



Customer Day 1996

Kreativiteten var stor på årets Customer Day den 15. januar, hvor mange afdelinger havde skræddersyet programmet til at passe ind i de løbende aktiviteter. På den måde kunne dagen opleves som en støtte til det, der er i gang, og ikke som en afbrydelse af arbejdet.

Customer Day i Philips Danmark har gradvist udviklet en modenhed, hvor det væsentlige er at dagen bliver meningsfyldt ud fra den fælles overskrift – og hvor koncernens værktøjer udnyttes mere frit hvor de passer ind, end det var tilfældet i starten. Vi bringer her på billedform nogle af indtrykkene fra dagen – der er mere om Customer Day på næste side.



Philips Elapparat brugte koncernens arbejdsdage, og nogle af afdelingens medarbejdere er her samlet omkring dug 1 med titlen »At stræbe efter værdi« i demolokalet på 4.sal syd.



I Personale- og Servicefunktionen blev forretningsgangene bearbejdet, bl.a. for at afdække forbedringsmuligheder og for at sikre at alle har dem på rygmarven. En af de fem arbejdsgrupper diskuterer her forretningsgangen for personaleadministration.



Philips Elektronik Systemer brugte dagen til at arbejde med målsætninger på tre planer: for hele afdelingen, for funktionen og for den enkelte medarbejder. Her er 8 mand m/k samlet om eftermiddagens gruppearbejde.

Let's make things better.



PHILIPS

Customer Day i Consumer Electronics

Holland har gjort meget, for at vi skulle have en god kundedag. Der er produceret arbejdsduge, lavet forskellige former for promotionartikler, CD og CD-i disc's etc. I CE følte vi dog, at brugen af disse ting måske ville virke lidt for »navlebeskuende«, og besluttede at gå en helt anden vej. Vi har ingen glæde af at vurdere, hvad kunden mener om os, hvis praksis viser, at kundens opfattelse er helt anderledes. Derfor valgte vi at invitere FONA, som er blandt vores fem største kunder, til at komme og fortælle om, hvordan de opfatter det daglige samarbejde med os. Vi gav FONA dette oplæg:

Stærke kæder har behov for stærke mærker, og omvendt. - Det kalder vi partnerskab - Philips' ambition er at være jeres bedste partner



- ☞ Hvordan vil I definere "jeres bedste partner"?
- ☞ Hvad forventer I af en leverandør med den ambition?
- ☞ Hvordan måler I jeres leverandør?
- ☞ Lever vi op til vores ambition?
- ☞ Hvem gør det bedre end os, og hvorfor bedømmes de som bedre?

FONA's Marketingdirektør Claus Rasmussen og Indkøbschef Frank Olsson, fortalte meget åbent, ærligt og direkte om deres opfattelse af vores samarbejde. Vi fik både »ris« og »ros«, men mest »ris«. Der faldt mange »hårde ord« og det var klart for os, at der er et godt stykke vej at gå, før vi kan blive »Kundens første valg«.

Men det er vigtigt, at gøre sig klart, at grunden til de hårde ord, er et stort ønske om at få etableret et perfekt partnerskab, fordi »Philips har rigtig gode produkter, som er nemme at sælge« (citat fra FONA's indlæg). FONA's indlæg var basis for den efterfølgende gruppedialog og de actionplaner som

er resultatet heraf, indgår som en del af vores kvalitetsprogram. Vi havde den mest engagerende og kundeorienterede kundedag vi endnu har oplevet. Den form for kundedag kan absolut anbefales. Vi vil alle gerne »sætte kunden i centrum«, men vi har en tendens til at gøre det på vores egne

præmisser og så lever vi ikke op til budskabet i

Customer's First Choice

Så spørg kunden, lyt til kunden og betragt kritik som positivt input og

Let's make things better.

Ole Wernberg

PHILISKOPET

udgives af
Philips Danmark A/S,
Prags Boulevard 80,
2300 København S.

Redaktion:

Jannik Bo Rasmussen,
(ansvarshavende),
telefon 32 88 23 64.

Helle Bencke,
telefon 32 88 23 65.

Henning Bjerno
telefon 32 88 23 69.

Anny Juul,
telefon 32 88 23 29.

Lena Tolstrup,
telefon 32 88 24 07.



FONA's indkøbschef Frank Olsson giver her sit bud på samarbejdet med Philips til Consumer Electronics' medarbejdere.

Aktiviteten i Philips Danmark A/S i 1995



Det samlede salg i 1995 fra Philips Danmark A/S blev på 1.244 mio kr. Hertil kommer 359 mio kr for komponenter, der faktureres fra den nordiske division med hjemsted i Stockholm.

Salget (i millioner kroner) fordeler sig således:

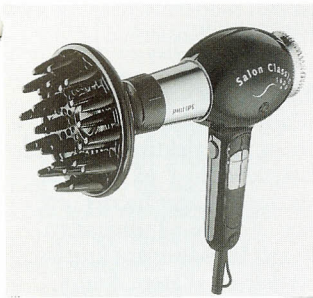
	1995	1994
Philips Danmark A/S, i alt	1.244	1.377
heraf hjemmemarked	1.047	1.065
eksportmarkeder	197	312



De økonomiske resultater foreligger endnu ikke og offentliggøres efter bestyrelsesmødet i slutningen af april. Det kan dog allerede nu nævnes, at der igen i 1995 er tale om et positivt resultat.

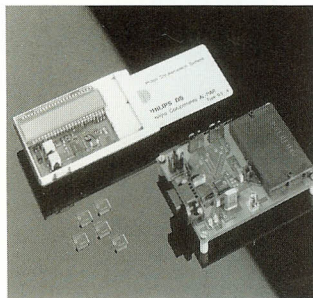
Hjemmemarkedet

Salget på hjemmemarkedet blev knap to procent mindre end året forud, i alt 1.047 mio kr. Trods bedre konjunkturer var salget fra lysdivisionen præget af betydelig konkurrence med pres på priserne og nåede ikke helt sidste års niveau. Salget fra divisionen for konsumentelektronik gik stort set tilfredsstillende, men store leve-ringsproblemer gennem hele året for telefax, personsøgere m.v. og for farve-TV i årets tre sidste måneder var årsag til en nedgang i omsætningen for hele året. Salget af elapparater gennem hvidevaresektoren og isenkrambranchen blev større end året forud, men en markedsnedgang på godt otte procent i årets sidste fire måneder var årsag til, at en forventning om en væsentlig fremgang ikke blev opfyldt. Medico-aktiviteterne var i fortsat vækst, og der var en pæn fremgang i salget af telefoncentraler og datakommunikation. Den fortsat gunstige udvikling i industriproduktionen herhjemme gav igen i 1995 det største salg nogensinde for vore komponent-aktiviteter.



Eksport

Den samlede eksport blev betydeligt mindre end i 1994, hvor produktionen af mobiltelefoner ophørte herhjemme. Eksporten fra Philips TV Test Equipment var stigende. Det skyldes primært, at vor position i Europa blev udbygget. På den produktmæssige side var det især en ny PALplus mønstergenerator og NICAM-udstyr, der gjorde sig godt. Eksporten af navigationsudstyr nåede ikke op på sidste års niveau.

