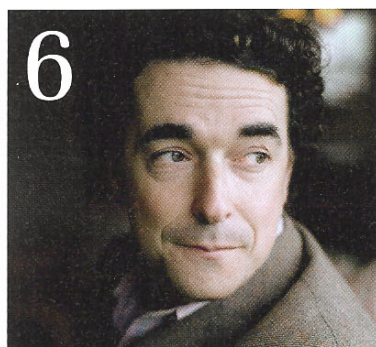


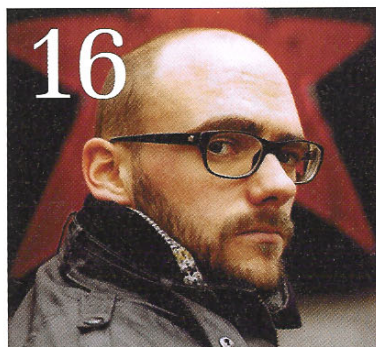
Inhoud

VALUES NR. 1 LENTE 2007



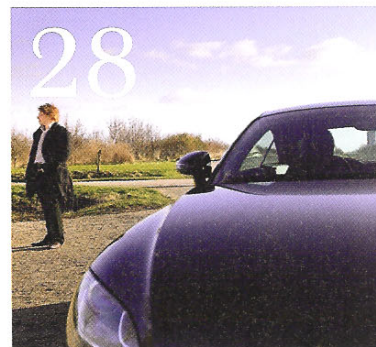
Peace Parks

John Loudon helpt mee aan de ontwikkeling van natuurparken voor de vrede in de wereld.



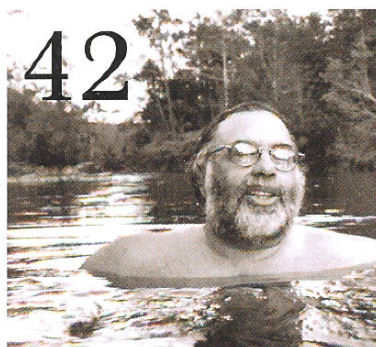
Ryan Gander

De winnaar van de ABN AMRO Kunstprijs 2006 schept beelden die de kijker in verwarring brengen.



Bellen.com

Nederland innoveert volop. De jonge ondernemer Ben Woldring (22) staat aan het hoofd van een groeiend imperium in mobiele telecommunicatie.



Francis Ford Coppola

De maker van Apocalypse Now bouwde in de jaren tachtig drie ecologische en culturele resorts in Midden-Amerika.



Private Banking in Brazilië

Brazilianen met geld zijn door de bank genomen geen speculanten.

Rubrieken

- 4 De Bezieling:** Monique Velzeboer
- 26 48 uur:** San Sebastian
- 50 Column:** De tweetrapsraket
- 52 Kunst:** Automobiele aristocratie
- 62 Boeken et cetera:** Berlijn

en verder

- 38 Hollands trots**
- 64 De klokkendokter**



Coverfoto: John Loudon gefotografeerd door Martijn de Vries op 15 januari 2007

Colofon

VALUES wordt uitgegeven in opdracht van ABN AMRO Private Banking door Punta Est Publishers, Kloveniersburgwal 133, 1011 KD Amsterdam, telefoon + 31 (0)20 620 8056 **Hoofdredacteur** Marlies Bonnikke **Art direction** Hugo Zwolsman **Eindredacteur** Hansmaarten Tromp **Bureau redacteur** Carlien Booi **Bladmanager** ABN AMRO Private Banking Floor Schumm **Medewerkers** Kees Bennema, Jan van der Bijl, Herbert Blankesteijn, Boris Bronwasser, Maarten Corbijn, Deirdre Enthoven, Gert Hage, Friso Keuris, Christian Knepper, Marcel Oliekens, Victor Schiferli, Oswin Schneeweisz, Joost Verheul, Martijn de Vries, Anouk van Wechem, Edwin Walvisch, Dorine van der Wind, Cees Zoon **Uitgevers** Marlies Bonnikke en Bob van der Burg Voorwaarden Zoals die door Punta Est Publishers zijn gedeponneerd bij de KvK **Advertenties** Patricia Rijkse **Lithografie en druk** Thieme Amsterdam.



