

Vincent Everts werd het internetgezicht van Nederland

Wereld dankzij mobiel internet veel relaxter, flexibeler en makkelijker in de omgang

Geen persoon zo geschikt om enthousiast te verhalen over de grillige bewegingen van mobiel internet in Nederland vanaf als Vincent Everts: van GPRS tot iMode en van de UMTS tot de 4G-veiling, uiteraard gelardeerd met de liefde voor gadgets, met Blackberry voorop en de haat/liefde verhouding met de iPhone.

Op tafel roffeland, fluitend en grappend begint Vincent Everts thuis in de keuken in de Amsterdamse Bos en Lommer het vraaggesprek. Gadgets binnen handbereik. Hij blijft urenlang staan en gesticuleren. Vincent op z'n best, want privé en zaken lopen door elkaar bij deze ideale vertolker van de geschiedenis van (mobiel) internet in Nederland. [De geluidsfragmenten volgen later.]

C.V.

1959 12 mei geboren te Arnhem

1978-1979 Radboud Universiteit, Natuurkunde

1979-1980 Radboud Universiteit, kandidaats Politicologie

1980--1984 Radboud Universiteit, Economie

1994-1996 Erasmus Universiteit, Bedrijfskunde

1984-1988 Oprichter/directeur Cyco Automatisering

1988-1994 Oprichter Cyco Software in VS

1995-1999 Oprichter/directeur Mediaplaza in Utrecht

1999-2002 Partner Favonius Ventures

1999-heden CEO Midas Consultancy, trendwatcher, spreker

2003-2010 Managing partner Interimic.com

2005-2010 Oprichter/directeur PCZapper

2010-2013 Oprichter/CEO Innovader & Incrowdapp.net

2010-2014 Promotor elektrisch rijden voor Tesla

Verder

2001-2004 Voorzitter Netwerk Gebruikers Groep (NGN, 4000 netwerkprofessionals)

2002-2003 kilometerheffingsproject Verkeer en Waterstaat

1997-heden Columnist voor o.a. Planet Multimedia, BNR, FD, Telegraaf, Volkskrant, Dutch Cowboys en Marketingfacts

[Vincente.nl](http://vincente.nl)

[Op wikipedia](#)

[Columns](#)



Wanneer gebruikte je voor het eerst vast internet?

“Met online netwerken begon ik in 1988 met [CompuServe](#), ten tijde van de oprichting van m’n softwarebedrijf Cyco in de VS. Een werkelijk fantastische goed ingerichte dienst, die veel verder was dan internet. CompuServe bood via de pc online toegang tot kranten, een betalingssysteem, verificatie, krachtige e-mail en adressering. Met als gevolg dat ik criticaster was van internet. CompuServe bood vanaf 1989 wel een poort naar internet en ging vanaf 1997 helemaal over naar internet en HTML omdat internet dominant werd. Ondertussen nam ik in 1994 een direct abonnement op internet, als klant nummer 273 van bArt. Een internetprovider van aardige jongens in Rotterdam. Op m’n kamer in Rijswijk heb ik daarna met mijn 14K4 modem en nieuwe Gateway computer met het eerste 19-inch scherm drie maanden lang internet verkend. Net nieuw toen en ik werd helemaal opgewonden van wat ik allemaal kon vinden en lezen. Iedereen vond internet toen zo traag maar ik had soms 20 vensters van Netscape openstaan en dat ging meestal uitstekend. En surfen naar alle Nederlandse pioniers, zoals De Digitale Stad en de e-zines van Planet.”

Je las veel op het web maar was nog niet zover dat je er zelf over publiceerde?

“Eerlijk gezegd niet. Ik vond het internet fantastisch om informatie te souperen. M’n opleiding Bedrijfskunde heb ik niet afgerond, maar wel nog



een scriptie over SAP-implantaties kunnen maken met bijzonder online gevonden materiaal.

Daarna ben ik snel aan de slag gegaan met de opzet van Mediaplaza, voor verbreiding van internet in Nederland op de zakelijke markt. 'Instituut voor de elektronische snelweg' was de werknaam voor het project van Economische Zaken, KPN en Jaarbeurs waarin aandacht moest komen voor verschillende soorten netwerken van KPN en partners. Tegen hun zin stelde ik het internet centraal. Ik kreeg echter instemming van voorzitter Peter Vervest en KPN, dus werd het vijf jaar lang internetpromotie.

Achteraf was KPN daar ook blij mee.

