RAYMOND SPANJAR

VAN 3 NAAR 10.000.000 VRIENDEN

'VOOR EEN IEDER DIE MIJMERT OVER ZAKELIJK SUCCES OF OP HET STRAND GEWOON EEN SPANNEND JONGENSBOEK WIL LEZEN!'
JORT KELDER

CARRERA

MET NIEUW VOORWOORD OVER DE BEURSGANG VAN FACEBOOK

Over *Van 3 naar 10.000.000 vrienden*

'Ooit begon ik als eerste politicus met Hyves. Nu doet elke politicus wel iets met sociale media. En als je het niet doet, heb je het niet begrepen!'
Wouter Bos

'Super om te lezen hoe de mannen van Hyves destijds het avontuur zijn aangegaan.'
Nicolette van Dam

'Het is een inspirerend en historisch verslag. Een must voor politieke dieren en campagnemensen!'
Jack de Vries

'Vuile ploert! Stuur me de tekst over mij of ik start een rechtszaak.'
Michiel Frackers, oprichter Planet Internet

'Het Hyvesquake-feest had ik echt voor geen goud willen missen! Ik baal er alleen nog steeds van dat ik me niet in aandelen heb laten uitbetalen. :-)'
Dj Roog

'Het is een feest om dit boek te lezen. De wet van Boekhoorn in optima forma en verplichte kost voor ondernemer!'
Marcel Boekhoorn

'In het boek geeft Raymond heel goed weer hoe Hyves het grote voorbeeld voor elke Nederlandse entrepreneur kan zijn. Gedrevenheid om te slagen, passie voor het product, uitstekend inzicht in de markt en solide kameraadschap liggen ten grondslag aan een bedrijf dat vrijwel als enige ter wereld andere sociale networks op afstand weet te houden. Zonder meer waard om gelezen te worden voor inzicht in wat jonge ondernemers bezig houdt.'
Werner Vogels, Chief Technology Officer Amazon.com

Van 3 naar 10.000.000 vrienden

Dream alone and it is just a dream,
dream together and it becomes reality.
John Lennon

Raymond Spanjar

Van 3 naar 10.000.000 vrienden

Uitgeverij Carrera, Amsterdam 2012

Vijfde druk 2012

© 2011 Raymond Spanjar
© 2012 Uitgeverij Carrera, Amsterdam
Omslagontwerp: Riesenkind
Auteursfoto: Tim Mintiens Fotografie
Typografie: Perfect Service

ISBN 978 90 488 1482 4
NUR 320

www.uitgeverijcarrera.nl

Carrera is een imprint van Dutch Media Uitgevers bv

Inhoud

100.000.000.000 dollars 9
Proloog 11
Het eerste woord 15

Deel 1 De geboorte 17
1. Gekkenwerk 19
2. To Hyve or not to Hyve? 29
3. Welkom bij Hyves 39
4. De dierentuin 47
5. ¡Dios mio! 57
6. De deal van de eeuw 71
7. Hyves miljonair 78
8. In het hol van de mol 92

Deel 2 De groei 107
1. Artistieke dieven 109
2. Engelengeduld 121
3. Dit is niet ok 130
4. Wouter Bos & de PvdH 144
5. Wie heeft de grootste? 158
6. Goudkoorts 167
7. Ik zie, ik zie wat jij niet ziet 175
8. Music Maestro 182
9. De heilige graal 189
10. Project Columbus 198

11. Onbetaalbaar 203
12. Deal or no deal? 210

Deel 3 De onderhandelingen 219
1. Hyves Eleven 221
2. De hype komt hard 237
3. Hyper 249
4. Nieuw: privacy 258
5. Facebook 265
6. Rien ne va plus 275
7. All time Hyves 286
8. MTV: *all in* 295
9. 24 305
10 Jahoe 315

Deel 4 De verkoop 325
1. Oh oh Hyves 327
2. Meet the local 333
3. Hyves is Oranje 342
4. In het oog van de orkaan 352
5. Het geheim van *De Telegraaf* 358

Epiloog 369
That party was dank 373
Verantwoording 376

100.000.000.000 dollars

'To tell you the truth, we're a bit disappointed here. We were aiming for two billion dollar and they only gave us one billion so, you know, sometimes shit happens....'

Aldus beklaagt de oprichter van Instagram zich in het NOS-journaal over de overname van zijn iPhone-app door Facebook, alvorens hij in lachen uitbarst. Het filmpje is nep, in de stijl van LuckyTV, maar geeft goed het sentiment rond de overname weer. 1 miljard dollar voor een applicatie waar net twaalf man werkt – is de gekte terug?

Vergeleken met 2004, toen Facebook en Hyves startten, zeker. De zeepbel van 2000 was gebarsten en met internet was geen droog brood te verdienen, dat wist iedereen. Sites werden opgericht voor de lol en niet voor het geld.

Zo'n twee jaar later werden MySpace en YouTube verkocht voor een slordige miljard. 'Hype!' klonk het. Enorme bedragen voor internetsites, ook al waren ze de grootste ter wereld in hun soort. Wisselgeld, denken we nu.

In 2008 kregen wij viavia de mogelijkheid om aandelen in Facebook te kopen tegen een waardering van 4 miljard. Gekkenwerk volgens analisten, maar nu blijkt het een koopje. Uiteindelijk kwam een investering er niet van. Het zou complex zijn en de combinatie met Hyves voelde niet ideaal.

Nu gaat Facebook naar de beurs, voor rond de 100 miljard dollar. Waanzin ten top?

Dat valt wel mee, al lijkt het wel te veel. De dotcom-hype van 2000 was zo'n bubbel omdat waarderingen niet in relatie stonden tot winst. Facebook kan daarentegen volgend jaar al bijna 2 miljard verdienen. Dan mag je best wat geld uitgeven om een mogelijke concurrent in te lijven.

Een interessantere vraag dan de waardering is echter: wat gebeurt er als de site die je voor de lol startte, zo explodeert?

In een privéjet naar de MTV Awards, geheime overnamegesprekken, ondergrondse seksnetwerken, op bezoek bij Máxima thuis, het strijdtoneel van de verkiezingen, overleg met de AIVD – de mooiste verhalen gebeuren meestal achter de schermen en blijven onverteld. Mensen vergeleken Hyves zo vaak met een jongensboek dat we er gek van werden en we besloten het boek te schrijven. Hopelijk lach jij bij het lezen net zo hard als de oprichter van Instagram.

Raymond Spanjar, Rio de Janeiro, mei 2012

Proloog

Dit is het. Floris en ik kijken elkaar aan. In een privéjet vliegen we naar een van de beste feesten ter wereld, de European Music Awards in Kopenhagen. We zijn in de wolken met MTV-bazen Dan en Marco. MTV wil Hyves kopen. De champagne stijgt naar ons hoofd en we zijn nog niet eens geland. Dit is het.

Dit is wat je hoopt dat er gebeurt als je site op koers ligt om de grootste site van Nederland te worden. Dit is wat iedereen verwacht dat er dan gebeurt, maar waar je zelf niet zo gek veel invloed op hebt. Dit is het beeld dat je zou zien in een te commerciële Hollywoodverfilming van Hyves. Maar dan echt.

Even wanen we ons op de boeg van de Titanic. Leonardo DiCaprio en Kate Winslet. 'King of the world!'

Na aankomst in het designhotel leveren we onze koffers af en gaan we direct door naar het eerste feest. Deze officiële preparty is om in de stemming te komen, de uitreikingen van de awards zijn pas de volgende dag. Het is ook een mooie manier om de rest van het MTV-team te leren kennen. Dat lukt best goed. Mensen die zeggen dat je alleen in tijden van nood je vrienden leert kennen, zijn nog nooit naar een feest van MTV geweest.

De volgende dag staat het Danish Design Center op het programma, gevolgd door een presentatie over MTV voor het groepje relaties dat ook uitgenodigd is. Floris en ik lunchen apart met Dan en Marco. We gaan dieper in op de combinatie met Hyves en worden alle vier

steeds enthousiaster. Flop en ik vragen ons wel af wat de andere gasten ervan denken dat we apart lunchen. We zijn al vreemde eenden in de bijt omdat Hyves niet adverteert op of samenwerkt met MTV. Hopelijk is het niet te duidelijk dat we praten over een overname.

Na een rondleiding door Kopenhagen kleden we ons om in het hotel en worden we vervoerd naar het heetste Japanse restaurant van de stad. Iedereen zit kriskras door elkaar. Wie inmiddels immuun is voor de champagne, vindt in de sake een verfrissende opkikker.

'Waarom mag ik niet bij je adverteren, Raymond?' vraagt de marketingmanager van de concurrent van Jamba. Ringtone reclame weren we maar voet bij stuk houden is een stuk lastiger als de ringtonefabrikant een galajurkje aan heeft, bedenk ik terwijl ik aan mijn sake nip. Dan staat Dan op en neemt het woord.

'Ik wil jullie allen bedanken voor jullie komst, en in het bijzonder Floris en Raymond van Hyves. Een paar weken geleden is de Amerikaanse baas van MTV ontslagen omdat hij Myspace niet heeft gekocht. Dat zal mij niet overkomen.' Iedereen moet hard lachen, de grap heeft duidelijk geen uitleg nodig. Goed, het geheime is er nu wel van af. Met elk glas sake maakt dat minder uit.

Na het diner rijden de limo's voor. Maar natuurlijk. Grote, dikke, witte limo's. Uiteraard voorzien van champagne en muziek, anders kak je zo in. Het is dezelfde limo als in de videoclip *Music* van Madonna met Ali G. De sfeer is ook hetzelfde. Alleen de strippers ontbreken.

'Ik wil niet seksistisch zijn, maar kunnen de vrouwen misschien wat kleren uitdoen, voor het gevoel?' Voorzichtig probeer ik het laatste verschil met de sfeervolle videoclip weg te nemen.

'Ja!' Floris is voor. Ook de mannelijke MTV'ers knikken instemmend. Maar de meisjes doen alleen hun schoenen uit. Terwijl de strippers in de clip die nu juist wel aan hebben.

'There was something so pleasant about that place.' 'Crazy' van Gnarls Barkley beukt door de speakers.

'Nu alles uit!' gilt een meisje voor in de limousine.

Ik stoot Flop aan. 'Dit is eigenlijk al feest, hè?'

Als we over de rode loper de zaal binnen lopen waar de prijzen

worden uitgereikt, zitten al meer dan 20 miljoen mensen aan de buis gekluisterd. Justin Timberlake praat de avond aan elkaar en er zijn optredens van onder anderen Snoop Dogg, Keane, Muse en de Killers. Wij zijn geen bijzonder grote fans van de heren, maar het is erg cool om het spektakel vanaf de vipplaatsen op een paar meter afstand mee te maken.

I got the rolly on my arm and I'm pouring Chandon
And I roll the best weed 'cause I got it going on
Uh! I'm a nice dude, with some nice dreams
See these ice cubes, see these Ice Creams?

We moeten het zonder Rolex, weed en ijsblokjes doen, maar verder vatten Snoop Dogg en Pharrel Williams de avond aardig samen. Zou dit een willekeurige dag uit het leven van een MTV'er zijn?

Now if I wrote you a love note
And make you smile at every word I wrote
What would you do?

Would that make you wanna change your scene?
And wanna be the one on my team
Tell me would you?

Justin Timberlake als de dealmaker van MTV. Ervan uitgaande dat in de liefdesbrief een bedrag met zeven nullen staat is ons antwoord duidelijk. We do.

Van de rest van de nacht resteren slechts flarden. Van de ringtonemarketeer en een MTV-medewerkster die enthousiast kirren dat ze Pharrel Williams hebben gezien. Zonder een woord te zeggen kuste hij de marketeer op de mond en de MTV-ster op de borsten. Niet voor niets wordt haar naam door collega's altijd in het meervoud uitgesproken. In latere geheugenflitsen verdelen we de wereld met Marco, Dan en andere leden van het MTV-team. Eén zweert ons dat als de

deal niet doorgaat, hij ontslag neemt en voor ons komt werken. Dat raden we hem af omdat wij dan waarschijnlijk de omgekeerde gang zullen maken. In de bus naar de afterafterparty is alle schroom over de overname verdwenen. Iedereen maakt er geintjes over terwijl wij uitleggen wie kan blijven en wie moet vertrekken nadat wij MTV hebben gekocht.

Als we eindelijk in het hotel aankomen, wil de Jamba-prinses zoenen. Ik vrees echter dat ze dan in een ringtonekikker verandert. Nadat STOP sms'en naar 3030 niet helpt*, belandt Hyves één jaar na de Tien Geboden en het blauwtje van Jamba toch nog in bed met de ringtonemaffia. Forgive me Hyver, for I have sinned.

* Helaas zijn de flarden te gefragmenteerd om uit te kunnen sluiten dat ik STOP-sms'jes ontving in plaats van verzond.

Het eerste woord

Met je fantasie een wereld scheppen uit één zandkorrel. Raymonds favoriete boek *The Never Ending Story* beschrijft hoe de wereld wordt bedreigd door het Niets, een compleet gebrek aan fantasie. De wereld is bijna vergaan, totdat een jongetje uit de laatste korrel een nieuwe wereld schept.

Het Niets symboliseert het denken van volwassenen. Kinderen denken daarentegen zonder beperkingen. Zo belandt Raymond als elfjarig jochie aan het bureau van het schoolhoofd van zijn lagere school. 'Ik ben vergeten de hond uit te laten, mag ik even naar mijn ouders bellen?' Als de meester weg is, belt hij zijn bank om één aandeel Heineken te verkopen. Een zaak van het grootste belang die niet kan wachten tot na schooltijd.

Raymond weet dan nog niet dat hij helemaal geen verstand heeft van beleggen. Naïviteit gecombineerd met zelfoverschatting was toen al Raymond ten voeten uit, ontdekte ik toen we een jaar later vrienden werden op het Gymnasium in Hilversum.

Tien jaar later beleg ik ook fanatiek. De woorden van Raym werken aanstekelijk, en niet voor de laatste keer. Midden in de internethype creëren we zo samen IEX, onze eerste bescheiden wereld voor 50.000 beleggers.

