Danskernes Historie Online
Danske Slægtsforskeres Bibliotek

Dette værk er downloadet fra Danskernes Historie Online

Danskernes Historie Online er Danmarks største digitaliseringsprojekt af litteratur inden for emner som personalhistorie, lokalhistorie og slægtsforskning. Biblioteket hører under den almennyttige forening Danske Slægtsforskere. Vi bevarer vores fælles kulturarv, digitaliserer den og stiller den til rådighed for alle interesserede.

Støt Danskernes Historie Online - Bliv sponsor
Som sponsor i biblioteket opnår du en række fordele. Læs mere om fordele og sponsorat her: https://slaegtsbibliotek.dk/sponsorat

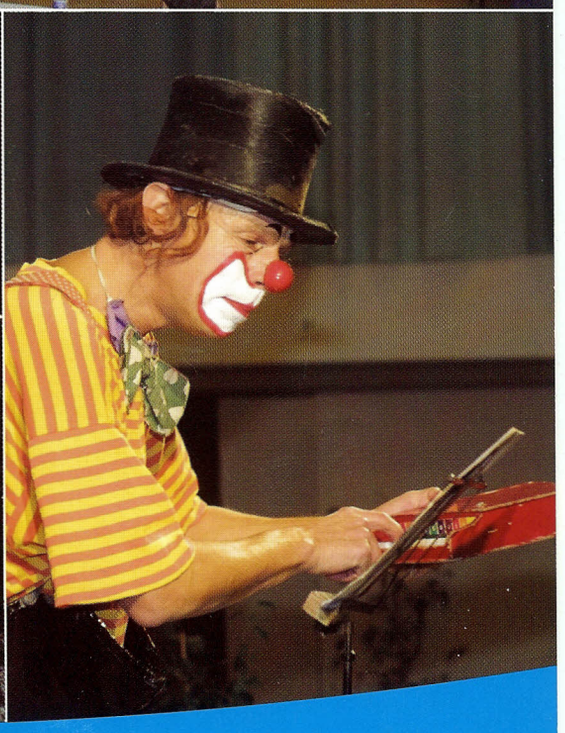
Ophavsret
Biblioteket indeholder værker både med og uden ophavsret. For værker, som er omfattet af ophavsret, må PDF-filen kun benyttes til personligt brug.

Links
Slægtsforskernes Bibliotek: https://slaegtsbibliotek.dk
Danske Slægtsforskere: https://slaegt.dk

PHILISKOPET

Nr. 4
19. december 2001
46. årgang

BØRNENES JULETRÆSFEST



Let's make things better.

PHILIPS

PVK-banko med ny teknologi

PVK's sidste arrangement i år var det traditionelle bankospil, som vi holdt i Amager Kulturpunkt på Øresundsvej den 21. november

Med denne nummermaskine blev numrene trukket ud automatisk og effektivt. Men alle kan forhåbentlig være enige om, at spillepladerne ikke også skal »elektronificeres«!

...med mange gode gevinster leveret af Philips og suppleret med gaver fra Danske Bank. Dertil indkøbt vin og chokolade, så der var sidegevinster til både 1, 2 og 3 rækker i alle 11 spil. Og heldigvis var der også til trøstpræmier, for vi havde i ét tilfælde hele fire, som råbte »Banko« samtidigt!

Veteranerne hyggede sig med kaffe og kringle og senere øl eller vand, mens spillene blev afviklet ved hjælp af Kulturpunktets elektroniske nummermaskine. Så der var ingen pose at ryste, undtagen når flere fik banko på én gang, og vinderen skulle findes.

Der var som sædvanlig mange gode Philips-gevinster – for slet ikke at tale om sidegevinster og trøstpræmier. I det sidste ekstraordinære spil var hovedgevinsten en støvsuger.

21/11
2001

Tak for et godt år

Efter det sidste ekstraordinære spil, hvor fuld plade gav en støvsuger og sidegevinsterne var kaffemaskiner, kunne vi sige hinanden tak for et godt år, ønske hinanden god jul og godt nytår og sige på gensyn til generalforsamlingen.

Med venlig hilsen
Swenn Poulsen

Så blev det atter Jul

Det er jo først når vi er til det årlige juletræsarrangement, vi fornemmer, at julen er ved at være over os. Det blev holdt i Markmandsgade, og det er nogle gode store lokaler, så der kan sagtens komme mange flere til næste år. Vi fik serveret glögg og æbleskiver til de voksne og sodavand til børnene.

Cirkus 3 v/Charlie og Binalto optrådte med deres efterhånden velkendte show. Dog havde Charlie fået en ny saxofon.

Efter klovnerne fik børnene pølser og brød, mens de ventede på julemanden. Og i modsætning til tidligere år kom han næsten før vi fik kaldt, så det kan være han har fået høreapparat.

Alle sang og dansede rundt om juletræet, mens Julius spillede. Til sidst fik alle børnene deres flotte julegave. Der deltog 63 børn og 67 voksne.

Anni Deleuran

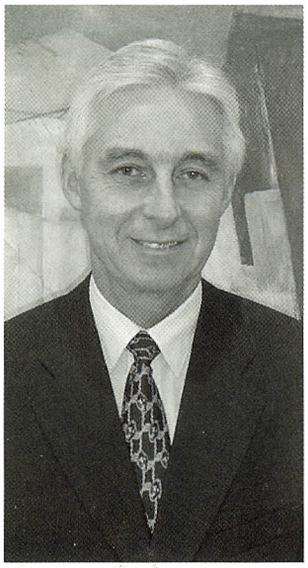
PHILISKOPET
udgives af
Philips Danmark A/S
Frederikskaj 6
1780 København V

Redaktion:
Jannik Bo Rasmussen
(ansvarshavende)
telefon 33 29 32 90

Ulla Laursen
telefon 33 29 33 44

Anny Juul
telefon 33 29 37 24

Næste nummer
udkommer
ultimo marts.
Stof skal være
redaktionen i hænde
medio februar.



Willy Goldby

Nu skal vi ride stormen af !

