

## Visie over de toekomst van de Nederlandse technologische industrie

Dames en Heren,

Het is mij een waar genoegen om hier vandaag het woord te voeren over de toekomst van de Nederlandse technologische industrie in een internationale context. Ik doe dit graag, want de technologische industrie is hier en nu een essentiële motor van de Nederlandse economie. Dat blijkt alleen al uit de kerngegevens van jullie eigen FME<sup>1</sup>. 2.750 lidbedrijven met 260.000 werknemers en een totale omzet van 84 miljard euro, waarvan maar liefst 60% export. Binnen de hele Nederlandse industriële sector doet de technologische industrie het meest aan vernieuwing: ruwweg 10% van de omzet gaat naar innovatie-uitgaven. De Nederlandse technologische industrie scheidt het komende decennium ettelijke tienduizenden hoogwaardige banen.

We hebben de technologische industrie niet alleen nodig vanwege zijn economisch belang en als grote werkgever. De technologische industrie zal ook de oplossing moeten leveren voor grote problemen waar we in het westen en de rest van de wereld mee geconfronteerd worden. Ik denk aan betaalbare en goede gezondheidszorg voor een vergrijzende bevolking. Aan de uitdagingen om mobiliteit te garanderen in een dichtbevolkte, verstedelijkende wereld. En natuurlijk aan duurzaamheid en energiebesparing. Zonder een constante stroom innovatieve oplossingen uit de technologische industrie zijn die problemen moeilijk het hoofd te bieden.

Alle reden dus om onze technologische industrie te koesteren en haar toekomst veilig te stellen. Dat moet en dat kan. Als wij in Nederland en Europa onze zaken goed voor elkaar krijgen, zal het hier bergopwaarts gaan met hoogtechnologisch onderzoek én productie. Dat is mijn positieve boodschap vandaag: we hebben onze eigen toekomst in de hand, ook al verandert de wereld razendsnel.

We horen nogal eens alarmerende geluiden over de 'dreiging uit Azië'. Ik deel die angst niet. De opkomst van nieuwe technologische en industriële grootheden als China en India is niet te stoppen en dat moeten we ook niet willen. In sectoren als mobiele telefonie zijn China en India qua volume al de grootste markten ter wereld. De oude tijd komt nooit meer terug en de vraag is of dat jammer is. Ik denk van niet.

We moeten meer kijken naar de kansen die de onstuimige groei van de 'emerging markets' biedt en niet alleen naar de groeiende concurrentiekracht van producenten in Azië. We moeten niet angstig stilzitten, als een konijn gevangen in de koplampen. Dan worden we immers vanzelf platgereden. Nee, we moeten actief veranderen, onze eigen concurrentiekracht versterken, onze kansen grijpen. Dan kan Azië profiteren van onze sterkte en wij van de hunne. Win-win.

---

<sup>1</sup> FME is Nederlands grootste ondernemersorganisatie in de technologische industrie. [http://www.fme.nl/Over\\_FME](http://www.fme.nl/Over_FME)

Dat kan echt. In een recent nummer van het FME Magazine stond een reportage over twee Nederlandse bedrijven die succesvol opereren in India: baggeraar IHC Merwede, maar ook ICT-bedrijf HITT dat radarinstallatiesystemen levert voor havens en vliegvelden. Als Philips produceren wij veel in China - direct of via outsourcing - voor de wereldmarkten. Maar onze röntgenapparatuur, high-end scheerapparaten en energiezuinige TL-lampen 'made in Europe' vinden ook hun weg naar China, India en Brazilië. Er is wel degelijk tweerichtingsverkeer. Bovendien gaat het niet alleen over productie. Er is steeds meer samenwerking op het gebied van onderzoek en ontwikkeling. Onderzoekers uit Europa zwermen uit naar opkomende markten, terwijl omgekeerd researchers uit Azië hun weg vinden naar kennisinstituten en bedrijven in Europa.

Om te profiteren van de groei van de opkomende markten moeten we wel onze eigen concurrentiekracht verhogen. Ik zit daarbij helemaal op één lijn met Jan Kamminga<sup>2</sup>, die het in FME's jaarverslag over 2009 kort en bondig uitdrukte: "Investerings in kennis en duurzaamheid zijn nodig om de Nederlandse industrie concurrerend te laten blijven".

Focus op duurzaamheid is essentieel, want 'sustainability' is wereldwijd een voorwaarde voor economische groei. Zeker ook in landen als China, waar het bewustzijn rond energiebesparing en milieuvriendelijke productie en producten razendsnel toeneemt. Een bewustzijn dat zich ook omzet in daden. Zo zien we bijvoorbeeld dat in China de meest geavanceerde, energiezuinige LED-oplossingen voor straatverlichting aanslaan.

