



De (jonge)man achter Bencom

Van whizzkid naar Europese topondernemer

Op de dag dat *Geel* zich bij hem meldt, heeft Ben Woldring een telefoontje van het gerenommeerde zakenblad *Business Week* gekregen. De 21-jarige entrepreneur uit het Groningse Usquert is door de lezers gekozen tot beste Europese ondernemer onder 25 jaar. Hij is gekozen uit honderden aanmeldingen en vervolgens uit een selectie van vijftien jonge topondernemers.

GEEL is een uitgave van Selekt Mail 23 **GEEL** SELEKTMAIL



'Pas als er werkelijk concurrentie is, zal men serieus nadenken om postbussen pas om 9 uur 's avonds te lichten, omdat de consument daarom vraagt.'

Iemand uit Engeland, die ik zelf niet ken, heeft me voorgedragen,' zegt hij bijna verontschuldigend vanonder een bos gekrulde haarlokken. 'Hij heeft me voorgedragen omdat ik veel heb bereikt voor de consument als het gaat om besparingen op energie-, telefoon- en internetkosten.' Criteria om te kunnen meedingen waren, onder meer een actieve betrokkenheid in de onderneming, een aantoonbare bedrijfscontinuïteit, en uiteraard succes. Geen punt voor Ben Woldring. Acht jaar geleden startte hij als 13-jarige zijn internetonderneming met de vergelijkings-site www.bellen.com. Zijn vader zocht een nieuw mobieltje, Ben deed het vergelijkend warenonderzoek. 'Ik ben met hem meegegaan naar het Business Center van KPN. Ondertussen had ik ook gelezen dat er zoiets bestond als Libertel. Meer aanbieders kwamen op de markt. Ik heb alles op een rijtje gezet: de aanbiedingen, de abonnementen, de kosten. Toen meer mensen

mij vroegen welke aanbieder ze moesten kiezen, kreeg ik allemaal kreten te horen als: "Dat klopt niet!", "Er zitten addertjes onder het gras". Toen heb ik besloten een site te maken over telefoneren met alle informatie die voorhanden was.' Zijn doorbraak kwam met een optreden in VARA's Kassa! 'Toen ik las dat zij een uitzending over mobiele telefonie hadden, heb ik een mailtje gestuurd en gewezen op mijn site.' Hij werd uitgenodigd en ontmoette directeuren van telecombedrijven die hem allemaal hun visitekaartje gaven. Na Kassa! volgde een reeks televisieprogramma's, waaronder Paul de Leeuws Laait! Hij ontmoette Katja Schuurman, prins Willem-Alexander en Microsofts topman Steve Ballmer. En hij won – in 2003 – de prestigieuze Entrepreneur of the Year-prijs van het ministerie van Economische Zaken en Ernst&Young.

OBJECTIVITEIT EN ONAFHANKELIJKHEID

Inmiddels runt Ben zijn eigen Bencom BV met zeven medewerkers en de achtste op komst. Dezelfde aantallen zijn van toepassing op het aantal vergelijkende internet-sites. Het statige huis en de verbouwde garage aan de Wadwerderweg in Usquert ademen zakelijke activiteit. Toeval? Was het geluk met hem? 'Ikzelf denk van niet. Alles sloot perfect op elkaar aan. Natuurlijk, achteraf is het altijd heel eenvoudig te zeggen: "Zo'n vergelijkings-site had ik ook kunnen maken." Maar je moet het wel doen. Eén van de vijftien mededingers naar de prijs van Business Week had een eenvoudige uitvinding: op het moment dat je de volle vuilniszak uit de vuilnisbak haalt, komt de volgende zak automatisch mee naar boven. Simpel, maar geniaal toch?' Zijn sites trekken tienduizenden, zo niet