Dit boek vertelt het verhaal van het tweede universum. Meer dan ooit staat de strijd tegen het Niets centraal. Het idee van een nationaal, of zelfs internationaal, platform is fantastisch. Maar de buitenwereld is sceptisch. Wie zit daar nou op te wachten? Hoe gaan jullie ooit geld verdienen? Door met derde partner Koen de mouwen op te stropen, krijgt onze droom toch vorm. Genoeg vorm voor de Hyvers om in te haken, ze blijken een onoverwinnelijke bondgenoot.

Ondanks de vele mooie anekdotes moesten we hard lachen toen

Raymond vertelde een boek over Hyves te willen schrijven. Want aan een boek beginnen is leuk, maar het afmaken is een zware bevalling. Net als een studie, en die had Spanjar een paar jaar eerder ook niet afgemaakt. Met alleen nog een scriptie te gaan voor een cum laude diploma, strandde hij in het zicht van de haven. 'Richard Branson is ook nooit afgestudeerd,' blufte hij.

Daar gingen we maar niet op in.

Nu slaagt Raymond wel. Wat goed dat dit boek er is. Voor Hyvers, die hopelijk net zoveel plezier aan dit avontuur beleven als ik. En voor ondernemers – hadden wij het maar gehad toen we begonnen!

Floris Rost van Tonningen

Deel 1
De geboorte

1. Gekkenwerk

If things seem to be under control, you're not going fast enough.
Mario Andretti

'Hoeveel leden denken jullie over een jaar te hebben?'

Koen, Floris en ik kijken elkaar onzeker aan. We hebben geen doelstellingen, maar kunnen we dat zeggen? Het is ons eerste interview, maar het lijkt ons geen goed antwoord. De vragende blik van de Emerce-journalist moet snel beantwoord worden voordat hij noteert: 'De drie welwillende ondernemers hebben geen idee wat ze aan het doen zijn.'

'Honderdduizend.'

Direct heb ik spijt. Floris en Koen kijken me verbaasd aan. Honderdduizend leden in een jaar? Dat is akelig veel vergeleken met de huidige tien leden. Wij drieën plus wat nieuwsgierige familie. Zonder marketingbudget lijkt honderdduizend leden minimaal één nul te veel. Als we het in een percentage moeten uitdrukken, is de kans dat we het niet halen 90 procent; 9 procent dat we het wel halen. En stiekem, vooral onbewust, dromen we dat het veel en veel meer wordt.

Op 8 juni 2004 lanceren we Startphone.com met een interview op de site van Emerce. Het idee van een website voor smartphonegebruikers is begin dat jaar ontstaan. Floris Rost van Tonningen heeft net zijn studie economie afgerond en huurt met Koen Kam een kantoortje om aan wat ideeën te werken, waaronder Startphone. Het is de perfecte naam voor een startpunt voor smartphones, Floris kan bijna niet geloven dat het .com domein nog vrij is. Belangrijkste onderdelen van de site zijn foto's en favoriete mobiele sites delen, en goedkoper sms'en.

Floris – Flop voor vrienden – en ik kennen elkaar al vijftien jaar, van het gymnasium in Hilversum. De vriendschap wordt iets te clo-

se als we na de middelbare school een jaar lang op 30 centimeter afstand van elkaar slapen op de campus van talenscholen in Cambridge en Cannes. Nadat ik op een ochtend wakker ben geworden van een slaapdronken blondharige arm, is het dan ook een opluchting als we in Nederland in verschillende steden gaan studeren.

Tijdens onze studententijd spreken we elkaar nog steeds dagelijks omdat we fanatiek in aandelen en opties beleggen. Bij onze speurtocht naar informatie over onze favoriete aandelen komen we vaak op Amerikaanse websites uit, want in Nederland zijn er nog geen sites voor beleggers. Vooral om in onze eigen behoefte te voorzien richten we eind 1998 de financiële community IEX.nl op, gebaseerd op onze voorbeelden TheMotleyFool.com en TheStreet.com.

Als de webbouwer de site niet naar wens oplevert, stelt een Delftse huisgenoot Floris voor aan Koen. Met zijn IT-bedrijf redt de van oorsprong Chinese ondernemer onze plannen van een zekere dood in de kraamkamer door IEX in slechts een paar weken tijd opnieuw te bouwen.

IEX wordt al snel de belangrijkste onafhankelijke website voor beleggersinformatie, al is dat niet zo moeilijk als je de enige bent. Het hoogtepunt is 1 april 2000, midden in de dotcom-hype. Beleggers kunnen zich die dag op IEX inschrijven voor aandelen van het bedrijf F/Rite Air, dat lucht verwarmt als antidepressivum. Als we het vrijdag om middernacht op de site plaatsen, ligt de grap er zo dik bovenop dat we niet denken dat iemand erin trapt.

'De toepassingen van het product staan nog niet vast, maar het gonst van de geruchten rond het bedrijf. Duidelijk is in ieder geval dat een behandeling met de ultra-ionisatielucht depressie aanzienlijk beter bestrijdt dan Prozac en de nieuwe generatie anxiolitische medicijnen. Het F/Rite Air-procedé leidt tot aanzienlijk verhoogde fysieke weerstand, stressbestendigheid en groter concentratievermogen.

Hoewel een aantal van de contracten geheim is, is uitgelekt dat Pfizer een van de grootste financiers van de F/Rite Air-programma's was. Pfizer-researchers hebben al gepubliceerd over de schijnbaar

wonderbaarlijk regeneratieve eigenschappen van de F/Rite Air-toepassingen, die op dit moment onderzocht worden voor toepassingen als derdegeneratietherapie door de Viagra-divisie. Derivaten van het product circuleren al enige tijd op de zwarte markt in San Francisco en New York. De nadruk ligt hier op de zeer stimulerende werking van het product. Men fluistert overigens in Rotterdamse kringen dat het opnemen van contant geld en het reizen naar New York door exminister Peper in verband staat met de bijzonder prettige ervaringen die incidentele gebruikers van F/Rite Air gerapporteerd hebben.'

Als Floris en ik daarna de stad in gaan, zijn we F/Rite Air alweer vergeten. De volgende dag check ik dan ook pas rond het middaguur de mail. Driehonderd nieuwe berichten. Voor elke lachende lezer zijn er tien inschrijvingen op aandelen. Zelfs van apothekers, die de gebakken lucht ook voor hun klanten willen kopen. Ik scan de mails op 'prospectus'. Nul resultaten. Mijn ogen nog eens uitwrijvend bel ik de derde IEX-partner Michael Kraland om persberichten op te stellen.

In totaal verkopen we voor meer dan 20 miljoen gulden aan gebakken lucht. De grap gaat de hele wereld over en staat nog steeds in de top honderd van 1 aprilgrappen aller tijden van het Museum of Hoaxes.

Halverwege 2000 willen we iets anders gaan doen en verkopen we de meerderheid van onze aandelen IEX aan IMC, een handelaar op de optiebeurs. Na de overname verruilt Floris zijn studie industrieel ontwerpen in Delft voor economie in Amsterdam, en ik economie en psychologie voor stranden in Zuid-Amerika.

Als Koen en Floris begin 2004 een kantoortje op de Prinsengracht huren, ben ik toevallig weer in Nederland. In Argentinië heb ik me laten verleiden tot de goedkoopste cursus paragliden van het continent en dat liep inderdaad niet goed af. Na twaalf vluchten stortte ik neer en bij gebrek aan valtraining moest ik improviseren. Een nekblessure was het gevolg en nu word ik in Nederland behandeld. In mei besluiten we dat ik Koen en Floris zal helpen met Startphone tot ik mijn

wereldreis kan voortzetten, naast een ander websiteproject dat we al gestart zijn.

Als er een website gelanceerd is en aandacht krijgt in de media, breekt vaak de leukste periode aan. Even ontspannen. Achteroverleunen terwijl je kijkt of er al nieuwe inschrijvingen in de database zijn. Dankzij het artikel op Emerce zijn dat er negen per dag, elke twee uur één. Misschien niet veel vergeleken met de nieuwe doelstelling van honderdduizend, maar als je maanden aan een product hebt gewerkt, heeft elke gebruiker iets magisch. Al is het er maar één. Wat doet hij? Wat doet hij niet? Waarom klikt hij dáár niet op? Het liefst bel je hem direct op het moment dat hij uitlogt. 'En, hoe vond je het?'

Bij Startphone is het anders. We zijn live maar het voelt niet lekker. Er zijn twee oorzaken. In de eerste plaats is de chemie tussen Floris, Koen en mijzelf een andere dan alleen die tussen Floris en Koen. De nieuwe samenstelling is veel explosiever. Op een positieve, creatieve manier, al hoort bij elke explosie natuurlijk ook wat *collateral damage*, zo ontdekken we later.

Koen is een ondernemende bèta. Na zijn studie wiskunde in Delft startte hij de websitebouwers I-Cube en Websilon, en in 2002 HubHop, een van de eerste aanbieders van WiFi-hotspots. Hij heeft een goede neus voor nieuwe technische ontwikkelingen en wordt gedreven door technische innovatie. Floris is ook een bèta, al is dat niet af te zien aan zijn hoge cijfers voor talenvakken. Bij IEX was hij verantwoordelijk voor het ontwerpen van de site. Na de verkoop vond hij het te eenzijdig om zijn technische studie voort te zetten en stapte hij over naar economie. Dat ging hem eigenlijk net zo makkelijk af. Hij specialiseerde zich in marketing en strategie en voltooide de studie in tweeënhalf jaar cum laude. Het eerste resultaat van de combinatie Koen en Floris is Startphone: een goed concept voor smartphonebezitters, al is het waarschijnlijk zijn tijd iets vooruit.

Ik word niet gehinderd door enige technische kennis. Mijn ambitie op het gebied van techniek is om net genoeg te weten zodat programmeurs me niet alles kunnen wijsmaken, maar zover ben ik nog niet. De mogelijkheden die internet biedt, vind ik wél leuk. Het heeft

iets magisch dat je met een simpele website een heel land kunt bereiken en potentieel zelfs de hele wereld. Bij IEX was ik verantwoordelijk voor de commercie en de contacten met de columnisten, en hielp ik onze derde partner Michael Kraland met de pr. Michael was al twintig jaar columnist, onder meer voor *Quote*. Zijn hilarische nieuwsbrieven en pakkende quotes waren ongeëvenaard en hij maakte IEX bijna tot een beweging van betrokken leden. Het lijkt me leuk om dat bij Startphone zelf te proberen.

De nieuwe combinatie van Koen, Floris en mij is uitgebalanceerder. Een sterke techniek is nog steeds de basis en de kracht, maar gevoel voor product en sociale trends is nu even zwaar vertegenwoordigd. Het product van deze combinatie is echter niet Startphone en rond de lancering wordt die spanning voelbaar op allerlei vlakken.

Voor de tweede oorzaak van onze twijfel moeten we terug naar maart 2003. Die maand richt Jonathan Abrahams Friendster.com op. Friendster is, afgezien van het in 2001 gestopte Sixdegrees.com, 's werelds eerste social network. Nieuw aan sociale netwerken is dat je elkaars vriendenlijsten kunt zien en zo bij willekeurige personen ziet via wie je hen kent. Friendster breekt in zijn eerste jaar met 6 miljoen leden alle records en is de hype van hip Amerika. Google biedt in oktober 2003 30 miljoen dollar voor de profielensite, maar Abrahams heeft geen interesse. In plaats van zijn zakken te vullen met Google-aandelen haalt hij twaalf miljoen dollar aan financiering op om Friendster nog veel groter te maken. Dus gaat Google over op plan B.

Terwijl Floris en Koen in januari hun intrek nemen in hun nieuwe kantoortje, presenteert de zoekmachine al Orkut.com. Orkut is gestart in de beroemde 10 procent van de werktijd die Googlers aan eigen projecten mogen besteden en het is het 'hobbyproject' van Orkut Büyükkökten. Ook Orkut groeit als kool, niet in de laatste plaats dankzij een prominente link op Google.com, de meest bezochte website ter wereld. De leden bestaan vooral uit internetincrowd. Lidmaatschap is namelijk alleen mogelijk op uitnodiging en de eerste gebruikers zijn Orkut zelf, andere Googlers en bloggers. Zo zijn de eerste Nederlandse leden bijvoorbeeld XS4All-oprichter Rop Gong-

grijp, beroepsnetwerker Boris Veldhuijzen van Zanten en SOLV-oprichter Christiaan Alberdingk Thijm, advocaat van onder andere Skype en Kazaa. Zij zijn niet de enige Nederlanders op Orkut. Vreemd genoeg is ons land zelfs het op drie na actiefste land, na de Verenigde Staten, Japan en Brazilië – landen met een tien keer zo grote bevolking – maar nog voor Engeland.

Begin juni bereikt een uitnodiging ons nieuwe kantoortje aan de Vondelstraat. We zijn direct fan. Koen vindt het leuk om te kijken in hoeveel stappen hij Rop Gonggrijp kent. Ik vind het leuk om te kijken in hoeveel stappen ik een Braziliaanse ken. En dat vindt Koen eigenlijk ook leuk.

De opkomst van sociale netwerken leidt tot verhitte discussies op Startphone HQ. Tijd die besteed moet worden aan de uitbouw van Startphone. Zowel voor zakelijk netwerken als voor daten en contact met vrienden zijn de mogelijkheden enorm. In Zuid-Korea is al 25 procent van de bevolking lid van CyWorld, een vergelijkbare site. Maar gek genoeg slaan Friendster en Orkut in Nederland niet aan buiten de internetwereld. Vrienden die we uitnodigen, vinden het niets en tieners, normaal de eerste gebruikers van nieuwe sociale toepassingen, al helemaal niet. Voorzichtig begint het dromen. Hoe cool zou het zijn als het ons wel zou lukken? Als we echt honderdduizend Nederlanders met elkaar kunnen verbinden?

