

Ook al is hij al zestien jaar niet meer actief als marktonderzoeker toch blijft Maurice de Hond (52) voor velen nog altijd een opiniepeiler. De Hond gaat naar de beurs en iedereen zal dat weten. Met zijn Newconomy wordt dit de tweede grote Nederlandse internetlaunch. Deze onderneming waarvan internetpredikant Maurice de Hond 16,8% aandeelhouder is, wil zich profileren als een investering Vehikel in met name Nederlandse internetbedrijven, die allen tezamen over belangrijke synergetische aspecten moeten beschikken. Minimaal 20% van de aandelen zullen zeer binnenkort aan de Euro.NM, de vroegere Nmax, worden genoteerd. Vooralsnog richt Newconomy zich bijna volledig op Nederlandse bedrijven. Het bedrijf heeft inmiddels deelnemingen in Ilse (8,5% red.), de meest geraadpleegde zoekmachine van Nederland, Pro Active, Ad Value, Bitmagic, Buy Online, Macropolis, Trylian en het beursgenoteerde Tie. De Hond vergelijkt zijn bedrijf het liefst met het Amerikaanse CMGI, eigenaar van onder meer zoekmachine Altavista dat sinds 1994 inmiddels meer dan 1000 keer over de kop is gegaan. Met een opvallende reclamecampagne, onder de noemer 'nieuwe tijden nieuwe kansen' timmerde Newconomy de afgelopen maand succesvol aan de weg. De huidige aandeelhouders zullen hun belang, in tegenstelling tot de aandeelhouders van World Online niet cashen. Een aanzienlijk deel van de emissie zal worden aangewend ter financiering van nieuwe acquisities en het vergroten van de naamsbekendheid. De Hond zelf is in zestien jaar tijd nauwelijks veranderd. Nog altijd even fel. Als een vraag hem niet bevalt, grijpt hij gelijk in en past de vraagstelling aan. Met een ongekend enthousiasme verkondigt de Hond de onbegrensde mogelijkheden van het Internet. Het Joods Journaal, sprak in het nieuwe onderkomen van Newconomy over nieuwe tijden nieuwe kansen, de passiviteit van de groten, World Online, Amerikaanse agressiviteit en vooral over de enorme invloeden van de nieuwe economie. Een gesprek met een gedreven voorspeller die zijn eigen prognoses heeft omgezet in spannende daden. Een jongensdroom die werkelijkheid wordt.

'Ik was altijd al goed in wis- en natuurkunde en kon al programmeren in december 1965. De computers hebben mij altijd al gefascineerd en ik heb ze dus in mijn werk altijd intensief mee gewerkt. In 1973 kwam ik na mijn baan bij de Universiteit bij Inter/View en ook daar stond de computer centraal. Ik heb daarna nog vijf jaar een onderzoeksbureau met Hedy d'Ancona gedreven. In 1980 werd ik opnieuw door bureau Interview benaderd. Ditmaal voor de functie van directeur. Ik introduceerde toen de computer voor grootschalig telefonisch onderzoek, waarmee Inter/View groot werd. Na vier jaar was ik toe aan een nieuwe uitdaging. Wel bleef ik, na de beursgang in 1986, als voorzitter van de Raad voor Commissarissen, intensief bij het bedrijf betrokken. In het voorjaar van 1984 kwam ik in contact met Anton Dreesmann, een fantastische vent'. 'Maurice kun je ons alsjeblieft helpen hoe we de homecomputermarkt kunnen veroveren met Vendex', waren de woorden van de inmiddels overleden Dreesman. 'Het was de beginperiode van de enorme opmars van de pc. In 1987 ben ik toen op verzoek van Dreesmann naar Amerika gegaan. Het was op zich al opmerkelijk dat ik als joodse jongen door Dreesmann op pad werd gestuurd. V&D stond vroeger bekend als een vrij katholieke organisatie. Ik kan je daar een prachtige mop over vertellen die ik van mijn ouders heb gehoord. Voor de oorlog mochten er bij V&D geen joden werken. Op een dag loopt de lokale pastoor bij de vestiging van V&D in de Kalverstraat binnen en stapt af op de bedrijfsleider: "Ik heb gehoord dat hier een jood werkt. Je weet dat dat niet mag". De bedrijfsleider zegt dat hij daarvan op de hoogte is. "Hij werkt op de beddenafdeling en is verreweg onze beste verkoper, het is een aardige vent en ik ga hem dat niet vertellen". "Ja, dat zal best, maar hij mag hier nou eenmaal niet merken. Ik zal het hem zelf wel vertellen". Na drie kwartier komt de pastoor terug. "En"?, vraagt de bedrijfsleider. "Vond hij het erg, meneer de pastoor"? "Nou, niet helemaal". "Heeft u hem niet ontslagen dan"? "Nee, niet precies". "Waarom duurde het dan zo lang"? "Hij heeft mij een lits jumeaux verkocht".