Dus in die eerste periode heb ik vooral internet eindeloos bij het Nederlandse bedrijfsleven gepromoot. Ik ben een eeuwige 'demojock'. Ik vind niets leukers dan te laten zien hoe iets werkt."

Was het moeilijk en kostbaar om Mediaplaza van de grond te krijgen?

"EZ fourneerde 1 miljoen gulden subsidie, KPN drie jaar 1 miljoen gulden. Tien partijen die 350.000 gulden per jaar investeerden en nog een stel 50.000 gulden leden.

De bouw vergde 2,5 miljoen, de exploitatie 2 miljoen per jaar. In de periode 1996-1999 in totaal dus zo'n 9 miljoen gulden. KPN had een rijke traditie met dit soort centra, eerder met het ISDN integratiecentrum in Utrecht. Dat was erg technisch en het bestuur van Mediaplaza wilde het grootser aanpakken. Architect [Ellen Sander](#) maakte samen met kunstenaars zoals [Piet Jan Blauw](#) een werkelijk waanzinnig mooi ontwerp, super futuristisch.

Veel buitenlanders kwamen hun licht opsteken en wij droegen bij aan inspiratie voor veel van dit soort centra over de hele wereld."

Een bijzonder ontwerp, heel on-Nederlands. Prachtige kleuren, zo'n shuttle als entree, beeldschermen in de vloeren van de toiletten. Meer toekomst dan realisme?



"KPN en EZ waren er zeer verguld mee. Nieuwe partners stroomden toe, omdat het schitterend was om klanten uit te nodigen en te laten zien hoe innovatief je was. Cap Gemini, Getronics, Cisco, Ericsson, ING, Rabobank deden mee. Zeker 70 bedrijven en ieder kreeg een strippenkaart om een aantal keren met klanten naar Mediaplaza te komen. Al naar gelang de hoogte van de bijdrage.

In het begin was het inhoudelijk armoedig. Partners zouden hun toepassingen tonen, maar niemand kon wat zinnigs laten zien met internet. Afgezien van een website. Terwijl we van Surfnets een supersnelle aansluiting hadden en alles zouden kunnen tonen.

Ton Risseeuw, de gevreesde baas van Getronics, heeft nog eens 1,5 uur op een bankje moeten wachten, omdat hij iets te laat kwam en onze secretaresse hem niet naar binnen liet gaan. Curieuze ervaring. Later kwam het toch goed, werden we vrienden en installeerde ik nog ADSL bij hem."

Werd Mediaplaza gedomineerd door concerns en IT-sector?

"Alles en iedereen kregen we binnen, van koningin Beatrix tot premier Kok. Maar ook kunstenaars en non-profit partijen die Mediaplaza gratis mochten gebruiken. Vele bezoekers namen dankzij een zakelijk bezoek ook privé een aansluiting. Dus de invloed was heel groot.

Bedrijven brachten groepen binnen, maar onze staf bepaalde de inhoud voor de volle 100 procent. Zelf stond ik altijd met één been in het publieke domein. Ik volgde De Digitale Stad, publieke omroep en politieke partijen. Als adviseur bij Versatel en Zonnet keek ik ooit nog naar een investering in De Digitale Stad.

Mediaplaza 2.0, na mijn vertrek in 1999, was veel meer geënt op presentaties van de partners zelf. Zoals banken voor hun klanten."

Je maakte van Mediaplaza een internetpaleis en werd mr. Internet. Maandelijks op tv. Ineens internetgoeroe, verbaasd?

"Ik was één van de woordvoerders, maar die waanzinnige plek, die zo geschikt was om te filmen, hielp ook mee. Steeds vaker kwamen ze uit Hilversum naar Utrecht voor een quootje bij start-up 23 die iets nieuws had bedacht of uitgevreten met internet. Maar ook vaste gast bij Nova. En columns voor BusinessNieuws."

Wat waren de voornaamste trends tussen 1995 en 1999?

"Steeds snellere toegang natuurlijk. Van traag inbellen naar snel Adsl en tv-kabel. Internetbankieren werd volwassen. E-commerce groeide. Mijn allergrootste frustratie was echter de trage ontwikkeling van online betalen. Het ene 'k.-systeem' na het andere zag het licht, met een portemonnee die veel te ingewikkeld en niet geaccepteerd was. We moesten tien jaar wachten op iDeal, dat de online omzet de afgelopen vijf

jaar hielp groeien van 2 naar 12 miljard. Nu komt Bitcoin op als grote vernieuwing."

