

wareprogrammaatjes te maken voor de nieuwe smartphone. Hölksen zegde zijn baan op bij sportschoenenfabrikant Asics. Windt had kort daarvoor zijn carrière als maker van webshops al vaarwel gezegd. Hij was klaar voor een nieuw avontuur.

De markt voor zogeheten apps was toen nog vrijwel onontgonnen. Toch waren er ook destijds al een paar gevestigde partijen. Het

naam te maken besloot het tweetal op eigen kosten een applicatie te maken waarmee men via een mobieltje het aanbod van Marktplaats.nl kan doorzoeken. Hölksen: 'We zeiden: niemand kent ons en wat kunnen we nu doen om zo snel mogelijk aan zo veel mogelijk mensen te laten zien

der de indruk. Het hielp ook dat Hölksen een managerkende bij de producent van draadloze geluidsapparatuur. Sennheiser bestelde eind vorig jaar een toepassing voor zijn afnemers. Het gaat om een product waarmee geluidstechnici snel de juiste frequentie kunnen vinden om apparaten tijdens een

Albert Heijn en ANWB, bleven zo buiten het bereik van de Haarlemmers liggen. Om de eindjes aan elkaar te knopen, moesten de twee oprichters lange tijd schnabbelen. Ze verrichtten her en der internetklusjes en sloten ruildeals met Emerge en Bright, bladen die zich richten op een webgericht lezers-

### Mediabunker De oprichters

- Edward Hölksen (25) en Simon Windt (26) hebben samen op de havo gezeten
- Hölksen volgt nog de hbo-studie small business entrepreneurship in Haarlem
- Windt is een afgestudeerde informaticus die nog media technology studeert in Leiden
- Dit jaar halen ze een omzet van €75.000

## Verdienmodel

# Wel of niet zelf ontwikkelen?

Een van de populairste betaalde apps van Nederland is Trein, een programma waarmee je op je mobieltje kunt zien waar er vertragingen op het spoor zijn. Trein is een voorbeeld van een toepassing die een ontwikkelaar, in dit geval Dennis Stevense, direct ter beschikking heeft gesteld aan de consument.

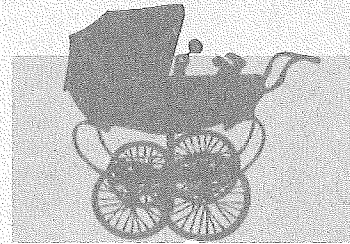
Die kant wil Mediabunker niet op. De mannen uit Haarlem vinden het risico te groot dat ze energie verspillen aan een app die niet aanslaat. 'Het is heel lastig om een app zelf in de markt te zetten die

een succes wordt. Dat kost niet alleen veel mankracht en geld, maar de risico's zijn ook groot', aldus Edward Hölksen. Daarom werkt hij met partner Simon Windt vooral in opdracht van andere bedrijven. Zij bestellen apps tegen vaste bedragen die variëren van alles tussen €5000 en een half miljoen, als bijvoorbeeld die van de Rabo.

Een goed ondernemingsmodel, maar niet zaligmakend, zegt Distimo. Dit bedrijf houdt wereldwijd bij wat de best lopende programma's voor mobiele telefoons en ta-

blets als de iPad zijn. Vincent Hoogsteder van Distimo wijst op nieuwe 'tactieken' om gebruikers aan een programma te binden. Denk aan spelletjes waarbij je virtueel geld kunt kopen om een hoger niveau te spelen. Van alle apps wereldwijd werkt nog maar 2% volgens dit 'app in een app'-principe. Toch zijn zij goed voor 26% van de omzet van de 100 populairste. Deze ontwikkeling biedt ook kansen voor partijen als Mediabunker. Hoogsteder: 'De tijd hiervoor is nog nooit beter geweest.'

# Malaise in horeca maakte de start niet makkelijk



## Het eerste jaar Gabriël van der Kruijk

In deze rubriek vertellen jonge ondernemers over het eerste jaar dat zij met hun bedrijf hebben doorgemaakt.

Programmeren deed hij al sinds de eerste pc op de keukentafel stond. Nu probeert Gabriël van der Kruijk met vier compagnons de irritaties weg te nemen bij horecabezoekers die te lang moeten wachten voordat ze hun bestelling kunnen doorgeven. Met een digitale touchscreenmenukaart kunnen gasten voortaan zelf bestellen. Zij tonen zich heel enthousiast. Nu de horeca-ondernemers nog.

Vaak geërgerd aan een ongeïnteresseerde bediening? 'Heel vaak, en blijkbaar ben ik niet de enige. Mensen leven steeds gehaaster. Als ze dan in een café of restaurant zitten, hebben ze geen zin om steeds maar in de gaten te houden of de bediening al zin heeft om jouw kant op te komen. Je kunt dan nog niet ontspannen en meedoen aan de gesprekken. Samen met Roy Batist, Mathieu Bruning, Bart Post en Alexander Dolstra heb ik toen het idee opgevat om een digitale menukaart te

ontwerpen. Hiermee kan iedereen vanaf zijn eigen tafeltje met behulp van een touchscreen zelf een bestelling plaatsen. Inmiddels is daar ook een mobiele variant op.'

