



# Hyves

RAYMOND  
SPANJAR

VAN 3 NAAR  
**10.000.000**  
VRIENDEN

ZEER INSPIREREND, WIE DIT LEEST WIL ONDER-  
NEMEN, AVONTUREN BELEVEN, AAN DE SLAG!

JEROEN SMIT, AUTEUR VAN *DE PROOI*

LEBO  
WSKI

'Alles voelt als een van die legendarische surfgolven die maar eens in de twintig jaar voorbijkomt. Dan denk je ook niet aan wat er fout kan gaan. Je springt op je plank en je duikt het water in.'

In *Van 3 naar 10.000.000 vrienden* vertelt Raymond Spanjar openhartig en vol humor over de geboorte, de groei, alle geheime onderhandelingen en de uiteindelijke verkoop van Nederlands populairste website. Een must-read voor ondernemers en jonge honden, een kijkje achter de schermen voor alle Hyvers en een inspiratiebron voor de gevestigde orde.

'Een openhartig, ontwapenend en soms ontluisterend verhaal. Voor een ieder die mijmert over zakelijk succes of op het strand gewoon een spannend jongensboek wil lezen - leescht dit boek!'

**JORT KELDER**

'Een feest der herkenning. De mannen van Hyves hebben mijn geloof in 'work hard, play hard' alleen maar versterkt. In één ruk uitgelezen.'

**MICHIEL MOL (LOST BOYS, FORCE INDIA FORMULE 1)**

'Super om te lezen hoe de mannen van Hyves destijds het avontuur zijn aangegaan.'

**NICOLETTE VAN DAM**

'Het is een feest om dit boek te lezen. De wet van Boekhoorn in optima forma en verplichte kost voor ondernemers!'

**MARCEL BOEKHDORN**

NUR 320

1186 878-90-488-1074-1



9 789048 810765

[www.lebowskipublishers.nl](http://www.lebowskipublishers.nl)

## Over *Van 3 naar 10.000.000 miljoen vrienden*

‘Ooit begon ik als eerste politicus met Hyves. Nu doet elke politicus wel iets met sociale media. En als je het niet doet, heb je het niet begrepen!’

*Wouter Bos*

‘In een tijdperk waarin online de grootste revoluties plaatsvinden neemt Raymond je mee in het avontuur van 3 vrienden en een jongensdroom. Intrigerend. Geestig. Rock & Roll.’

*Hanna Verboom (actrice en oprichter GetItDone.org)*

‘Het is een inspirerend en historisch verslag. Een must voor politieke dieren en campagnemensen!’

*Jack de Vries*

‘Vuile ploert! Stuur me de tekst over mij of ik start een rechtzaak.’

*Michiel Frackers, oprichter Planet Internet*

‘Het Hyvesquake-feest had ik echt voor geen goud willen missen! Ik baal er alleen nog steeds van dat ik me niet in aandelen heb laten uitbetalen. :-)’

*Dj Roog*

‘Web, seks en rock & roll plus heel veel stress en ellende. Respect!’

*Patrick de Laive*

‘In het boek geeft Raymond heel goed weer hoe Hyves het grote voorbeeld voor elke Nederlandse entrepreneur kan zijn. Gedrevenheid om te slagen, passie voor het product, uitstekend inzicht in de markt en solide kameraadschap liggen ten grondslag aan een bedrijf dat vrijwel als enige ter wereld andere sociale networks op afstand weet te houden. Zonder meer waard om gelezen te worden voor inzicht in wat jonge ondernemers bezig houdt.’

*Werner Vogels, Chief Technology Officer Amazon.com*



Van 3 naar 10.000.000 vrienden

*Dream alone and it is just a dream,  
dream together and it becomes reality.*  
John Lennon

Raymond Spanjar

**Van 3 naar 10.000.000  
vrienden**

Lebowski Publishers, Amsterdam 2011

© Nederlandse uitgave: Lebowski Publishers, Amsterdam 2011  
Omslagontwerp: Bagup, Grou  
Omslagfoto: Hollandse Hoogte  
Typografie: Perfect Service

ISBN 978 90 488 1076 5  
NUR 320

[www.lebowskipublishers.nl](http://www.lebowskipublishers.nl)

Lebowski Publishers is een imprint van Dutch Media Uitgevers bv



# Inhoud

Proloog 9

Het eerste woord 13

## **Deel 1 De geboorte** 15

1. Gekkenwerk 17
2. To Hyve or not to Hyve? 27
3. Welkom bij Hyves 37
4. De dierentuin 45
5. ¡Dios mio! 55
6. De deal van de eeuw 69
7. Hyves miljonair 76
8. In het hol van de mol 90

## **Deel 2 De groei** 105

1. Artistieke dieven 107
2. Engelengeduld 119
3. Dit is niet ok 128
4. Wouter Bos & de PvdH 142
5. Wie heeft de grootste? 156
6. Goudkoorts 165
7. Ik zie, ik zie wat jij niet ziet 173
8. Music Maestro 180
9. De heilige graal 187
10. Project Columbus 196
11. Onbetaalbaar 201
12. Deal or no deal? 208

**Deel 3 De onderhandelingen** 217

1. Hyves Eleven 219
2. De hype komt hard 235
3. Hyper 247
4. Nieuw: privacy 256
5. Facebook 263
6. Rien ne va plus 273
7. All time Hyves 284
8. MTV: *all in* 293
9. 24 303
10. Jahoe 313

**Deel 4 De verkoop** 323

1. Oh oh Hyves 325
2. Meet the local 331
3. Hyves is Oranje 340
4. In het oog van de orkaan 350
5. Het geheim van *De Telegraaf* 356

Epiloog 367

That party was dank 371

Verantwoording 375

# Proloog

Dit is het. Floris en ik kijken elkaar aan. In een privéjet vliegen we naar een van de beste feesten ter wereld, de European Music Awards in Kopenhagen. We zijn in de wolken met MTV-bazen Dan en Marco. MTV wil Hyves kopen. De champagne stijgt naar ons hoofd en we zijn nog niet eens geland. Dit is het.

Dit is wat je hoopt dat er gebeurt als je site op koers ligt om de grootste site van Nederland te worden. Dit is wat iedereen verwacht dat er dan gebeurt, maar waar je zelf niet zo gek veel invloed op hebt. Dit is het beeld dat je zou zien in een te commerciële Hollywoodverfilming van Hyves. Maar dan echt.

Even wanen we ons op de boeg van de Titanic. Leonardo DiCaprio en Kate Winslet. 'King of the world!'

Na aankomst in het designhotel leveren we onze koffers af en gaan we direct door naar het eerste feest. Deze officiële preparty is om in de stemming te komen, de uitreikingen van de awards zijn pas de volgende dag. Het is ook een mooie manier om de rest van het MTV-team te leren kennen. Dat lukt best goed. Mensen die zeggen dat je alleen in tijden van nood je vrienden leert kennen, zijn nog nooit naar een feest van MTV geweest.

De volgende dag staat het Danish Design Center op het programma, gevolgd door een presentatie over MTV voor het groepje relaties dat ook uitgenodigd is. Floris en ik lunchen apart met Dan en Marco. We gaan dieper in op de combinatie met Hyves en worden alle vier

steeds enthousiaster. Flop en ik vragen ons wel af wat de andere gasten ervan denken dat we apart lunchen. We zijn al vreemde eenden in de bijt omdat Hyves niet adverteert op of samenwerkt met MTV. Hopelijk is het niet te duidelijk dat we praten over een overname.

Na een rondleiding door Kopenhagen kleden we ons om in het hotel en worden we vervoerd naar het heetste Japanse restaurant van de stad. Iedereen zit kriskras door elkaar. Wie inmiddels immuun is voor de champagne, vindt in de sake een verfrissende opkikker.

‘Waarom mag ik niet bij je adverteren, Raymond?’ vraagt de marketingmanager van de concurrent van Jamba. Ringtone reclame weren we maar voet bij stuk houden is een stuk lastiger als de ringtone-fabrikant een galajurkje aan heeft, bedenk ik terwijl ik aan mijn sake nip. Dan staat Dan op en neemt het woord.

‘Ik wil jullie allen bedanken voor jullie komst, en in het bijzonder Floris en Raymond van Hyves. Een paar weken geleden is de Amerikaanse baas van MTV ontslagen omdat hij Myspace niet heeft gekocht. Dat zal mij niet overkomen.’ Iedereen moet hard lachen, de grap heeft duidelijk geen uitleg nodig. Goed, het geheime is er nu wel van af. Met elk glas sake maakt dat minder uit.

Na het diner rijden de limo’s voor. Maar natuurlijk. Grote, dikke, witte limo’s. Uiteraard voorzien van champagne en muziek, anders kak je zo in. Het is dezelfde limo als in de videoclip *Music* van Madonna met Ali G. De sfeer is ook hetzelfde. Alleen de strippers ontbreken.

‘Ik wil niet seksistisch zijn, maar kunnen de vrouwen misschien wat kleren uitdoen, voor het gevoel?’ Voorzichtig probeer ik het laatste verschil met de sfeervolle videoclip weg te nemen.

‘Ja!’ Floris is voor. Ook de mannelijke MTV’ers knikken instemmend. Maar de meisjes doen alleen hun schoenen uit. Terwijl de strippers in de clip die nu juist wel aan hebben.

‘There was something so pleasant about that place.’ ‘Crazy’ van Gnarl Barkley beukt door de speakers.

‘Nu alles uit!’ gilt een meisje voor in de limousine.

Ik stoot Flop aan. ‘Dit is eigenlijk al feest, hè?’

Als we over de rode loper de zaal binnen lopen waar de prijzen

worden uitgereikt, zitten al meer dan 20 miljoen mensen aan de buis gekluisterd. Justin Timberlake praat de avond aan elkaar en er zijn optredens van onder anderen Snoop Dogg, Keane, Muse en de Killers. Wij zijn geen bijzonder grote fans van de heren, maar het is erg cool om het spektakel vanaf de vipplaatsen op een paar meter afstand mee te maken.

*I got the rolly on my arm and I'm pouring Chandon  
And I roll the best weed 'cause I got it going on  
Uh! I'm a nice dude, with some nice dreams  
See these ice cubes, see these Ice Creams?*

We moeten het zonder Rolex, weed en ijsblokjes doen, maar verder vatten Snoop Dogg en Pharrel Williams de avond aardig samen. Zou dit een willekeurige dag uit het leven van een MTV'er zijn?

*Now if I wrote you a love note  
And make you smile at every word I wrote  
What would you do?*

*Would that make you wanna change your scene?  
And wanna be the one on my team  
Tell me would you?*

Justin Timberlake als de dealmaker van MTV. Ervan uitgaande dat in de liefdesbrief een bedrag met zeven nullen staat is ons antwoord duidelijk. We do.

Van de rest van de nacht resteren slechts flarden. Van de ringtone-marketeer en een MTV-medewerkster die enthousiast kirren dat ze Pharrel Williams hebben gezien. Zonder een woord te zeggen kuste hij de marketeer op de mond en de MTV-ster op de borsten. Niet voor niets wordt haar naam door collega's altijd in het meervoud uitgesproken. In latere geheugenflitsen verdelen we de wereld met Marco, Dan en andere leden van het MTV-team. Eén zweert ons dat als de

deal niet doorgaat, hij ontslag neemt en voor ons komt werken. Dat raden we hem af omdat wij dan waarschijnlijk de omgekeerde gang zullen maken. In de bus naar de afterafterparty is alle schroom over de overname verdwenen. Iedereen maakt er geintjes over terwijl wij uitleggen wie kan blijven en wie moet vertrekken nadat wij M T V hebben gekocht.

