

## “TANDARTSPRAKTIJK KAN INTERNET BETER BENUTTEN”

Internet zit stevig in de lift. Hadden vijf jaar geleden nog weinig mensen in ons land een aansluiting, inmiddels maakt ruim veertig procent van de Nederlanders gebruik van internet. Bedrijven scoren bovendien nog veel hoger. Het digitale medium is niet meer weg te denken. Volgens Maurice de Hond, een van de internet-goeroes van Nederland, zitten we echter pas aan het begin van een nieuwe ontwikkeling. Hij voorspelt dat internet bij alle vormen van communicatie een rol gaat spelen. Hij raadt ook de tandarts aan vroegtijdig hierop in te springen.

Maurice de Hond (52) is vooral bekend geworden als voorspeller van verkiezingsuitslagen. In politieke radio- en teevsprogramma's of in kranten en tijdschriften waren het steevast de peilingen van zijn bureau InterView die inzicht moesten geven in de meningen en keuzen van het volk. Maar het is alweer vijftien jaar geleden dat hij dit werk deed. Daarna is hij zich onder meer gaan verdiepen in internet, volgens hem het medium van de toekomst.

“Dat ik me ben gaan toeleggen op internet, is niet zo vreemd. Hoewel ik ben opgeleid tot sociaal geograaf, leerde ik al tijdens mijn studie in de jaren zestig programmeren op de computer. Ook als ondernemer heb ik me vervolgens altijd met computers beziggehouden. De keuze voor internet is voor mij een logische stap geweest. Internet gaat gepaard met enorme maatschappelijke veranderingen. Dit soort drastische omwentelingen kom je weinig tegen in de geschiedenis. Het is leuk om zoiets mee te maken maar vooral ook wanneer je een rol kunt spelen in de invulling daarvan.”

Begin vorig jaar richtte De Hond Newconomy op. Dit bedrijf, dat zetelt in de Amsterdam Zuid Oost, vlak bij het AMC, investeert in kansrijke en vooraanstaande Nederlandse internetbedrijven zoals de provider Wish, de zoekmachine Ilse en de webbouwer NetEffect. Naast financiële ondersteuning geeft Newconomy ook strategische begeleiding. April dit jaar ging het bedrijf naar de beurs. Op dit moment is het ongeveer 1 miljard gulden waard.

## DIGITAAL OPROEPEN

Had vijf jaar geleden slechts een enkele Nederlander aansluiting op internet, nu geldt dat voor bijna de helft van de bevolking. De introductie gaat dus zeer voorspoedig. De Hond is het daar niet helemaal mee eens. “Enerzijds gaat het inderdaad snel omdat mensen er duidelijk voordeel in zien. Ze vinden het leuk, aantrekkelijk en/of nuttig. Dat is met de fax ook zo gegaan. Ineens had iedereen een fax. Nu komt daarvoor de email in de plaats. Ik zelf krijg nog nauwelijks faxen. Dus wat dit betreft verloopt de ontwikkeling van internet snel. Maar aan de aanbodzijde gaat het nog veel te traag. Hoeveel leveranciers zijn er niet die nog steeds hun communicatie via de post laten verlopen terwijl half Nederland al over internet beschikt. Of neem jullie lezerspubliek: de tandarts. Die stuurt ook nog steeds zijn oproepkaartje per post. Dat kan toch via email. Dat scheelt in kosten maar ook in tijd. Zo'n kaartje via email aanmaken is vreselijk eenvoudig. Toch wordt daar nog amper over nagedacht. Neem als tandarts nu eens systematisch je klantenkring en leveranciers door en kijk in hoeverre je de communicatie met hen via internet kunt laten verlopen.

“Verder zou het maken van de controle-afspraken via internet kunnen. Nu moet de cliënt telkens daarvoor bellen en kijkt de tandartsassistent vervolgens wanneer er nog ruimte is. Het zou toch veel handiger zijn als de tandarts zijn agenda op internet zet zodat de mensen zelf een vrij plekje kunnen invullen voor een afspraak. Dat invullen kan de cliënt doen wanneer dat hem of haar uitkomt. Bovendien heeft de tandarts zo minder werk. Neem de ziekenhuizen. Hoeveel mensen zijn daar niet dagelijks bezig om patiënten te plannen in agenda’s en hoelang moeten patiënten niet wachten voordat ze iemand aan de lijn krijgen. Je kunt heel wat energie en tijd besparen als de agendering online gebeurt.”

De Hond kijkt nog een stapje verder vooruit. Over vier à vijf jaar verwacht hij dat veel mensen een digital assistant in hun computer hebben. Dit softwareprogramma houdt automatisch allerlei persoonlijke zaken bij van de eigenaar. Zo weet het bijvoorbeeld wanneer er weer een nieuwe afspraak met de tandarts moet worden gemaakt. Op dat moment maakt het ook meteen die afspraak in de agenda van de tandarts op internet. Het klinkt futuristisch maar volgens De Hond is het gewoon een kwestie van tijd omdat iedereen er baat bij heeft. Ook worden rekeningen straks via internet verstrekt en betaald en zullen patiëntendossiers en -foto’s digitaal tussen artsen worden uitgewisseld.