'Uiteindelijk ging ik voor Dreesman leiding geven aan Vendex Headstart in Amerika. Een bedrijf dat zich groots in de pc-markt had gestort'. "Ga maar op onderzoek uit", zei Dreesman, "en zeg ons wat we moeten doen". 'Dit Amerikaanse bedrijf, gevestigd in New York, werd op dat moment geleid door ene Harry Fox. Toen hij mij rondleidde zag ik daar, tot mijn eigen verbazing, aan iedere deur een mezoeza hangen. Harry Fox was gewoon een echte orthodoxe New Yorkse zakenman die dus overal mezoeza's had laten ophangen. Die samenwerking klikte meteen. Het bedrijf was toen nog groter dan Packard Bell, we waren nummer zes in de USA. Uiteindelijk is Vendex Headstart verkocht aan Philips, die er, zoals gebruikelijk weer weinig mee deed'.

Waar ligt dat dat aan?

De Hond gaat er eens goed voor zitten. 'Tja, Philips Om de één of andere manier pakken ze hun kansen niet. Ja, het is een reus in consumentenelectronica die echter, zo lijkt het, bij de moderne producten als PC, mobiele telefoon en videocamera de boot hebben gemist.. Maar wat betreft de nieuwe tijden nieuwe kansen liggen ze steeds mijlenver achter.'

De Hond vertelt spontaan verder. 'Toen ik eind 1994 met internet werd geconfronteerd realiseerde ik me op dat moment dat alle beloften die de computer in zich had en waarover ik vaak liep te dagdromen, opeens mogelijk werden met internet. In 1995 heb ik een boek gepubliceerd waarin feitelijk staat wat we nu zien gebeuren. Ik heb het eerste exemplaar nog persoonlijk overhandigd aan Wim Kok. Met een meer dan beleefde glimlach heeft hij deze in ontvangst genomen. Toch begreep hij en vrijwel het hele kabinet absoluut niet wat er zich zou gaan afspelen. Helaas heeft men er nog maar zeer weinig mee gedaan. De Nederlandse overheid handelt veel te traag, voor wat betreft de mogelijkheden van het internet. Men roept nog steeds, maar weet eigenlijk niet wat men ermee aan moet. Een voorbeeld: iedere school moet in 2001 een internetaansluiting hebben in Lissabon met de EU afgesproken. Daar gaat het dus niet om, waar het omgaat is wat je ermee doet. Onderwijzers moeten in 2002 alles van computers weten. De gemiddelde leerling weet echter meer dan de gemiddelde leraar, gebruik die leerlingen dan. Het zogenaamde 'Teach Each Other' principe. Op de rangorde van knowhow van computers op de scholen staat de gemiddelde leraar vrijwel onderaan. Het is om moedeloos van te worden. Ik hoop van harte dat de Nederlandse regering alsnog haar internetstrategie zal gaan aanpassen, anders worden we overvleugeld door Amerika en andere Europese landen met Engeland voorop'.

Klinkt allemaal leuk, maar legt u de gemiddelde burger nu eens uit wat de invloeden in de toekomst zullen zijn?

'Wat er momenteel aan de hand is dat er een technologische omslag gaande is, die nog nooit, in hele geschiedenis, zo snel is gegaan met alle gevolgen van dien. Het laatste halfjaar bijvoorbeeld is het aantal internetgebruikers in Nederland gestegen van 2,7 tot 4,7 miljoen en dat in slechts een half jaar tijd'. De Hond wordt steeds feller. 'Dit jaar gaat de internetomzetting tweënhalf keer over de kop. Als je de ontwikkelingen van E-Commerce in Nederland in 1999 ziet ging er twee miljard naar business-to-business en 800 miljoen naar de consument en dit jaar zal dat dus 250% meer zijn'.

Dat is toch helemaal niks, dat is nog niet eens 1% van het Bruto Nationaal Product?