Als we eindelijk in het hotel aankomen, wil de Jamba-prinses zoenen. Ik vrees echter dat ze dan in een ringtonekikker verandert. Nadat STOP sms'en naar 3030 niet helpt\*, belandt Hyves één jaar na de Tien Geboden en het blauwtje van Jamba toch nog in bed met de ringtonemaffia. Forgive me Hyver, for I have sinned.

\* Helaas zijn de flarden te gefragmenteerd om uit te kunnen sluiten dat ik STOP-sms'jes ontving in plaats van verzond.

## Het eerste woord

Met je fantasie een wereld scheppen uit één zandkorrel. Raymonds favoriete boek *The Never Ending Story* beschrijft hoe de wereld wordt bedreigd door het Niets, een compleet gebrek aan fantasie. De wereld is bijna vergaan, totdat een jongetje uit de laatste korrel een nieuwe wereld schept.

Het Niets symboliseert het denken van volwassenen. Kinderen denken daarentegen zonder beperkingen. Zo belandt Raymond als elfjarig jochie aan het bureau van het schoolhoofd van zijn lagere school. 'Ik ben vergeten de hond uit te laten, mag ik even naar mijn ouders bellen?' Als de meester weg is, belt hij zijn bank om één aandeel Heineken te verkopen. Een zaak van het grootste belang die niet kan wachten tot na schooltijd.

Raymond weet dan nog niet dat hij helemaal geen verstand heeft van beleggen. Naïviteit gecombineerd met zelfoverschatting was toen al Raymond ten voeten uit, ontdekte ik toen we een jaar later vrienden werden op het Gymnasium in Hilversum.

Tien jaar later beleg ik ook fanatiek. De woorden van Raym werken aanstekelijk, en niet voor de laatste keer. Midden in de internet-hype creëren we zo samen IEX, onze eerste bescheiden wereld voor 50.000 beleggers.

Dit boek vertelt het verhaal van het tweede universum. Meer dan ooit staat de strijd tegen het Niets centraal. Het idee van een nationaal, of zelfs internationaal, platform is fantastisch. Maar de buitenwereld is sceptisch. Wie zit daar nou op te wachten? Hoe gaan jullie ooit geld verdienen? Door met derde partner Koen de mouwen op te stropen, krijgt onze droom toch vorm. Genoeg vorm voor de Hyvers om in te haken, ze blijken een onoverwinnelijke bondgenoot.

Ondanks de vele mooie anekdotes moesten we hard lachen toen

Raymond vertelde een boek over Hyves te willen schrijven. Want aan een boek beginnen is leuk, maar het afmaken is een zware bevalling. Net als een studie, en die had Spanjar een paar jaar eerder ook niet afgemaakt. Met alleen nog een scriptie te gaan voor een cum laude diploma, strandde hij in het zicht van de haven. ‘Richard Branson is ook nooit afgestudeerd,’ blufte hij.

Daar gingen we maar niet op in.

Nu slaagt Raymond wel. Wat goed dat dit boek er is. Voor Hyvers, die hopelijk net zoveel plezier aan dit avontuur beleven als ik. En voor ondernemers – hadden wij het maar gehad toen we begonnen!

Floris Rost van Tonningen

Deel 1  
De geboorte



# 1. Gekkenwerk

*If things seem to be under control, you're not going fast enough.*

Mario Andretti

‘Hoeveel leden denken jullie over een jaar te hebben?’

Koen, Floris en ik kijken elkaar onzeker aan. We hebben geen doelstellingen, maar kunnen we dat zeggen? Het is ons eerste interview, maar het lijkt ons geen goed antwoord. De vragende blik van de Emerce-journalist moet snel beantwoord worden voordat hij noteert: ‘De drie welwillende ondernemers hebben geen idee wat ze aan het doen zijn.’

‘Honderdduizend.’

Direct heb ik spijt. Floris en Koen kijken me verbaasd aan. Honderdduizend leden in een jaar? Dat is akelig veel vergeleken met de huidige tien leden. Wij drieën plus wat nieuwsgierige familie. Zonder marketingbudget lijkt honderdduizend leden minimaal één nul te veel. Als we het in een percentage moeten uitdrukken, is de kans dat we het niet halen 90 procent; 9 procent dat we het wel halen. En stiekem, vooral onbewust, dromen we dat het veel en veel meer wordt.

Op 8 juni 2004 lanceren we Startphone.com met een interview op de site van Emerce. Het idee van een website voor smartphonegebruikers is begin dat jaar ontstaan. Floris Rost van Tonningen heeft net zijn studie economie afgerond en huurt met Koen Kam een kantoortje om aan wat ideeën te werken, waaronder Startphone. Het is de perfecte naam voor een startpunt voor smartphones, Floris kan bijna niet geloven dat het .com domein nog vrij is. Belangrijkste onderdelen van de site zijn foto's en favoriete mobiele sites delen, en goedkoper sms'en.

Floris – Flop voor vrienden – en ik kennen elkaar al vijftien jaar, van het gymnasium in Hilversum. De vriendschap wordt iets te clo-

se als we na de middelbare school een jaar lang op 30 centimeter afstand van elkaar slapen op de campus van talenscholen in Cambridge en Cannes. Nadat ik op een ochtend wakker ben geworden van een slaapdrongen blondharige arm, is het dan ook een opluchting als we in Nederland in verschillende steden gaan studeren.

Tijdens onze studententijd spreken we elkaar nog steeds dagelijks omdat we fanatiek in aandelen en opties beleggen. Bij onze speurtocht naar informatie over onze favoriete aandelen komen we vaak op Amerikaanse websites uit, want in Nederland zijn er nog geen sites voor beleggers. Vooral om in onze eigen behoefte te voorzien richten we eind 1998 de financiële community IEX.nl op, gebaseerd op onze voorbeelden TheMotleyFool.com en TheStreet.com.

Als de webbouwer de site niet naar wens oplevert, stelt een Delftse huisgenoot Floris voor aan Koen. Met zijn IT-bedrijf redt de van oorsprong Chinese ondernemer onze plannen van een zekere dood in de kraamkamer door IEX in slechts een paar weken tijd opnieuw te bouwen.

IEX wordt al snel de belangrijkste onafhankelijke website voor beleggersinformatie, al is dat niet zo moeilijk als je de enige bent. Het hoogtepunt is 1 april 2000, midden in de dotcom-hype. Beleggers kunnen zich die dag op IEX inschrijven voor aandelen van het bedrijf F/Rite Air, dat lucht verwarmt als antidepressivum. Als we het vrijdag om middernacht op de site plaatsen, ligt de grap er zo dik bovenop dat we niet denken dat iemand erin trapt.

‘De toepassingen van het product staan nog niet vast, maar het gonst van de geruchten rond het bedrijf. Duidelijk is in ieder geval dat een behandeling met de ultra-ionisatielucht depressie aanzienlijk beter bestrijdt dan Prozac en de nieuwe generatie anxiolitische medicijnen. Het F/Rite Air-procedé leidt tot aanzienlijk verhoogde fysieke weerstand, stressbestendigheid en groter concentratievermogen.

Hoewel een aantal van de contracten geheim is, is uitgelekt dat Pfizer een van de grootste financiers van de F/Rite Air-programma’s was. Pfizer-researchers hebben al gepubliceerd over de schijnbaar

wonderbaarlijk regeneratieve eigenschappen van de F/Rite Air-toepassingen, die op dit moment onderzocht worden voor toepassingen als derdegeneratietherapie door de Viagra-divisie. Derivaten van het product circuleren al enige tijd op de zwarte markt in San Francisco en New York. De nadruk ligt hier op de zeer stimulerende werking van het product. Men fluistert overigens in Rotterdamse kringen dat het opnemen van contant geld en het reizen naar New York door ex-minister Peper in verband staat met de bijzonder prettige ervaringen die incidentele gebruikers van F/Rite Air gerapporteerd hebben.'

Als Floris en ik daarna de stad in gaan, zijn we F/Rite Air alweer vergeten. De volgende dag check ik dan ook pas rond het middaguur de mail. Driehonderd nieuwe berichten. Voor elke lachende lezer zijn er tien inschrijvingen op aandelen. Zelfs van apothekers, die de gebakken lucht ook voor hun klanten willen kopen. Ik scan de mails op 'prospectus'. Nul resultaten. Mijn ogen nog eens uitwrijvend bel ik de derde IEX-partner Michael Kraland om persberichten op te stellen.

In totaal verkopen we voor meer dan 20 miljoen gulden aan gebakken lucht. De grap gaat de hele wereld over en staat nog steeds in de top honderd van 1 aprilgrappen aller tijden van het Museum of Hoaxes.

Halverwege 2000 willen we iets anders gaan doen en verkopen we de meerderheid van onze aandelen IEX aan IMC, een handelaar op de optiebeurs. Na de overname verruilt Floris zijn studie industrieel ontwerpen in Delft voor economie in Amsterdam, en ik economie en psychologie voor stranden in Zuid-Amerika.

Als Koen en Floris begin 2004 een kantoortje op de Prinsengracht huren, ben ik toevallig weer in Nederland. In Argentinië heb ik me laten verleiden tot de goedkoopste cursus paragliden van het continent en dat liep inderdaad niet goed af. Na twaalf vluchten stortte ik neer en bij gebrek aan valtraining moest ik improviseren. Een nekbleesure was het gevolg en nu word ik in Nederland behandeld. In mei besluiten we dat ik Koen en Floris zal helpen met Startphone tot ik mijn

wereldreis kan voortzetten, naast een ander websiteproject dat we al gestart zijn.

Als er een website gelanceerd is en aandacht krijgt in de media, breekt vaak de leukste periode aan. Even ontspannen. Achteroverleunen terwijl je kijkt of er al nieuwe inschrijvingen in de database zijn. Dankzij het artikel op Emerce zijn dat er negen per dag, elke twee uur één. Misschien niet veel vergeleken met de nieuwe doelstelling van honderdduizend, maar als je maanden aan een product hebt gewerkt, heeft elke gebruiker iets magisch. Al is het er maar één. Wat doet hij? Wat doet hij niet? Waarom klikt hij dáár niet op? Het liefst bel je hem direct op het moment dat hij uitlogt. 'En, hoe vond je het?'

Bij Startphone is het anders. We zijn live maar het voelt niet lekker. Er zijn twee oorzaken. In de eerste plaats is de chemie tussen Floris, Koen en mijzelf een andere dan alleen die tussen Floris en Koen. De nieuwe samenstelling is veel explosiever. Op een positieve, creatieve manier, al hoort bij elke explosie natuurlijk ook wat *collateral damage*, zo ontdekken we later.

Koen is een ondernemende bèta. Na zijn studie wiskunde in Delft startte hij de websitebouwers I-Cube en Websilon, en in 2002 Hub-Hop, een van de eerste aanbieders van WiFi-hotspots. Hij heeft een goede neus voor nieuwe technische ontwikkelingen en wordt gedreven door technische innovatie. Floris is ook een bèta, al is dat niet af te zien aan zijn hoge cijfers voor talenvakken. Bij IEX was hij verantwoordelijk voor het ontwerpen van de site. Na de verkoop vond hij het te eenzijdig om zijn technische studie voort te zetten en stapte hij over naar economie. Dat ging hem eigenlijk net zo makkelijk af. Hij specialiseerde zich in marketing en strategie en voltooide de studie in tweeënhalf jaar cum laude. Het eerste resultaat van de combinatie Koen en Floris is Startphone: een goed concept voor smartphonebezoekers, al is het waarschijnlijk zijn tijd iets vooruit.

