

CURRICULUM VITAE MAURICE DE HOND

Maurice de Hond (1947) studeerde Sociale Geografie aan de Universiteit van Amsterdam. Na zijn studie (1971) werd hij wetenschappelijk medewerker bij het Sociaal Geografisch Instituut van de Universiteit van Amsterdam.

In 1975 richtte hij samen met Hedy d'Ancona Cebeon b.v. op, dat zich toelegde op onderzoek en advies in de non-profit sector.

In de aanloop naar de Tweede Kamerverkiezingen van 1977 startte hij bij de VARA een speciaal model om de politieke voorkeuren van de Nederlanders nauwkeurig in te schatten.

In 1980 werd hij directeur bij Inter/View, een in 1967 opgericht marktonderzoeksbureau. Daarbij was hij o.a. verantwoordelijk voor een grootschalig automatiseringsproces op het terrein van computergestuurd telefonisch onderzoek.

Op het moment dat Inter/View een beursgenoteerde onderneming werd (1986) werd De Hond voorzitter van de Raad van Commissarissen, wat hij nu nog steeds is.

In de tweede helft van de tachtiger jaren was De Hond als Adviseur van Anton Dreesmann werkzaam en deed een aantal projecten voor Vendex International. O.a. betrof dit het samenvoegen van Van der Graaf en Dongelmans tot Graydon en het leiden van een Amerikaans computerbedrijf (Vendex Headstart). Nadat dit laatste bedrijf aan Philips was verkocht, hield De Hond zich bezig met het adviseren van bedrijven op het terrein van marketing, sales en informatisering.

Tussen 1991 en 1995 was hij actief bij ITT Gouden Gids in de functie van Directeur Marketing, Business Information & Development.

Daarnaast is De Hond sinds 1988 werkzaam als adviseur bij IDTV en coördineert en presenteert hij de verkiezingsonderzoeken van Inter/View.

De Hond houdt zich tegenwoordig met name bezig met de ontwikkelingen op het gebied van nieuwe media, marketing en automatisering.

DANKZIJ DE SNELHEID VAN HET LICHT

Maurice de Hond

1. Computers gaan ons leven in de komende jaren drastisch veranderen. De Grote technologische versnelling en de brede verspreiding van de computers leiden tot een ware explosie van de bits.
2. De essentie van de huidige en toekomstige ontwikkelingen is dat slechts smaak, reuk en tastzin nog afhankelijk zijn van de snelheid waarmee het lichaam zich kan verplaatsen. In alle situaties waarin we alleen onze ogen, mond en oren gebruiken, is afstand geen factor van betekenis meer.
3. De leiding van bedrijven weet vaak niet wat een computer kan, en maakt dus ook geen goed gebruik van de mogelijkheden die de machine biedt.
4. De automatisering is te veel naar binnen gericht, terwijl alles aanwezig is om de relatie met de klant te verpersoonlijken.
5. Er zijn mensen in de top van de financiële wereld die nog met een rekenmachine, een potlood en een gummetje werken. En dat terwijl de spreadsheet één van de beste uitvindingen op software gebied is. Het is alsof een timmerman weigert met een boormachine te werken.
6. Computer, televisie en telefoon zullen geïntegreerd worden, omdat elke soort informatie in bits omgezet kan worden. Deze drie media zijn in feite slechts varianten van elkaar. 'In the future we are too busy watching the telephone to answer the television!'
7. Kenmerkend voor de nieuwe tijd is dat alles naast elkaar mogelijk is. Als ik de schilderijen van Salvador Dali in vogelvlucht wil zien, dan bekijk ik dat even op Internet, ongeacht de plek waar ze zich in het echt bevinden. Daarna besluit ik welk museum ik het best fysiek kan bezoeken.
8. Wat we de komende jaren gaan beleven is een volledige doorbraak van de macht van de klant. De klant is niet langer koning, hij wordt dictator.
9. Het primaat van het lezen en schrijven is gebaseerd op een waardeoordeel. Natuurlijk is lezen goed en leuk en natuurlijk prikkelt het de fantasie. Maar zodra het als enige norm wordt opgedrongen, sta je met je rug naar de toekomst.
10. Bij alle situaties waarin de mens smaak noch reuk noch tastzin nodig heeft, zal hij of zij in de toekomst op een of andere manier gebruik maken van de elektronische snelweg.
11. De generatie die niet opgegroeid is met computers (de generatie van voor 1980) zal maar beperkt gebruik maken van de nieuwe verworvenheden. Voor hen blijft het belangrijk om iets te zien of te beleven in *real space* en in *real time*. Zij zal moeilijk accepteren dat de jongere generaties wel iets intens kunnen beleven zonder met lijf en leden op de desbetreffende plek aanwezig te zijn. De oudere generatie zal de digitale revolutie meet scepsis benaderen.

12. De actieve consument omzeilt gemakkelijk reclame waarin hij niet is geïnteresseerd. Het fenomeen 'zappen' wordt op de elektronische snelweg in een veel geavanceerdere vorm pas echt de nieuwe levenshouding.
13. Formuleer de functie van het bedrijf niet vanuit het gezichtspunt van het bedrijf, maar van uit de klant. Door dat goed te doen, wordt die functie min of meer onafhankelijk van de actuele invulling en kan hij een tijdloze waarde krijgen. Op die wijze speel je goed in op de gevolgen van de digitale revolutie.
14. In de Amerikaanse SF-serie *Star Trek* werden de personages via een apparaat van de ene plek naar de andere 'geflitst'. Vooral als men op een onbekende planeet in de problemen kwam, werd het apparaat door de kreet 'Beam me up, Scotty', snel in werking gesteld, en kon men terugkeren naar een veilige ruimteschip. De kijkers vroegen zich wel eens af of een dergelijk apparaat om alle atomen van het lichaam te verplaatsen ooit realiteit zou worden. Om eerlijk te zijn: ik denk het niet. Maar de functionaliteit ervan zal via de elektronische snelweg wel benaderd worden.
15. Vooral bedrijven die tastbare producten maken, zullen ervaren dat hun relatie met de afnemers gaat veranderen. De lijnen met de eindgebruikers worden korter en het belang van schakels, zoals groot- en tussenhandel, zal sterk afnemen.
16. Met behulp van een Personal Computer kan een individu nu al in vele gevallen efficiënter, doelmatiger en kwalitatief hoogwaardiger werken. Dat levert aanzienlijke tijdswinst op voor de persoon zelf en voor de mensen om hem of haar heen. Dankzij de PC is dat de individu bovendien in staat activiteiten uit te voeren die zonder het apparaat onmogelijk waren en die dus bleven liggen of met veel moeite, tijd en geld door anderen moesten worden gedaan. De kwaliteit van de output is meestal hoger en de PC stimuleert de creativiteit omdat hij routinematige handelingen overneemt. Ten slotte blijf je dankzij het werken met de PC's bij op het gebied van de technologische ontwikkelingen en deze kennis van zaken is doorslaggevend om te kunnen profiteren van de digitale revolutie.
17. Probeer niet alles te begrijpen. Dat is de grootste kans op mislukking.