

De geschiedenis van (RCC) IVEV (1972 – 1995), deel 1

Frans en zijn boys



Frans van Weeren

"Bij IVEV was het een komen en gaan van marktonderzoekers. Met name van concurrenten, want veel bureaus lieten daar hun data verwerken. Altijd gezellig en je hoorde nog eens wat." Aan het woord is Lex Olivier, thans algemeen directeur van Research International Nederland (RIN). Het was zijn eerste reactie toen ik hem vertelde dat ik plannen had in de geschiedenis van IVEV te duiken. Frans van Weeren, in de wandelgangen 'Mister Ivev', was van begin tot eind bij het bureau betrokken geweest. Drie cassettebanden zijn nodig om de ruim 22 jaar dat IVEV heeft bestaan, in kaart te brengen. De geschiedenis van

IVEV is vooral een jongensboek, de eerste vrouwelijke projectleider deed pas in 1987 haar intrede. De geschiedenis van IVEV toont ook de waarheid van de uitdrukking 'de een zijn dood is de ander zijn brood.' Het tweede deel van de geschiedenis van IVEV staat in het juninummer van ONDERZOEK.

Frans van Weeren: "Ik kwam in 1966 als werkstudent bij Makrotest op de Westermarkt terecht, op de codeerafdeling. Ik bleef daar de hele zomer zo'n beetje. In februari 1967 ben ik teruggegaan en gebleven. Die studie van mij stelde niet zoveel voor en geld verdienen was leuk. Na een paar maanden ging ik van de codeerafdeling naar de zogenaamde rekenkundige afdeling. Daar werden de tabellen nog gemaakt met behulp van percenteerschijven. Ik werd al snel hoofd van die afdeling. In 1968 kwam bij Makrotest de eerste computer, een IBM 1130. Verder hadden we de beschikking over een counter-sorter die met een snelheid van 60.000 ponskaarten per uur kon sorteren en tellen. Dat ding maakte nogal wat herrie en kreeg daarom z'n definitieve plek in de keuken. Je kunt het je nu bijna niet meer voorstellen hoe dat allemaal toeling. Het was een zeer arbeidsintensief proces. Voor elk onderzoek moest je eerst een programma schrijven, dan ponsen, vervolgens de ponskaarten in de machine stoppen, enz. In 1970 bestond de afdeling uit zes fulltimers. Met Makrotest ging het in die tijd minder goed. Onze afdeling van zes man en een dure computer vormde een zware financiële last. Even ter vergelijking: de Stichting voor Statistiek (later Interview/NSS, jnl.) had precies dezelfde computer aangeschaft, maar daar maakte men zeker twee tot driemaal zoveel omzet. Niet onlogisch dat bij de directie van Makrotest de vraag opkwam: kunnen we die afdeling niet beter verzelfstandigen? De beantwoording van die vraag werd de geboorte van IVEV. Om precies te zijn: op 1 november 1972."

In april 1973 werd het faillissement van Makrotest uitgesproken. Wat gebeurde er toen met het inmiddels zelfstandig opererende IVEV?

"FHV/BBDO had in 1972 Makrotest overgenomen en probeerde met een behoorlijk afgeslankt bureau onder leiding van Piet de Jong (een van de oprichters van Makrotest in 1961, jnl.) een nieuwe start te maken in Buitenveldert. Dat is jammer genoeg niet gelukt. Er bleken teveel vooral fiscale lijken in de kast te liggen. Het einde van een fantastisch bureau."

IVEV was niet meeverhuisd naar Buitenveldert. Lekker op de Westermarkt blijven zitten. Samen met Willem Klijn, die de - inmiddels ook verzelfstandigde - drukkerij van Makrotest onder zijn hoede had

en die daar overigens nog steeds zit. Zowel IVEV als de drukkerij waren voor de volle honderd procent onderdeel van de failliete Makrotest-boedel. De bewindvoerder was van mening dat wij beide wel als zelfstandige bedrijven door konden gaan. Dat wilde ik niet alleen graag, dat deed ik al ruim een halfjaar en dat beviel me prima. Ik heb altijd graag dingen zelf willen bepalen. Dat hoort kennelijk bij mij."

