

'Lekenpraatje' promotie 15 oktober 2004, 10:00 uur

© Marcel Metze

Geliefde familieleden - beste vrienden, bekenden en andere aanwezigen. Van harte welkom.
(..) Over een minuut of tien zal ik beginnen aan de verdediging van mijn proefschrift.
Voordien wil ik u eerst een korte schets geven van mijn hoofdpersoon.

Niet lang geleden gaf ondernemer Joep van den Nieuwenhuyzen – net terug uit Amerika – een persconferentie over een affaire rond zijn bedrijf RDM. De Nederlandse regering had hem dringend verzocht geen onderzeeboten aan Taiwan te leveren en hem in ruil daarvoor compenserende orders toegezegd. Maar de regering was die toezegging niet nagekomen, zo klaagde hij.

Als Anton Philips dit had gehoord, zou hij ongetwijfeld hebben gedacht: geen wonder dat die Joep nooit een échte topondernemer is geworden. Zijn devies was: de zakenman moet zich nooit van iemand afhankelijk maken, en al helemaal niet van de overheid, die traag is, onbetrouwbaar en veranderlijk als het weer.

Overigens zou een vergelijking met Van den Nieuwenhuyzen hem niet zijn bevallen. Als bouwer van een wereldwijd opererende multinational was hij toch wel een paar maten groter, zou hij hebben gevonden. Toen hij uit Amerika terugkeerde - in 1945, na daar de oorlogsjaren te hebben doorgebracht - stond de pers niet klaar om hem met moeilijke vragen te bestoken, maar om zijn visie op de toekomst te noteren. En de bevolking van Eindhoven ontving hem met een spontaan défilé. Zoiets zou Joep nooit voor elkaar krijgen.

Anton Philips wordt vaak medeoprichter van het elektronicaconcern genoemd. Maar dat was hij niet. De gloeilampenfabriek Philips & Co werd in 1891 opgericht door zijn oudste broer Gerard en door zijn vader, die als geldschieter optrad. De jonge 'Ton', toen zeventien, begon dat jaar een studie aan de Openbare Handelsschool, hier in Amsterdam – wat in zijn geval voornamelijk neerkwam op uitgaan en feesten. Hij belandde pas in 1895 in Eindhoven, nadat zijn vader hem had gevraagd Gerard een tijdje te helpen. Een bransieschopper zonder diploma, meer was hij toen niet. Hij had de handelsschool voortijdig verlaten, net als eerder de hbs. Maar eenmaal in Eindhoven ontpopte hij zich als een rasverkoper die het onderhandelingspel met verve speelde.

Een handige verkoper is niet meteen een groot ondernemer. Er moet dus meer in hem hebben gezeten. Dat 'meer' was in de eerste plaats zijn afkomst. Vader Frederik was tabaks- en koffiehandaar te Zaltbommel, en dreef daar ook een kleine bank. Een groot deel van Antons ooms en neven was ook in deze branches actief en de familie telde daarnaast juristen en fabrikanten. Het ondernemen zat hem dus in de genen.

Hij kwam niet alleen in de juiste familie ter wereld, maar ook op het juiste moment. Hij werd geboren in 1874. Drie jaar eerder hadden Frankrijk en Duitsland kort oorlog gevoerd, maar sindsdien heerste vrede in Europa. In dit klimaat van vrede, vrijhandel en economische bloei kwam rond 1895 de befaamde Tweede Industriële Revolutie op gang, waarin de elektriciteits-hausse een belangrijke rol speelde. Precies dat jaar begon de ondernemer in spe zijn carrière. Elektrische lampen waren nog erg duur, kwetsbaar en kwalitatief gebrekkig. Maar ze vielen

© Marcel Metze

Anton Philips (1874-1951), Ze zullen weten wie ze voor zich hebben
Uitgeverij Balans, Amsterdam, 2004

niet aan te slepen.

In 1898 trouwde de toen 24-jarige Anton met de 20-jarige Anna de Jongh, dochter van ir. G.J. de Jongh, de drijvende kracht achter de grote havenuitbreidingen in Rotterdam.