Ik word niet gehinderd door enige technische kennis. Mijn ambitie op het gebied van techniek is om net genoeg te weten zodat programmeurs me niet alles kunnen wijsmaken, maar zover ben ik nog niet. De mogelijkheden die internet biedt, vind ik wél leuk. Het heeft

iets magisch dat je met een simpele website een heel land kunt bereiken en potentieel zelfs de hele wereld. Bij IEX was ik verantwoordelijk voor de commercie en de contacten met de columnisten, en hielp ik onze derde partner Michael Kraland met de pr. Michael was al twintig jaar columnist, onder meer voor *Quote*. Zijn hilarische nieuwsbrieven en pakkende quotes waren ongeëvenaard en hij maakte IEX bijna tot een beweging van betrokken leden. Het lijkt me leuk om dat bij Startphone zelf te proberen.

De nieuwe combinatie van Koen, Floris en mij is uitgebalanceerder. Een sterke techniek is nog steeds de basis en de kracht, maar gevoel voor product en sociale trends is nu even zwaar vertegenwoordigd. Het product van deze combinatie is echter niet Startphone en rond de lancering wordt die spanning voelbaar op allerlei vlakken.

Voor de tweede oorzaak van onze twijfel moeten we terug naar maart 2003. Die maand richt Jonathan Abrahams Friendster.com op. Friendster is, afgezien van het in 2001 gestopte Sixdegrees.com, 's werelds eerste social network. Nieuw aan sociale netwerken is dat je elkaars vriendenlijsten kunt zien en zo bij willekeurige personen ziet via wie je hen kent. Friendster breekt in zijn eerste jaar met 6 miljoen leden alle records en is de hype van hip Amerika. Google biedt in oktober 2003 30 miljoen dollar voor de profielensite, maar Abrahams heeft geen interesse. In plaats van zijn zakken te vullen met Google-aandelen haalt hij twaalf miljoen dollar aan financiering op om Friendster nog veel groter te maken. Dus gaat Google over op plan B.

Terwijl Floris en Koen in januari hun intrek nemen in hun nieuwe kantoortje, presenteert de zoekmachine al Orkut.com. Orkut is gestart in de beroemde 10 procent van de werktijd die Googlers aan eigen projecten mogen besteden en het is het 'hobbyproject' van Orkut Büyükkökten. Ook Orkut groeit als kool, niet in de laatste plaats dankzij een prominente link op Google.com, de meest bezochte website ter wereld. De leden bestaan vooral uit internetincrowd. Lidmaatschap is namelijk alleen mogelijk op uitnodiging en de eerste gebruikers zijn Orkut zelf, andere Googlers en bloggers. Zo zijn de eerste Nederlandse leden bijvoorbeeld xs4All-oprichter Rop Gong-

grijp, beroepsnetwerker Boris Veldhuijzen van Zanten en SOLV-oprichter Christiaan Alberdingk Thijm, advocaat van onder andere Skype en Kazaa. Zij zijn niet de enige Nederlanders op Orkut. Vreemd genoeg is ons land zelfs het op drie na actiefste land, na de Verenigde Staten, Japan en Brazilië – landen met een tien keer zo grote bevolking – maar nog voor Engeland.

Begin juni bereikt een uitnodiging ons nieuwe kantoortje aan de Vondelstraat. We zijn direct fan. Koen vindt het leuk om te kijken in hoeveel stappen hij Rop Gonggrijp kent. Ik vind het leuk om te kijken in hoeveel stappen ik een Braziliaanse ken. En dat vindt Koen eigenlijk ook leuk.

De opkomst van sociale netwerken leidt tot verhitte discussies op Startphone HQ. Tijd die besteed moet worden aan de uitbouw van Startphone. Zowel voor zakelijk netwerken als voor daten en contact met vrienden zijn de mogelijkheden enorm. In Zuid-Korea is al 25 procent van de bevolking lid van CyWorld, een vergelijkbare site. Maar gek genoeg slaan Friendster en Orkut in Nederland niet aan buiten de internetwereld. Vrienden die we uitnodigen, vinden het niets en tieners, normaal de eerste gebruikers van nieuwe sociale toepassingen, al helemaal niet. Voorzichtig begint het dromen. Hoe cool zou het zijn als het ons wel zou lukken? Als we echt honderdduizend Nederlanders met elkaar kunnen verbinden?

De economische lessen van Floris en mij zijn nog vers genoeg om ons te realiseren dat het gekkenwerk is om een eigen netwerk te starten. Waarom wij wel en Google niet? Of in strategiegoeroe Michael Porters termen: wat is ons *competitive advantage*, ons concurrentievoordeel? Friendster is de eerste en heeft een functionerend product. Google heeft dat ook, plus duizenden van de slimste programmeurs en onbeperkte financiële middelen. En je kunt erop wachten tot Microsoft, de Dark Side, de arena zal betreden, ondersteund door de honderden miljoenen MSN- en Hotmail-gebruikers. Daar steken ons lege kantoor, onze nog legere bankrekening en een database van 24 Startphone-gebruikers wat mager tegen af.

Gelukkig komt deze situatie ons bekend voor. In 1998 nam de oom van Floris, Leendert van Driel, ons mee naar een beurs voor durfkapitaal in Cannes die hij mede organiseerde. Leendert had als oprichter van Nederlands eerste durfkapitalist Gilde onder andere Baan naar de beurs gebracht en kende onze IEX-plannen. Als eenentwintigjarigen werden we in Cannes natuurlijk door iedereen genegeerd. We doodden de tijd met het nemen van foto's van onszelf voor de dure hotels aan de beroemde boulevard, trots als we waren op onze slecht zittende pakken. Aan het eind van de beurs had Leendert toch even tijd om naar onze plannen te luisteren.

Enthousiast startte Floris de pitch: 'Nou, Leendert, we willen dus een website maken waar beleggers advies krijgen van investeerders.'

Leendert keek zijn neefje warm doch niet-begrijpend aan. Na vijf minuten onderbrak hij het betoog. 'Wat is jullie *competitive advantage*? Hoe concurreren jullie met uitgevers die hetzelfde gaan doen? Met de banken? Met de AEX zelf wellicht?'

'IEX wordt een platform waar beleggers samen informatie uitwisselen,' sprong ik bij, Leenderts vraag negerend, want ik was bang voor het antwoord. 'Dat kunnen bijvoorbeeld ook experts zijn van bepaalde producten waardoor je een...'

'Maar wat is jullie *competitive advantage*?' Leendert kende het antwoord ook en was vooral bang dat dit te veel tijd zou kosten, van hemzelf en van ons.

'Daar gaat het niet om, Leendert, je moet gewoon de eerste zijn!' probeerde Floris nog een keer.

Het werd een kort gesprek. Leendert had gelijk. Maar gelukkig lieten we ons daar niet door weerhouden.

Net als bij IEX hebben we één kans. Ondanks hun groei-explosies hebben Friendster en Orkut een grote tekortkoming: het netwerk is het doel op zich. Na het lid worden kun je uren doorbrengen met het opbouwen van je netwerk. Nieuwe uitnodigingen en bevestigingen van jouw uitnodigingen lokken je steeds weer naar de site. Maar na een maand ben je klaar. En dan? Dan is er eigenlijk niets te doen. Or-

kut en Friendster zijn de nieuwe telefoonboeken. Ideaal om mensen op te zoeken, maar als je er dagelijks 10 minuten aan besteedt, is het veel. Laat staan dat je het mee naar bed neemt om lekker een uurtje in te bladeren.

Het is veel logischer om van het netwerk niet een doel maar een middel te maken. Het is de ideale manier om content te delen. Foto's bijvoorbeeld. Of advertenties. Je hebt immers liever een huurder die je via via kent dan de honderd anonieme reacties die een Marktplaats-advertentie opleveren. Eigenlijk is een sociaal netwerk de perfecte filter voor bijna alle vormen van digitale communicatie en content delen, van chat tot tips, en van e-mail tot statusupdates. Om nog maar te zwijgen van nieuwe mobiele toepassingen zoals het delen van je locatie.

Waarschijnlijk werken Google en Friendster hier al aan. Maar heel misschien is er tot die tijd nog een snel sluitend window of een opportunity om een betere site te bouwen.

Zo zijn er half juni drie opties: op het oude pad doorgaan met Startphone, social networking integreren in Startphone, of een heel nieuwe site bouwen met de nadruk op social networking. Tijd voor directiebaad op het hoofdkantoor.

'Na de websites van Websilon en de WiFi bij HubHop is voor mij nu de volgende stap mobiel internet. Het lijkt mij erg gaaf om op je Smartphone te zien waar je vrienden zijn,' zegt Koen.

Een nieuwe site bouwen is het minst aantrekkelijk. Niet alleen omdat we dan maanden werk weggooien, maar ook omdat Koen graag verder wil met mobiel internet. Geavanceerde telefoons geven aan bij welke zendmast je bent. Koen stelt voor een programma te ontwikkelen dat deze informatie naar Startphone kan sturen, om te het delen met vrienden.

'Maar kijk wat er gebeurt bij Orkut en Friendster. Hoe gaaf zou het zijn als wij honderdduizenden Nederlanders met elkaar kunnen verbinden? De mogelijkheden zijn eindeloos,' werp ik tegen.

'Mja...'

De strijd loopt hoog op. Koen is van nature positief ingesteld maar hij kan, als je hem niet kent, nors overkomen. Een van zijn grootste gaven is om je na het aanhoren van je argumenten zwijgend aan te kijken als een Chinese samoeraï. Vervolgens is één woord voldoende om zelfs doorgewinterde onderhandelaars excuses te laten stotteren. ‘Mja...’

‘Koen, net als jij zie ik mobiel je locatie delen helemaal voor me,’ zegt Floris. ‘Daarom zijn we ook Startphone begonnen. Maar mobiel internet is nu nog duur en er zijn nog weinig smartphones.’

‘Eens,’ val ik Floris bij. ‘Voor mij gaat het ook niet om een keuze, maar om de volgorde: eerst bereik opbouwen met een sociaal netwerk en dat dan mobiel maken.’

‘Dat kan best, maar wat is de uitdaging van een simpele profielen-site?’

Koen loopt kwaad het kantoor uit om af te koelen. Dat is een probleem, want tot een koerswijziging moeten we unaniem besluiten. Juist Koen moet achter de strategie staan, hij is tenslotte de enige die de nieuwe site kan bouwen.

Na een uur gaat de deur weer open. Het is een cruciaal moment.

‘Oké jongens, laten we ervoor gaan. Als we een team willen zijn, moeten we elkaar kunnen vertrouwen bij dit soort keuzes.’

Die dag legt Koen de basis voor de kracht van ons team. Hij maakt zijn persoonlijke voorkeur ondergeschikt aan het grotere geheel. Techniek is niet langer een doel op zich maar een middel, de wensen van gebruikers worden leidend. Dat klinkt logisch, maar veel internetinitiatieven die niet falen door het ontbreken van een sterk eigen technisch team mislukken vaak alsnog doordat ze ook geleid worden door programmeurs, en hun producten te technisch zijn.

