kunderne, der afgør, om vi gør det godt eller ej.

Dette projekt har en masse med vor kvalitetsindsats at gøre. Det har imid-

lertid et mere klart udgangspunkt i kundernes ønsker, og det giver os mulighed for igen at få vort kvalitetsarbejde op i omdrejninger.

På vore to fabrikker er man midt i meget langsigtede kvalitetsprogrammer, så derfor vil de ansatte i disse to områder ikke blive direkte berørt af det nye træningsprogram, men begge fabrikker har deltagere på seminarerne for evt. at kunne plukke gode ideer.

De tre seminarer afholdes 8.-9. februar, 15.-16. februar og 8.-9. marts, og derefter fortsætter programmet i de enkelte afdelinger.

Lad os hjælpes ad med at skaffe masser af tilfredse Philips kunder.

Jøgen Hegelund

Løste opgaver med stor entusiasme

Det første af de tre workshops eller kurser om totalservice, »Fokus på kunder«, blev holdt fredag den 8. og lørdag den 9. februar.

»Fokus på kunder« er udarbejdet af marketingdirektør i Philips Components A/S, Kurt Andersen, og Jette



Workshop-deltagerne gik til opgaverne med stor entusiasme på to dage og en aften. Her er diskussionen i gang i plenum.

Holm fra uddannelsesafdelingen. Til indledning blev syv nye værktøjer gennemgået. De skal anvendes til den videre proces med at skabe langt større kundebevidsthed og kundetilfredshed i kontakten med Philips.

Deltagerne lærte at bruge disse værktøjer på de to dage (incl. en aften). Der er sjældent set så stor entusiasme ved løsning af stillede opgaver – selv om deltagerne i begyndelsen var lettere forvirrede over, at det kun var værktøjer, man fik serveret, og ikke færdige forkromede løsninger. Dem skal deltagerne nemlig selv arbejde sig frem til.

Ved at lytte til intense diskussioner efter at opgaveløsningerne var præsenteret, kan det konstateres, at disse opgaver ramte noget meget vigtigt i vor kundebehandling – eller mangel på samme.

Ved afslutningen af det første kursus blev deltagerne enige om, at nu så man meningen og den røde tråd i hele workshop'en.

Det er måske måden at få gang i bedre kundeservice, nu hvor det rigtigt gælder.



Deltagerne i den første »Fokus på kunder« workshop med Kurt Andersen ved tavlen.

Sprogundervisning og baggrundsmusik

Philips Interaktive Media Systemer tager sig af salget i hele Norden

To interessante Philips-produkter, der stort set er ukendte for de fleste medarbejdere, vil i de kommende måneder blive mere synlige, når aktiviteten omkring »baggrundsmusik og sprogsystemer« bliver væsentligt udvidet.

De to produktområder har holdt flyt-
tedag nogle gange i de senere år. Først lå de i Philips Elektronik Systemer A/S, så flyttede de til Philips Datasystemer A/S – og nu ved årsskiftet indgår »Philips Interaktive Media Systemer« som en afdeling i Philips Radio A/S.

Fra afdelingen på Industrigården i København styres hele aktiviteten i Norden af marketingchef Henning Silfverberg, der her fortæller om produkter og strategi:

Ventemusik på telefonen

I kender allesammen det ene af vore produkter, måske, i supermarkedet. I lytter til det hver dag, i supermarkedet, på hotellet, ja selv Kræftens Bekæmpelse anvender det til at skabe et behageligt miljø for deres sterile dyr. Det er det, vi kalder »Baggrundsmusik«, som består af afspilningsudstyr og musik på bånd og CD. Vi bruger det også her i »Huset«, både som ventemusik på telefonen og som hyggelig baggrundsmusik i »Philips Inn«, Philips egne repræsentationslokaler på Industrigården.

Men hvad er nu årsagen til, at vi bruger musik på den måde?

Ganske enkelt fordi det er umuligt at få så meget musik fra f.eks. radioen, men også fordi vore kunder med musikken ønsker at skabe et bestemt miljø, og

her er musikken – i lighed med lys og farver de muligheder – vi har.

Den anden årsag er spørgsmålet omkring afgifter på musik. Her betaler det sig at have musik, der er frikøbt til det te formål. Vort bibliotek indeholder ca. 30.000 melodier.

Lær 17 sprog med Philips

Det andet produktområde er Philips sprogsystemer. For mange nok et ukendt produkt, men en del kender det dog alligevel, som nogle af de hjælpe-midler, uddannelsesafdelingen kan tilbyde en medarbejder, der vil lære et nyt sprog.

1991 bliver virkelig året, hvor vi bliver synlige på markedet, fordi vi for første gang i aktivitetens 25 års historie kan tilbyde produkter til privatmarkedet. Tildd på hele 17 sprog.

Hele markedet for sprog er i en eksplosiv udvikling, og vi kan inden længe tilbyde sprogsystemer fra ca. kr. 200,- på CD'er, til en kombineret diktér- og sprogbandoptager med kursus til ca. kr. 2.500,-.

Styringen sker i København

Alle produkter fra Interaktive Media Systemer distribueres igennem agenter i hele Norden. Styring af sprog- og musikaktiviteterne sker her fra København.

I København er det Winnie Hansen, der sammen med mig har kontakten til de seks agenter, der sælger baggrundsmusik, og de fire agenter, der har ansvaret for sprogsystemerne.



Henning Silfverberg i afdelingen for Philips Interaktive Media Systemer sammen med Winnie Hansen, der er ved at afprøve en af de nyeste musikkassetter, der sendes ud til supermarkeder og hoteller.

Kuponmagasiner, direct mail, telemarketing, er nogle af de ingredienser, der anvendes for at gøre opmærksom på vore produkter. To gange årligt møder vi agenterne for at planlægge, hvilke produkter, der skal sælges og hvilke medier, der skal anvendes.

Omkring fem uger før en kampagne går i gang, udarbejdes en produktionsplan, der omhandler antallet af maskiner, vi ønsker at sælge, samt hvilke sprog og niveauer, der forventes at indgå i kundernes ønsker.

Samme dag sendes denne oversigt til fabrikerne, der begynder at producere varerne. Den dag kampagnen starter, leveres varerne til agenterne, og de skal være solgt ca. 4-6 uger efter.

Stabile leverancer

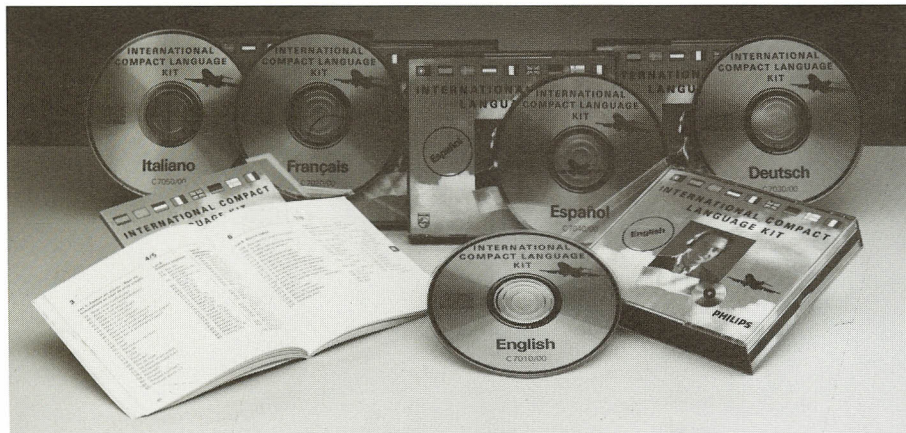
Stabile vareleverancer er for enhver salgsorganisation en uhyre vigtig del af dens evne til at gøre sig gældende overfor konkurrenterne, men naturligvis har pris og kvalitet også indflydelse.