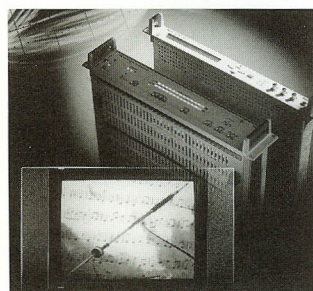


Beskæftigelse

Efter de senere års store ændringer i Philips-aktiviteterne herhjemme er beskæftigelsen stabil. Medarbejdertallet er i løbet af 1995 faldet fra 531 til 525.

Forventninger

Den fortsatte fremgang i eksporterhvervene og øgede efterspørgsel på hjemmemarkedet ventes at give en stigende salg i 1996.



Willy Goldby
Willy Goldby

Philips Lys A/S

Salget i 1995 levede ikke helt op til forventningerne og endte cirka fire procent under 1995. Trods de bedre konjunkturer var salget i såvel konsumentbranchen som i den professionelle branche præget af en betydelig konkurrence med bl.a. pres på priserne. Markedet var til gengæld også præget af en fortsat vækst af energivenlige lysprodukter, og efterspørgslen efter vore lavenergilylamper samt højfrekvensforkoblinger var igen meget stor. På produkt- og markedsføringsiden blev vi i årets løb styrket med overtagelsen af AEG og IDMAN's belysningsassortiment.

Lyskilder

Kampagner på lavenergilylamper samt tilgangen af en række nye energieffektive og miljøvenlige produkter satte igen i 1995 præg på året. Lavenergilylamperne blev i årets løb igen reduceret i stør-

relsen, og vi introducerede et program af verdens mindste lamper. De mindste af disse lamper er nu i praksis på størrelse med en glødelampe. Dette forhold var i høj grad med til at præge efterspørgslen på bekostning af almindelige glødelamper, således at det flere gange kneb med at følge med efterspørgslen. På lysstofrørsiden markedsførte vi som de første en helt ny generation rør til anvendelse i kontor og industri-lokaler. Den nye serie fik navnet Ny Generation og udmærker sig ved mere stabilt lys gennem levetiden samt en reduktion af kviksvølvindholdet på 80%. Ny Generation blev godt modtaget, om end den danske lovgivning ikke på introduktidspunktet tilgodeså den klare miljømæssige fordel.

Også halogenmarkedet var præget af vækst primært til butiksbelysning. En betydelig markedsføringsindsats samt et

konkurrencedygtigt sortiment sikrede, at vi på dette område styrkede vor position.

Batterier

Salget af batterier levede ikke op til forventningerne, idet det ikke lykkedes at kompensere for, at vi med udgangen af 1994 mistede et par vigtige kunder på grund af fusioner og andre forhold i markedet uden for vor indflydelse. En række aktiviteter i retning af yderligere indsalg i dagligvarebranchen er sat i værk i årets løb for at rette op på situationen.

Armaturer

Salget af armaturer svarede til forventningerne. Produktprogrammet blev i starten af året udvidet betydeligt med overtagelsen af AEG og IDMAN's sortiment – et sortiment, der matcher fint med de danske krav til design og funktionalitet. Indsalget i årets løb i nye salgskanaler gik efter planen.

For udendørsarmaturer var det fortsat gade- og parkbelysning, der prægede udviklingen, og disse grupper oversteg forventningerne. Udviklingen af nye, energivenlige armaturer primært fra den danske produktion til konkurrencedygtig pris sikrede, at kommunerne igen i 1995 valgte at renovere et betydeligt antal gade- og parkområder med vore produkter. Af mere betydelige specialprojekter gennemførte vi med udgangen af året leverancen af tunnelbelysning til Tårnbyoverdækningen (begyndelsen af den faste forbindelse til Sverige) samt belysningen i form af kæmpe Helioslygter til den moderniserede Rådhusplads i København.

Elektronik

Markedet for højfrekvensspoler og styreelektronik voksede betydeligt bl.a. på grund af støtteordninger fra det offentlige. Vi kom på trods af en meget betydelig konkurrence styrket ud af året i denne gruppe, og nye OEM-aftaler etableret ved årets udgang giver anledning til optimisme inden for disse produkter.

Forventninger til fremtiden

I løbet af 1995 er produktassortimentet som nævnt blevet styrket betydeligt, og med indgangen til det nye år er vi påbegyndt markedsføringen af endnu en række af skelsættende produkter bestående af kompakte og meget energivenlige lysstofrør med armaturer – det såkaldte TL5 koncept.

Disse forhold sammenholdt med en forventning om en svag vækst i det generelle belysningsmarked samt en betydelig vækst i det energifokuserede marked giver anledning til en vis optimisme for det kommende år. Markedsføringsaktiviteterne mod konsumentbranchen er blevet styrket og tilpasset den forventede markedssituation. Dertil kommer, at vi har et antal store belysningsprojekter under forberedelse og vore leverancer på OEM-siden er i vækst. Alt i alt betyder dette, at vi forventer at komme styrket ud af 1996.

Mogens Been



I den nyrenoverede fløj i Københavns Lufthavn er der bl.a. anvendt de nye Mastercolour metalhalogenlamper, som har et lavt energiforbrug, en lang levetid og en stabil farvetemperatur igennem lampens levetid.

Philips Consumer Electronics

Markedet herhjemme for forbrugerelektronik blev – i kroner – på samme høje niveau som i 1994. I styk blev det en stigning, varierende fra 2% for videobåndoptagere til mere end 40% for mobiltelefoner.

Omsætningen for Philips Consumer Electronics var tilfredsstillende for traditionelle produkter i video og audio, men vi havde gennem hele 1995 alvorlige leveringsproblemer for »personal communication« produkter og i årets sidste tre måneder også for TV-apparater. Det samlede resultat kom dermed til at ligge lidt under salget i 1994.

Nye vækstområder

I øjeblikket har vi ingen andel af markedets vækst i PC'ere til hjemmebrug og for lille andel i mobiltelefoner. Vor omsætning i 1995 kom fra vore velkendte produkter inden for TV og audio, hvor vi kom godt igennem, både når det gælder omsætning og markedsandele. Vi ved nu, at koncernen investerer stærkt i nye vækst-områder. Det indgår også i vore ambitioner for omsætningen i Danmark i 1996.

Den stærke konkurrence er fortsat mærkbar fra det Fjerne Østen og nu også fra Nokia. Det sætter også vor indtjening under såvel som vore omkostninger under pres.

Ændringer i organisationen

I 1995 måtte vi foretage mange ændringer for at styrke vo-

res organisation. Disse ændringer medførte store initialomkostninger ved lukning af aktiviteter og ansættelse af nye medarbejdere i nøglejobs. »Du kan ikke spejle et æg, uden at knække skallen«, er et udtryk, som også er sandt for os. Beklageligvis medførte ændringerne en del uro, men efter en stor indsats blandt andet med week-end kurser i strategier og team-building, har vi nu en stærk CE-organisation til at imødegå den aggressive konkurrence og til at betjene kunderne bedre. Hvis vi så tillige kan levere vore produkter til tiden, vil vi komme godt på vej.

