

## **‘Uitspraken in de trant van zeepbel en luchtballon getuigen van onkunde’**

Kop: Maurice de Hond legt het nog één keer uit

Love him, or hate him. Maurice de Hond (53), oprichter van investeringsmaatschappij Newconomy wekt uitgesproken meningen op. Het anti-blok vind hem een fanast, zelfs onbetrouwbaar; de fans daarentegen spreken alleen maar lovend. Feit is dat na jaren van scepsis men begint in te zien dat De Hond toch gelijk heeft gekregen. De nieuwe economie heeft een enorme impact en biedt entrepreneurs nieuwe kansen. ‘Fantastisch toch. Het stoort me dat er nog steeds zo meewarig wordt gedaan over internetondernemers. Zielig gewoon.’

Zelden of nooit is De Hond uit zijn humeur, zo zegt hij. ‘Pas als ik het gevoel heb dat iets onrechtvaardig is kan ik uit mijn vel springen.’ Zo was hij woedend op het blad Intermediair Starters dat zijn zoon Marc afbrandde. ‘Een jongen van 22, die zijn bedrijf leuker vond dan zijn studie en die dat helemaal autonoom heeft gedaan, de grond inschrijven. Dat vind ik gewoon zielig ja.’ En Quote, dat met een verhaal kwam dat de strekking had van ‘oude streken in een nieuwe economie’ kreeg een kort geding van hem aan haar broek. ‘Dat heb ik nog nooit gedaan, maar het was zo infaam, dat was onacceptabel. Ik kreeg een conceptartikel met het verzoek daarop te reageren. Ik lever 12 pagina’s met feitelijke correcties in. Als er dan in het definitieve artikel 39 feitelijke fouten instaan, waarvan ik een belangrijk deel vooraf had gecorrigeerd, dan vind ik je een grens overgaan. Ze mogen zeggen we vinden hem onbetrouwbaar, we vinden hem een klootzak, ok. Dat mogen ze zeggen, maar als je feiten gaat verkrachten alleen maar om je daardoor je doel wilt bereiken. Dat vind ik niet kunnen. Ik heb echt het gevoel dat ze me kapot wilden schrijven. Dat mag je doen, maar dan dien je jezelf wel een aantal restricties op te leggen, namelijk ten aanzien van de feiten’

Tot zover de media over de persoon Maurice de Hond, want ook de nieuwe economie krijgt volgens de Hond onterechte kritieken voor haar kiezen. De negatieve houding van de media en de ‘gevestigde orde’ ten opzichte van de nieuwe economie stoort hem mateloos. ‘Ik vind dat er over het algemeen nog steeds meewarig wordt gedaan over de nieuwe economie. Natuurlijk, het is een nieuwe industrie, met vallen en opstaan. Er falen dingen. Maar er gaat ook heel veel goed. Uitspraken in de trant van zeepbel en luchtballon getuigen van onkunde. Ook als er wordt gesproken over de echte pioniers, vooral jonge mensen die er vroeg bij waren en er voor 100% voor zijn gegaan, dan merk je dat er weinig respect voor hen is. In Amerika zijn er echt nieuwe helden bijgekomen. In Nederland is de insteek dan altijd weer in de trant van die dot.commiljonairs. Maar toen die jongens in 1994 of 1995 op hun zolderkamertje bezig waren met internet is dat echt nooit geweest met het idee daar later veel geld mee te verdienen.’