Specielt i den måde, vi markedsfører os på, er det vigtigt at kunden får sine varer kort tid efter, man har besluttet sig. Derfor går alle leverancer færdigpakke fra fabrikken til København, hvorfra de så sendes videre til agenten.

Det er naturligvis meget vigtigt, at de varer, agenten modtager, er de varer han har bestilt, for der findes ingen lager i København, så det kræver virkelig erfaring at planlægge sine indkøb, og at overvåge leverancerne, så de kommer til tiden.

Dagligdagen er et parløb

Man må nærmest betragte afdelingens dagligdag som et parløb. Medens jeg besøger agenterne, er det Winnie Hansen, der alene må klare de hjemlige aktiviteter. Men vi har begge lært at håndtere afdelingens forskellige funktioner, lige fra at sende et musikprogram til en kunde, der har glemt at bestille musik til den franske uge, til at få oversat diverse brochurer til de nordiske sprog eller til at bestille varer på Philips produktcentre i Holland eller Schweiz, slutter Henning Silfverberg.



Philips sprogsystemer findes i dag på 17 forskellige sprog, både på Compact Cassette og på diktere-kassetter – og som det sidste nye, foreløbig på fem sprog, nu også på Compact Disc.

Philishave fortsat førende på det danske marked

Tilbagegang i det totale forbrug af elprodukter til husholdning og personlig pleje

Efter et par år med stagnation herhjemme oplevede branchen i 1990 en egentlig tilbagegang på 12 procent i det totale forbrug af elprodukter til husholdning og personlig pleje. Som den største udbyder på det danske marked blev Philips Elapparat også berørt af denne udvikling, selv om det via nyintroduktioner og aktiviteter lykkedes at holde vor tilbagegang på et noget mindre niveau end totalmarkedets. Også i 1990 øgede vi derved vor markedsandel.

Shavere var en af de grupper, hvor markedet viste størst tilbagegang. På grund af de nye Philishave Mascu-line modeller bevarede Philips sin position som førende på markedet.

Også solarier blev ramt af nedgangen i det private forbrug, men vi er fortsat den dominerende udbyder af solarier til hjemmebrug.

I 1990 blev der introduceret en række nye produkter til personlig pleje, som alle blev godt modtaget, og som bidrog til at befæste vor position på markedet.

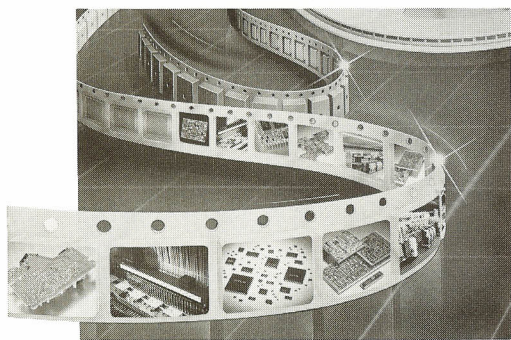
Husholdningsapparater viste også totalt en tilbagegang, men grupperne el-kedler og dampstrygejern udviklede sig positivt, og inden for begge grupper øgedes vor markedsandel.

Forventningerne til 1991 er, at markedet vil forblive uændret i forhold til året forud, og at Philips med en række nye produkter og en fortsat udnyttelse af det nuværende sortiment uændret kan bevare sin position på markedet.



Top-modellen i den nye Philishave Mascu-line serie.

Godt salg af komponenter i et stagnerende marked



Salget af SMD-komponenter til overflademontering er i rivende fremgang og var med til at sikre en stigning i det samlede komponentsalg i 1990.

Stor stigning i salget via distributører

Året 1990 udviser en lille stigning i omsætningen i forhold til 1989. Omsætningsfremgangen giver ikke noget entydigt billede af markedsudviklingen, da omsætningen er sammensat af op eller nedgange inden for de forskellige sektorer.

Udviklingen i markedssektor »underholdningsindustri« viser for 1990 en mindre tilbagegang i forhold til 1989 på ca. 5%. Det skyldes en nedgang i produktionen hos vore kunder, mere end det skyldes en ændring i vor markedsandel. I denne sektor tror vi ikke på

nogen øget aktivitet i 1991, men vi vil arbejde på fortsat at opretholde vor pæne markedsandel.

På det professionelle elektronikfabrikantmarked startede 1990 med en stor omsætningsfremgang i første halvår. I andet halvår viste der sig en tilsvarende tilbagegang, så året sluttede stort set uændret fra 1989. I 1991 imødeser vi en meget moderat aktivitet, som betyder at vi vil få vanskeligt ved at opretholde omsætningen på det nuværende niveau.

Det område, der virkelig har vist fremgang i 1990, omfatter salget gennem vore distributører. Omsætningen i denne sektor er steget med 35% i forhold til 1989, og vi forudser en stadig stigning i 1991, selvom vi mener, den bliver noget mere moderat end i 1990.

Philips har nu 1/4 af farve-TV markedet

Også video-siden blev en succes i 1990

1990 blev et succes-år for radio/TV/video-branchen med den største omsætning nogensinde.

For Philips Radio A/S blev det også året over alle år. Vi genindtog pladsen som den førende leverandør herhjemme af de såkaldte »brunevarer«.

Bortset fra et udvidet marked og en engageret medarbejderstab var det først og fremmest farve-TV, der skabte denne succes. Gennem hele 1990 har vi haft en andel af markedet på mere end 1/4. Det er baseret på et bredt program, spændende fra 3" LCD-TV til 46" Super-screen projektions-TV. I årets sidste kvartal blev der lanceret en landsdækkende kampagne for Matchline-TV, også omfattende kraftig reklame-TV dækning både i TV-2 og en række lokal-TV stationer. Det gav omgående en øget efterspørgsel, der langt oversteg vore forventninger.

Også på video-siden blev året en succes med en øget omsætning, der var baseret på et program med noget for enhver pengepung. Vi måtte dog notere et mindre fald i markedsandel.

På camcorder-området blev konkurrencen meget hård. Selv om vi fik et øget antal modeller, lykkedes det os kun med besvær at bevare vor position.

I audio-gruppen oplevede vi et stabilt marked, dog med en vis vækst inden for »transportabel lyd«. Også her bevarede eller udbyggede vi vor andel af markedet. Undtaget herfra er Compact Disc afspillere, der kom under et prismæssigt pres fra vore konkurrenter. Med vort nye One-Bit CD-koncept og et bredere Hi-Fi program ser vi dog meget positivt på situationen ved indgangen til 1991.

I 1990 sagde vi farvel til Marantz-produkterne efter et år med omsætningsmæssig succes. Overflytningen til B&O hilser vi dog velkommen, både på vegne af Marantz og ikke mindst Philips Hi-Fi, der nu ikke længere skal leve i skyggen af Marantz i vort firma.

I detalilledet tog udviklingen fart i 1990. Bilka, Super Radio med flere skabte en ny – og ikke altid hensigtsmæssig – priskonkurrence i markedet. Vi er imidlertid meget tilfredse med vort indtog i disse salgskanaler, idet de er og vil være en naturlig del af fremtidens distribution af underholdnings-elektronik. Ved at være med fra starten får vi et erfaringsmæssigt forspring, samtidig med at vi sikrer os en stærk placering i disse »nye« salgskanaler.

For Dux-produkterne omlagde vi i 1990 vor distribution. I Vest-Danmark

En af nyhederne i Philips omfattende farve-TV program – der spænder lige fra 3" LCD-TV til 46" Super-screen projektions-TV – er dette 14" »Your TV«, der viser, at Philips både er pioner inden for TV-teknologien og inden for design.



foregår den nu alene via Lars Rosenmeier A/S i Nørre Sundby og i Øst-Danmark via vore Service-Centre. Denne omlægning sammen med en heraf følgende tilpasning af omkostningerne gjorde året til en succes for Dux-mærket, der nu i øvrigt ikke længere har

audio på programmet. På audio-siden vil vi i stedet i 1991 introducere Magnavox med en række prisaggressive produkter inden for transportabel lyd.

