

Meer dan 40 jaar CRE

Jan Sommerdijk, WB2049, tel. 42870

De Philips Corporate Research Exhibition (CRE) heeft al een lange traditie. In 1959 opende Philips Research voor het eerst zijn deuren voor andere Philips-medewerkers om hun de nieuwste resultaten te laten zien. De eerste CRE was een heel sober evenement, niet te vergelijken met de spectaculaire shows van nu.

De eerste CRE

In de jaren vijftig hadden de meeste medewerkers van Philips geen idee van wat er zich binnen de muren van Philips Research afspeelde. In het algemeen vond men onderzoekers maar rare mensen, mer wie moeilijk te praten was. Hoe kwam dat? Vooral omdat het toen moeilijk was om onderzoeksresultaten terug te zien in producten, mede door de lange 'time-to-market'. En er was nog geen contractresearch: al het onderzoek was 'company research'. Behalve op de gebieden waarbij ze zelf betrokken waren, waren de meesten niet op de hoogte van recente ontwikkelingen binnen Research. Zelfs de Raad van Bestuur kwam nooit op bezoek. 'Hoog tijd dat dit eens verandert', zei de toenmalige directeur van Philips Research en hij vroeg een paar mensen om de eerste CRE te organiseren. Het evenement duurde maar één dag, met negen demonstraties van 10 minuten in verschillende ruimtes.

Gestandaardiseerd evenement

In de jaren zestig en zeventig werd de CRE steeds groter en groeide uit tot een jaarlijks evenement, verspreid over vijf of zes dagen in een grote conferentieruimte. Het aantal stands liep op tot een standaardmaximum van 50 tot

Kees Weijzenfeld op de CRE 1993. Jarenlang werkte Kees op het CRB en had hij de leiding van de CRE-organisatie. Na zijn pensionering in 1999, werd zijn functie overgenomen door Maurice Groten.

60 en het aantal bezoekers van buiten Philips Research tot zo'n 2000. Er kwam ook steeds meer uniformiteit in de stands, het presentatiemateriaal en de manier van presenteren. Daarnaast kwam er een standaardprocedure voor het selecteren van CRE-onderwerpen. In deze procedure, die nog steeds gevolgd wordt, bezoeken leden van het Corporate Research Bureau (CRB) verschillende groepen in alle labs om presentaties van voorgestelde onderwerpen bij te wonen. Elk voorstel voor een onderwerp wordt beoordeeld op niveau, toepasbaarheid en demonstreerbaarheid. De uiteindelijke selectie van onderwerpen voor de CRE wordt gedaan door het management van Philips Research en het CRB.

Geleidelijke veranderingen

In de jaren tachtig en negentig kwam steeds meer de nadruk te liggen op productgericht onderzoek. En de computer deed zijn intrede, de eerste keer nog heel primitief, met kabels door een gat in de grond en aangesloten op een nog steeds zeer grote harddisk in de kelder. Het is haast niet te geloven dat dit pas iets meer dan tien jaar geleden is! Sindsdien nam het aantal stands met een PC ieder jaar toe, totdat vrijwel iedere stand er een had. De organisatie, het



werven van bezoekers, het programmaboekje, de hand-outs en de manier van presenteren werden steeds verder verbeterd en bijna ieder jaar zei het management: 'deze CRE was weer beter dan de vorige'. Maar tot eind jaren negentig onderging de CRE geen radicale veranderingen.

Complete modernisatie

In 2000 onderging de CRE wel de nodige veranderingen. Voor de eerste keer werd de werving gedaan via verschillende interne media van Philips en kon men zich registreren via de CRE-website. De hand-outs en posters waren meer 'to the point' en meer applicatie- en businessgericht. In 2001 onderging de CRE een complete metamorfose. Er werd nieuw expositiemateriaal gebruikt en bij iedere stand was een groot plasmascherm. Ook kregen alle standhouders een presentatietraining, met de nadruk op zowel de technologische waarde als op de 'business rationale' van het project. In het programmaboekje kwamen inleidingen van alle acht programma's van Philips Research en ook samenvattingen van alle stands. De hand-outs bevatte veel meer informatie dan voorheen en waren bovendien aan beide kanten bedrukt, en in kleur. Naast een volledig nieuwe 'look-and-feel' voor de bezoekers kon men de CRE ook 'bezoeken' via de virtuele CRE-site op het Philips Intranet. Nieuw was ook de 'Ambient Intelligence alley', met verschillende echte visionaire projecten, en een speciale avond voor Philips Semiconductors en zijn businessklanten om hun een impressie te geven van onze nieuwste technologieën.

De ervaringen van vorig jaar en de terugkoppeling van bezoekers, standhouders en businessklanten vormen de basis voor verdere verbeteringen dit jaar. We hopen dat u de resultaten hiervan zult kunnen zien, ter plekke of online!



CRE 2001