Maar die winkels en andere online toepassingen mislukten volgens Bob Stumpel en Bas Verhart ook vaak.

"Zo'n 90 procent van de projecten mislukten of duurden drie keer zo lang, werden drie keer zo duur en leverden drie keer minder op dan was beoogd. Daar hadden we bij Mediaplaza ook mee te kampen. Ik wilde een dia-database applicatie hebben om eenvoudig presentaties samen te stellen. Daar zat ik om te springen, want ik deed wel 20 tot 25 presentaties per dag. Cap Gemini stak er voor een ton aan uren in en er kwam nimmer iets van terecht. Weer een frustratie erbij." En

Je was letterlijk aan de lopende band aan het presenteren, hoppend van zaal naar zaal.

"Ik kreeg 10.000 gulden per maand bruto en daar werkte ik verschrikkelijk hard voor. En verdiende voor Mediaplaza nog een keer dat salaris terug met presentaties buiten de deur. Na mijn vertrek bleef ik dat doen, nog steeds voor 3.000 gulden per keer, inmiddels 3.000 euro per keer. Ineens verdiende ik veel meer geld met veel minder hard werken."

Wat deed je met dat geld?

"Ik startte bedrijven zoals PCzapper om internet op televisie te brengen. Was te vroeg en werd veel te duur, want het vergde te veel ondersteuning van gebruikers bij installatie. Het was altijd weer de seriële poort van de pc die de verbinding niet maakte zoals wij wilden. Het was gewoon nog te vroeg. Voor Planet en andere providers maakte ik videoportals en daarna een systeem waarmee iedereen een eigen videokanaal kon beginnen. Dat 'curating' is nu hartstikke populair, dus het gaat om timing."

Meegedaan aan de internethype?

"Nee, geen aandelen gekocht. M'n geld stroomde weg naar start-ups, maar ik hield wel geld over van de verkoop van Cyco software aan Gilde. Dat deed 3 miljoen euro winst bij 20 miljoen omzet. Daar kocht ik een huis van.

Ik toonde destijds een dia met de beurswaarden tot 10 miljoen dollar per werknemer; volkomen absurd. Weinig omzet, hoge verliezen, alleen maar gebakken lucht.

Dat deden de grote bankiers, van Merrill Lynch tot Goldman Sachs, en adviesbedrijven die elkaar in een spiraal naar steeds hogere beurskoersen voerden. Verhalen waar niets van klopte."

Jij had de invloed om daar tegen in te gaan. Niet gedaan?

"Het werd zo gek dat ik heel onzeker werd en dacht: 'mis ik iets'. Het was te bizar voor woorden, maar ik stond erbij en keek ernaar. Hetzelfde gebeurt nu met de Tesla, waarvoor ik de promotie doe. Fantastische wagen, maar de beurskoers is volkomen van de pot gerukt; nu 1 miljoen dollar per verkochte auto. Slaat echt helemaal nergens op."

Zelfde laken een pak in 1999 met e-commerce. Beurskoersen waren een veelvoud van de omzet, laat staan van de winst. Nergens geld in gestopt; World Online, Newconomy?

"Geen cent, niets. Newconomy vond ik wel een heel mooi bedrijf, had hele aardige deelnemingen. Maurice pakte het goed aan met deze selectie en het onderlinge netwerk tussen die bedrijven. Hij maakte een grote fout met een investering in cash in Wish.

Nina Brink is trouwens nog één van de beste beleggingen geweest, ook al had ik er zelf geen geld in gestoken. World Online is uiteindelijk door Tiscali gekocht voor bijna de helft van de beurskoers. Nina Brink heeft het dus relatief goed gedaan."

Tiscali [betaalde](#) in november 2000 nog 20 euro per aandeel WOL in aandelen, die snel in waarde daalden. Was World Online ook een waardevol bedrijf, met een waardering van een gratis abonnee [op 6.400 euro](#)?

"De meeste abonnees van World Online betaalden, maar de waardering was inderdaad bizar hoog. Toch was de overnameprijs veel beter dan het beeld dat is blijven hangen.

Ik weet dat je World Online steeds achtervolgde en keer op keer met onthullingen kwam in de vijf jaar tot de beursgang. Maar World Online heeft die hype niet aangejaagd. De hype was trouwens in Nederland snel over na World Online en Newconomy."

Je was adviseur bij Versatel en Zonnet en bij investeerder Nesbic die in Newconomy stapte en verloor.