Med vor markedsposition og vort produktsortiment venter vi, at også 1991 bliver »året over alle år«.

Bedre kvalitet gav mindre service-aktivitet

Tre provinsværksteder blev lukket

Kvalitetsforbedringerne på konsumentvare-området (radio/TV, husholdningsapparater m.v.) fortsatte i 1990 med mindre salg af reservedele og lavere aktivitet på værkstederne til følge. Det resulterede blandt andet i lukning af tre provinsværksteder.

Der blev i årets løb investeret i en række nye aktiviteter, blandt andet faciliteter til reparation af personal computers og mobiltelefoner. Denne øgede fleksibilitet kan danne baggrund for en mere rationel værkstedsdrift.

De kommercielle aktiviteter viste et tilfredsstillende resultat. Specielt var det glædeligt, at vi bevarede vor markedsandel på båndmarkedet, hvor en pæn vækst desværre resulterede i pris-krig.

Moderniseringen af vort landsdækkende net af Service Centre fortsatte. I

1990 blev yderligere to af centrene bragt op til en højere standard.

Radio-, hvidevare- og computer-brancherne var alle præget af faldende avancer, og det satte også sine spor i den omsætning, der blev opnået på centrene.



Blandt det omfattende tilbehør til TV, video og stereoanlæg sælges stereo-hovedtelefoner i stort omfang, her en halvåben professionel digital udgave.

Godt salg i energisparepærer

– men aktiviteten i byggebranchen gik helt i bund

Salget for Philips Lys A/S nåede i 1990 næsten samme niveau som året forud. Det dækker over en meget tilfredsstillende afsætning af produkter til dagligvaremarkedet og af lyskilder til elbranchen, men et utilfredsstillende resultat for projektsalg til såvel den offentlige som den private sektor.

Kampagnerne for lavenergilamper, der påbegyndtes i 1989, fortsatte i 1990 med stor succes. Resultaterne viste sig tydeligt. Årets første kampagne blev gennemført af NESAs, og i årets sidste måneder foregik det i ELSAM-regi. Desværre bevirkede manglende leveringer, at vi ikke fik optimalt udbytte af NESAs-kampagnen. Ind mellem de to kampagner blev den nye generation af lavenergilamper introduceret. Den elektroniske udgave er endnu mindre end før, og den mekaniske har fået et designmæssigt lift. Begge dele var med til at stimulere interessen for disse produkter.

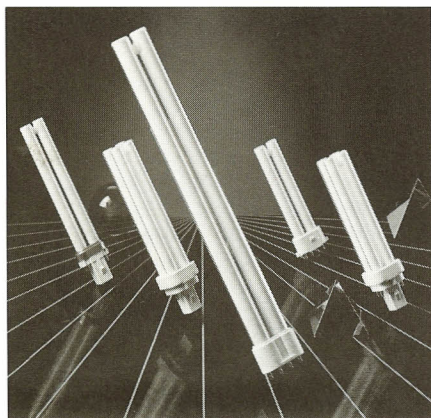
Takket være lavenergilamperne og Softone gik salget til dagligvarehandelen fint. Også salget af batterier gik pænt.

Som så mange andre virksomheder blev Philips Lys påvirket af de faldende aktiviteter i byggebranchen. Niveaulet faldt mere end de mest pessimistiske forudsigelser. Vi tror, at bunden er nået, men venter dog ingen reel fremgang før i 1992. De offentlige investeringer var i 1990 under det foregående års niveau og var med til at øge den negative udvikling specielt vedrørende vejbelysning.

Blandt de større armaturprojekter, vi afleverede i 1990, kan nævnes Slagelse Sygehus, Balticas nye hovedsæde og Fynsværket. På Fynsværket blev der installeret cirka 4.000 højfrekvensarmaturer. Vort nye højfrekvenssystem sikrer et flimmerfrit lys fra lysstofrørerne samt stor energibesparelse og en mulighed for regulering af lysniveauet.

For at sikre, at der vælges den rette type lysstofrør, gennemførte vi i årets løb en gennemgående kampagne »Du trives bedst i det rigtige lys«. I alt for mange lokaler sidder lysstofrør med for dårlig farvegengivelse – med kedelige miljø og dårligere trivsel for personalet som resultat. Der kan allerede nu spores positive resultater af denne kampagne.

Vi venter i 1991 et fortsat pænt salg af de nye energisparende lyskilder, ligesom batterimarkedet tegner lovende. Projektmarkedet er stadig afventende og bliver næppe større end i 1990. Dog ser vi gode muligheder for øget salg af højfrekvensudstyr. Programmet af sikkerhedsbelysning er nu komplet, og der vil for disse produkter åbne sig nye muligheder i 1991.



Programmet af energibesparende PL-lamper er nu komplet, efter at 4-stifts versionerne af PLS og PLC til elektronisk forkobling er kommet til.



Christian den 4.s mastekran var mellem årets mere markante belysningsprojekter. Den belyses af White SON projektør-lamper.

Ny medico-teknik til danske hospitaler

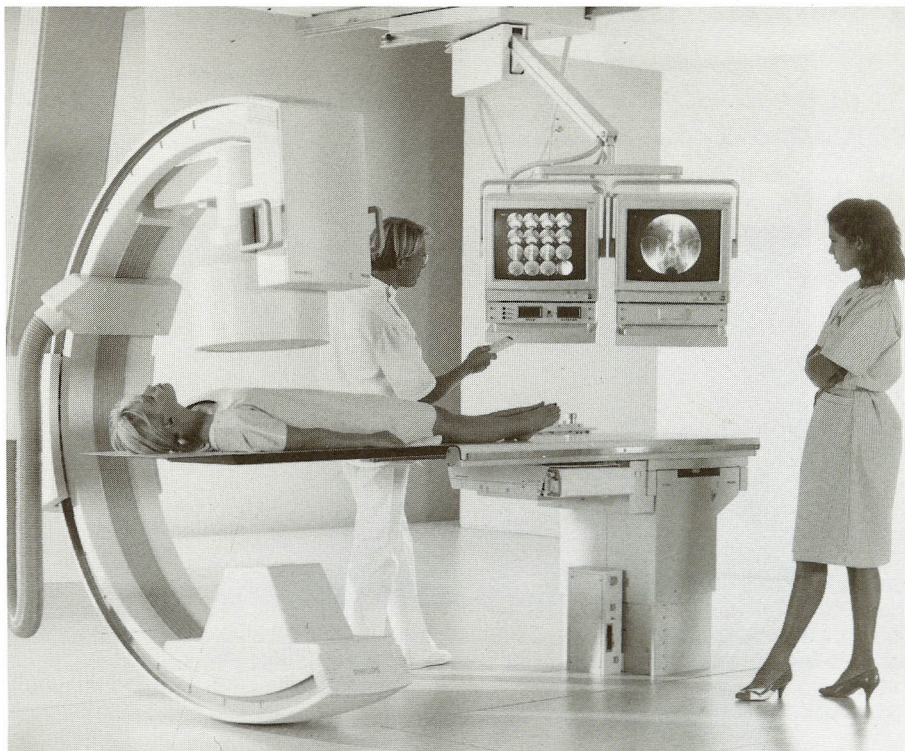
Gode forventninger til 1991

1990 blev ligesom det foregående et godt år for vore medico-aktiviteter.

Til Hvidovre Hospital har vi leveret og installeret Skandinaviens første INTEGRIS C 2000. Det er et komplet angiosystem til specielt vasculære undersøgelser. Systemet benytter en ny digitalteknik, der klart viser billederne af blodkarrene, samtidig med at optagelsen finder sted. Diagnosen kan derfor stilles på stedet uden først at skulle producere røntgenfilm.