honderdduizenden bezoekers. De invloed is niet gering. Eén tot tien procent van die bezoekers stapt op basis van de informatie over op een andere aanbieder. 'Op de energiemarkt is de drempel om over te stappen heel laag. Het wisselen van internetprovider is veel moeilijker.' Objectiviteit en onafhankelijkheid liggen aan de basis van zijn succes. 'Natuurlijk krijg ik aanbiedingen. Er is me aangeboden om mijn internetsite een maand lang in de huiskleur van een aanbieder te gieten. Daar pas ik voor. Als je op de langere termijn kijkt, is de bezoekersrelatie met kwalitatief goede vergelijkingen veel belangrijker.' Het gaat om goede, objectieve en vooral eerlijke informatie. 'Het is misschien arrogant om te zeggen, maar ik denk dat onze sites wel degelijk invloed hebben op de prijzen. Er wordt creatief omgegaan met aanbiedingen, om maar in de top van onze sites terecht te komen. Exploitanten bieden internet voor 4,95 euro per maand aan – een paar jaar geleden was 30 euro nog heel gewoon! – maar wel met 100 euro aansluitkosten. Die zal nimmer nummer één op onze site worden. Een andere aanbieder zegt: "Wij brengen geen aansluitkosten in rekening, maar 30 euro verzend- en administratiekosten." Onzin, dat zijn gewoon aansluitkosten. Rabobank komt nu met een aanbieding voor mobiel bellen: geen abonnement, geen bundel, altijd bellen tegen een laag tarief. Maar in de kleine lettertjes staat wel tegen een minimumbedrag van 10 euro per maand. Dus is het gewoon een abonnement.'

WERKELIJKE CONCURRENTIE

Liberaliseren van markten: het lijkt of Ben Woldring zich er direct met vergelijkende warenonderzoeken op stort. Liberalisering zal de consument nooit windeieren leggen, meent hij. 'Natuurlijk, je kunt zeggen dat

'Als je nu niet tevreden bent, ga je gewoon weg: de rollen zijn omgedraaid.'

'Ik hoef niet blij te zijn met Nuon, Nuon moet blij zijn met mij als consument.'



als KPN een staatsbedrijf was gebleven en er niet zo veel geld had hoeven te worden besteed aan reclame en "terugkopen" van concurrenten, het bedrijf miljarden in de infrastructuur had kunnen stoppen. Maar dan is het de vraag of Nederland massaal zou zijn overgegaan op ADSL. Of dan hadden we nu nog 50 eurocent per tik moeten betalen voor een telefoontje naar de VS. Dan had de klagende consument nog steeds van de telefoniste gehoord: "Meneer, zo werken we nu eenmaal." Dan had de monopoliserende energieleverancier nog steeds geen boodschap aan klachten over een mislukt incasso en moest je vrezen voor boetes of afgesloten worden. Als je nu niet tevreden bent, ga je gewoon weg: de rollen zijn omgedraaid. Ik hoef niet blij te zijn met Nuon, Nuon moet blij zijn met mij als consument.'

Een liberaliserende postmarkt, is dat het volgende werkgebied van Bencom? Ben Woldring prijst de dag dat de postmarkt wordt vrijgegeven. 'Pas als er werkelijk concurrentie is, zal men serieus nadenken om postbussen pas om 9 uur 's avonds te lichten, omdat de consument daarom vraagt. Want als je van je werk komt en je moet die brief toch nog op de bus doen omdat die de volgende dag op dat adres moet zijn, heb je nu een groot probleem.'

'Maar', zegt de beste jonge ondernemer van Europa, 'de liberalisering van de postmarkt zal niet direct leiden tot de vergelijkende internetsite *www.post.com*. Die is minder interessant voor de particulier. Als je naar de postbus loopt, ben je niet bezig met die 39 eurocent die je er op moet plakken. Je loopt niet een stuk om voor de postbus van de concurrent die voor vijf eurocent minder bezorgt. Hoe vaak verstuurt een particulier nu een brief? Nee, je bent veel meer gebaat bij een goede, betrouwbare overkomst van die brief. Voor bedrijven is die liberalisering interessanter. Het overstappen is voor deze groep echter veel ingewikkelder.' Geen plannen meer voor de toekomst? De brede glimlach komt terug. 'Jawel. Maar ik kan en wil nog niet zeggen welke site ik binnenkort zal presenteren. Maar hij zal spectaculair zijn.'