De economische lessen van Floris en mij zijn nog vers genoeg om ons te realiseren dat het gekkenwerk is om een eigen netwerk te starten. Waarom wij wel en Google niet? Of in strategiegoeroe Michael Porters termen: wat is ons *competitive advantage*, ons concurrentievoordeel? Friendster is de eerste en heeft een functionerend product. Google heeft dat ook, plus duizenden van de slimste programmeurs en onbeperkte financiële middelen. En je kunt erop wachten tot Microsoft, de Dark Side, de arena zal betreden, ondersteund door de honderden miljoenen MSN- en Hotmail-gebruikers. Daar steken ons lege kantoor, onze nog legere bankrekening en een database van 24 Startphone-gebruikers wat mager tegen af.

Gelukkig komt deze situatie ons bekend voor. In 1998 nam de oom van Floris, Leendert van Driel, ons mee naar een beurs voor durfkapitaal in Cannes die hij mede organiseerde. Leendert had als oprichter van Nederlands eerste durfkapitalist Gilde onder andere Baan naar de beurs gebracht en kende onze IEX-plannen. Als eenentwintigjarigen werden we in Cannes natuurlijk door iedereen genegeerd. We doodden de tijd met het nemen van foto's van onszelf voor de dure hotels aan de beroemde boulevard, trots als we waren op onze slecht zittende pakken. Aan het eind van de beurs had Leendert toch even tijd om naar onze plannen te luisteren.

Enthousiast startte Floris de pitch: 'Nou, Leendert, we willen dus een website maken waar beleggers advies krijgen van investeerders.'

Leendert keek zijn neefje warm doch niet-begrijpend aan. Na vijf minuten onderbrak hij het betoog. 'Wat is jullie *competitive advantage*? Hoe concurreren jullie met uitgevers die hetzelfde gaan doen? Met de banken? Met de AEX zelf wellicht?'

'IEX wordt een platform waar beleggers samen informatie uitwisselen,' sprong ik bij, Leenderts vraag negerend, want ik was bang voor het antwoord. 'Dat kunnen bijvoorbeeld ook experts zijn van bepaalde producten waardoor je een...'

'Maar wat is jullie *competitive advantage*?' Leendert kende het antwoord ook en was vooral bang dat dit te veel tijd zou kosten, van hemzelf en van ons.

'Daar gaat het niet om, Leendert, je moet gewoon de eerste zijn!' probeerde Floris nog een keer.

Het werd een kort gesprek. Leendert had gelijk. Maar gelukkig lieten we ons daar niet door weerhouden.

Net als bij IEX hebben we één kans. Ondanks hun groei-explosies hebben Friendster en Orkut een grote tekortkoming: het netwerk is het doel op zich. Na het lid worden kun je uren doorbrengen met het opbouwen van je netwerk. Nieuwe uitnodigingen en bevestigingen van jouw uitnodigingen lokken je steeds weer naar de site. Maar na een maand ben je klaar. En dan? Dan is er eigenlijk niets te doen. Or-

kut en Friendster zijn de nieuwe telefoonboeken. Ideaal om mensen op te zoeken, maar als je er dagelijks 10 minuten aan besteedt, is het veel. Laat staan dat je het mee naar bed neemt om lekker een uurtje in te bladeren.

Het is veel logischer om van het netwerk niet een doel maar een middel te maken. Het is de ideale manier om content te delen. Foto's bijvoorbeeld. Of advertenties. Je hebt immers liever een huurder die je via via kent dan de honderd anonieme reacties die een Marktplaats-advertentie opleveren. Eigenlijk is een sociaal netwerk de perfecte filter voor bijna alle vormen van digitale communicatie en content delen, van chat tot tips, en van e-mail tot statusupdates. Om nog maar te zwijgen van nieuwe mobiele toepassingen zoals het delen van je locatie.

Waarschijnlijk werken Google en Friendster hier al aan. Maar heel misschien is er tot die tijd nog een snel sluitend window of een opportunity om een betere site te bouwen.

Zo zijn er half juni drie opties: op het oude pad doorgaan met Startphone, social networking integreren in Startphone, of een heel nieuwe site bouwen met de nadruk op social networking. Tijd voor directieberaad op het hoofdkantoor.

'Na de websites van Websilon en de WiFi bij HubHop is voor mij nu de volgende stap mobiel internet. Het lijkt mij erg gaaf om op je Smartphone te zien waar je vrienden zijn,' zegt Koen.

Een nieuwe site bouwen is het minst aantrekkelijk. Niet alleen omdat we dan maanden werk weggooien, maar ook omdat Koen graag verder wil met mobiel internet. Geavanceerde telefoons geven aan bij welke zendmast je bent. Koen stelt voor een programma te ontwikkelen dat deze informatie naar Startphone kan sturen, om te het delen met vrienden.

'Maar kijk wat er gebeurt bij Orkut en Friendster. Hoe gaaf zou het zijn als wij honderdduizenden Nederlanders met elkaar kunnen verbinden? De mogelijkheden zijn eindeloos,' werp ik tegen.

'Mja...'

De strijd loopt hoog op. Koen is van nature positief ingesteld maar hij kan, als je hem niet kent, nors overkomen. Een van zijn grootste gaven is om je na het aanhoren van je argumenten zwijgend aan te kijken als een Chinese samoerai. Vervolgens is één woord voldoende om zelfs doorgewinterde onderhandelaars excuses te laten stotteren. 'Mja...'

'Koen, net als jij zie ik mobiel je locatie delen helemaal voor me,' zegt Floris. 'Daarom zijn we ook Startphone begonnen. Maar mobiel internet is nu nog duur en er zijn nog weinig smartphones.'

'Eens,' val ik Floris bij. 'Voor mij gaat het ook niet om een keuze, maar om de volgorde: eerst bereik opbouwen met een sociaal netwerk en dat dan mobiel maken.'

'Dat kan best, maar wat is de uitdaging van een simpele profielensite?'

Koen loopt kwaad het kantoor uit om af te koelen. Dat is een probleem, want tot een koerswijziging moeten we unaniem besluiten. Juist Koen moet achter de strategie staan, hij is tenslotte de enige die de nieuwe site kan bouwen.

Na een uur gaat de deur weer open. Het is een cruciaal moment.

'Oké jongens, laten we ervoor gaan. Als we een team willen zijn, moeten we elkaar kunnen vertrouwen bij dit soort keuzes.'

Die dag legt Koen de basis voor de kracht van ons team. Hij maakt zijn persoonlijke voorkeur ondergeschikt aan het grotere geheel. Techniek is niet langer een doel op zich maar een middel, de wensen van gebruikers worden leidend. Dat klinkt logisch, maar veel internetinitiatieven die niet falen door het ontbreken van een sterk eigen technisch team mislukken vaak alsnog doordat ze ook geleid worden door programmeurs, en hun producten te technisch zijn.

Eind juni, twee weken na de lancering van Startphone, gooien we zo het roer radicaal om. Terug naar de tekentafel voor een volledig nieuwe website. De aanzuigende werking van de sociale netwerken is te groot. Natuurlijk kennen we de scepsis. Social networking is een hype. Het werkt niet in Nederland. Geld verdienen is überhaupt on-

mogelijk. En de concurrentie is angstaanjagend. Maar zes miljoen Friendster-leden in 1 jaar? 25 procent van de Zuid-Koreaanse bevolking lid?

Alles voelt als zo'n legendarische surfgolf die maar eens in de twintig jaar voorbijkomt. Dan denk je ook niet aan wat er fout kan gaan. Je springt op je plank en je duikt het water in.

2. To Hyve or not to Hyve?

What's in a name? That which we call a rose by any other name would smell as sweet.
Romeo and Juliet, William Shakespeare

'Release early, release often, listen to your customers,' stampt Koen erin. Hij heeft als webbouwer veel projecten zien stranden doordat bedrijven voor de homerun gaan: een topzware eerste versie waar alle gewenste functionaliteiten al in zitten. Niet alleen is zo'n uitgebreide site enorm veel werk, maar vaak bouw je ook functies waar mensen helemaal niet op zitten te wachten. Terwijl de concurrentie voort dendert. Daarom kiezen wij ervoor om zo snel mogelijk een simpele eerste versie te lanceren. Als de website groeit, voegen we stap voor stap functies toe, mede afhankelijk van de eerste reacties.

Het ontwerp van onze eerste versie is vooral gebaseerd op Orkut. Leden kunnen zien in hoeveel stappen ze elkaar kennen, er zijn open en besloten groepen, en er is een inbox voor privéberichten en sms. Bij ons is foto's delen echter niet weggestopt zoals op Orkut, maar een van de belangrijkste onderdelen. Leden kunnen onbeperkt foto's uploaden in verschillende albums en op elk profiel worden prominent de nieuwste foto's getoond. Ook nieuw is het adresboek met de e-mailadressen en 06-nummers van je vrienden, en de vormgeving is een stuk frisser. Vinden we zelf tenminste.

Leukste nieuwtje is WieWatWaar. Het is een combinatie van het Amerikaanse Dodgeball.com en een onderdeel van MSN Messenger. Via Dodgeball delen vrienden per sms in welke kroeg ze zijn. Het concept spreekt ons erg aan en past mooi in ons idee van je locatie delen. Ook zien we dat vooral jongeren steeds vaker hun naam in MSN

Messenger aanpassen om iets te delen. 'Susan' wordt dan bijvoorbeeld 'Susan – ik ben geslaagd!!'. Wetenschappers noemen dat *presence*, in contact met elkaar zijn zonder actieve communicatie. Beide functies passen mooi in een sociaal netwerk. Op Startphone combineren we het in WieWatWaar.

WWW bestaat uit twee velden: één voor wat je aan het doen bent en één voor waar je bent, met daartussen een @-teken. Via het derde veld 'What's on your mind' kun je aangeven wat je al langere tijd bezighoudt, zoals het zoeken naar een kamer. En omdat de wildste avonturen meestal niet plaatsvinden achter de computer, kun je nieuwe WWW's ook per sms of via de mobiele website plaatsen.

Al met al is de eerste versie toch behoorlijk veel programmeerwerk. Dat is slecht nieuws want we hebben haast, wellicht werken Google, Microsoft of een nieuwe start-up al aan dezelfde ideeën. Mijn reisplannen staan inmiddels voor onbepaalde tijd in de ijskast, ik concentreer me nu fulltime op Startphone. In de nieuwe taakverdeling is Koen als CTO (chief technology officer, ofwel technisch directeur) verantwoordelijk voor de techniek, Floris is de baas van het product en ik ben CEO (chief executive officer, algemeen directeur).

Met de dure titels en zonder personeel zijn we net een Mexicaans leger dat meer officieren dan soldaten heeft. Versterking van het team is geen overbodige luxe, maar programmeurs aannemen blijkt makkelijker gezegd dan gedaan. Onze techneuten moeten bovendien eigenlijk beter zijn dan de programmeurs van de concurrentie, want die hebben er veel meer. Intelligentie is dus een pre en ervaring ook. Maar dan wel voor een vriendenprijsje, want meer dan een starterssalaris kunnen we niet betalen.

Onze vacature op Monsterboard leidt tot tientallen reacties en we scannen zelf ook honderden cv's uit de cv-database. Tevergeefs. De meeste gegadigden zijn ongeschikt, en de programmeurs die wel voldoen aan het profiel zijn al elders aan het werk.

Tot we stuiten op het ideale cv. Dit is 'm, geen twijfel mogelijk. Niet één, niet twee, niet drie, maar vier extra vakken in zijn gymna-

sium-bètapakket. Een 10 voor wiskunde A, een 10 voor wiskunde B. Het wonderkind houdt van werken: tot zijn achttiende gooide hij elke ochtend twee uur lang kranten door de bus. R. Elhorst is net afgestudeerd informaticus, dus niet te duur. En zijn 26 jaar en single status zijn ideaal om net zulke lange dagen te maken als wij. Elhorst klinkt precies als het geheime wapen dat we nodig hebben. Na een paar dagen van bijna onophoudelijk bellen neemt Reinoud op. Weer enkele dagen later drinken we met Koen koffie om de hoek bij Vertigo in het Vondelpark.

Tijdens de eerste drie minuten van een sollicitatiegesprek weet je het vaak al. Net als psychologen na drie minuten observatie kunnen voorspellen of een echtpaar over tien jaar nog bij elkaar is, zoals Malcolm Gladwell beschrijft in zijn boek *Blink*. De resterende 57 minuten zijn beleefdheid (bij de afvallers) of een poging om de kandidaat binnen te halen.

Bij Reinoud wordt het natuurlijk het laatste. Inhoudelijk kan ik zijn kennis niet beoordelen, maar zijn snelheid van denken is opvallend, zo niet frustrerend. Ondanks dat hij een beetje zenuwachtig is, lijkt hij twee keer zo snel na te denken als wij. Elk antwoord is een toonbeeld van logica, zelfs op vragen als 'Hoe gaat het?'. Onze versierpoging daarentegen blijkt achteraf nog wat roestig. Reinoud vertelt ons later dat hij geen cent gaf voor onze kansen, maar geïnteresseerd bleef omdat we toch enige ervaring hadden en hij erg nieuwsgierig was hóé het precies fout zou gaan.

Binnen twee uur na onze aanbieding is Reinoud al akkoord. 'Ik kan niet anders dan zeggen dat het er allemaal prima uitziet, en neem het aanbod dus ook met beide handen aan. Ik zie ernaar uit om te beginnen!'

Programmeur nummer twee is Albena Georgieva. Ze heeft ervaring opgedaan bij webbouwer Info.nl. Ook bij haar is de 'blink'-indruk positief, ze past goed in het team en is erg geïnteresseerd in sociale media.

––Original Message ––
From: Floris Rost van Tonningen [mail**To:**floris@startphone.com]
Sent: 02 August 2004 10:51
To: Koen Kam; Raymond Spanjar
Subject: Kas & cashflow

Partners,

Ik heb een inventarisatie gemaakt van de financiële status van Startphone c.s. Hieruit blijkt dat er geen geld meer op de bank staat en er z.s.m. bijgestort moet worden om de rekeningen te kunnen betalen (rekeningnummer: 597302989).