"Samenwerken met Frank Verschoor bij Nesbic was vreselijk leuk. Hij investeerde in het internetbedrijf Magic Minds van Eric Bartels die 24 miljoen verbrandde. Daarover is een prachtige documentaire [is gemaakt](#).

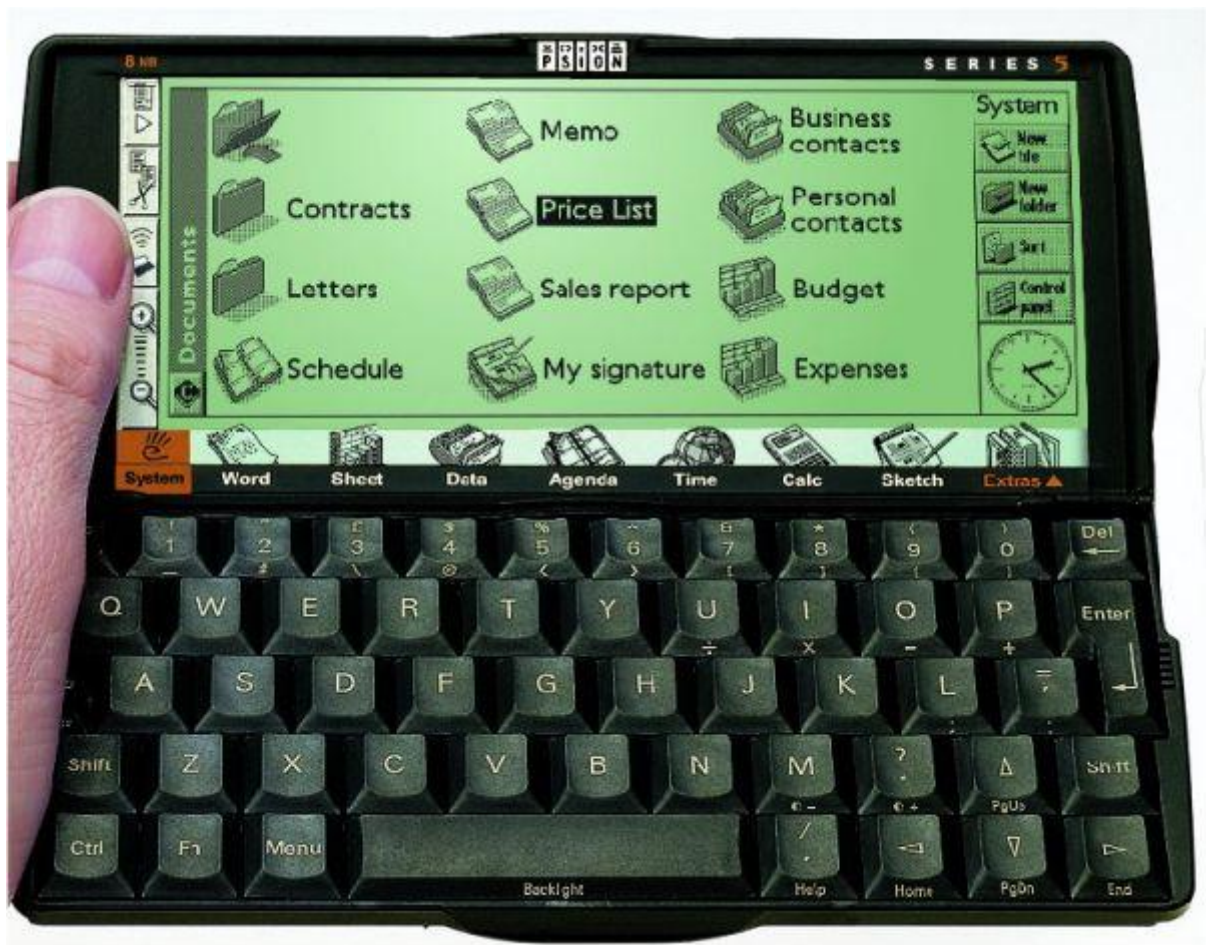
Over naar mobiel. Je was vast de eerste?

"Ik was zeker niet de eerste met een mobiele telefoon. Wel vroeg met GSM, met een telefoon die vierduizend gulden kostte, de Car Brick. Kon je een half uur mee bellen, een [briljant apparaat](#).



Met mobiele data liep ik wel voorop. Na de Brick de PDA's, zoals de HP100-LX. Een fantastisch toestel van HP dat drie weken op een batterij mee kon. Vervolgens raakte ik aan de Psion-5 verslingerd vanwege het aanraakscherm, infrarood, supersnel systeem.