Het eerste teken dat hij zelf iets groots van plan was, dateert van 1907. Terwijl Gerard op het terrein aan de Emmasingel te Eindhoven de ene na de andere fabriek uit de grond liet stampen, besloot Anton voor zichzelf en zijn gezin een villa te bouwen aan de oostzijde van het stadje, daar waar de Dommel samenvloede met het beekje Lakerloop. Eindhoven had nog geen elektriciteitsnet, maar uiteraard liet hij in zijn eigen huis een stroomvoorziening aanleggen. Voor de tuin - met tennisbaan en paardenstal - liet hij een aantal volwassen eiken komen. De Lakerloop liet hij omleiden door de vijver, zodat daar forellen en karpers in konden leven. Villa De Laak was niet zomaar een huis. Het was een manifest, waarmee de 33-jarige Anton zijn statuut van tycoon in wording openlijk demonstreerde.

Niet lang daarna werd ook zijn ondernemersstijl zichtbaar. De technologie van de gloeilamp was nog volop in ontwikkeling. In 1911 vervaardigde de grote Amerikaanse concurrent General Electric een superdunne gloeidraad van 'getrokken' wolfram, die een veel betere kwaliteit lampen mogelijk maakte. GE deelde de patenten op dit procédé met de Duitse alliantie AEG/Siemens/Auer. Voor Philips & Co. was de situatie uiterst riskant. De Nederlandse *successstory* was opgeklommen tot de derde plaats op de ranglijst van Europese producenten van gloeilampen, maar dreigde nu technologisch op achterstand te raken. Gerard was het nieuwe procédé op het spoor, maar had het nog niet gevonden.

Toen kwam Anton in het geweer. In oktober 1911 nam hij de boot naar Amerika, waar hij met inzet van al zijn charme en flink wat geld hij de noodzakelijke kennis wist buit te maken bij zakenpartners van GE. Verder ontdekte hij dat GE een ingenieur naar Berlijn had gestuurd om de Duitse partnerbedrijven te leren hoe ze de nieuwe gloeidraad moesten maken, en haalde hij de man over om in het geheim naar Eindhoven te reizen en ook Philips' ingenieurs te instrueren - tegen een vorstelijk honorarium, uiteraard. Dankzij deze kennisontfutseling, die grensde aan bedrijfsspionage, was Philips in staat de lampen met de 'getrokken' wolframdraad begin 1912 op de markt te brengen, gelijk met de concurrentie.

Anton deed dat op ronduit provocerende wijze. Zonder blikken of blozen begon hij de nieuwe lampen op ruime schaal te verkopen in zowel Europa als Noord-Amerika. AEG en Siemens reageerden als door een wesp gestoken. Zij bestookten Philips zodanig met octrooiprocessen dat het Eindhovense bedrijf door de knieën ging en een uiterst restrictief licentieverdrag voor leveranties in Europa accepteerde. Maar General Electric was bang dat zo'n harde aanpak in de VS zou leiden tot verwijten van monopolistisch gedrag - iets wat daar toen zeer gevoelig lag - en koos voor een gedoogbeleid en onderhandelingen. Het gevolg was dat Philips' groei in Europa stagneerde, maar in Amerika doorzette.

Met dit staaltje *va banque* had Anton een tactiek gevonden die hij later in alle mogelijke varianten toepaste en die neerkwam op een combinatie van toeslaan en praten - maar wél in die volgorde. Vooral bij de Amerikanen oogste hij daar groot respect mee. GE beschouwde hem sindsdien als de enige Europeaan die hen op de Amerikaanse markt kon bedreigen, en was graag bereid hem alle mogelijke licenties te verlenen op het gebied van gloeilampen en - later - radiobuizen, op voorwaarde dat hij de Amerikaanse markt zou verlaten en daar ook weg zou **blijven**. Dat deed hij met plezier; de wereld was groot genoeg.