Door de salarissen van Reinoud en Albena stijgen onze maandelijkse kosten tot 10.000 euro. We storten 30.000 euro bij, waardoor we in totaal 45.000 euro geïnvesteerd hebben. Floris en ik financieren de investeringen met de opbrengst van de verkoop van onze IEX-aandelen. Ten tijde van de verkoop waren die zo'n één miljoen gulden per persoon waard. We verkochten niet alles, de fiscus pikte een kwart en de euro de helft, waarna er een paar ton op onze bankrekening overbleef. Dat potje koesteren we, juist omdat we niet om geld geven. Het is onze 'verlaat de gevangenis zonder betalen'-kaart. We geven niet veel uit, dus met dit geld kunnen we jaren doen wat we leuk vinden, zeker in Zuid-Amerika.

Startphone heeft echter snel meer kapitaal nodig. Om onze appel voor de dorst niet te veel uit te hollen, zoeken we dat extern. We mikken op een bedrag van 250.000 euro. Dat is genoeg om het een jaar vol te houden zonder inkomsten met twee keer zo hoge kosten. Bovendien voelt een kwart miljoen ook lekker, je moet dit soort zaken niet te moeilijk maken. De waardering prikken we op 1 miljoen.

Leendert is niet de enige oom van Floris met goede contacten in de durfkapitaalwereld. Niet voor niets noemen we de familie van Floris de Corleones. Burt Rost van Tonningen heeft jarenlang de raad van bestuur van veel Nederlandse multinationals geadviseerd, deels

vanuit de Silicon Valley. Uitgeverijen zijn zijn specialiteit; zo heeft hij net Apax bijgestaan bij de veelbesproken koop van aandelen PCM.

Burt heeft ons in juni in contact gebracht met de investeerder Jeroen Mol van GorillaPark. Mol is een goede bekende van Burt en heeft veel ervaring met investeringen in start-ups in mobiele telefonie. In de jaren negentig verkocht hij zijn eigen bedrijf voor veel geld aan Hewlett Packard, geld dat hij in de dotcom-hype deels weer verloor met de internetinvesteringen via GorillaPark. GorillaPark eindigde in een faillissement, maar na een doorstart als GP Ventures staat het bedrijf er weer gezond voor, begrijpen we.

Omdat GorillaPark na onze presentatie 'absoluut geïnteresseerd' is, besluiten we te wachten met het benaderen van andere investeerders. We hebben onze tijd immers hard nodig voor het bouwen van de nieuwe website. Leendert heeft inmiddels aangegeven wel te willen helpen maar niet zelf te investeren, mede omdat hij sceptisch is over de vraag of social networking zal werken in de meer gesloten Europese cultuur.

In september is de kas echter leeg, zonder zicht op een overeenkomst met GorillaPark. Mol & co blijven erg positief, maar wekken de indruk zelf ook geen geld te hebben. Ze stellen voor een consortium van investeerders te formeren. Vreemd, want 250.000 euro is niet veel geld voor een investeringsfonds. Tijd voor plan B.

We storten ieder direct 10.000 euro voor de meest urgente kosten zoals de salarissen van Reinoud en Albena. Daarnaast kopen Burt, Spanjar sr. en Koen zelf voor 45.000 euro aandelen op een waardering van 400.000 euro. Mijn vader, ondernemer in textiel en investeerder, heeft ons bij IEX ook met raad en daad bijgestaan en financierde destijds samen met Rost van Tonningen sr. het minimumkapitaal van een bv van 40.000 gulden. Deze investering in Startphone betaalt hij van de winst op zijn IEX-belegging. Hij vindt het steeds minder jammer dat ik nog niet afgestudeerd ben.

In totaal halen we 75.000 euro op, in ieder geval genoeg tot het einde van het jaar. En meer dan genoeg om een nieuw internetadres te registreren.

What's in a name? Misschien niet veel in de tijd van Shakespeare, maar voor een internetsite is een goede naam van levensbelang. Sites met een te moeilijke naam worden überhaupt niet gevonden. De nieuwe website heet echter nog steeds Startphone, en ook het logo (een mobiele telefoon) en het motto (*the mobile network for friends*) passen niet echt meer. Bovendien ben ik begonnen met het invullen van de tekst op de website. De naam is dan een belangrijk middel om een band te bouwen met de leden en sfeer te creëren. Een goed voorbeeld is de MotleyFool.com. Hun naam verwijst naar de narren van Shakespeare die de koning met humor de waarheid konden zeggen terwijl iedereen uit angst zweeg. Een fantastische metafoor, die direct uitlegt waar ze voor staan, en nog mooier is dat leden consequent *fools* worden genoemd.

Het hoogst haalbare voor een naam is natuurlijk dat hij zo inburgert dat hij een werkwoord wordt, zoals 'skypen'. Maar 'startphonen'? 'Startphoners'?

Begin september dringt de tijd. Op 13 september willen we live gaan met de nieuwe website, dus als we iets willen veranderen, moet het nu. Koen is bang voor vertraging en verzet zich tegen een nieuwe naam. Hij vindt de associatie van Startphone met mobiele telefonie juist sterk. Floris en ik willen echter nog één poging wagen.

Dibbes? Friendsshare? ConnectU? In een uur passeren meer dan honderd mogelijke namen. Floris en ik zitten in de zon op het terras in het Vondelpark. We hebben even geen haast. Hoe langer het duurt, hoe meer drank er immers genuttigd wordt, dus hoe dichter we bij de nieuwe naam komen. Voor de gelegenheid is Roderick Beuker aangeschoven. We kennen elkaar van de achterbuurt van Laren, waar we in dezelfde straat woonden, en later van het gymnasium in Hilversum.

'Vibes?'

'Jives?'

'Jiving?'

'Klinkt wel lekker, is dat geen dans of zo?' Flop en ik kijken Roderick aan.

'Klopt, six step,' Beuk knikt.

'Hm, zal wel weg zijn,' zucht Floris.

En niet voor de eerste keer. Een goede naam vinden is namelijk moeilijk, maar een goede naam waarvan het internetadres beschikbaar is, liefst in een land of tien, gezien onze sluimerende internationale ambities, is zo goed als onmogelijk. O ja, en hij moet ook nog kort zijn, lekker klinken en hypepotentie hebben. Plus makkelijk rijmen en vervoegbaar zijn als werkwoord. In meerdere talen natuurlijk. Als de zon niet zo lekker scheen en het bier minder smaakte, waren we er niet aan begonnen.

'Laten we toch even kijken of er niet iets is wat lijkt op Jives,' probeer ik. 'Lifes? Hives?'

'...'

'Hives?' Floris gaat rechtop zitten. 'Klinkt goed, en lekker kort.'

'Ja, heeft wel wat, hè? Is dat niet Engels voor bijenkorf?' peins ik.

Na een passerende *HP/De Tijd*-journalist aan een vrouwonvriendelijke quote te hebben geholpen, keren we snel hoopvol terug naar Startphone HQ voor verder onderzoek.

Dat valt niet tegen. Het domein Hives is nog vrij in bijna alle landen, behalve het .com-domein. Geen ramp, want .net past eigenlijk beter bij een sociaal netwerk. Dan het woordenboek:

1.
a. A structure for housing bees, especially honeybees.
b. A colony of bees living in such a structure.
2. A place swarming with activity.
v. **hived**, **hiving**, **hives**
v.tr.
1. To collect into a hive.
2. To store (honey) in a hive.
3. To store up; accumulate.

Dit is te mooi om waar te zijn. Een huis voor een kolonie die zwermt van de activiteit en een werkwoord dat 'verzamelen' betekent. De me-

tafoor is fantastisch: een bruisende verzamelplek waar vrienden constant in en uit vliegen om foto's en berichten achter te laten. Werkwoord? Zelfstandig naamwoord? Hiven, check. Hiver, check. Kort, catchy? Check, vijf letters slechts. Om nog te zwijgen van taalmogelijkheden als '*Live hives to the max*' en '*Get a hive*!'.

Helaas is het inderdaad te mooi en niet waar. Niet alleen bestaat Hives.com al, het is een website die adviseert over '*dark red, raised, itchy bumps*'. Ofwel urticaria, netelroos. Hives noemen ze dat in Engeland.

Er zijn echter te veel voordelen om Hives nu al op te geven. Wat als je het als Hivez schrijft? Of Hivezz, als verwijzing naar zoemende bijen? We leggen de naam voor aan Engelstalige vrienden. Zonder vermelding van de huiduitslag om ze niet te beïnvloeden. Het vernietigendst is Ryans antwoord. Hij associeert Hives niet met één maar met twee ziektes. Doe het maar eens na – met één naam associaties met twee ziektes oproepen. Als je het wilt, lukt het je niet.

––Original Message ––
From: Ryan Leighton
Sent: 13 September 2004 09:32
To: Raymond Spanjar
Subject: Re: HIVEzz

Are you aware the plural of Hive in English is Hives? It also amusingly reminds of a former girlfriend in Itacare, Brazil who after i had slept with her was explaining to me how she had 'Hivez'. 'What' I said, 'Hiv?' 'Yes' came the reply. I remember thinking great its all over but it turned out after about 2 hours of cross examination on the definition of Hivez it actually meant anger or in a mood.

Sorry slight side track.

I think it is not a great word to pronounce and therefore could be easily misheard or understood. BeeHive would be a far better name as it is

easily recognisable and the connection with community of activity is retained. FriendsHive or Hive4migos. Bloody hell I'm good at this.

Anyway sorry to piss on your idea. As you say who would have thought Google would work or even something as ridiculous as IEX!

I will have a chat to a few friends to see what they think.

Ryan

In Nederland zijn we al tegen hetzelfde probleem aan gelopen. Mensen hebben geen flauw idee wat een hive is en dus hoe je hives schrijft. Dat is op zich niet zo'n issue, daar heeft elke nieuwe naam mee te maken. Of dacht je dat Google een instant succes was? Ook IEX was in het begin een verbaal struikelblok. Bij het spellen van Hives steken de ziektes echter structureel de kop op.

'Waar ga je me voor uitnodigen? Haifs? Hoe schrijf je dat?'

'Het is echt heel leuk, H-I-V-'

'Nee wacht, laat die uitnodiging maar zitten.' De kern van een sociaal netwerk is virale groei door besmetting tussen vrienden. Een associatie met een dodelijk geslachtsziekte heb je dan liever niet.

'Ik sta open voor een nieuwe naam, maar niet Hives. Hives.com is al bezet en een .com-adres is internationaal belangrijk,' vindt Koen.

'Laten we toch voor Hives of Hivez gaan, ondanks de nadelen. Hiven, hiver, Hive, je kunt er tekstueel zo veel mee,' pleit ik.

'Hives is inderdaad erg sterk, maar net als Koen neig ik ernaar om het toch niet te doen,' zegt Floris. 'Associaties met ziektes zijn *killing*.'

Voor de tweede keer in korte tijd is het team verdeeld. Inmiddels is het 15 september. Er resteren slechts enkele dagen tot de nieuwe lanceringdatum van 22 september. Zonder zicht op een oplossing, laat staan op consensus.

Zulke dilemma's leggen we altijd voor aan vrienden. Zoals de huisgenoten van de vriendin van Floris. Een van hen heet Lyke – en niet

Lieke. Met één kleine aanpassing zijn alle nadelen van Hivez op slag opgelost. Eén medicijn voor netelroos en hiv tegelijk. Al maakt Koen de keuze nog even erg lastig met een paar lastminute-ingevingen die wel een vrij .com-adres hebben:

––Original Message ––
From: Koen Kam [mail**To:**koen@startphone.com]
Sent: 20 September 2004 00:29
To: Floris Rost van Tonningen; raymond@startphone.com
Subject: Re: Hyves valt lekker

Ik heb nog een paar namen gevonden, waarvan ik zelf de sterkste frientic.com en youtopy.com vind.

welay.com is available.
mobitie.com is available.
frientic.com is available.
palstory.com is available.
youtopy.com is available.
cumob.com is available.

'Niet?'

3. Welkom bij Hyves

Look at the world around you. It may seem like an immovable, implacable place. It is not. With the slightest push – in just the right place – it can be tipped.
The Tipping Point, Malcolm Gladwell

Op 22 september worden de 109 leden van Startphone doorverwezen naar een gloednieuwe site. Met een nieuwe naam, een nieuw motto – *always in touch with your friends* – en een nieuw logo. Floris heeft het oude logo aan de kant geschoven en – geassisteerd door mijn achttienjarige zusje Lisette – vervangen door iets veel beters. De drie poppetjes symboliseren de nieuwe focus op mensen in plaats van techniek. Net als het netwerk linken ze naar elkaar en de associatie met het MSN-logo vinden we ook niet vervelend. Omdat we het niet eens kunnen worden over de kleuren en gezichten, laten we op de testsite de varianten rouleren. Ook dat levert geen winnaar op, dus blijft het logo wisselen, uiteindelijk zelfs jarenlang.

We nodigen zo veel mogelijk vrienden en familieleden uit. De nieuwe stagiaire Eva Kol doet zelfs niets anders dan fulltime mensen toevoegen. Elk uur kijken we in de database of er al nieuwe leden zijn. Dat is vaker niet dan wel het geval, dus iedere nieuwe inschrijving wordt met gejuich begroet. Nieuwe leden ontvangen ook een welkomstbericht afkomstig van mijn echte e-mailadres, Raymond@Hyves.nl. Zo beantwoord ik veel van de vragen van Hyvers zelf om een goed beeld te hebben van de knelpunten van de website. Klagers worden vaak uitgenodigd om mee te lunchen op Hyves HQ, zodat we de site direct kunnen aanpassen.

Toch loopt het niet storm. De 4 procent groei per dag is op zich indrukwekkend, maar niet als je weet dat dat tien familieleden zijn.

Om de indruk te wekken van een bruisende site hyvet Eva ook onder een aantal schuilnamen. Die truc blijkt slechts beperkt houdbaar als de Emerce-journalist flirt met Eva's single alter ego Bibi en haar wil ontmoeten. Kom daar maar eens onderuit zonder zijn enthousiasme voor Hyves te dempen. De website is ook nog erg beperkt. Zo is het moeilijk om nieuwe foto's te vinden. De oplossing is simpel, maar een novum in social networking-land: een homepage met de nieuwste content van je vrienden. Ook de publieke berichten op de profielen moeten nog worden toegevoegd. Terwijl Koen, Reinoud en Albena hard doorbouwen aan de raceauto, proberen Floris en ik de virale motor te kickstarten.