For den internationale Philipskoncern var 2001 et år med manglende omsætning og store tab. Alt dette efter året hvor Philips fik den største indtjening nogensinde.
Vi kan kalde dette for et antiklimaks, men ikke desto mindre er det vores situation.

Når krisen kradser, er der som bekendt ingen hellige køer, som ikke må berøres. Alle muligheder for at reducere omkostninger samt blive mere effektive skal undersøges. Den tid, hvor én produktdivision kunne tillade sig at nægte at arbejde sammen med en anden produktdivision, er forbi. Hvis der er muligheder for besparelser eller større effektivitet, skal vi gøre det.

Imidlertid er det sikkert, at alle forretningsområder i Philips vil komme til at forholde sig til og deltage i at opnå de ønskede mål.

Philips Danmark har trods alt oplevet et positivt år. Vi er i fuld gang med en god integration af de nye firmaer som Medico-divisionen har købt. Vi har afholdt en både seriøs og munter Philips-dag, og nogle gode julearrangementer er gennemført.

Sidst men ikke mindst er vi blevet klassificeret som den 21. bedste arbejdsplads i Danmark. En placering som vi både kan og skal være stolte af. Med en fortsat god dialog mellem medarbejdere og ledelsen på alle niveauer vil jeg mene, at vi kan forbedre vores placering. Hvorfor ikke blive blandt de ti bedste?

Tak til alle for en god indsats i år. Vi ved, at vi skal rebe sejlene for at komme gennem den kommende storm, men med en besætning som vi har i Philips Danmark, ved jeg, vi kan gøre det.

Lad mig her til slut ønske jer alle samt jeres familier en god jul og et godt nytår.

Willy Goldby

Et besøg fra den spirituelle verden

Foredragsaften i PAP den 23. oktober 2001

Til foredragsaften i PAP havde vi valgt at få besøg fra den spirituelle verden. Valget faldt på clairvoyanten Jens Bo Lund.

Vi var ca. 60 nysgerrige og spændte personer, der var kommet for at høre om clairvoyance. Til dette PAP arrangement havde vi også inviteret medlemmernes ledsagere.

Vi lagde ud med at hygge os med sandwiches, øl og vand. Kl. 17:00 startede foredraget. Jens Bo Lund er 41 år og har ikke arbejdet med clairvoyance før han blev 38 år. Først i 1998 blev Jens klar over hvilke evner han er født med og har siden arbejdet målrettet med clairvoyance. Til dagligt arbejder han som zoneterapeut og giver personlige clairvoyancer. Jens indledte med at fortælle om, hvad clairvoyance er, hvad det betyder for ham, og hvordan han bruger det i sin hverdag. At være clairvoyant er en evne/gave man er født med, og er ikke noget man kan lære. Man kan derimod lære at udvikle den gave man har fået, og finde frem til, hvordan man kan bruge det.

Efter ca. 1 times foredrag hørte vi salmen »Dejlig er jorden« hvorunder Jens gjorde sig klar til at foretage en platforms-clairvoyance, hvor han gav en smagsprøve på, hvad clairvoyance er. Han ville fremkalde ånder/skytsengle og måske afdøde, der havde noget at fortælle de tilstedeværende.

Man kunne enten få en besked fra en afdød person eller fra en slags skytsengel. Der var flere af de fremmødte personer, der fik beskeder fra afdøde – en fra sin mor og en anden fra sin far. Jens kunne i begge tilfælde meget detaljeret beskrive, hvordan de afdøde så ud og hvilken besked de gerne ville videregive.

Andre af deltagerne blev kontaktet af deres skytsengel, som havde gode råd til, hvordan personen skulle forholde sig til en situation han/hun enten var i nu – eller forventedes at komme i indenfor den nærmeste fremtid.

Alt i alt en utrolig spændende aften, hvor flere måske begyndte at tro på, at der er »mere mellem himmel og jord…«.

Marion Neele

Tak fra Tele-tubbierne

Tele vil gerne sige tak til de medarbejdere, der gav sig tid til at beøge os på vores Tele-dag.
Vi synes selv, at vi havde en vellykket eftermiddag, og vi håber også, at I fik noget ud af det, og nu ved lidt mere om, hvad vi laver i vores hverdag.
Samtidig vil vi gerne ønske alle vores kolleger i Philips Danmark en Glædelig Jul og et Godt Nytår.

Hilsen Teletubbierne

Jubilæer i 2002

Til næste år er der i alt fem medarbejdere i Philips Danmark, som fejrer »stort jubilæum« – heraf hele to 40 års-jubilarer.
Her er oversigten over næste års jubilæer, med forbehold for ændringer.

Hvert jubilæum bliver annonceret i forvejen gennem »Philips – her og nu!« og i dagspressen med oplysninger om tid og sted for receptionen.

Medarbejdere som fejrer 40-års jubilæum i 2002:

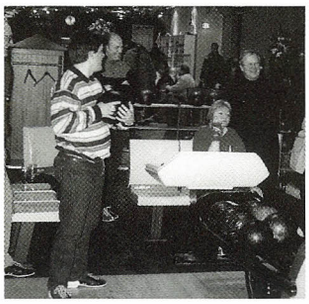
Navn	*Afdeling*	*Intern reception*
Flemming Christensen	Consumer Electronics	1. august
Wiwi Nielsen	Økonomiafdelingen	2. september

Medarbejdere som fejrer 25-års jubilæum i 2002:

Navn	*Afdeling*	*Intern reception*
Erik Toft Jonasen	Lys	Omkring 1. maj
Nina Kielland Jensen	Lys	Omkring 1. august
Gustav A. Struck	Medico	2. august

Bowlingafdelingen ta'r kegler...

...og vi har således to hold i holdturneringen, der klarer sig lovende her inden »julepausen«



Førsteholdet ligger efter oprykningen sidste år på en fjerdeplads, hvilket må siges at være godt skuldret, da mange af modstanderne er fanatiske bowlingentusiaster. Med egne kugler, sko etc. – I kender dem...! Andenholdet ligger til oprykning som nr. 1 i deres gruppe – intet er dog afgjort endnu.