Ex-wonderkind innoveert door

Er worden elke dag weer nieuwe wegen ingeslagen op het internet en de mobiele telefonie. Een voorbeeld hiervan is Ben Woldring. Hij is de uitvinder van Bellen.com, waar menig Nederlander heeft uitgezocht wat voor hem of haar het voordeligste mobiele abonnement is.

TEKST HERBERT BLANKESTEIJN BEELD EDWIN WALVISCH

»

Ondernemer Ben Woldring stapt uit zijn zakenauto bij zijn favoriete plek Noordpolderzijl, het noordelijkste puntje van Nederland. Hier neemt hij ook vaak buitenlandse gasten mee.



BEN WOLDRING WAS op 13-jarige leeftijd geïnteresseerd in mobiele telefonie en in websites maken, dus maakte hij een website over mobiele telefonie. Hij belandde in het tv-programma Kassa en daarna kwam het succes vanzelf. Op 22-jarige leeftijd staat hij aan het hoofd van een imperium dat buitenlandse expansie voorbereidt.

Zijn onderneming Bencom is een bedrijf dat vijftien jaar geleden niet eens had kunnen bestaan: het bestaat dankzij mobiele beltechnologie, dankzij een geliberaliseerde telecommarkt en dankzij het web.

Wie Ben Woldring wil bezoeken, moet beschikken over enig uithoudingsvermogen. Zijn bedrijf is gevestigd in het Noord-Groningse Usquert. Een wonderlijke locatie, want niet bepaald een hightechomgeving. Innovatieve bedrijven plegen elkaars nabijheid op te zoeken op bedrijventerreinen, scienceparks en toplocaties in grote steden. Is die afgelegen ligging voor Woldring niet problematisch? "Het grote voordeel van die rustige omgeving is dat je kunt nadenken zonder veel gestoord te worden omdat je naar een overleg of naar een feestje moet. Je stapt niet zo heel makkelijk in de

auto om naar een congres te gaan, dus dat doe je heel weloverwogen. En het is natuurlijk een prachtige omgeving. Mij hoor je niet klagen."

Maar wat vinden die directeuren uit de telecomwereld die zo nu en dan naar Usquert gaan en erachter komen dat het vanaf Groningen nog een half uur rijden is? Volgens Woldring komt die lange reistijd de voorbereiding alleen maar ten goede. Meestal heeft men een chauffeur, dus de reistijd wordt nuttig gebruikt (Woldring zelf wordt nog weleens gereden door zijn vader). Bovendien:

'Het grote voordeel van die rustige omgeving is dat je kunt nadenken zonder veel gestoord te worden omdat je naar een overleg of naar een feestje moet'

wie zo ver moet reizen, is gemotiveerd om er wat van te maken.

Toch maken de meeste bedrijven een andere keus, namelijk die voor fysieke nabijheid van leveranciers, opdrachtgevers en zelfs concurrenten. Elkaar kunnen ontmoeten is belangrijk. Wat, behalve Ben Woldring als bezienswaardigheid, maakt zijn bedrijf Bencom bijzonder? "Het is soms goed om lef te hebben. Als ik alles heel weloverwogen had gedaan, had ik in 1998 misschien niet eens Bellen.com gelanceerd. En uiteindelijk maakt het niet uit waar je zit. Dit bedrijf zou overal ter wereld kunnen zitten en toevallig is het Usquert geworden. Zelfs personeel werven blijkt geen probleem te zijn."

Bencom, het moederbedrijf, exploiteert op dit moment acht websites. Behalve Bellen.com, de oudste, zijn daar Vakantiebellen.com (roamingtarieven), Internetten.nl, Breedbandgekte.nl (combinaties van internet en bellen), Totaalwijzer.nl

(internet, internetbellen en internet-tv), Digitelevisie.nl (digitale tv) en Gaslicht.com en Energiewereld.nl (energietarieven). Het businessmodel is steeds hetzelfde: de informatie over tarieven en aanbiedingen trekt 25.000 tot 30.000 unieke bezoekers per dag, en daar komen adverteerders uit de kring van aanbieders op af. Bencom is een miljoenenbedrijf en de groei loopt in de tientallen procenten.

