



PHILIPS IN 2015: WAAR VAN HOUTEN OP MAG WORDEN AFGEREKEND

- jaarlijkse (vergelijkbare) omzetgroei 2 procent boven de groei van het wereldwijd bruto binnenlands product.
- ebitaresultaat tussen 10 en 13 procent.
- stijging van de winst per aandeel tweemaal zo groot als de jaarlijkse omzetgroei.
- een rendement op geïnvesteerd kapitaal (roic) van ten minste 4 procent boven de gemiddelde kostenvoet (wacc).
- stijgende dividenduitkering, tussen de 40 en 50 procent van de nettowinst (voor incidentele posten).
- behoud van kredietwaardigheid met A-rating.

(Lighting) en medische systemen (Healthcare). Mede vanwege de economische crisis lag het rendement op geïnvesteerd kapitaal (roic) vanaf het tweede kwartaal 2008 tot en met het eerste halfjaar 2010 fors lager dan de gemiddelde kostenvoet (wacc) van 8,1 procent. Philips zal nu moeten aantonen dat het op langere termijn wel in staat is aandeelhouderswaarde te creëren via acquisities.

Dossier 3:

TELEVISIEACTIVITEITEN AANPAKKEN

Binnen het streven naar winstgevende omzetgroei lijkt steeds minder plaats voor de zwak presterende consumententak. Daar kromp de (vergelijkbare) omzet in het laatste kwartaal met 11 procent (exclusief televisie -6%) tot 2,7 miljard euro. Vooral met televisies behaalt Philips dus voortdurend teleurstellende resultaten. In 2010 kwam het ebitaverlies met 67 miljoen euro als gevolg van prijsdruk, hoge voorraden bij afnemers en vertraging bij de totstandkoming van een licentiedeal in China toch weer lager uit dan het geprognosticeerde breakevenresultaat. In 2011 wil de nieuwe divisiedirecteur Pieter Nota wel quitte spelen, geholpen door licentieovereenkomsten in India en China en verdere

kostenbesparingen. Maar Philips heeft de concurrentieslag met LG en Samsung verloren.

Aan de levensvatbaarheid van de tv-activiteiten binnen Philips kan getwijfeld worden. Op termijn lijkt het onvermijdelijk dat Philips doorgaat met de twee kerndivisies Lighting en Healthcare. Van Van Houten, tussen 2002 en 2006 ceo van de consumententak, mag verwacht worden dat hij de knoop zal doorhakken. Voor televisies lijkt na een opnieuw onbevredigend jaar en weinig florissante vooruitzichten definitief geen plaats meer binnen Philips. De winstgevendheid en de voorspelbaarheid van het elektronicaconcern worden te sterk beïnvloed door de ondermaats presterende tv-



gerelateerde activiteiten. Kleisterlee gaf onlangs bovendien aan de tv-activiteiten maar van beperkt strategisch belang te beschouwen.

Aan een ander heilig huisje tornt Van Houten niet. Philips verlengde vorige week de hoofdsponsorovereenkomst met 'zijn' voetbalclub PSV tot medio 2016. Per jaar maakt het elektronicaconcern naar verluidt zeven miljoen euro over.

Dossier 4:

PRODUCTINNOVATIES STIMULEREN

Philips is al tijden niet meer het concern dat productinnovaties in korte tijd tot een doorslaand commercieel succes weet door te ontwikkelen. Het tijdperk dat Philips synoniem stond voor technologische blockbusters als de compact disc en digital versatile disc (dvd) is allang voorbij. Toch behoort Philips nog altijd tot de grootste research-bedrijven ter wereld, maar daarvan weet het te weinig de vruchten te plukken. De laatste echte hit was de Senseo-koffiemachine die het samen ontwikkelde met Douwe Egberts. De Wake-up Light slaat ook redelijk aan bij het grote publiek. De door Philips doorontwikkelde zuinige ledlamp moet zich nog gaan bewijzen. Ook Kleisterlee heeft erkend dat het bedrijf meer inventief vermogen nodig heeft, zodat minder hoeft te worden voortgeborduurd op bestaande uitvindingen. Van Houten moet nieuwe succesnummers gaan lanceren. ■

PHILIPS: CONSUMER LIFESTYLE ZORGENKINDJE

	2006*	2007*	2008	2009	2010
Healthcare					
omzet (€ mln)	6.448	6.638	7.649	7.839	8.601
ebita (€ mln)	861	862	839	848	1.186
vergelijkbare omzetgroei (%)	7,3	3,6	5,6	-2,7	3,9
Consumer Lifestyle					
omzet (€ mln)	13.108	13.330	10.889	8.467	8.906
ebita (€ mln)	314	848	126	339	639
vergelijkbare omzetgroei (%)	16,6	16,4	-8,5	-16,5	1,2
Lighting					
omzet (€ mln)	5.466	6.093	7.362	6.546	7.552
ebita (€ mln)	608	722	480	145	869
vergelijkbare omzetgroei (%)	8,3	6,0	2,6	-12,6	8,7
totale omzet (€ mln)	26.682	26.793	26.385	23.189	25.419

*pro forma gecombineerd divisies huishoudelijke apparaten en consumentenelektronica