

'Disconnecten wordt een grote trend, maar sociale media zullen altijd bestaan'

RICHARD VAN HOOIJDONK, internetondernemer

Havenbedrijven doen het op alle fronten goed

ROTTERDAM – Hes Beheer, de beursgenoteerde koepel van havenbedrijven, waaronder het Amsterdamse Oba, heeft kort voor de overname door investeringsfonds Hestya goede resultaten geboekt. Alle marktsegmenten – kolen, mineralen, biomassa en olieproducten – vertoonden groei, wat in de eerste helft van dit jaar tot 13,1 miljoen euro winst leidde.

economie

SocialSensr Richard van Hooijdonk komt uit persoonlijke frustratie met nieuw bedrijf

'Sociale media te versnipperd'

Sociale media zijn volwassen geworden. Tijd voor een volgende stap, vindt socialemediaprofeet Richard van Hooijdonk. Deze zomer lanceert hij zijn bedrijf SocialSensr, dat Microsoft en KPN al als partners heeft.

HENK SCHUTTEN

De avond voor het interview plaatste Richard van Hooijdonk een bericht op Twitter dat zijn bedrijf een goede tekstschrijver kon gebruiken. "Voordat ik om twaalf uur naar bed ging, had ik al ongeveer honderd reacties."

Waarmee hij maar wil zeggen hoe effectief sociale media zijn geworden. "Als je de weg maar weet. Het is heel belangrijk dat de juiste mensen je volgen en dat je met hen de juiste informatie deelt. Je bent wat je deelt."

Trendwatcher en socialemediagoeroe wordt hij wel genoemd en Richard van Hooijdonk is de laatste om dat tegen te spreken. Op radio en televisie laat hij vaak zijn licht schijnen over de digitale samenleving. Hij is gastdocent op Nyenrode en de Erasmus Universiteit en wordt vrijwel wekelijks als spreker ingehuurd door bedrijven en congressen.

Van Hooijdonk komt oorspronkelijk uit de wereld van de marketing en communicatie. Hij begon zijn loopbaan bij DSB en werd in 2005 als strategisch adviseur aangetrokken door de raad van bestuur van uitgever Wegener, die de overstap van traditionele krantenuitgever naar multimediaal bedrijf wilde maken – tot dat hij daar wegens verschillen van inzicht opstapte.

Zijn nieuwe bedrijf, SocialSensr, is ontstaan uit persoonlijke frustratie, zegt hij. "Ik behoor tot de eerste gebruikers van sociale media, maar kon niet de dingen doen die ik wilde doen. Al lang was ik op zoek naar een



Trendwatcher en socialemediagoeroe Richard van Hooijdonk.

FOTO CEES VERHOEVEN

'Er zijn te veel bronnen waar je op moet inloggen'

manier om al die informatiestromen in goede banen te leiden. Toen die er niet kwam, heb ik die zelf maar ontwikkeld. Voor de meeste gebruikers zijn de sociale media te versnipperd. Er zijn te veel bronnen waar je apart op moet inloggen. Met onze software wordt dat overbodig."

Sociale media zijn volwassen geworden, zegt hij. "De hype is voorbij, de rook is opgetrokken. Het is nu tijd voor de volgende stap."

Twitter, Facebook en LinkedIn zijn de laatste jaren stormachtig gegroeid, maar het aantal gebruikers lijkt zich nu te stabiliseren. "Te veel

gebruikers zijn aan het indutten. Ze beginnen met een blog of Twitter-account en dan wordt het stil. Zo ging het ook met internet. Eerst zochten mensen hersenloos van alles op, maar op een gegeven moment kwamen ze bij zinnen en werden ze selectiever. Dat zien we ook bij sociale media. Mensen zijn nu bezig hun sociale media beter te configureren. Ze volgen alleen nog mensen en kanalen die ze interessant vinden. Daar willen wij met SocialSensr bij helpen."

Het afgelopen jaar heeft SocialSensr proefgedraaid. Het Amsterdamse bedrijf heeft nu elf werknemers en ongeveer duizend actieve gebruikers. "Nederland is voor ons een testland. Onze software is getest door kritische mensen, die ons hebben geholpen het product beter te maken. Nu zijn we klaar voor de volgende stap, want we willen deze dienst in de hele wereld in de markt zetten."

SocialSensr heeft een kantoor in New York. "Eén keer per maand pakken we het vliegtuig en praten we met bedrijven zoals Ferrari of Ralph Lauren. Microsoft heeft ons als *high potential* betiteld en daarom mogen we gratis hun *hosting*-faciliteiten gebruiken, waar ook Hotmail op draait. In Nederland heeft KPN besloten ons product te verkopen."

SocialSensr is in eerste instantie gericht op bedrijven, klein en groot, die zo beter in contact kunnen komen met klanten. "Bedrijven willen daar graag voor betalen," zegt Van Hooijdonk, "omdat ze weten dat ze er meer omzet mee kunnen genereren. Particulieren hebben andere beweegredenen om sociale media te gebruiken en het is dus maar de vraag of die ervoor zullen willen betalen. Daarom denken we na over een gra-

tis app, die misschien volgend jaar al op de markt kan komen. We praten daarover al met diverse partijen, waaronder uitgever. Want consumenten delen informatie en uitgever vinden dat heel interessant."

Dat grote platforms zoals Hyves en de virtuele 3D-wereld SecondLife na korte tijd het loodje hebben gelegd, baart Van Hooijdonk geen zorgen. "Timing is cruciaal. Hyves was een nationaal platform en paste zich te weinig aan nieuwe gebruikers aan. Het zag er te kinderlijk uit. SecondLife was fantastisch, maar kwam te vroeg. Mensen hebben minimaal drie jaar nodig om aan grote innovaties te wennen. Er worden nu *virtual reality*-brillen gemaakt door grote partijen, zodat die 3D-wereld ook via een platform als Facebook toegankelijk wordt."

Natuurlijk, zegt hij, zal er een groot verloop blijven van vooral jonge gebruikers. "Veel jongeren keren zich af van internet. Disconnecten wordt de komende jaren een grote trend; mensen willen even af van al die prikkels. Maar sociale media zullen altijd bestaan. Platforms verschuiven, doelgroepen veranderen. Maar voorlopig kan niemand om de grote vier, Twitter, Facebook, LinkedIn en YouTube, heen. Het gebruik zal alleen veel selectiever en gericht worden."

Twitter uit de gratie bij jeugd

Nederlanders sturen minder tweets. Dat blijkt uit onderzoek van het Telecompaper Consumer Panel naar het gebruik van mobiele apps. Nog maar 25 procent van de Nederlanders heeft de Twitterapp op zijn smartphone geïnstalleerd. Vooral jongeren van twaalf tot negentien

doen dat niet meer. In één jaar daalde het percentage jongeren dat Twitter op zijn telefoon heeft geïnstalleerd, van 66 tot veertig. Twitter is overigens nog wel populairder dan de overigens niet geheel vergelijkbare apps van Skype, Instagram en Snapchat.

