

UT NIEUWS

[donderdag 23 september 2004, jaargang 39, nr. 28](#)

Knapste koppen op stage bij IBM

Alleen de 'brightest minds' mogen meedoen aan de zomerstages van IBM. Drie maanden zetten ze teamsgewijs hun tanden in praktijkcases. Vrijdag presenteerden de briljante stagiairs hun - bijna - marktrijpe resultaten. Onder hen UT-informatiestudent Koen Wolters. Hij ontwikkelde met zijn team een virtueel hulpje voor helpdeskmedewerkers, op basis van spraakherkenning.

Het begon allemaal met een mailtje van zijn hoogleraar. Of het Extreme Blue Internship van IBM iets voor hem was. Op stage hoefde hij eigenlijk niet meer, maar Wolters (24) vond drie maanden IBM wel een leuke onderbreking van het schrijven aan zijn afstudeerscriptie. Hij rolde door de selectieprocedure en mag zich dus, met nog drie UT'ers, volgens IBM tot de *brightest minds* van de Europese studentenwereld rekenen.

Maar flink doorgezaagd is hij voor zijn gevoel niet, tijdens de sollicitatie. 'Het was gewoon een heel gezellig gesprek. Ik heb geen idee waar ze me precies op geselecteerd hebben.' Wolters offerde maar al te graag zijn vakantie op en belandde in een team met UT-genoot Nick Oosterhof, een UvA-student en een MBA-student van de Rotterdam School of Management. Met z'n vieren stortten ze zich drie maanden, veertig uur per week ('tegen het einde echt wel iets meer'), als zelfstandige unit in het lab van IBM-Nederland op hun case. Een Duits, Iers, Frans en Engels team (steeds bestaande uit drie technische en een business student) deden hetzelfde in hun thuisland en mochten vorige week ook een tweemans delegatie naar Amstelveen afvaardigen voor de slotpresentatie (de andere twee bollebozen van UT-zijde, Adé Mochtar en Leon van den Oort zaten allebei in het tweede Nederlandse team, maar mochten niet presenteren omdat er per land maar één presentatie mocht zijn. Ze hebben gewerkt aan een context aware search engine).

In een mix van Amerikaanse jovialiteit en Nederlandse no-nonsense ontrolt zich een ontspannen presentatie van technische hoogstandjes en IBM-promo. 'Natuurlijk is het Extreme Blue Internship een manier om frisse ideeën en innovatieve technologieën binnen te halen en talent te recruten,' bekent Jane Harper, verantwoordelijk voor de university talent programs, in haar openingspraatje. 'Maar de besten krijg je alleen als je ze ook het beste van het beste biedt tijdens hun kennismaking met IBM. Ze werken met de top van onze mensen, en dat werpt zijn vruchten af.' En inderdaad: de internships die jaarlijks wereldwijd op twaalf IBM-locaties worden gehouden, leveren zo'n drie tot vier patenteerbare vindingen per jaar op. Gegeneerd door de bright minds die drie maanden

mogen buffelen, in ruil voor een stagevergoeding en een *total wow experience*. Echt waar kijk maar naar dit filmpje, zegt Jane.

Blij IBM-mentoren en stralende stagiaires halen herinneringen op voor de camera: 'Een unieke ervaring en great fun.' 'Ik kan niet wachten tot ons product op de markt komt.' 'We waren echt een team.' 'Geweldig, al die mentoren.' 'Een baan bij IBM? Als ik de kans krijg, wil ik morgen beginnen.'

Het Duitse team presenteert een antivirusprogramma dat zelf de daluren in het pc-grebuik opzoekt, in etappes z'n werk doet en de verzamelde informatie over virusbestendigheid op bedrijfsniveau beschikbaar maakt.

Twee Ieren maken e-learning voor bedrijfscursisten leuker en interactiever. Ze krijgen er een chatbox bij om real time aan medecursisten eigen praktijkoplossingen te kunnen ontfutselen.

Frankrijk komt met een interactief beeldschermje voor winkelwagentjes. Geactiveerd door het persoonlijke klantenpasje geeft het scherm gepersonaliseerde informatie over aanbiedingen en producten aan de winkelende klant. Een IBM-klant heeft al belangstelling.

De twee Britten gaan de ergernis van spoorloze of foute weblinks te lijf. Hun systeem pleegt volautomatisch onderhoud aan de gewenste links, vervangt ze of zoekt zelf alternatieven.

The Amsterdam Team, vertegenwoordigd door Koen Wolters en zijn presentatiepartner Spencer Rosen, verdiepten zich in de wereld van de callcentres. De kosten kunnen met 20 procent naar beneden en de opbrengst met 15 procent omhoog, als de call center agent tijdens zijn gesprek met een klant of potentiële koper geholpen wordt door een meeluisterend systeem. Het virtuele hulpje genereert tijdens het afgeluisterde gesprek een aantal trefwoorden en brengt die op het scherm van de medewerker. Met een klik op het juiste trefwoord rolt het gewenste antwoord voorgeformuleerd over zijn scherm. Een mooi staaltje conversation directed search, dat veel zoek in relatie management- en andere databases tijdens het gesprek overbodig maakt. De bank die het project adopteerde is er erg blij mee.

Even later demonstreren Wolters en Rosen in een aanpalende ruimte hun vinding vanuit een presentatiestand aan belangstellende passanten, potentiële klanten pers en andere geïnteresseerden.

Al het gevoel dat je je ziel aan IBM hebt verkocht?

Wolters lacht: 'Ik heb wel een heel positief beeld gekregen van het bedrijf. Het is veel minder formeel dan ik me had voorgesteld. Wel hiërarchisch, maar toch los. Ik zou hier best willen werken, maar of ik dat ook doe, weet ik nu echt nog niet.'

Wat heb je eraan gehad?

`Je ziet drie maanden lang van binnenuit hoe het er in een groot bedrijf aan toegaat. En ik weet nu veel beter wat ik wel en wat ik niet kan. Daar kom je niet achter als je alleen braaf je vakken allemaal doet. In de praktijk blijkt pas of je er ook echt iets mee kunt.'

Waar heb je je het meest over verbaasd in die drie maanden.

`Op hoeveel ideeën je kunt komen. Ik was gewend dat er uit een UT-werkgroepen stuk of drie ideeën komen als je een probleem moet oplossen. Hier hadden we er na onze eerste brainstormsessie al vijftig.'

En nu?

`M'n laptop inleveren, een weekje relaxen en dan verder met afstuderen. Daarna zie ik wel weer.'

[Menno van Duuren](#)



Koen Wolters: 'Ik zou best bij IBM willen werken, maar of ik het ook doe kan ik nu nog niet zeggen'