Kom og vær med

Men vi savner deltagere til den ugentlige træning hos Bowl'n Fun på Sjællandsbroen, så hvis du synes, det lyder interessant/savner at røre dig/er noget for dig, så er du mere end velkommen til at kontakte formanden for bowlingafdelingen, Jørgen Olsen, på telefon 3524.

Den store sammentælling er i gang!

Nu er første fase af Philips Motivationsundersøgelsen 2001 vel overstået for denne gang

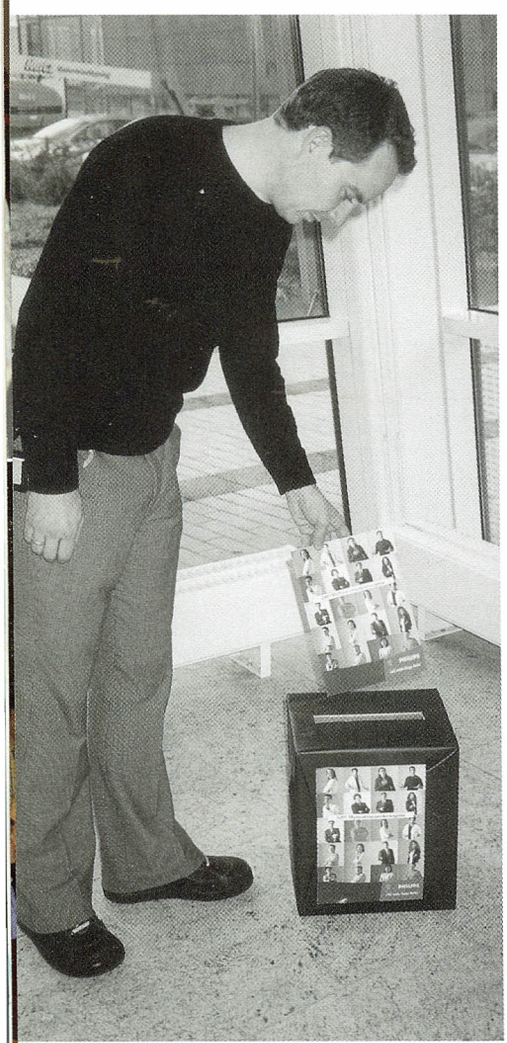
Medarbejderne har de sidste par uger fortalt, hvad de mener om Philips. Nu er alle spørgeskemaerne sendt til International Survey Research i London, som de kommende par måneder får travlt med at indtaste og efterbehandle resultaterne.

Det er en omfattende proces, idet besvarelserne fra hvert enkelt land dels skal indgå i de lokale rapporter som f.eks. for Armaturmonteringen i Hedehusene. Og dels skal de indgå i rapporter for de forskellige divisioner og Business Units, sådan at f.eks. Philips Medical Systems kan få en samlet rapport over besvarelserne for f.eks. »Customer Services i Europa og Mellemøsten«, som inkluderer servicefolk fra Irland til Dubai og fra Portugal til Finland.

Vi må derfor være lidt tålmodige, indtil resultaterne kommer i starten af marts 2002. Til den tid er det så ledelsens opgave at formidle resultaterne ud i organisationen og tage action de steder, hvor der er behov for forbedringer.

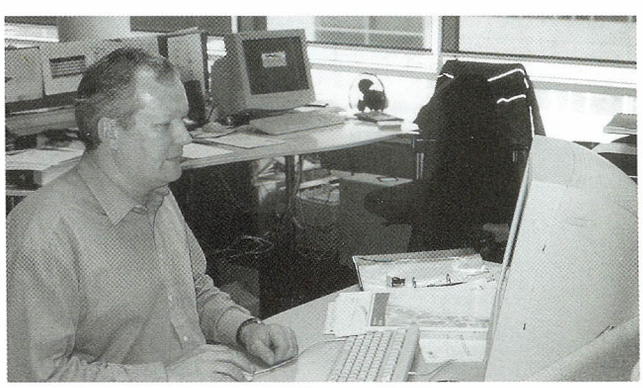
Tak til alle jer, der på denne måde har givet et bidrag til at gøre Philips til et endnu bedre sted at være!

Jannik Bo Rasmussen



Stig Gejl fra Lys: »Noget af det gode ved det er også, at det får en til at tænke over sit arbejde – hvad man måske ikke så tit gør i hverdagen.« Stig, som for det meste arbejder i Århus, lægger her sit skema i stemmeboksen i receptionen under et besøg på Frederikskaj.

Merete Petersen fra Medico med spørgehæftet. Denne gang var der to løse kodebilag, som skulle sikre, at der senere kan laves rapporter både geografisk og opdelt efter forretningsområde – værdifuldt i den sidste ende men lidt besværligt for brugerne.



Denne gang var det som noget nyt muligt at udfylde spørgeskemaet i Lotus Notes i stedet for på papir – en mulighed mange har benyttet sig af. Heriblandt Kim Johansen fra CE, som i øvrigt mener, at det er en god idé, at vi gennemfører sådanne undersøgelser – og at det kan være med til at få nogle chefer op på dupperne.

Hollænderen, som via Østrig og Tyskland havnede i Danmark

Ronald Maagdenberg i én af de nye shop-in-shop; her hos Electric City på Fisketorvet i København: »Forbrugerne er i centrum. Vi vil fokusere på den digitale verden og tilbyde forbrugerne oplevelser under temaet »Vision Peripherals«, som for eksempel Home Cinema, DVD og TV-link, fortæller han.

Den 36-årige Ronald Maagdenberg har kastet sig over opgaven med at sætte skub i markedsføringen af CE's produkter: En million-kampagne og øget samarbejde omkring shop-in-shop konceptet er nogle af elementerne

Med ildhu og ørerne slået godt ud har hollænderen Ronald Maagdenberg kastet sig over det danske sprog. Og allerede efter et par måneder som marketingchef i CE forstår han så meget dansk, at han kan fange meningen med de fleste tekster.