Diepe zucht 'Vanuit die optiek beredeneerd is dat inderdaad niet veel. Maar het is wel het begin van iets heel groots want in de USA zien we al een aantal jaren dat per jaar het stijgingspercentage 300% is. Amazon.Com bij voorbeeld realiseerde in het laatste kwartaal van 1999 een omzet van 670 miljoen dollar, drie jaar daarvoor hadden ze nog maar vier miljoen dollar omzet. Het aantal ingeschreven klanten is nu meer dan twintig miljoen. Waar het dus onder meer om gaat is om het gebruik van de consument in Nederland te intensiveren. Die storm moet nog gaan losbarsten. In Amerika hebben de grote autofabrikanten recentelijk aangekondigd dat ze de centrale inkoop van al hun leveranciers via een website gaan regelen. Dat betekent een inkoopvolume van maar liefst 500 miljard dollar. Maar veel belangrijker is de verwachte besparing van 5 a 10% op de inkoopkosten. Tel uit je winst, een voordeel van maar liefst 25 miljard dollar. Dat is één van de aspecten van de driving force. Amazon.Com heeft nu 1.5% van de Amerikaanse boekenmarkt en binnen vijf jaar hebben zenaar mijn stellige overtuiging een marktaandeel van tussen de 15% en 25%. Daar zeggen ze: wij investeren nu in een markt die jaarlijks drie keer over de kop gaat. De aandeelhouders zijn lyrisch. Daar begrijpen ze dat je met een gezonde agressiviteit nu marktaandeel moet veroveren. Logisch toch, waarom zou je nu winst maken als je in een zo snel groeiende markt een fors marktaandeel kan veroveren en handhaven. Als jij een nieuw blad in de markt zet, maak je ook niet meteen winst. Iedereen zal zich moeten aanpassen, maar veel partijen zullen zich niet kunnen aanpassen. Groeipercentages zoals nu zijn nog nooit voorgekomen in de geschiedenis van de economie'.

Ik vind dat u nu wel erg aan het overdrijven bent. Ja, internet verandert de economie, maar dat deed de fax of telefoon toch ook?

'Dat is de stoomtrein vergelijken met een Concorde. E-mail heeft mijn persoonlijke productiviteit met een factor tien verhoogd. Daarnaast is het world wide web een geweldig informatiemedium. Ik

heb een keer op de Toshiba site een apparaat gezien die ik wilde hebben. Even bellen met de importeur in Gouda dacht ik. Niemand in dat gebouw wist van het bestaan van een dergelijk apparaat. Just in time kennis, krijg je 'tailormade' via internet. Alles wat je maar wil. Mijn vader ging vier jaar geleden al met vijftig pagina's nieuwe medische output die ik over zijn kwaal op het internet gevonden had naar de specialist. Die man wist werkelijk niet wat hij zag. Voorts is mijn oriëntatieproces bij aankopen veel professioneler geworden door het internet. Ik kan veel beter vergelijken. Ik hoor of lees nu ook van de gebruikers wat ze daadwerkelijk van een product vinden. De techniek van nu, biedt de mogelijkheid om veel individueler om te gaan met de klant. Internet is de sublimatie van de telefoon, fax en televisie tegelijk. Het laatste wat ik zal beweren is dat internet alles zal overnemen. Sinds de televisie er is bestaat er nog steeds de radio. Winkelen op internet wordt in de toekomst veel meer een 'belevenis'. Het is het verschil tussen wat genoemd wordt runshoppen en funshoppen. Runshoppen doe je vooral via het internet. En de winkels zullen zich veel meer gaan richten op het avontuur en plezier, zoals in de USA de grote winkelcentra in feite uitgaanscentra zijn waar mensen uren blijven.. Grote pensioenfondsen realiseren zich niet wat straks de invloeden zullen zijn op de totale markt. Dus ook voor de winkelcentra. De gemiddelde ondernemer weet half nog niet wat deze invloeden zijn. Het is niet meer groot tegen klein, maar snel tegen langzaam. Onze hele organisatie bij Newconomy bestaat uit niet meer dan vijftien mensen. Onze prospectus wordt geschreven door een Engels bureau. Het contact verloopt vrijwel geheel via mail, waardoor dat proces heel snel en efficiënt verloopt. Waar je je fysiek bevindt maakt dus niet meer uit. Als er maar internet is, als je maar connected bent'.

Vertaal dit pleidooi nou eens naar winnaars en verliezers?