Hoe kwamen jullie eigenlijk aan de naam IVEV?

"Jan Dijkstra (ex-Ferro en na het vertrek van Wouter Knapper in 1970, hoofd van de afdeling Industrieel Onderzoek bij Makrotest, jnl.) hield zich begin jaren zeventig onder meer bezig met de sanering van het bureau. Toen we verzelfstandigd werden, heeft hij de naam IVEV bedacht. De betekenis van de afkorting (Instituut Voor Enquête Verwerking) gaf exact weer wat voor soort werk we deden en dat was natuurlijk belangrijk. Maar de naam moest ook een wat algemene, niet erg commerciële klank hebben. Ook aan die eis voldeed de naam IVEV goed."

Ging je door met dezelfde ploeg van zes?

"Nee. Daarvan bleef alleen Bob Grossenbagt over. De rest wilde niet of ik wilde hen niet. We begonnen met z'n drieën. De derde man heette Paul van den Berg, een programmeur die werkzaam was bij het Algemeen Rekencentrum (ARC). Hij was daar de contactpersoon voor bureaus als Centrum voor Marketing Analyses en Ogilvie-Marktonderzoek, die bij ARC hun dataverwerking hadden ondergebracht. Met Paul in huis hadden we zowel een echte programmeur als twee mooie klanten er bij."

Het ging ons voor de wind. Al heel gauw hadden we meer mensen nodig. In 1974 verruilde Han Koppelaar Centrum voor Marketing Analyses voor IVEV. We zijn op de Westermarkt gebleven tot 1975. Toen deed een drastische huurverhoging ons besluiten te verkassen. Het werd de Herengracht. In 1976 kwam Ruud Buijn er bij en in 1978 arriveerde Lex van Straten. We moesten weer verhuizen, nu door ruimtegebrek, en kwamen in de Emmastraat terecht. Twee etages om te beginnen en een optie op een derde."

Han Koppelaar, die 15 jaar deel uitmaakte van de IVEV-bemanning over deze periode: "IVEV was niet alleen een klein en succesvol bedrijf, het was vooral ook een

soort vriendenclub. De techniek is in die 15 jaar revolutionair veranderd. Waar we vroeger in een klimaat-gecontroleerde ruimte voor meer dan 30 m² aan apparatuur hadden staan, past nu alles wat je nodig hebt met gemak op een bureau. Hoe groot onze IBM 1130 was, bleek toen we van de Westermarkt naar de Herengracht gingen verhuizen. Een deel van het dak is opengemaakt en met een enorme kraan werd de computer boven het dak uitgetild. Back-up bestond in de eerste jaren nog niet en daardoor is het wel eens voorgekomen dat een job waar we 30 uur aan hadden gewerkt teniet werd gedaan door een verkeerde druk op de knop. De computer moest 24 uur per etmaal kunnen draaien. Daarom hadden we iemand ingehuurd die om 5 uur 's middags kwam, om de zoveel tijd enkele handelingen uitvoerde en tussendoor op z'n uitklapbed kon gaan slapen. De volgende ochtend vroeg verdween hij weer en hadden wij een aanzienlijk aantal extra uren computercapaciteit benut."

Voor welke bureaus werkten jullie?

"De vliegende start hadden we voor een groot deel te danken aan het faillissement van Makrotest. Laat ik daar heel eerlijk over zijn. Al die onderzoekers zwierven uit en werden als het ware onze ambassadeurs. De ondergang van Makrotest werd het succes van IVEV. Dat kun je rustig stellen. Centrum voor Marketing Analyses en Ogilvie-Marktonderzoek hadden we dus al. Daar kwamen later bij - en ik noem ze in willekeurige volgorde: Lagendijk, Eerbeek, ISK, Inter/View, ISEO-Bussum, MS Almere, Mobiel Centre, Motivaction, Indumar, Skim, Aselect en dan vergeet ik er vast nog wel een aantal. Er waren een paar hele grote projecten bij. Het NRO (Nationaal Rayon Onderzoek) dat Ogilvie-Marktonderzoek in die tijd elk jaar in december uitvoerde (N=20.000) werd bij ons verwerkt, om maar niet te spreken van het grote hardwareonderzoek van Inter/View of het Europese auto-onderzoek van ISEO-Bussum. Maar daar bleef het niet bij. De Makrotest-ambassadeurs gingen ook werken bij bedrijven en ook daar plukten we de vruchten van. We kregen ANWB, Schiphol, Cebuco, Volvo, Douwe Egberts, Duyvis en noem ze allemaal maar op, als klant."