Toen kocht Nokia Psion en ik dacht: 'Dit gaat het helemaal worden'. Met Psion zou Nokia een ideaal toestel maken voor mobiel internet. Nokia 9000 kwam uit, grif tweeduizend gulden voor neergeteld, was het verschrikkelijk traag door Symbian besturing.



Geen aanraakscherm meer, echt een enorme mislukking. Ik was woest op Nokia dat ze het zo verkloot hadden. Toen ben ik overgestapt op Blackberry die ik tot op de dag van vandaag gebruik."

Herinner je je de UMTS licentieverveiling van 2000 nog?

“Men schrok van het totale bedrag van [5,9 miljard](#), maar dat viel alleszins mee. Ze zijn alleen, door de ICT-crisis, veel te laat in gebruik genomen. Niet de Nederlandse UMTS-licentie nekte KPN, maar de Duitse van 8 miljard euro. De aankoop van het Duitse mobiele net E-Plus leek geweldig, maar bracht de verplichting mee voor die hele dure UMTS-licentie; een ramp. Iedereen riep recent dat de kosten voor de 4G-licenties veel te hoog waren. Absurd.”

Ze kunnen niet rekenen. De 4G-licenties brachten 3,8 miljard in de staatskas en kostten KPN minder 2 euro per maand per gebruiker.

“Inderdaad, ze kunnen niet rekenen; idioten. Twee miljard minder dan voor de 3G-licenties, met een langere gebruikersperiode en voor Tele2 en UPC als nieuwkomers een vriendenprijsje.”

We hebben door het uitblijven van UMTS heel lang internet over GPRS moeten doen. Veel te traag. Blackberry over GPRS slaagde wel. Met jullie bedrijfje Interimic introduceerden jullie in 1999 het mailtoestel in Nederland.

“Wij gingen naar bedrijven, instellingen en overheden om te vertellen hoe wij vonden dat ze internet moesten oppakken en probeerden daar adviesopdrachten voor te krijgen.

Mobiel kwamen we terecht bij Telfort die de exclusiviteit voor de Blackberry had bemachtigd. We organiseerden de introductie en eerste promotie in Nederland.



Zelf raakte ik helemaal verslaafd aan de Blackberry. [zie: [Crackberry](#)]
Voor het eerst had ik zonder laptop altijd en overal e-mail en een goede agenda. Een uitkomst en een fantastische stap vooruit in productiviteit. Een briljant product, de beste innovatie ooit in mobiel internet. Niet de iPhone. Nu nog doe ik alles met de Blackberry, vooral met tekst. Alleen voor video en foto's pak ik nu de iPhone."

Het CDA werd een showcase. Met veel publiciteit, vooral in De Telegraaf.

"Ik probeerde voor de verkiezingen van 2003 de Blackberry eerst te pushen bij D66, want ik was bevriend met Kamerlid Bert Bakker. Maar zijn baas Thom de Graaf zei: 'aan mijn lijf geen polonaise, het leidt alleen maar af van belangrijke dingen'.

Toen ontmoette ik Jan Kees de Jager, behalve internetondernemer in Rotterdam ook CDA-penningmeester. Hij wist dat de Duitse CDU bij hun campagne mobiel internet met Nokia had ingezet.

Hij betaalde Telfort achtduizend gulden om twee maanden lang honderd Blackberry's te mogen gebruiken. Wij bouwden helemaal voor niets een toepassing met adreslijsten. Ik ging zelf de boer op om ze bij de top te bezorgen en het gebruik uit te leggen, tot en met premier JP aan toe.

Dat begon goed met Nieuwjaar, want ik adviseerde iedereen om alle anderen een welkomstmil te sturen, maar dat ding trilde bij elk inkomend bericht. Ging dus honderd keer af in de zakken van ministers. Toch is iedereen raakte verslaafd aan dat ding.

Ik zat in het strategieteam en stippelde mede de koers uit. Hadden we een 'gezondheidsdag' in de campagne en ontving iedereen op de Blackberry feiten over de zorg, vragen en missers van andere partijen en elkaars quotes in de media. Werkte fantastisch, iedereen was voortdurend van elkaar op de hoogte en zodra Bos of Zalm een fout maakten, kon iedere CDA'er reageren. Als politicoloog had ik het helemaal naar m'n zin, al ben ik helemaal geen CDA'er. mm ja, D66 wilde me niet hebben. Dat spel helpen vormgeven met technologie; wat een feest."