We stellen een heus marketingplan op. Speerpunten zijn een borrel voor vrienden, persaandacht voor de nieuwe versie half oktober en flyeren in Paradiso. De eerste doelgroep zijn de jongeren, omdat die vaak als eerste nieuwe communicatievormen zoals MSN gebruiken. Onze hoop is vooral op studenten gevestigd. Uit eigen ervaring weten we dat die een significant deel van hun tijd besteden aan het bladeren door almanakken, op zoek naar dates voor feestjes. Een partner selecteren op basis van een wazige zwart-witfoto is echter een soort Russisch roulette, goed gevulde Hyves-pagina's met berichten en grote kleurenfoto's zijn hiervoor een mooi alternatief.

Onze strategie om studenten aan het hyven te krijgen is gebaseerd op het boek *The Tipping Point* van Malcolm Gladwell. Gladwell beschrijft hierin hoe hypes zich verspreiden. Uiteenlopende trends – of het nu gaat om populaire sneakers of de daling van misdaad in New York – blijken zich op dezelfde manier te verspreiden. Vooral het hoofdstuk over geslachtsziektes bestuderen we nauwgezet om Nederland te besmetten met Hyves.

Een cruciale rol bij hypes of epidemieën spelen volgens Gladwell de *connectors*. *Connectors* onderscheiden zich omdat ze extreem veel mensen kennen. In een test van Gladwell geven proefpersonen aan hoeveel mensen ze met een aantal willekeurige achternamen kennen. De meeste mensen kennen er twintig tot veertig, afhankelijk van hun leeftijd. Sommige kennen er vijftig. Maar een heel klein groepje

kent er honderdvijftig of meer. Als de theorie klopt, zou een handvol *connectors* wel eens genoeg kunnen zijn om de Amsterdamse studentenverenigingen aan het hyven te krijgen. Als ex-corpsballen hebben we daar nog veel contacten. Vervolgens worden ook andere Amsterdamse studenten lid. Die weer studenten in andere steden aansteken. En als studenten lid zijn, vinden scholieren en ouderen het ook cool. Domino D-Day, maar dan anders.

Op de borrel op HQ ter ere van de lancering is Alexander 'Aki' van Andel een van de uitgenodigde *connectors*. Hij kent massa's mensen van zijn actieve studenten- en sportleven en – net zo belangrijk – hij heeft als tweeëntwintigjarige single het licht gezien. Als oprichter van de Players-Hyve en de Snorkelaars-Hyve is hij een van de actiefste Hyvers. Vaak weet hij het nog eerder dan wijzelf als er nieuwe inschrijvingen zijn. Tenminste, als het om aantrekkelijke meisjes gaat. Die krijgen dan twee welkomstberichten: één van mij en één van Aki. Hoe groter Hyves is, hoe groter zijn jachtterrein, dus zorgt Aki er eigenhandig voor dat zijn hele dispuut en al zijn vriendinnen lid worden.

Ook de andere vrienden van de borrel zijn enthousiast. De dagen erna stijgt het aantal nieuwe Hyvers naar 35 per dag. Opeens worden mensen lid die wij niet kennen.

'Weet iemand wie Susanne uit Groningen is? Susanne de Jager? Nee?'

Floris en ik kijken over Koens schouder naar de ledendatabase. 'Hoeveel vrienden heeft ze al?' fluistert Floris opgewonden. 'Nodigt ze zelf ook weer mensen uit?'

Toch zijn we er nog niet. In relatieve zin is de groei razendsnel, maar absoluut stelt het weinig voor. Orkut en Friendster klokken 35 inschrijvingen per minuut. Media-aandacht voor Hyves moet dat verschil verkleinen.

'Don't bother me with nonsense.' Peter Olsthoorn was een van de eerste Nederlandse leden van Orkut. Zijn lege profiel bestaat uit vijf

woorden die hem accuraat beschrijven. Aan pr-praatjes heeft de invloedrijke internetjournalist een broertje dood. Als je al een interview met hem kunt regelen, heeft hij een zesde zintuig voor onderwerpen waar je liever niet over praat. Juist op die onderwerpen drilt hij dan door. Dat maakt een positief artikel van zijn hand natuurlijk des te waardevoller. Bij de lancering van IEX zette hij de toon met zijn stuk STUDENTEN VALLEN FINANCIËLE WERELD AAN. Zal hij voor Hyves hetzelfde kunnen doen?

Drie dagen voor de lancering van de nieuwe functionaliteiten wordt Olsthoorn lid. We voegen hem toe als vriend en bieden hem de primeur van de uitbreiding aan. Nog dezelfde dag mailt hij het stukje ter inzage. Fantastisch, tot de passage over Startphone. 'Dat mislukte direct al.' Lekker scherp, typisch Olsthoorn. Hyves als doorstart van een mislukt project, dat is geen ideale binnenkomer. Geschrokken mail ik hem dat dat toch echt anders gezien moet worden.

Een paar dagen later valt de nieuwsbrief in mijn elektronische brievenbus. HYVES VOOR GROEPSVORMING MET SMS lezen de tienduizenden ontvangers met mij.

'Cool, we zijn de titel van de nieuwsbrief!' juich ik terwijl ik de e-mail open.

Koen kijkt om naar mijn scherm. 'En? Is aangepast dat we mislukt zijn?'

We hebben niets meer van Olsthoorn gehoord. Hij blijkt de passage niet aangepast te hebben, maar hij heeft mijn mail in de trant van 'we zijn niet mislukt' integraal doorgeplaatst. Ideaal. Dat creëert hetzelfde effect als de *Monty Python*-piloot die roept: 'There is absolutely no cause for alarm. The wings are not on fire.'

Een leermoment. Les één voor omgang met journalisten: alles wat je zegt kan en zal tegen je gebruikt worden. Ook al is het voor of na het interview. Aan de telefoon of per mail. Alle communicatie kan gepubliceerd worden. Dat is niet erg, je kunt het ook positief gebruiken. Je moet het alleen even weten. Ik weet het nu.

Een van de uitbreidingen van de nieuwe versie is de simpelste feature van Hyves. In de zes jaar die volgen, zal het nooit meer gewijzigd of verbeterd worden en al die tijd is het veruit het populairste onderdeel. Tot de lancering weten we niet hoe we dit publieke bericht op de profielpagina's moeten noemen. Orkut noemt het een *scrap*, Engels voor 'stukje'. Dat wordt het dus niet. Internetfora zouden dit een 'prikbord' noemen. Een sterke naam als we in 1904 zouden leven of ons op oma's richten (niet dat oma niet welkom is).

Het onderdeel is gebouwd door Albena. Ze is een aantal jaren eerder geïmmigreerd uit Macedonië. Haar Nederlands is erg goed, maar een charmant accent herinnert nog aan haar Oost-Europese afkomst. Bij de lunch eet Albena 'fraut' en de designs van Floris zien er mooi 'aut'. Ook gebruikt ze vaak woorden die theoretisch correct zijn, maar die een autochtoon niet zo zou gebruiken. We moeten dan ook hard lachen als Albena aan de nieuwe functie de tijdelijke naam 'krabbel' geeft. Het lachen vergaat me echter als ik voor de lancering zelf een alternatief moet bedenken. Intussen zijn we eigenlijk best gewend aan 'krabbel', dus laten we het uiteindelijk maar staan. Het duurt niet lang voordat krabbelen een werkwoord is en Albena wellicht als eerste Macedoniër een bijdrage levert aan de Nederlandse taal.

Belangrijk onderdeel van de krabbels zijn de de smileys. In Japan heeft een gadget de strijd verloren van een veel simpelere concurrent, alleen omdat die hartjes kon versturen. Dat zal ons niet overkomen. Met de krabbels voegen we tientallen smileys toe met een ereplaats voor het hartje.

Tot onze verbazing worden de krabbels op Hyves anders beantwoord dan op Orkut. Orkuters plaatsen het antwoord boven de oorspronkelijke scrap, dus op hun eigen profiel. Zo hebben wij het ook voor Hyves gebouwd. Hyvers krabbelen het antwoord echter op de pagina van de ander. Op Hyves worden krabbels namelijk een statussymbool, dus ze vinden het asociaal om het gesprek op hun eigen pagina te houden. Bovendien wordt zo van het antwoord een e-mailnotificatie verstuurd.

Snel erkennen we onze fout – de Hyver heeft altijd gelijk – en passen we de tekst aan dit nieuwe gebruik aan. Maar als je ooit bent uitgelachen na een krabbel aan jezelf, dan weet je nu dat jij als enige goed zat.

De introductie van de krabbels zorgt voor een veel actiever gebruik van de website. En het is niet de laatste uitbreiding. Half november voegen we alweer nieuwe onderdelen toe: tips en *crushes*. Het gaat zo snel dat Reinoud zich zorgen maakt of zijn halfjaarcontract wel verlengd zal worden. 'Want Hyves is aan het eind van het jaar toch gewoon af als we in dit tempo doorgaan?' De woorden worden al snel onsterfelijk en zullen nog vaak herhaald worden.

Het hoge tempo is in grote mate te danken aan Reinoud zelf. Niet alleen blijkt hij inderdaad irritant slim, hij werkt ook net zo hard als wij. Als wij 's avonds laat met vierkante ogen het pand verlaten, komt Reinoud pas echt in zijn 'zone'. Dan neuriet hij mee met de Duitse operamuziek die door de speakers schalt en onderscheidt niets hem van de *mad scientist*. Doodeng. 'Geheim wapen' is niet voor niets zijn beschrijving op de site. We beschouwen hem als de vierde oprichter, ook al kwam hij er iets later bij – zoals d'Artagnan de vierde musketier werd. Net als andere werknemers zal d'Artagnan medeeigenaar van Hyves worden.

KA-BENG! De doos flyers van 15 kilo klapt op de keukentafel. Nu Koen en zijn team zo snel nieuwe onderdelen toevoegen, ligt de bal bij Floris en mij om de ledengroei te versnellen. We hebben alles geprobeerd behalve het flyeren in Paradiso, waar Koen ons subtiel op wijst door de doos bij de lunch tussen onze borden te gooien. 'Of zal ik jullie met de marketing helpen nu de techniek zo soepel draait?'

Begin december zijn er krap 3000 Hyvers. We verdubbelen elke 23 dagen, maar dat is niet genoeg. De tijd begint nu echt te dringen. Niet alleen groeien Orkut en Friendster nog steeds met tienduizenden nieuwe leden per dag, maar onze grootste angst is realiteit geworden: Microsoft betreedt de arena met het sociale netwerk My Wallop.

'I think it's a threat to the entire social networking space. Everybody else can pack their bags and go home,' juicht een blogger. Lidmaatschap is besloten, maar na lang zoeken vinden we op sociaal netwerk Tribe (het aantal netwerken is al niet meer te tellen) een Walloper die ons wil uitnodigen. Gelukkig is Wallop niet de knock-outsite die we vrezen, het lijkt meer een experiment dan een product voor de massa. Maar toch – ken je iemand die Microsoft onderschat? Precies. We moeten zo snel mogelijk groeien en ons ingraven.

De grote vraag is echter hoe, nu het resultaat van de borrel en de persaandacht is tegengevallen. Flyeren en foto's nemen in Paradiso lijken niet veel kansrijker. Het moet toch mogelijk zijn om Hyves zelf veel viraler te maken?

De groei versnellen van 3 naar 10 procent per dag is een wereld van verschil. Het betekent elke 7 dagen verdubbelen in plaats van elke 23 dagen. Bij zo'n groei staat de teller theoretisch zelfs op een miljoen leden na twee maanden, maar zo'n vaart kan het natuurlijk niet lopen.

Het ligt voor de hand dat de versnelling gezocht moet worden in het uitnodigingsproces. Twee keer zoveel verstuurde uitnodigingen is voldoende voor een groei-explosie. Daarom geven we 50 cent smstegoed voor iedere uitgenodigde vriend, de 'vriendjespolitiek'-actie.

Een tweede groeistimulans is dat Hyvers sinds kort e-mailadressen uit hun Hotmail-adresboek kunnen aanvinken om uit te nodigen. En een derde maatregel is de herinneringsmail dat de uitnodiging voor Hyves bijna vervalt. Dat is niet waar, maar het zorgt er wel voor dat mensen alsnog lid worden.

Het helpt allemaal iets, maar een echte versnelling blijft uit. Tot eind november. Uit het niets regenen over de hele wereld miljoenen uitnodigingen voor het onbekende Hi5.com. Nieuwsgierig loggen we in. Vreemd genoeg is Hi5 helemaal geen sterke site. De site oogt rommelig en een stuk minder dan de concurrentie. Bij nader onderzoek blijkt echter één ding wel goed: nieuwe leden worden nauwkeurig door een uitnodigingsprocedure geloodst. Eerst moet je je adres-

boek ophalen bij Hotmail, overslaan lijkt onmogelijk. Vervolgens zie je welke contacten al lid zijn van Hi5. Handig, want zo hebben nieuwe leden direct een groot netwerk. Echter, ook de e-mailadressen van contacten die niet lid zijn van Hi5, worden aangevinkt. Na een simpele klik op 'continue', wordt zo het hele Hotmail-adresboek uitgenodigd, vaak honderden e-mailadressen per keer. Dat heeft de uitnodiger niet altijd door, maar dat weten zijn vrienden natuurlijk niet. Dus worden die lid, halen ze hun adresboek op, *et voilà*, het sociale netwerk is *airborne*.

Dat moeten wij ook hebben. Wel maken we het makkelijker om het over te slaan en is duidelijker wat er gebeurt. Nederlandse leden moeten bovendien handmatig vrienden aanvinken die ze willen uitnodigen, terwijl buitenlandse leden aanvinken wie ze níét willen uitnodigen. Begin december staat het al live.

De groei zwelt direct aan. De raceauto giert vooruit. Flop en ik kunnen nog net achterop springen, terwijl Koen en Reinoud proberen de wagen bij elkaar te houden. In december groeien we 15 procent. Per dag! Binnen twee weken is de site onbegaanbaar traag geworden en staat Hyves voor de moeilijkste schalingsoperatie uit zijn bestaan. De website draait op één server, dat moeten er twee worden. Veel studenten zijn nu al verslaafd aan Hyves en worden ongeduldig. 'Het gaat veel te langzaam Raymond. Ik weet dat het ontzettend hard groeit, maar investeer alsjeblieft in wat snelheid!' krabbelt Hyver Lothar op 22 december.