På Odense Sygehus har vi afsluttet leverancen af endnu en CT-scanner og har endvidere opnået ordre på en MR-scanner til levering i foråret 1991.

Forventningerne til 1991 er positive, blandt andet fordi flere hospitaler har udskudt en del større projekter til 1991.



Skandinaviens første INTEGRIS 2000 system er leveret til Hvidovre Hospital.

Uændret salg af industriel elektronik

SMD-monteringsmaskiner med i salgsprogrammet

Salget af industriel elektronik i Philips Elektronik Systemer A/S gik pænt i 1990 og lå på samme niveau som året forud. Den begrænsede investeringslyst herhjemme giver anledning til at forvente nogenlunde samme omsætning i 1991.

I Industriautomations-gruppen forløb salget af elektroniske vejesystemer og procesregulering jævnt. Der har ikke været salg af større projekter, da indsatsen har været lagt på mindre systemer og indirekte salg via OEM-kunder og forhandlere. Denne omstrukturering ventes at give en øget omsætning i 1991. Ved årets begyndelse indledtes en ny aktivitet med salg af SMD-monteringsmaskiner. Denne aktivitet gik over al forventning. Der blev solgt og installeret anlæg til Brüel & Kjær og Brodersen Teknik med flere. Der er særdeles gode forventninger til 1991.

Analysegruppen havde et særdeles gunstigt år, blandt andet med levering af to 200 kV elektronmikroskoper samt flere avancerede røntgendiffraktometre til industrien. Der er også sket leverancer af udstyr, der er eksporteret til Sydamerika og Rusland. Med stigende investeringslyst og et nyt højteknolo-

gisk produktprogram er vore forventninger store på dette område.

Måleinstrumentgruppen havde et salg af næsten samme størrelse som året forud i et faldende marked, og vi er stadig Danmarks største leverandør af professionelt test- og måleudstyr.

Sikrings- og Lyd-gruppen opnåede et særdeles tilfredsstillende salg af pro-

fessionelle flerkanal-båndoptagere til bankverdenen. Det kunne dog ikke opveje en vigende omsætning inden for de øvrige produktgrupper, så det samlede salg for gruppen blev mindre end året forud. Årsagen findes blandt andet i nedgangen inden for bygning af erhvervsejendomme og i tilbageholdenhed i offentlige investeringer.



I begyndelsen af 1990 indledtes en ny aktivitet med salg af SMD-maskiner. Salget gik over al forventning.

Eksporerten af professionelt TV-måleudstyr faldt i 1990

Ny prøvebilledgenerator introduceret

Udflytningen af Philips TV Test Equipment A/S fra Amager til Brøndby i efteråret 1989 åbnede nye muligheder for aktiviteten, der omfatter udvikling, produktion og international markedsføring af højprofessionelt TV-måleudstyr.

Tildelingen af Philips Quality Award ansprede til at fortsætte indførelsen af »Totalkvalitet« i hele virksomheden. I 1990 gennemgik alle medarbejdere en uddannelse i kvalitetsprincipper, og mange – både store og små – kvalitetsprojekter er gennemført. Det største projekt var FMS (Flexible Manufacturing System), hvormed man opnår en væsentlig reduktion af gennemløbstiderne i produktionen. Den positive effekt heraf er samtidig opnåelse af forbedrede leveringstider og færre varer i arbejde.

Året 1990 indledtes med en stor ordrebeholdning. Ordretilgangen i løbet af året har imidlertid været vigende, og ordrebeholdningen ved udgangen af året er dermed nedbygget. Det har derfor været nødvendigt at tilpasse produktionskapaciteten til det lavere niveau.

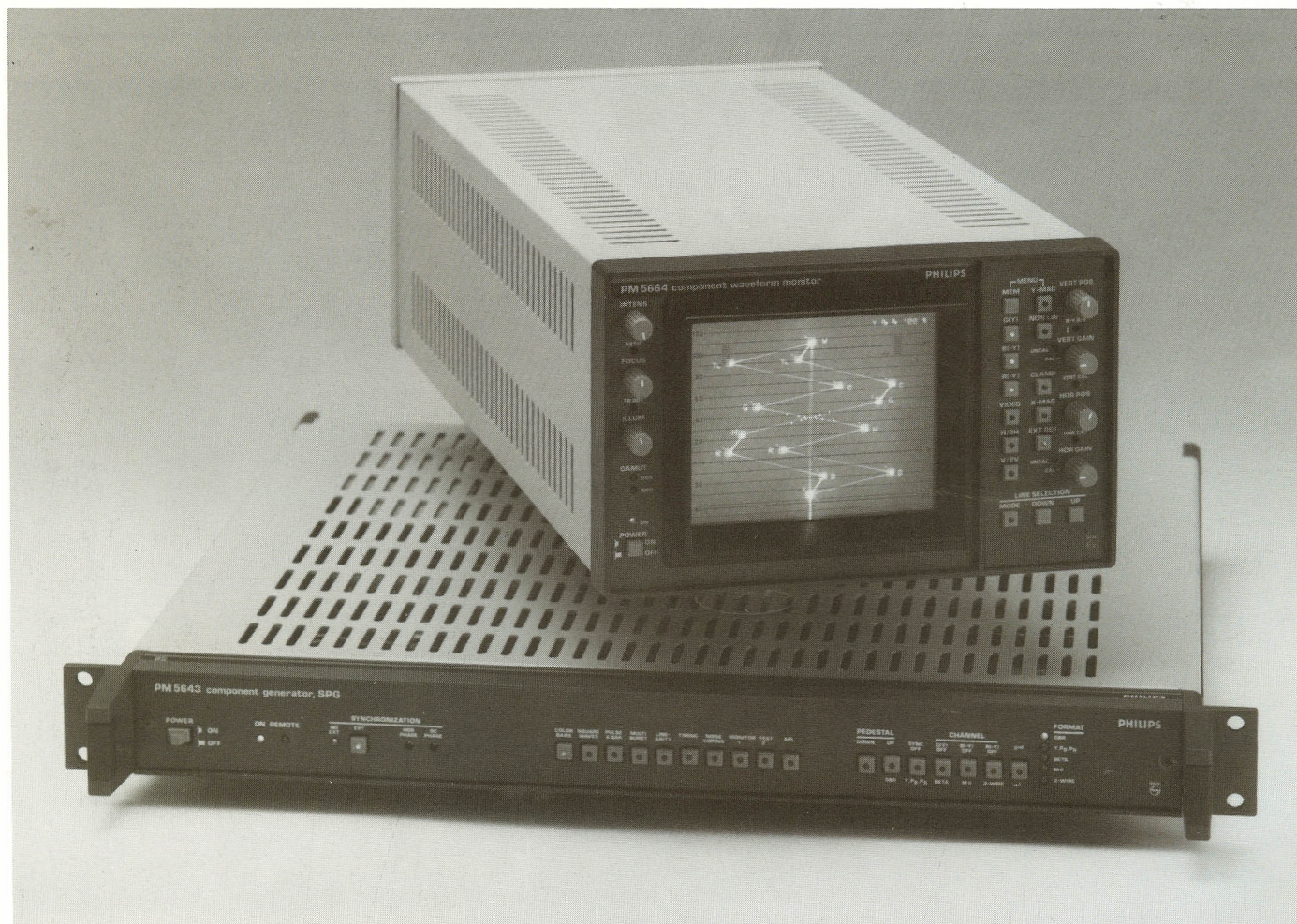
Flere nye apparater blev introduceret. PM 5664 Component Waveform Monitor og PM 5643 Component Test Signal Generator henvender sig til det voksende studiemarked. Det velkendte Philips prøvebillede blev erstattet af en ny, mere prisbillig enhed, PM 5644 Pattern Generator, der samtidig yder bedre kvalitet og større fleksibilitet end forgængeren.

