

Maurice

de Hond

Een poolbiljart in de hal bij de receptie, halfronde glazen bollen aan de muur met neppgoudvissen erin, grote glanzende zitpoefen en veel trendy kleuren vormen bij binnenkomst het decor van het kantoor van Newconomy.

De *Chief Executive Officer* van de venture capitalist Newconomy en 'keynote speaker' op het komende ANVR congres in Porto Maurice de Hond begroet ons in de ruimte waar het interview gehouden wordt. Het is misschien de enige kamer die nog niet trendy is ingericht. Heeft de internetgoeroe zelf ook een aandeel in de inrichting gehad? "Nee, we hebben er een geweldige styliste voor ingehuurd. De opdracht leek makkelijk, maar was het niet. Het moest iets worden wat je nergens anders tegenkomt." En plots enthousiast: "Hier loop even mee, moet je kijken hoe 1 van onze bespreekruimtes eruit ziet." Trots laat hij de kamer zien die van binnen met hout betimmerd is, met kano's aan de muur, als een echte blokhut. Onder de glazen bespreektafel hangt voor iedere zitplaats een beeldscherm in plaats van een projector. "Straks zal ik je de directiekamer nog laten zien", belooft hij: "daar zit het hele managementteam samen, want daar geloven wij in." Zo' n14 maanden geleden werd Newconomy opgericht en inmiddels heeft het bedrijf al een grote naamsbekendheid, niet in de laatste plaats door het imago, de kennis en bekendheid van Maurice de Hond.

In Amerika kan je in de toekomst kijken

Na een korte periode als wetenschappelijk medewerker was hij een vijftiental jaren actief als onderzoeker. Eerst samen met Hedy d'Ancona en daarna bij Inter/View. Bij de beursgang van dit bedrijf in 1986 werd hij voorzitter van de Raad van Commissarissen. Dat bleef hij tot 1999. Daarna was hij actief als assistent van Anton Dreesman, waarbij hij onder andere het project Micro Computer Club Nederland opzette (1984) en directeur was van Headstart in de USA. Na vier jaar gewerkt te hebben bij ITT Gouden Gids op het terrein van marketing en business development (1991-1995) was hij drie jaar CIO bij Wegener Arcade (1995-1998). Daarbij was hij onder meer verantwoordelijk voor de interne IT en de internetactiviteiten. Hij is binnen de directie van Newconomy

verantwoordelijk voor de formulering van de overall strategie, de Newcademy en het interne ICT-beleid.

Maar wat heeft De Hond met reizen? "Allereerst is het zakelijk voor mij van groot belang. Ik kom heel regelmatig in Amerika, want daar ontwikkelen zich, op het gebied van de Informatie en Communicatie Technologie, de trends. Men zegt wel eens dat je niet in de toekomst kunt kijken, maar dat is niet waar. Amerika is wat ons betreft 2 a 3 jaar vooruit. 3 jaar geleden zag je daar in alle reclame al de www adressen. Hier stond internet toen echt nog in de kinderschoenen. Azië en dan met name Taiwan en Japan zijn toch meer op hardware gericht alhoewel de internettelefonie in Japan heel erg ver is", geeft trendwatcher De Hond aan. Ook privé is Amerika een geliefde bestemming van hem. "Voor onze 'lange' vakantie gaan we vaak een bepaalde route rijden door een aantal staten. We zijn bijvoorbeeld 2 weken van Colorado naar Utah gereden. Tijdens zo'n reis selecteren we 3 mooie plekken en daar gaan we dit jaar nog eens terug naar alleen die 3 plekjes. Het prachtige van Amerika is gewoon dat je er uren niemand tegenkomt en de verscheidenheid van de natuuren. ." In Europa gaat De Hond dus niet op vakantie? "Jawel, meestal met Club Med! Geweldige organisatie, goede bestemmingen, altijd lekker eten en drinken, maar het belangrijkste voor ons is het feit dat we geen omkijken naar de kinderen hebben. Daar wordt van alles voor geregeld en dus hebben wij het ook lekker naar onze zin. We zijn nu al op veel Club Med bestemmingen geweest. Bijvoorbeeld ook in Florida." En jawel we zijn weer terug in Amerika. "Amerika is niet alleen leuk om de bestemming, maar voor mij ook zakelijk heel makkelijk. Waar je ook komt overal is internet. Ik wil gewoon iedere dag van het jaar mijn e-mail kunnen checken en dat kan tijdens een vakantie in Amerika wel en op andere plekken doorgaans minder makkelijk."

Wel is duidelijk dat De Hond altijd met het vliegtuig gaat. "Klopt. Ik vind vliegen prima, zeker ook de lange vluchten. Dan kan ik heerlijk lezen, daar ben ik gek op. Als ik op Schiphol kom ga ik direct naar de boeken en bladen. Bij de AKO wrijven ze zich dan al in de handen, zo van hééé daar komt De Hond goed voor de omzet! Hahahaha" lacht hij. Maar serieus. De groei van Schiphol moet de 'economist' De Hond goed doen. "Schiphol is chaotisch met hele grote afstanden. Met te weinig service. Loopbanden die het niet doen bijvoorbeeld. Pas moesten mijn ouders vertrekken vanaf gate D87. Dat kan toch niet! In 1958 heeft men gekozen voor het one terminal concept en dat was een fout! Men is gaan investeren, er is enorme groei ontstaan en nu kan de luchthaven geen kant meer op. Nee, het nieuwe Schiphol had toen op de plek van IJLystad moeten komen met een snelle shuttleverbinding naar de Randstad. Het is gewoon niet