'De verliezers zijn die bedrijven die deze omslag niet kunnen maken. Als ik nu een nieuw bedrijf wil beginnen dan kan ik in no-time een belangrijke speler worden. Vroeger was dat ondenkbaar. Ik doe nu mijn beleggingen online via Alex.nl, dat werkt perfect. Een paar jaar geleden had niemand daar nog van gehoord. Bij een grote bank betaal ik het dubbele, moet ik vaak wachten of word ik doorgeschakeld en kan het voorkomen dat ik me moet identificeren aan het loket. De winnaars zijn dus die partijen die niet de lasten uit het verleden mee hoeven te torsen. Als de leider in deze snel veranderende tijd niet zegt; ik val aan volg me, dan houdt het op'.

Welke Nederlandse beursgenoteerde onderneming loopt voorop op het gebied van internet?

'Weinig. Ik zie in Nederland nauwelijks ondernemingen die hun nek echt uitsteken. Er worden nu wel allerlei aankondigingen gedaan over de miljoenen (en zelfs wel miljarden) die men in internet zal gaan investeren, maar ik hoor en merk weinig wat men daar feitelijk nu mee gaat doen.. Ik vind dat De Telegraaf al een tijd een duidelijk beleid hebben gevoerd. Zij hebben ook de moed gehad om recentelijk aan te kondigen dat ze dit jaar dertig miljoen minder winst gaan maken omdat ze veel meer in internet willen gaan investeren. Het ontbreekt de meeste bedrijven allemaal aan een efficiënte handelingssnelheid nadat ze een lange periode niet geloofden dat het echt zou komen. En dat had je wel kunnen weten als je goed in Amerika had rondgekeken, want daar gebeurde die dingen wel wat eerder dan in Nederland. In Amerika ontstaat het ene na het andere inspirerende initiatief. Je hebt daar nu bij voorbeeld een bedrijf dat heet Kozmo. Ze zijn gestart in Manhattan. Je kan daar alles bestellen wat je maar wil. Pizza, krantje, boeken, CD's, video's, sigaretten en ga zo maar door. Je bestelt het via internet en binnen een uur is het in huis. Vooralsnog is het aanbod in Nederland op het internet nog zeer mager en beperkt creatief'.

Vertaal dit prachtige verhaal dan eens naar jullie eigen Newconomy website. Ik vind hem erg traag.

'Dat klopt, die site is nu enkele dagen in de lucht en we lopen tegen de normale kinderziekten aan. En we hebben daarom daarnaast onze oude site weer in de lucht gebracht als sneller alternatief. Gelukkig verdienen wij ons geld niet met deze site, maar met onze deelnemingen. Maar ik ben het met je eens dat hij sneller moet en dat zal ook gebeuren'.

Verwacht u een integratie van de televisie in de computer?

'Nee, daar geloof ik niet in, als je althans bedoeld dat het een apparaat zal worden. Je zit voor je televisie en achter je computer. En als je met meer mensen naar de televisie kijkt, dan ga je niet op dat apparaat interenetten.'

Ik zie internet als het zoveelste net op tv, maar dan één met vele mogelijkheden?

‘Onzin. Internet heeft compleet andere informatieaspecten en is in feite volledig individueel. Ik kijk trouwens veel meer via mijn computer naar teletekst dan bijvoorbeeld via de televisie. Erg handig, veel sneller en prima in het buitenland om de situatie in Nederland te volgen. Met de huidige infrastructuur is het trouwens niet eens mogelijk om internet op een volwaardige manier aan te bieden via de televisie’.

Hoe heeft u de ontwikkelingen rondom de introductie van het aandeel World Online gevolgd?

‘In deze fase van onze beursgang wil ik daar in principe niet te veel over zeggen. Het zal in ieder geval een hele klus worden om de door hun gestelde verwachtingen waar te maken. Als je het aandeel vergelijkt met andersoortige bedrijven in Europa is het bedrijf bij de introductie te hoog gewaardeerd. Liberty Surf, een vergelijkbaar bedrijf uit Frankrijk is verhoudingsgewijs tegen eenderde van de waarde van World Online weggezet en daarna in prijs gestegen. Maar als mensen worden opgefokt dan kan een aandeel exploderen. Dan leeft als snel de gedachte ik word heel gauw rijk. Deze gedachte komt helaas vaak door onwetendheid van de consument en in het geval van internet is dat dus goed merkbaar’.

Had u de terugval van World Online verwacht?

