

De lamp als dataverzamelaar

'Last man standing', 'the golden tail', deze termen gebruikt **Philips Lighting**, vanaf 15 mei waarschijnlijk omgedoopt in Signify, om de strategie te beschrijven waarmee het omgaat met het verdwijnen van traditionele lampen. Dit kan de suggestie wekken dat verlichting zelf een wegwijnende sector is. Niets is echter minder waar, aldus Eric Rondolat. De bestuursvoorzitter schetst een beeld van een markt die door een overgangsfase gaat en die de marktleider juist veel kansen biedt.

Tegenover de krimp van traditionele lampen staat namelijk de opkomst van ledlampen – en met ledsystemen is veel meer mogelijk. Philips Lighting kan hierdoor diensten aanbieden die op het eerste gezicht weinig met verlichting te maken hebben. Begin dit jaar lanceerde het bedrijf daarom Interact, een eigen IoT-platform. De metadata die het daarmee verzamelt, kan de klanten van het bedrijf helpen met aanvullende data-gedreven inzichten en diensten, maar in theorie ook derde partijen tot dienst zijn. Voorbeelden van dergelijke metadata zijn luchtkwaliteit, verkeersdrukke en geluidsniveau, gemeten door sensoren op straatlantaarns. Ook waarden als temperatuur en bezettingsgraad in bijvoorbeeld kantoorgebouwen kunnen worden gemeten door sensoren in de verlichting. Hierdoor ontstaan nieuwe verdienmodellen voor het 127 jaar oude concern.

Terwijl de markt van de licht-divisie van Philips door een overgangsfase ging, werd het bedrijf zelf verzelfstandigd via een beursgang. Moederconcern Philips heeft nog maar 18 procent van de aandelen. Met een nieuwe naam, 'Signify', en opname in de AEX-index lijkt het verlichtingsbedrijf nu echt op eigen benen te komen staan.

'PHILIPS IS
HET STERKSTE
MERK IN
VERLICHTING,
OOK ALS WE
SIGNIFY
HETEN'



De promotie naar de hoofdindex en de naamswijziging komen op het moment waarop Philips Lighting ook de periode van krimp achter zich laat. Na een paar jaar van afnemende omzet, groeiden de inkomsten in 2017 weer met 0,5 procent naar bijna 7 miljard euro. Daarvan hield het bedrijf 281 miljoen euro als nettowinst over. Topman Rondolat schetst in een interview de toekomst van Signify.

1 Er is een nieuwe naam. Is dat de laatste stap in de afsplitsing? "De naamswijziging was iets waarvan we wisten dat we het moesten doen.

Overigens verandert de naam van de holding, maar houden we het merk Philips wel, dat is immers het sterkste merk in verlichting. Of het de laatste stap is? Ik weet niet of ik dat zo zie. Het is een volgende stap, maar zeker geen grote stap. Voor ons was belangrijk om de naamswijziging te gebruiken als kans om neer te zetten waar het bedrijf naartoe gaat."

2 Wat is de volgende stap nu de periode van krimp door de overgang van conventionele lampen naar led voorbij is?

"Onze omzetgroei heeft twee fundamentele drijvers. Allereerst

is dat de samenstelling van de omzet. Het conventionele deel van onze activiteiten is daarvan nu een kleiner deel, daardoor heeft de krimp van deze activiteiten minder impact op de groei van het bedrijf als geheel. Het andere punt is het potentieel voor groei van led – en dan niet alleen led-lampen, maar ook de systemen erachter en de diensten die wij kunnen gaan aanbieden. Het bedrijf gaat richting het verbinden van de fysieke ruimte en internet."

3 Kunt u hier iets meer over vertellen?

"In het verleden verkochten we onze lampen aan steden. Op een gegeven moment gingen we ledlampen verkopen en daarbij ook de verbindingssystemen waarmee informatie van de lampen terug kan komen. Nu hebben we meer dan duizend steden die een dergelijk systeem gebruiken. De metadata die daarbij beschikbaar komt, stellen we beschikbaar aan de klanten en zouden we ook beschikbaar kunnen stellen aan anderen die er vervolgens aanvullende diensten mee kunnen optuigen. Daarom hebben we onlangs Interact onthuld, ons online platform waarop alle data van al onze systemen wordt verzameld. Daarmee hebben we nu de