Inden for systemer lå hovedvægten på udviklingen og lanceringen af et integreret system til kvalitetstest af TV-modtagere. Dette system er udviklet i samarbejde med de kinesiske myndigheder og er allerede solgt til flere TV-fabrikker i Kina.

Udsigten for 1991 er relativt pessi-

mistisk på grund af det svage marked. Den komplicerede internationale politisk-økonomiske situation har en negativ effekt på investeringslysten. Af væsentlige årsager hertil for PTV kan nævnes eftervirkningerne af oprøret i Kina i 1989, den negative vækst i England og USA samt den spændte situation i Golf-området. I sidste halvdel af 1991 ventes dog en svag bedring.

Philips TV Test Equipment A/S vil i den nuværende situation fokusere på en forøget markedsføring og intensivring af kundeservice.



En af årets nyheder fra PTV-fabrikken: PM 5664 component waveform monitor, der er beregnet til det voksende studiemarked.

Udvidet ansvar for udvikling og produktion af mobiltelefoner

Ny navigator til satellit-navigation

Philips Radio Kommunikations Industri A/S fik ved årets slutning overdraget den internationale concerns ansvar for udvikling, produktion og markedsføring af analoge mobiltelefoner, et ansvar som tidligere har været placeret i Cambridge, England.

Den største produktion på fabrikken i København har bestået af håndportable telefoner, kendt som Philips Personal Phone. De fremstilles i to udgaver til henholdsvis det nordiske NMT-system og til TACS-systemet, som først blev indført i England, men senere er taget i brug andre steder i Europa. På grund af omlægninger i produktionen af mobiltelefoner blev eksporten ikke på samme høje niveau som året forud.

Årets start blev præget af en stor modificeringsopgave som følge af en ny kundeservice, som de nordiske teleadministrationer havde indført. Hvad der i starten så ud til at blive et tilbageslag rent kundemæssigt, blev vendt til en succes med mange positive reaktioner fra vore kunder – ikke mindst takket være en stor og professionel indsats fra vore medarbejdere.

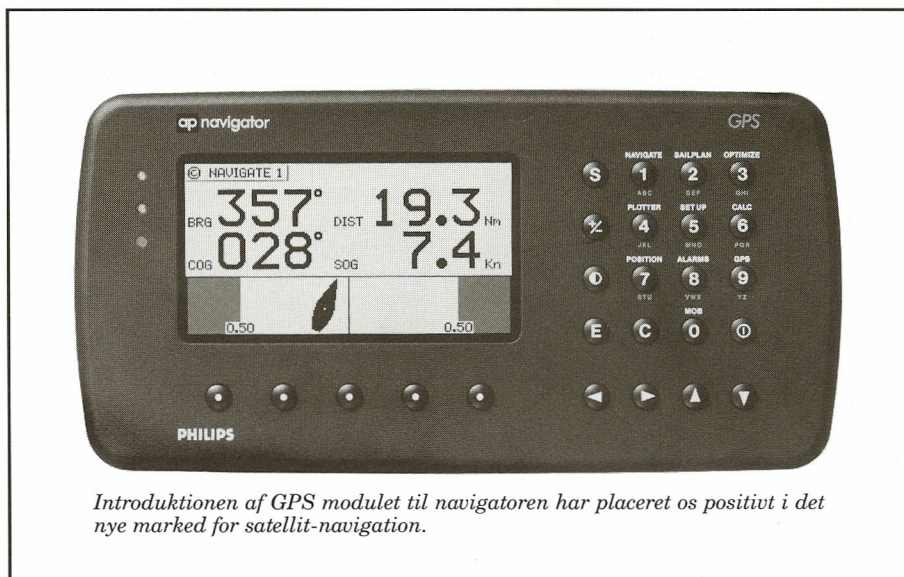
Udviklingsafdelingen afsluttede midt på året arbejdet med den næste generation af traditionelle mobiltelefoner. Modellen PR50, der sælges på flere markeder i Europa, blev fremstillet på Philips' fabrik i England. Herhjemme fortsætter aktiviteten med udvikling af de modeller, som skal på markedet i løbet af 90'erne.

For navigationsgruppen blev året meget tilfredsstillende. Vore basisprodukter, ap navigatorene, opnåede øget andel i et stabilt marked.

Introduktionen af GPS (Global Positioning System) modulet til vor navigator-topmodel MK5DS har placeret os positivt i det nye marked for satellit navigation. Vore forventninger her er store, idet vi ved årsskiftet har introduceret en nyudviklet high-end navigator til GPS og registreret en særdeles positiv modtagelse blandt vore distributører i Europa af dette nye produkt, som vil blive markedsført som »ap navigator GPS«.

Der er i 1990 indgået samarbejde om udvikling og produktion af et nyt satellit kommunikations-koncept, SAFECOM, som vil tilføre os både know-how og omsætning i det maritime og landmobile kommunikationsmarked.

Også i 1991 venter vi en god og attraktiv udvikling for navigatorgruppen.



Introduktionen af GPS modulet til navigatoren har placeret os positivt i det nye marked for satellit-navigation.



SAFECOM – det nye kommunikations-koncept vil tilføre os både know-how og omsætning i det maritime og landmobile kommunikationsmarked.

Vanskeligt år inden for radio- og telekommunikation



Den dansk-udviklede mobiltelefon PR50 blev introduceret i slutningen af året og ventes i 1991 at være med til at øge vor markedsandel.

Ny mobiltelefon introduceret

1990 blev et utilfredsstillende år for Philips Communication Systems A/S for salget herhjemme både på radio-kommunikations- og telekommunikationsområdet.

Inden for telekommunikation satte liberaliseringen sit præg på aktiviteterne, både i positiv og i negativ retning. På den positive side tæller, at vi leverede et stort antal telefoner af typerne Impuls 3 og Impuls 13 til de fire danske telefonselskaber. Desuden forløb introduktionen af mindre telefoncentraler meget tilfredsstillende. Det er de såkaldte Team telefonsystemer med indtil otte byledninger og 24 lokal-linier. Liberaliseringen skabte også den fordel, at nye salgskanaler for vore produkter åbnedes.

Den negative effekt af liberaliseringen var den større konkurrence såvel på produkter som på pris, specielt på de private telefoncentraler.

Leverancer af øvrigt teledstyr som

telekabler og basisstationer til det nordiske mobiltelefonnet er forløbet som ventet.

Totalmarkedet for mobiltelefoner steg cirka otte procent. Det var en glædelig udvikling efter flere års stagnation. Samtidig fortsatte de senere års prisfald med uformindsket styrke. For Philips blev året utilfredsstillende med et fald i markedsandel på cirka fire procent. Det skyldes blandt andet manglende leverancer.

I slutningen af året introducerede vi en ny, danskudviklet mobiltelefon, PR50. Salgsresultaterne for dette produkt, der har flere tekniske finesser, ventes at slå fuldt igennem i 1991 og øge vor markedsandel.

Afsætningen af landmobilradioer som f.eks. Falck's Hjemmeplejesystem, blev bedre end forventet, mens øvrige systemleverancer ikke gik som forudset.

Navigationsinstrumenter til lystbådmarkedet blev igen i 1990 en succes. »ap navigatorerne« består nu af et produktprogram, der omfatter alle segmenter i markedet.

Store ændringer for Philips Datasystemer

Nu også service på dataudstyr af andre fabrikater

Der blev i årets løb gennemført store organisatoriske ændringer i Philips Datasystemer A/S. Som konsekvens heraf blev salget væsentligt lavere end oprindeligt planlagt.

Salget af minicomputere var hidtil foregået direkte til brugerne. Denne aktivitet havde gennem længere tid været tabsgivende og blev derfor stoppet. Salget af minicomputere vil i fremtiden ske gennem forhandlere inden for branchen. Også salget af Philips optiske datalagringsprodukter som f.eks. CD-ROM, Laservision og CD-Interactive vil fremtidig ske gennem forhandlere.

