

## *Ondernemen is nooit een droom geweest; het is wel onze droom KiwiMedia succesvol te maken*

Zeven studenten begonnen samen aan een onderneming. Hemel en aarde (vooral de examencommissie) moest overtuigd worden van hun plan. Nu, twee jaar na aanvang, hebben ze een goed lopend bedrijf: KiwiMedia, dat corporate en campagne websites maakt. Weliswaar zijn ze nu met zessen, omdat nummer zeven een baan bij een baas en een mooie leasebak een aantrekkelijker vooruitzicht vond. Ik had een geweldig enthousiast interview met drie van hen: Arjan van Meer

(Oosterhout, 1985), Jeroen Hauser (Roermond, 1987) en Fulko Wiebenga (Zeist, 1981).

### Een steuntje in de rug

Bij aankomst in het bedrijfsverzamelgebouw Goeman Borgesius in Utrecht, zag ik al snel dat het een prachtig pand is om hier kantoor te houden. De kantoorruimte van KiwiMedia ziet er fris en natuurlijk kiwigroen uit. De jongens geven aan dat ze bijzonder gebuft hebben met deze locatie. Begonnen ze tijdens hun studie in lokaaltjes op school, al snel was dat geen haalbaar concept. Iedere dag weer moesten ze op zoek naar een ruimte waar ze een paar uur konden zitten. Dan de boel weer oppakken en verkassen. Dat schoot niet op. Dit bracht Jeroen (developer) op het idee om gewoon maar eens bedrijven te bellen met de vraag of ze nog een ruimte over hadden. Arthur van Breukelen van NewElement reageerde enthousiast op zijn vraag. Uiteindelijk werd het voor beiden een win-win situatie. KiwiMedia verzorgde in ruil voor het gebruik van een ruimte

de website en flyers.

Op dat moment had Arthur al een nieuwe locatie voor een bedrijfsverzamelgebouw op het oog, maar daar werd nog hard aan gewerkt. Ook voor KiwiMedia was daar een plek gereserveerd. Sinds mei 2009 zitten ze met zijn zessen op de eerste etage. De prachtige ruimte hebben ze verdeeld in units, zodat front en back office gescheiden van elkaar kunnen werken. “Nu worden we niet telkens afgeleid en bemoei ik me ook niet overal meer mee”, schertst Arjan, de projectmanager. “We zijn reuze blij dat we hier zitten en dat we Arthur ontmoetten. Het was een lekker steuntje in de rug.”

Hoe goed kennen ze elkaar?

Mijn interview start ik direct met de deur in huis vallend door te vragen elkaars karakter te beschrijven. Wat weifelend start Fulko (designer) met de karaktereigenschappen van Arjan te benoemen. Gelukkig kunnen de zes alles tegen elkaar zeggen en ontstaan er daardoor nooit onderhuidse gevoelens ten opzichte van elkaar. Dus al snel benoemt hij dat Arjan goed is in zijn werk en meedenkt, maar ongeduldig is als het om het werk gaat. “Soms denkt hij dat als de klant met een aanpassing komt, dit zo klaar is. Dan gaat hij eraan voorbij dat er meer werk aan vast zit. Bovendien”, en dan kijkt hij Arjan aan, “kan hij soms erg dominant zijn. Maar hij is een goede planner en daarom hebben wij hem tot projectmanager gebombardeerd.” Fulko bemoeit zich ook graag met de bedrijfsvoering, maar anders dan Arjan laat hij de uitvoering graag aan anderen over. Hij is inhoudelijk goed en daar ligt zijn focus.

Arjan beschrijft Jeroen als rustig en intelligent. Hij denkt na over de bedrijfsvoering en probeert iedereen over de streep te trekken. Arjan en Jeroen sparren regelmatig over de richting waar ze met KiwiMedia heen willen, waarbij Jeroen meer denkt vanuit KiwiMedia en Arjan meer vanuit de klant. Een goede aanvulling op elkaar dus.