Eind juni, twee weken na de lancering van Startphone, gooien we zo het roer radicaal om. Terug naar de tekentafel voor een volledig nieuwe website. De aanzuigende werking van de sociale netwerken is te groot. Natuurlijk kennen we de scepsis. Social networking is een hype. Het werkt niet in Nederland. Geld verdienen is überhaupt on-

mogelijk. En de concurrentie is angstaanjagend. Maar zes miljoen Friendster-leden in 1 jaar? 25 procent van de Zuid-Koreaanse bevolking lid?

Alles voelt als zo'n legendarische surfgolf die maar eens in de twintig jaar voorbijkomt. Dan denk je ook niet aan wat er fout kan gaan. Je springt op je plank en je duikt het water in.

## 2. To Hyve or not to Hyve?

*What's in a name? That which we call a rose by any other name would smell as sweet.*

*Romeo and Juliet*, William Shakespeare

'Release early, release often, listen to your customers,' stampst Koen erin. Hij heeft als webbouwer veel projecten zien stranden doordat bedrijven voor de homerun gaan: een topzware eerste versie waar alle gewenste functionaliteiten al in zitten. Niet alleen is zo'n uitgebreide site enorm veel werk, maar vaak bouw je ook functies waar mensen helemaal niet op zitten te wachten. Terwijl de concurrentie voortdendert. Daarom kiezen wij ervoor om zo snel mogelijk een simpele eerste versie te lanceren. Als de website groeit, voegen we stap voor stap functies toe, mede afhankelijk van de eerste reacties.

Het ontwerp van onze eerste versie is vooral gebaseerd op Orkut. Leden kunnen zien in hoeveel stappen ze elkaar kennen, er zijn open en besloten groepen, en er is een inbox voor privéberichten en sms. Bij ons is foto's delen echter niet weggestopt zoals op Orkut, maar een van de belangrijkste onderdelen. Leden kunnen onbeperkt foto's uploaden in verschillende albums en op elk profiel worden prominent de nieuwste foto's getoond. Ook nieuw is het adresboek met de e-mailadressen en o6-nummers van je vrienden, en de vormgeving is een stuk frisser. Vinden we zelf tenminste.

Leukste nieuwtje is WieWatWaar. Het is een combinatie van het Amerikaanse Dodgeball.com en een onderdeel van MSN Messenger. Via Dodgeball delen vrienden per sms in welke kroeg ze zijn. Het concept spreekt ons erg aan en past mooi in ons idee van je locatie delen. Ook zien we dat vooral jongeren steeds vaker hun naam in MSN

Messenger aanpassen om iets te delen. ‘Susan’ wordt dan bijvoorbeeld ‘Susan – ik ben geslaagd!!’. Wetenschappers noemen dat *presence*, in contact met elkaar zijn zonder actieve communicatie. Beide functies passen mooi in een sociaal netwerk. Op Startphone combineren we het in WieWatWaar.

www bestaat uit twee velden: één voor wat je aan het doen bent en één voor waar je bent, met daartussen een @-teken. Via het derde veld ‘What’s on your mind’ kun je aangeven wat je al langere tijd bezighoudt, zoals het zoeken naar een kamer. En omdat de wildste avonturen meestal niet plaatsvinden achter de computer, kun je nieuwe www’s ook per sms of via de mobiele website plaatsen.

Al met al is de eerste versie toch behoorlijk veel programmeerwerk. Dat is slecht nieuws want we hebben haast, wellicht werken Google, Microsoft of een nieuwe start-up al aan dezelfde ideeën. Mijn reisplannen staan inmiddels voor onbepaalde tijd in de ijskast, ik concentreer me nu fulltime op Startphone. In de nieuwe taakverdeling is Koen als CTO (chief technology officer, ofwel technisch directeur) verantwoordelijk voor de techniek, Floris is de baas van het product en ik ben CEO (chief executive officer, algemeen directeur).

Met de dure titels en zonder personeel zijn we net een Mexicaans leger dat meer officieren dan soldaten heeft. Versterking van het team is geen overbodige luxe, maar programmeurs aannemen blijkt makkelijker gezegd dan gedaan. Onze techneuten moeten bovendien eigenlijk beter zijn dan de programmeurs van de concurrentie, want die hebben er veel meer. Intelligentie is dus een pre en ervaring ook. Maar dan wel voor een vriendenprijsje, want meer dan een starterssalaris kunnen we niet betalen.

Onze vacature op Monsterboard leidt tot tientallen reacties en we scannen zelf ook honderden cv’s uit de cv-database. Tevergeefs. De meeste gegadigden zijn ongeschikt, en de programmeurs die wel voldoen aan het profiel zijn al elders aan het werk.

Tot we stuiten op het ideale cv. Dit is ’m, geen twijfel mogelijk. Niet één, niet twee, niet drie, maar vier extra vakken in zijn gymna-

sium-bètapakket. Een 10 voor wiskunde A, een 10 voor wiskunde B. Het wonderkind houdt van werken: tot zijn achttiende gooide hij elke ochtend twee uur lang kranten door de bus. R. Elhorst is net afgestudeerd informaticus, dus niet te duur. En zijn 26 jaar en single status zijn ideaal om net zulke lange dagen te maken als wij. Elhorst klinkt precies als het geheime wapen dat we nodig hebben. Na een paar dagen van bijna onophoudelijk bellen neemt Reinoud op. Weer enkele dagen later drinken we met Koen koffie om de hoek bij Vertigo in het Vondelpark.

Tijdens de eerste drie minuten van een sollicitatiegesprek weet je het vaak al. Net als psychologen na drie minuten observatie kunnen voorspellen of een echtpaar over tien jaar nog bij elkaar is, zoals Malcolm Gladwell beschrijft in zijn boek *Blink*. De resterende 57 minuten zijn beleefdheid (bij de afvallers) of een poging om de kandidaat binnen te halen.

Bij Reinoud wordt het natuurlijk het laatste. Inhoudelijk kan ik zijn kennis niet beoordelen, maar zijn snelheid van denken is opvallend, zo niet frustrerend. Ondanks dat hij een beetje zenuwachtig is, lijkt hij twee keer zo snel na te denken als wij. Elk antwoord is een toonbeeld van logica, zelfs op vragen als 'Hoe gaat het?'. Onze versierpoging daarentegen blijkt achteraf nog wat roestig. Reinoud vertelt ons later dat hij geen cent gaf voor onze kansen, maar geïnteresseerd bleef omdat we toch enige ervaring hadden en hij erg nieuwsgierig was hóé het precies fout zou gaan.

Binnen twee uur na onze aanbieding is Reinoud al akkoord. 'Ik kan niet anders dan zeggen dat het er allemaal prima uitziet, en neem het aanbod dus ook met beide handen aan. Ik zie ernaar uit om te beginnen!'

Programmeur nummer twee is Albena Georgieva. Ze heeft ervaring opgedaan bij webbouwer Info.nl. Ook bij haar is de 'blink'-indruk positief, ze past goed in het team en is erg geïnteresseerd in sociale media.

--Original Message --

**From:** Floris Rost van Tonningen [mailto:floris@startphone.com]

**Sent:** 02 August 2004 10:51

**To:** Koen Kam; Raymond Spanjar

**Subject:** Kas & cashflow

Partners,

Ik heb een inventarisatie gemaakt van de financiële status van Startphone c.s. Hieruit blijkt dat er geen geld meer op de bank staat en er z.s.m. bijgestort moet worden om de rekeningen te kunnen betalen (rekeningnummer: 597302989).

Door de salarissen van Reinoud en Albena stijgen onze maandelijkse kosten tot 10.000 euro. We storten 30.000 euro bij, waardoor we in totaal 45.000 euro geïnvesteerd hebben. Floris en ik financieren de investeringen met de opbrengst van de verkoop van onze IEX-aandelen. Ten tijde van de verkoop waren die zo'n één miljoen gulden per persoon waard. We verkochten niet alles, de fiscus pikte een kwart en de euro de helft, waarna er een paar ton op onze bankrekening overbleef. Dat potje koesteren we, juist omdat we niet om geld geven. Het is onze 'verlaat de gevangenis zonder betalen'-kaart. We geven niet veel uit, dus met dit geld kunnen we jaren doen wat we leuk vinden, zeker in Zuid-Amerika.

Hyves heeft echter snel meer kapitaal nodig. Om onze appel voor de dorst niet te veel uit te hollen, zoeken we dat extern. We mikken op een bedrag van 250.000 euro. Dat is genoeg om het een jaar vol te houden zonder inkomsten met twee keer zo hoge kosten. Bovendien voelt een kwart miljoen ook lekker, je moet dit soort zaken niet te moeilijk maken. De waardering prikken we op 1 miljoen.

Leendert is niet de enige oom van Floris met goede contacten in de durfkapitaalwereld. Niet voor niets noemen we de familie van Floris de Corleones. Burt Rost van Tonningen heeft jarenlang de raad van bestuur van veel Nederlandse multinationals geadviseerd, deels

vanuit de Silicon Valley. Uitgeverijen zijn zijn specialiteit; zo heeft hij net Apax bijgestaan bij de veelbesproken koop van aandelen P C M.

Burt heeft ons in juni in contact gebracht met de investeerder Jeroen Mol van GorillaPark. Mol is een goede bekende van Burt en heeft veel ervaring met investeringen in start-ups in mobiele telefonie. In de jaren negentig verkocht hij zijn eigen bedrijf voor veel geld aan Hewlett Packard, geld dat hij in de dotcom-hype deels weer verloor met de internetinvesteringen via GorillaPark. GorillaPark eindigde in een faillissement, maar na een doorstart als GP Ventures staat het bedrijf er weer gezond voor, begrijpen we.

Omdat GorillaPark na onze presentatie ‘absoluut geïnteresseerd’ is, besluiten we te wachten met het benaderen van andere investeerders. We hebben onze tijd immers hard nodig voor het bouwen van de nieuwe website. Leendert heeft inmiddels aangegeven wel te willen helpen maar niet zelf te investeren, mede omdat hij sceptisch is over de vraag of social networking zal werken in de meer gesloten Europese cultuur.

In september is de kas echter leeg, zonder zicht op een overeenkomst met GorillaPark. Mol & co blijven erg positief, maar wekken de indruk zelf ook geen geld te hebben. Ze stellen voor een consortium van investeerders te formeren. Vreemd, want 250.000 euro is niet veel geld voor een investeringsfonds. Tijd voor plan B.

We storten ieder direct 10.000 euro voor de meest urgente kosten zoals de salarissen van Reinoud en Albena. Daarnaast kopen Burt, Spanjar sr. en Koen zelf voor 45.000 euro aandelen op een waardering van 400.000 euro. Mijn vader, ondernemer in textiel en investeerder, heeft ons bij IEX ook met raad en daad bijgestaan en financierde destijds samen met Rost van Tonningen sr. het minimumkapitaal van een bv van 40.000 gulden. Deze investering in Startphone betaalt hij van de winst op zijn IEX-belegging. Hij vindt het steeds minder jammer dat ik nog niet afgestudeerd ben.

In totaal halen we 75.000 euro op, in ieder geval genoeg tot het einde van het jaar. En meer dan genoeg om een nieuw internetadres te registreren.