På PC-området, hvor Philips nu har et meget fint produktprogram, ændredes salgsstrukturen. Afsætningen foregik tidligere hovedsagelig som direkte salg til de firmaer, der var brugere af anlæggene. I de senere år er der imidlertid sket en dramatisk udvikling i den del af salget, som foregår gennem forhandlere, således at denne del af salget blev langt den overvejende. Denne ændring af afsætningsmønstret – kombineret med at det direkte salg gennem længere tid har været urentabelt – førte til, at markedet herhjemme fremtidig vil blive betjent gennem forhandlere og

større kæder. Det sker fra årsskiftet gennem »Philips Home Office« i Philips Radio A/S. Også aktiviteten med »Baggrundsmusik og Sprogssystemer« indgår nu i Philips Radio A/S.

Service og vedligeholdelse af Philips

dataudstyr har volumenmæssigt ligget på samme niveau som året forud. Ved årsskiftet 1990/91 har afdelingen udvidet aktiviteten til også at omfatte service og vedligeholdelse af dataudstyr af andre fabrikater.



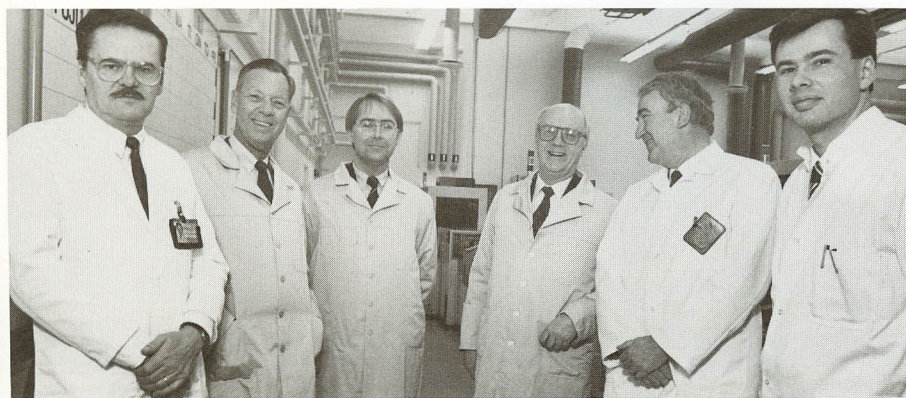
På PC-området har Philips nu et meget fint program. Fra årsskiftet foregår salget fra »Philips Home Office«-gruppen i Philips Radio A/S.

Finn Hougaards 40 års jubilæum: Receptionen for centerleder Finn Hougaard fredag den 14. december blev indledt med en lykønskning fra hans kolleger fra de mange år i Philips Components og i Philips Service Center. Fra dem fik han blandt andet et stort ønske opfyldt om en højtryksspuler, som han glad viser til fru Birgit og den nuværende og de to tidligere Philips Service chefer, Dennis Nielsen, Therkild Burkal og Peter Afzelius. Senere kom mange af Service Centrets kunder, og gavebordet med dets mange vinhilsener viste, at det var en populær jubilar, der fejrede sin mærkedag hos Philips.



Arne Jans' 40 års jubilæum: Ved en uformel, uhøjtidelig og morsom sammenkomst i København den 15. januar lykønskede gamle venner Arne Jans på hans jubilæumsdag. Det uformelle skyldes, at han som nordisk controller for lysgruppen hører hjemme i Stockholm, hvor han fejres officielt. Men på nær de sidste få år har Philips Danmark været hans hverdag, og de mange deltagere viste da også, at han stadig er husket herhjemme. Blandt dem er fra højre Kurt Lind, Bente Schneider, Henry Bertelsen og Henning Friis. Gaven bestod blandt andet af Pope-bøjler, skakbræt og lysestage.

KTAS på Philips-telefonkursus: Philips Communication Systems er i disse måneder i gang med at introducere en ny SOPHO-K telefoncentral og tilhørende terminaler. (Terminaler er i fagsprog det rigtige udtryk for telefoner). Systemet er udviklet til små og mellemstore virksomheder. Salget vil både foregå til telefonselskaberne og til det øvrige nu liberaliserede (frie) marked. Det er vigtigt for sælgerne at være godt orienterede om systemerne, hvorfor Philips har arrangeret et heldags-undervisningsprogram. Her er det KTAS-medarbejdere, der er på besøg på Industriegården, hvor (fra venstre) Finn H. Nielsen, Peter Miedema og Johnny Frost var værter og undervisere.



Ambassadør-besøg i PRKI: Den hollandske ambassadør, W. Sinninghe Damste, var onsdag den 13. februar gæst hos Philips Radio Kommunikations Industri A/S, hvor han fik en orientering om udvikling og produktion i mobiltelefonaktiviteten. Fabriksrundgangen gik blandt andet til SMD-centret, hvor driftsleder Kim Hjeremind (til højre) viste rundt. Fra venstre ses produktionschef Tom Lytzen, ambassadøren, handelsråd Peter Nordermeer samt direktørerne Jørgen Hegelund og Cor Coenraads.

Tankespind ved et produktionsbånd

Som lovet i vores interview med Gerda Frederiksen i forrige nummer af Philipskopet har vi besøgt en montrice i fabrikken i Jenagade.

– Jeg vil gerne være med! Det var også på tide at I begyndte at interessere jer for os! lægger Anni Jensen ud, med et smil på læben. Anni har været hos Philips siden 1969. Med over 20 år i firmaets tjeneste har Anni set mange forandringer, og hun lægger ikke fingrene imellem når hun skal fortælle om dem.

Den dag vi havde aftalt, faldt sammen med at der blev varslet en række opsigelser i fabrikken. Anni syntes at vi skulle tale sammen alligevel.

– Hvad enten det er mange eller få som skal afskediges, så har vi efterhånden vænnet os til det. Vi skal videre, og der er ingen tvivl om, at når det stadig drejer rundt, så er det ikke mindst os »pigers« fortjeneste.

Du har været her i mange år. Kan du fortælle os om de væsentlige forskelle mellem forholdene før og nu?

– Før i tiden havde vi akkordsystemer, og på en måde så gav det os en større økonomisk frihed. Man kunne så at sige selv bestemme, hvad man ville tjene.

Vi havde vel også en bedre forståelse af hvad det var for et produkt vi sad og lavede. Tingene blev forklaret i sammenhæng og vi fik et klart indtryk af hvad arbejdet gik ud på.

I dag har vi en forståelseskluft. Den nye teknologi stormer frem i et hurtigere og hurtigere tempo. Vi får en masse informationer – normalt skriftligt – og mange gange kan det være svært at forstå disse lærde »skriverier«.

Vi kan heller ikke klare os uden en masse møder i dag. Er en værkfører ikke tilstede, kan man roligt regne med at han eller hun er til møde. Det kan godt være irriterende, hvis der så dukker et problem op på det tidspunkt.

Vi skifter også ofte værkfører. På bare



Anni Jensen.

ét år oplevede jeg ikke mindre end fire forskellige værkførere. Stilen for hver værkfører er forskellig, og det tager derfor lidt tid inden man får vænnet sig til sin nye chef.

For kort tid siden blev jeg bedt om at se på et udkast til nogle arbejdsbeskrivelser, der tydeligt viser, hvordan arbejdet skal udføres. Vi har arbejdet uden i fire år, men nu skulle det beskrives klart og tydeligt. Jeg måtte tage det med hjem for at se på det.

Er det da ikke en god idé at have en klar beskrivelse af arbejdsgangen?

Jo, det er det da. Men der er så meget andet som kunne ændres, sådan at arbejdsklimaet blev bedre. Da vi arbejdede i Hvidovre...

Hov, Hvidovre? Har Philips haft en fabrik i Hvidovre?

