

De geschiedenis van (RCC) IVEV (1972 – 1995)

'Internet avant la lettre'

In deel één van de geschiedenis van (RCC) IVEV dook Janny Lok samen met Frans van Weeren ('Mister IVEV') – met bijdragen van tal van betrokkenen – in het ontstaan van de professionele dataverwerking. Frans van Weeren begon bij Makrotest en bouwde IVEV uit tot dé dataverwerker voor grote bureaus en ingewikkelde projecten. Dat gebeurde met almaar uitdijende computersystemen en programma's, die door toedoen van Frans van Weeren zelfs resulteerden in toepassingen voor andere gebieden, zoals de mediaplanningsmarkt. We hebben het dan over eind jaren zeventig. En daar pakken we de draad, in het tweede en afsluitende deel van dit portret, weer op.

Een spannende tijd, de komst van de mediaplanningsmarkt?

"Ja zeker. Het ging fantastisch. Het inbellen ging aanvankelijk nog via terminals, later via pc's. Nog eenvoudiger voor de klanten. Reclamebureaus wilden eigen analyses, specifiek toegesneden op hun klanten. Door rechtstreeks bij IVEV in te bellen konden ze dat werk laten doen zonder dat de uitgevers er meteen boven op zaten. We hadden er ineens zo'n twintig grote reclamebureaus bij als klant. En ook de uitgevers meldden zich. Maar reclamebureaus zijn ook niet gek. Ze richtten 'Het Media Instituut' (HMI) op en sloten een collectief contract met ons. Met een behoorlijke korting natuurlijk. Het HMI ontwikkelde zich al snel tot een echt bedrijf en op 1 januari 1989 had men de benodigde software beschikbaar om de analyses zelf op de pc te doen."

Hoe groot was de klap?

"Dat viel eigenlijk wel mee. We hielden nog een flink aantal klanten over en in diezelfde tijd viel de komst van de commerciële televisie. Daarmee ontstond al gauw de behoefte aan kijkdichtheidscijfers. En wij hadden intussen de smaak van de mediawereld te pakken gekregen. Inmiddels werkte Gerard van Meurs bij IVEV (hij kwam in 1985 en was onze eerste echte doctorandus). Gerard had veel affiniteit met databases. We schaften Oracle aan. Nu gemeengoed, toen absoluut niet. De eerste Oracle-licentie werd geïnstalleerd op het Ministerie van Landbouw, de tweede bij IVEV. Mooi toch? Kosten zo'n drie ton in guldens van toen en dan had je in wezen alleen maar een huls waar nog van alles ingestopt moest worden. Het volgende avontuur! Betrouwbare cijfers werden steeds belangrijker en dat zou in de toekomst alleen nog maar toenemen. Daar waren wij van overtuigd en dus waagden we de gok. Het leverde ons al snel een samenwerking met Intomart op. De kijkcijfers werden bij ons

gekoppeld aan uitzendschema's en konden vervolgens on-line worden geraadpleegd met behulp van de zogenaamde TV-monitor. Voor Inter/View hebben we jarenlang de Summo-scanner bewerkt. Met Giep (Franzen, directeur van FHV/BBDO en aandeelhouder van IVEV, red.) sprak ik veel over deze nieuwe activiteiten. Giep is altijd een voortreffelijk aandeelhouder geweest. Ook in organisatorisch opzicht was hij voor IVEV een grote steun. Tijdens een van onze gesprekken gaf hij mij de raad eens met Lex Olivier, toen directeur bij Centrum voor Marketing Analyses, te gaan praten. Daar zou een aantal dames zich bezig houden met het op kaartjes verzamelen – en vervolgens samenvatten – van allerlei interessante marketing-informatie. Een soort knipseldienst, die Marketing Data heette. Op dat moment was die informatie nog niet on-line beschikbaar. Rob en ik zagen er wel wat in en zijn toen software gaan ontwikkelen, waardoor deze informatie volledig geautomatiseerd voor iedereen toegankelijk werd. Marketing Data was een gemeenschappelijke dochter van Centrum voor Marketing Analyses en FHV. Wij hebben het Centrum gedeelte in 1986 overgenomen. Ik had de vaste overtuiging dat IVEV het centrale inbelpunt zou gaan worden voor de hele marketingcommunicatie-wereld. Dat was mijn droom. Informatie vergaren, bewerken en uitwisselen. Steeds meer informatie op dezelfde plek voor steeds meer doelgroepen. Internet avant la lettre."