### Slome mentaliteit

Volgens De Hond heerst er een slome mentaliteit bij een aantal Nederlanders. ‘We kennen uit de geschiedenis geen markten die in 4, 5 jaar groter zijn geworden. We willen in Nederland nogal eens kalm aan doen. Maar dat kan in deze snelle economie gewoon niet. Ik denk af en toe, gaat het nog gebeuren? De wereld is ondertussen alweer aan het veranderen en de window of opportunity is natuurlijk alweer anders dan die was. In Frankrijk denkt men al veel grootschaliger. Het is wel grappig dat Apollo, een Frans bedrijf dat 20 bedrijven onder zich heeft en waarin Newconomy sinds kort voor 12% in zit, al drie bedrijven naar de beurs heeft zien gaan. In Nederland is er na ons geen nieuw Nederlands internetbedrijf bij gekomen. En we praten alweer over 6 maanden later. Nederlandse internetbedrijven worden door

financiers te weinig in staat gesteld om meteen grootschalig internationaal te opereren. In andere landen gebeurt dat wel. We horen niet bij de top 7 van Europa. Scandinavië loopt voorop.'

Het is geen onbekend verhaal van Maurice de Hond, Nederlandse eerste internetgoeroe. Medio jaren 90 voorspelde hij dat internet de wereld op zijn kop zou zetten. In 1995 publiceerde hij het boek 'Dankzij de snelheid van het licht' waarin hij erop hamerde dat met name de politiek tijdig zou moeten haken op de internettrend. Dat is volgens hem niet of nauwelijks gebeurd. 'Het is de setting waar we uit komen. De Nederlandse thuismarkt is ook heel klein. Partijen zijn het niet gewend. Het is toch verwonderlijk hoe langzaam alles in Nederland gaat. Ondertussen is de wereld weer aan het veranderen. De window of opportunity is alweer anders dan die was. Rond ict mis ik een grootschalige integrale aanpak. Ik had begrepen dat de EU in Lissabon heeft gezegd dat Europa in 2010 qua kennissamenleving voorop ligt op de rest van de wereld. Dat bereik je niet op deze manier.' De campagne Nederlandgaatdigitaal.nl kan De Hond niet bekoren. 'Bij de openingsadvertentie stonden fotootjes van bewindslieden zonder emailadres. Dan hoor ik Jorritsma later zeggen: ik ga mijn emailadres niet geven, want dan krijg ik allemaal email. Dan denk ik Bezuidenhoutseweg 20 Den Haag is toch ook een adres. Je hoeft dat soort emailtjes niet persoonlijk te beantwoorden. Het overgrote deel zijn waarschijnlijk vragen die je standaard kunt beantwoorden.' En dat is typisch de logica van De Hond. Praktische implementatie van een nieuw medium. De Hond geeft nog een voorbeeld. 'Ik was laatst in de Verenigde Staten. Een deel van mijn reis ging niet door. Ik moest dus mijn vlucht annuleren en mijn hotelreservering afzeggen. Ik bel met KLM en het duurt 10 minuten voordat ik überhaupt ook maar iemand aan de lijn krijg. Van het hotel, dat ik al ruim van tevoren via internet had gereserveerd, had ik via email al een bevestiging van mijn reservering ontvangen. Met een websiteadres waar ik mijn reservering kan annuleren. In precies 30 seconden was het gedaan. Dus de klanttevredenheid neemt toe en de kosten nemen af. Als je nou eens doordenkt kan dat ook opgaan voor een schadeformulier van een verzekeraar, het boeken van een reis, of een afspraak maken met de polikliniek. Ik denk dat er in deze processen zich grote veranderingen gaan voltrekken.'

### Newconomy

Al heel lang is De Hond een verwoed internetfreak. Hij zag de hype in de Verenigde Staten en hoopte op een zelfde soort boom in Nederland. Die kwam niet of nauwelijks van de grond. Een van de redenen om het dan maar zelf te doen. Anderhalf jaar geleden bedacht hij Newconomy dat zes maanden geleden succesvol naar de effectenbeurs is gebracht. Newconomy is een investeringsmaatschappij die start-ups financiert, met het doel die naar de beurs te brengen en winst te maken op de aandelenkoers of de onderneming succesvol te verkopen aan een andere partij. Inmiddels maken zo'n 30 ondernemingen deel uit van Newconomy en het doel is dat aantal tot rond de 35 a 40 te laten groeien.