What's in a name? Misschien niet veel in de tijd van Shakespeare, maar voor een internetsite is een goede naam van levensbelang. Sites met een te moeilijke naam worden überhaupt niet gevonden. De nieuwe website heet echter nog steeds Startphone, en ook het logo (een mobiele telefoon) en het motto (*the mobile network for friends*) passen niet echt meer. Bovendien ben ik begonnen met het invullen van de tekst op de website. De naam is dan een belangrijk middel om een band te bouwen met de leden en sfeer te creëren. Een goed voorbeeld is de MotleyFool.com. Hun naam verwijst naar de narren van Shakespeare die de koning met humor de waarheid konden zeggen terwijl iedereen uit angst zweeg. Een fantastische metafoor, die direct uitlegt waar ze voor staan, en nog mooier is dat leden consequent *fools* worden genoemd.

Het hoogst haalbare voor een naam is natuurlijk dat hij zo inburgerd dat hij een werkwoord wordt, zoals 'skypen'. Maar 'startphonen'? 'Startphoners'?

Begin september dringt de tijd. Op 13 september willen we live gaan met de nieuwe website, dus als we iets willen veranderen, moet het nu. Koen is bang voor vertraging en verzet zich tegen een nieuwe naam. Hij vindt de associatie van Startphone met mobiele telefonie juist sterk. Floris en ik willen echter nog één poging wagen.

Dibbes? Friendsshare? ConnectU? In een uur passeren meer dan honderd mogelijke namen. Floris en ik zitten in de zon op het terras in het Vondelpark. We hebben even geen haast. Hoe langer het duurt, hoe meer drank er immers genuttigd wordt, dus hoe dichter we bij de nieuwe naam komen. Voor de gelegenheid is Roderick Beuker aangeschoven. We kennen elkaar van de achterbuurt van Laren, waar we in dezelfde straat woonden, en later van het gymnasium in Hilversum.

'Vibes?'

'Jives?'

'Jiving?'

'Klinkt wel lekker, is dat geen dans of zo?' Flop en ik kijken Roderick aan.

‘Klopt, six step,’ Beuk knikt.

‘Hm, zal wel weg zijn,’ zucht Floris.

En niet voor de eerste keer. Een goede naam vinden is namelijk moeilijk, maar een goede naam waarvan het internetadres beschikbaar is, liefst in een land of tien, gezien onze sluimerende internationale ambities, is zo goed als onmogelijk. O ja, en hij moet ook nog kort zijn, lekker klinken en hypepotentie hebben. Plus makkelijk rijmen en vervoegbaar zijn als werkwoord. In meerdere talen natuurlijk. Als de zon niet zo lekker scheen en het bier minder smaakte, waren we er niet aan begonnen.

‘Laten we toch even kijken of er niet iets is wat lijkt op Jives,’ probeer ik. ‘Lifes? Hives?’

‘...’

‘Hives?’ Floris gaat rechtop zitten. ‘Klinkt goed, en lekker kort.’

‘Ja, heeft wel wat, hè? Is dat niet Engels voor bijenkorf?’ peins ik.

Na een passerende *HP/De Tijd*-journalist aan een vrouwonvriendelijke quote te hebben geholpen, keren we snel hoopvol terug naar Startphone HQ voor verder onderzoek.

Dat valt niet tegen. Het domein Hives is nog vrij in bijna alle landen, behalve het .com-domein. Geen ramp, want .net past eigenlijk beter bij een sociaal netwerk. Dan het woordenboek:

**1.**

**a.** A structure for housing bees, especially honeybees.

**b.** A colony of bees living in such a structure.

**2.** A place swarming with activity.

*v.* **hived, hiving, hives**

*v.tr.*

**1.** To collect into a hive.

**2.** To store (honey) in a hive.

**3.** To store up; accumulate.

Dit is te mooi om waar te zijn. Een huis voor een kolonie die zwermt van de activiteit en een werkwoord dat ‘verzamelen’ betekent. De me-

tafoor is fantastisch: een bruisende verzamelplek waar vrienden constant in en uit vliegen om foto's en berichten achter te laten. Werkwoord? Zelfstandig naamwoord? Hiven, check. Hiver, check. Kort, catchy? Check, vijf letters slechts. Om nog te zwijgen van taalmogelijkheden als *'Live hives to the max'* en *'Get a hive!'*

Helaas is het inderdaad te mooi en niet waar. Niet alleen bestaat Hives.com al, het is een website die adviseert over *'dark red, raised, itchy bumps'*. Ofwel urticaria, netelroos. Hives noemen ze dat in Engeland.

Er zijn echter te veel voordelen om Hives nu al op te geven. Wat als je het als Hivez schrijft? Of Hivezz, als verwijzing naar zoemende bijen? We leggen de naam voor aan Engelstalige vrienden. Zonder vermelding van de huiduitslag om ze niet te beïnvloeden. Het vernietigendst is Ryans antwoord. Hij associeert Hives niet met één maar met twee ziektes. Doe het maar eens na – met één naam associaties met twee ziektes oproepen. Als je het wilt, lukt het je niet.

--Original Message --

**From:** Ryan Leighton

**Sent:** 13 September 2004 09:32

**To:** Raymond Spanjar

**Subject:** Re: HIVEzz

Are you aware the plural of Hive in English is Hives? It also amusingly reminds of a former girlfriend in Itacare, Brazil who after i had slept with her was explaining to me how she had 'Hivez'. 'What' I said, 'Hiv?' 'Yes' came the reply. I remember thinking great its all over but it turned out after about 2 hours of cross examination on the definition of Hivez it actually meant anger or in a mood.

Sorry slight side track.

I think it is not a great word to pronounce and therefore could be easily misheard or understood. BeeHive would be a far better name as it is

easily recognisable and the connection with community of activity is retained. FriendsHive or Hive4migos. Bloody hell I'm good at this.

Anyway sorry to piss on your idea. As you say who would have thought Google would work or even something as ridiculous as IEX!

I will have a chat to a few friends to see what they think.

Ryan

In Nederland zijn we al tegen hetzelfde probleem aan gelopen. Mensen hebben geen flauw idee wat een hive is en dus hoe je hives schrijft. Dat is op zich niet zo'n issue, daar heeft elke nieuwe naam mee te maken. Of dacht je dat Google een instant succes was? Ook IEX was in het begin een verbaal struikelblok. Bij het spellen van Hives steken de ziektes echter structureel de kop op.

'Waar ga je me voor uitnodigen? Haifs? Hoe schrijf je dat?'

'Het is echt heel leuk, H-I-V-'

'Nee wacht, laat die uitnodiging maar zitten.' De kern van een sociaal netwerk is virale groei door besmetting tussen vrienden. Een associatie met een dodelijk geslachtsziekte heb je dan liever niet.

'Ik sta open voor een nieuwe naam, maar niet Hives. Hives.com is al bezet en een .com-adres is internationaal belangrijk,' vindt Koen.

'Laten we toch voor Hives of Hivez gaan, ondanks de nadelen. Hiven, hiver, Hive, je kunt er tekstueel zo veel mee,' pleit ik.

'Hives is inderdaad erg sterk, maar net als Koen neig ik ernaar om het toch niet te doen,' zegt Floris. 'Associaties met ziektes zijn *killings*.'

Voor de tweede keer in korte tijd is het team verdeeld. Inmiddels is het 15 september. Er resteren slechts enkele dagen tot de nieuwe lanceringdatum van 22 september. Zonder zicht op een oplossing, laat staan op consensus.

Zulke dilemma's leggen we altijd voor aan vrienden. Zoals de huisgenoten van de vriendin van Floris. Een van hen heet Lyke – en niet

Lieke. Met één kleine aanpassing zijn alle nadelen van Hivez op slag opgelost. Eén medicijn voor netelroos en hiv tegelijk. Al maakt Koen de keuze nog even erg lastig met een paar lastminute-ingevingen die wel een vrij .com-adres hebben:

--Original Message --

**From:** Koen Kam [mailto:koen@startphone.com]

**Sent:** 20 September 2004 00:29

**To:** Floris Rost van Tonningen; raymond@startphone.com

**Subject:** Re: Hyves valt lekker

Ik heb nog een paar namen gevonden, waarvan ik zelf de sterkste frientic.com en youtopy.com vind.

**welay.com** is available.

**mobitie.com** is available.

**frientic.com** is available.

**palstory.com** is available.

**youtopy.com** is available.

**cumob.com** is available.

'Niet?'

### 3. Welkom bij Hyves

*Look at the world around you. It may seem like an immovable, implacable place. It is not. With the slightest push – in just the right place – it can be tipped.*

*The Tipping Point, Malcolm Gladwell*

Op 22 september worden de 109 leden van Startphone doorverwezen naar een gloednieuwe site. Met een nieuwe naam, een nieuw motto – *always in touch with your friends* – en een nieuw logo. Floris heeft het oude logo aan de kant geschoven en – geassisteerd door mijn achttienjarige zusje Lisette – vervangen door iets veel beters. De drie poppetjes symboliseren de nieuwe focus op mensen in plaats van techniek. Net als het netwerk linken ze naar elkaar en de associatie met het MSN-logo vinden we ook niet vervelend. Omdat we het niet eens kunnen worden over de kleuren en gezichten, laten we op de testsite de varianten rouleren. Ook dat levert geen winnaar op, dus blijft het logo wisselen, uiteindelijk zelfs jarenlang.

We nodigen zo veel mogelijk vrienden en familieleden uit. De nieuwe stagiaire Eva Kol doet zelfs niets anders dan fulltime mensen toevoegen. Elk uur kijken we in de database of er al nieuwe leden zijn. Dat is vaker niet dan wel het geval, dus iedere nieuwe inschrijving wordt met gejuich begroet. Nieuwe leden ontvangen ook een welkomstbericht afkomstig van mijn echte e-mailadres, Raymond@Hyves.nl. Zo beantwoord ik veel van de vragen van Hyvers zelf om een goed beeld te hebben van de knelpunten van de website. Klagers worden vaak uitgenodigd om mee te lunchen op Hyves HQ, zodat we de site direct kunnen aanpassen.

Toch loopt het niet storm. De 4 procent groei per dag is op zich indrukwekkend, maar niet als je weet dat dat tien familieleden zijn.

Om de indruk te wekken van een bruisende site hyvet Eva ook onder een aantal schuilnamen. Die truc blijkt slechts beperkt houdbaar als de Emerce-journalist flirt met Eva's single alter ego Bibi en haar wil ontmoeten. Kom daar maar eens onderuit zonder zijn enthousiasme voor Hyves te dempen. De website is ook nog erg beperkt. Zo is het moeilijk om nieuwe foto's te vinden. De oplossing is simpel, maar een novum in social networking-land: een homepage met de nieuwste content van je vrienden. Ook de publieke berichten op de profielen moeten nog worden toegevoegd. Terwijl Koen, Reinoud en Albenahard doorbouwen aan de raceauto, proberen Floris en ik de virale motor te kickstarten.

We stellen een heus marketingplan op. Speerpunten zijn een borrel voor vrienden, persaandacht voor de nieuwe versie half oktober en flyereren in Paradiso. De eerste doelgroep zijn de jongeren, omdat die vaak als eerste nieuwe communicatievormen zoals MSN gebruiken. Onze hoop is vooral op studenten gevestigd. Uit eigen ervaring weten we dat die een significant deel van hun tijd besteden aan het bladeren door almanakken, op zoek naar dates voor feestjes. Een partner selecteren op basis van een wazige zwart-witfoto is echter een soort Russisch roulette, goed gevulde Hyves-pagina's met berichten en grote kleurenfoto's zijn hiervoor een mooi alternatief.

