

PHILIPS PERSONAL HEALTH: SPALTUNG WIRFT FRAGEN AUF

Und jetzt?

Anfang 2020 gab Philips Personal Health bekannt, die erfolgreiche Unternehmenssparte Domestic Appliances abzuspalten und zu verkaufen. Ein Käufer scheint nun gefunden, die asiatische Investmentgesellschaft Hillhouse Capital. Nur, wie geht es nun weiter mit der Marke Philips in Österreich?

elektro.at via **STORYLINK: 2104008**

TEXT: Stefanie Bruckbauer | FOTOS: Philips, Redaktion, Hillhouse Capital | INFO: www.elektro.at



Philips Austria - Noch steht der Unternehmensname auf dem Dach des Euro Plaza in 1120 Wien. Wie lange noch?

2011 kündigte Philips an, die Fernsehsparte abzuspalten und in ein Joint-Venture (mit dem Namen TP Vision) mit der chinesischen TPV Technology einzu-

AM PUNKT

PHILIPS möchte ein „Gesundheitskonzern“ werden. Es erfolgte die Teilung in die Unternehmensbereiche „Domestic Appliances“ (Haushaltskleingeräte) und „Personal Health“ (Körperpflege).

DER VERKAUF Der Bereich „Domestic Appliances“ wird voraussichtlich an die asiatische Investmentfirma Hillhouse Capital verkauft.

DIE ZUKUNFT Philips Personal Health wird sich „insgesamt europäischer“ aufstellen. Philips DACH wird eine von sieben europäischen Regionen. Vertrieb und Betreuung der Händler in Österreich werden an eine Agentur abgegeben.

bringen. 2014 stieg Philips komplett aus dem Fernsehgeschäft aus. Ab 2013 beschäftigte man sich mit der Abspaltung und dem Verkauf der verbliebenen Unterhaltungselektronik-Sparte. Über Umwege landete diese 2019 auch bei TP Vision. 2015 startete Philips den Verkauf seiner Lichtsparte. Ende 2017 wurde der Verkauf abgeschlossen, womit auch Philips Lighting keine Tochter des niederländischen Konzerns mehr war.

Anfang vergangenen Jahres wurde schließlich bekanntgegeben, auch den Unternehmensbereich „Domestic Appliances“ (Haushaltskleingeräte) auszugliedern und zu verkaufen – vor kurzem (Ende März 2021) wurde die asiatische Investmentfirma Hillhouse Capital als potentieller Käufer vorgestellt. Nach

Bekanntgabe des Deals sagte der CEO von Royal Philips, Frans van Houten: „Mit dieser Transaktion schließen wir unsere großen Unternehmensverkäufe ab.“ Mal sehen. Es gibt ja noch den Bereich Körperpflege (Personal Health), den man abspalten und verkaufen könnte, womit sich Royal Philips von den letzten Consumergoods verabschieden würde.

DIE SPALTUNG

Philips „Domestic Appliances“ umfasst die Produktgruppen Bodenpflege, Bügeln, Luft, Espresso (Saeco) sowie Air Fryers. All das geht an den neuen Besitzer. Alles andere, also Oral Health Care (die elektrischen Sonicare Zahnbürsten), Mother & Child Care (mit der Marke Avent), Male Grooming (Rasierer etc.) und Beauty (Haarpflege und Haarentfernung) bleibt unter dem Titel „Personal Health“ bei Royal Philips. Man wolle sich darauf

konzentrieren, ein „Gesundheitskonzern“ zu werden, betont der niederländische Konzern schon seit Jahren. Man wolle den vollen Fokus auf Prävention, Diagnose, Treatment und Nachbehandlung legen. Ein Bereich wie Haushaltsgeräte passe hier allerdings nicht dazu, hieß es. So entschied man, dass das Portfolio wahrscheinlich besser aufgestellt wäre, wenn es in ein eigenständiges Unternehmen separiert würde. Das ist nun geschehen.

WIE GEHT ES NUN WEITER?