Sound

I produktgruppen »Sound« har vi introduceret mange nye produkter med meget høj kvalitet og et nyt, moderne design. Reaktionen fra faghandelen er positiv og vi genfinder vor position på forhandlerens hylder. Vi venter, at denne udvikling fortsætter i 1996. Vi skal forbedre vores leveringsevne til faghandelen bedre, end vi klarede det i 1995.

Vision

Det er dejligt at konstatere, at vi har forbedret vores markedsandel i TV og videobåndoptagere. Begge produktgrupper er i fremragende kvalitet. Vi blev i 1995 nomineret til »TV of the Year 95/96« af en kritisk europæisk jury for vores topmodel i wide screen-TV med 100 Hz tek-

nologi. Det blev fortalt gennem kampagner overfor faghandelen og i TV-reklame. Det nye wide screen format får en stigende accept, selv om det – på grund af de lokale stationers programtilbud – går langsommere i Norden end i øvrige europæiske lande. Vi venter der sker en gunstig ændring i 1996 og planlægger derfor en god vækst på TV-området.

CD-i

Der er en stigende interesse for CD-i både i medierne og på udstillinger. Takket være software-programmer og lancering af nye afspillere er vor position i forhold til konkurrenterne gunstig. Næste generation af compact disc's er allerede undervejs, og igen er det Philips og Sony, der sætter standarden. Nu er også computer-industrien med i udviklingen, og fremtiden for CD-i vil være under indflydelse heraf. Som sædvanlig kan Philips garantere nuværende CD-i ejere, at de også kan bruge deres software på fremtidige modeller.

Personal Communications

Inden for »personal communication« oplevede vi et skuffende år på grund af store leveringsvanskeligheder. I 1996 er der planlagt et stærkt comeback i Europa. Vort mobiltelefon-marked er meget betydningsfuldt på grund af stor kundeinteresse og købelyst.

Car Stereo

Det totale marked vokser stærkt i takt med det store danske bilsalg. Philips følger denne vækst og er i gang med at udvide salget gennem nye kanaler.

Tape og tilbehør

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

Der er en god og overskudsgivende aktivitet inden for tilbehør, hvor salget er stigende.

Fremtiden

1996 vil blive et år med stigende salg og bedre resultater. Alle i »Consumer Electronics« er klar over deres rolle for at nå dette mål. Der er en bedre motivation end tidligere.

ISO og PQA

Consumer Service i Brøndby fik i december ISO-certifikatet – og er her foran kollegerne på Prags Boulevard. Her arbejdes nu hårdt med såvel ISO og Philips PQA. Derfor: Der er arbejde nok, der skal gøres for os alle. Med ånden fra Kundedagen og »Let's make things better« er vi optimistiske for 1996 – men vi er også klar over, at mange forbedringer skal gøres for at vi bliver »Customers First Choice«. Men det stiler vi efter! *Jaap Bochove*



Philips Wide Screen TV med 100 Hz teknologi, 28PW9521, blev af europæiske journalister udvalgt som »TV of the Year 95/96«.

Philips Elapparat A/S

Philips Elapparat A/S har i 1995 fortsat den strategidrejning og satsning, som blev påbegyndt i 1994 med det for øje at blive anerkendt som professionel mærkevareleverandør og troværdig samarbejdspartner. Det er en lang og tidkrævende proces, men vi kan se klare fremgange. Vi gennemførte en kundeanalyse i juni 1994 og igen i oktober 1995. Vi kan med tilfredshed se store forbedringer. Vore kunder anerkender de bestræbelser, vi har gjort for at forstærke vor position i markedet.

Forøgede markedsandele i hvidevaresektoren og isenkrambranchen

Inden for hvidevaresektoren og isenkrambranchen har vi haft en fremgang, som ligger meget højt over branchens i øvrigt stagnerende omsætning. Specielt i årets sidste, vigtige måneder har vi stærkt forøget vore markedsandele i totalmarkedet.

Total markedsnedgang for branchen

Desværre kan vi notere en markedsnedgang i årets fire

sidste vigtige måneder på hele 8% i forhold til sidste år, hvilket har påvirket vort totale salgstal for året. Året viste en tilbagegang for småapparater og en stagnation for markedet inklusive støvsugere.

Fremgang for Personlig Pleje Produkter

De bestræbelser, divisionen har gjort sig inden for design, form og funktion, har givet fuld effekt på en række områder i 1995. Inden for produktområderne kan vi se specielt stor fremgang for Philips shave og Ladyshave/Satinelle. Introduktionen af Lady Shave Aqua og de nye Satinelle har overbevist såvel detailledet som forbrugerne om, at når et produkt går op i en højere enhed omkring funktion, form og design, så er man også villig til at betale en højere pris. Et andet vigtigt område som har styrket vor position, er lanceringen af vor semiprofessionelle hårtørreserie, Salon Range. Vi har i de sidste måneder vundet vigtige markedsandele i et stort og betydningsfuldt produktområde. Igen er form og funktion sat i højsædet. Dette gælder også

for vore nye hårklippere, som er kommet meget godt fra start i vor julemarkedsføring.

Et vanskeligt år for husholdningsapparater

Inden for støvsugere har der været et enormt prispres, og dermed svigtende avancer, blot for at holde en markedsposition. Øvrige husholdningsprodukter har ligeledes været under stærkt pres på priserne, idet antallet af konkurrenter på dette område er stort og udbuddet af varer tilsvarende. På dette område har det været svært at hævde sig



Philips opladelige hårklipper

i 1995. Svigtende leverancer fra koncernetret har ikke forenklet vor opgave. Vi ser imidlertid lysere på 1996, idet der lanceres en række nye produkter, hvor pris, funktion og design passer til markedets krav.

Satsningsområder i 1996

Vor dialog med hovedkontorer og nøglekunder er nu etableret på en solid platform, og salget materialiserede sig specielt i sidste halvdel af 1995. Tillid er et nøgleord i et marked, som hovedsagelig består af selvstændige forhandlere, og vort budskab skal nå ud til hver især.

I tråd med dette er et stort satsningsområde i 1996 vore Seminarer for detailledet. Vi indgår et stort samarbejde med Hackman, som med mærkevareprodukter i glas, bestik, porcelæn og gryder er en vigtig leverandør. Firmaet nyder høj anseelse i branchen. Videre har vi den fulde støtte fra kædekontorerne, som også deltager med indlæg i seminarerne. Vi har kaldt vore seminarer: »Nøglen til en fremtid med salg i«. Som et vigtigt led i seminarerne har vi indgået et samarbejde med Tack Training, som bruger en hel dag omkring salg, personalemotivation og lønsomhed.

Lancering af nye støvsugere, kaffemaskiner og luftrensere

Vi bruger også vore seminarer til at lancere tre store satsningsområder på produkt-siden. Det drejer sig om nye koncepter for støvsugere, kaffemaskiner og luftrensere. Alle meget solide produkter, af høj kvalitet, med udsøgte brugerfordele og i flot design. Vi forventer, at dette skal bidrage til en øget omsætning og indtjening i 1996. En af årsagerne til fremgangen i sidste halvår er en langt mere solid position i de mange kæders grundsortiment. Dette skal sikre det jævne salg, udover de fælles tiltag, vi gør sammen med detailledet. 1996 bliver året, hvor vi for alvor skal fokusere på og samle vore aktiviteter om at etablere os »som kundens første valg« – såvel i detailledet som hos forbruger.