Men vores hurtige danske tale, hvor endelserne snuppes, gør, at han et stykke tid endnu hellere vil tale engelsk.

Rundt i Europa

At han skulle få et skrivebord i København, var ikke noget, han regnede med, da han 1. oktober 1988 startede som sælger hos Philips i Holland. Og han har også været rundt i Europa inden turen gik mod nord.

Egentlig er det en tilfældighed, at den 36-årige Ronald Maagdenberg nu arbejder i Philips Danmark. Men både han og hans hustru har lyst til at prøve at leve i andre lande – og det har de så gjort siden 1997.

Efter at være avanceret til Key Account Manager og Product Manager Audio i Holland var chancen for et job i Østrig til stede. Som Marketing Manager Magnetic Media (VHS-bånd) for Europa havde han base i Wien indtil 1. januar 2000, hvor han rykkede til Recordable Media hovedkvarteret i Wiesbaden i Tyskland som International Key Account Manager og Marketing Manager Europa.

Da denne Business Unit tidligere i år blev flyttet til hans hjemby Eindhoven, ville han og hans hustru gerne fortsætte i udlandet – og samtidig var Nordic på udkig efter en marketingchef til Danmark.

Intentionen var at skrue op for marketingblusset – og dén udfordring passer lige Ronald Maagdenberg, der i dag tillige indgår i Nordic Trade Marketing Team.

Design vigtigt i Danmark

Med 60 millioner solgte enheder fra CE i verden om året er der basis for at sælge noget mere i Norden – og selv om hans første store opgave faldt sammen med afmatningen efter 11. september i USA, ser han fortrøstningsfuldt på mulighederne:

»Design er vigtigt i Danmark. Og det er et high-end marked, mens vi på eksempelvis det tyske, hollandske og italienske marked sælger mange af de billigere produkter«, siger han.

Forbrugerne er i centrum

De seneste og næste par måneder bruges flere millioner på markedsføring for de tre EISA-præmierede produkter: Flat-TV med 32" plasmaskærm, DVD-optageren DVDR 1000, og Super Audio CD'en.

I annoncer på udendørs plakater og i reklamefilm præsenteres danskerne for de tre produkter.

Shop-in-shop i udvalgte butikker

Som noget nyt satses der også meget på forskellige samarbejdspartnere. Ifølge Ronald Maagdenberg adskiller Danmark sig fra mange andre europæiske lande ved, at der kun er få men store forhandlere: F-Group (Fredgaard og Fona), Expert, 2tal og Merlin.

En af de nye måder, der samarbejdes på, er ved shop-in-shop-konceptet, hvor Philips rykker ind med komplette sæt med DVD, audio og TV samt en sofa i udvalgte butikker fra nogle af kæderne. Her sættes oplevelser i højsædet; ikke mindst med supplement fra Dolby surround sound. Også uddannelsen af butikspersonalet vægtes højt.

Og det er virkelig noget, er giver syn for sagen – og god lyd i ørerne: *»Den første Expert-butik solgte to komplette anlæg allerede den første dag!* fortæller Ronald Maagdenberg.

Også på andre fronter arbejder CE med samarbejdspartnere: Den nye MP3-CD-afspiller eXpanium til de små 8 centimeter discs, lanceres i samarbejde med ungdomsbladene Chili og Frikvarter. Med Disney er der aftaler med i forbindelse med filmpremierer, og Microsoft Danmark anvender Philips-produkter i forbindelse med lanceringen af spillekonsollen X-Box.

Samarbejde – også internt i Philips Danmark

Den store kampagne kører videre nogle måneder, men selv om der bruges mange penge nu, dør markedsføringen ikke. Således vil VM i fodbold i Japan og Korea til sommer blive benyttet til flere fremstød – her er Philips én af de store sponsorer.

Ronald Maagdenberg peger også på, at partnerskab ikke kun er forbeholdt eksterne firmaer: *»Philips er et stærkt varemærke. Og når CE reklamerer, så er det ikke kun for vores produkter – det er varemærket Philips, vi præsenterer. Det vil derfor også være naturligt, at forskellige divisioner samarbejder om marketing,* siger han.

Han nævner, at det måske også vil gøre flere ting muligt. *»Det kan jo godt være, at vi ser en mulighed, som umiddelbart er for dyr for os. Men kan vi dele udgiften med en anden division, kan det lade sig gøre. Og i den sidste ende er det mærkevaren Philips - os alle sammen – vi gavner!*

Erling Madsen

Sortimentet hører til i den helt brede ende. Philips Elapparat markedsfører i dag en lang række produkter fra blodtryksmålere til støvsugere og fra kaffemaskiner til lysterapilamper

Carsten Nederup er Key Account Manager og har desuden været leder af afdelingen siden sommeren 2000.

En lille stor afdeling: Philips Elapparat

Et enkelt produkt har dog haft en central placering gennem mere end 60 år: elshaveren. Den kom allerede i 1939 og er som bekendt spillevende endnu, hvor den fortsat har en markedsandel på omkring 50%.

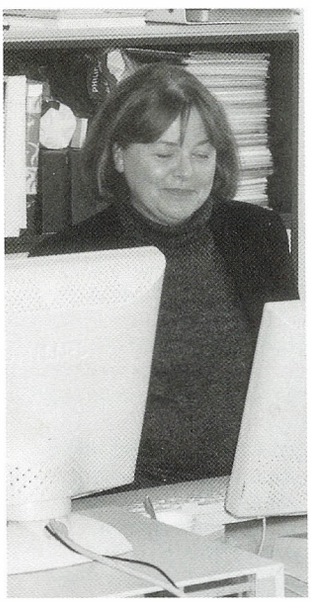
Afdelingen hører under produktdivisionen DAP – Domestic Appliances and Personal care. DAP er Europas største udbyder på området, og inden for produktudvikling og design står Philips derfor meget stærkt over for de lokale konkurrenter. Her i landet er det produkterne til personlig pleje, der vejer tungest, selv om der i de senere år er sket en stor udvikling inde for bl.a. støvsugere og dampstrygejern. 50-60% af produkterne bliver fornyet eller helt erstattet af nye hvert eneste år.