Mit der Beantwortung der Frage, wie es denn mit den Philips Kleingeräten in Österreich nun weitergeht, tut sich Philips DACH (Anm.: Stand Ende März) relativ schwer. Man stecke inmitten eines Umstrukturierungsprozesses und könne noch keine Details nennen. Ende März, aber wahrscheinlich doch eher Mitte April, werde ein Großteil der Veränderungen allerdings abgeschlossen sein und dann würden die Handelspartner in Form eines Schreibens über die neue Struktur und über die Zuständigkeiten informiert, hieß es auf Nachfrage von E&W. Über die Tatsache, dass die Zentrale in Österreich zu diesem Zeitpunkt de facto schon nicht mehr existierte, da der größte Teil des Teams, inklusive Geschäftsführung, Marketing, Unternehmenskommunikation, etc. bereits gekündigt worden war, wollte man kein Wort verlieren. Ein/e ehemalige/r Angestellte/r kommentierte die Situation hingegen sehr wohl: „Personal Health in Österreich ist so gut wie aufgelöst.“

Sebastian Lindemann, Head of Communication in Hamburg, erklärte gegenüber E&W einweilen viel lieber, dass sich Philips künftig europäischer aufstellen werde. Es werde kein Philips Austria, Philips Schweiz oder Philips Deutschland mehr geben, sondern die Ansprechpartner und Verantwortlichen seien überall in DACH bzw. Europa verteilt und agieren über die Grenzen hinweg. DACH werde eine von sieben Regionen in Europa darstellen.

Der DACH-weit neu organisierte Bereich Vertrieb/Sales präsentiert sich ak-

tuell wie folgt: Die Vertriebsleitung von Personal Health (Körperpflege) Österreich, Deutschland und Schweiz verantwortet seit Jänner Rico Brecht. Brecht berichtet an Lars Biederbick, Market Leader DACH für Personal Health. Market Leader DACH für Domestic Appliances ist derzeit Guido Raaphorst.

Seit 1. März 2021 fungiert Beni Malajev als Key Account Manager DACH für Domestic Appliances. Heiko Hildebrandt ist Key Account Manager DACH für Personal Health. Sie sind u.a. die Ansprechpartner für die drei Elektro-Kooperationen.

VERTRIEB ÜBER AGENTUR

Mit April wird die stationäre Betreuung in Österreich geändert. Bisher wurden die Händler durch den Philips Außendienst betreut. Fachberatungen und Schulungen wurden durch die Philips Sales Crew durchgeführt. Künftig übernimmt das eine externe Agentur namens PACT. PACT befasst sich laut eigenen Angaben mit der Entwicklung von Lösungen in Kommunikation und Vertrieb und ist tätig in den Bereichen Marketingkommunikation, Sales und Training.

Die PACT-Mitarbeiter (zu denen dem Vernehmen nach auch bisherige Philips Außendienstmitarbeiter zählen dürften) sollen „mit dem vollen Fokus auf die Marke Philips“ arbeiten. Sie werden sich um den aktiven Vertrieb und die Betreuung der Handelspartner kümmern. Zu ihren Aufgaben zählen zudem Fachberatersteuerung, Promotionsbetreuung, Endkundenberatung, Sicherstellung der Qualitätsstandards am POS sowie die

Durchführung von Produkt- und Verkaufsschulungen.

DER KÄUFER

Am 25. März 2021 gab Philips bekannt, seine Haushaltsgerätesparte für rund 3,7 Milliarden Euro an die asiatische Investmentfirma Hillhouse Capital zu verkaufen. Vorbehaltlich der üblichen Bedingungen und Genehmigungen soll die Transaktion in Q3/2021 über die Bühne gehen. Auch ein exklusiver Markenlizenzvertrag über die weltweite Nutzung der Marke Philips wurde für einen Zeitraum von zunächst einmal 15 Jahren abgeschlossen.

Laut eigenen Angaben investiert Hillhouse Capital weltweit mit dem Ziel, „erfolgreiche Unternehmen mit einem nachhaltigen und langfristigen Wachstum aufzubauen“. Man arbeite bereits erfolgreich mit vielen globalen Konsum- und Einzelhandelsunternehmen zusammen (darunter in Österreich recht unbekannte Marken wie Bestore, Peet's Coffee, Little Freddie). Die Expertise liege dabei darin, „die Kundenbindung zu vertiefen und innovative Direct-to-Consumer-Modelle (Anmerkung: Direktvertriebsmodelle) einzuführen, um neue Kunden und Märkte zu erschließen“.