Zijn handelsmerk was: snelheid. Begin augustus 1914 brak de Eerste Wereldoorlog uit. Hij

dacht meteen: hier moeten wij van profiteren. Nog geen zes weken later stuurde hij een verkoper naar Rusland, waar AEG en Siemens geen lamp meer kwijtraakten. Hij schreef zijn vijftienjarige dochter Annetje, die op een internaat in Bloemendaal zat: 'We zullen de moffen heel wat afnemen.' Aan het eind van WOI was hij nóg sneller. Op 17 november 1918 verlieten de Duitse troepen Brussel. Vijf dagen later reed hij naar de Belgische hoofdstad, waar de feestende massa's de intocht van koning Albert vierden, om zijn eerste buitenlandse verkoopvestiging op te richten.

Die rit naar Brussel was een meesterzet. Duitsland had de oorlog verloren, en AEG en Siemens zouden op de Europese gloeilampenmarkt voorlopig weinig betekenen. Maar Anton kende hen goed genoeg om te weten dat zij weer op krachten zouden komen. Voor het zover was, realiseerde hij een netwerk van eigen verkoop- en productievestigingen in heel Europa. Binnen een paar jaar had hij de helft van de Europese gloeilampenmarkt veroverd.

Nadat Gerard op 1 januari 1922 met pensioen was gegaan, leidde Anton het bedrijf alleen. De jaren twintig vormden zijn glorietijd. Hij wist precies op tijd te profiteren van de radio-*boom*. Het aantal werknemers groeide van vijfduizend naar twintigduizend. Dit was de fase waarin Philips een echte multinational werd en zich definitief vestigde in de wereldtop van de elektrotechnische industrie.

Maar kort daarna klapten de beurzen in elkaar en begon de depressie van de jaren dertig. Toen bleek Anton geen man te zijn voor sombere tijden. Het ontslaan van vele duizenden arbeiders liet hij over aan zijn schoonzoon Frans Otten. Hij maande zijn staf tot soberheid en ging vervolgens zelf op wintersport. Toen de crisis aanhield, nam hij zijn vrouw mee op een droomreis door Noord-Afrika. Hij vertoonde al met al nogal wat escapistische trekjes.

Na een reis naar Tenerife en Madeira, begin 1936, werd hij ziek. Hij was maanden uit de rolatie en begreep dat hij – mede gezien zijn leeftijd van 62 jaar – een opvolger moest aanwijzen. Zoon Frits was pas dertig, had een te zachtaardig karakter en onvoldoende ervaring. Dus liet hij schoonzoon Frans Otten benoemen tot directeur. Zelf bleef hij de allerhoogste baas en liet hij zich 'president' noemen. Die titel gaf hij pas in 1939 aan Otten door, die toen de leiding kreeg over een concern dat - ondanks de recessie - in de jaren dertig was uitgegroeid naar 45.000 werknemers in binnen- en buitenland.

Tegenover het nazisme nam Anton - zoals de meeste andere ondernemers, trouwens - een afstandelijke, gelaten houding aan. Hij accepteerde de *Ariërparagraaf* voor zijn fabrieken in Duitsland zonder morren, hoewel hij wel zorgde dat individuele joodse stafleden werden overgeplaatst naar andere landen. In mei 1940 kon hij, samen met zijn vrouw, Otten en een aantal stafleden, uitwijken naar de Verenigde Staten. De oorlog verlamde hem echter. Hij trok zich liefst terug in de woestijn of op de golfbaan, en kwam maar enkele keren in actie.

Gelukkig had hij sterke medewerkers om zich heen verzameld. Naast Otten waren dat de koelbloedig jurist Van Walsem en de commercieel strateeg Loupart. Zij loodsten het concern door de jaren dertig en veertig. Deze opvolgingsstrategie mag gerust de kroon op Antons werk worden genoemd. Hij zorgde ermee dat het bedrijf ook zonder hem voort kon. Toen hij in 1951 stierf, had het bijna honderdduizend medewerkers, een omzet van bijna een miljard gulden (wat nu zou neerkomen op ongeveer drie miljard Euro) en was het helemaal klaar voor de televisie-explosie en de welvaarts-*boom* van de jaren vijftig.