*Hoeveel mensen met ideeën kloppen dagelijks bij je aan?* Ik denk dat we per maand zo'n 150 bedrijven of plannen krijgen aangeboden. Maar dat is ook vaak in onuitgewerkte vorm en daar investeren we zeker niet in. Ik heb twee scouts die daar verantwoordelijk voor zijn. Sommige van die ideeën gaan naar een bedrijf waar we zelf in participeren, Ipotentials, om iets van een plan naar een bedrijf te brengen. *Zoeken jullie nog iets speciaals?* 'Onze vijf aandachtsgebieden raken langzamerhand wel gevuld. Je begint steeds selectiever te worden. In de afgelopen maanden hebben we drie exits gerealiseerd.. Dat kunnen er uiteindelijk best 5 of 6 per jaar worden. Je begint steeds selectiever te worden, er gaan erbij en er gaan eraf. Of het er nu 40 of 35 zijn, er zullen voortdurend bedrijven afgestoten en erbij genomen worden.' *Hoe is de synergie tussen de verschillende partners te verstaan?* We hebben regelmatig bijeenkomsten van CEO's, we organiseren heel regelmatig verschillende sociale activiteiten die we ondernemen. We gaan met ze naar Amerika voor beurzen. We zijn als management

commissaris bij meerdere van die bedrijven en op die manier wanneer je iets tegenkomt en iets op elkaar aansluit of tegen hetzelfde probleem aanloopt. We hebben mantelovereenkomst met leveranciers, leaseauto's, we zijn aan het kijken of we in het buitenland kantoren kunnen huren die voor meerdere van onze partners gebruikt kunnen worden. Dat is wat we onder synergie verstaan. Het is niet zo dat we bij bedrijven waar we minderheidsbelang hebben kunnen afdwingen dat ze met elkaar iets gaan doen. En dat werkt ook heel slecht. Ik heb bij bedrijven gezeten met een hele zware top, ITT en met een hele dunne top bijvoorbeeld Vendex. Die laatste variant vind ik een stuk aantrekkelijker.

Hoe bepaal je de waarde van een bedrijf? 'Ten eerste door kennis van de markt te hebben. Met name de Amerikaanse. Ten tweede het businessmodel. Ten derde door de bekwaamheid van het management goed in te schatten. En als laatste in te schatten wat de verwachte mogelijkheid voor een exit is. Dat kan een IPO (beursgang red.) zijn, maar ook de verkoop van het bedrijf aan een onderneming die bijvoorbeeld wereldwijd opereert.'

*Hoe verdient Newconomy zijn geld?* We hebben recht op dividend uit bedrijven die winst maken bijvoorbeeld Neteffect waar we 51% belang in hebben. Neteffect is gewoon een winstgevend bedrijf. Verder hebben we een andere serie bedrijven die posities in de markt aan het innemen zijn waarvan je de omzet verdrie-, viervoudigen ziet. Het kan best dat voordat ze winst maken voor veel geld verkocht worden, bijvoorbeeld omdat een ander bedrijf ze nodig heeft. Kijk bijvoorbeeld maar naar Ilse en VNU.'

*Hoe zit het precies met de herwaardering?* Er werd gezegd dat jullie door middel van een klassieke boekhoudkundige truc verliesgevend bedrijven in Newconomy ineens winst lieten maken.