Liv-Elin Mietle



En af de nye semiprofessionelle hårtørre fra Salon Range-serien, hvor form og funktion er sat i højsædet.

Philips Telekommunikation A/S

I 1995 kunne Philips Telekommunikation A/S notere en meget væsentlig omsætningsfremgang inden for de centrale forretningsområder: Telefoncentraler, service og datakommunikation.

Det blev også året, hvor vi fortsatte den kraftige ekspansion af vore markedsområder med en deraf nødvendig udvidelse af medarbejderstaben. Vi er på to år vokset fra 8 til 18 medarbejdere.

Organisationsændring

I 1995 valgte den internationale produktdivision, Philips Communication Systems, at frasælge væsentlige områder inden for de såkaldte »offentlige systemer« til AT&T.

Det har ikke haft de store konsekvenser for vores organisation og endda givet den fordel, at vi har kunnet koncentrere vores indsats om de udvalgte nøgleområder: Telefoncentraler og datakommunikation.

Telefoncentraler

1995 blev et fremgangsrigt år for telefoncentraler, hvor vi øgede omsætningen i solgte telefonlinier med næsten 70 procent.

Desuden var vores serviceafdeling i stand til at øge antallet af servicekunder inden for dette område i betragtelig grad. Det har medført, at vi i dag som servicekunder har mange af Københavns største hoteller og hotelkæder samt flere af de største firmaer i Københavnsområdet og på Sjælland.

Datakommunikation

Også inden for datakommunikation sker der en rivende udvikling: Vi er i fuld gang med at opbygge en salgs- og serviceorganisation, der skal kunne håndtere denne del af markedet. Mange af vore eksisterende kunder inden for teleområdet vil være helt naturlige kundeemner inden for dataområdet.

Derfor bliver datakommunikation også et af Philips nøgleområder i 1996.

Kabler

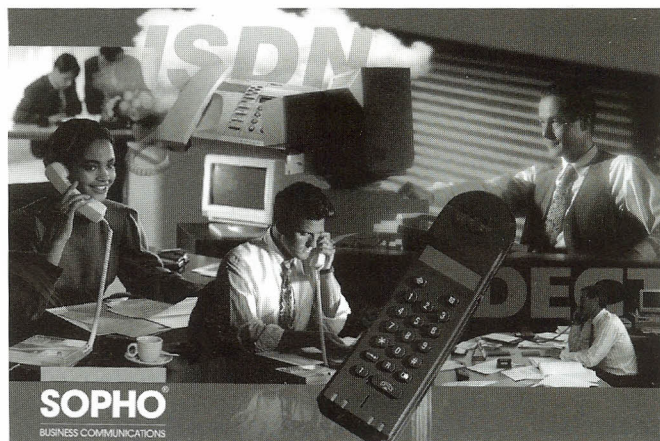
Philips Telekommunikation A/S har igennem mange år markedsført alle former for tele- og datakabler til både det offentlige og det private

marked. Dette vil fortsat være et væsentligt område, da efterspørgslen også her er stigende.

ISO-certificeret

Philips Telekommunikation A/S modtog i juli 1995 ISO 9002 certifikat.

Finn H. Nielsen



Philips har haft en stor fremgang i levering af telefoni- og datakommunikationsløsninger næsten til ethvert formål.

Philips Navigation A/S

Totalmarkedet for elektronisk navigationsudstyr i Europa, som vi betragter som vort hjemmemarked, viste atter engang en faldende tendens. Ligeledes oplevede vi en markedsudvikling med stadigt faldende priser, som givet på sigt vil betyde en strukturel ændring af hele varemarkedet for navigatører.

Et positivt træk i denne udvikling er imidlertid, at markedet synes at have delt sig i to segmenter. Det ene segment efterspørger billige produkter af mere eller mindre anvendelig karakter. Det andet segment retter sig mod højtspicificerede kvalitetsprodukter.

Ny navigator på London Boat Show

Med denne erkendelse som udgangspunkt begyndte vi for mere end et år siden udviklingen af en ny navigator. Den blev præsenteret »live« for første gang på London Boat Show i begyndelsen af januar. Navigatoren har fået betegnelsen MK10.

Satellitkommunikation

Det andet vareområde i Philips Navigation A/S, satellitkommunikation, som markedsføres under navnet Safe-com, viste positive tendenser i forhold til 1994. Takket være en utrolig arbejdsindsats lykkedes det organisationen at etablere et helt nyt varesortiment af INMARSAT-C udstyr. Sidst på året kom også INMARSAT-M ind i varesortimentet. INMARSAT-M er en satellittelefon, som giver mulighed for tale og fax kommunikation, uanset hvor på kloden man måtte befinde sig. Det samlede salg for navigatører og satellitkommunikation i Philips Navigation A/S blev en omsætning på niveau med året forud.

Nyt IT-system

Som flere andre divisioner i Philips Danmark A/S implementerede også Philips Navigation A/S ved årets begyndelse salgs- og økonomisystemet Navigator. I tilknytning til systemet blev der samtidig investeret i et nyt materiale-

styringsmodul som afløser for COPICS.

Forventningerne var store, specielt da vi kom fra en lidt tung dataverden, tilpasset en stor fabriks problemer, men vi må konstatere, at vore forventninger endnu ikke er blev indfriet, hvad angår materialestyringsmodulet, men der arbejdes på det.

ISO 9000

Et stort mål blev nået i marts 1995, da vi blev ISO 9001 certificeret ved en audit af Lloyds Register. Ingen troede, at det var muligt, men »søens folk« er ikke dem der giver op for en let brise.

Om fremtiden: Navigare et communicate necesse sunt.

E. Martinus Andersen



I 1995 afsluttedes udviklingen af en ny Navigator, model MK 10, som fik sin premiere på London Boat Show i januar i år.