Niet elke Bencom-site is direct succesvol, zoals Bellen.com dat was. Internetten.nl kostte het eerste jaar

alleen maar geld. Woldring werd geconfronteerd met gratis internet; de cd's daarvoor werden weggegeven bij de benzinepomp, bij tijdschriften, bij banken enzovoort. De aanbieders adverteerden nauwelijks, dus er viel geen droog brood te verdienen. Ben Woldring: "We zijn doorgegaan omdat ik erop vertrouwde dat de markt zou overgaan op abonnementen, met de opkomst van kabel en adsl. Dat is gebeurd en Internetten.nl is nu een succesvolle tak binnen de onderneming."

Hoog tempo

Acht websites in acht jaar, dat is een behoorlijk tempo van innovatie. Is dat nou echt nodig? Met Bellen.com had Woldring toch slapend rijk kunnen worden? "Nee. Er zijn weinig markten zo in beweging als de onze. Er komen nieuwe abonnementsstructuren, nieuwe toestellen, kabel-aars gaan aan telefonie doen, telecombedrijven stappen in de tv-markt. >>

ANDERE VOORBEELDEN VAN
INNOVATIEVE BEDRIJVEN OP DIT
GEBIED

YouTube (www.youtube.com)

Dé sensatie van 2006 was de Amerikaanse start-up YouTube. Bij YouTube kunnen gebruikers hun video uploaden, zodat de hele wereld ze kan zien. Opgericht in februari 2005 vertoonde het bedrijf een groei die zelden is vertoond. Medio 2006 werden er dagelijks 65.000 video's geplaatst en werden er honderd miljoen bekeken. Het succes van YouTube spreekt niet vanzelf. Er zijn meer videodiensten die ongeveer hetzelfde doen, maar ze staan allemaal in de schaduw van YouTube. YouTube blijkt de beste combinatie te hebben gevonden van belangrijke factoren. Zo kunnen klanten hun video in allerlei formaten aanleveren, waarna ze door YouTube worden gestandaardiseerd. En makers van websites kunnen heel gemakkelijk video's van YouTube in hun eigen pagina's opnemen. Eind 2006 heeft Google YouTube gekocht voor het duizelingwekkende bedrag van 1,65 miljard dollar. Of Google dit gaat terugverdienen, is de vraag; YouTube heeft nog niet veel inkomsten. Advertenties moeten in de toekomst geld gaan binnenbrengen.

reld, Gaslicht.com. Een grote stap, en naar een heel andere branche, zou je zeggen. Maar Woldring vindt dat de energiesector sterk lijkt op die van de telecom. "Er zijn verschillende aanbieders, de markt is geliberaliseerd, je kunt overstappen, je krijgt ermee te maken als je verhuist, enzovoort. Met Bellen.com ben ik begonnen toen de mobiele markt werd vrijgegeven. Dus toen dat ook met de energiemarkt gebeurde, begon het te prikkelen... En nu hebben we Gaslicht.com met informatie over de tarieven, hoe eenvoudig het is om over te stappen. En

'Er bestaat nu een oerwoud aan tarieven, wat betreft prijs, snelheden en dergelijke. Ik ben ervoor dat het eenvoudig wordt, door het toepassen van bundels, zodat mobiel internet echt kan doorbreken'

Over mobiel internet wordt al lange tijd gepraat, maar pas langzamerhand zie je dat mensen het gaan gebruiken. Wij móeten innoveren om dat te volgen. Maar het is ook belangrijk met leuke, nieuwe toepassingen te komen, bijvoorbeeld een aparte website voor mensen die voor een nieuwe woning een compleet 'triple play' (tv, internet en telefonie) -pakket willen afsluiten"

Ben Woldring is een ondernemer die het leuk vindt nieuwe dingen te verzinnen. Nieuwe concepten bedenken, oude aanpassen. "Dat geeft al een kick, maar natuurlijk helemaal als het succes volgt. Ik ben niet een persoon die gelukkig wordt als dingen lang hetzelfde blijven. En de mobiele wereld zit niet stil, dus daar móét je voorop blijven lopen."