Het CDA [won](#) glorieus, net voor de PvdA, en leverde veel bewindslieden in Balkenende II.

"De CDA-ministers wilden de Blackberry op hun departement introduceren. Kregen ze geen toestemming voor omdat het onveilig zou zijn. Kwamen ze weer bij mij met rapporten van die technici. Daar ging ik dwars tegenin en binnen twee maanden was het geregeld."

Blackberry was alleen voor zakelijk gebruik, met een bedrijfsserver en Microsoft Exchange. Het was ook duur.

"Dertig euro per maand, dat viel wel mee. iMode van NTT Docomo in Japan was het grote voorbeeld voor de consumentenmarkt, met uitstekende e-mail en gemakkelijk onbeperkt browsen op kleurenschermen met compact-html, met navigatie, eenvoudige betaling

en locatiediensten voor een tientje per maand. Ze liepen echt vijf jaar voor.

In Europa kregen we alleen steeds kleinere toestellen met sms, geen goed mobiel internet. Dus organiseerde ik innovatiereizen naar Japan. Even later introduceerden NTT hier iMode met Europese telecombedrijven."

KPN was de eerste blijde Europese partner. Er kwam een enorme introductie want hier zaten providers te knoeien met Wap mobiel internet.

"KPN deed erg z'n best; goede marketing, zorgde voor content en applicaties. Er was alleen één probleempje waar niemand naar gekeken had; iMode vereiste speciale toestellen. Die moest je in grote series laten produceren, tenminste 500.000, maar soms 5 miljoen voor toestel met kleurenscherm. KPN begon met 50.000 toestellen met zwart-wit scherm. Traag, vanwege inferieure processoren, en niet hip. Onderwijl liep ik de benen uit m'n lijf om iMode te promoten."

Het werd een mislukking, net als de deelneming van Docomo in KPN. En weer moesten we achten op het lang geleden beloofde mobiele internet?

'Daarop kwam Blackberry in 2006 met een consumententoestel. Dat werd dankzij het gratis pingen [chatten] een groot succes. De Bold werd de beste verkochte telefoon tot in 2010. Samsung verkocht nul smartphones. Apple kwam in 2007 onder enorme beloften met de iPhone, maar had negen maanden nodig om wereldwijd 1 miljoen toestellen te verkopen. Verkocht ook voor geen meter.

Toen bracht ik de iPhone 2 mee uit Amerika en vertelde er lovend over op Radio 1, had een introductie met de jongens van iPhone Club en een Twittermeeting. De geeks vonden het fantastisch. In 2008 kwam de iPhone 2 in Nederland, maar zo'n aangepaste 'k.-versie': slechte ontvangst, batterij snel leeg en adressenboek wat traag was. Gewoon Beta. Toen heb ik het [beruchte filmpje](#) gemaakt waarin ik het toestel demonstratief in de vuilnisbak kwakte. Stonden er om elf uur 's avonds nog mensen aan de deur of ze in de container mochten neuzen. Dus veel indruk maakte ik niet."

Wel op Apple?

"Apple reageerde nooit. Gelukkig maakte Android de doorbraak van mobiel internet bij het grote publiek mogelijk. iPhone is toch altijd voor de elite geweest. Je moest wel 600 euro meebrengen voor twee kleuren en één maat. Android kwam in 2008 op de markt en was in 2010 iPhone al gepasseerd."

Ze staan natuurlijk altijd bij jou op de stoep om je de nieuwste gadgets te geven omdat je een 'übergeek' bent

.

"Ik koop alle toestellen zelf. Alleen voor recensies niet, dan houd ik ze tijdelijk. Ook Google Glass; netjes gekocht, 2.300 dollar. Ik wil ze wel altijd eerder hebben en koop ze in Amerika en hack ze om hier te gebruiken."

De providers kwamen nog met eigen portals met mobiele content. Die mislukten, terwijl een paar jaar later de mobiele app-markt vreemd genoeg wel ging regeren boven het open mobiele internet. Hoe kon dat gebeuren?

"Die providerportals waren volledige oninteressant, want iedereen wilde snelle toegang tot open internet. Is bij Vodafone een miljard euro aan verbrand, met dure consultants die van toeten noch blazen wisten. Klanten van providers gaat het om netwerk en klantenservice versus prijs, meer niet.

Apps versnellen de toegang tot diensten. Het installeren is eenvoudig, meestal gratis, en één klik is genoeg voor toegang. Niemand wil meer zonder de Facebook-app, Twitter-app en Nu.nl-app mobiel internetten. Het zijn natuurlijke uitbreidingen.