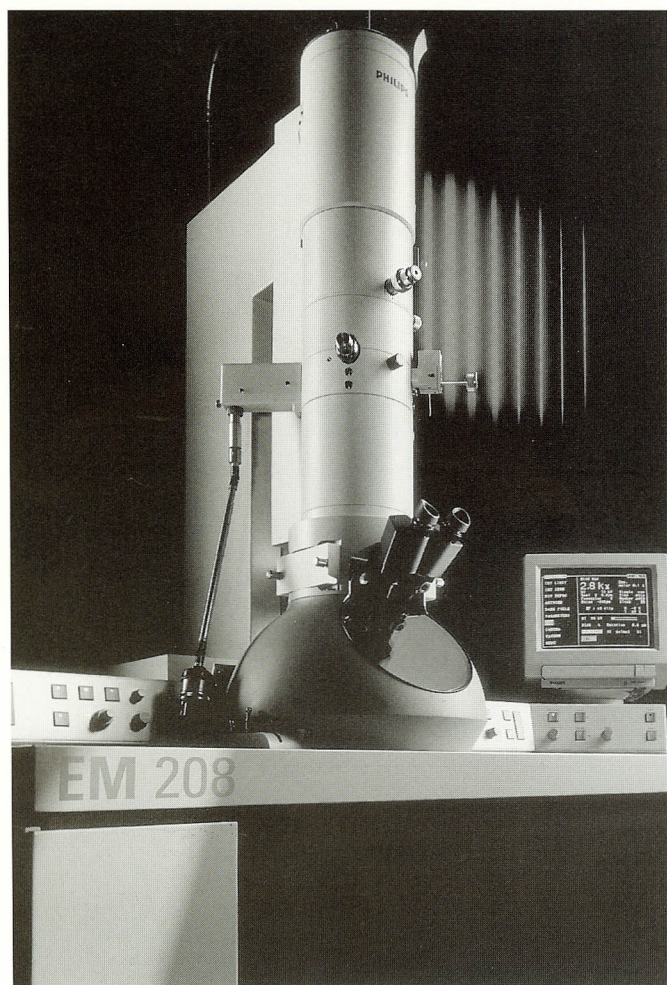
Philips Elektronik Systemer A/S

Med positive og negative afvigelser for de enkelte forretningsområder i Philips Elektronik Systemer A/S, var der sammenlagt en pæn omsætningsfremgang i 1995. Det skyldes det generelt forbedrede investeringsklima herhjemme. Vi nåede dog knapt den planlagte omsætning, og driftsresultatet var også lidt lavere end ønsket.

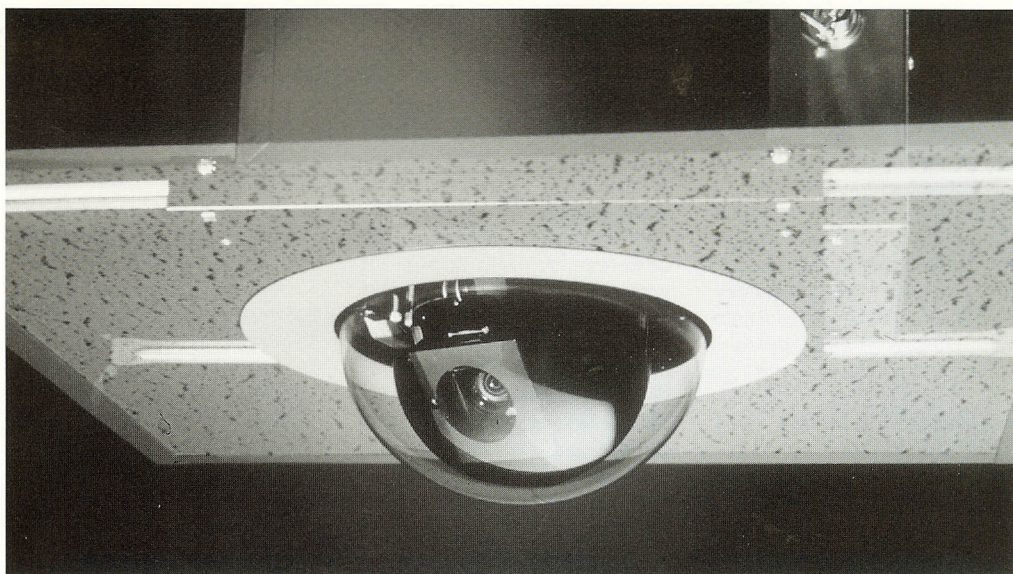
I 1996 ventes en pæn omsætningsfremgang for de enkelte forretningsområder men på grund af ophør af markedsføringen af procesudstyr, forudser vi kun en beskeden stigning i 1996 for den samlede aktivitet.

Analyse

1995 levede fuldt ud op til forventningerne for afsætning af elektronmikroskoper. Vi leverede blandt andet systemer til Panum Institutet, Amtssygehuset i Herlev og Hempel Skibsfarve Fabrik.



Transmissions elektronmikroskop til rutineundersøgelser, EM 208, er leveret til Århus Universitet, Odense Universitets Hospital og Panum Institutet.



Dome-kamera (anbragt i loft) til TV-overvågning kan drejes hele horisonten rundt. Det er et af de mange nye produkter fra Communication & Security Systems.

Inden for røntgenanalyse udstyr blev leveret et diffraktometer til Haldor Topsøe A/S

samt adskillige systemer til FLS Automation A/S. 1996 tegner til at blive et særdeles godt år både for elektronmikroskoper og røntgenanalyse. Ordrebeholdningen for første halvår er allerede på niveau med hele omsætningen i 1995. Det skyldes især store bevillinger i den offentlige sektor, samt store OEM-orde- rer til eksport.

Communication & Security Systems

Som forventet øgede gruppen sin omsætning, og bundlinie- resultatet blev kraftigt forbedret. Organisatorisk blev marketingfunktionen styrket. Med nye oplæg til yderligere fokus på kunderne er det med stor optimisme, at gruppen træder ind i det nye år. Her bliver blandt andet set frem til introduktion af en række nye, interessante produkter.

Electronic Manufacturing Technology

På grund af det generelle opsving i Danmark og det gode investeringsklima i elektronikindustrien var efterspørgslen efter SMD montageautoma- ter stor i 1995. Samtidigt lyk- kedes det os igen i år at øge vores markedandel på dette krævende marked. Resultatet blev – for fjerde år i træk – en kraftig omsætningsfremgang. Blandt kunder, der fik leveret Philips SMD montage maski-

ner, er Dancall Telecom A/S. Året 1996 ser igen meget lo- vende ud. Det har således væ- ret nødvendigt at udvide salgsstyrken for at kunne føl- ge op på de mange salgsmul- ligheder. Med start fra begyn- delsen af året har EMT des- uden overtaget agenturet for firmaet Electrovert, som fremstiller reflow- og bølge- loddemaskiner.

Industri

Den samlede omsætning for gruppen blev øget. Det var især vejning, der bidrog hertil med en fremgang på 20 pro- cent. Salget i proceskontrol var ne- gativt påvirket af direkte fak- turering fra fabrikken til visse nøglekunder. Pr. 1. januar 1996 er distributionen op- hørt i Philips Elektronik Sy- stemer A/S regi, således at In- dustigruppens hovedaktivitet herefter vil være veje- og do- seringsudstyr. Indsatsen på dette område vil blive stærkt forøget, specielt på servicesi- den.

Customer Support

Customer support tager sig af både installation, reparation og forebyggende vedligehol- delse. Den øgede aktivitet gav pres på afdelingen, men stort set blev alle opgaverne løst til alles tilfredshed. Omsætnin- gen på serviceopgaverne blev stort set som ventet.

Preben Hejberg

Philips Medico A/S

I 1995 havde Philips Medico A/S sin hidtil største omsætning, især takket være en meget stor ordreindgang i slutningen af 1994. Ordreindgangen i 1995 lå noget under det tilsvarende tal for 1994, især fordi en række beslutninger om større indkøb er blevet skubbet til 1996, delvis som følge af strukturændringer i sygehusvæsenet.

Systemer til hjerte- og karundersøgelse

Vi har i årets løb færdiggjort installationen af cardio-vaskulære systemer på bl.a. Skejby Sygehus og Rigshospitalet. Rigshospitalets hjertecenter, der udelukkende er udstyret med Philips røntgenapparater, er nu formentlig det største i Nordeuropa.