Koen heeft nooit meer voorgesteld om te switchen naar marketing, de flyers eindigen bij het oud papier. Kerst 2004 vieren we op kantoor.

4. De dierentuin

Bud Fox, I look at a hundred deals a day. I choose one.
Gordon Gekko in *Wall Street*

We wensen alle Hyvers een gelukkig Nieuwjaar! Dank voor jullie massale aanmeldingen en bezoek! Ook al kostte het onze feestdagen om de site in de lucht te houden – *no hard feelings*! Veel succes met jullie goede voornemens, hierbij die van ons:

1. Snelste site van Nederland
2. Met jullie de leukste site ter wereld maken (Ideeën? Krabbel Raymond. Hyves.nl!)
3. Hyvers van Afghanistan tot Zimbabwe

Hyvers worden op 1 januari met champagne verwelkomd. Of tenminste, met een plaatje van champagne. Op HQ zit de kurk nog stevig op de fles. De site strompelt het nieuwe jaar in en is soms uren achtereen uit de lucht. Om Hyves snel te krijgen zijn veel meer servers nodig. Zelfs een order van honderdduizend euro zou ons misschien maar een maand vooruit helpen, want de nieuwe leden stromen toe. Niet dat we honderdduizend euro hebben, want het geld is weer op. Bovendien zijn uitwisselingsstudenten al bezig om de site te vertalen in het Frans, Duits, Spaans en Italiaans.

GorillaPark heeft aangegeven nog steeds geïnteresseerd te zijn, maar blijft treuzelen, en lijkt net zo veel geld te hebben als Hyves zelf. We besluiten er niet meer op te wachten en gaan op zoek naar andere geldschieters. We benaderen er zes. Het Silicon Polder Fund is een

tip van Leendert, en Prime Technology zou onderdeel uitmaken van het consortium dat Jeroen Mol wilde opzetten. Paul Kuiken, oprichter van het beursgenoteerde IT-bedrijf Landis, hebben we geïnterviewd bij IEX. Willem van Kooten kennen we niet persoonlijk, maar we hopen dat hij door zijn media-achtergrond de potentie van Hyves zal inzien. Tijo van Marle heeft als bankier als een van de weinigen geen media- of technologieachtergrond. Wel kent hij als hedge fundmanager veel investeerders. Belangrijker is dat wij hem goed kennen als vader van John, een goede vriend van het gymnasium.

Boven aan ons lijstje staat Marcel Boekhoorn. Het gerucht gaat namelijk dat alles wat Boekhoorn aanraakt in goud verandert. Van bakkers en spuitbussen tot breedbandinternet. Wat het nog mooier maakt, is het plezier waarmee hij alles lijkt te doen. Zijn voetbalvrienden geeft hij vaak aandelen in zijn investeringen, want 'alleen rijk worden is niet leuk'. Hij heeft een eigen wet: wie niet kan delen, kan ook niet vermenigvuldigen. En het mooist is de naam van zijn eerste bv, Bowolar: BOekhoorn WOrdt LAchend Rijk. Dat willen wij ook wel.

Om verdere vertraging te voorkomen benaderen we ze tegelijk. Al mailen we in ons enthousiasme Boekhoorn al een week eerder, na de mail tien keer overgelezen te hebben.

––Original Message ––
From: Raymond Spanjar [mail**To:**raymond@startphone.com]
Sent: 07 January 2005 15:12
To: ––
Subject: TAV Marcel Boekhoorn

Geachte heer Boekhoorn,

Voor de financiering van de Europese expansie van Hyves.nl zoeken wij investeerders.

Hyves.nl is een nieuw communicatieplatform voor internet en mobiele telefonie. We zijn een paar maanden online, en groeien hard: 5-15% per

dag, ofwel min. 500% per maand. De groei wordt veroorzaakt door de mond-tot-mondreclame van de zeer enthousiaste gebruikers – we hebben niets aan marketing uitgegeven.

Dankzij de hoge netwerkeffecten en extreme virale groei stevenen we af op marktleiderschap in NL en andere grote Europese markten eind 2005 – we spreken graag met u af om Hyves aan de wet van Boekhoorn te toetsen.

Vriendelijke groet,
Raymond Spanjar

'Shit! Bijlage vergeten!' Snel stuur ik de presentatie erachteraan. In nog geen twintig slides hebben we Hyves zo onweerstaanbaar mogelijk geprobeerd te maken. 'Een no-brainer,' moeten de investeerders mompelen terwijl ze door de slides bladeren. Het verhaal is simpel:

1. Dit is het product.
2. Het groeit heel snel.
3. Zo gaan we geld verdienen.
4. Zoveel is de concurrentie waard.
5. We vragen 250.000 tot 500.000 euro.
6. Dit is onze achtergrond, we zijn niet helemaal gek.

Onder het kopje 'Where's the beef?' proberen we de lastigste vraag te beantwoorden: hoe ga je met social networking droog brood verdienen? Al is dat niet onze zorg. Niet alleen omdat we geld verdienen saai vinden – het lijkt te veel op werken, zou Guus Geluk zeggen – maar ook omdat een succesvol sociaal netwerk een grote hap uit de advertentiebudgetten moet kunnen nemen. Sociale netwerken hebben immers veel meer verkeer en kennis van hun bezoekers dan andere sites, en meer mogelijkheden voor creatieve integraties van merken. Bovendien willen de Hyvers wellicht ook betalen voor bepaalde diensten.

In de presentatie kunnen we niet simpelweg zeggen: 'Dat komt wel goed,' het vertrouwen moet gestaafd worden met cijfers. Gelukkig blijken de beursgenoteerde internetbedrijven iVillage en PlanetOut – voor de goede zaak ben ik lid geworden van hun vlaggenschip Gay.com – in 2004 6 tot 8 dollar per lid te verdienen. Ruim voldoende om aannemelijk te maken dat een populair Hyves ook winstgevend zal zijn.

Boekhoorn reageert binnen enkele dagen als eerste. Tenminste, zijn secretaresse reageert en plant een afspraak in met zijn rechterhand Henk Buitenhuis. Boekhoorn heeft enige tijd eerder de meerderheid van de mobiele operator gekocht en zijn vertrouweling Buitenhuis als Chief Operating Officer in de raad van bestuur gezet. Een combinatie met Telfort ligt gezien onze mobiele plannen voor de hand, ons Koreaanse voorbeeld CyWorld is zelfs gekocht door een telco, SK Telecom.

Maandagochtend 24 januari nemen Floris en ik de presentatie nog een keer door in een ijskoude taxi. Als de auto tot stilstand komt, haasten we ons naar binnen. Het is tien over elf. Zoals altijd zijn we te laat. We haten het nu nog meer dan normaal. Tot het laatste moment hebben we op kantoor nog aan de presentatie gesleuteld. Een kwartier te laat worden we binnengeleid bij Henk Buitenhuis en zijn collega Peter van Gilst. Buitenhuis is kortaf, is hij geïrriteerd dat we te laat zijn? Laten we maar snel beginnen met onze presentatie, er resteren slechts veertig minuten. De Telfort-COO zwijgt tot de vijfde slide, '*proof of concept*'.

'Hebben jullie nu 40.000 leden?'

In de presentatie die we twee weken eerder hebben gestuurd, stond nog 22.000, de afgelopen twee weken zijn we verdubbeld.

Buitenhuis leunt voorover, zijn interesse is gewekt. Staccato onderbreekt hij de presentatie nog een paar keer, vooral bij de financiën.

'Kunnen jullie echt een succesvolle marktplaats starten?'

'Niemand gebruikt mobiel internet.'

'Met mobiele content gaan jullie niets verdienen.'

Floris en ik zijn geïntimideerd door de bijna ongemakkelijk makende focus van de kolonel van Boekhoorn. Als zijn secretaresse al heeft gemeld dat de volgende afspraak klaarstaat, vertrouwt hij ons toe wat het voordeel is van Boekhoorn als aandeelhouder: 'Met zijn fantastische *dealmaking skills* zorgt hij voor een factoren hogere exit.' Buitenhuis praat uit eigen ervaring. Hij vertelt over NovaXess, zijn eigen vorige bedrijf. Boekhoorn kocht het bankroete bedrijf voor bijna niets, voegde het samen met een ander bedrijfje en verkocht het twee jaar later alweer voor 38 miljoen euro. Buitenhuis profiteerde mee. Maar Boekhoorn heeft één voorwaarde.

'Marcel wil altijd minimaal 51 procent. Anders is het de moeite niet en zo houdt hij zijn handen vrij om het voor de hoogste prijs te verkopen. Dat is in jullie eigen belang.'

Floris slikt. Dat is eigenlijk geen optie voor ons. We willen sowieso de baas van ons eigen bedrijf blijven.

Buitenhuis begrijpt onze aarzeling. 'Denk er maar over na. Het is ook in jullie eigen belang.'

Na er nog een nacht over geslapen te hebben mailen we Henk dat we graag deel uitmaken van de Boekhoorn-familie, maar dat 51 procent helaas toch te veel is.

Leendert van Driel, de oom van Floris, heeft inmiddels gehoord dat we moeite hebben om ons succes te financieren. Dat doet pijn aan zijn investeerdershart, hier is durfkapitaal juist voor uitgevonden. Om ons te helpen biedt hij aan 250.000 euro te investeren in ruil voor nieuwe aandelen Hyves. Als indicatie hebben we een waardering van 1 miljoen euro genoemd. Dat betekent een belang van 20 procent voor Leendert: na een investering van 250.000 euro is Hyves 1,25 miljoen waard. Het lijkt Leendert echter weinig uit te maken hoeveel aandelen hij precies krijgt, alsof we de waardering zelf mogen bepalen. Belangrijker vindt hij dat we snel uit de problemen komen. Binnen twee weken kunnen we een getekend contract hebben en zal het geld op de bankrekening staan.

Dat is geen overbodige luxe, de site wordt met de dag langzamer.

We twijfelen of de andere investeerders net zo snel kunnen schakelen. Willem van Kooten heeft inmiddels vriendelijk bedankt, net als Prime Technology en Silicon Polder Fund. Net zo belangrijk als het geld en de snelheid is dat we een erg goed gevoel hebben bij Leendert. Hij heeft veel ervaring en stelt altijd het gemeenschappelijke belang voorop. Gecombineerd met de familieband maakt dat Van Driel tot een zeer stabiele aandeelhouder.

Tijo van Marle wil ons ook helpen en heeft een bijeenkomst met een aantal relaties georganiseerd, maar gezien Leenderts aanbod vinden we het niet netjes om dat door te laten gaan. Tijo heeft ons document echter al nauwkeurig bestudeerd. Hij begrijpt onze snelle toezegging aan de oom van Floris, maar vindt dat niet zo slim: 'Na verdere bestudering van jullie businessplan ben ik bereid om een concurrerende offerte te doen gebaseerd op een *premoney valuation* van 1.250.000 euro. Bovendien is jullie succes natuurlijk in hoge mate te danken aan de boegbeeldrol die John op jullie website vervult!'

Dat laatste is natuurlijk een grap. Ter illustratie van het netwerkconcept hebben we op de homepage zes gezichten met elkaar verbonden: wijzelf en drie vrienden, onder wie Van Marle junior. Hoewel niet onaantrekkelijk, geloven we niet dat de leden toestromen voor John. Om het luxeprobleem nog groter te maken belt de secretaresse van Boekhoorn. We mogen op audiëntie bij de meester zelf.

Intussen is er ook nog een website om in de lucht te houden. Onder studenten groeit de buzz, en ook 's avonds in de stad horen we steeds vaker mensen over Hyves praten. Nog maar een paar maanden eerder zeiden vrienden en familieleden met een vies gezicht: 'Haifs? Wat is dat? Hoe schrijf je dat?' en nu zeggen wildvreemden achteloos: 'Ik Hyve je wel even.'

Met de groei van de website neemt ook het e-mailverkeer toe. Uitnodigingen, krabbels, privéberichten, groepsberichten – uit het niets groeien we naar tienduizenden verstuurde e-mails per dag.

Maar op 24 januari gaat het fout. Door een storing in het mailsysteem worden veel uitnodigingen meerdere keren verstuurd. Sommi-

ge uitnodigingen worden zelfs duizenden keren gestuurd en namens de zestienjarige Tommy versturen we liefst 156.000 uitnodigingen. Zo worden eerst de e-mailaccounts van zijn vrienden geblokkeerd en via de duizenden onbezorgbare mails ook Tommy's eigen account. Niet ideaal. Dit bevestigt het beeld van Hyves als spammer. Providers houden een lijst bij van notoire spamverstuurders en blokkeren hun e-mails. Opname van Hyves op deze lijst is fataal. Nadat we in een blog de fout hebben uitgelegd en de slachtoffers een dvd van de film *You've Got Mail* hebben beloofd, blijft gelukkig niemand boos, maar de boodschap is duidelijk: kleine foutjes bestaan niet meer.

Het hoofdkantoor van Bowolar is omsingeld door apen. Niet dat Boekhoorns team zo slecht is, maar hij werkt letterlijk te midden van apen. En leeuwen. En een paar tijgers. Boekhoorn H Q zetelt in Ouwehands Dierenpark, een van de investeringen in zijn gevarieerde portfolio. Op een van de schaarse foto's die we van de publiciteitsschuwe investeerder hebben kunnen vinden, toont hij het rendement: een tijgerwelpje.

We hebben Boekhoorn gemeld dat we al in een vergevorderd stadium met een andere investeerder zijn. Desondanks willen we graag afspreken gezien de strategische toegevoegde waarde van Telfort. En omdat je een uitnodiging om lachend rijk te worden niet weigert. Na een wandeling langs de kooien kom ik aan bij de hoofdattractie. Gespannen neem ik plaats in de wachtruimte van Nederlands gevaarlijkste roofdier. Ondanks het feit dat de temperatuur rond het vriespunt is, heb ik het erg warm. Dan gaat de deur open.

