

'BESI ZIT NOG LANG NIET AAN Z'N TOP'

TEKST: MARTIN VOORN
FOTO'S: MARK VAN DEN BRINK

Besi kwam met mooie cijfers. Maar volgens bestuursvoorzitter Richard Blickman kan het nog veel beter. "We zitten nog lang niet aan de top."

Besi groeide in het tweede kwartaal sneller dan de markt. Hoe?

"In 2008 en vooral 2009 hebben wij aanzienlijke maatregelen genomen. In de eerste plaats hebben we een duidelijke keuze gemaakt voor producten die vandaag gevraagd worden. We hebben 'oude' producten opgeruimd. En we hebben onze productie in Azië sterk verhoogd en afgebouwd bij Europese vestigingen. Je kunt zien in de eerste helft van dit jaar, maar ook al in de tweede helft van 2009, dat dat z'n vruchten

afwerpt, zowel qua marktpositie als qua winstgevendheid."

ASML maakt chipmachines, die bestelt Intel, en daarna komt u?

"Als zo'n chip gemaakt is, moet ie met een toepassing verbonden worden. Dat heet assemblage, oftewel 'back end'. ASML zit in het 'front end'. Intel heeft machines van ASML nodig, maar ook onze machines, anders kan die wonderschone microprocessor niet worden ingebouwd in een computer of een telefoon. Daar concurreren we met ASMI, dat een front-end- en een back-end-tak heeft. Die back-endtak is op vele gebieden een goede concurrent van ons."

Is de prijsdruk nu minder dan zes maanden geleden?

"De prijsdruk op elektronica is gigantisch, nergens anders gaan de prijzen zo snel naar beneden, kijk ook naar camera's en dergelijke. Prijsdruk is voor ons een dagelijks fenomeen. In slechte tijden heb je daar iets meer last van dan in betere tijden, zoals nu, om de doodsimplen reden dat klanten dan meer tijd hebben om te onderhandelen. Als je producten niet aantoonbaar elk jaar lagere kosten voor de klant betekenen, doe je niet mee in de wedstrijd."

Wat betekent dat concreet voor u?

"Ten eerste betekent het: continu machines ontwikkelen die qua concept meer functionaliteit bieden, maar ook goedkoper gebouwd kunnen worden. Omdat de halfgeleiderwereld technologisch gedreven wordt en wij in een zeer cyclische omgeving zitten, kun je per definitie zeggen dat onze machines veel te duur gebouwd worden. Als je langer de tijd zou hebben, kun je die machines met dezelfde functionaliteit goedkoper bouwen. Je zou ze meer kunnen standaardiseren, je zou ze op vele gebieden

eenvoudiger kunnen concipiëren. Wij moeten ons afvragen of de prijzen die wij vragen voor onze machines acceptabel zijn op de lange termijn. Onze machines zijn per definitie niet volledig uitgekauwd."

Wat bedoelt u met uitgekauwd?

"Wij maken ze te duur. Wij maken te mooie machines. Wij maken Mercedes-kwaliteit en de industrie moet leven van Volkswagen-kwaliteit. Deze wereld is enorm in beweging, alles wordt steeds kleiner en steeds complexer. Dat betekent dat elke machine continu moet worden aangepast. En dat aanpassen leidt altijd tot kleinere series en daardoor duurdere producten. De eindproducten moeten steeds goedkoper worden, de computer, de iPhones. Het doel van meneer Apple, maar ook van meneer Intel is om al hun producten steeds goedkoper te maken om meer klanten te krijgen. Dus de zweep gaat over ons als toeleverancier."

ID RICHARD BLICKMAN

Geboren:

22 februari 1954

Functie:

ceo Besi

Koersrendement:

-63,5% sinds aantreden op 5-12-1995

Basissalaris:

396.550 euro

Externe functies:

- commissaris Koning & Hartman,
- commissaris Ennismore Fund Management
- commissaris Ennismore Vigeland Fund

Opleiding:

TU Delft

Werkervaring:

1981-1983 SHV
1984-1989 ASM Europe
1991-heden directeur Fico
1995-heden directeur Meco International
1995-heden Besi

Burgerlijke staat:

gehuwd

Hobby's:

zeilen, restaureren oldtimers

ID BESI

BE Semiconductor Industries is gespecialiseerd in het ontwerp, de vervaardiging en de verkoop van systemen bestemd voor verpakking en bescherming van halfgeleiders. De activiteit van het concern is op twee productfamilies gericht:

- systemen voor gieten, slijpen, snijden en fijnere systemen;
- met name systemen voor het sorteren en monteren van chips.

De geografische verdeling van de omzet in 2009 was als volgt: Europa (16,1%), Azië-Stille Oceaan (73,8%) en Verenigde Staten (9,5%).

De geografische verdeling van de herkomst van de omzet in 2009 was als volgt: Nederland (17%), Europa (59,5%), Azië-Stille Oceaan (21,8%) en Verenigde Staten (1,7%).