

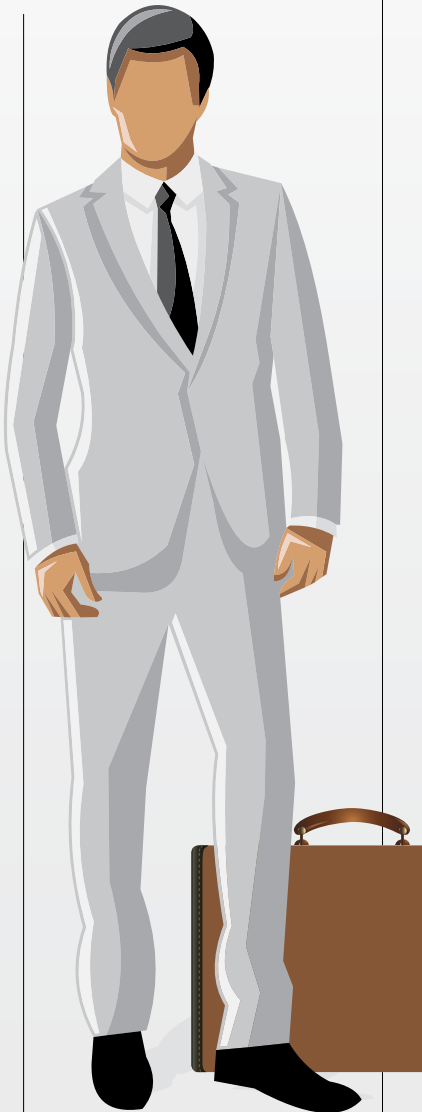
✈️ WAT VAN VER KOMT, IS HET LEKKERST

Het is een fenomeen waar maar geen einde aan lijkt te komen: de aanstellingsbonus. Vorig jaar kreeg René Oberman een golden hello toebedeeld van 2,45 miljoen euro bij zijn aantreden als topman van Ziggo. Naar verwachting vertrekt de Duitser later dit jaar, na overname van Ziggo door een Amerikaanse branchegenoot. De reden dat bedrijven de aanstellingsbonus uitkeren, komt voort uit het feit dat de topmannen bij het bedrijf waar ze weggaan meestal afstand doen van de langetermijnbonussen (aandelen en/of opties) die nog niet uitkeerbaar zijn. Deze rekening komt vervolgens terecht bij de aandeelhouders van het nieuwe bedrijf. In Nederland zagen we een dergelijke bonus eerder onder meer bij Ton Büchner, die één miljoen euro ontving toen hij van het Zwitserse machinebedrijf Sulzer naar Akzo-Nobel kwam om Hans Wijers op te volgen.

🦷 LUCRATIEVE BONUS-STRUCTUUR

De beloningsparagraaf in jaarverslagen is al lang geen eenvoudig tabelletje met bedragen meer. Reed Elsevier en Shell zijn berucht om hun beloningsrapporten van tientallen pagina's.

Beloningsadviseurs van bedrijven als Towers Watson en Hay Group bedenken voor bedrijven



steeds nieuwe constructies om beloningen aantrekkelijk te maken. Zo zijn er de zogeheten *matching shares*. Simpel gezegd kan een topman een deel van zijn (vaak korte termijn, cash) bonus omwisselen in aandelen van het bedrijf. Als die stukken vervolgens een periode worden aangehouden, treedt een lucratieve verdubbelaar in werking. Voor ieder omgewisseld aandeel ontvangt de topman een gratis aandeel van de onderneming.

Een in Nederland inmiddels minder voorkomend beloningsinstrument zijn opties. In het buitenland worden opties nog altijd

HOE GOED IS UNILEVER?



door Paul Frentrop

Het wordt tijd dat Unilever weer een grote overname doet, schreef een analist vorige maand. Maar de kernvraag voor merkartikelfabrikanten is: kopen of gekocht worden? Is Unilever inderdaad nog steeds een koper?

Al bijna honderd jaar is de onderneming een van de vooraanstaande Nederlandse multinationals. Te beginnen met Paul Rijkens heeft Unilever tal van managers geleverd die zich bij andere bedrijven of in de regering verdienstelijk hebben gemaakt. Dat ging weleens mis. Laurus en KPN bijvoorbeeld, leden onder de strategische strapatsen van Ole van der Straaten en Wim Dik. Maar over het algemeen is de bijdrage van Unilever aan het Nederlandse ondernemingsbestel positief geweest; zelfs de huidige premier komt uit de Unilever-school.

Vergelijk dat eens met de Rabobank. Die is met 90.000 mensen Nederlands grootste particuliere werkgever, maar kent nauwelijks eigen kweek en moet zijn directie steeds weer van buiten aanvullen. Dat fnuikt op de lange termijn de bedrijfscultuur. In voetbaltermen is Rabo een Vitesse, maar leek Unilever jarenlang op het Ajax dat Crujff voor ogen heeft. Steeds weer brak bij Unilever de eigen jeugd door, totdat de interne spanning vijf jaar geleden dusdanig opliep dat Paul Polman bij de concurrentie moest worden weggehaald, omdat niemand elkaar de voorzittershamer meer gunde.

Waar de onderneming nu staat, is lastig te zien, omdat Unilevers waardevolle activa van nature gehuld gaan in een web van reclame. Wel is duidelijk dat de multinational niet altijd goed met al zijn bezittingen omgaat. Snackfabrikant Mora presteerde altijd goed, behalve in de paar jaar dat het bedrijf eigendom van Unilever was. Voor het Franse Boursin gold hetzelfde. Die merken zijn te klein voor ons, zegt Unilever. Maar nu wil de onderneming ook sausfabrikant Ragu verkopen. Dat was ooit een groot merk. Toen Unilever in 1989 zijn strategische bod op het Amerikaanse Chesebrough-Pond's uitbracht, moest het opboksen tegen American Brands dat ook interesse had. Om American Brands te verjagen, verkocht het management van Chesebrough-Pond's zijn kroonjuweel Ragu vast onderhands aan Unilever. Dat werkte.

Maar nu heeft Unilever Morgan Stanley de opdracht gegeven een koper te zoeken voor Ragu. Destijds adviseerde die zakenbank American Brands. Zo gaat dat. Zakenbanken zijn in de economie wolven, die zich voeden met grote grazers. Maar Paul Polman zal toch niet – net als de hoofdpersoon uit de 'Dodenrit' van drs P. – steeds meer kinderen van de Unilever-troika moeten werpen omdat Omsk, het doel van de strategie, net iets te ver weg ligt?

DE COMMISSARISSEN VAN HEINEKEN GEBRUIKTEN EEN COCKTAIL VAN ARGUMENTEN OM DE VERGOEDING DIE TOPMAN VAN BOXMEER ONTVANGT, OP TE SCHROEVEN