

[intro]

Deze maand is het precies een halfjaar geleden dat Newconomy ter beurze werd genoteerd en dat de *lock-up* van de meeste aandeelhouders van het eerste uur vervalt. Tijd voor een interview met de ceo.

[tekst]

'Hot Dog', beet de kop boven een artikel over Newconomy's Maurice de Hond over in het augustusnummer van het zakenblad Quote. Vervolgens werd hij tot *ground zero* afgebrand. De oprichter en directeur van de opgetuigde participatiemaatschappij – volgens het jaarverslag over 1999 'een economisch netwerk van vooraanstaande Nederlandse internet-bedrijven' – kon de aanval op zijn persoon niet waarderen en begon een rechtszaak, waarvan de uitkomst op zijn vroegst in september valt te verwachten.

Maar ook De Hond wordt niet zo heet gegeten als hij wordt opgediend. Opvallend rustig doet hij ons kond van zijn grieven tegen het bewuste artikel, dat hij eerder in de pers kwalificeerde als 'karaktermoord'. Was hier misschien gewoon sprake van een hoge boom die even te veel wind heeft gevangen of is er toch meer aan de hand?

Het belangrijkste bezwaar dat je tegen De Hond (53) zou kunnen inbrengen is het internet-aureool dat hij zich – bewust of onbewust – heeft aangemeten. In 1995 schreef hij een boek waarin hij zijn visie op internet uit de doeken deed. Terugkijkend heeft hij vaak gelijk gekregen; soms ook niet en in feite was dat niet anders toen hij nog directeur van InterView was en stemuitslagen voorspelde.

Hij haalt een recent artikel uit Businessweek aan waarin staat dat de manager van de toekomstige eclectic visionair met gevoel voor humor' is Zelf voelt hij zich nauwelijks een internet-goeroe, een rol die het grote publiek hem maar wat graag toebedeelt.

Het staat buiten kijf dat De Hond visionair is. Misschien is dat wel de oorzaak van de wrevel die hij hier en daar ontmoet, vooral in de media. De Hond vroeg al in een vroeg stadium bij de politiek de aandacht voor internet, aanvankelijk als roepende in de woestijn, inmiddels als een van de velen wat bewijst dat hij gelijk had. En het is De Hond (cum suis, dat wel) die nu de strategie van Newconomy bepaalt, beoogde partners en overnamekandidaten beoordeelt op hun levensvatbaarheid, groeipotentieel en toegevoegde waarde aan het bestaande netwerk.

Wie kiest voor aandelen Newconomy, kiest dus niet in de eerste plaats voor een goede koers/winstverhouding, maar voor het *track record* van de beslissers, net zoals een belegger in hedgefondsen dat zou doen. Het is de visie van de manager die men moet vertrouwen.

Newconomy is een vreemde eend in de bijt. In Nederland kent het bedrijf geen concurrenten, in het buitenland slechts een handvol. Newconomy zoekt partnerships, creëert netwerken, op zoek naar marktleiders. Bedrijven die geen marktleider kunnen worden, worden verkocht, het liefst met winst. Bedrijven die de potentie wel hebben, treden toe tot het heiligste der heiligen: het Powerhouse.

“We zijn geen venture capitalists in de traditionele zin, dat negen bedrijven kapot mogen gaan als één het goed doet. We stappen nauwelijks in bedrijven die net zijn opgericht, en er zullen van de dertig, veertig partnerbedrijven die we op termijn zullen krijgen best een paar zijn die kapot gaan.” Maar ook dat is niet erg, meent De Hond, want in feite heeft elk bedrijf drie kansen. De eerste is dat de partij zelf een grote speler wordt; de tweede is dat een andere grote speler een partij overneemt; en wanneer een partij niet slaagt blijven er toch kennis en mensen over die Newconomy elders in de organisatie kan gebruiken.