Antoine van Echtelt (Zeist, 1987) is een prima accountmanager en samen met

Arjan bezoekt hij de klanten en is hij verantwoordelijk voor het relatiebeheer. De laatste karakters die de revue passeren zijn Marc van Rooijen (Woerden, 1983 en art director), iemand die op ongeveer alle vlakken kennis heeft en deze graag toepast in uitdagende projecten en Lars Wisselink (Utrecht, 1986 en interaction designer). “Lars heeft altijd grootse creatieve ideeën. Hij denkt vooral hoe we het voor de klant zo gebruiksvriendelijk kunnen maken. Nieuwe technieken houden hem altijd bezig, maar ook hoe ze te implementeren zijn in hun concepten.”

Als ik dit zo hoor, dan merk ik op dat iedereen zo zijn eigen rol binnen KiwiMedia heeft. “Dat klopt”, zegt Jeroen. “Vanaf begin 2009 zijn we met onze rolverdeling bezig geweest. Waar eerst iedereen zomaar wat voor de vuist weg deed, zijn nu duidelijke taken vastgesteld en weet ieder zijn verantwoordelijkheden. Nu kunnen we elkaar hierop aanspreken.”

### KiwiMedia verklaard

Gaandeweg het gesprek wil ik toch wel eens weten hoe ze nu aan hun bedrijfsnaam zijn gekomen. Er wordt wat gelachen, waarop Fulko vertelt: “Tijdens mijn opleiding aan het grafisch lyceum was er een opdracht om een fictief bedrijf op te richten. Marc en ik kwamen op de naam KiwiMedia, omdat hier delen van de naam van mijn, inmiddels ex-vriendin, en mijn achternaam in zaten en omdat het lekker fris en fruitig klonk. Jarenlang hebben we met deze naam niets meer gedaan, totdat we met z’n allen een lange brainstormsessie hielden over de naam van ons bedrijf. We kalkten een bord vol, maar een naam, nee, ho maar! Toen opperde ik deze naam en vrijwel direct was iedereen het ermee eens.” En de naam blijkt aan te slaan. Ze ontvangen veel positieve reacties en bovendien is het een naam die iedereen snel onthoudt.

### De start van KiwiMedia

Een volgende vraag die bij mij opkomt is wanneer de vriendschap ontstond en

of daar ook de samenwerking uit voortvloeide? Jeroen: “Tijdens onze HBO opleiding Digitale Communicatie aan de Hogeschool Utrecht, kwamen we vanaf het eerste jaar bij elkaar in de klas. Tijdens de intro was er direct een klik en vanaf dat moment trokken we als vrienden met elkaar op.” Even verloren ze elkaar uit het oog toen in het tweede jaar voor een richting gekozen moest worden. Maar de band was sterk en nog steeds troffen ze elkaar. In het laatste jaar moest er een minor gekozen worden. Daar had de groep helemaal geen trek in: Dat bood echt geen uitdaging en ze waren bang dat ze elkaar uit het oog zouden verliezen. “Marc, Lars en ik”, vertelt Jeroen, “spraken daar eens in de kroeg met elkaar over. Omdat ik al een eigen bedrijf had, werd er geopperd om met elkaar een bedrijf op te richten.” Het hele stel werd direct enthousiast voor dit plan, maar de hobbel op school moest nog genomen worden. Gelukkig deelden twee docenten hun enthousiasme en hebben zij een intensieve lobby met de examencommissie gevoerd. Met als resultaat, hetzij sceptisch, dat ze een ‘go’ kregen. De lat werd erg hoog gelegd. Ze moesten veel opdrachten uitwerken om punten te halen. De inschrijving bij de Kamer van Koophandel leverde wel één studiepunt op van de dertig. Dat was dus aanpoten, maar ze haalden het. “Onze zevende man, Maarten, was er toen nog bij. Hij heeft altijd gezegd dat werken bij een baas en een auto voor hem belangrijk waren. Hij haakte dan ook na de studie af, zodat wij nog met ons zessen overbleven.” In deze periode werkten ze hard aan het (administratief) op poten zetten van KiwiMedia.