Tot voor kort hadden alle Bencom-sites met telecommunicatie te maken. Een recent initiatief is de prijsvergelijker voor de energiewe-

met andere dingen waarvan we al wisten dat ze succesvol waren op gebied of internetgebied, zoals een topvijf van goedkoopste aanbieders."

Concurrentie

Omdat er wel nieuwe expertise moest worden opgebouwd, nam Woldring de tijd. Inmiddels waren er al enkele vergelijkers actief en moest Bencom vechten om ertussen te komen. Een probleem dat deels werd opgelost door een van de concurrenten, Energiewereld.nl, over te nemen. De energiebedrijven waren blij met de komst van de nieuwkomer uit Groningen, vertelt Woldring: "Die hadden gezien wat voor rol wij speelden in de telecommarkt. En wij konden natuurlijk gebruikmaken van het publiek op onze andere sites: die konden we erop attent maken dat ze óók op energie konden besparen." Synergie dus, waarvan niet in de laatste plaats X



Hyves (www.hyves.nl)

Een van de grootste Nederlandse succesnummers is Hyves. Hyves is een voorbeeld van een site voor 'social networking'. Wie zich als gebruiker meldt, kan een lijst van vrienden aanleggen (die ook een account bij Hyves moeten hebben). Vrienden kunnen elkaar berichten sturen, elkaars foto's en video's bekijken en kennismaken met elkaars vrienden.

Een opmerkelijke, recente ontwikkeling is de ontdekking van Hyves door politici. De meerderheid van de kandidaten voor de recente Kamerverkiezingen was aanwezig op Hyves.

Balkenende en Bos hebben elk tienduizenden vrienden. Andere politici moeten het met minder doen, maar de meesten proberen via foto's, video's en geschreven bijdragen contact met de jonge doelgroep te houden.

Hyves werd in 2004 opgericht en is in korte tijd gegroeid naar meer dan twee miljoen gebruikers. Volgens medeoprichter Raymond Spanjar blijft Hyves aantrekkelijk doordat de site regelmatig blijft innoveren. Zo is het sinds kort mogelijk om Hyves te gebruiken vanaf de mobiele telefoon.

Ook Hyves bekommert zich nog niet al te veel om geld verdienen. Het verzamelen van zoveel mogelijk gebruikers heeft prioriteit.

Bencom zelf kon profiteren.

Intussen blijft de telecom voorlopig de core business. Behalve aan innoveren denkt Ben Woldring, uitgeroepen tot Europa's beste jonge ondernemer van 2006, inmiddels ook aan expansie. Dankzij het ingewikkelde geheel van abonnementen, kortingen, toestelprijzen, sms-bundels, mms-bundels, internetbundels en breedband op de Nederlandse telecommarkt heeft Bencom nu software die goed in staat is om die zaken met elkaar te vergelijken. "De stap naar het buitenland ligt nu voor de hand", zegt Woldring. "En die gaan we

'Videoconferencing gaat eindelijk doorbreken, om te beginnen in het bedrijfsleven. Het bespaart zóveel tijd en zóveel vliegtickets, dat verdienen je zo terug'

dan ook binnenkort nemen." In België is Bencom al actief, nu zijn Duitsland en Engeland aan de beurt.

Toekomstvisies

Een belofte voor de toekomst is volgens bijna iedereen in de telecombranche het mobiele internet. Woldring is het daarmee eens, maar als tarievenwatcher is hij wel voorzichtig. "Zoals je kunt zien op Internetten.nl bestaat er nu een oerwoud aan tarieven, wat betreft prijs, snelheden en dergelijke. Ik ben ervoor dat het eenvoudig wordt, door het toepassen van bundels, zodat mobiel internet echt kan doorbreken. De hoge en ingewikkelde tarieven zijn nog een struikelblok. Het probleem is: zodra je vrij mobiel kunt surfen, zou dat weleens het einde kunnen zijn van de belminuut. Want dan kan iedereen goedkoop internetbellen met zijn mobieltje. Dan zou je ook tv kunnen gaan kijken via

