

MAURICE DE HOND HEEFT NERGENS SPIJT VAN

(Door Hans Gertsen)

AMSTERDAM (GPD) - „Het is jammer. Zonde. Het had anders kunnen lopen. Maar ik heb er geen spijt van. Ik ben iemand die probeert niet in het verleden te blijven hangen. Ik heb genoeg dingen meegemaakt die de rest van mijn leven heel negatief hadden kunnen beïnvloeden. Dat is mijn aard niet. Amerikanen zeggen: „Never cry over spilled milk" („Huil niet om gemorste melk"-red.) Dat is altijd mijn instelling geweest. Als je iets probeert, kan het misgaan. Dat is onderdeel van het leven". „Een kater"? „Nee. Een kater kan iemand met de naam De Hond zich niet veroorloven".

Zo reageert Maurice de Hond in een exclusief interview op het drama rond zijn vroegere bedrijf Newconomy. Nog geen anderhalf jaar na de met veel tam-tam omgeven beursgang van De Hond's geesteskind is het internet-investeringsfonds vrijwel bankroet. De oprichter en grootaandeelhouder zit thuis in zijn Amsterdamse (Amstelveense? NEE AMSTERDAMS) doorzonwoning bij te komen van de hectische maanden. Nieuwe plannen heeft hij nog niet. „Ik laat het voorlopig eerst allemaal maar eens op me af komen. Er dienen zich vanzelf weer nieuwe mogelijkheden, ideeën en uitdagingen aan". Dat die te maken hebben met internet en wat tot voor kort hijgerig als 'de nieuwe economie' werd afgeschilderd, is vrijwel zeker. Want ondanks de mislukking van Newconomy blijft de internetgoeroe, alias 'de digitale dominee' geloven in de enorme mogelijkheden van het internet. „Nu zijn er nog allerlei technische belemmeringen. Het internet is nu op het punt waar de televisie was in 1960. Toen had je maar een zender die zeven dagen per week drie uur per dag in zwart-wit uitzond. Nu heb je er minstens veertig, in kleur en vrijwel 24 uur per dag MET LIVE VERBINDINGEN OVER DE HELE WERELD. De ontwikkeling die het internet gaat doormaken zal minstens zo spectaculair zijn en veel sneller".

DE 'DIGITALE DOMINEE' IS NOG NIET VAN ZIJN GELOOF GEVALLEN

Wat er mis ging met Newconomy? Dat is volgens Maurice de Hond een heel simpel verhaal. „Vrijwel op het moment dat wij naar de beurs gingen, donderde de Nasdaq (de Amerikaanse beurs voor high-tech en internetbedrijven-red.) in elkaar en dat trok vrijwel alles met zich mee. Wij hadden gehoopt dat DE BEURS in Nederland nog twee jaar fors zou blijven groeien zodat de bedrijven waar we belangen in hadden de tijd zouden krijgen om vlees op de botten te krijgen. Dat was, achteraf gezien, onze belangrijkste taxatiefout. Met het geld van de beursgang wilden we serieuze, winstgevende bedrijven creëren, maar die tijd hebben we en de bedrijven waarin we participeerden niet gekregen".

Het idee achter Newconomy, een investeringsfonds dat geld steekt in veelbelovende jonge internetbedrijven, ze met raad en daad bijstaat en ze waar mogelijk laat samenwerken, was niet origineel, geeft De Hond ruitelijk toe. „Ons grote voorbeeld was het Amerikaanse CMGI. Die waren er vanaf het begin van de internethype in de Verenigde Staten, midden jaren negentig, bij en het bedrijf werd in amper 5 jaar tijd ruim 1000 maal zoveel waard. Ook in Engeland, Duitsland en Zweden begon de internet-sector aan de beurs in 1998 enorm te groeien. In Nederland kwam het allemaal wat later op gang. Als we hier ook een of anderhalf jaar eerder waren begonnen, zouden we het ook moeilijk gekregen hebben, maar dan zouden meer bedrijven het gered hebben", zo gelooft De Hond. De situatie nu is dramatisch. „Ook

bedrijven die op zich een groot potentieel hebben, vinden in het huidige beursklimaat geen financiers meer. Nieuwe financieringsrondes die nodig en gepland waren om bedrijven die in 2002 of 2003 winstgevend kunnen zijn door deze moeilijke tijden te slepen, komen niet tot stand waardoor die bedrijven het simpelweg niet redden". Dat is ook het verschil tussen Newconomy en het grote voorbeeld CMGI. „Ook de koers van dat bedrijf is in elkaar geklapt. Het is nu geen 1000 keer meer waard als in het begin, maar toch altijd nog pakweg TWINTIG maal zoveel".