‘Als je de prospectus goed las dan kon ik me best voorstellen dat een waardering van 25 miljard van dat bedrijf te hoog zou zijn. Als je dan ook nog vaststelt dat bestaande aandeelhouders tijdens de beursgang voor een bedrag van circa twee miljard gulden hun aandelen meeverkopen en later hoort dat Nina Brink al eerder 2/3^e van haar aandelen heeft verkocht, dan mag je toch wel concluderen dat die bestaande aandeelhouders niet dat vertrouwen hebben in de toekomstige groei van het bedrijf. Anders verkoop je toch niet? Bij onze beursgang worden geen aandelen door de bestaande aandeelhouders verkocht en hebben de grotere aandeelhouders een zogenaamde lock up van 6 tot 12 maanden. Dat betekent dat de bestaande aandeelhouders en de nieuwe aandeelhouders allemaal dezelfde belangen zullen houden. En wat toch ook belangrijk is. Wij zijn echt een heel ander bedrijf dan World Online’.

Dus niemand zal, om het even ordinair te stellen, even snel zijn zakken vullen?

‘Als je het zo wil zeggen, ja’.

In principe werd de consument dus bij de beursgang van World Online besodemieterd?

‘Zo kan je dat niet zeggen, het stond duidelijk omschreven in de prospectus van World Online. Mijn uitgangspunt bij het eventueel kopen van aandelen is dat als bestaande aandeelhouders massaal hun aandelen tijdens de beursgang verkopen, ze zeer waarschijnlijk niet verwachten dat het aandeel zal gaan stijgen. Maar iedereen had dollartekens in de ogen gekregen en dacht dat, omdat het internet betrof, de aandelen dus wel automatisch zouden verdubbelen. Maar het ontging ze blijkbaar dat om zoiets te realiseren er net zoveel kopers als verkopers voor die prijs in de markt moeten zijn. Dat principe heb ik destijds wel geleerd bij mijn vader op de centrale groothandelsmarkt in Amsterdam’.

Wanneer gaat u cashen?

‘Waarom zou ik dat snel gaan doen? Een bedrijf zoals de onze is in Amerika sinds 1994, maar liefst 1200 keer over de kop gegaan. En John de Mol heeft toch ook niet verkocht bij of vlak na zijn beursgang enkele jaren geleden? Dat bedrijf is inmiddels ook vijf keer meer waard geworden dan toen’.

Wat is uw persoonlijke drive in dit prachtige avontuur?

‘Ik vind het gewoon de leukste periode uit mijn werkzame leven.. Nieuwe tijden, nieuwe kansen is het toch. Kansen pakken die anderen blijkbaar niet zien. Alles helemaal kunnen vormen naar je eigen inzicht. Ik heb het vijf jaar geleden al voorspeld. En nu komt het uit. Het zou dan ook raar zijn als ik daar niet zelf van zou profiteren’.

Wat zijn uw favoriete sites?

‘Amazon.Com is een absoluut sublieme site. Je wordt daar als consument perfect bediend. Ik sta zelf altijd vrij vroeg op, om circa 5.30 en dan lees ik via internet de Telegraaf. Ik kijk ook regelmatig op AEX.nl. Die is gewoon goed. Ik kijk op CNN. Maar de Volkskrant heb ik graag in mijn handen en die hebben geen aantrekkelijke site En voor de rest: Internet is gewoon heel functioneel. Ik ga naar die site toe die me op dat moment kan helpen’.

New(e)conomy?

‘Nee, je moet het goed uitspreken. Newconomy. We zijn begonnen als ICOM, maar we hebben voorafgaand aan de beurs voor een meer sprekende naam gekozen. ICOM is een kwetsbare en onduidelijke naam. Daarnaast meenden andere partijen daar recht op te hebben en was Newconomy nog vrij. We beschikken zelfs over de www.newconomy.com site’.

Hoe zit dat eigenlijk met namen kapen?

‘Je moet er gewoon op tijd bij zijn. In Nederland zijn de rechters wel snel geneigd om ‘gekaapte’ namen, terug te geven aan de rechtmatige eigenaar. Toch gaat deze beredenering niet vaak op. Ik ben ook in het bezit van dehond.nl omdat ik, althans mijn zoon, daar als eerste bij was. Je moet vooral niet slapen. Snelheid is geboden. Maar dit onderdeel van het internet moet je ook weer niet overdrijven’.

Maar vertelt u verder over Newconomy?