Geen risico’s

“Waar wij best trots op zijn”, vertelt Arjan, “is dat wij met eigen middelen ons bedrijf gestart zijn en er nooit een lening aan te pas kwam. We wilden absoluut geen risico’s nemen. Naast onze studie en het runnen van ons bedrijf, had ieder nog een bijbaantje. We maakten misschien wel zestig uur per week. Zelfs het eerste jaar na de studie heeft iedereen voor niets gewerkt. Een salaris zat er echt niet in. Het goede van deze groep is dat iedereen dat er ook voor over

had.” Dubbel feest was het toen iedereen voor de eerste keer salaris kreeg, wel € 500,00 per maand! Nog steeds is de club van mening dat er regelmatig geïnvesteerd moet worden. En dat houden ze ook vol. Zo is er onlangs geïnvesteerd in een nieuw kantoorpand en huisstijl. Op de vraag voor welke bedrijfsvorm ze gekozen hebben, vertelt Jeroen: “Wij zijn een VOF en hebben een contract tussen ons zessen afgesloten. Ieder heeft dus één zesde deel van het bedrijf. Ooit zijn we foutief voorgelicht door een accountant, die ons vertelde dat we een BV moesten oprichten. Hij vergat erbij te vertellen dat je dan wel per persoon een ton moest omzetten. En dat is bij ons nog niet het geval.”

### Coach Frank

De jongens hadden zelf nooit gedacht dat ze zelfstandige ondernemers zouden worden. Het thuisfront weet niet wat er allemaal bij komt kijken om een onderneming als KiwiMedia te runnen, dus een goede sparringpartner hebben ze er niet aan. “Natuurlijk zijn ze geïnteresseerd in wat we doen en hoe we dat doen, maar verder hebben ze er ‘geen kaas van gegeten’. Onze sparringpartner is Frank Lommers. We hebben hem leren kennen als coach bij de Utrechtse Ondernemers Academie. Hier hebben we dertig seminars gevolgd. Alhoewel het is afgelopen, zien ze ondernemer Frank nog steeds in de kroeg, waar we de ontwikkelingen van KiwiMedia blijven bespreken onder het genot van een biertje en bitterballen. Hij prikt naadloos door dingen heen, onthoudt alles en houdt ons een spiegel voor. Hij was ook degene die ons aanspoorde om de rolverdeling duidelijk te stellen. We kijken iedere keer weer uit naar een gesprek met hem,” zegt Arjan enthousiast over Frank, die ze steeds meer als hun vriend beschouwen.

### Het stel privé

Als ik zo met dit enthousiaste stel aan de praat ben, wordt mijn nieuwsgierigheid gewekt voor hun privé-leven. Gelukkig staan ze open om hierover te praten: “Voor mij geldt dat KiwiMedia op één staat”, glimlacht Arjan. “Hier zal ook

niet snel iets boven komen. Van de rest van het stel hebben er twee een vriendin. Steeds meer krijgen ze de behoefte om uit hun studentenflat te trekken en daarom zijn ze stuk voor stuk op zoek naar een andere woning. Inmiddels wordt dat financieel ook beter haalbaar. “Lekker iets voor mezelf hebben en niet meer die vieze studentenflat met anderen delen”, dat is waar Fulko naar uitkijkt. Hij is degene die naast KiwiMedia druk is met teamsporten. Hij probeert alles zo goed mogelijk te combineren. Als er een samenloop van omstandigheden is, dan kiest hij voor KiwiMedia: “Dat heeft dan toch prioriteit, want dat is onze inkomstenbron.” Ook Arjan sport, maar dat is meer op individuele basis. Zodoende is hij flexibel in de tijden die hij daarvoor uittrekt.

### Focus op relatiebeheer

Is netwerken belangrijk voor ze? “Ja, hoewel we geen vaste netwerkbijeenkomst hebben. We zijn nog zoekende wat we daarmee willen. In Utrecht zijn echt veel netwerken actief. Wel weten we dat mond tot mond reclame voor ons belangrijk is. We weten dat we eerst moeten geven. Dat doen we dan ook regelmatig door mensen verbeterpunten voor hun website aan te geven. Maar ja, daar haal je niet altijd een opdracht mee binnen. Mensen moeten zelf inzien dat ze ons nodig hebben”, licht Jeroen zijn antwoord toe. “Binnenkort gaan we al onze relaties uitnodigen om onze nieuwe locatie te komen bekijken. Bovendien drinken we vaak een biertje met ze. Dat is iets wat bij ons past. Wij proberen met kleine attenties en aandacht ons netwerk te onderhouden. Antoine en Arjan zijn daar heel goed in.”