Hoeveel het Newconomy-debacle De Hond persoonlijk gekost heeft, vindt hij een moeilijke vraag. „Ik had natuurlijk een pakket aandelen vanaf het begin, dus heel goedkoop gekregen. Op papier waren ze op een gegeven moment heel veel geld waard (de aandelen Newconomy stonden vorige zomer geruime tijd boven de 20 euro terwijl ze bij de beursgang 10,50 euro kostten-red.) maar dat was een papieren waarde omdat ik ze in het eerste jaar niet mocht verkopen. Ik wilde me bovendien ook niet in een andere positie bevinden dan andere aandeelhouders. Ik heb nog steeds niets verkocht, dus nu heb ik op papier veel verloren". Medelijden met kleine, particuliere beleggers die echt fors verloren hebben op hun pakketje voor 10,50 euro per stuk of meer gekochte Newconomy-aandelen heeft De Hond niet, zo lijkt het. „Ik spreek wel eens aandeelhouders, maar die nemen mij persoonlijk niets kwalijk. Laatst sprak ik een man die me zei: „Ik heb vorige zomer maanden de tijd gehad om ze met bijna 100 procent winst te verkopen en ik heb het niet gedaan. Uit hebberigheid omdat ik dacht dat ze nog verder zouden stijgen". Ik heb die kans zelf in ieder geval niet gehad".

De Hond is de afgelopen jaren in de media vaak afgeschilderd als een visionair man met goede ideeën, maar tevens als een slechte uitvoerder ervan. Kritiek die hij zonder moeite onderschrijft. „Dat klopt als een bus. Uitvoeren is niet mijn sterkste kant, maar daarom heb ik me ook altijd proberen te omringen met mensen met heel andere kwaliteiten. Bij Inter/View en ook bij Newconomy werkten we met een relatief kleine groep mensen in de directie en op basis van collegiaal bestuur. Ik ken mijn zwakke kanten".

Zijn sterke kanten kent De Hond ook. „Mijn deskundigheid ligt op het gebied van de ontwikkeling van de ICT (Informatie- en Communicatietechnologie-red.) in alle facetten van de samenleving. Daar hou ik me al jaren mee bezig en daar zal ik ook in de toekomst ongetwijfeld mee verder gaan. Als adviseur, gastspreker of iets van dien aard. Maar niet meer als investeerder. Dat laatste lijkt me nu op dit moment niet het meest waarschijnlijk". Als 'ziener' is De Hond's rol nog lang niet uitgespeeld. Al vanaf het midden van de jaren negentig houdt hij gloedvolle betogen over het internet als nieuw, revolutionair medium. Hij heeft er de bijnaam 'de digitale dominee' aan overgehouden. En ook na het zakelijke debacle van Newconomy predikt hij vol overgave en bezieling voort. „Het internet zoals we dat nu kennen is qua ontwikkeling nog niet verder dan de televisie in 1960. De echte revolutie moet nog komen. Met de komst van nieuwe technologieën als UMTS (.....) en het uitbouwen van snelle glasvezelkabelnetten wordt het vele malen sneller dan nu en verveelvoudigen de mogelijkheden zich. We gaan naar 'internet anytime, anywhere, anyhow' (altijd, overal en op allerlei manieren'-red.) toe. Alle facetten van de samenleving worden dan gedigitaliseerd". Hij geeft een voorbeeld. „Bij bedrijven zit iedereen al achter de computer. Maar als ik iets wil weten van een bedrijf, bel ik op en dan gaat de persoon die ik spreek met de computer aan de slag.. In de toekomst zullen we veel meer rechtstreeks communiceren met en via computers en bel je pas op als er problemen zijn. Waarom moet ik bellen en lang wachten om een afspraak te maken in een polikliniek? Dat kan ik net zo goed via het internet zelf doen als ik online in de agenda van de desbetreffende dokter kan kijken". Behalve allerlei technische belemmeringen die de komende jaren zullen verdwijnen, staat nog een factor de opmars van het internet in de weg. „De consument moet direct voordeel krijgen van het internetgebruik. KLM krijgt nu nog maar 1 of 1,5 procent van alle boekingen via het internet binnen. Dat is

niet vreemd. Reisbureaus die uw ticket boeken bij KLM krijgen tenminste 7 procent korting. U niets. Ik weet zeker dat het enorm gaat lopen als de particulier die via internet zelf boekt een procent of drie voordeel krijgt. Zonder dat soort prikkels blijft de consument de oude, vaak veel omslachtigere wegen gebruiken".