*Is de nieuwe economie niet gewoon een metafoor van de oude?*

Over vijf jaar praten we niet meer over oude en nieuwe economie. Ik geloof bijvoorbeeld niet in de veelgehoorde bewering dat we dankzij de nieuwe economie altijd groei zullen houden met een lage inflatie. Dat is niet eeuwig. Ik verwacht dat de economie zich op middellange termijn gigantisch gaat herstructureren. De administratieve middengroepen gaan vervangen worden door geautomatiseerde processen, en daar zullen de arbeidsplaatsen gaan verdwijnen. Onze huidige bloei is voor een deel te danken aan het bestaan van de twee systemen naast elkaar. Als voorbeeld neem ik altijd Amazon.com. Dat bedrijf gaat dit jaar 2,5 miljard omzet halen, waarvan 1,5 miljard aan de verkoop van boeken. Dat is nog maar 2 procent van de totale Amerikaanse boekenmarkt. Maar dat hele Amazon.com heeft zwaar geïnvesteerd in de infrastructuur, zwaar geïnvesteerd in reclame, inmiddels 2.500 mensen in dienst en vier grote depots aangeschaft. Er is veel geld gestoken in de oude economie om in de nieuwe verder te kunnen gaan. Als ze straks 10 a 15 procent van de markt hebben, dan zullen de collega's uit de oude economie bij bosjes omvallen. Die slag tussen de oude en nieuwe economie moet nog komen.”

“Internet zorgt voor fundamentele veranderingen. Als jij contact opneemt met een bedrijf, dan neem je contact op met een persoon die achter een computer zit. Informatie wordt opgevraagd of gemuteerd. Dat is de situatie waarin we de laatste twintig, dertig jaar in beland zijn. De medewerkers zijn de intermediair tussen het IT-systeem en de buitenwereld. Dankzij internet kan dat model binnenstebuiten. In het hart zit straks de mens, in de schil het IT-systeem. Alle bedrijven moeten een extravert systeem krijgen.

*Waarom moeten onze lezers, beleggers, investeren in Newconomy?*

“Er is een groep mensen die niet gelooft dat de nieuwe economie iets te betekenen heeft. Die moeten niet in ons investeren. Maar er is ook een groep die er wel in

gelooft, die denkt dat de nieuwe economie ingrijpende veranderingen teweeg kan brengen. Van de in Nederland genoteerde bedrijven zijn we een van de weinigen die in de nieuwe economie zitten. En we hebben de knowhow en de juiste partijen in huis. E-Quote [een zusterblad van Quote] had een tijd geleden de top-vijftig van de Nederlandse internetbedrijven, en elf daarvan zaten in ons netwerk. Ik denk dat als je in de Nederlandse nieuwe economie wilt investeren, wij een dominante speler zijn. Ik zou overigens niet alleen maar in Newconomy investeren.”

*Op wat voor wijze werken jullie precies?*

“We bestaan uit twee delen. Enerzijds de Powerhouse-company: bedrijven waarvan we meer dan 50 procent bezitten, zoals Wish, Macropolis en Net Effect. We zorgen dat deze bedrijven binnen afzienbare tijd operationele winsten kunnen laten zien, wat Neteffect trouwens al ruimschoots doet. Anderzijds ons venture-gedeelte met bedrijven waar we een minderheidsbelang in hebben. Daarvan kijken we hoe we er met zo'n minderheidsbelang een zo hoog mogelijk waarde kunnen creëren voor onze aandeelhouders. Die waarde creëer je door bij goede partijen een meerderheidsbelang te nemen, zoals bij Wish. Of je verkoopt je belang met een mooie winst. We hebben bijvoorbeeld Netlinq in februari gekocht en in mei met een rendement van 50 procent verkocht aan een Zweeds bedrijf. Of je gaat voor een IPO [‘initial public offering’, oftewel beursgang, red.], zoals de deal met Ilse en VNU. We zaten in Ilse, VNU wil meedoen en straks hebben we tussen de 5 en 6 procent in die combinatie. En die is op zichzelf al honderden miljoenen waard, zo niet meer.”