Het versterken van onze technologische industrie door ons te concentreren op duurzaamheid en innovatie is een taak voor zowel overheid als bedrijven. Laat ik een aantal suggesties en ervaringen met u delen. Om met de bedrijven te beginnen: hoe kunnen we als ondernemers het beste inspelen op de opkomst van de emerging markets, op globalisering, op een consument die steeds mondiger wordt en op de dwingende noodzaak milieu- en energiekwesties aan te pakken?

Allereerst is het belangrijk om te kiezen. Kiezen voor een productportfolio waarmee je de meeste waarde kunt toevoegen. Je kunt niet overal, altijd, alles voor iedereen betekenen. Je moet je portfolio durven aanpassen als de wereld en de markten veranderen, ook al betekent dat dat je pijnlijke beslissingen moet nemen. Ik spreek uit ervaring; het afstoten van Philips' halfgeleiders en componenten business was niet eenvoudig, de emoties laaiden soms hoog op. Wij wilden echter gaan voor een portfolio rond Gezondheid en Welzijn en dan moet je doorpakken.

In de tweede plaats is het voor de technologische industrie belangrijk om investeringen in innovatie op peil te houden, ook in moeilijke tijden. De toegevoegde waarde van onderzoek en ontwikkeling zijn essentieel voor onze toekomstige concurrentiekracht. Nederland en de rest van Europa moeten het immers hebben van innovatieve producten. Bij die innovatie moeten we veelvuldig samenwerken, kennis delen en uitwisselen. Multinationals, MKB, kennisinstituten: we moeten allemaal deel uitmaken van een ecosysteem van Open Innovatie. Bij Philips heb ik geprobeerd dit in de praktijk te brengen. In het moeilijke jaar 2009 investeerden wij 1,6 miljard euro in R&D, zo'n 7% van de omzet.

---

<sup>2</sup> Jan Kamminga, voorzitter FME

Daarnaast is het belangrijk om klantgericht te werken en een simpele, klantvriendelijke organisatiestructuur te creëren. Ik wil dat zeker op een bijeenkomst van de technologische industrie sterk benadrukken. Ja, technische kennis en vooruitgang zijn essentieel willen we hedendaagse problemen onder de knie krijgen en onze economie en samenleving op een duurzame leest kunnen schoeien. Maar we moeten als technologiebedrijven nooit vergeten dat de technologie er is voor de gebruikers, voor onze cliënten en consumenten, niet andersom. Daarom is het bijvoorbeeld belangrijk om sales en marketing afdelingen sterk te betrekken bij de definitie van onderzoek en productontwikkeling. En het loont om te investeren in klantenbinding en daarmee in de kracht van je merk. Een sterk merk is ontzettend belangrijk voor je concurrentiepositie.

Klantgerichtheid betekent ook de eigenheid van iedere markt erkennen. Wie succesvol wil zijn in China, India en andere opkomende markten moet zorgen dat hij oplossingen biedt die waardevol zijn in de lokale context. Daarom is het belangrijk lokale marktkennis op te bouwen en lokaal talent aan te trekken. We moeten als westerse bedrijven opkomende markten gaan beschouwen als ons 'tweede huis', waar je je net zo thuis kunt voelen als in je eerste woning.

Duurzaamheid moeten we tot een hoeksteen van onze strategie maken. Vorige week liet Imtech uit Gouda nog prachtige groeivoorzichten zien, mede gebaseerd op de grote kansen die ze zien voor groene oplossingen in energie en milieubeheer. Duurzaamheid –sustainability - is simpelweg goede business. Enerzijds reduceer je kosten door de ecologische footprint van je activiteiten fors terug te brengen. Anderzijds is er een aantrekkelijke markt voor groene producten en diensten.

Voor veel ondernemingen uit Nederland en Europa is het bovendien een must om hun activiteiten in opkomende markten sterk uit te breiden. Het kan beginnen met een lokale verkoop- en marketingorganisatie, of met off-shoring van activiteiten naar eigen dochterondernemingen of lokale bedrijven. Maar bij veel technologische bedrijven gaat het al gauw ook om het starten van onderzoek en ontwikkeling in opkomende markten. Die expansie is logisch: de komende tijd zullen economieën als China, India en Brazilië sneller groeien dan Europa en de VS. Maar nogmaals, laten we dat als Nederlanders en Europeanen zien als een kans en niet als een 'zero sum game', puur als een bedreiging.

Last but not least, in een globaliserende wereld is het terugdringen van kosten een taak die nooit eindigt. Je moet 'lean' zijn en blijven en een solide financiële basis hebben. We leven in steeds jachtiger tijden, met onverwachte ontwikkelingen die grote negatieve gevolgen kunnen hebben. De kredietcrisis is natuurlijk een even prachtig als angstwekkend voorbeeld. Een solide balans stelt je in staat om zulke moeilijke perioden te doorstaan en te profiteren van de kansen die een crisis ook biedt.