'Marcel Boekhoorn. Je hebt één uur, dan moet ik echt weg.'

Na één minuut onderbreekt de investeerder de slideshow al. 'Sms en mms kun je op die manier vergeten,' bromt hij spottend.

Doet hij dit expres? Hij zal ons toch niet uitgenodigd hebben om Hyves af te kraken? Opeens vallen de zenuwen van me af. Ik ga mijn best doen en proberen van dit uur te genieten. En als Boekhoorn het niets vindt, is dat jammer, maar niet het einde van de wereld dankzij de toezegging om te investeren van Leendert.

'Hebben jullie nu al 70.000 leden?'

Sinds de afspraak bij Telfort zijn we weer bijna verdubbeld. Sinds de eerste, gemailde presentatie is Hyves verdrievoudigd. We hoopten al dat het Boekhoorn zou opvallen. Hij staat op en gaat niet meer zitten. Na afloop verbaas ik me erover. Eigenlijk is dat raar, maar op het moment zelf lijkt het heel natuurlijk. Vanaf nu is het vooral Boekhoorn die presenteert.

'Ik ben bezig met vierkante theezakjes. Vierkant, ja. Dat scheelt 80 procent opslagruimte en 20 procent kosten. Ik denk dat we dit bedrijf gaan verkopen voor 250 miljoen euro.

Weet je hoeveel mensen er jaarlijks doodgaan omdat ze een wesp inslikken uit een blikje frisdrank? Driehonderd. Dankzij deze schroefdop voor blikjes is dat binnenkort verleden tijd. Bovendien bespaart het 30 procent kosten en blijft de frisdrank langer lekker omdat je het blikje dicht kunt draaien. We hebben er net een aanbod van vierhonderd miljoen euro voor gekregen.'

Ook werkt hij aan een joint venture met Danone om met milkshakemachines Europa te veroveren. 'Uiteraard hebben wij 51 procent.'

Dan richt Boekhoorn zijn attentie op mij. 'Wat studeerde je?'

'Economie en psychologie.'

'Psychologie? Ik wist het! Ben je een strateeg of een executer?'

Ik antwoord 'strateeg', vooral omdat uitvoeren niet mijn sterkste kant is.

'Ik wist het!'

Boekhoorn heeft me definitief betoverd. Ik leg uit dat we hem graag aan boord hebben als investeerder, maar dat we al in een vergevorderd stadium zijn met Leendert van Driel. 'Dat is een dealbreaker, als ik investeer doe ik het alleen.'

Een tranen trekkend verhaal volgt over hoe de arme investeerder bij een eerder project het schip in is gegaan doordat hij onvoldoende controle had. Het zijn ook altijd dezelfden die gepakt worden. Bij uitzondering ziet Boekhoorn in ons geval af van zijn minimumbelang van 51 procent, maar we zullen begrijpen dat hij wel bepaalde zekerheden en controle wil.

'Ik ben bereid te investeren op een hogere waardering, maar dan zonder Van Driel. Een half miljoen euro op een waardering van 1,25 miljoen. Hier is mijn kaartje. Ik schrijf mijn 06 op de achterkant, bel me wanneer je wilt.'

Om halfvier wankel ik dolgedraaid Boekhoorns kantoor uit, een halfuur na de deadline voor het gesprek. In mijn ooghoek zie ik een geïrriteerde Hans Breukhoven in de wachtkamer. Heeft Boekhoorn hem nou een halfuur laten wachten voor Hyves?

Op Hyves HQ brandt tot 's avonds laat licht. We hebben bijna direct een mondeling akkoord gesloten met Leendert omdat eerdere pogingen om geld op te halen zo lang duurden en we snel geld nodig hebben. Nu zijn er twee hogere biedingen.

Dat verbaast Leendert niets. 'Als er één schaap over de dam is, wil altijd iedereen meedoen.' Tijo en Boekhoorn waren al geïnteresseerd vóór Leenderts aanbod, maar de les is duidelijk. Hoe meer geïnteresseerden, hoe sneller een deal en hoe hoger de prijs.

Boekhoorn staat symbool voor avontuur. Het verhaal wordt ongetwijfeld nog kleurrijker met Bowolar als investeerder. We geloven Buitenhuis als hij zegt dat Boekhoorn Hyves waarschijnlijk drie keer zo veel waard kan maken als het goed gaat. De keerzijde is dat de dierentuinbaas weliswaar accepteert dat hij geen meerderheid kan kopen, maar dat hij toch wil kunnen ingrijpen als het slecht gaat. Dan zijn wij de controle over Hyves kwijt. Tijo als investeerder is *best of both worlds*. Zijn bod is hoger en ook hem vertrouwen we volledig omdat we hem al vijftien jaar kennen.

Uiteindelijk geven onze toezegging aan en ons vertrouwen in Leendert de doorslag. Om ons snel te helpen heeft hij direct aangeboden te investeren, nog voordat we een definitieve waardering hadden afgesproken. We willen nu niet terugkomen op onze afspraak.

De volgende ochtend bel ik Boekhoorn. Hij accepteert geen nee en verhoogt zijn bod naar een waardering van anderhalf miljoen euro. Voor een investering van een half miljoen neemt hij genoegen met een belang van 25 procent. Een fantastisch compliment. Maar ook dit aanbod van ons idool slaan we met tegenzin af.

De volgende dag, 18 februari, tekenen we de overeenkomst met Leendert en H.J. van de Koppel, een flamboyante financieel adviseur uit Madrid en een bekende van Leendert. Spanjar sr. en Burt investeren ook, om hun beider belang op 5 procent te brengen. In totaal wordt ruim driehonderdduizend euro gestort. De stemming is uitgelaten. Burt waarschuwt echter dat er nooit problemen zijn als het goed gaat. 'Die komen pas als het heel slecht gaat. Of heel goed.'

Ik zeg niets maar geloof het niet. Hoe beter het gaat, hoe minder problemen, toch? Het zullen echter profetische woorden blijken.

Die avond knalt er wel echte champagne.

5. ¡Dios mio!

Ke bueno super Cool!! Me encanta la idea de saber ke es lo ke hacen mis amikos es re fantastico.
Susan, Hyver uit Lima

Begin maart ontwikkelt Hyves zich voorspoedig. De snelheidsproblemen komen onder controle en we stevenen af op de onmogelijk geachte grens van 100.000 leden. Al na zes in plaats van twaalf maanden. Hyver Remco Janssen schrijft er een groot stuk over voor *Het Parool*, dat we trots boven ons bureau hangen. De groeiende populariteit valt ook de webmasters van bedrijven op die het internetverkeer van de werknemers monitoren. De directeuren zitten zelf nog niet op Hyves en zijn minder enthousiast over onze groei, Nike blokkeert als een van de eerste werkgevers Hyves op de werkvloer.

De meeste Hyvers zijn echter nog student en bijna allemaal Nederlanders. Dat blijkt uit het overzicht van populairste Hyves: bovenaan prijken de hockeyers-Hyve en die van Vindicat, het Groningse corps. De steden met de meeste Hyvers zijn alle studentensteden – op één na: dankzij de families Kam en Kol prijkt hun geboorteplaats Purmerend fier tussen studentenbolwerken als Leiden, Delft en Groningen.

De Nederlanders krijgen gezelschap. Half januari hebben buitenlandse studenten Hyves vertaald in het Spaans, Frans, Duits en Italiaans. De Engelse vertaling was al langer beschikbaar. De studenten zijn niet alleen goedkoper dan een professioneel vertaalbureau, maar van deze vertalers weten we zeker dat ze het concept goed begrijpen.

Als start van de internationale expansie nodigen we onze buitenlandse vrienden uit, half februari vragen we de Hyvers om hetzelfde te doen.

Hyves
always in touch with your friends

From: Raymond Spanjar [mail**To:**raymond@Hyves.nl]
Sent: 16 February 2005 12:54
To: Raymond Spanjar
Subject: Hyvers aller landen verenigt U

Beste Hyver,

Allereerst dank voor je steun tijdens de donkere kerstdagen toen Hyves door de extreme groei vaak slecht bereikbaar was. Het bezoek en aantal leden nam alleen maar toe (tot wanhoop van Reinoud!), dank hiervoor.

Met Hyves Europa in
Dit brengt ons bij de volgende uitdaging: een wereldwijd Hyvers-netwerk. Wij zijn van nature bescheiden, laten we ons eerst richten op Europa en de vs. In Nederland grijpt het Hyves-virus snel om zich heen: krabbels, foto's en berichten vliegen over en weer, en Hyvers helpen elkaar aan kamers, restaurants, banen en zelfs partners.

Wat is er zo geweldig aan een Europees Hyves?

Met een Europees netwerk kan je natuurlijk makkelijk contact houden met buitenlandse vrienden, maar ook zien wie van je tweedegraads netwerk in Madrid zit, bijvoorbeeld. Handig voor city trips. Of voor buitenlandse banen, stages of appartementen. Hiertoe wordt de site binnenkort ook uitgebreid met nieuwe onderdelen, waarover binnenkort meer.

Gratis city trips voor Europolieten
Eerst de vraag, hoe maken we Hyves populair in de Europa? Graag jullie creatieve ideeën naar Raymond@Hyves.nl. Laten we beginnen met het uitnodigen van onze internationale vrienden. Wij bijten de spits af, en nodigen hier op Hyves Headquarters 15 buitenlanders per persoon uit. Als jij ook meedoet, versturen we een miljoen uitnodigingen, en hebben we

van de zomer een Europees vriendennetwerk. Kan nog van pas komen op vakantie.
De 3 Europeeste Hyvers krijgen een ticket naar een grote West-Europese stad naar keuze om hun vrienden op te zoeken. Criteria zijn het aantal lid gemaakte Europeanen, internationale krabbels, profiel en opgerichte Hyves (bijv. voor talenscholen of int. studies!).
Dezelfde prijs ontvangt de Hyver met het hoogste aantal Europese uitnodigingen, nominaties met het # uitnodigingen voor 1 april naar leden@Hyves.nl!

Let's Hyve it!
Raymond

Ps. De site is alvast vertaald in het Engels, Frans, Duits, Italiaans en Spaans.

De nieuwsbrief wordt verstuurd naar 73.000 Hyvers. Dat betekent niet alleen een nieuwe verzendingstool – Outlook voldoet nu echt niet meer – maar het levert ook veel meer reacties op. Sommige leden antwoorden dat ze al internationaal actief zijn, zoals Yolande: 'Was already working on it! Heb so far 1 italiaan en 1 braziliaan zo gek gekregen. Succes!'

Anderen gaan direct aan de slag of bieden hulp aan via hun internationale bedrijf. Minstens zo leuk is de sporadische haatmail als antwoord. T.C. (romperstomper2000@mail.com) houdt het kort en bondig met een kernachtig antwoord van vijf woorden: 'hou je bek kut mongool.'

We hebben meer ijzers in het vuur voor internationale groei. Half februari starten twee stagiairs om fulltime buitenlanders uit te nodigen. Radinck van Vollenhoven en Gijs van Dedem zijn *connectors* pur sang met een groot netwerk in het buitenland. Beiden zijn lid van een studentenvereniging en hebben een erg actieve Hyves-pagina. Gijs studeert International Business in Haarlem en heeft in Zwitserland zijn middelbare school gevolgd.

Gijs is echter nog een provinciaal vergeleken bij Radinck. Als zoon van een Nederlandse ambassadeur en een Australische moeder is Van Vollenhoven tweetalig opgevoed en over de hele wereld opgegroeid. Hij voltooide zijn middelbare school in Brussel en studeerde International Business and Languages in Groningen. Bijkomend voordeel is dat Radinck voor zijn eerste stage in Malaga een team van twintig vertalers heeft aangestuurd, dat kan hij er nu bij Hyves bij doen. Hij neemt dat overigens al snel te letterlijk en stuurt onze Duitse vertaalster ook in bed aan. Dat krijg je met die *connectors*.

Gijs en Radinck brengen de populairste leden van concurrerende netwerken in kaart en vragen hun om lid te worden van Hyves. Belangrijkste argument is dat je via Hyves onbeperkt foto's kunt uploaden. Hiertoe nodigen we Gijs en Radinck uit voor Orkut en Myspace. Met een uitnodiging voor Gay.com wacht ik nog even, je weet toch niet hoe dat wordt opgevat op de eerste stagedag.

Het Amerikaanse Myspace is inmiddels uitgegroeid tot de *hottest kid in town*. Terwijl Friendster blijft steken op een miljoen unieke bezoekers per maand omdat de site nog steeds niet vooruit te branden is, is Myspace geëxplodeerd naar liefst 14 miljoen bezoekers. 'We're crushing it,' aldus medeoprichter Chris DeWolfe tegen *BusinessWeek*. Met zo'n zeven miljard bekeken pagina's per maand is Myspace al een van de populairste websites van de Verenigde Staten, net na Yahoo, eBay, Google en AOL, sites die stuk voor stuk miljarden waard zijn. Ik ben in mijn eigen gebakken lucht gaan geloven en koop voor 7,60 dollar per stuk aandelen Intermix, het moederbedrijf van Myspace, dat 'maar' een paar honderd miljoen waard is.

Na een maand staat de internationale ledenteller van Hyves nog steeds stil. Onze buitenlandse vrienden reageren enthousiast, maar krijgen hun netwerk niet in beweging. Het harde werken van Gijs en Radinck lijkt zonder resultaat. En zelfs de 100.000 Nederlandse Hyvers slagen er niet in de wereld te laten hyven. Het blijkt stilte voor de storm.

Half maart worden een paar Peruaanse verkenners lid. Ze vinden het wel wat, dat hyven. Maria uit Lima krabbelt me dat ze al haar vrien-

den heeft uitgenodigd. 'Muy buena pagina!se ve muy chevere!!!ya invite a todos mis amigos, ya se uniran!'

