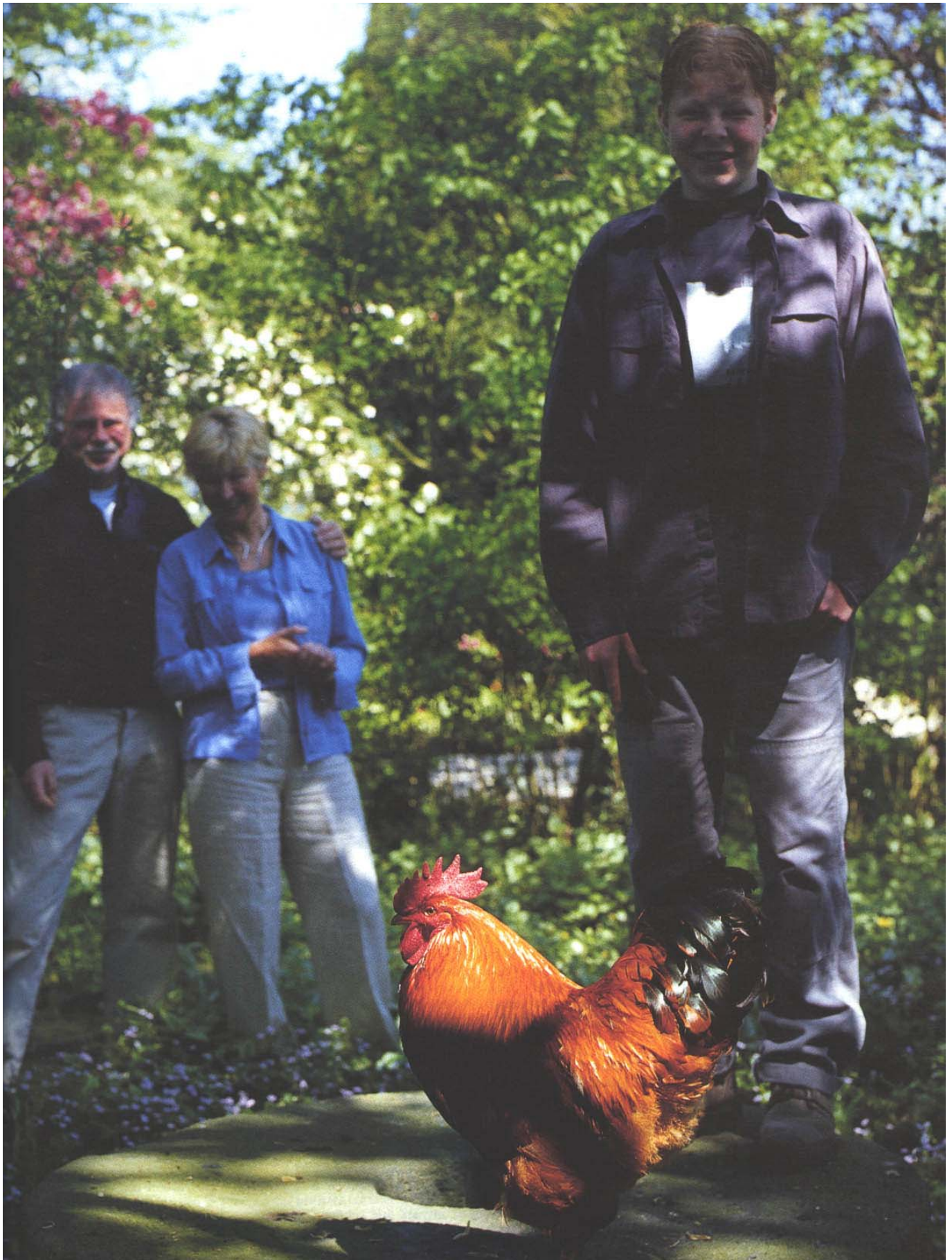




Internet lijkt zo mooi. Het is gratis en er staat heel veel handige informatie op. Maar achter de schermen wordt er uitgebreid handel gedreven. Achter de onbaatzuchtigheid gaat een onzichtbare geldstroom schuil. Het gaat soms om een paar centen per bezoeker, soms om veel meer.

De internetdokter krijgt per consult vijfhonderd gulden van zijn sponsor.

Ben Woldring heeft de baard in de keel gekregen. Het is ergens in het afgelopen jaar gebeurd, maar zijn ouders Jan en Jeanet hebben het niet gemerkt. 'Wij hoorden laatst een radio-interview terug dat Ben begin vorig jaar gaf,' zegt Jeanet. 'Hij klonk toen nog echt als een kind, met zo'n hoog stemmetje. Hij klinkt nu als een man.' Ben is een 'zakenman' van vijftien jaar oud, zit in 3 vwo en heeft een internetbedrijf. Bencom geeft via drie internetsites adviezen over goedkoop bellen en internetten. Een financieel specialist heeft begin dit jaar de waarde van zijn bedrijf geschat op minimaal twee tot twee en een half miljoen gulden. 'Je slaat ervan achterover als je dat hoort,' zegt Ben. 'Heel veel mensen zeggen dat het bedrag wel klopt, dus het zal wel waar zijn.' Bij de waardering van internetbedrijven wordt gekeken naar het aantal bezoekers dat de site dagelijks trekt. Bellen.com, Belwijzer.nl en Internetten.nl samen krijgen drieduizend surfers per dag. Op de markt wordt een bedrag van tweehonderd tot tweeduizend gulden per bezoeker betaald, zegt Geert-Jan Bruinsma die naar eigen zeggen dagelijks tienduizend mensen lokt met zijn hotelsite Bookings.nl.