Wie Royal Philips erklärt, wird „Domestic Appliances“ seinen Hauptsitz in den Niederlanden behalten und in mehr als 100 Ländern „mit einer globalen Innovations-, Produktions- und



Hillhouse Capital ist eine globale Investmentgesellschaft mit Sitz in Hongkong.

Handelspräsenz“ aktiv sein. Frans van Houten, CEO von Royal Philips, sagt zum Verkauf der Haushaltskleingerätesparte: „Ich freue mich, dass wir mit Hillhouse Capital ein neues Zuhause für Domestic Appliances gefunden haben, um die Marktführerschaft, die starke Marke und die Entwicklung neuer Innovationen weiter auszubauen.“

Es gibt noch einige offene Fragen. So z.B. was die Neuorganisation für Österreich konkret bedeutet und wie es hierzulande nun weitergehen soll. Wie Philips auf Nachfrage von E&W beteuerte, sollen all diese Fragen „zeitnah“ beantwortet werden.

UNVERSTÄNDNIS

Als erstes Medium berichteten wir auf elektro.at bereits am 18. März über die Veränderungen bei Philips. Die Reaktionen unserer Leser gingen daraufhin alle in dieselbe Richtung: Es herrscht völliges Unverständnis darüber, „wie man ein ehemals hervorragendes und höchst qualitatives Unternehmen so den Bach hinunterführen kann“. Mehr Leserkommentare finden Sie unter dem Storylink 2104008 auf www.elektro.at.

Welche Meinung die E&W Redaktion zu dieser Thematik hat, erfahren Sie mithilfe digitaler Technik: Einfach die gekennzeichnete Seite links (Seite 8) mit der kostenlosen E&W Plus-App scannen und in die AR-Inhalte eintauchen. ■

AUS SICHT DER KOOPERATIONEN

Alfred Kapfer, Expert: „Insgesamt kam der Verkauf für uns nicht überraschend. Im Hinblick auf die weitere Zusammenarbeit haben bereits im Vorfeld auf Einkaufsebene konstruktive Gespräche stattgefunden. Philips ist und bleibt für uns ein wichtiger Partner mit attraktiven und innovativen Produkten, die von unseren Kunden stark nachgefragt werden. In diesem Sinne sind wir naturgemäß gerne bereit, die bestehende Zusammenarbeit auch unter neuem Eigentümer in der bisherigen Form fortzusetzen bzw. im Idealfall weiter zu vertiefen.“



Michael Hofer, EP: „Es ist schwer, zu dieser Thematik etwas zu sagen – aber die Entwicklung spricht ohnehin für sich. Als ich zu ElectronicPartner gekommen bin, war Philips in vielen Bereichen Marktführer, u.a. bei Fern-

sehern und bei Kleingeräten. Heute muss man die Marke in der Statistik erst suchen. Es hat sich gezeigt, dass das wiederholte und z.T. in kurzen Intervallen erfolgte Ändern der Ausrichtung bzw. der Wechsel der Konzernpolitik die Zusammenarbeit zunehmend erschwert und in diesem Zusammenhang die hiesigen Protagonisten keine oder zu wenig Entscheidungsbefugnis haben. Es gibt aber genug Beispiele in der Branche, auch in der Sparte Kleingeräte, wie man arbeiten kann, damit Hersteller und Händler erfolgreich sind und gemeinsam gutes Geld verdienen. Wenn man sich die großartige Performance des Fachhandels im Kleingerätebereich im Jahr 2020 ansieht, bin ich nach wie vor guter Hoffnung, dass auch Philips seinen Fokus wieder mehr in unsere Richtung legen wird.“



Harald Schiefer, Red Zac: „Die Zeiten sind geprägt von Covid-19, Lieferwierigkeiten und Ersatzteilengpässen. Hinzu kommt die schwierige Erreichbarkeit der Industriepartner auf Grund von Homeoffice. Nun ist es umso wichtiger, am Standort Österreich unsere Industriepartner vor Ort zu haben und zu unterstützen.“



Es ist für uns und den Fachhandel sehr wichtig, mit den kompetenten Ansprechpartnern und Entscheidungsträgern der Industrie vor Ort Entscheidungen zu treffen. Unsere Händler schätzen den Außendienst der Industrie sehr. Es ist wichtig, miteinander zu kommunizieren, zu reden und sich mit dem Außendienst auszutauschen. Gerade jetzt zeigt sich, wie krisensicher und stark der österreichische Fachhandel am Markt agiert.“