*Dus in feite is Newconomy een beleggingsfonds.*

“Het venture-gedeelte lijkt inderdaad op een beleggingsfonds, maar dan wel met toegevoegde waarde van het netwerk. Neem ons belang in Tie. Dat is sinds vorige zomer acht maal zoveel waard. Als je het over Ilse hebt is de waarde stijging nog groter. Het zijn allemaal andere cijfers dan in de klassieke wereld normaal is. En zo wijken we op meer punten af.”

*Bijvoorbeeld bij de herwaardering van de bedrijven.*

“Als men schrijft dat het boekhoudkundige trucs zijn, dan heeft men het niet begrepen. Je kunt in feite twee dingen doen. Of je waardeert het bedrijf op de aanschafwaarde tot het moment dat je verkoopt. Als je dat zo doet, geef je geen goede indruk van hoe dat bedrijf zich in de loop der tijd ontwikkelt. Bedrijven uit de oude economie zijn gewend om panden voor 1 gulden op de balans te zetten en dan op een gegeven moment met een eenmalige winst te verkopen. Wij doen dat anders. Laat ik een voorbeeld nemen. Stel dat we in 1988 voor 1 miljoen dollar hadden geïnvesteerd in Microsoft en dat nog steeds hadden. Of CMGI, die tussen 1994 en nu 400 keer is gestegen. Of AOL, dat 500 keer meer waard geworden. Als we die voor de

aanschafwaarde in de boeken zouden zetten, dan zouden we geen realistisch beeld scheppen.

Wij hebben dus besloten om de belegger een betere indruk te geven door ook naar andere dingen te kijken. Neem Tie. We hebben Tie gekocht voor rond de 1 euro per aandeel. Sinds ze op de beurs genoteerd zijn, staat het aandeel op 10 euro. Je kunt zo beter de ontwikkeling van Newconomy volgen. Er is namelijk een formule voor: de laagste koers in een kwartaal min 30 procent als we een *lock-up* hebben of min 15 procent als die er niet is. Er zijn ook bedrijven die niet beursgenoteerd zijn. Als bijvoorbeeld ABN Amro participeert in een bedrijf, dan nemen we hun waardering van de aandelen min 25 procent. En dan is er nog een derde waarderingmethode die is gebaseerd op een bonafide bod. Zelfs als het management dat bod niet accepteert, geldt dat bod, min 50 procent.

Zo geven we bij de belegger een veel betere indruk. Tegelijkertijd hebben we er nog twintig die tegen de aanschafwaarde te boek staan omdat er niets gebeurd is [en volgens het jaarverslag worden negatieve herwaarderingen ten laste van de resultatenrekening gebracht zodra ze voorzienbaar zijn, red]. Dat betekent niet dat die twintig bedrijven precies dat waard zijn, maar er is geen objectief feit. Maar er wordt een beetje een sfeer gecreëerd of we die herwaardering een beetje met de natte vinger doen: we hebben dat bedrijf voor twee miljoen gekocht, maar eigenlijk vinden we het vijf waard, dus vooruit maar. En dat doen we dus absoluut niet."

*Maar het een na het andere e-commerce-bedrijf gaat over de kop.*

"Uit onderzoek blijkt dat mensen pas na twee jaar internetten zich comfortabel gaan voelen en daadwerkelijk gaan bestellen. Vorig jaar ging Nederland in een klap van 2,5 naar 4,5 miljoen gebruikers. In Nederland valt het gebruik van internet voor het aanschaffen van producten nog wel tegen, maar in de VS en Engeland is dat veel verder gevorderd. Zelf boek ik mijn hotels de laatste jaren altijd via internet. In Amerika is elk hotel te boeken via internet, in Nederland niet. De aanbodzijde in Nederland is gewoon nog te beperkt. Nederland loopt echt achter. Het heeft een paar jaar geduurd voordat topmensen uit het Nederlandse bedrijfsleven bereid waren om zelfs maar te gaan kijken op internet, terwijl het in Amerika al volop aan de gang was. Ik ken zelfs mensen die er trots op waren dat ze nog nooit met een computer had gewerkt! En het vreemde is dat ook verzekeringsbedrijven en banken heel weinig geld, tijd en energie steken in de frontoffice, terwijl internet daar fantastisch voor zou zijn.

