

# De hele wereld o

Het Nederlandse eBuddy is mondiaal marktleider in webbased chatten, met 38 miljoen gebruikers, van wie 2,8 miljoen in Nederland. Een eerste financiële ronde langs investeerders leverde vijf miljoen euro op voor internationale expansie. Maar... wie of wat is eBuddy?

[DOOR ROB BEEMSTER]

**G**rote delen en losse stukken in zwarte, plastic kokers liggen op een stapel in het riant onderkomen aan de Keizersgracht. Ze zien eruit als onderdelen van een lanceerinstallatie voor raketten. Verbazingwekkend dat je met die bagage probleemloos langs de Amerikaanse douane kunt komen. Nou ja, een paar vragen moesten er wel beantwoord worden. Maar het is gelukt, en met een goed gevoel keerde men terug op het Amsterdamse kantoor.

Zo'n zeshonderd visitekaartjes schat Jan-Joost Rueb, ceo en medeoprichter van het Nederlandse eBuddy, in een week tijd te hebben verzameld bij zijn eerste deelname aan de AdTech in New York. Aan de verwachtingen is daarmee ruimschoots voldaan. Het was best een gok, erkent Rueb. Het blijft toch een hele investering. Voorheen deden ze dat anders. Waren ze er een paar keer ook bij, maar toen altijd in de rol van bezoekers. Kaaptten ze stiekem klantjes weg bij grote exposanten. Maar een start-up kan zich een dergelijke guerrilla-aanpak wel permitteren.

Kleine bedrijven worden echter groot. Een recente financieringsronde

bracht eBuddy vijf miljoen euro in het laatje. Niet dat de mogelijkheden daardoor onbeperkt zijn, maar ze zijn wel veel ruimer geworden. Dus werd er een stand in elkaar gezet en daarmee ging eBuddy voor zijn eerste beursdeelnamen naar New York. Het plan is om de complete AdTech-cyclus van zes shows per jaar wereldwijd te gaan volgen, om zo de internationale groei een tandje hoger te schakelen. 'Het betekent een stevige investering, maar ik heb het gevoel dat het dat waard is', zegt Rueb.

## VIRALE WERKING

Ebuddy is een programma voor webbased chatten. Chatten zonder de applicatie op de pc te installeren. Met eBuddy krijgen gebruikers van AOL, MSN en Yahoo via een browser toegang tot hun chatdiensten. Doordat downloaden van software niet nodig is, kunnen ze op elke computer of mobiele telefoon chatten, waar ook ter wereld. Handig voor scholieren, veruit de grootste groep gebruikers. Daarnaast wordt eBuddy veel gebruikt op het werk en door reizigers. Kortom, al die chatters die achter een pc zitten maar die geen software mogen installeren.

Sinds de introductie van het programma tweeënhalve jaar geleden, gaat het razendsnel. Wereldwijd zijn er 38 miljoen geregistreerde gebruikers, van wie 2,8 miljoen in Nederland. Op een doorsnee dag komen er 70 duizend nieuwe gebruikers bij. Zonder dat de makers daar al te veel voor hoeven te doen, de aanwas komt volledig via de virale werking van het internet, verklaart Rueb. De groei van eBuddy valt inmiddels op. Het bekende technologie-tijdschrift Red Herring gaf het bedrijf prominente aandacht in een coververhaal over Europese 'next-generation internet entrepreneurs'.

De grens is nog lang niet bereikt. Rueb ziet een onmiskenbare beweging richting webbased diensten. Die trend, in combinatie met de wereldwijde groei van het chatten zal het aantal gebruikers van eBuddy verder aanjagen. 'Wereldwijd zijn een half miljard mensen aan het chatten, de verwachting is

dat dit in de komende drie tot vijf jaar zal verdrievoudigen. Het merendeel van de gebruikers, 80 procent, is tussen 13 en 24 jaar.' Zelf behoort de alweer 34-jarige Rueb niet tot de doelgroep. Zijn neefjes van tien en vijftien jaar wel; die ziet hij nagenoeg elke dag wel langskomen.

## ARME BRAZILIANEN

Met de aantallen bezoekers die eBuddy inmiddels trekt, begint het bedrijf ook een speler van belang te worden op de online-advertentiemarkt. Wereldwijd verkopen de Amsterdammers bijna 1 miljard bannerimpressies per maand. Maar de tarieven lopen enorm uiteen. In aantallen gemeten is Brazilië veruit het grootste land: 700 duizend gebruikers loggen maandelijks in om te chatten met eBuddy. Samen zijn ze goed voor bijna 120 miljoen pageviews. 'Maar die zijn dus helemaal niets waard', verzucht Rueb.

In Nederland betaalt de adverteerder gemiddeld vier euro per duizend kijkers, in Brazilië is dat een stuk minder. De doorsnee Braziliaan heeft nu eenmaal weinig geld te besteden en is dus voor adverteerders minder interessant. Zolang er niet al te veel geld bij moet, is het uit strategisch oogpunt relevant om er aanwezig te blijven. Rueb: 'Uiteindelijk moet er toch een adverteerder zijn voor wie al die miljoenen pageviews interessant zijn.' Hij speelt verder met het idee om een wereldwijde propositie aan te bieden. Dat zou interessant zijn voor een merk dat wereldwijd kan adverteren op alle lokale sites.