Wim van Slooten, destijds verantwoordelijk voor het hardwareonderzoek bij Inter/View hierover: "Inter/Views hardwa-

renonderzoek was een van de grootste continue, face to face uitgevoerde projecten in de jaren zeventig. De verwerking daarvan was te omvangrijk om het in eigen huis te doen. Met behulp van speciaal aangepaste software en honderdduizenden ponskaarten verrichtten Frans en zijn boys een absolute topprestatie. De kwaliteit was hoog, met name door de errorlistings en de voor die tijd zeer geavanceerde herwegingstechnieken van 'Mister Ivey'."

'Frans heeft ons geleerd dat onderzoek niet alleen dataverzameling is'

Rob van Leeuwen ('Makrotest-ambassadeur'), in die tijd directeur van ISEO-Bussum en uit dien hoofde eindverantwoordelijk voor het 'Europese auto-onderzoek'-licht toe: "Frans heeft het dan over het grote NCBS (New Car Buyers Survey) project. Dat voerden wij eens per twee jaar uit - schriftelijk, N=13.000 - toch heel wat in die tijd. Alleen door de samenwerking met IVEV was ISEO in staat deze klus te klaren. In het begin werden de vragenlijsten naar Spanje gestuurd, omdat het ponsen (en het 100% controleponsen) daar veel goedkoper was. Ik herinner me nog dat ik een keer vanuit mijn vakantieadres met een auto vol dozen met ponskaarten van Spanje naar Nederland ben gereden. De samenwerking met IVEV strekte zich uit van de voorbereiding tot en met de tabellering. Alles moest precies volgens de internationaal voorgeschreven wensen van de klant. Dat hield in: rekening houden met vier seizoensfasen, 90 merk/modelcategorieën, de te behalen respons per seizoensfase en merk/model. Verder: uitgebreide instructies voor het coderen van de open vragen, de ingangen, de percenteerbases voor de tabellen, de wegingsfactoren naar verkoopcijfers etc. Bob Grossenbagt en Lex van Straten waakten bij IVEV over dit gigantische project. Tjonge, jonge, wat hebben die twee er aan getrokken om zeer nauwkeurig en precies op tijd te kunnen leveren. Ik kijk terug op een voorbeeldige samenwerking, die uitmondde in een hoge kwaliteit."

Hoe zat het met de eigendomsverhoudingen?

"FHV/BBDO is tot de overname van het bureau door RCC in 1991 altijd financieel betrokken geweest bij IVEV. Toen we

begonnen was de verhouding 70% FHV/BBDO en 30% IVEV-Partners. Die 30% was als volgt verdeeld: Bob en Paul elk 7,5% en ik 15%. In 1991, bij de overname, waren er zeven IVEV-Partners, die samen de helft van de aandelen bezaten.

Ik had de winstregeling die bij FHV/BBDO gold, ook bij IVEV ingevoerd. Dat hield in dat 30% van de winst naar de werknemers ging en de rest naar rato werd verdeeld tussen FHV/BBDO en Partners. IVEV is altijd een goed renderend bedrijf geweest."

Hoe ontwikkelde het productenpakket zich?