14 alsidige jobs

Alle produkterne er forbrugerprodukter, der kommer fra fabrikker i Europa og Asien, og samtlige medarbejdere er direkte involveret i salg og markedsføring. Carsten Nederup, som både er Key Account Manager med ansvar for kontakt til kæderne og leder af Elapparat, fortæller, at måske den vigtigste opgave for hovedkontoret på Frederikskaj er at få lavet nogle aftaler, så salgskonsulenterne har noget at følge op på.

Afdelingenes fire salgskonsulenter kører ud fra deres eget hjem – to i Jylland og to på Sjælland og øerne – og besøger regelmæssigt 80-100 forhandlere hver. Den daglige ledelse af salgskonsulenterne varetages af en sælgerchef, som desuden servicerer et mindre antal kunder i Midtjylland.

Elapparat er normalt personalemæssigt stabil, men i årets løb er to salgskonsulenter gået på pension, så afdelingen har dermed også måttet sige farvel til mange erfaringer i 2001.



Salgs- og marketingassistent Marian Sjøholm ved sin arbejdsplads midt i afdelingen.

Produktets lange vej til hylderne

Den grundlæggende mission er enkel: At få DAP's produkter ud på hylderne og videre ud til forbrugerne. Carsten Nederup giver os lidt flere detaljer:

- Fra det øjeblik et nyt produkt bliver lanceret af DAP i Holland, er det vores opgave at tage stilling til, om det er et produkt, vi tror på i Danmark – nogle produkter skal vi dog have med i vores sortiment. De næste spørgsmål er så, hvornår det skal lanceres her, hvordan det skal foregå, til hvilke priser det skal sælges og sammen med hvem, fortsætter Carsten.

- Så skal vi beslutte, hvordan produktet skal markedsføres over for forbrugerne, og hvordan vi kan hjælpe vores forhandlere med at sælge det. Her har vores salgskonsulenter en stor opgave i at vejlede og uddanne forhandlerne – f.eks. er det væsentligt, hvordan tingene er placeret på hylderne, og forhandlerne skal kunne rådgive kunden, så han eller hun kommer hjem med et produkt, vedkommende vil være tilfreds med.

- Jeg kan illustrere det med VisaPure ansigtsrenseren, hvor vi et halvt år i forvejen fik at vide, at den ville komme i foråret 2001, fortæller Carsten.

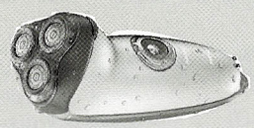
- Så undersøger vores marketingfolk bl.a., hvilke konkurrenter der er, og hvilket prisniveau de sælger til, og vi konkluderer, at prisen skal være 399 kr., og at den hovedsagelig skal sælges gennem stormagasinerne og Matas.

- Dernæst gælder det om at gøre produktet kendt over for forbrugeren, og det foregår bl.a. ved, at vi besøger damebladene og får dem til at skrive om det. Desuden taler vi med forhandlerne om, hvordan det skal vises i deres kataloger.

Et andet lysende eksempel...

...er Bright Light lysterapilampen, som vi trods en vej-

Den første Philishave fra 1939 med bronzeskær – i daglig tale kaldet »cigaren«. Shaveren blev udviklet for at kompensere for nedgangen i salget under 30'ernes depression - og det viste sig at være en god investering.



Philishave Cool Skin HQ 6761: Kun grundideen med roterende skær er bevaret. Stamfaderen kunne hverken prale af integreret lotion, Lift and Cut skær eller af at kunne skylles under varmt vand.

VisaPure ansigtsrenseren kan bruges sammen med ens foretrukne renseprodukt og kan både bruges til daglig rensning og til dybderensning.

indføres et nyt IT-system. Det betyder en ekstra indsats for at leve op til Elapparats velfortjente ry: At have branchens bedste leveringsevne.

Og den voksende internationalisering hos kunderne betyder mere synlighed med hensyn til priser, betingelser osv. For at leve op til dette internationaliserer DAP tilsvarende, så f.eks. Norden, Storbritannien og Irland fremtidig bliver til én region.

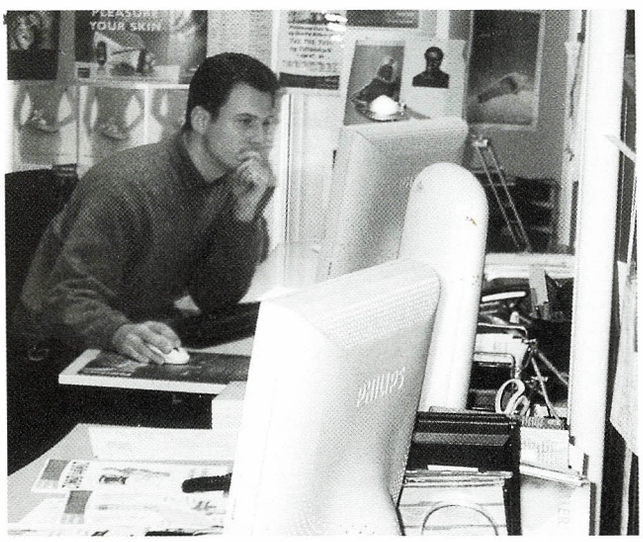
En travl hverdag i Elapparat, som bor midt på 3. sal på Frederikskaj.

ledende butikspris på 1799 kr. sælger ca. 3000 stykker af om året.

Det er et spændende produkt med et stort potentiale, og som Carsten siger, så lever vi jo her i Danmark i en verden, hvor der er gråt og trist en stor del af året – ikke mindst her omkring vintersolhverv !

Internationale udfordringer

Ingen træer vokser ind i himlern, og også i Philips Elapparat har de deres udfordringer. Således flytter lageret den 1. februar til Norrköping i Sverige, og i den forbindelse



Henrik Skouby har – som flere af sine kolleger – en Bright Light lysterapilampe ved sin arbejdsplads.