Onze strategie om studenten aan het hyven te krijgen is gebaseerd op het boek *The Tipping Point* van Malcolm Gladwell. Gladwell beschrijft hierin hoe hypes zich verspreiden. Uiteenlopende trends – of het nu gaat om populaire sneakers of de daling van misdaad in New York – blijken zich op dezelfde manier te verspreiden. Vooral het hoofdstuk over geslachtsziektes bestuderen we nauwgezet om Nederland te besmetten met Hyves.

Een cruciale rol bij hypes of epidemieën spelen volgens Gladwell de *connectors*. *Connectors* onderscheiden zich omdat ze extreem veel mensen kennen. In een test van Gladwell geven proefpersonen aan hoeveel mensen ze met een aantal willekeurige achternamen kennen. De meeste mensen kennen er twintig tot veertig, afhankelijk van hun leeftijd. Sommige kennen er vijftig. Maar een heel klein groepje

kent er honderdvijftig of meer. Als de theorie klopt, zou een handvol *connectors* wel eens genoeg kunnen zijn om de Amsterdamse studentenverenigingen aan het hyven te krijgen. Als ex-corpsballen hebben we daar nog veel contacten. Vervolgens worden ook andere Amsterdamse studenten lid. Die weer studenten in andere steden aansteken. En als studenten lid zijn, vinden scholieren en ouderen het ook cool. Domino D-Day, maar dan anders.

Op de borrel op HQ ter ere van de lancering is Alexander 'Aki' van Andel een van de uitgenodigde *connectors*. Hij kent massa's mensen van zijn actieve studenten- en sportleven en – net zo belangrijk – hij heeft als tweeëntwintigjarige single het licht gezien. Als oprichter van de Players-Hyve en de Snorkelaars-Hyve is hij een van de actiefste Hyvers. Vaak weet hij het nog eerder dan wijzelf als er nieuwe inschrijvingen zijn. Tenminste, als het om aantrekkelijke meisjes gaat. Die krijgen dan twee welkomstberichten: één van mij en één van Aki. Hoe groter Hyves is, hoe groter zijn jachtterrein, dus zorgt Aki er eigenhandig voor dat zijn hele dispuut en al zijn vriendinnen lid worden.

Ook de andere vrienden van de borrel zijn enthousiast. De dagen erna stijgt het aantal nieuwe Hyvers naar 35 per dag. Opeens worden mensen lid die wij niet kennen.

'Weet iemand wie Susanne uit Groningen is? Susanne de Jager? Nee?'

Floris en ik kijken over Koens schouder naar de ledendatabase. 'Hoeveel vrienden heeft ze al?' fluistert Floris opgewonden. 'Nodigt ze zelf ook weer mensen uit?'

Toch zijn we er nog niet. In relatieve zin is de groei razendsnel, maar absoluut stelt het weinig voor. Orkut en Friendster klokken 35 inschrijvingen per minuut. Media-aandacht voor Hyves moet dat verschil verkleinen.

'Don't bother me with nonsense.' Peter Olsthoorn was een van de eerste Nederlandse leden van Orkut. Zijn lege profiel bestaat uit vijf

woorden die hem accuraat beschrijven. Aan pr-praatjes heeft de invloedrijke internetjournalist een broertje dood. Als je al een interview met hem kunt regelen, heeft hij een zesde zintuig voor onderwerpen waar je liever niet over praat. Juist op die onderwerpen drilt hij dan door. Dat maakt een positief artikel van zijn hand natuurlijk des te waardevoller. Bij de lancering van IEX zette hij de toon met zijn stuk STUDENTEN VALLEN FINANCIËLE WERELD AAN. Zal hij voor Hyves hetzelfde kunnen doen?

Drie dagen voor de lancering van de nieuwe functionaliteiten wordt Olsthoorn lid. We voegen hem toe als vriend en bieden hem de primeur van de uitbreiding aan. Nog dezelfde dag mailt hij het stukje ter inzage. Fantastisch, tot de passage over Startphone. 'Dat mislukte direct al.' Lekker scherp, typisch Olsthoorn. Hyves als doorstart van een mislukt project, dat is geen ideale binnenkomer. Geschrokken mail ik hem dat dat toch echt anders gezien moet worden.

Een paar dagen later valt de nieuwsbrief in mijn elektronische brievenbus. HYVES VOOR GROEPSVORMING MET SMS lezen de tienduizenden ontvangers met mij.

'Cool, we zijn de titel van de nieuwsbrief!' juich ik terwijl ik de e-mail open.

Koen kijkt om naar mijn scherm. 'En? Is aangepast dat we mislukt zijn?'

We hebben niets meer van Olsthoorn gehoord. Hij blijkt de passage niet aangepast te hebben, maar hij heeft mijn mail in de trant van 'we zijn niet mislukt' integraal doorgeplaatst. Ideaal. Dat creëert hetzelfde effect als de *Monty Python*-piloot die roept: 'There is absolutely no cause for alarm. The wings are not on fire.'

Een leermoment. Les één voor omgang met journalisten: alles wat je zegt kan en zal tegen je gebruikt worden. Ook al is het voor of na het interview. Aan de telefoon of per mail. Alle communicatie kan gepubliceerd worden. Dat is niet erg, je kunt het ook positief gebruiken. Je moet het alleen even weten. Ik weet het nu.

Een van de uitbreidingen van de nieuwe versie is de simpelste feature van Hyves. In de zes jaar die volgen, zal het nooit meer gewijzigd of verbeterd worden en al die tijd is het veruit het populairste onderdeel. Tot de lancering weten we niet hoe we dit publieke bericht op de profielpagina's moeten noemen. Orkut noemt het een *scrap*, Engels voor 'stukje'. Dat wordt het dus niet. Internetfora zouden dit een 'prikbord' noemen. Een sterke naam als we in 1904 zouden leven of ons op oma's richten (niet dat oma niet welkom is).

Het onderdeel is gebouwd door Albena. Ze is een aantal jaren eerder geïmmigreerd uit Macedonië. Haar Nederlands is erg goed, maar een charmant accent herinnert nog aan haar Oost-Europese afkomst. Bij de lunch eet Albena 'frait' en de designs van Floris zien er mooi 'aut'. Ook gebruikt ze vaak woorden die theoretisch correct zijn, maar die een autochtoon niet zo zou gebruiken. We moeten dan ook hard lachen als Albena aan de nieuwe functie de tijdelijke naam 'krabbel' geeft. Het lachen vergaat me echter als ik voor de lancering zelf een alternatief moet bedenken. Intussen zijn we eigenlijk best gewend aan 'krabbel', dus laten we het uiteindelijk maar staan. Het duurt niet lang voordat krabbelen een werkwoord is en Albena wellicht als eerste Macedoniër een bijdrage levert aan de Nederlandse taal.

Belangrijk onderdeel van de krabbels zijn de de smileys. In Japan heeft een gadget de strijd verloren van een veel simpelere concurrent, alleen omdat die hartjes kon versturen. Dat zal ons niet overkomen. Met de krabbels voegen we tientallen smileys toe met een ereplaats voor het hartje.

Tot onze verbazing worden de krabbels op Hyves anders beantwoord dan op Orkut. Orkuters plaatsen het antwoord boven de oorspronkelijke scrap, dus op hun eigen profiel. Zo hebben wij het ook voor Hyves gebouwd. Hyvers krabbelen het antwoord echter op de pagina van de ander. Op Hyves worden krabbels namelijk een statussymbool, dus ze vinden het asociaal om het gesprek op hun eigen pagina te houden. Bovendien wordt zo van het antwoord een e-mailnotificatie verstuurd.

Snel erkennen we onze fout – de Hyver heeft altijd gelijk – en passen we de tekst aan dit nieuwe gebruik aan. Maar als je ooit bent uitgelachen na een krabbel aan jezelf, dan weet je nu dat jij als enige goed zat.

De introductie van de krabbels zorgt voor een veel actiever gebruik van de website. En het is niet de laatste uitbreiding. Half november voegen we alweer nieuwe onderdelen toe: tips en *crushes*. Het gaat zo snel dat Reinoud zich zorgen maakt of zijn halfjaarcontract wel verlengd zal worden. ‘Want Hyves is aan het eind van het jaar toch gewoon af als we in dit tempo doorgaan?’ De woorden worden al snel onsterfelijk en zullen nog vaak herhaald worden.

Het hoge tempo is in grote mate te danken aan Reinoud zelf. Niet alleen blijkt hij inderdaad irritant slim, hij werkt ook net zo hard als wij. Als wij 's avonds laat met vierkante ogen het pand verlaten, komt Reinoud pas echt in zijn ‘zone’. Dan neuriet hij mee met de Duitse operamuziek die door de speakers schalt en onderscheidt niets hem van de *mad scientist*. Doodeng. ‘Geheim wapen’ is niet voor niets zijn beschrijving op de site. We beschouwen hem als de vierde oprichter, ook al kwam hij er iets later bij – zoals d’Artagnan de vierde muskietier werd. Net als andere werknemers zal d’Artagnan mede-eigenaar van Hyves worden.

KA-BENG! De doos flyers van 15 kilo klapt op de keukentafel. Nu Koen en zijn team zo snel nieuwe onderdelen toevoegen, ligt de bal bij Floris en mij om de ledengroei te versnellen. We hebben alles geprobeerd behalve het flyeren in Paradiso, waar Koen ons subtiel op wijst door de doos bij de lunch tussen onze borden te gooien. ‘Of zal ik jullie met de marketing helpen nu de techniek zo soepel draait?’

Begin december zijn er krap 3000 Hyvers. We verdubbelen elke 23 dagen, maar dat is niet genoeg. De tijd begint nu echt te dringen. Niet alleen groeien Orkut en Friendster nog steeds met tienduizenden nieuwe leden per dag, maar onze grootste angst is realiteit geworden: Microsoft betreedt de arena met het sociale netwerk My Wallop.

'I think it's a threat to the entire social networking space. Everybody else can pack their bags and go home,' juicht een blogger. Lidmaatschap is besloten, maar na lang zoeken vinden we op sociaal netwerk Tribe (het aantal netwerken is al niet meer te tellen) een Walloper die ons wil uitnodigen. Gelukkig is Wallop niet de knock-outsite die we vrezen, het lijkt meer een experiment dan een product voor de massa. Maar toch – ken je iemand die Microsoft onderschat? Precies. We moeten zo snel mogelijk groeien en ons ingraven.

De grote vraag is echter hoe, nu het resultaat van de borrel en de persaandacht is tegengevallen. Flyeren en foto's nemen in Paradiso lijken niet veel kansrijker. Het moet toch mogelijk zijn om Hyves zelf veel viraler te maken?

De groei versnellen van 3 naar 10 procent per dag is een wereld van verschil. Het betekent elke 7 dagen verdubbelen in plaats van elke 23 dagen. Bij zo'n groei staat de teller theoretisch zelfs op een miljoen leden na twee maanden, maar zo'n vaart kan het natuurlijk niet lopen.