goed op de lange termijn doordacht, want nu zit men echt in de problemen" besluit hij. De groei veroorzaakt ook druk op de slots en levert dus vaak vertragingen op. Vindt hij dat vervelend? "Ach, die 3 kwartier halen ze op die lange vluchten wel weer in met een beetje rugwind. Maar inderdaad leuk is het niet. Ik herinner me 1 keer een vlucht met KLM dat ik precies op tijd in de lucht zat, maar toen ik me omdraaide zat Leo van Wijk dan ook in de business class. Het kan dus wel! Ik wilde bijna vragen wanneer hij terug vloog, zodat ik dan ook geen vertraging zou hebben", dolt hij. Het gesprek komt uiteindelijk op internet. Een onderwerp dat het leven van De Hond drastisch heeft veranderd en dat het leven van miljoenen anderen nog zal veranderen. Positief volgens hem. "Uiteraard. Maar Nederland loopt nu eenmaal wat achter met e-commerce. We moeten alleen echt oppassen dat het niet te lang duurt allemaal, omdat het internet zelf zich razendsnel ontwikkelt. Je moet nu willen investeren in tijd en geld en dat is in Nederland voor veel bedrijven uit de 'oude economie' vaak lastig. Men wil direct resultaat zien van de investeringen. Wij nemen als Newconomy een belang in bedrijven die door e-commerce winst *mogelijkheden* hebben of in bedrijven waarvan wij denken dat ze binnen nu en een paar jaar overgenomen zullen gaan worden." Dus verlies is geen reden om niet te investeren? "Newconomy is op dit moment rond de 1 miljard (!) gulden waard, terwijl er nu nog maar een paar van 'onze' bedrijven winst maken. Het is ook het durven investeren in bedrijven die over 5 jaar grote winsten kunnen realiseren", aldus grootaandeelhouder De Hond, wiens aandelen sinds de introductie van Newconomy zo'n 43,4 % rendement opleveren (stand 14 juli jl.).

Ik wil zelf via internet in het systeem in Enschede kunnen boeken

Ook de reiswereld zal binnen afzienbare tijd veranderen weet hij zeker. "Als je ziet dat reizenverkoop in Engeland nu al in de top 3 staat van omzet op internet is dat een duidelijke zaak. En echt iedere branche heeft hetzelfde probleem hoor als de reiswereld. De traditionele retail protesteert als men gaat direct sellen, maar laten we eerlijk zijn: bij een reisbureau sta je vaak te wachten en krijg je meestal alleen een aantal gidsen mee. Als je iets uitgezocht hebt ga je terug, dan gaat het reisbureau bijvoorbeeld met Enschede bellen, ze hangen 10 minuten in de wacht, dan zit het vol, weer overleggen, weer 10 minuten verder. Ik wil dan gewoon of met Enschede zelf bellen of rechtstreeks via internet in hun systeem kunnen kijken, waar ze nog wat hebben! Dat scheelt tijd en geld. Nee wat betreft internet loopt de Nederlandse reiswereld nog achter, maar het komt wel hoor."

"Mooi voorbeeld is een reisje wat ik pas maakte. Ik was in Zuid Spanje en hoorde 's nachts dat ik onverwachts terug. Ik op internet kijken bij de KLM, daar kreeg ik geen informatie wat vrij was, dus gebeld. Ik kreeg wat vluchten maar het schoot niet op. Toen de site van Iberia daar zag ik al wel de beschikbaarheid van allerlei doorverbindingen, dat was dus beter. Maar tenslotte heb ik met Transavia moeten bellen of ze beschikbaarheid hadden, maar dat kon de volgende dag om 08.00 uur pas, terwijl ik al om 11.00 zou willen vliegen en ik dus om er op tijd te zijn om 07.00 uur moest gaan rijden. Dus ik moest gaan rijden zonder te weten of ik mee kon. Uiteindelijk belde ik onderweg op en gelukkig kon ik mee, maar dat kan via internet veel efficiënter en makkelijker", besluit hij zijn pleidooi voor online boekingsystemen via internet. Zelf gelooft hij met name in het 'marktplaatsen' concept. Een verzamelplek van aanbieders, waar de consument vindt wat hij zoekt. Initiatieven van reisorganisaties of airlines die het alleen willen doen zullen moeilijk zijn. "Nederlanders willen toch vergelijken en dat kan alleen als je een mixed aanbod hebt" licht hij toe.

Wat vindt De Hond van de veilingen op internet? "We hebben zelf een belang in een veilingssite (www.veiling.com, red.) en ook hier geldt weer: Nederland moet leren investeren. Je kan niet verwachten dat je, als je 1 keer vliegtickets veilt, direct geld verdient. Het veiling concept is internationaal bewezen, het komt er ook voor Nederland aan", besluit hij.

Dan is er nog die bijzondere directiekamer. Zittend in een vierhoek kunnen alle directieleden elkaar inderdaad in 1 ruimte in de ogen kijken. De kamer is, net als Newconomy, indrukwekkend en bovendien trendy. Op de achtergrond staat een immense TV met de laatste Nasdaq cijfers. Newconomy staat daar (nog) niet tussen...

Voor meer reisvragen aan Maurice de Hond: ANVR congres, Porto, september 2000.