Een ander voorbeeld. Ik zat laatst bij m'n kapper. Een klein zaakje, met een stoel. Mijn kapper was net op internet. Hij kon zich niet voorstellen dat hij dat ooit voor zijn zaakje zou gebruiken. Toen ging de telefoon. Man wil een afspraak maken. Dat duurde wat lang, want de man kon niet als de kapper kon, enfin. Vier minuten later gaat weer de telefoon. Toen hij oplegde wist ik waarvoor jouw kapsalon internet nodig had. Over een paar jaar kunnen jou klanten via internet boeken. En het levert

nog geld op ook. Hoe? Simpel. Als ik elke maand naar de kapper ga, en het kost me drie dagen extra om via de telefoon een afspraak te maken, dan gaat de omzet met 10 procent omlaag.

E-commerce, dat voorspel ik je, wordt onderdeel van ons gehele doen en laten. Neem online beleggen. Daar gebeurt in Nederland eigenlijk nog nauwelijks iets. Ja, alleen Alex,, maar dat is dan ook een club van Bank Labouchere die geheel onafhankelijk van die bank zich heeft ontwikkelt. Ik vind dat Alex in Nederland ver voor ligt op de rest."

*En hoe zit het eigenlijk met Newconomy zelf. Worden jullie overgenomen?*

"We hebben geen beschermingsconstructies. Dat heeft een aantal consequenties. Als een meerderheid van de aandeelhouders wil dat het bestuur weggaat, dan gaat het bestuur weg. En de andere is dat als er een interessant bod komt en de aandeelhouders willen daarop ingaan, dan gebeurt dat. Maar het hangt ervan af hoe wij ons ontwikkelen. We hebben in Nederland geen concurrenten, en in het buitenland een paar. We streven wel naar een bepaalde vorm van internationalisering. Je weet alleen niet hoe het zich ontwikkelt."

[kader]

De beleggingen van Maurice de Hond

"Ik beleg niet zoveel. Heb daar te weinig tijd voor beschikbaar. In de oude economie beleg ik amper. En wat de nieuwe betreft hebben we binnen Newconomy de afspraak dat niemand mag beleggen in Nederlandse internet-bedrijven, omdat zich dan een botsing van belangen zou kunnen voordoen. Ik zit wel in Amazon.com en Vignette.com en nog wat andere Amerikaanse kleinere ondernemingen waar ik in geloof. De laatste anderhalf jaar is een hele rits internetbedrijven naar de Nasdaq gegaan waar ik nog geen dubbeltje in zou steken. Dat die überhaupt aanvankelijk gestegen zijn ligt echt aan de onwetendheid van de beleggers. World Online is daar eigenlijk ook een voorbeeld van. Is namelijk veel te duur weggegaan, waardoor er in feite onnodig een negatieve sfeer rondom dat bedrijf is ontstaan. Je moet je vantevoren afvragen hoe dat bedrijf winstgevend kan worden, waar hun inkomsten vandaan komen en hoe die waarde zich dan zal gaan ontwikkelen. Het verschil tussen goede nieuwe-economiebedrijven en bedrijven uit de oude economie is heel goed te zien als je kijkt naar het verband tussen de kosten en de omzet. Als de omzet in een klassiek bedrijf met 10 procent toeneemt, nemen de kosten bij voorbeeld met 8 procent toe. In de nieuwe economie kunnen de kosten vrijwel gelijk blijven terwijl de omzet sterk stijgt. Kijk naar AOL. Die hebben de afgelopen twaalf maanden 1,2 miljard dollar winst gemaakt omdat ze de kritische grens door zijn gegaan van aantallen abonnees en hun kosten slechts gering stegen."