YouTube en dergelijke. Met als gevolg dat het dataverbruik zou kunnen exploderen, en het is de vraag of de netwerken daar klaar voor zijn. Het is ook de vraag of de aanbieders er klaar voor zijn: of ze al genoeg van hun investeringen hebben terugverdiend. Voorlopig willen ze greep houden op wat hun klanten doen." De enige die daar anders over denkt, is T-Mobile. Deze aanbieder heeft een 'flat fee' van 10 euro per maand voor dataverkeer, zij het in combinatie met een relatief duur gsm-abonnement.

Mobiel betalen is een volgend potentieel succes, denkt de jeugdige ondernemer. Het mobieltje wordt een multifunctioneel apparaat waarmee je niet alleen belt en sms't maar ook foto's neemt en dat soort zaken. Woldring: "Betalen met je mobieltje en je identificeren met je mobieltje volgen daar logisch op. Je moet dan niet verwachten dat je mobiele aanbieder opeens voor bank gaat spelen)



Boven: Met zijn moeder, die in het bedrijf meewerkt
Deze foto: Pianospelen is zijn favoriete vrijetijds-
besteding. Het vormt een rustpunt in zijn hightech-
bestaan



Second Life (www.secondlife.com)

In Second Life kun je een tweede leven opbouwen in een driedimensionale, virtuele wereld. Je wordt vertegenwoordigd door een pop, een 'avatar', die je zelf mag ontwerpen. Met deze avatar kun je een leven opbouwen: een huis bouwen of kopen, inrichten, boodschappen doen en vooral je vermaken. Second Life heeft een uitgaansleven, vakantieoord en je kunt er zelfs computergames spelen. De maker van het spel, Linden Labs, verdient veel geld met Second Life; iedereen die zich er wil vestigen, moet een maandelijks bedrag betalen van tien dollar. Ook land moet je kopen, evenals kleren en toegang tot evenementen. Het spel heeft een eigen valuta, de lindendollar, en ook die is te koop. Het aantal gebruikers is op jaarbasis vertienvoudigd en bedraagt nu meer dan anderhalf miljoen. Er is een heuse economie ontstaan, zodat het meer is geworden dan een spel. Veel bedrijven hebben er inmiddels een vestiging, die ze gebruiken als winkel en/of pr-instrument, en soms ook voor vergaderingen of opleidingen. Er zijn ook bedrijven die alleen in Second Life bestaan – ze maken meubels, kleren of lichaamsdelen voor avatars – en die hun oprichters een goede boterham bezorgen.



en dat je elk colaatje met je mobiel moet afrekenen. Het komt erbij. Via sms wordt het mobieltje al gebruikt als betaalmiddel, en dat wordt in de toekomst verder ontwikkeld door de banken en telecombedrijven.”

Woldring verwacht verder dat videoconferencing eindelijk gaat doorbreken. “Niet in de vorm van een postzegeltje op een scherm, maar in de vorm van breedbeeldschermen in een speciale studio, om te beginnen in het bedrijfsleven. Het bespaart zoveel tijd en zoveel vliegtickets, dat verdient je zo terug. Ik heb in Parijs demo's gezien en dat ziet er super uit. Je kunt elkaar bij wijze van spreken een hand

geven. Het vervangt niet de telefoon, en ook niet alle reizen, maar het wordt een extra kanaal.” De breedband die hiervoor nodig is, ligt tegenwoordig bijna overal. Zo'n systeem kost nu nog tonnen, maar de prijzen zullen de komende tijd sterk dalen.

“Als dat gebeurt”, zegt hij, “zal het om te beginnen gemeengoed worden in het bedrijfsleven. En daarna is de consument aan de beurt, zeker als de apparatuur handzamer wordt. Zo is het ook gegaan bij mobiele telefonie. Over een jaar of twee, drie moet het voor het bedrijfsleven ingeburgerd zijn. Voor hier in Usquert zie ik het in elk geval helemaal zitten.” □