Het goedkoopste zijn de websites waarmee mensen het internet opgaan, zoals Startpagina.nl. Startpagina registreert ook pc-gebruikers die hun internetbrowser openen om naar het e-mailadres op Hotmail.com te gaan. Het duurste zijn websites waar mensen speciaal op afkomen om iets te kopen. Daar horen ook Bookings.nl en de websites van Bencom bij. Op basis van deze schatting is Ben een scholier van zes miljoen.

Jeanet Woldring slikt zichtbaar als het miljoenenbezit van Ben ter sprake komt. 'Het zijn natuurlijk virtuele miljoenen,' zegt zij dapper. 'Ook ons huis is enorm in waarde gestegen, maar we doen daar niets mee. Bencom is de hobby van Ben. Het is zijn lust en zijn leven. Hij doet er geen afstand van.'

Maar de zoon denkt groter dan zijn moeder. 'Er is niets mis mee om je bedrijf te verkopen,' oordeelt Ben. 'Het kan noodzakelijk zijn om een partner te zoeken om internationaal te groeien. Mijn sites zouden het ook in andere Europese landen goed doen, maar dat kan ik niet alleen af. Ik zou wel bij mijn bedrijf betrokken willen blijven.'

De familie Woldring woont in Usquert, een dorp met vijftienhonderd inwoners in Noord-Groningen. 'Ik heb dit huis in 1976 voor een prikkie gekocht,' vertelt Jan, 'want niemand wilde hier wonen.' Op het erf lopen de kippen onder een staalgrijze hemel. In Usquert is telefo-

ren ongetwijfeld een populaire bezigheid. In 1998 klaagde pa Woldring thuis over de hoge telefoonrekeningen. Junior wees hem op advertenties in de krant voor goedkope bellen en kort daarna maakte hij, geïnspireerd door de computerles op school, een website waarin telefoontarieven vergeleken werden. 'In het begin werd de site maar één keer per week bezocht,' herinnert Ben zich, 'en meestal was ikzelf die ene bezoeker.'

Een onverwacht optreden van Ben op de televisie bracht de zaak aan het rollen. Nu staan er wekelijks journalisten en cameraploegen op de stoep. Het begon als 'gewoon een ideeetje' (Jeanet) met 'saai cijfertjes' (Jan), maar het is een echt succesverhaal geworden. 'Ik heb Usquert op de kaart gezet,' stelt Ben. Sinds enige tijd sponsort hij het veteranenteam van de lokale tennisclub. De vijfendertigplussers van Usquert spelen in een T-shirt van de internetmagnaat die zich nog altijd niet scheert.

Nu draait alles om de onderneming van Ben. Jeanet heeft haar baan als schooljuf opgezegd en gaat vanaf deze zomer in het bedrijf van haar zoon werken. Zij zal zich met de administratie bezig gaan houden, want Ben blijft bedrijfsleider. 'Dan kan ik mijn moeder ontslaan,' zegt hij lachend en krijgt direct een rood hoofd. Het blijft een feit: Ben kan zich zijn moeder gemakkelijk veroorloven. Internet kan heel winstgevend zijn. De telefoonadviezen worden gratis verstrekt, maar de sitehouder krijgt wel een aanmeldpremie en soms ook provisie van het telefoonbedrijf voor iedere aangeleverde klant. Precieze bedragen wil Ben niet noemen. 'Iedere klant levert een paar tientjes premie op en circa één procent van de bezoekers wordt klant,' zegt een andere internetondernemer met een vergelijkbare site. De sites van Ben trekken een miljoen bezoekers per jaar. Tienduizend klanten maal twintig gulden levert twee ton per jaar op.

En dan zijn er nog de advertenties. Op de vele webpagina's van Bencom staan enkele tientallen reclameblokken (banners). Een banner levert per bezoeker per dag drie tot vijf cent op, vertelt directeur Govert van Eerde van internetreclamebureau 24/7 Benelux. Stel dat elke surfkast gemiddeld twee banners a drie cent tegenkomt op de sites van Bencom. Een miljoen bezoekers maal zes cent is zestigduizend gulden. 'Ben Woldring is flink zijn zakken aan het vullen,' zegt Van Eerde met lichte jaloezie in de stem.