‘Wij zijn het Internet Powerhouse. Wij zijn gestart als een participatiebedrijf naar Amerikaans model. Dat houdt in dat we een netwerk vormen van de bedrijven waarin we participeren. Onze deelnemingen moeten vooral complementair aan elkaar zijn. We zijn nu in een fase beland waar we in goede bestaande bedrijven kunnen investeren teneinde die verder te laten groeien. Met onze hulp krijgen ze een sterke stoot naar boven. Uiteindelijk zal het gaan om marktdominantie en winst. Je moet nu markt veroveren om straks winst te gaan maken. Het is hier pas begonnen. In Amerika is het allang losgebarsten. Daar zien we al een aantal jaren dat bij vrijwel alle reclameuitingen WWW staat, hetgeen in Nederland sinds kort het geval is Maar het gaat uiteindelijk wel om de winst die je gaat maken. America Online doet dat nu na jaren van aanloopverliezen en heeft Time Warner kunnen kopen. En als Amazon.com in 2003 geen winst maakt hebben ze ook een probleem’.

Hoeveel is jullie totale omzet?

‘Dat kan je niet zo zeggen, dan zou ik ook moeten bekendmaken wat een bedrijf, waar wij bij voorbeeld een belang van 8,5% in hebben, jaarlijks omzet. Ik kan je wel vertellen dat het totaal aantal mensen dat bij die bedrijven werkt momenteel ongeveer 600 mensen telt en vrijwel al die bedrijven groeien in omzet per jaar tussen de 2 en 4 keer’.

Niet veel als je bedenkt dat uw bedrijf bijna een miljard waard is?

‘Dat klopt misschien wel in mensen, maar niet in groeipotentie. We hebben nu deelnemingen in totaal vijftientig verschillende bedrijven. Dagelijks worden ons nieuwe opportuniteiten aangeboden en daar proberen we zo zorgvuldig mogelijk de juiste partners uit te filteren. Eén van onze deelnemingen (Tie, red.) is al naar de beurs gegaan. Daar hebben we 2 miljoen in geïnvesteerd en tegen de huidige beurskoers is de waarde daarvan nu al meer dan vijftig miljoen. Zij zijn de backoffice van het internet’.

De Hond wordt nu echt enthousiast en neemt me mee door zijn bedrijf. ‘Kijk onze complete directie zit in deze ruimte. Geen gezeur en eindeloze vergaderingen. Direct contact, zowel fysiek als via het internet. Als we kansen zien dan stappen we er meteen in en kunnen dus zeer snel handelen’.

Waarom moet men in Newconomy stappen?

‘Als je maar enigszins gelooft in de nieuwe economie en kijkt naar wat we in anderhalf jaar hebben neergezet, dan zou je weleens kunnen constateren dat ons bedrijf een meer dan goede keuze is. Kijk maar naar een vergelijkbaar internet bedrijf in Amerika. The Internet Capital Group is in augustus vorig jaar naar de beurs gegaan voor \$7 en noteert nu al \$110. Dus bijna twintig keer over de kop in nog geen jaar tijd. CMGI is in 1994 begonnen en is nu 1000 keer meer waard geworden. Wij zijn bijvoorbeeld al vijftien keer zoveel waard als anderhalf jaar geleden. We mikken bij de emissie op het verkrijgen van 150-200 miljoen gulden. We geven circa 20% aandelen weg. Dus de waarde waarvoor ons hele bedrijf naar de beurs gaat is maximaal 800. Ik hoop echter dat de mensen niet in ons aandeel zullen stappen om er na een dag weer uit te gaan. Dat zou ook onverstandig zijn. Het wordt heus een ‘bumpy ride’, dat is ook een kenmerk van dit soort aandelen, maar uiteindelijk verwachten wij een stevige groei. En daarbij hebben we vorig jaar al winst gemaakt en gaan we ervan uit dat dit in de komende jaren ook zal gebeuren’.

Met wie moet ik jullie bedrijf vergelijken?

‘Vergelijk ons maar met een VNU, maar dan niet met als noemer ‘uitgeven’, maar ‘internet’.

Heeft u nog enkele tips voor de ambitieuze ondernemer?

‘Stap in het vliegtuig en ga naar Amerika. Kijk er eens goed rond. Je moet er feeling mee krijgen. Geen zolderkamerprincipe van zo we gaan nu even het gouden idee neerzetten. Dat werkt dus niet. Ga naar Silicon Valley, ga naar beurzen, verdiep je er echt in. En lees een blad als ‘Businessweek’ of bezoek regelmatig hun site. Ik heb wel het gevoel dat de echte kansen steeds kleiner worden. De belangrijkste niches zijn min of meer verdeeld. Maar ga er echt voor’