### Succesvolle formule

Als ze terugkijken vanaf de start tot nu, concluderen ze dat ze zich zeker succesvol mogen noemen. Arjan: “We gaan steeds professioneler werken. Gaat een opdracht niet door, dan vinden we dat uiteraard niet leuk, maar we accepteren dat eerder. We laten niet meer zo onze emoties hun gang gaan.” Jeroen geeft aan

dat merkbaar is dat ze betere ondernemers zijn geworden. Verder bestaat hun succesformule uit: eerlijk zijn, met veel plezier en enthousiasme werken, irritaties zakelijk uit de weg halen en goede samenwerking. “Bij ons vallen rollen en vaardigheden zo in elkaar tot een compleet plaatje. Onze klanten merken dat ook. Met iedere vraag kunnen ze bij een van ons terecht!”

Uiteraard hebben ze nog veel ambities om hun successen te verbeteren. “Nu de rollen duidelijk zijn en de huisstijl er is, gaan we werken aan de marketing. ‘Brutale’ verkoop ligt ons niet. Daarom gaan we een proef doen met een externe verkoper die een dag in de week bij KiwiMedia komt werken. Deze jongen is heel goed in cold calling en heeft het zelfvertrouwen om dat te doen. Hij gaat in onze regio (Utrecht) potentiële klanten bellen om onze producten meer bekendheid te geven.”

KiwiMedia richt zich zowel op corporate als campagne websites. Haar onderscheidend vermogen is dat ze creatief, interactief en dynamisch werk aflevert. “De klant komt met een idee, wij pakken dit op en werken het uit zodat hij versted zal staan. Onze concepting fase is zeer uitgebreid. Ons idee wordt gepresenteerd aan de klant, waarbij we al ver gaan met een uitwerking in de conceptfase”, vertelt Fulko, één van de creatieve breinen. “Hierdoor zien we wel dat 95% van de voorstellen doorgang vindt. Wat we écht willen is dat onze naamsbekendheid in de regio Utrecht zo groot wordt, dat binnen twee jaar iedereen onze naam noemt, als iemand op zoek is naar een goede website. We zijn mogelijkheden aan het onderzoeken of we in de vorm van bijvoorbeeld een workshop onze kennis kunnen delen. Ook op deze manier kunnen we werken aan de naamsbekendheid.”

Op zaterdag al zin in maandag

Deze formule van zes ambitieuze jonge mannen, een goede coach op de achtergrond, een bedrijfsvoering die steeds beter wordt, de plannen die er voor de toekomst gemaakt worden, draagt bij aan hun trotse gevoel: “Dit hebben we

toch maar mooi bereikt. Ondernemen is nooit een droom geweest, maar het is wel onze droom om KiwiMedia succesvol te maken. En ... het klinkt misschien gek, maar ik zeg op zaterdag al dat ik zin heb in de maandag”, besluit Arjan dit bijzondere interview.

*Vind je dat ondernemen ‘in het bloed’ zit of is het te leren?*

Ondernemen is zeker te leren, dat weten we uit eigen ervaring. Je moet wel houden van een uitdaging, lef tonen en doorzettingsvermogen hebben.

*Heb je als ondernemer wel eens een blunder begaan? Zo ja, wat was die blunder dan?*

Op vakantie gaan met z’n allen. Slecht bereikbaar zijn hierdoor en financiële gevolgen op je bord krijgen.

*Wat is jullie beste idee als ondernemers?*

De ruimte in onze nieuwe locatie te scheiden in units, zodat front en back office van elkaar gescheiden zijn. Dit leidt niet af. En een verkoper aantrekken voor de cold calling.

*Wie is jullie grote voorbeeld in ondernemersland?*

Frank Lommers: onze coach. Hij hielp ons op weg naar een hoger niveau.

*Welke ‘gouden tip’ heb je voor andere (startende) ondernemers?*

Gewoon starten! Beter vandaag dan morgen. Focussen op wat je wilt doen en sparren met anderen.

*Onze slogan is:*

Sterk in online creatie.



*Noem in maximaal vijftien woorden wat ondernemen voor jullie betekent.*

Vrijheid – risico nemen – verantwoordelijkheid – veelzijdigheid – zin in je werk  
– spannend – verbreden horizon.