Lex Olivier herinnert zich vooral het bezoek dat hij in die tijd samen met Frans bracht aan een uitgever die reeds software had ontwikkeld voor een soortgelijk doel: "Het ging om een softwarepakket waarmee je op basis van trefwoorden een artikel kon traceren. Daarmee zou je de knipseldienst van Marketing Data kunnen omtoveren tot een digitale on-line databank. Een interessante gedachte, maar ook een forse investering. Tijdens de presentatie die we daar kre-



V.I.n.r.: Ruud Buijn, Han Koppelaar, Gerard van Meurs, Frans van Weeren, Rob Piscaer, Lex van Straten en Bob Grossenbagt

gen, stelde Frans vier technische vragen die allemaal met het simpele woord 'ja' werden beantwoord. Voor Frans en Rob kennelijk voldoende om zelf aan de slag te gaan. Binnen een maand slaagden ze er in een eigen softwarepakket met diezelfde eigenschappen te fabriceren".

Jan Ligthart ('Makrotest-ambassadeur') herinnert zich ook de toverkunsten van Frans en de zijnen: "Ik schakelde IVEV vooral in voor moeilijke dingen. Het spannendste in dit kader was het zogenaamde boekenoplagevoorspellingssysteem. Frans en Rob hadden een model ontwikkeld dat met 80% betrouwbaarheid de te verkopen oplage van een boek, nog voordat het gedrukt was, kon voorspellen. Het leek de oplossing voor de boekenbranche, die door een geweldige overproductie van een aantal titels in de rode cijfers was beland. Een uitgever kon voortaan met dit model in de hand besluiten een boek wel of niet uit te geven. Wij dachten een ogenblik echt rijk te gaan worden! Helaas hadden we buiten de voorzitter van de KNUB (Koninklijke Nederlandse Uitgevers Bond) gerekend. Na onze presentatie sprak hij de historische woorden: 'heren, denkt u nu echt dat we de cultuur in Nederland voortaan door een computer laten bepalen?' Maar we hebben wel veel pret gehad, met name in het gezellige pand aan de Emmastraat, waar voor die tijd de beste koffie van Nederland werd geschonken."

Waarom zijn jullie in 1991 in zee gegaan met RCC?

"Ik was al een tijd op zoek naar een sterke partner. Ik vond dat IVEV wat te veel van ad-hoc-projecten afhankelijk was. Zeker tot 1984, het jaar dat we in de media-business doken, wisten we de ene maand vaak niet of we de volgende maand wel voldoende werk zouden hebben. In wezen een onzekere basis. We hadden dan wel weinig concurrentie, maar wanneer een marktonderzoeksbureau zou besluiten voortaan de verwerking in eigen huis te doen, hadden wij het nakijken. En dat gebeurde wel eens. En last but not least: we wilden de schijn van belangenverstrengeling (FHV/BBDO – IVEV) voorkomen tegenover onze klantenkring-reclamebureaus. Atie de Heer (directeur van Marketing Data) had een contact bij RCC (Rijks Computer Centrum, tegenwoordig Pink-Rocade geheten, red.) in Apeldoorn. Dat leek een geschikte kandidaat om onze business over te nemen. In januari zijn we daar gaan praten en een half jaar later was de deal rond. RCC kocht de volle 100% van de aandelen, dus niet alleen het IVEV-stuk, maar ook het FHV/BBDO-gedeelte. In een convenant hebben we vervolgens vastgelegd dat de geest die bij IVEV heerste ook in de toekomst zou worden gerespecteerd. Op het moment van verkoop werkten er bij IVEV (inclusief Marketing Data) 36 mensen. In februari verhuisden we met z'n allen naar een fraaie, spiksplinternieuwe toren in de

Overschiestraat. IVEV vanuit de Emmastraat, Marketing Data vanuit de Viottastraat. Alles onder één dak. Schitterende vooruitzichten. De toekomst zag er goed uit. De naam IVEV veranderde in RCC-IVEV."