Het ligt voor de hand dat de versnelling gezocht moet worden in het uitnodigingsproces. Twee keer zoveel verstuurde uitnodigingen is voldoende voor een groei-explosie. Daarom geven we 50 cent sms-tegoed voor iedere uitgenodigde vriend, de 'vriendjespolitiek'-actie.

Een tweede groeistimulus is dat Hyvers sinds kort e-mailadressen uit hun Hotmail-adresboek kunnen aanvinken om uit te nodigen. En een derde maatregel is de herinneringsmail dat de uitnodiging voor Hyves bijna vervalt. Dat is niet waar, maar het zorgt er wel voor dat mensen alsnog lid worden.

Het helpt allemaal iets, maar een echte versnelling blijft uit. Tot eind november. Uit het niets regenen over de hele wereld miljoenen uitnodigingen voor het onbekende Hi5.com. Nieuwsgierig loggen we in. Vreemd genoeg is Hi5 helemaal geen sterke site. De site oogt rommelig en een stuk minder dan de concurrentie. Bij nader onderzoek blijkt echter één ding wel goed: nieuwe leden worden nauwkeurig door een uitnodigingsprocedure geloodst. Eerst moet je je adres-

boek ophalen bij Hotmail, overslaan lijkt onmogelijk. Vervolgens zie je welke contacten al lid zijn van Hi5. Handig, want zo hebben nieuwe leden direct een groot netwerk. Echter, ook de e-mailadressen van contacten die niet lid zijn van Hi5, worden aangevinkt. Na een simpele klik op 'continue', wordt zo het hele Hotmail-adresboek uitgenodigd, vaak honderden e-mailadressen per keer. Dat heeft de uitnodiger niet altijd door, maar dat weten zijn vrienden natuurlijk niet. Dus worden die lid, halen ze hun adresboek op, *et voilà*, het sociale netwerk is *airborne*.

Dat moeten wij ook hebben. Wel maken we het makkelijker om het over te slaan en is duidelijker wat er gebeurt. Nederlandse leden moeten bovendien handmatig vrienden aanvinken die ze willen uitnodigen, terwijl buitenlandse leden aanvinken wie ze níét willen uitnodigen. Begin december staat het al live.

De groei zwelt direct aan. De raceauto giert vooruit. Flop en ik kunnen nog net achterop springen, terwijl Koen en Reinoud proberen de wagen bij elkaar te houden. In december groeien we 15 procent. Per dag! Binnen twee weken is de site onbegaanbaar traag geworden en staat Hyves voor de moeilijkste schalingsoperatie uit zijn bestaan. De website draait op één server, dat moeten er twee worden. Veel studenten zijn nu al verslaafd aan Hyves en worden ongeduldig. 'Het gaat veel te langzaam Raymond. Ik weet dat het ontzettend hard groeit, maar investeer alsjeblieft in wat snelheid!' krabbelt Hyver Lothar op 22 december.

Koen heeft nooit meer voorgesteld om te switchen naar marketing, de flyers eindigen bij het oud papier. Kerst 2004 vieren we op kantoor.

## 4. De dierentuin

*Bud Fox, I look at a hundred deals a day. I choose one.*

Gordon Gekko in *Wall Street*

Hyves  
always in touch with your friends

We wensen alle Hyvers een gelukkig Nieuwjaar! Dank voor jullie massale aanmeldingen en bezoek! Ook al kostte het onze feestdagen om de site in de lucht te houden – *no hard feelings!* Veel succes met jullie goede voornemens, hierbij die van ons:

1. Snelste site van Nederland
2. Met jullie de leukste site ter wereld maken (Ideeën? Krabbel Raymond. Hyves.nl!)
3. Hyvers van Afghanistan tot Zimbabwe

Hyvers worden op 1 januari met champagne verwelkomd. Of tenminste, met een plaatje van champagne. Op HQ zit de kurk nog stevig op de fles. De site strompelt het nieuwe jaar in en is soms uren achtereen uit de lucht. Om Hyves snel te krijgen zijn veel meer servers nodig. Zelfs een order van honderdduizend euro zou ons misschien maar een maand vooruit helpen, want de nieuwe leden stromen toe. Niet dat we honderdduizend euro hebben, want het geld is weer op. Bovendien zijn uitwisselingsstudenten al bezig om de site te vertalen in het Frans, Duits, Spaans en Italiaans.

GorillaPark heeft aangegeven nog steeds geïnteresseerd te zijn, maar blijft treuzelen, en lijkt net zo veel geld te hebben als Hyves zelf. We besluiten er niet meer op te wachten en gaan op zoek naar andere geldschietters. We benaderen er zes. Het Silicon Polder Fund is een

tip van Leendert, en Prime Technology zou onderdeel uitmaken van het consortium dat Jeroen Mol wilde opzetten. Paul Kuiken, oprichter van het beursgenoteerde IT-bedrijf Landis, hebben we geïnterviewd bij IEX. Willem van Kooten kennen we niet persoonlijk, maar we hopen dat hij door zijn media-achtergrond de potentie van Hyves zal inzien. Tijo van Marle heeft als bankier als een van de weinigen geen media- of technologieachtergrond. Wel kent hij als hedge fund-manager veel investeerders. Belangrijker is dat wij hem goed kennen als vader van John, een goede vriend van het gymnasium.

Boven aan ons lijstje staat Marcel Boekhoorn. Het gerucht gaat namelijk dat alles wat Boekhoorn aanraakt in goud verandert. Van bakkers en spuitbussen tot breedbandinternet. Wat het nog mooier maakt, is het plezier waarmee hij alles lijkt te doen. Zijn voetbalvrienden geeft hij vaak aandelen in zijn investeringen, want 'alleen rijk worden is niet leuk'. Hij heeft een eigen wet: wie niet kan delen, kan ook niet vermenigvuldigen. En het mooist is de naam van zijn eerste bv, Bowolar: Boekhoorn wordt Lachend rijk. Dat willen wij ook wel.

Om verdere vertraging te voorkomen benaderen we ze tegelijk. Al mailen we in ons enthousiasme Boekhoorn al een week eerder, na de mail tien keer overgelezen te hebben.

--Original Message --

**From:** Raymond Spanjar [mailto:raymond@startphone.com]

**Sent:** 07 January 2005 15:12

**To:** —

**Subject:** TAV Marcel Boekhoorn

Geachte heer Boekhoorn,

Voor de financiering van de Europese expansie van Hyves.nl zoeken wij investeerders.

Hyves.nl is een nieuw communicatieplatform voor internet en mobiele telefonie. We zijn een paar maanden online, en groeien hard: 5-15% per

dag, ofwel min. 500% per maand. De groei wordt veroorzaakt door de mond-tot-mondreclame van de zeer enthousiaste gebruikers – we hebben niets aan marketing uitgegeven.

Dankzij de hoge netwerkeffecten en extreme virale groei stevenen we af op marktleiderschap in NL en andere grote Europese markten eind 2005 – we spreken graag met u af om Hyves aan de wet van Boekhoorn te toetsen.

Vriendelijke groet,  
Raymond Spanjar

‘Shit! Bijlage vergeten!’ Snel stuur ik de presentatie erachteraan. In nog geen twintig slides hebben we Hyves zo onweerstaanbaar mogelijk geprobeerd te maken. ‘Een no-brainer,’ moeten de investeerders mompelen terwijl ze door de slides bladeren. Het verhaal is simpel:

1. Dit is het product.
2. Het groeit heel snel.
3. Zo gaan we geld verdienen.
4. Zoveel is de concurrentie waard.
5. We vragen 250.000 tot 500.000 euro.
6. Dit is onze achtergrond, we zijn niet helemaal gek.

Onder het kopje ‘Where’s the beef?’ proberen we de lastigste vraag te beantwoorden: hoe ga je met social networking droog brood verdienen? Al is dat niet onze zorg. Niet alleen omdat we geld verdienen saai vinden – het lijkt te veel op werken, zou Guus Geluk zeggen – maar ook omdat een succesvol sociaal netwerk een grote hap uit de advertentiebudgetten moet kunnen nemen. Sociale netwerken hebben immers veel meer verkeer en kennis van hun bezoekers dan andere sites, en meer mogelijkheden voor creatieve integraties van merken. Bovendien willen de Hyvers wellicht ook betalen voor bepaalde diensten.

In de presentatie kunnen we niet simpelweg zeggen: ‘Dat komt wel goed,’ het vertrouwen moet gestaafd worden met cijfers. Gelukkig blijken de beursgenoteerde internetbedrijven iVillage en PlanetOut – voor de goede zaak ben ik lid geworden van hun vlaggenschip Gay.com – in 2004 6 tot 8 dollar per lid te verdienen. Ruim voldoende om aannemelijk te maken dat een populair Hyves ook winstgevend zal zijn.

Boekhoorn reageert binnen enkele dagen als eerste. Tenminste, zijn secretaresse reageert en plant een afspraak in met zijn rechterhand Henk Buitenhuis. Boekhoorn heeft enige tijd eerder de meerderheid van de mobiele operator gekocht en zijn vertrouwing Buitenhuis als Chief Operating Officer in de raad van bestuur gezet. Een combinatie met Telfort ligt gezien onze mobiele plannen voor de hand, ons Koreaanse voorbeeld CyWorld is zelfs gekocht door een telco, SK Telecom.

Maandagochtend 24 januari nemen Floris en ik de presentatie nog een keer door in een ijskoude taxi. Als de auto tot stilstand komt, haasten we ons naar binnen. Het is tien over elf. Zoals altijd zijn we te laat. We haten het nu nog meer dan normaal. Tot het laatste moment hebben we op kantoor nog aan de presentatie gesleuteld. Een kwartier te laat worden we binnengeleid bij Henk Buitenhuis en zijn collega Peter van Gilst. Buitenhuis is kortaf, is hij geïrriteerd dat we te laat zijn? Laten we maar snel beginnen met onze presentatie, er resteren slechts veertig minuten. De Telfort-CEO zwijgt tot de vijfde slide, *‘proof of concept’*.

‘Hebben jullie nu 40.000 leden?’

In de presentatie die we twee weken eerder hebben gestuurd, stond nog 22.000, de afgelopen twee weken zijn we verdubbeld.

Buitenhuis leunt voorover, zijn interesse is gewekt. Staccato onderbreekt hij de presentatie nog een paar keer, vooral bij de financiën.

‘Kunnen jullie echt een succesvolle marktplaats starten?’

‘Niemand gebruikt mobiel internet.’

‘Met mobiele content gaan jullie niets verdienen.’

Floris en ik zijn geïntimideerd door de bijna ongemakkelijk makende focus van de kolonel van Boekhoorn. Als zijn secretaresse al heeft gemeld dat de volgende afspraak klaarstaat, vertrouwt hij ons toe wat het voordeel is van Boekhoorn als aandeelhouder: ‘Met zijn fantastische *dealmaking skills* zorgt hij voor een factoren hogere exit.’ Buitenhuis praat uit eigen ervaring. Hij vertelt over NovaXess, zijn eigen vorige bedrijf. Boekhoorn kocht het bankroete bedrijf voor bijna niets, voegde het samen met een ander bedrijfje en verkocht het twee jaar later alweer voor 38 miljoen euro. Buitenhuis profiteerde mee. Maar Boekhoorn heeft één voorwaarde.

‘Marcel wil altijd minimaal 51 procent. Anders is het de moeite niet en zo houdt hij zijn handen vrij om het voor de hoogste prijs te verkopen. Dat is in jullie eigen belang.’