'Wij hebben vanaf het begin af aan een zo duidelijk mogelijk overzicht willen geven over ons bedrijf. Er zijn bedrijven die hun onroerend goed voor 1 gulden op de balans hebben staan. Wanneer ze hun onroerend goed voor 20 miljoen verkopen maken ze een winst van 20 miljoen. Mensen die zo'n bedrijf niet goed kennen weten niet dat er een verborgen vermogen ligt dat ineens naar boven komt.' Bij Newconomy is volgens De Hond iets soortgelijks aan de hand. 'In de eerste plaats hebben wij in het jaarverslag en de prospectus precies gezegd hoe we het doen en dat hebben we ook niet veranderd. Naast dat we bepaalde bedrijven hebben, waar we een meerderheidsbelang in hebben en we operationeel in zitten, hebben we een minderheidsaandeel in de rest van de bedrijven. Met de bedoeling om uiteindelijk van de waardeverhoging van die aandelen te profiteren. Dan kan je twee dingen doen: of je koopt aandelen op een bepaald moment en als je ze na twee, drie, vier jaar verkoopt, noteer je in de tussentijd precies tegen welke prijs je ze hebt gekocht. Pas als je de aandelen verkoopt laat je de winst zien. Dat houdt alleen in dat je aan de buitenwereld in de tussentijd, de beleggers geen goede indruk geeft hoe je bedrijf eigenlijk loopt. Neem nou het voorbeeld TIE. Dat is in maart naar de beurs gegaan. We hebben aandelen voor 2 miljoen gekocht. Zeg dat we er op basis van de beurskoers vandaag 18 miljoen voor kunnen krijgen. Dan kan je zeggen: we hebben 16 miljoen winst gemaakt. Maar je kan ook zeggen: we houden die aandelen nog 5 jaar vast en misschien zijn ze over 5 jaar wel veel meer waard. Moeten we dan in de tussentijd maar blijven doen alsof die aandelen 2 miljoen waard zijn? Het is dus geen juiste weergave van de ontwikkeling van ons bedrijf als we al onze investeringen tegen kostprijs alleen nemen. Dus je moet een methode zoeken waarmee je een indruk kan geven hoe het met de onderneming gaat. Uiteraard moet dat objectief zijn en we gaan dan ook niet rond de tafel zitten en zeggen: Ilse dat vinden we zo en zoveel waard. Nee, er zullen objectieve door onafhankelijke te controleren meetbare feiten moet zijn gebeurd op basis waarvan we bepaalde aandelen kunnen herwaarderen. Die feiten zijn ofwel een beursnotering, de koers dus, ofwel een derde partij, bij voorbeeld ABM-AMRO participaties, betaalt meer voor de aandelen dan waarvoor wij ze hebben gekocht, ofwel een bonafide partij heeft een bod gedaan dat afgeslagen is. Voor al deze drie mogelijkheden hebben we verschillende formules. Voor

de eerste pakken we niet de koers van het eind van het kwartaal, maar voor de zekerheid de laagste koers van het kwartaal. Minus 15% discount. Maar het overgrote deel van onze bedrijven is nog niet aan de beurs genoteerd. Dus als we bijvoorbeeld van een bepaald bedrijf voor 2 miljoen aandelen hebben gekocht en 6 maanden later stapt ABM-AMRO participaties in dat bedrijf en geeft voor zelfde hoeveelheid aandelen 10 miljoen gulden, dan heeft ABM-AMRO dus aangegeven wat zij ervoor willen betalen. Dan is de nieuwe waarde voor ons de koers min 25%. In de derde situatie, waarbij een bonafide partij een bod doet op de aandelen, dat afgeslagen wordt, nemen we de het uitgebrachte bod min 50%.

In alle andere gevallen, en dat geldt op dit moment nog voor de meeste van onze bedrijven, kan het best weleens zo zijn dat we vinden dat aandelen misschien veel meer waard zijn, maar als er geen objectief feit is gaan en mogen we niet herwaarderen. Onze herwaardering gaat dus alleen over die feiten

We willen niet dat we een soort blackbox zijn met allemaal aandelen van bedrijven die mensen niet goed op hun waarde kunnen inschatten.'

*Wat is er niet uitgekomen uit je boek Dankzij de snelheid van het licht?*

Een hoop lijnen zijn goed gegaan. Sommige details zijn niet zo snel gegaan als ik had gedacht. Het veilig betalen had ik eerder verwacht. Verder is het meer de timing dan de richting.'