Drie jaar later was de droom voorbij. Wat is er precies misgegaan?

"De eerste twee jaar ging er niet veel mis. Integendeel. Er was veel werk, er kwamen steeds meer mensen bij. De veranderingen kwamen eigenlijk heel geleidelijk. Bij IVEV kenden wij weinig structuur. In de nieuwe situatie kregen we daar wel mee te maken. Ik werd algemeen directeur van RCC-IVEV en eindverantwoordelijk voor het marktonderzoek en marketing-communicatiegedeelte. Iemand anders hield zich bezig met de databanken van de Ministeries en behandelde uit dien hoofde de contacten met de overheid. We kwamen niet op elkaars terrein. Achteraf zeg je: we hadden veel meer moeten uitwisselen. En we kregen te maken met mensen die een eigen agenda hadden. Ook dat waren wij niet gewend. Er werden niet altijd beslissingen genomen die goed waren voor het bedrijf, maar eerder voor de eigen positie. Dat heb ik me onvoldoende en te laat gerealiseerd. Ik bleek ook goed te zijn in het negeren van dingen. Als iemand van de concerndirectie met een idee kwam en ik zag er niets in, dan negeerde ik dat vervolgens. Ging conflicten daarmee in eerste instantie uit de weg. Maar die ontstonden daardoor wel degelijk, onderhuids. Een gevaarlijke situatie, die er op den duur toe leidde dat er iemand boven mij werd aangesteld. Iemand met megalomane ideeën voor wat betreft de groei van RCC-IVEV. Die bijvoorbeeld begon met te zeggen dat we in het jaar 1999 op 99 miljoen omzet zouden moeten uitkomen. Ik realiseerde me ook dat ik absoluut niet geschikt was om na al die jaren van zelfstandigheid naar iemands pijpen te dansen. In mijn persoonlijke leven veranderde er in die tijd ook veel. In een jaar tijd was ik weg bij RCC-IVEV, had ik een andere partner, een ander huis en een andere auto! Ik ben op 1 februari 1995 vertrokken, met een gouden handdruk."

Wat gebeurde er met RCC-IVEV?

"Er gingen heel veel mensen weg. Vier ex-IVEV-collega's zijn in oktober 1995 een eigen bureau begonnen. Marketing Data, inmiddels omgedoopt tot Informatiebank, was al in 1993 voor 50% overgenomen door de SDU en is later weer verzelfstandigd. De Informatiebank bestaat nog steeds, maar is inmiddels wel weer een aantal keren in andere handen overgegaan. Het

mediaplanning-gedeelte is overgenomen door Het Media Instituut (HMI). RCC trok zich terug op hun core-business, de overheidsdatabanken. Ze hadden daar ook hun handen aan vol, want die moesten razend snel in nieuwe software-jasjes worden gestoken. Met alle problemen van dien."

Wat ben jij gaan doen?

"Ik heb nog een jaar bij Initiative Media gewerkt, heb daar AdWare helpen opzetten. Verder doe ik zo nu en dan een grote of minder grote klus op mijn vakgebied. Een deel van mijn tijd besteed ik aan mijn kinderen en aan huishoudelijke taken."

Wat beoordeel jij als de belangrijkste beslissing in ruim 22 jaar (RCC)IVEV?

Zonder enige aarzeling: "Dat is absoluut de beslissing in de jaren tachtig om andere software te gaan ontwikkelen, zodat we met nieuwe producten op de markt konden komen. Ik was er honderd procent van overtuigd dat we niet stil moesten blijven staan bij het verwerken van enquête-gegevens alleen. Dat hele proces van weinig commercieel en introvert naar aanzienlijk meer commercieel en extravert heb ik behalve noodzakelijk, ook heel spannend gevonden. We kwamen terecht in een andere wereld, de wereld van reclame en media, heel dynamisch allemaal. Maar ook de overname door RCC in 1991 was natuurlijk een hele belangrijke beslissing. Al valt deze achteraf zeer te betreuren."

