



**VAN HOUTEN  
NOEMDE PHILIPS  
EEN BEDRIJF MET  
EEN 'WATERHOOFD'  
EN VERKLAARDE  
DE OORLOG AAN DE  
BUREAUCRATIE.**

## THEMA 2: HET VLEGWIELEFFECT VAN LAGERE KOSTEN

### De halfjaarcijfers laten zien dat kostenbesparingen effect beginnen te sorteren.

Voor Philips-topman Frans van Houten is snijden in de kosten vanaf zijn aanstelling prioriteit. Bij Philips verdween van elke euro die binnen kwam uit verkopen twintig cent in de zakken van (tussen)managers, marketeers en administratiemedewerkers. Van Houten noemde **Philips** een bedrijf met een 'waterhoofd' en verklaarde de oorlog aan de Philips-bureaucratie met haar 'onbeloonde complexiteit'.

Na rampjaar 2011 te hebben overleefd, begint Philips de vruchten te plukken van het snoeien in de kosten. Tot halverwege 2012 bespaarde het elektronicaconcern 176 miljoen euro, en dit moet in de tweede helft van het jaar oplopen tot 400 miljoen euro. En dan is Van

Houten pas halverwege: in 2014 moeten de jaarlijkse besparingen 800 miljoen euro bedragen. Minder kosten bij eenzelfde omzet levert meer winst op. Maar het vliegwieleffect komt pas echt op gang als de omzet ook nog eens stijgt. Bij Philips was dit het geval door een sterke verbetering van de lichtdivisie. De relatieve stijging van het bedrijfsresultaat was bijna twee zo groot als de toename van de omzet van 13 procent in het tweede kwartaal ten opzichte van dezelfde periode vorig jaar.

### KOSTENBESPARINGEN

Vliegmaatschappij **Air France KLM** kreeg met een plus van 19 procent een luid applaus van beleggers op de dag van de kwartaalcijfers. Het concern wist door een hogere omzet en lagere kosten het operationele verlies ruimschoots te halveren. Zwarte

cijfers zijn voorlopig nog niet in zicht, maar het management wees er op dat in de tweede helft van het jaar de effecten van drastische reorganisaties beter zichtbaar worden.

Ook verfgigant **AkzoNobel** ligt op koers met het vorig jaar ingevoerde kostenbesparingsprogramma. In de eerste helft van het jaar ging het om 65 miljoen euro. De combinatie van lagere kosten en meer omzet, voornamelijk uit China, zorgde ook hier voor een verbetering van de winstgevendheid. Bij de internationale pakkettenbezorger **TNT Express** was eenzelfde effect merkbaar. Zij het geringer omdat de omzet nauwelijks steeg doordat klanten gebruik maakten van goedkopere vervoerdiensten.

### OMZETTERUGVAL

Niet elke topman profiteerde

**800**  
miljoenen euro's  
die Philips in  
2014 jaarlijks wil  
besparen.