Floris slikt. Dat is eigenlijk geen optie voor ons. We willen sowieso de baas van ons eigen bedrijf blijven.

Buitenhuis begrijpt onze aarzeling. ‘Denk er maar over na. Het is ook in jullie eigen belang.’

Na er nog een nacht over geslapen te hebben mailen we Henk dat we graag deel uitmaken van de Boekhoorn-familie, maar dat 51 procent helaas toch te veel is.

Leendert van Driel, de oom van Floris, heeft inmiddels gehoord dat we moeite hebben om ons succes te financieren. Dat doet pijn aan zijn investeerdershart, hier is durfkapitaal juist voor uitgevonden. Om ons te helpen biedt hij aan 250.000 euro te investeren in ruil voor nieuwe aandelen Hyves. Als indicatie hebben we een waardering van 1 miljoen euro genoemd. Dat betekent een belang van 20 procent voor Leendert: na een investering van 250.000 euro is Hyves 1,25 miljoen waard. Het lijkt Leendert echter weinig uit te maken hoeveel aandelen hij precies krijgt, alsof we de waardering zelf mogen bepalen. Belangrijker vindt hij dat we snel uit de problemen komen. Binnen twee weken kunnen we een getekend contract hebben en zal het geld op de bankrekening staan.

Dat is geen overbodige luxe, de site wordt met de dag langzamer.

We twijfelen of de andere investeerders net zo snel kunnen schakelen. Willem van Kooten heeft inmiddels vriendelijk bedankt, net als Prime Technology en Silicon Polder Fund. Net zo belangrijk als het geld en de snelheid is dat we een erg goed gevoel hebben bij Leendert. Hij heeft veel ervaring en stelt altijd het gemeenschappelijke belang voorop. Gecombineerd met de familieband maakt dat Van Driel tot een zeer stabiele aandeelhouder.

Tijo van Marle wil ons ook helpen en heeft een bijeenkomst met een aantal relaties georganiseerd, maar gezien Leenderts aanbod vinden we het niet netjes om dat door te laten gaan. Tijo heeft ons document echter al nauwkeurig bestudeerd. Hij begrijpt onze snelle toezegging aan de oom van Floris, maar vindt dat niet zo slim: 'Na verdere bestudering van jullie businessplan ben ik bereid om een concurrerende offerte te doen gebaseerd op een *premoney valuation* van 1.250.000 euro. Bovendien is jullie succes natuurlijk in hoge mate te danken aan de boegbeeldrol die John op jullie website vervult!'

Dat laatste is natuurlijk een grap. Ter illustratie van het netwerkconcept hebben we op de homepage zes gezichten met elkaar verbonden: wijzelf en drie vrienden, onder wie Van Marle junior. Hoewel niet onaantrekkelijk, geloven we niet dat de leden toestromen voor John. Om het luxeprobleem nog groter te maken belt de secretaresse van Boekhoorn. We mogen op audiëntie bij de meester zelf.

Intussen is er ook nog een website om in de lucht te houden. Onder studenten groeit de buzz, en ook 's avonds in de stad horen we steeds vaker mensen over Hyves praten. Nog maar een paar maanden eerder zeiden vrienden en familieleden met een vies gezicht: 'Haifs? Wat is dat? Hoe schrijf je dat?' en nu zeggen wildvreemden achteloos: 'Ik Hyve je wel even.'

Met de groei van de website neemt ook het e-mailverkeer toe. Uitnodigingen, krabbels, privéberichten, groepsberichten – uit het niets groeien we naar tienduizenden verstuurd e-mails per dag.

Maar op 24 januari gaat het fout. Door een storing in het mailsysteem worden veel uitnodigingen meerdere keren verstuurd. Sommi-

ge uitnodigingen worden zelfs duizenden keren gestuurd en namens de zestienjarige Tommy versturen we liefst 156.000 uitnodigingen. Zo worden eerst de e-mailaccounts van zijn vrienden geblokkeerd en via de duizenden onbezorgbare mails ook Tommy's eigen account. Niet ideaal. Dit bevestigt het beeld van Hyves als spammer. Providers houden een lijst bij van notoire spamverstuurders en blokkeren hun e-mails. Opname van Hyves op deze lijst is fataal. Nadat we in een blog de fout hebben uitgelegd en de slachtoffers een dvd van de film *You've Got Mail* hebben beloofd, blijft gelukkig niemand boos, maar de boodschap is duidelijk: kleine foutjes bestaan niet meer.

Het hoofdkantoor van Bowolar is omsingeld door apen. Niet dat Boekhoorns team zo slecht is, maar hij werkt letterlijk te midden van apen. En leeuwen. En een paar tijgers. Boekhoorn HQ zetelt in Ouwehands Dierenpark, een van de investeringen in zijn gevarieerde portfolio. Op een van de schaarse foto's die we van de publiciteitsschuwe investeerder hebben kunnen vinden, toont hij het rendement: een tijgerwelpje.

We hebben Boekhoorn gemeld dat we al in een vergevorderd stadium met een andere investeerder zijn. Desondanks willen we graag afspreken gezien de strategische toegevoegde waarde van Telfort. En omdat je een uitnodiging om lachend rijk te worden niet weigert. Na een wandeling langs de kooien kom ik aan bij de hoofdattractie. Gespannen neem ik plaats in de wachtruimte van Nederlands gevaarlijkste roofdier. Ondanks het feit dat de temperatuur rond het vriespunt is, heb ik het erg warm. Dan gaat de deur open.

'Marcel Boekhoorn. Je hebt één uur, dan moet ik echt weg.'

Na één minuut onderbreekt de investeerder de slideshow al. 'Sms en mms kun je op die manier vergeten,' bromt hij spottend.

Doet hij dit expres? Hij zal ons toch niet uitgenodigd hebben om Hyves af te kraken? Opeens vallen de zenuwen van me af. Ik ga mijn best doen en proberen van dit uur te genieten. En als Boekhoorn het niets vindt, is dat jammer, maar niet het einde van de wereld dankzij de toezegging om te investeren van Leendert.

‘Hebben jullie nu al 70.000 leden?’

Sinds de afspraak bij Telfort zijn we weer bijna verdubbeld. Sinds de eerste, gemailde presentatie is Hyves verdrievoudigd. We hoopten al dat het Boekhoorn zou opvallen. Hij staat op en gaat niet meer zitten. Na afloop verbaas ik me erover. Eigenlijk is dat raar, maar op het moment zelf lijkt het heel natuurlijk. Vanaf nu is het vooral Boekhoorn die presenteert.

‘Ik ben bezig met vierkante theezakjes. Vierkant, ja. Dat scheelt 80 procent opslagruimte en 20 procent kosten. Ik denk dat we dit bedrijf gaan verkopen voor 250 miljoen euro.

Weet je hoeveel mensen er jaarlijks doodgaan omdat ze een wesp inslikken uit een blikje frisdrank? Driehonderd. Dankzij deze schroefdrop voor blikjes is dat binnenkort verleden tijd. Bovendien bespaart het 30 procent kosten en blijft de frisdrank langer lekker omdat je het blikje dicht kunt draaien. We hebben er net een aanbod van vierhonderd miljoen euro voor gekregen.’

Ook werkt hij aan een joint venture met Danone om met mikshake-machines Europa te veroveren. ‘Uiteraard hebben wij 51 procent.’

Dan richt Boekhoorn zijn attentie op mij. ‘Wat studeerde je?’

‘Economie en psychologie.’

‘Psychologie? Ik wist het! Ben je een strateeg of een executer?’

Ik antwoord ‘strateeg’, vooral omdat uitvoeren niet mijn sterkste kant is.

‘Ik wist het!’

Boekhoorn heeft me definitief betoverd. Ik leg uit dat we hem graag aan boord hebben als investeerder, maar dat we al in een gevorderd stadium zijn met Leendert van Driel. ‘Dat is een dealbreaker, als ik investeer doe ik het alleen.’

Een tranen trekkend verhaal volgt over hoe de arme investeerder bij een eerder project het schip in is gegaan doordat hij onvoldoende controle had. Het zijn ook altijd dezelfde die gepakt worden. Bij uitzondering ziet Boekhoorn in ons geval af van zijn minimumbelang van 51 procent, maar we zullen begrijpen dat hij wel bepaalde zekerheden en controle wil.

‘Ik ben bereid te investeren op een hogere waardering, maar dan zonder Van Driel. Een half miljoen euro op een waardering van 1,25 miljoen. Hier is mijn kaartje. Ik schrijf mijn 06 op de achterkant, bel me wanneer je wilt.’

Om halfvier wankel ik dolgedraaid Boekhoorns kantoor uit, een halfuur na de deadline voor het gesprek. In mijn ooghoek zie ik een geïrriteerde Hans Breukhoven in de wachtkamer. Heeft Boekhoorn hem nou een halfuur laten wachten voor Hyves?

Op Hyves HQ brandt tot ’s avonds laat licht. We hebben bijna direct een mondeling akkoord gesloten met Leendert omdat eerdere pogingen om geld op te halen zo lang duurden en we snel geld nodig hebben. Nu zijn er twee hogere biedingen.

Dat verbaast Leendert niets. ‘Als er één schaap over de dam is, wil altijd iedereen meedoen.’ Tijo en Boekhoorn waren al geïnteresseerd vóór Leenderts aanbod, maar de les is duidelijk. Hoe meer geïnteresseerden, hoe sneller een deal en hoe hoger de prijs.

Boekhoorn staat symbool voor avontuur. Het verhaal wordt ongetwijfeld nog kleurrijker met Bowolar als investeerder. We geloven Buitenhuis als hij zegt dat Boekhoorn Hyves waarschijnlijk drie keer zo veel waard kan maken als het goed gaat. De keerzijde is dat de dieren tuinbaas weliswaar accepteert dat hij geen meerderheid kan kopen, maar dat hij toch wil kunnen ingrijpen als het slecht gaat. Dan zijn wij de controle over Hyves kwijt. Tijo als investeerder is *best of both worlds*. Zijn bod is hoger en ook hem vertrouwen we volledig omdat we hem al vijftien jaar kennen.

Uiteindelijk geven onze toezegging aan en ons vertrouwen in Leendert de doorslag. Om ons snel te helpen heeft hij direct aangeboden te investeren, nog voordat we een definitieve waardering hadden afgesproken. We willen nu niet terugkomen op onze afspraak.

De volgende ochtend bel ik Boekhoorn. Hij accepteert geen nee en verhoogt zijn bod naar een waardering van anderhalf miljoen euro. Voor een investering van een half miljoen neemt hij genoegen met een belang van 25 procent. Een fantastisch compliment. Maar ook dit aanbod van ons idool slaan we met tegenzin af.

De volgende dag, 18 februari, tekenen we de overeenkomst met Leendert en H.J. van de Koppel, een flamboyante financieel adviseur uit Madrid en een bekende van Leendert. Spanjar sr. en Burt investeren ook, om hun beider belang op 5 procent te brengen. In totaal wordt ruim driehonderdduizend euro gestort. De stemming is uitgelaten. Burt waarschuwt echter dat er nooit problemen zijn als het goed gaat. 'Die komen pas als het heel slecht gaat. Of heel goed.'

Ik zeg niets maar geloof het niet. Hoe beter het gaat, hoe minder problemen, toch? Het zullen echter profetische woorden blijken.

Die avond knalt er wel echte champagne.