"In de periode 1972-1978 zijn we eigenlijk alleen maar bezig geweest met het verbeteren van het bestaande product: het zo goed en efficiënt mogelijk verwerken van enquête-gegevens. Er werd heel wat afgesleuteld, dat kan ik je verzekeren. Met name door Paul en mij. We maakten gebruik van schijven. Dat leverde een behoorlijke tijdswinst op. Ook in de periode 1978 tot en met 1983 kozen we bewust niet erg voor groei. Aan acquisitie deden we niet of nauwelijks. Het werk kwam toch wel binnen. We werkten nog steeds met de IBM 1130 uit 1968. Daar kon maar één persoon tegelijk op werken. Daardoor ontstonden er wachttijden. Hetzelfde gold voor de printer. We beseften dat het zo langzamerhand tijd werd voor het aanschaffen van een time-sharing computer. Rob Piscaer, een programmeur, die in 1979 van het Cebuco naar IVEV was gekomen als opvolger van Paul, had ervaring met Digital. Dat merk werd het dus. Rob is voor deze machine nieuwe - puur voor verwerking van markt-onderzoekdata geschikte - software gaan schrijven. Ik had precies in mijn hoofd hoe ik het wilde. We hebben zeker meer dan een jaar naast elkaar gezeten om van alles te ontwikkelen en uit te testen. Op basis van onze gezamenlijke kennis en ervaring bedachten we allerlei interessante toepassingen. Toen het klaar was hadden we dan ook iets unieks. Het was echt een revolutie. We konden met z'n allen tegelijk op het systeem werken en de nachten konden probleemloos worden benut. We hadden ineens capaciteit over en we gingen ons afvragen wat we nog meer met die computer zouden kunnen gaan doen."

Was dat misschien het moment dat IVEV de mediaplanningsmarkt ontdekte?

"Daar was ons oog inderdaad op gevallen. Het was de tijd van de eerste grote mediaprojecten. Eerst TON, daarna NOP en nog wat later NOM 84 en de Media-Scanner. De gezamenlijke uitgevers betaal-

den die onderzoeken en de verwerking zat voor een groot deel bij Control Data in Rijswijk. Rob wist dat Cebuco mediaplanning deed met eigen apparatuur. Rob en ik zijn toen bij Costa Tchaoussoglou, destijds adjunct-directeur van het Cebuco, gaan buurten. Hij gaf ons zijn software om het te kunnen bestuderen en aan te passen. Met name op het punt van gebruikersvriendelijkheid. Toen konden we Control Data gaan beconcurreren. En voor zo ongeveer de helft van de prijs. Datgene waar Bonaventura twee ton voor uitgaf, konden wij op een gegeven moment aanbieden voor tachtig duizend gulden. Een spannende tijd."

Adri Ulfman, destijds hoofd marketing services bij Elsevier's Bonaventura hierover: "IVEV is voor mij onder meer het instituut dat de bestaande hegemonie van Control Data wist te doorbreken. Wij hebben daar dankbaar gebruik van gemaakt. Frans heeft ons geleerd dat onderzoek niet alleen een kwestie is van dataverzameling, maar ook van beschikbaarstelling en van gebruikersvriendelijke software. Alleen dan kan het vak zich niet verschuilen achter technologie, maar is het zelf verantwoordelijk voor haar ontwikkeling en marktpositie. IVEV, Frans van Weeren en zijn collegae hebben ons in staat gesteld het vak te ontwikkelen tot wat het nu is."

Costa Tchaoussoglou: "Ook zonder mijn steun zouden Frans en Rob (mijn eerste programmeur!) het uitstekend hebben gedaan op de mediaplanningsmarkt. IVEV beconcurrerde Control Data overigens niet alleen op prijs, maar vooral op de software zelf. Er zat weinig of geen vernieuwing in de software van Control Data en dat leidde er toe dat grote klanten als Admedia en Cebuco inmiddels de verwerking zelf ter hand hadden genomen. Toen we bij het Cebuco gingen werken met de MediaScanner van Inter/View had ik een heel regelmatig en intensief contact met IVEV, omdat daar een groot deel van de verwerking plaatsvond. Dat veranderde toen ik in 1989 bij SUMMO kwam. Ik vond het niet goed dat Inter/View dit werk nog steeds uitbesteedde en heb het uiteindelijk voor elkaar gekregen dat de verwerking in eigen huis plaatsvond. Het heeft de vriendschappelijke relatie met IVEV bij mijn weten niet verstoord. Anders hadden ze me nooit met hen mee laten voetballen op toernooitjes." ●

Volgende keer: deel 2