Jo, jeg startede i Hvidovre, da fabrikken for radiotelefoner lå derude. Det var en lille og hyggelig fabrik, og der var ikke alle de regler og bestemmelser som vi kender i dag. Ikke noget med udsagningsanlæg, ikke noget med at spare på lyset, man kunne også gå omkring med en smøg i munden. Nu er der et hav af regler og begrænsninger. Det er prisen for at være en stor fabrik.

Hvad synes du om kvalitetsarbejdet? Giver det en bedre forståelse for disse nødvendige ændringer?

Jovist, det gør det da. Arbejdet i kvalitetscirklerne har givet mange gode ideer, og har hjulpet på forståelsen af de problemer vi har. Jeg synes også at efteruddannelsen gennem kurser er en glimrende ting.

I holdene findes flere generationer. Hvordan går det samarbejde egentlig?

Jeg føler at min generation er meget ansvarsbevidst og at vi har meget selvdisciplin. Desværre er tidsånden blevet ændret i en retning, hvor den unge generation ikke har helt de samme idealer. Vi oplever af og til slendrian og laden stå til, og at man ikke kerer sig om sit eget arbejde.

De, der er ligeglade, regner vel med at en anden senere vil rette på det som de har forsømt. Jeg tror at de mangler engagement i deres arbejde.

Hvad er du mest utilfreds med i dit daglige arbejde?

Der er flere ting. Vi skal spare, og det betyder, at vi ikke får helt det værktøj, vi kunne ønske os. Ofte er kvaliteten af vores værktøj ikke god nok, og det går ud over produktet. Og det er også svært at få hjælpedyt.

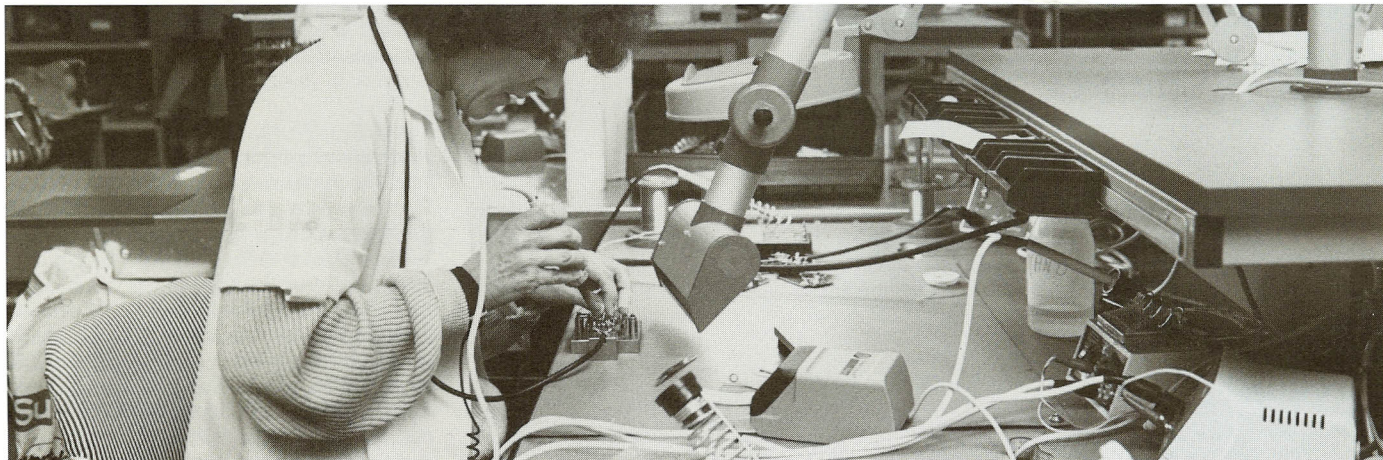
Det er også irriterende når vi mangler komponenter. Så ligger arbejdet stille, og det er ret generende. Vi har manglet en bestemt komponent i seks uger nu. Måske er vi uretfærdige, men vi kalder det altså for dårlig planlægning.

Sidst men ikke mindst er rengøringen for dårlig. Med de sarte og følsomme produkter, som vi producerer, er det utilfredsstillende, at der ikke gøres mere ved det. Er det af sparehensyn? Vi arbejder med printplader, som klippes ud af paneler og det støver en del. Og støv er en fjende for et kvalitetsprodukt, som dem vi laver.

Hvor længe arbejder du, og kommer du med glæde?

De fleste kommer på arbejdet allerede klokken 6.30, og er klar ved pladserne når klokken slår syv. Vi slutter hver dag klokken 15.00, undtagen fredage, hvor vi slutter en halv time før.

Det med arbejdsglæden føler jeg ikke så meget som tidligere. Med de tider vi har hos Philips i øjeblikket vil jeg blot være glad for at jeg har et arbejde – så længe det varer! Hans Lindberg



Anni Jensen i monteringshallen på 3. sal i fabrikken i Jenagade.

Sporten

Sporten – kort

Nyt fra badmintonafdelingen

Vi deltager i øjeblikket med 12 double og 10 singler i KFIU's unionsmesterskaber.

Kampene afvikles fra 20/1 til 17/2, og vi har spillere i ilden fra den første kampdag. Held og lykke til dem.

I holdturneringen er stillingen efter julepausen følgende:

I hold serie B nr. 7 af 7 (0 point).

II hold KV A4 delte andenplads af 7 (2 point).

III hold KV B9 nr. 3 af 7 (2 point).

IV hold KV A14 nr. 2 af 7 (5 point).

V hold KV A15 delte tredjeplads af seks (0 point).

Vores åbne badmintonturnering »Philips Open 1991« spilles lørdag d. 20/4 (fra kl. 15.00) i BC 37, dog med de indledende kampe torsdag 18. april. Efter finalerne lørdag holder vi vor årlige fest med ledsager. Husk at reservere dage.

Fodbold hos PCL

Vi er en forholdsvis lille fodboldafdeling på 20 mand. Det betyder, at vi spiller med 7-mands hold. Vi kan dog prale af, at vi har spillet i samme række i 3 år. Det på trods af stor nedskæring i antallet af medlemmer.

Vi håber naturligvis på et større fremmøde til træningen, og til vores træningskamp om fredagen. Det kunne måske betyde oprykning.

Om vinteren er vi med i en række indendørs stævner, hvor vi har gjort os bemærket og vundet flere pokaler.

Hvis du har lyst til at være medlem, så kontakt formanden Henrik Olsen (lokal 5260) eller næstformand Michael Poulsen (lokal 5249). Vi garanterer, at der også er plads til dig på holdet!

Ta' det på video

Der er på medlemmernes vegne ansøgt idrætsforeningen om indkøb af et videokamera, til udlån i de forskellige afdelinger. Så kan I forevige de stævner og turer, som I tager på (husk dog stadig at tage almindelige billeder, så det er noget at vise i Philiskopet, red.).

PHILIADEN '91

Husk Audio & Video Leverandørernes idrætsdag lørdag den 15. juni. I år er Philips Radio arrangør under navnet »Philiaden 91«.

Hvad vil I?

Er du vores aktive læser, som straks ved bladets udgivelse slår op på sporten? – eller springer du helt »Sporten« over?

En del – men alt for få har deltaget med indlæg til denne side. Nogle af vores idrætsforeninger har »gået« et helt

Ros til bedriftværnet

Philips Bedriftværn fik for nylig megen ros for en hurtig og præcis indsats efter et angreb på virksomheden, som var ramt af brandbomber, punktbrande og sammenstyrtninger af huse samt vand-skader.

Ulykken var heldigvis kun en øvelse. Bedriftværnet deltog den 22. og 23. januar i den hidtil største bedriftværnsøvelse. Den bar navnet »Mjølner« og blev holdt både som dagøvelse og natøvelse i Hedehusene med cirka 2.000 deltagere fra Civilforsvar, Politi, Rødovre Kommune og private virksomheder.