Overigens brachten niet de apps of toestellen de doorbraak van mobiel internet in Nederland, maar de flat fee. Zolang het gebruik in megabyte werd afgerekend, bleven gebruikers argwanend omdat de rekening te hoog zou oplopen. Ook hielp het dat we in Nederland van vijf naar drie aanbieders gingen toen KPN Telfort kocht en Orange naar T-Mobile ging. Vijf aanbieders was veel te veel voor een klein landje, drie is goed"

Veel meer voor minder geld, dat werkte vooral?

"Die markt is eenvoudig en boekte enorme vooruitgang. Analist Adriaan Meij zei dat er vijf jaar geen innovatie was in mobiel. Kreeg ik enorme discussie over. Had hij onder een steen gelegen? Vijf jaar geleden betaalde ik 500 euro per maand enkel voor bellen en minimaal 1.000 euro vanuit het buitenland.

Nu betaal ik 100 euro per maand, maar je kunt ook voor vier tientjes per maand ongelimiteerd bellen of data gebruiken. Iedereen is de hele dag met YouTube, WhatsApp en Spotify in de weer binnen die goedkope bundel. Niemand gebruikt bovendien nog aparte video- en fotocamera's meer. Nu gaan ineens mobiele commerce en nieuws als een komeet. Hoezo geen innovatie?"

De gebruikstoename is revolutionair.

"Het mobieltje is de afstandsbediening van ons leven geworden. We organiseren en doen alles met dat ene toestel. Recent ontmoette ik Gerrit Zalm op een dag over ICT. Hé, de baas van ABN Amro, [waarom ben je hier?](#)

Zalm: 'We hebben nog 1 miljoen bezoeken per jaar aan onze balies en 1 miljoen bezoekers per dag met mobiel. Wij zijn gewoon een bank op

mobiel, nog een beetje op de pc. ICT behelst 40 procent van het budget en is ongelooflijk belangrijk voor behoud van klanten. We hebben veel oude zooi en moeten alles vernieuwen."

En toen kwam de tablet?

"De tablet is een mooie tussenvorm, die laat zien dat de PC eigenlijk een enorm autistisch apparaat is. Vooral op kantoren waar mensen letterlijk verdwijnen achter hun beeldschermen.

Ik denk dat de PC-werkplekken in de komende tien jaar met 80 procent zullen afnemen. We zullen werk verschuiven naar tablets. Dat gaat de wereld compleet reorganiseren. Nu gebruikt iedereen in organisaties de tablet privé en dat leidt onontkoombaar tot verandering van processen. We gaan op een andere manier producten maken en diensten uitvoeren."

Kunnen wij mensen dat bijhouden of gaat het te snel en berooft het massaal gebruik van mobiel ons van de openbare ruimte zoals filosofen beweren?

"Absoluut mee oneens. Mensen hebben nauwelijks problemen om het bij te houden. Ze omarmen het met passie, iedereen. Hier in Bos en Lommer-bepaald geen dure buurt - zie je overal waar je kijkt mensen met hun mobieltje. Mensen gebruiken het echt overal voor en stemmen alles af met die apparaten. Ik zie in deze wijk allochtonen, ook de vrouwen, hun mobiel de hele dag gebruiken. Heb je een feestje dan is iedereen mobiel bezig; even een nieuwe wasmachine kijken en maar whatsappen."

Niet tragisch dat zelfs op feestjes die dingen niet uitgezet worden?

"Nou ja...goed...maar...OK. Tijdens feestjes wordt er in elk geval veel gekletst over mobieltjes. Niemand ziet ze als een probleem. Wie er echt problemen van ondervinden? Instituten! Die kraken in hun voegen omdat ze zich niet snel aanpassen. Snel besluiten kan niet meer hiërarchisch in een langzaam proces, ondersteund door pc's en e-mail met cc's. Dat moet een geïntegreerd mobiel proces worden."

Ik blijf even advocaat van de duivel: wordt de wereld dan beter van altijd overal internetverbinding?

"Veel, en veel en veel beter! Ik vind de wereld dankzij mobiel veel relaxter, flexibeler en makkelijker in de omgang."

Je bent er dus gelukkiger door geworden?

"Ja, echt, en ik niet alleen. Ik heb het van honderden, zo niet duizenden mensen gehoord. Ik wilde meer tijd met m'n kinderen en ik kan overal werken waar ik wil en niet werken waar ik wil."