Giep Franzen over deze overname:

"FHV/BBDO was altijd een trouwe partner van IVEV, waarbij ik als vertegenwoordiger optrad. Ik heb het belang van IVEV altijd vooropgesteld. Op den duur kreeg ik intern het probleem dat andere aandeelhouders bij FHV duidelijk minder affiniteit met data-verwerking aan de dag legden. Frans en ik spraken heel open over alternatieven. Toen Frans enthousiast bleek over een mogelijke overname door RCC ben ik daarin meegegaan. RCC hield mij aan als commissaris bij IVEV. Op een gegeven moment - ik zag de problemen aankomen - ben ik op bezoek gegaan bij de hoogste baas van RCC om hem op het hart te drukken het eigen karakter en de werkwijze van IVEV te respecteren. Dat is kennelijk niet gelukt. Het werd een beetje Kafka. Een slecht einde. Maar met Frans heb ik altijd de beste relaties bewaard. Het is een echte vakman en een prettig mens. Jammer dat hij de verkeerde keuze maakte en dat ik daarin ben meegegaan. Maar such is life."



V.l.n.r.: Ruud Buijn, Lex van Straten en Frans van Weeren, januari 1987

Frans, waar heb je vooral plezier aan beleefd?

"Aan het proberen een zo plezierig mogelijke werksfeer te creëren. In mijn manier van managen heeft dat altijd voorop gestaan. Er zijn bij IVEV ook bijna nooit mensen weggegaan. Wat ik ook leuk heb gevonden is dat ik in die ruim 22 jaar drie heel verschillende verantwoordelijkheden heb gehad. Eerst het meewerken in een volstrekt platte organisatie. Het pionieren, het opbouwen van het bedrijf. Dan het ontwikkelen van nieuwe software. Het voortdurend proberen de producten - en daarmee jezelf - te vernieuwen. En tenslotte: het managen van het bedrijf, heel dicht bij de mensen die er werken."

Wat heb je erg gevonden?

"Het is achteraf praten, maar wat ik nog steeds heel erg vind is het feit dat IVEV niet heeft kunnen profiteren van de komst van internet. Dat was op ons lijf geschreven geweest. Daarin had ik graag een aantal interessante initiatieven willen nemen, doodzonde."

Zijn er nieuwe bureaus voortgekomen uit (RCC)IVEV?

"Ja, één. EVIDENS onderzoeksdiensten. Opgericht in 1995 door ex-(RCC)IVEV-collega's: Ruud Buijn, Gerard van Meurs, Rob Piscaer en Lex van Straten. EVIDENS zou je een moderne versie van het oude IVEV kunnen noemen. Alle vier de oprichters werken daar overigens nog steeds."

Lex van Straten van EVIDENS: "Het pakket dat EVIDENS aanbiedt lijkt vanzelfsprekend deels op dat van het 'oude IVEV'. De vergelijking houdt een beetje op als je het hebt over de schaalgrootte en de complexiteit van een groot deel van het werk dat we nu doen. Nog steeds hebben we veel klanten uit de IVEV-tijd. En nog steeds heerst bij EVIDENS de informele en servicegerichte sfeer, die ook IVEV kenmerkte."

Is er een bureau - bestaand of niet - dat jij graag opgericht zou willen hebben?

"Ja, ik denk dat het heel leuk en tegelijk ook goed voor het vak zou zijn om een facilitair centrum voor veldwerk op te richten. Vanwege de concurrentie zou je misschien over twee van dergelijke centra moeten beschikken. Je zou alle mogelijke interessante data van respondenten kunnen vastleggen. Efficiënt, goede kwaliteit en de bureaus in een klap van veel sores verlost. Dat lijkt me fantastisch. Dat zou opgepakt moeten worden."

Wil je nog iets zeggen tegen de lezers van Onderzoek?

Licht een beetje: "Ik ben niet zo'n moralist, maar ik zou misschien willen zeggen: let op het plezier in je werk en in je werkomgeving. Zodra je merkt dat het minder wordt of helemaal verdwijnt, ga dan meteen proberen er achter te komen wat er precies aan de hand is en kom er mee naar buiten. Hier spreekt een ervaringsdeskundige! ●