– For Philips Bedriftværn blev det to meget lærerige dage, fortæller bedriftværnets leder, Erling Kjær. – Vores hold var på 10 mand og havde til opgave at yde en livreddende førstehjælp samt brandbekæmpelse i en bombet virksomhed med cirka 150 ansatte. Det glædede os naturligvis også, at der blev lagt mærke til vort fine og meget velholdte materiel, som vi havde med til øvelsen.

Er andre interesserede?

Philips Bedriftværn har brug for flere kolleger, som vil være villige til at yde en indsats. Det er interessant at deltage i værnets spændende opgaver inden for redning og brandbekæmpelse. Foruden glæden ved at være med i et godt og hyggeligt fællesskab får du en gratis uddannelse i førstehjælp – og husk, førstehjælp er hurtig hjælp. Erling Kjær vil glæde sig til din opbringning på lokal 2384.

7-tallet

Prøv Lykken i Løkken. 5 minutters gang til Vesterhavet. 10 minutters gang til centrum. Beregnet til fire personer. Eneste nødvendige bagage: Bløde hvidevarer.

Telefon 42 88 31 63.

Ernst Laursen

år, uden at ville fortælle os andre, hvad de laver! (utroligt).

Kom ud af busken, og send os et indlæg, en kommentar eller kritik (såvel positivt som negativt).

**Indlæg sendes til: Ole Wulff,
E-PPE, Jenagade N31**

Efterlysning gav resultat

I forrige nummer af Philiskopet bragte vi en efterlysning af et gammelt Papæskenummer. Vi takker alle, der ledte på loftet, i skuffer og skabe og skal oplyse, at vi har fået et eksemplar.

Tak

Det var da helt overvældende, at mine »gamle« danske kolleger mødte så talstærkt op ved den uformelle sammenkomst, som nogle af vennerne havde arrangeret i København i anledning af mine 40 år hos Philips. Tilbage i Stockholm sidder jeg og glæder mig over Pope-bøjlerne, skakbrættet og den danskdesignede flotte lysestage. Tak.

Arne Jans

Det var en dejlig dag, men også vemodig. Hvor jeg afsked tog med kolleger, og så være rolig. Det er ikke så nemt, efter 26 år. At sige farvel! I een der bliver et lille sår. Jeg takker jer alle for de dejlige gaver, for arrangementet og dets ophavstagere.

Ib Juel Jensen

Hjertelig tak til alle, der gjorde min sidste dag hos Philips til en festlig og hyggelig oplevelse, selv om det var vemodigt efter 36 år. Tak for blomster og gaver.

Tage Woltemaht

Tak til de mange, der glædede mig ved at møde frem ved min afskedsreception. Også en varm tak for de mange flotte gaver.

Børge Vilbrad.

Efter næsten 40 år hos Philips var det en mærkelig oplevelse at opleve sin sidste arbejdsdag derude. Tak for godt samarbejde – og tak for en hyggelig afslutning.

Erik Randa

Dødsfald

Salgskonsulent Palle Stener Nielsen døde den 5. januar, 46 år, efter længere tids sygdom. Han kom til Philips Elaparater i 1984 og havde ved sin død ansvaret for salget på Sjælland.

PHILISKOPET

UDGIVET AF
PHILIPS DANMARK A/S
Prags Boulevard 80, 2300 København S.

Redaktion:

Henning Bjerno (ansvarhavende) lokal 2369,
Jacob Johnsen (3781), Hans Lindberg (3546),
Steen Poulsen (lay-out) (2353), Lena Tolstrup (2407)
og Ole Wulff (3788).

Næste nr. af »Philiskopet« udkommer medio april.
Stof til dette nr. må være redaktionen i hænde
25. marts.

Philips/ap navigator sponserer Admiral's Cup 1991



Philips er nu for tredje gang sponsor for det danske Admiral's Cup hold. I år har vi desuden udvidet vort engagement til at omfatte sponseringen af DR-TV-sporten's produktion af det danske holds forberedelser og afvikling af sejladserne ved Isle of Wright i England mellem 1. og 15. august.

Tæt kontakt med elite sejlsporten

– Det er naturligvis på grund af »ap navigator«, vi går ind i dette projekt, siger reklamechef Finn T. Christensen, der på sponsorsiden repræsenterer både Philips Radio Kommunikations Industri A/S (og dermed den internationale navigator-gruppe) og Philips Communication Systems A/S, der har ansvaret for markedsføringen på det danske marked.

– Med vores maritime produktpro-

gram er vi dybt involveret i sejl- og søle niveauer. Den faglige baggrund giver os anledning til at være i tæt kontakt med national og international sejl-sport. Dermed holder vi os også på forkant rent udviklingsmæssigt med hensyn til teknologi og brugerbehov.

Tre både og TV-sporten

Aftalen for Admiral's Cup 1991 omfatter både ledelsesgruppen for de tre både og en aftale med DR-TV-Sporten om en effektiv og velfungerende dækning af hele Admiral's Cup udfordringen 1991.

Med i planerne er også at stille en motorbåd til rådighed for de skrivende journalister, der ønsker at overvære starter og de første mærkerundinger i Cowes, hvor det hele foregår. Vi forventer at få plads til fem gæster på denne båd, som kan gå i havn betids nok til,

kan overholde de nødvendige tidsfrister for aflevering af artikler.

Samarbejde med Meteorologisk Institut

I samarbejde med Meteorologisk Institut sender Philips/ap navigator også en af instituttets medarbejdere, Steffen Hartby, til støtte for sejlerne. Der vil også være en såkaldt »regel advokat«, Flemming Refsgaard, til stede som hjælp for deltagerne, hvis der skulle indkomme protester mod det danske hold.

De tre både

De tre både, der repræsenterer Danmark i Admiral's Cup 1991, blev af deres skippere præsenteret for pressen ved en sammenkomst i Kongelig Dansk Yacht Klub for kort tid siden. Zürich Forsikring er sponsor for en one-tonner med Jens Erik Høst som skipper. Unibank er sponsor for en to-tonner »Unibank 91« med Victor Greulich i spidsen. Og Tuborg er sponsor for en af verdens hurtigste havkapsejlere med Ib Ussing Andersen som skipper.

– Med det kendskab, vi har til holdet, kan vi konstatere, at det er særdeles velkvalificeret. Det er tre både af verdensklasse, bemanded med skippere og besætninger af dokumenteret høj standard, og med en ledelse der i erfaring og homogenitet ikke kan overgås. Vi er overbeviste om, at vi har investeret i vinderteam'et, slutter Finn T. Christensen.

Vindere i »Philiskopet« Lykke-jul

945 læsere deltog i »Philiskopet«s julekonkurrence, Lykke-jul. Det er vist det hidtil højeste deltagertal, og cirka 97 procent gættede rigtigt: »Glædelig jul og godt nytår, Cigarkassen og Philips Inn«.

Her er listen over de heldige vindere:

Et farve-TV gik til Poul Sørensen i Medico Systemer, Philishave Mascu-line blev vundet af Alice Djuraas, PRKI, og en Cafe Gourmet blev sendt til pensionisten Arvid Walther.

De syv gavekort på hver 200 kroner til personalebutikken modtog Morten Mejdal/ap København, Inge Jørgensen/edb, Anny Juul/trykkeriet, Elisabeth Marshall/PRKI, Anne Mortensen/PRKI, Jytte Madsen/telefonomstillingen og Susanne Christensen/PCL.

Vi glæder os over den store deltagelse i konkurrencen og ønsker de heldige vindere til lykke.



Mogens Brinks (til højre) er for tredje gang team captain for »Danish Admiral's Cup Team« og tillige koordinator for alle administrative opgaver. Han står her med andenpræmien fra sidste år i hånden. Finn T. Christensen, reklamechef i Philips/ap navigator peger på billedet af pokalen, som det danske hold nu satser hårdt på at hente hjem. De tre til venstre er TV-sportens deltagere i præsentationen.