Fremtiden: Intelligente produkter

Vil vi få el-tandbørster, som husker vores tandsæt fra gang til gang og indretter børstningen derefter? Eller hårklippere som kan programmeres til en bestemt frisure ? Det skal være usagt – men der bliver i hvert fald gradvist bygget mere og mere intelligens ind i apparaterne, siger produktchef Henrik Skouby, som fortæller at Elapparat til næste år kommer med en foodprocessor, der har programmer til forskellige funktioner såsom ældning og piskning. En nyhed bliver også en brødrister, som ikke bare rister brødet en bestemt tid men også registrerer hvor, brunt brødet er blevet og derfor kan slå fra i rette øjeblik.

- Vi har et potentiale for vækst, idet vores markedsandel her i landet stadig er lavere end den, som DAP generelt har, siger Carsten Nederup og konkluderer, at alt i alt ser fremtiden både lys, spændende og udfordrende ud.

Jannik Bo Rasmussen

Philips – en af Danmarks bedste arbejdspladser!

Philips havnede i den bedste halvdel af listen over Danmarks 50 bedste arbejdspladser, der er udvalgt blandt ca. 200 af Danmarks store og mellemstore virksomheder

Resultatet, som blev bragt i Børsens Nyhedsmagasin den 3. december, kan vi være ganske stolte over.

Undersøgelsen består af spørgeskemaer, der er uddelt tilfældigt blandt virksomhedens medarbejdere. De 115 besvarede skemaer har vejet meget tungt i det samlede resultat, mens et skema stilet til ledelsen er blevet vægtet lavere. Derudover havde vi muligheden for at tilsende analyseinstituttet materiale på skrift om vores kultur, tiltag for at tiltrække og fastholde medarbejdere, holdninger, socialt sammenhold, arbejdsmiljø m.v.

Med en placering som nr. 21...

...på listen har Philips Danmark også vundet rettigheden til at kalde sig en af Danmarks bedste arbejdspladser – men hvad indebærer det så?

Vi har modtaget en rapport, hvor resultatet er sammenfattet, og jeg har valgt at bringe et uddrag af medarbejdernes personlige kommentarer til de åbne spørgsmål i spørgeskemaet. Kommentarerne kan sammenfattes under de tre hovedtemaer *Fleksibilitet, Indflydelse / frihed og Foreninger.*

Medarbejdernes kommentarer:

- Der er mange aktive foreninger (kunst, idræt og personaleforening), der holder gode arrangementer for medarbejderne, hvor vi kan møde kolleger fra andre divisioner – det styrker sammenholdet på tværs af divisionerne – specielt for de nye medarbejdere.
- Flad organisationskultur = kort afstand fra medarbejder til lokal og international ledelse.
- Stor indflydelse på job indhold og udførelse – vide rammer i jobbet
- Frihed til i stor udstrækning selv at planlægge min dag
- Godt med mange sociale arrangementer
- Ledelsen er lydhør over for medarbejdernes mening og uddelegerer ansvar og handlefrihed
- Stor frihedsfølelse giver plads til selvudvikling
- Omgangstonen er uformel, hvilket skaber god ånd, hvor der er fokus på indhold frem for form.
- Alle kan tale med alle og man omtaler virksomheden godt. Ikke af pligt men fordi de fleste (tæt på alle) føler det.
- Selvom vi er mange afdelinger i et hus, så er der altid en frisk bemærkning eller hjælp at hente hos andre.
- Jeg har gode kolleger
- Medarbejderbutikken er vældig rar at have
- Jeg er utrolig stolt over at være i verdensfirmaet Phillips
- God beliggenhed – nemt at komme til
- Jeg kan søge videre til et nyt job internt, hvis jeg vil
- Vi har et højt IT-niveau
- Du kan regne med at din chef altid har tid til at høre på dig og jeg kan få fri, selvom der er travlt
- Da Phillips lukkede en hel afdeling, sørgede de for hjælp til alle med at få job
- Vi har mange ansatte med forskellige uddannelser, det giver en forskellighed, som er nyttig, og så er der mange mænd og få kvinder – en god kombination
- Vi har en god humor, men der er også alvor, når det gælder
- Nyt hus, nye møbler, fantastisk kantine og nye faciliteter i øvrigt

Og så er der sikkert nogle, der spørger – var der ikke noget negativt? JO, der var nogle stykker, der nævner klimaanlægget: at det er skuffende, at der ikke kan gøres noget – eller at ledelsen har afvist at gøre noget, da det er for dyrt at gøre det perfekt.

Det sidste udsagn, som medarbejderne tog stilling til, lyder: »Alt taget i betragtning mener jeg, at det er et rigtig godt sted at arbejde«. Hos Philips har 88% svaret positivt på dette spørgsmål.

I de virksomheder, der var i listens Top 10, havde 95% svaret positivt – så vi har et lille stykke vej endnu, men jeg må erkende, at det har været utroligt berigende at læse de afsnit i rapporten, der refererer til medarbejdernes svar. Ledelsen har også fået nogle områder at arbejde videre med – og en bedre bevidsthed om, hvad det er medarbejderne lægger vægt på.

Endnu engang tak til jer der medvirkede i undersøgelsen.

Charlotte Thorsen

Ny struktur for internet og intranet i Philips

Philips-koncernen har besluttet en ny struktur, som kommer til at gælde for både internettet og for intranettet

www.philips.com

Philips' internetsider undergår i denne tid væsentlige ændringer. Det umiddelbart synlige er, at layoutet ændres. Dertil kommer, at strukturen for siderne også bliver en anden end hidtil. Hovedsiden www.philips.com bliver alene en generel side for Philips.

På denne side vil der være aktuelle temaer ind som f.eks. de generelle informationer, sponsorater, udstillinger samt oplysninger om jobs og personaleforhold.