MR- og CT-scannere

I begyndelsen af året færdiggjorde vi installationen af vor nye Gyroscan ACS15 MR scanner på Frederiksberg Hospital og Vejle Sygehus. Der er ikke afgivet ordrer på nye MR-scannere i Danmark i 1995, men flere hospitaler har konkrete planer for 1996/97.

I årets løb blev der også installeret en Tomoscan SR 7000 CT-scanner på Haderslev Sygehus, og der blev modtaget ordre på levering af en CT-scanner til Aabenraa Sygehus.

Thoravision

Efter at den første Thoravision blev installeret på Frederiksberg Hospital omkring årsskiftet 1994/95 har vi modtaget yderligere tre ordrer på dette avancerede digitale udstyr til optagelse af lungebilleder.

Thoravision er baseret på anvendelsen af et tyndt lag amorft selen som røntgendetektor, en teknologi der i løbet af de kommende år kan forventes anvendt også i andre typer af røntgenapparater.

Røntgenapparater i øvrigt

Der er i årets løb leveret i alt 6 af det delvist dansk producerede gennemlysningsleje MD3, og der er modtaget yderligere ordrer på fjernbetjente gennemlysningslejer bl.a. til Tønder og Grindsted. Vi har også i årets løb fået ordrer på vort nye bucky-system

Bucky DIAGNOST TH blandt andet til Amtssygehuset i Glostrup.

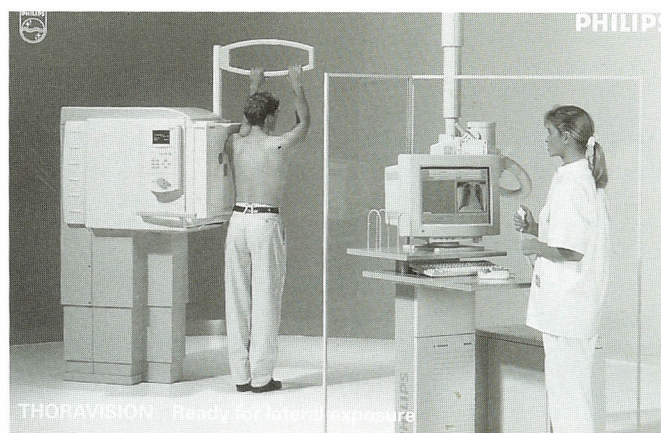
RADOS

I slutningen af året modtog vi til det nye Slagelse Sygehus den første ordre på vort røntgeninformationssystem RADOS, der er udviklet i Sverige, og som vi forventer os meget af.

Fremtiden

Philips Medico står på langt de fleste områder med relativt nyudviklede og meget attrak-

tive produkter. Vi vil i 1996 yderligere styrke vor position inden for netværk og arbejdsstationer til digital lagring, distribution og manipulation af røntgenbilleder – såvel produktmæssigt som organisatorisk/personalemæssigt. Dette skulle give os et særdeles godt udgangspunkt for at få en væsentlig andel af den udskiftning og modernisering af de danske røntgenafdelinger, der forventes i de nærmeste år bl.a. på baggrund af den seneste rapport fra Dansk Sygehus Institut. *Ole Anker*



Philips nye digitale udstyr til optagelse af lungebilleder, Thoravision, er installeret på Frederiksberg Hospital – og yderligere tre ordrer er modtaget.

Philips Components A/S

Philips Components A/S varetager på agentbasis markedsføringen i Danmark af elektroniske komponenter og halvledere for de to divisioner »Components« og »Semiconductors«.

Omsætningen i 1995 nåede den forventede vækst og blev

hermed den største nogensinde. Fremgangen skyldes dels den generelle fremgang i industriproduktionen, dels det forhold, at der indgår elektronik i flere og flere produkter, og dels at vi nu har to af de fire nordiske distributører lokaliseret i Danmark.

Øget vækst – og leveringsproblemer

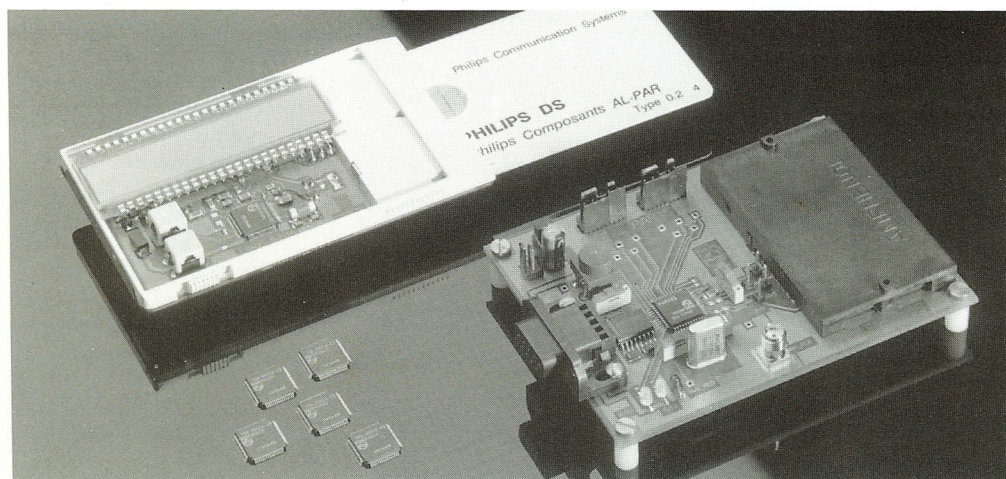
Væksten i markedet i 1995 har været omfattende, også uden for Danmark, og det har, foruden den forøgede omsætning, også betydet store leveringsproblemer for vores fabrikker. Dette har medført,

at vi desværre ofte har været i en situation, hvor vi har måttet sige nej til ordrer, også selv om dette har foranlediget produktionsstop hos vores kunder. Væksten har dog også betydet, at både Philips og konkurrenterne har investeret kraftigt i produktionsudstyr, og det ser ud til, at den akutte mangel på mange typer komponenter er ved at aftage.

Omorganisering

1995 har internt været præget af en omorganisering, hvor medarbejderne er blevet opdelt efter de to produktdivisioner. En del funktioner er desuden flyttet til Philips Components AB i Stockholm. I 1996 venter vi, at væksten vil stige med 20 til 30 procent. Dette skyldes, at vi nu har forøget kapaciteten i vores fabrikker, og at totalmarkedet fortsat vil stige. Vi er med andre ord i gang med endnu et rekordår.

Rolf Andersen



Et af de store vækstområder er smart-cards, som kan anvendes til alt fra telefonkort til borgerkort. Philips har alle de komponenter, der skal bruges til at udvikle disse systemer.

Philips TV Test Equipment A/S

Den positive udvikling i salget fra 1994 fortsatte ind i 1995. Året blev derfor det bedste gennem de seneste fem år. Årsagen til dette skal primært ses i at PTVs position i Europa blev fastholdt og endda udbygget i 1995. Salget i England blev fastholdt på det høje 1994-niveau, og dette – sammenholdt med en kraftig udvikling i Tyskland – var de to væsentligste årsager til resultatet. Nævnes skal også, at salget til Norge, Holland og Danmark kom ud fint over budgettet. På den produktmæssige side var det især PTVs nye PALplus mønstergenerator samt vores NICAM udstyr, der gjorde sig godt.