## VIRTUELE PERSONEN

Dat de oudere generatie uit de boot zal vallen, gelooft de directeur van Newconomy niet. Zijn moeder van 84 is onlangs ook op internet gegaan. Ze mailt de kleinkinderen en familie in Amerika. “Vroeger was een telefoon ook eng. Daar kwam een stem uit. Nu kan niemand meer zonder. Ook de internettechnologie wordt steeds laagdrempeliger. Uiteindelijk komen we zelfs in een situatie dat we altijd en overal over internet beschikken. Dat gebeurt met technologie die we nu nog niet kennen. Je draagt dan bijvoorbeeld een klein luidsprekertje in de kraag van je bloes en een microfoontje op je borst. Dan ben je altijd online. Je kunt dan voortdurend kiezen of je een activiteit in de fysieke of in de virtuele wereld gaat doen. Je bestelt je kaartje voor de bioscoop door er naar toe te gaan, of reserveert telefonisch maar het kan ook via internet. De voorkeur hangt af van het moment. De communicatie kan bovendien naar keuze via je stem of via een beeldschermpje verlopen.

“Ook websites zullen drastisch veranderen. Deze zullen evolueren tot virtuele personen. De website van een bedrijf wordt de virtuele accountmanager. Deze kan zowel mondeling als via beelden informatie verstrekken. In Japan is op dit moment een digitale zangeres van zestien jaar heel populair. Of neem Laura Craft. Zij is ook een digitaal persoon. Als zo’n persoon via html-achtige structuren (dit is een taal waarin documenten met hyperlinks voor onder andere webpagina’s kunnen worden geschreven, J.E.) wordt gevoed, is het mogelijk daarmee te communiceren.”

## (ON)PERSOONLIJKER?

Zitten we daar op te wachten? Een onpersoonlijke wereld waarin digitale schepsels ons van dienst zijn. De Hond verwerpt dit beeld. Volgens hem verloopt de communicatie zo juist veel persoonlijker dan nu het geval is. “Weet je wat ik onpersoonlijk vind. Als ik bij de bank kom waar ik al tien jaar klant ben en een nieuwe dame achter de balie vraagt of ik me wil identificeren. De virtuele persoon zou daarentegen mij begroeten met mijn achternaam en vragen: honderdjes zoals altijd meneer De Hond? Het gaat hier natuurlijk om een zakelijk contact en niet om familie,

vrienden of kennissen. Bij hen wil ik natuurlijk het echte persoonlijke gevoel behouden. Maar bij een bedrijf wil ik dat ze me herkennen en inspelen op mijn behoefte en de kennis die ze van mij hebben.

“Waar ik niet zo goed mee weg kan, zijn waarde-oordelen. Die zijn heel erg door de tijd bepaald. Sinds we de telefoon hebben uitgevonden, praten we toch ook nog normaal met elkaar. Je kunt toch niet zeggen dat door de telefoon alles onpersoonlijker is geworden. Integendeel, ik heb door die uitvinding juist veel meer contact met mijn ouders. En wat de oudere generatie negatief vindt, vinden jongeren juist weer positief. Ik lees altijd kranten en mijn kinderen nooit. Ik dacht eerst dat dat niet goed voor hen was. Maar dat is onzin. Als je met hen over dingen in de wereld praat, blijken ze daar heel veel vanaf te weten. Ze krijgen de informatie alleen op een andere manier tot zich. Ik moet gewoon leren dat het niet een door god gegeven unieke manier is, zoals wij nu zijn opgevoed. Je moet juist gebruik maken van die nieuwe ontwikkelingen.”

De politiek en het onderwijs in Nederland vindt De Hond wat dit betreft hopeloos achterlopen. Hij constateert dat kinderen opgroeien met dertig teevie-kanalen, dat ze met twee jaar al de videorecorder kunnen bedienen, bovendien Nintendo en Playstation hebben maar op school slechts zien hoe het vroeger was. “Het is toch dramatisch dat wij met ons opleidingssysteem mensen klaarmaken voor de jaren tachtig van de vorige eeuw.”

## BROCHUREWARE

De Hond waarschuwt ervoor dat we in Nederland niet verder mogen achter raken op de internet-ontwikkelingen in het buitenland. Zo ligt koploper de Verenigde Staten al twee jaar op ons voor. Hij vindt de stap van de NMT dan ook verstandig om haar website up-to-date te maken. Wel vraagt hij zich af wat de NMT precies van plan is. “Als het maar geen hoorspel voor televisie wordt. Dus een nieuwe technologie toepassen zonder de voordelen daarvan te benutten. Wat je vaak ziet, is dat bedrijven en instellingen hun brochures op hun website zetten. In Amerika noemen ze dat brochureware. Eigenlijk moet je juist de unieke mogelijkheden van internet uitbuiten. Als NMT zou ik er in ieder geval voor zorgen dat je een platform bent waar de leden met elkaar over bepaalde onderwerpen kunnen communiceren en elkaar kunnen helpen met betrekking tot beroepsmatige problemen. Ook is een plek met hotlinks heel belangrijk. Je moet als organisatie een redactie hebben die wereldwijd alle relevante websites op het gebied van tandheelkunde bekijkt en classificeert. Een soort verkennerfunctie. Je kunt daarbij ook tandartsen vragen goede links door te geven. Verder zou ik emailbestanden aanleggen gekoppeld aan onderwerpen zodat ik tandartsen actief kan benaderen over zaken waarin zij zijn geïnteresseerd. Op deze manier krijg je maatwerk die een stuk persoonlijker is.”

John Ekkelboom