Altijd is dat ding erbij?

"Ja, altijd. Maar ik ben nu heel vaak bij de kinderen en dat kon voorheen zonder deze geweldige apparaten niet. Ik kan oneindig veel meer doen in m'n leven. Als de kinderen voetballen, ga ik even met dat ding werken. Je ziet dat ook om je heen. Ouders zijn veel relaxter geworden, omdat ze alles makkelijker kunnen regelen."

Een en al onrust, 's morgens om zeven uur pakken ze dat ding van hun nachtkastje, zetten hem aan - als ie al niet de hele nacht aanstond met een slaappapp - en dan begint de heisa tot 's avonds laat.

"Ben ik helemaal niet met je eens. Dat is jouw gevoel. Hoewel, mijn vrouw ligt 's avonds in bed altijd haar to-do-punten voor de volgende dag te plannen. Dat duurt 20 minuten en daar heb ik last van."

Moeten die dingen niet de slaapkamer uit?

"Zou ik niet erg vinden, maar als ik 's nachts wakker lig, gebruik ik het om podcasts te luisteren die ik eerder gedownload heb. Ted Talks, Meet the Press, The Economist. Het apparaat is dan niet verbonden, heerlijk ontspannen, en diepgaande informatie dankzij dat mooie internet. Eerlijk gezegd was ik de eerste vijf jaar met de Blackberry behoorlijk gestresst. Altijd aan het e-mailen. Na vijf jaar was ik eraan gewend. Ik denk dat de rest van de wereld nog een beetje in de opgewonden fase zit."

Ik doe niet aan mobiel internet. Hebben je kinderen een mobieltje met internet?

"Fijn zeg, een interview over mobiel internet afgenomen door een journalist zonder mobiel internet. Komt dit interview ook online? Kan iedereen ervan meegenieten?

Onze dochter Maeriah heeft een oude Blackberry en onze zoon Vinc Ze hebben ook een tablet, een Nexus 7."

En naar de iPadschool?

"Als één onderwerp me de afgelopen tijd vrolijk stemde, waren het de SteveJobsscholen van Maurice de Hond. Ik ben zo blij dat mijn kinderen er vanaf augustus heen kunnen. Zelfs mijn vrouw, die niets moet hebben van overal schernmpjes, was na dagen kritisch oriënteren ook enthousiast. Ze ziet dat het niet gaat over de iPad, maar over een proces waarin kinderen hun eigen creativiteit ontwikkelen in hun eigen tempo. Samen met kinderen op hetzelfde niveau en met dezelfde interesse, in plaats van 'one size fits all'.

Ze kiezen hun eigen weg gestuurd met de iPad. Ouders kunnen op de iPad de ontwikkeling bijhouden, net als de docent op een dashboard. "

Klinkt goed, maar er wordt gewaarschuwd voor veel onrust en fragmentatie. Onzin?

"We gaan het meemaken. De huidige school draagt veel te weinig bij aan ontwikkeling. Onze zoon spreekt vanwege zijn Amerikaanse moeder perfect Engels, en kan straks Chinees, Spaans, filosofie, psychologie, maar ook schoonschrijven volgen. De Universiteit van Amsterdam ontwikkelde veel materiaal voor de iPad. Ouders geven zelf cursussen. Kinderen mogen mee op reis gedurende schoolweken, en maken daar dan een werkstuk en blijven online met school."

What's next?

"Organisatie van een [congres in Amsterdam over Bitcoin](#) voor dummy's; voor bankiers en zakenmensen dus. Bitcoin heeft een grote toekomst en dat proberen we over te brengen. Het draait allemaal om vertrouwen en dat werkt op internet, anoniem en niet door de staat gecontroleerd, heel anders dan in de oude wereld."

Waarheen gaan we met internet, iedereen aan de wearables?

"Alle sectoren van de economie en producten worden nu door digitale technieken opnieuw ontworpen. Auto's wordt elektrisch aangedreven gadgets op wielen. Het elektriciteitsnetwerk zal slim en flexibel worden en samenwerken met zon- en windbronnen.

Verkoop, marketing, onderhoud en productontwikkeling zullen door slimme systemen met de helft van het aantal mensen beter wordt uitgevoerd.

Wearables, big data en robotisering zullen ook de komende 25 jaar onze samenleving prettiger maken. Of we met al die slimme technieken slimmere politiek zullen hebben en een rechtvaardigere samenleving valt echter te betwijfelen."