Fjernøsten

Salget i Fjernøsten nåede ikke helt 1994-niveauet, primært grundet den ringe investeringslyst hos de kinesiske TV-producenter. Lavere salg af indkøbte videogenerators fra Fluke havde også en medvirkende effekt. ASEAN-området

klarede sig udmærket totalt set grundet vores salg i Singapore. Salget i de øvrige ASEAN-lande skuffer fortsat. Sydkorea, som betjenes af en agent, nåede også i 1995 at blive en af de helt store topscorerer med salg af nøglefærdige TV-transmittere til TV-producenter. Ligeledes skal nævnes at salget på Taiwan til Philips egen monitorfabrik nåede nye højder med 60 farveanalyserer til deres produktionslinier.

Andre markeder

Salget i Østeuropa nåede pænt over budgettet. Med IE repræsenteret i Rusland, Polen, Tjekkiet og Ungarn er der nu mulighed for at bygge en langt stærkere PTV repræsentation op i disse lande. Dette giver mulighed for virkeligt at udnytte de store muligheder, der blandt andet ligger i de mange TV-fabrikker, som findes i det tidligere Østeuropa. Mellemøsten levede igen i 1995 op til forventningerne med godt salg især i Ægypten

og Tyrkiet. Indien ser ud til at være de helt store mulighedsland, og resultaterne fra 1995 rejser store forventninger til 1996.

Nord- og Sydamerika kom samlet godt ud af 1995 trods for den svage dollarkurs. Salget af farveanalyserer blev det hidtil bedste grundet en helt nyt agent netværk dækkende USA fra kyst til kyst.

Produkter

Succes'en med PM 5655 VITS Generator & Inserter blev i 1995 fuldt op med introduktionen af en 525 liniers udgave. Derved kan PTV nu dække praktisk taget alle behov for alle verdens TV selskaber og televæsener med hensyn til generator udstyr for overvågning og kontrol af signal kvalitet.

Automatisk justering af farvebalance på visse typer af TV-billedmonitoren er nu muligt med PM 5639/02 Auto Color Alignment System. Ved hjælp af dette kan man i TV-studierne på en meget nem og hurtig

måde sikre, at farverne er sat korrekt og meget ensartet op. Meget bedre end man vil være i stand til med det blotte øje.

Også i begyndelsen af 1995 startede produktion og salg for alvor af PM 5639/82 & 83 Color Alignment Generatorerne. Disse videotest-signal-generatorer er en familie af avancerede håndbårne generatorer, og de indeholder alle de test signaler som er nødvendige for korrekt justering af TV-monitoren, -modtagere og -projektorer. I sidste kvartal iværksattes produktionen af den nye avancerede PM 5689 NICAM Sound Monitor.

Dette apparat tilbyder ikke alene faciliteter for højkvalitetsovervågning af et TV-signal med NICAM lyd, men også høj-præcisions-målekredsløb. Det er således en meget prisgunstig afløser for det tidligere apparat PM 5688, og er derfor et meget attraktivt valg for »Telekoms« og kabel-TV-selskaber.

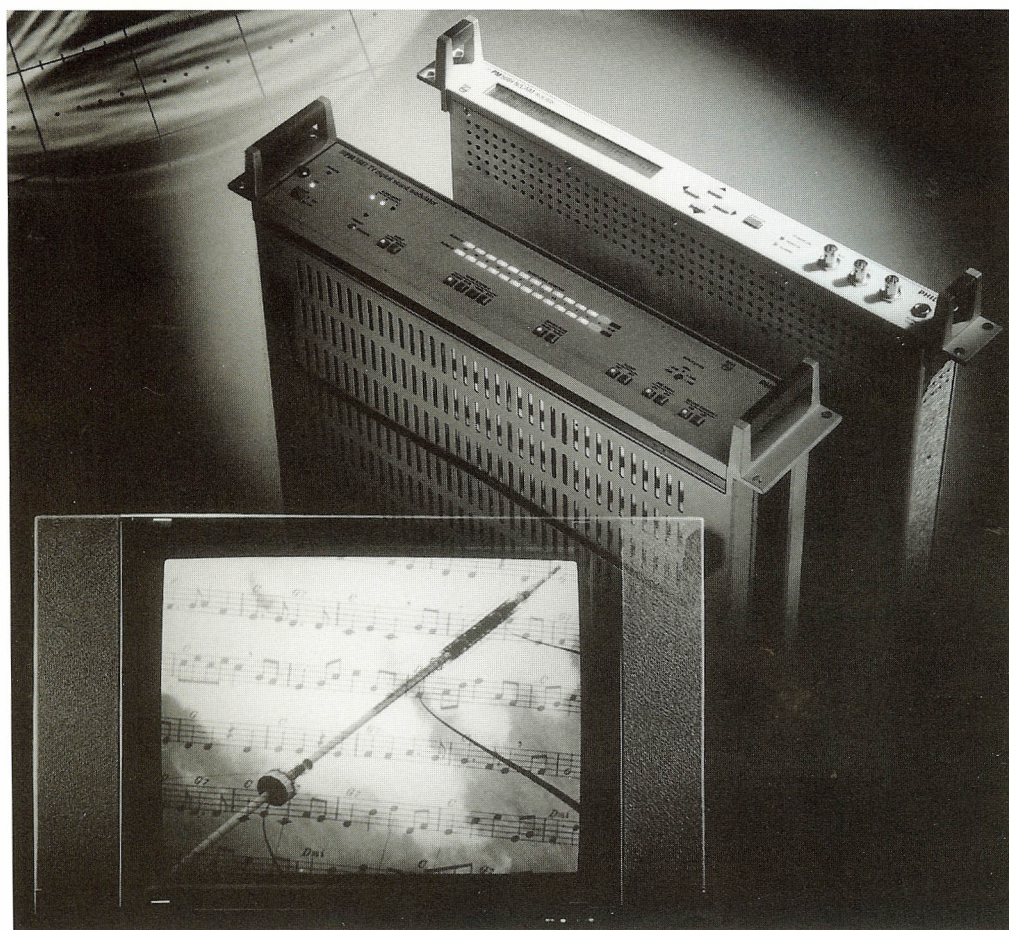
Fremtiden

Stort set alle de studier, som bliver opført i dag, anvender digital teknik. Ligeledes forventes det, at de første TV-stationer begynder med at udsende programmer, hvor nye modulationsformer tages i anvendelse.

Således er standarderne for digital transmission via kabel og satellit allerede fastlagt, mens der er større usikkerhed hvad angår standarden til jordbaseret TV. PTV har som følge af denne udvikling planlagt at gå ind i digitale studier og senere også, når standarderne er endeligt fastlagt, at engagere sig i modulatorer og demodulatorer til fremtidens TV-systemer. De første produkter til digitale studier vil blive præsenteret i 1996. Forventningerne til dette marked er store, idet markedet dækker ca. 50% af det PTV tilgængelige marked. PTV vil deltage i udstillinger over hele verden i 1996 med speciel focus på USA (NAB 96, Las Vegas), Europa (IBC 96, Amsterdam) og Fjernøsten (BroadcastAsia 96, Singapore).