Ben heeft na anderhalf jaar ondernemen geleerd wat geheimhouding is. Hij noemt geen cijfers, verbergt snel sommige papieren op zijn bureau en streept van tevoren gegevens door op een brief die hij wel laat zien. 'Mensen kunnen nog zo aardig lijken,' zegt hij, 'maar je moet toch voorzichtig zijn.' Ook een aardig mens is Durk Jan de Bruin. Net als Ben Woldring begon hij in 1998 een website die later zeer populair zou worden, Startpagina.nl. Startpagina geeft een overzicht van links naar de beste websites, keurig verdeeld in rubrieken als vakantie, muziek, beurs, huisdieren en ook telefonie. Bezoekers kunnen door een klik met hun computermuis terechtkomen op de vermelde site. In het voorjaar van 1999 kwam Ben in contact met Durk Jan. De site bellen.com mocht bij wijze van proef twee weken op Startpagina staan. Daarna was het voorbij.

'Ik heb Durk Jan regelmatig een e-mail gestuurd,' vertelt Ben, 'maar hij wilde mijn site niet meer opnemen in zijn overzicht. Volgens mijn vrienden is er geen dagelijkse behoefte aan jouw site, zei hij telkens. Later las ik in de krant dat hij er geld voor wilde hebben. Dat is niet netjes, want de bezoekers denken dat het een objectieve selectie is.'

De zevenendertigjarige De Bruin wordt hard op zijn plaats gezet door de meer dan twee keer zo jonge Woldring. 'De Bruin heeft zijn succes te danken aan de honderden vrijwilligers die informatie verzamelden voor Startpagina. Hij verbodt het de vrijwilligers om geld te vragen voor links, maar zelf deed hij het wel.' Een betaalde link kostte tussen de duizend en vijftienduizend gulden per maand, blijkt uit berichten in de pers. Van Eerde berekent de winst van Startpagina op anderhalf miljoen per jaar. Begin april sloot De Bruin een contract met uitgeverij VNU voor de verkoop van Startpagina. De opbrengsten worden geschat tussen de dertig en zeventig miljoen. 'De verleiding is op een gegeven moment veel te groot geworden voor De Bruin,' zegt Ben Woldring met een meewarig gezicht. 'Hij moet gedacht hebben: ik ben binnen. Maar het is toch heel grof als je het geld allemaal in je eigen zak steekt en niet deelt met de mensen met wie je het bedrijf samen hebt opgebouwd.'

Maar als zakenman kan Ben wel waardering opbrengen voor De Bruin. 'Startpagina was zijn idee. De verkoop aan VNU levert slechte publiciteit op, maar Startpagina profiteert daar ook van. Het aantal bezoekers is gestegen van zeshon-

derduizend naar zevenhonderdduizend.' Kortom, iedere publiciteit is goede publiciteit.

Circa driehonderd vrijwilligers zijn in opstand gekomen tegen De Bruin en de VNU. De aangeboden beloning van duizend gulden per persoon doen zij af als een fooi. 'Volgens mijn berekeningen levert Startpagina tien tot twintig miljoen per jaar op,' zegt rebellenleider Hans-Wouter van Dam.

De honderden 'verontruste dochters' van Startpagina eisen een vergoeding van vijftienduizend gulden per persoon. Van Dam: 'Dat bevechten we eventueel via de rechter, als dat haalbaar is.' Het actiecomité gaat een concurrerende Startpagina oprichten en heeft de verontruste dochters opgeroepen zich hierbij aan te sluiten.

Het commerciële succes heeft Startpagina een knauw gegeven. Van onbaatzuchtigheid is weinig sprake meer en ook Van Dam is zich daarvan bewust: 'Ik vind het niet goed om mensen te misleiden. Als er voor een link betaald is, hoor je dat duidelijk aan te geven. Maar ik voeg er nadrukkelijk aan toe dat dit mijn persoonlijke mening is. Ik weet niet hoe de anderen daarover denken. Wij zetten ons niet af tegen het verdienen van geld.' De kleine Ben heeft zijn oordeel klaar: 'Die verontruste dochters willen ook gewoon geld zien. Daar gaat het hun om. Iedereen is uit op geld.'

Woldring junior weet dat het niet alleen in de wereld van internet zo gaat. 'Het is al fout gegaan met de komst van commerciële omroepen op de televisie. Ik werd vorig jaar opgebeld door Veronica. Ik mocht optreden in een televisieprogramma, maar dan moest ik wel tienduizend gulden betalen. Dat heb ik geweigerd. Een maand later belden ze weer op. Ze hadden een telefoonbedrijf gevonden dat voor mij die tienduizend gulden wel wilde sponsoren. Ik hoefde alleen maar een T-shirt aan te trekken met hun logo erop. Dat wilde ik niet. Na weer een maand mocht ik uiteindelijk voor niets in de uitzending van Veronica komen.'

Een gevestigd uitgeverijbedrijf als VNU hoeft op internet het wiel niet uit te vinden. Het recept is al beproefd bij de damesbladen als *Margriet*. Op de VNU-site Gezondheidsplein.nl kunnen bezoekers vragen stellen aan een arts. In werkelijkheid gaat het hier niet om een onafhankelijk advies. De adverteerder kiest de dokter en het thema uit. 'Dit model geeft u alle mogelijkheden om uw product onder de aandacht van een breed publiek te brengen,' schrijft de VNU in een folder voor adverteerders. Ook het contact met de sitebezoekers wordt afgehandeld in

Geld achter het scherm