Dames en heren, in de praktijk blijkt dat er plaats is voor hoogwaardige technologische productie en innovatie hier. Kijk naar NXP, ASML, TomTom, Océ, Unilever, Shell, DSM, Akzo Nobel. Maar stilstaan is achteruitgaan. Dus moeten we onze concurrentiekracht steeds opnieuw versterken. Ik heb wat suggesties gegeven hoe ondernemingen dat zelf kunnen aanpakken. Maar wat kunnen overheden doen om bedrijven daarbij te helpen?

Allereerst, het bevorderen van onderwijs, R&D en innovatie. Kennis is een essentiële grondstof voor onze economie. Het begint met een goede leraar voor iedere klas, een leraar die beloond wordt voor goede

prestaties. De overheid moet entrepreneurship en innovatie bevorderen, want dat kan nog steeds een stuk beter in ons land. Via gerichte subsidies, maar ook als launching customer en via de efficiënte organisatie van het hoger onderwijs en de kennisinstituten. Ook daar moet excellence beloond worden en lokalisme worden bestreden. We moeten R&D in algemene zin bevorderen, natuurlijk, maar we moeten niet op vijf plekken in Nederland hetzelfde wiel proberen uit te vinden. Specialisatie, clusters, stevige ondersteuning van specifieke onderzoeks- en industriële terreinen, dat is de kant die we opmoeten. De nieuwe regering realiseert zich dat wellicht onvoldoende.

Verder moet de regering een open internationaal economisch beleid voeren. Geen Fort Nederland of Fort Europa mentaliteit, aub. De overheid moet helpen een goed ondernemingsklimaat te creëren in Nederland, voor Nederlandse én buitenlandse bedrijven. Daarbij helpt het natuurlijk enorm als de overheid zelf efficiënt functioneert en de regeldruk op het bedrijfsleven echt terugdringt. Wij moeten een aantrekkelijke vestigingsplaats zijn voor de bedrijven uit opkomende markten die zich in toenemende mate ook in Europa willen vestigen. We moeten buitenlandse kenniswerkers verwelkomen, wat ook de heersende levensovertuiging is in het land waar ze toevallig vandaan komen. Diversiteit, zo merken wij ook binnen Philips, bevordert creativiteit en innovatie.

Versterken van onze concurrentiekracht betekent dat we niet vast moeten houden aan schijnzekerheden. We moeten meeveranderen om ons aan te passen aan een nieuwe wereld en de overheid moet daarbij een gidsfunctie vervullen en niet terugdeinzen voor wellicht impopulaire maar noodzakelijke stappen. In dit opzicht vind ik het gebrek aan ambitie bij de nieuwe Nederlandse regering om de arbeidsmarkt te versoepelen teleurstellend. Nederland is op de wereldwijde ranglijst van concurrentiekracht die het World Economic Forum jaarlijks opstelt dit jaar gestegen van de tiende naar de achtste plaats. Dat is mooi, maar we zouden nog veel beter presteren als we ons onderwijs verbeteren, de wetenschappelijke kracht van onze universiteiten meer omzetten in commerciële business, maar vooral als we onze arbeidsmarkt versoepelen. Qua flexibiliteit van de arbeidsmarkt staan we wereldwijd namelijk niet achtste, maar tachtigste!

Voor de concurrentiekracht van onze bedrijven en zeker ook de technologische industrie is het tenslotte belangrijk dat we in Nederland Europees blijven denken. We moeten gewoon accepteren dat we een hoop besluiten niet in Den Haag maar in Brussel moeten nemen, willen die besluiten überhaupt nog iets voorstellen en uitmaken. Als één Europa hebben we op het wereldtoneel een krachtige economische en politieke stem. Als 27 door elkaar – en tegen elkaar in - kakelende landen niet. Het is ook een urgente opgave om de Europese binnenmarkt voor de dienstensector voltooien. Die staat nu nog in de kinderschoenen.

Dames en Heren,

Versterken van kennis en innovatie. De groei van opkomende markten zien als een kans, niet als een bedreiging. Verandering accepteren en daarnaar handelen, ook al zijn aanpassingen in eerste instantie soms pijnlijk. Duurzaamheid kiezen als leidraad. Een open, internationale instelling combineren met Europees elan. Solide financieel beleid voeren en diversiteit omarmen. Als overheid en bedrijven zich door deze principes laten leiden, gaat de technologische industrie in Nederland een mooie tijd tegemoet.

Ik dank u voor uw aandacht.