Her drejer det sig om at profilere helheden Philips: *Telling the brand og Selling the brand.*

De nationale internetsider

Disse sider – f.eks. den danske side www.philips.dk – kommer bl.a. også til at omfatte de generelle informationer om Philips Danmark A/S, udvalgte og oversatte relevante pressemeddelelser fra koncernen suppleret med lokale presse-

Sundhed på arbejdspladsen

Vi lever i en tid, hvor det at være stresset og føle et arbejdspres, for mange er blevet en del af hverdagen

Det vælter ind med e-mails og invitationer til møder, og tid er ofte en knap ressource – mange af os stiller også uhyggeligt store krav til os selv og vores præstationer.

I stigende grad bliver virksomhederne stillet til ansvar overfor medarbejdernes sundhed – hvilket er ganske rimeligt. Derfor har Philips valgt at tage et medansvar, idet vi også må erkende at vi ser flere eksempler på hvordan stress påvirker vores sundhed i hverdagen. Med stress følger ofte forkerte arbejdsstillinger, og dermed opbygges langsomt skader hen over årerne.

Nokia har ansat en health supervisor, og Philips har også før i tiden haft bl.a. en fysioterapeut ansat.

Det tillader vores størrelse ikke længere, men vi har valgt at indgå et samarbejde med en massør, Jesper Hylstofte, der er læge og exam. fysiurgisk massør. Ud over på Frederikskaj vil ordningen også blive tilbudt Philips-medarbejdere i Hedehusene og Århus.

Næsten som i gamle dage

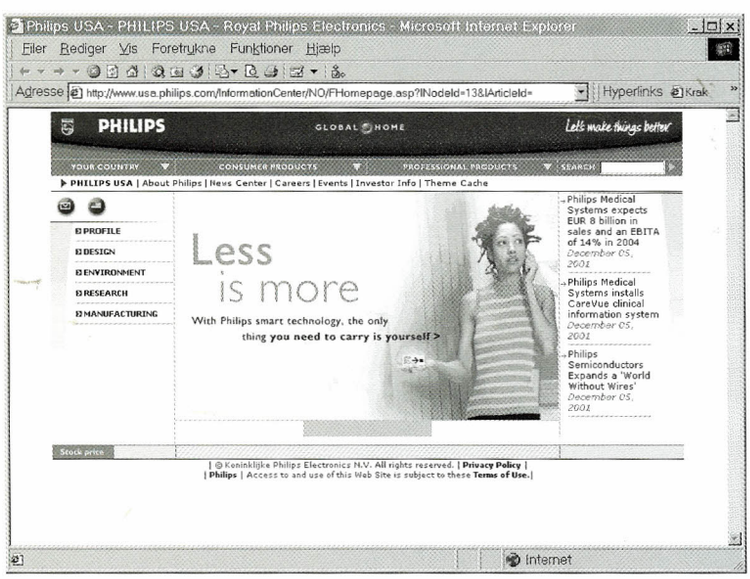
Der er tale om en prøveordning, som vi kører over nogle måneder. Herefter vil vi vurdere, om den skal fortsætte som permanent ordning – eventuelt med brugerbetaling.

Allerede nu kan vi sige, at vi fra medarbejderne har fået meget positiv respons omkring ordningen, hvilket vi vil sige tak for. En medabejder udtrykte bl.a. »det er dejligt at se, at nogle af de ting, Philips havde i de gode gamle dage, nu kommer igen«. Her skal det tilføjes, at Philips tidligere har haft ansat både en læge og fysioterapeut på Prags Boulevard.

Selv om det er sparetider, finder vi det også vigtigt at gøre lidt ekstra, der hvor det betaler sig, og hvor virksomheden virkelig får noget ud af det – og så spare andre steder, hvor det er muligt.

Philips' massør Jesper Hylstofte vil være at finde på Frederikskaj tirsdage og torsdage.

Charlotte Thorsen



For tiden kan man på den amerikanske Philips-hjemmeside www.usa.philips.com se, hvordan de nye udgaver af Philips hjemmesiderne kommer til at se ud.

meddelelser samt eksempelvis jobannoncer.

Disse nationale siders layout, design og branding bliver mere harmoniserede og defineret centralt. I Danmark bliver det så vores opgave, at bearbejde det materiale, der kommer fra koncernen og supplere det med lokalt stof. Vedligeholdelsen og opdateringen kommer til at ske via en client-server-model, så vi ikke får mulighed for at lave vores egne »kreative« løsninger.

Produktdivisionernes internetsider

De sider på internettet, som beskriver hver enkelt internationale produktdivision, bliver fremover selvstændige hjemmesider under www.division.philips.com.

De vil selvsagt informere om den pågældende divisions forretningsområde og produkter, hvortil der kommer meddelelser om nyheder og pressemeddelelser med relation til divisionen. Produktsiderne kan således også nås via hovedsiden www.philips.com, så det bliver lettere for brugeren at finde vej til de ønskede informationer.

Demokratisering og rationalisering i ét

Formålet med de beskrevne ændringer er bl.a. at spare omkostninger, idet Philips hidtil har haft omkring 300 mere eller mindre forskellige websider verden over. Den nye struktur vil gøre det mere ensartet og enkelt, og det betyder samtidig en lettere og mere enkel a'jourføring af siderne.

Også de lokale sider for de enkelte divisioner underlægges en tilsvarende struktur, så de følger produktaksen. Dette er anderledes end hidtil, hvor f.eks. de danske produktorienterede sider har været direkte underlagt Philips Danmarks A/S' websider.