*Hoe lang ga je nog door?*

Het lijkt me onwaarschijnlijk dat ik tot mijn 65e doorga. Zo lang ik een meerwaarde voor het bedrijf ben en ik het nog leuk vind, blijf ik. Ik merk wel dat het werken tegenwoordig veel rustiger is dan vroeger. Toen ging ik naar me werk vol in mijn hoofd van met wie ik allemaal die dag moest bellen of faxen.. Nu wordt ik 's ochtends wakker, bekijk en verstuur mijn mail en als ik naar kantoor ga, merk ik dat ik vrij leeg ben in mijn hoofd. Het is een veel rustiger en efficiëntere manier van werken.'

*Kader bedrijven Newconomy*

## **De partners van Newconomy**

### ***Access en content***

BitMagic  
Ilse Media Groep  
macropolis  
Sapenda  
Virtual Industries  
Wish  
Yooz.com

### ***Business Services***

A.L.S.  
Ad Value  
Diginotar  
Emailco International (apestaart voor a in woord emailco)  
Net Effect  
Pro Active International  
RealMapping

### ***Ecommerce***

BuyOnline  
Pharmaplaza  
QXLRicardo  
TIEHolding  
Urbanbite  
WineSmart

### ***Human resources***

IPOtentials  
MeyerMonitor  
PuntEDU

### ***New Technologies***

Green Dino  
OOIP Syndication  
Pango Systems  
SmartHaven  
Tryllian

### ***Kader persoonlijk***

Auto:	Renault Espace, met kantoortje voor lange afstanden
Beste vliegtuigmaatschappij:	Virgin, verruit. Je kunt zelf bepalen wanneer je wilt eten, a la card, dvd met films die je kunt uitzoeken uit videotheek, een masseuse, ongelooflijk.
Pakken:	Oger
Woonplaats:	Amsterdam, Buitenveldert
Tweede huis:	Sinds kort een flatje in Zandvoort, ik hou niet veel van reizen in weekend.
Favoriete vakantie land:	Amerika. Daar spuit de adrenaline altijd door mijn aderen. Maar ook de natuur in Amerika is zo mooi en vaak heel rustig.
Beste moment van de dag:	Zoveel. Ik geniet van mijn huis, mijn gezin, mijn werk.
Vrije tijd:	Voetbal bij AFC, de bioscoop, strand, bezoek aan mijn ouders.
Laatste film:	In Amerika, Spacecowboys, heel vermakelijke film over vier astronauten die op hun oude dag alsnog de ruimte in mogen en bijgeschoold moeten worden.
Laatst gelezen boek:	Ed van Thijn, Het verhaal

### ***Kader (arbeids)verleden***

Maurice de Hond studeerde sociale geografie in Amsterdam. Na een korte periode als wetenschappelijk medewerker was hij 15 jaar actief als onderzoeker, eerst samen met Hedy d'Ancona en daarna bij Inter/View. In 1984 werd hij assistent van Anton Dreesmann, waarbij hij onder andere het project Micro Computer Club Nederland opzette en directeur was van Headstart in de Verenigde Staten. Bij de beursgang van Inter/View in 1986 werd hij hier

voorzitter van de Raad van Commissarissen. Na vier jaar (1991-1995) te hebben gewerkt bij ITT Gouden Gids op het terrein van marketing en business development was hij drie jaar CIO bij Wegener Arcade. Daarbij was hij onder meer verantwoordelijk voor de interne IT en de internetactiviteiten. Maurice De Hond is binnen de directie van Newconomy met name verantwoordelijk voor strategie. Hij is tevens auteur van 'Dankzij de snelheid van het licht' (1995) waarvan inmiddels meer dan 50.000 exemplaren zijn verkocht. Bron: [www.newconomy.nl](http://www.newconomy.nl)