Het merendeel van de verkoop loopt via internationale online sales-netwerken. Het streven van eBuddy is echter om zoveel mogelijk directe contacten met mediabureaus en adverteerders te onderhouden. In Nederland is de afgelopen zomer de verkoop al in eigen hand genomen. Dat loopt volgens Rueb 'best goed', al blijft het lastig om adverteerders te overtuigen.

Chatten biedt allerlei targeting-mogelijkheden die adverteerders nog moeten ontdekken. Eén miljoen gebruikers in de database van eBuddy staan bij



# Wat met eBuddy



eBuddy oprichters Jan-Joost Rueb (links) en Onno Bakker op de cover van het bekende technologie-tijdschrift Red Herring.

voorbeeld te boek als frequente reizigers. eBuddy ontleent die kennis aan het feit dat zij regelmatig inloggen vanuit verschillende landen. Een positie die je kunt targeten op reizigers is voor KLM veel waard.

Het belangrijkste criterium voor doelgroepsselectie is leeftijd. Chatten is bij uitstek de manier om jongeren te bereiken, weet Rueb. 'De tijd dat iemand op de site bezig is, is ook best lang. Zo'n tien minuten. Je hebt dus best wat zendtijd, waar je iets mee kunt doen.' Behalve op leeftijd kun je ook targeten op locatie. 'Omdat veel jongeren chatten met de pc op school, bieden wij een van de weinige kanalen waarmee je leerlingen op school kunt bereiken.'

#### INTERNATIONALE EXPANSIE

De belangrijkste landen voor eBuddy zijn Groot-Brittannië en Nederland. In

Engeland wordt momenteel een verkoopkantoor opgezet. Op langere termijn is het de bedoeling om ook in België, Frankrijk, Scandinavië en Spanje meer directe sales te gaan doen. De grote uitdaging voor de komende jaren is de VS.

Een deel van de vijf miljoen euro vers kapitaal wordt besteed aan het vergroten van de naamsbekendheid. Een ander deel is voor investeringen. De eerste stap is inmiddels gezet door de inrichting van een tweede servercentrum in San Francisco. Op Schiphol heeft eBuddy honderd servers draaien voor het verwerken van het chatverkeer in Europa en vanuit deze locatie werd ook de VS bediend.

Rueb: 'Via glasvezel gaat dat met de snelheid van het licht, maar heen en weer duurt dat toch nog altijd een fractie van een seconde. Te lang als je aan het chatten bent. Vandaar de investe-

ring in een tweede servercentrum. Van daaruit bedienen we ook de markt in Azië. De user experience gaat omhoog en we zien een versnelling van de groei. Al hebben we nog niet de naam die we hier hebben.' Als het lukt om steviger voet aan Amerikaanse grond te krijgen, kan het snel gaan. 'Doel is binnen anderhalf jaar het aantal gebruikers en omzet te verdubbelen. Daarmee zetten we tegelijk een bedrijf neer dat vier keer zo groot is als nu.'

Behalve op internationale expansie zet eBuddy zwaar in op mobiele toepassingen. Op dit moment heeft eBuddy volgens eigen zeggen vijf miljoen mobiele chatters. Terwijl het nog best

**'Wij bieden een van de weinige kanalen waarmee je leerlingen op school kunt bereiken'**

lastig is om op je Nokia in sms-stijl te chatten. Verbetering van de mobiele toepassingen moet het gebruik van chat op de mobiel verder aanjagen, de helft van het opgehaalde geld wordt hieraan besteed. Het ontwikkelen van een mobiele toepassing is een ingewikkeld verhaal, vanwege alle typen mobiele telefoons en mobiele platforms.

Rueb is ervan overtuigd dat de investeringen hun geld zullen opleveren. Ook al moet de markt voor mobiel adverteren nog van de grond komen. 'In New York heb ik gemerkt dat er veel vraag is naar mobiele advertentieruimte. Er is nu nog een beperkt aanbod. Naast de portals van de mobiele aanbieders, heb je weinig bereik. Wij hebben er ook best lang over getwijfeld, maar inmiddels zijn we overtuigd dat adverteerders ook op de mobiel hun advertenties willen zetten.'



#### Nederlander heeft 168 buddies

De gemiddelde Nederlandse jongere heeft 168 MSN-buddies, zo blijkt uit een analyse van de database van eBuddy. Tijdens z'n vlucht naar New York heeft Jan-Joost Rueb alle log-ins van een dag verzameld en vier uur lang zitten turven. Een internationale vergelijking maakt allerlei verschillen zichtbaar. Zo blijken chatters in Brazilië veel meer buddies te hebben dan in Duitsland. Ook de chats verschillen in lengte. Aziaten chatten veel langer dan Duitsers.