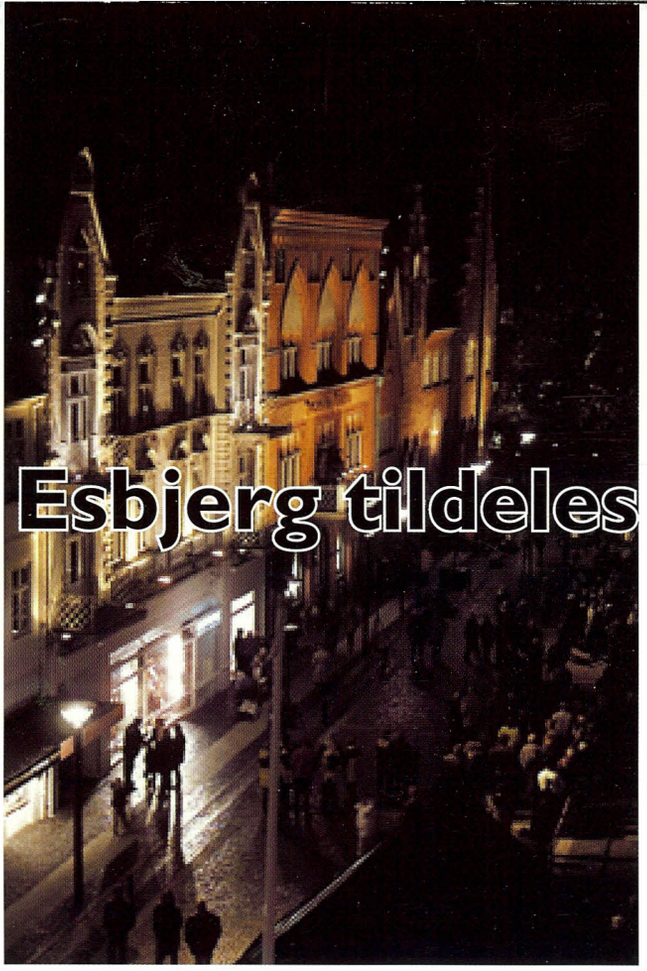
Det er planen, at alle relevante produktsider således skal være implementeret i den nye struktur senest den 31. maj 2002.

Tilsvarende model for intranet

Også internt i Philips skal modellen bruges: Philips Danmarks intranetportal kommer designmæssigt til at afspejle det globale Philips intranet pww.philips.com. Og vi er så småt i gang med at ændre siderne til det nye setup.

Den nye udgave af det danske intranet skal være i luften i starten af februar.

Jannik Bo Rasmussen



Esbjerg tildeles årets udelyspris

De sidste to år har esbjergenserne fået lys i julegave. Ved årsskiftet 1999-2000 indviedes en ny belysning af Torvet, og sidste år i december tændtes belysningen af Torvegade med stjernedrys og lysallé – efter en idé undfanget af byens egne arkitekter, Kirsten Frederiksen og Helene Plet. Sidstnævnte projekt er nu blevet belønnet med »Årets udelyspris 2001«.

Stjernebilleder i fiberoptik

I dommerkomiteens motivering hedder det bl.a.: »Torvegade udgør med sin belysning, pullerter og vejbelægning et elegant bindeled mellem torvet og musikhuset. Det er en original idé at forevige stjernebilledeerne nytårsnat år 2000 i et fiberoptisk stjernedrys i Torvegades vejbelægning.

Stjernedrysset er et både fornemt og sjovt eksempel på, hvordan funktion og kunstnerisk udsmykning kan gå op i en højere enhed. Uden forkundskab kan det dog være svært at genkende stjernebillederne.«

Philips med i hele forløbet

Philips deltog dels ved rådgivning om valg af lyskilder og armaturer, dels ved at stille op til en prøvebelysning af både bygninger og af torvepladsen. Det fremlagte forslag blev godt modtaget både hos kommunens politikere og hos borgerne, hvor de enkelte grundejere både skulle bekoste anlæg og drift af belysningen.

2 km kabel i vejbelægningen

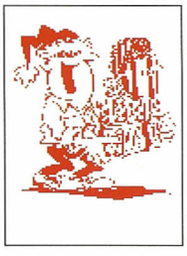
Til bygnings- og til torvepladsbelysningen anvendtes Decoflood projektørserien med White SON lyskilder. Til stjernedrysset er bl.a. brugt 2150m fiberlyskabel og 288 stk. fiberlysarmaturer à 150W. Det hele fjernstyres fra Rådhuset via telefon/modem forbindelse og tændes samtidig med den almindelige gadebelysning. Normalt lyser stjernedrysset hvidt, men nogle gange hver aften aktiveres farvehjul som giver flerfarvet lys.

Udelysprisen uddeles af ELFOR dansk eldistribution og Lysteknisk Selskab og gives til byer med udendørs belysningsanlæg, der fortjener særlig opmærksomhed.

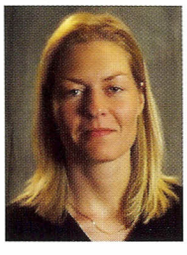
Jannik Bo Rasmussen

Nye ansigter i Philips

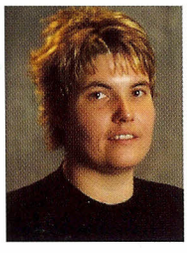
Vi byder velkommen til disse ti nye medarbejdere, som er tiltrådt i perioden 1. oktober til 1. december 2001:



Jens Østergaard er 1.10. startet som lageleder i Armaturmonteringen

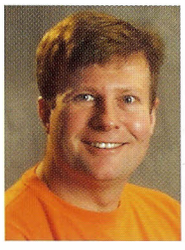


Helle J. Kristensen er 1.11. startet som Assistant Controller i Medico



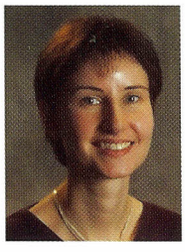
Lene Knudsen er 17.10. startet som regnskabsassistent i Medico

Susanne Miceli er 1.11. startet som servicekoordinator i Medico



Klaus Rye er 1.11. startet som servicetekniker i Medico

Thomas Skovsgaard er 1.11. startet som International Business Controller i Nordic Outdoor



Lene Andersen er 1.12. startet som salgsassistent i Nordic Outdoor

Pia Olsen Brammer er 1.12. startet som logistikmedarbejder i Medico

Maria Kehlet er 1.12. startet som logistikmedarbejder i Nordic Outdoor

Malene Rozzi er 1.12. startet som salgsassistent i Consumer Electronics