**De menukaart is uitgebreid en langdurig getest, was dat nodig?** 'Er zijn veel groepen langs geweest, van twintigers tot vijftigplussers. Die lieten we dan restaurantje spelen om te kijken of ze het product begrepen en er de voordelen van inzagen. Het product moest zo gebruiksvriendelijk mogelijk op de markt worden gebracht, omdat je er daarna weinig meer aan kunt veranderen. Dat is anders dan bij een softwarepakket voor een bedrijf.'

### Profiel

**Leeftijd:** 26  
**Bedrijf:** Grenos  
**Activiteit:** ontwikkelaar digitale menukaart  
**Verwachte omzet 2011:** 'niets van te zeggen'

Als daar iets misgaat, bellen ze de helpdesk. Voor een gast in een restaurant wordt dat wat lastig.'

### Vliegende start?

'Was dat maar waar. Helaas hebben we de conjunctuur tegen. De horeca heeft het enorm zwaar gehad als gevolg van de economische crisis en het is nog niet voorbij. Als we drie, vier jaar eerder waren gestart was het, denk ik, veel soepeler gelopen. Nu vinden veel horeca-ondernemers het een mooi idee, maar hebben ze er geen geld voor. Ze zijn al blij als ze iedere maand hun personeel kunnen betalen.'

### Wat staat er voor de horeca-uitbater tegenover?

'Uit internationaal onderzoek blijkt dat in horecagelegenheden waar dergelijke producten zijn geïntroduceerd, de omzet met 10 tot 30% stijgt. Een gemiddelde gast bestelt meer als hij het zelf kan doen, en komt ook sneller terug. Bovendien wijst de digitale menukaart op allerlei extra's die

je kunt bestellen. Iets wat het vaste personeel nog wel eens nalaat. Maar werken met ons product betekent indirect natuurlijk ook dat je erkent dat je het zelf niet helemaal goed hebt gedaan. Dat je mensen te lang hebt laten wachten. Dat ligt gevoelig bij de horeca-ondernemer.'

### Kwestie van lange adem?

'Het systeem draait nu in tien zaken, in voornamelijk Utrecht en Rotterdam. Het gaat langzaam, maar wij kunnen voorlopig wel vooruit. We doen er nu allemaal nog wat naast, maar zijn ervan overtuigd dat deze manier van bestellen in de toekomst niet meer weg te denken is uit de horeca. Net zoals als automatisch tanken en zelf inschrijven op vliegvelden. Wat ons sterkt, zijn de enthousiaste reacties van de horecagasten die ermee in aanraking komen. Het wachten is nu op de uitbaters.'

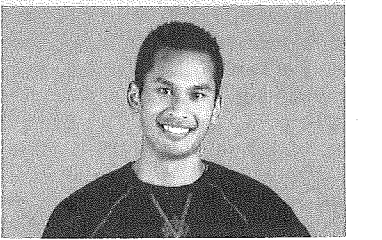
**Annemieke Diekman**

# Foto's strak opspannen zonder lijst

Francisca Mebius  
Amsterdam

Een frame waarmee je onzichtbaar een foto kunt opspannen en aan de muur kunt hangen. Ivan van der Veld (27) en zijn compagnon lanceerden onlangs de Xpozer. Een gat in de markt, denkt Van der Veld.

## Drie vragen aan Ivan van der Veld



mooi effect, strak en zonder lijst.'

### 1 Waarom de Xpozer?

'Wij zijn drie jaar geleden puur uit frustratie begonnen met de ontwikkeling van het product. Mijn compagnon wilde een vakantiefoto op fotopapier ophangen, maar dan zonder lijst. Dit lukte niet goed. De Xpozer is een nieuwe manier om op museumkwaliteit foto's op de muur te presenteren. Het idee is dat door dit frame alle aandacht naar de foto uitgaat en niet naar de lijst.'

### 2 Hoe werkt de spanner?

'Het is een frame dat je aan de achterkant van de foto spant, waardoor de foto strak getrokken wordt. Klanten sturen via onze website een foto. Deze wordt door onze productiepartners geprint op kunststof. De foto kan vervolgens aan de muur worden gehangen met de Xpozer. Het geeft een

### 3 Hoeveel hebben jullie geïnvesteerd in het product?

'De investering ligt tussen de €200.000 en €300.000. Dit is gefinancierd met eigen geld, een bankfinanciering en geld van onze printpartners. Hopelijk verdient het zich snel terug. Drie weken geleden is de verkoop gestart en er zijn nu al honderden Xpozers verkocht aan bedrijven. Het plan is om ook snel de consumentenmarkt te betreden. Het doel voor de lange termijn is dat de Xpozer overal ter wereld aan de muren hangt.'

## FD Entrepreneur

Dagelijks in het FD en op fd.nl

## Nieuws voor de ondernemende ondernemer

### Morgen in FD Entrepreneur:

- **Wijker Infra**  
Stratenmakende boezemvrienden bouwen aan succesvol infrabedrijf
- **Lekkende werknemers**  
Moet de werkgever ongebreideld gebruik sociale media beteugelen?

al het  
nieuws  
van waarde

fd.  
het financieel dagblad