For året 1996 forventes en vækst på cirka 6 procent.

Maurits van Tol



NICAM Sound Monitor PM 5689 med faciliteter for højkvalitetsovervågning af TV-signal med NICAM-lyd. Produktionen startede i sidste kvartal 1995.



Bent Hasselflug, produktchef i Philips Communication & Security Systems, fejrede sit 25 års jubilæum fredag den 2. februar 1996 i Philips Inn på Prags Boulevard. Kolleger og mange eksterne kunder var mødt op for at hylde Bent Hasselflug. I dagens anledning havde kollegerne allieret sig med en »mini-Bent«, som i bedste Pinocchio-stil dansede til stor fryd for alle, mens der blev sunget: »Der er ingen bånd, der binder mig«. Blandt de mange gaver var en græskantklipper og malerstaffeli, som straks blev afprøvet af jubilaren, der blev udklædt som ægte fransk kunstmaler. På billedet ses fra venstre salgschef Ejler G. Madsen, fru Bitte, sønnen Michael, jubilaren Bent Hasselflug, snoretræksdukken »mini-Bent« og direktør Preben Hejberg.

Tak

Tak til alle, der mødte op på min sidste dag hos Philips.
Tak for gaver og venlige ord.
Jeg vil savne jer!

*Med venlig hilsen
Eiler Nissen*



En hjertelig tak til alle, der deltog i mit 25 års jubilæum den 2. februar. Det var en meget stor glæde at se så mange gæster tage del i festligheden. De mange dejlige gaver og morsomme indfald gjorde mit jubilæum til en dag, jeg aldrig vil glemme. Tak allesammen!

*Med venlig hilsen
Bent Hasselflug*

Vinderne i julekonkurrencen

Traditionen tro havde langt de fleste af indsenderne fundet den rigtige løsning på julekonkurrencen i sidste nummer, nemlig

Let's make things better.

Redaktørens skrivebord bugnede op mod jul af de grønne kuponer. Der var enkelte smuttere imellem, men vi skulle hilse og sige, at ingen gik glip af præmien af den grund. De kuponer, der blev trukket ud til 1., 2. og 3. præmien, var alle korrekte. Her er de tretten heldige vindere. Listen synes at bekræfte, at økonomiafdelingen vitterlig har ekstra travlt i juletiden – i hvert fald er afdelingen ikke repræsenteret blandt de udtrukne. Vi håber på bedre held til jer næste år!

1. præmie:
Torben Jensen, Elektronik Systemer

2. præmie:
Hass Nygaard, Lys

3. præmie:
Camilla Andersen, Elapparat

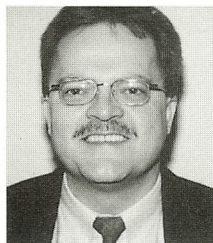
10 gavekort à 200 kr.:

Kate Bruun, PTV
Alvine Filbert, pensionist
Marian Gerie, PTV
Flemming Jensen, PTV
Ella Larsen, pensionist
Jonna Larsen, PTV

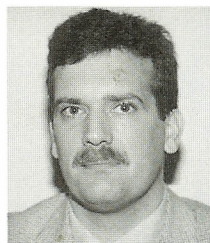
Iben Lauesen, Navigation
Ian Lauritzen, Medico
Inge Pedersen,
Consumer Electronics
Thomas Søborg,
postafdelingen

Nye ansigter i Philips

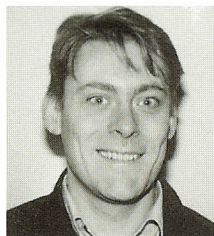
Vi siger velkommen til disse 11 nye medarbejdere, som er tiltrådt i perioden 1. december 1995 til 10. februar 1996:



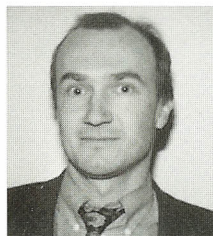
Lars Mortensen er 1. december startet som kundecenterchef i Philips Consumer Electronics



Frank Sørensen er 15. januar startet som salgskonsulent i Philips Elektronik Systemer A/S



Manfred Christiansen er 1. december startet som reklameassistent i Philips Lys A/S



Bo Knutsson er 1. januar startet som systemkonsulent i Origin/C&P



Anni Bøgelund er 1. februar startet som assistent i Økonomi-afdelingen



Freddy Degn er 1. december startet som salgssingenør i Philips Lys A/S



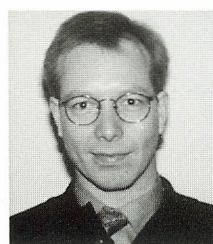
Povl Pedersen er 1. januar startet som regional servicechef i Philips Medico A/S



Allan B. Jacobsen er 1. februar startet som systemkonstruktør i Origin/C&P



Stig Korgaard er 1. december startet som projektleder i Philips Medico A/S



Kim Broch Ulsted er 1. januar startet som salgssingenør i Philips Lys A/S



Flemming Per Voss er 1. februar startet som tekniker i Philips Telekommunikation A/S

PCC – Philips Consumer Communication

Philips' topledelse har udpeget forbrugerorienterede kommunikationsprodukter til et vækstområde, som Philips vil prioritere og satse på. Den 1. januar blev en ny organisation etableret under navnet Philips Consumer Communication (PCC) til at varetage denne satsning indenfor produktområderne: mobiltelefoner, trådløse telefoner, almindelige telefoner, telefonsvarere, personsøgere og andre teleprodukter rettet mod konsumentmarkedet.

PCC opbygger i øjeblikket et internationalt kompetencecenter i Le Mans i Frankrig med det formål at møde den stigende efterspørgsel for så-

danne produkter på verdensplan. Erfarne ledere er blevet rekrutteret til denne nye organisation både fra Philips og udefra. Der investeres flere hundrede millioner gylden de næste to år for at sikre et fremtidigt forretningsområde med en potentiel omsætning på flere milliarder gylden. Salget af PCC produkter sker gennem Philips CE-organisationen for at udnytte vores store erfaring og markeds-kendskab på hele området inden for konsumentelektronik. PCC organiseres dog som en selvstændig enhed inden for CE, og i Europa er der etableret 7 regioner, hvorfra man vil organisere salget af PCC pro-

dukter. Den danske PCC gruppe er en del af PCC Nordic, som ledes fra Stockholm.

I Danmark har vi det sidste år haft det svært inden for PCC området, og alligevel satses der på en firedobling af omsætningen i år sammenlignet med 1995. Indenfor mobiltelefoner, som udgør en stor del af PCC omsætningen, har vi allerede nu solgt omsat flere mobiltelefoner end i hele 1995. PCC i Danmark er på rette vej, men målene er meget ambitiøse. Vi vil i næste udgave af Philiskopet bringe en mere uddybende præsentation af PCC Danmark.

Peter Heide



PR 747 har solgt bedre i 1996 indtil nu end i hele 1995. Senere i år efterfølges den af GSM mobiltelefoner fra Le Mans i Frankrig.