Maria is niet de enige. Het uitnodigingssysteem is inmiddels extreem viraal dankzij de koppeling met Hotmail, de beloning van 50 cent per nieuwe vriend en de herinneringsmail. In combinatie met het latinotemperament leidt het tot een virtuele volksverhuizing. In een paar dagen tijd versturen ze een half miljoen uitnodigingen. Een half miljoen! Onze nieuwe Peruaanse vrienden trappen op het gaspedaal en versnellen de toch al niet misselijke groei met een factor tien. Op 24 maart gaan om kwart over twee alle lichten uit bij de servers. Om kwart voor drie gaan de lichten aan bij onze onbetaalbare stagiair Jos.

––Original Message ––
From: jos houtman
Sent: 24 March 2005 11:29
Subject: Downtime vanmorgen 24 maart

We zijn vanmorgen van ongeveer 2:15 tot 7:30 down geweest. Met een kleine uptime rond 4/5/6 (Weet niet meer welk) uur, toen ik dacht klaar te wezen. Wat is er gebeurd:

Rond 2:15 is de harde schijf van de master database helemaal volgelopen.
Rond 2:45 zat ik rechtop in bed met 25 sms'jes.
Om 3 uur was het probleem met de schijfruimte opgelost, maar de replicatie was stuk gegaan.

Dit duurde nog is 1.5 uur. Hierna ben ik tot half 8 bezig geweest met een wat structurelere oplossing.

Jos

Op 28 maart gaat Hyves opnieuw down.

Hyves
always in touch with your friends

¡Dios mio! 29 maart 2005

Alles onder controle, dachten we vorige week. Het aantal leden groeit hard maar de site blijft snel. We wisten niet dat op dat moment hoog in het Andesgebergte een Peruaan Hyves ontdekte...

Bueno, mompelde hij al hyvend, *muy bueno*. En hij nodigde 1000 *amigos* uit. Die weer hun vrienden uitnodigden...

Er komen momenteel dagelijks 20.000 dolenthousiaste Peruanen bij en daar hebben we niet echt op gerekend. Vandaar dat de site vanaf 17.00 uur onze tijd langzamer wordt. Deze week krijgen we nieuwe Dell-servers binnen dus we hopen dat de site uiterlijk vanaf maandag weer snel is.

Heb je sinds kort last van hitsige Latijnse krabbels, of vind je dat juist prettig? Laat het ons even weten, dan kijken we hoe we met deze Peruaanse tsunami omgaan.

Hasta luego,
Raymond

Ps. Vraag me niet waarom juist Peru!

Waarom juist Peru? wordt een van de grote Hyves-mysteries. Nog steeds kunnen we alleen naar de reden gissen. Wel blijken veel meer Peruanen bereid om hun hele Hotmail-adresboek uit te nodigen en hebben ze veel meer contacten – 1000 e-mailadressen is geen uitzondering. Dat ligt wellicht aan cultuurverschillen tussen latino's en Europeanen, maar het verklaart niet waarom Peru zoveel actiever is dan Latijnse landen met een vergelijkbare bevolkingsomvang, zoals Argentinië of Venezuela. Het is waarschijnlijk geen toeval. Ook bij andere netwerken zoals Hi5 is een vaste groep landen veel actiever,

naast Peru bijvoorbeeld ook de Dominicaanse Republiek.

Nog een verschil met Nederlandse Hyvers zijn de profielfoto's van de Peruanen. In Nederland zijn bikinifoto's schaars. Te schaars naar onze mening, maar wellicht speelt mee dat Hyves HQ nog een mannenbolwerk is. Voor de Peruanen is de bikini echter het socialenetwerkuniform bij uitstek. Sommigen, zoals Ruth uit Lima, trekken hun bikinibroekje nog iets naar beneden. Dat had bij Nederlanders geleid tot verwijdering ('voor porno ga je maar naar een andere site, viezerik!'), maar bij de Peruanen komt dit zo vaak voor dat het wel onderdeel van de cultuur moet zijn. Of het is de warmte. In ieder geval vinden we het mooie content. Gelukkig zijn de meeste Nederlandse leden het met ons eens.

Onze nieuwe *amigos* slaan ook het advies in de wind om alleen bekenden toe te voegen. Vaak voegen ze onbekende Nederlanders toe als vriend, niet zelden gemotiveerd door een blond uiterlijk. Gelukkig leidt ook dit tot weinig klachten, dus nemen we geen maatregelen. Er ontstaan hechte trans-Atlantische vriendschappen.

De Latijnse invasie neemt bizarre vormen aan. Bij terugkomst in Nederland zijn backpackers verbaasd dat Hyves ook hier populair is. 'Wat moeten jullie op die Peruaanse site?'

Op zich is dat geen gekke gedachte, Lima heeft inmiddels Amsterdam van de eerste plaats van grootste steden gestoten. Ongelovig ontdekt Koen wat de tweede latinostad is:

Hey jongens,

Klopt het dat Barranquilla nu de 2e Spaanstalige stad is... en dat die stad in COLOMBIA ligt?

Koen

Colombia? Zuid-Amerika's meest geïsoleerde land?

Het is niet alleen maar *fiesta*. Door de explosieve bevolkingsgroei kraakt het Hyves-bolwerk in al zijn voegen. Zo wil Onestat, de statistiekenleverancier, niet langer gratis de bezoeken tellen. Om niet te hoeven betalen registreren we voortaan slechts een op de tien bezoeken.

Nog steeds wordt elk nieuw lid ontvangen met een welkomstmail van mijn eigen e-mailadres Raymond@Hyves.nl. Daardoor komen mails van Susan uit Groningen, Juan uit Lima en Marcel uit Ouwehands Dierenpark in dezelfde inbox. Met twintigduizend nieuwe leden per dag resulteert dit nu in te veel spam en onbezorgde mail. Voortaan worden de mails aan nieuwe leden verstuurd met geenantwoord@Hyves.nl. Mijn mailadres staat onderaan, zodat Hyvers me nog steeds weten te vinden en de spam van het koren wordt gescheiden: 'Door de overvloed aan aanbiedingen van Nigeriaanse goudmijnen en (overbodige) erotische stimuli kan je helaas niet antwoorden op deze mail. Stuur je reactie naar Raymond@Hyves.nl!'

Een moeilijker op te lossen probleem is dat de site weer niet vooruit te branden is. De servers kunnen net met moeite het Nederlandse verkeer aan, maar vanaf vijf uur 's avonds slaat Peru aan het hyven en wordt Hyves onbegaanbaar. Een nieuwe pagina laden duurt een minuut. Geschrokken wachten we met het live zetten van de Portugese vertaling. Tweehonderd miljoen Brazilianen kunnen we er even niet bij hebben.

Het is echter al te laat. Het virus is airborne. In april wordt Azië besmet. Dagelijks melden honderden Maleisiërs zich aan en ontstaat er een driefrontenoorlog. Aanpassingen aan de website geven de servers een beetje lucht. Zo kost het veel rekenkracht om te berekenen hoe Hyvers elkaar kennen. Vooral het uitrekenen van het kortste pad tussen vrienden van vrienden van vrienden (bijvoorbeeld 'Raymond >> Floris >> Leendert') duurt kostbare seconden, want sommige derdegraads netwerken bestaan uit meer dan vijftigduizend mensen. Derdegraads verbindingen tonen we daarom voortaan alleen na een klik op de profielpagina en niet meer standaard. Het aantal dergelijke berekeningen daalt daardoor enorm.

Het helpt iets, maar niet veel. Zoals elke oorlog is deze oorlog alleen te winnen met meer ijzer. De achtentwintigste verjaardag van Floris vieren we 's nachts in de loods van het serverpark als we de servercapaciteit verdubbelen.

Bergen servers kosten bergen geld. In dit tempo is de bankrekening binnen een paar maanden weer leeg. Het helpt niet dat er nog steeds geen geld binnenkomt, omdat we het prettig vinden dat de site reclamevrij is. Als Hyves is uitgegroeid tot een bekend merk, hopen we beperkt advertenties te verkopen tegen hoge prijzen. Nu goedkope rommelreclame van ringtones toelaten, zoals andere netwerken doen, zou dat scenario verpesten. Maar wellicht kunnen we de Zuid-Amerikanen al wel reclame tonen om de groei te financieren?

Jan-Joost Rueb en Onno Bakker van eBuddy hebben hetzelfde luxeprobleem. Miljoenen latino's gebruiken hun E-messenger. Jan-Joost helpt ons echter direct uit de droom als ik langsga voor advies. 'Wij verdienen geen stuiver aan Zuid-Amerika. De prijzen voor advertenties zijn daar zo laag, dat we vaak de kosten van het advertentiesysteem niet eens terugverdienen.'

Op de aandeelhoudersvergadering van 24 maart stellen we voor op korte termijn een nieuwe emissie te doen van een paar honderdduizend euro om te investeren in servers. Bij een uitgifte van extra aandelen 'verwatert' het belang van de aandeelhouders die niet mee investeren: omdat het totale aantal aandelen toeneemt, vertegenwoordigt hetzelfde aantal aandelen een kleiner belang. Zonde, vindt Burt, want dat bedrag kan ook makkelijk met een exclusieve sponsordeal in Nederland worden opgehaald. Hij stelt voor om ons op het niveau van de raad van bestuur te introduceren bij een aantal grote adverteerders. Niemand wil onnodig verwateren, dus besluiten we om het gratis geld niet te laten liggen.

Burt voegt de daad bij het woord en introduceert ons bij de directies van Heineken, Campina en Sara Lee. Campina ziet de combinatie niet en wij zelf eigenlijk ook niet, maar Sara Lee nodigt ons uit voor een gesprek. Een aantal niveaus lager dan de RvB uiteraard,

maar toch. Sara Lee is enthousiast. Voor 200.000 tot 250.000 euro gaan we een concept bedenken voor hun koffiemerk Douwe Egberts om de belangrijke jongere doelgroep te bereiken.

Het wordt een voor beide partijen frustrerend traject dat zich uiteindelijk meer dan een jaar voortsleept. DE is teleurgesteld omdat het de samenwerking het liefst in meerdere Europese landen opzet, terwijl wij alleen in Nederland kritische massa hebben. Ook heeft Hyves natuurlijk nog geen hapklare advertentieproducten, waardoor alles op maat gemaakt moet worden. Daarnaast ontberen we een commercieel team om snel te kunnen schakelen met hun marketeers. Floris, Koen, Reinoud en ik zijn de enige fulltimers, want Albena werkt inmiddels aan de *deploy* van haar eerste kind. Het is ook frustrerend om in de trein naar DE's hoofdkantoor in Brussel te zitten terwijl we de wereld willen veroveren en de website willen uitbouwen.

We waarderen het enthousiasme van de DE-marketeers en hun openheid voor innovatie, maar een koffiecorner op Hyves staat niet boven aan het wensenlijstje van de Hyvers. Met twee programmeurs is er geen capaciteit om af te wijken van de absolute topprioriteiten om aan de wensen van een sponsor te voldoen. Bovendien blijft er na verloop van tijd van de beoogde 200.000 tot 250.000 euro minder dan de helft over, onder andere doordat een reclamebureau betaald moet worden voor de creatieve invulling. Het is duidelijk dat een tweehonderdvijftig jaar oude koffiefabrikant en een snelgroeiend technologiebedrijf van nog geen jaar oud geen ideale combinatie is.

Na een jaar zullen we de stekker uit de beoogde samenwerking trekken. We hebben onze les geleerd. We richten ons weer volledig op de Hyver en het product en laten ons niet meer afleiden door te veel tijd te investeren in adverteerders of businessmodellen. Die zijn wel belangrijk, maar zullen de Hyver trouw volgen, hopen we.

Burt is het hier niet mee eens. Hij is ook adviseur van de makers van *Live and Cooking* en ziet hoeveel geld zij verdienen met sponsoring. Daarentegen moet het businessmodel van sociale netwerken nog blijken. De boardroom-consultant erkent het risico dat leden zullen afhaken bij te weinig innovatie, maar dat is reden te meer om

samen te werken met grote consumentenmerken. Hebben die immers niet een schat aan interessante content?

Een van de oorzaken voor de lauwe interesse bij adverteerders zijn zijns inziens onze interviews in de media, omdat Hyves daarin niet professioneel overkomt. Wij zijn juist apetrots op die stukken in *Quote, De Telegraaf* en *Elsevier*. Bewust noemen we geen financiële doelen of filosofieën over businessmodellen. Dat vinden we helemaal niet interessant. Wie wil er nou lid worden van een businessmodel? Hyven in het woordenboek, dát vinden we pas een mooi doel, zeggen we in *Quote*. Burt maakt zich echter grote zorgen.

–– Original Message––
From: Raymond Spanjar
To: Burt Rost van Tonningen; Leendert van Driel; Michel Spanjar; Henry van de Koppel
Cc: Floris Rost van Tonningen; Koen Kam
Sent: Friday, April 22, 2005 9:36 AM
Subject: Koopt allen de Telegraaf

Een halve pagina liefst! Voor de ongelukkigen die verstoken moeten blijven van de krant van wakker Nederland:

http://www.telegraaf.nl/i-mobile

Raymond

–– Original Message––
From: Burt Rost van Tonningen
To: Leendert van Driel; Henry van de Koppel; Michel Spanjar
Sent: Friday, April 22, 2005 10:35 PM
Subject: Fw: Koopt allen de Telegraaf

Beste partners/minderheidsaandeelhouders,

Het is natuurlijk fantastisch deze publiciteit, maar er zit geen concept voor de toekomst in. In Quote staat deze maand ook een artikel over Hyves met de opmerking dat ze benieuwd zijn hoe er ooit geld mee kan worden verdiend. [...]

Ik heb Hyves dezer dagen bij enkele grote mogelijke sponsors geïntroduceerd, maar we hebben geen goede briefing, geen uitgekristalliseerde filosofie over de revenu's en dat zou eigenlijk wel moeten. Als het mislukt zijn we ver van huis, want je kunt maar een keer bij de RvB terecht.

Ik wil niet telkens het enthousiasme dempen, dus ik volsta met deze ontboezeming aan de niet ondernemers, wellicht hebben jullie een constructief idee hoe we de heren ondernemers in de juiste baan om de aarde krijgen. Als dat al moet want wellicht zit ik ernaast.

Groet,
Burt

Burt staat niet alleen. Analisten, adverteerders en de grote mediabedrijven delen zijn twijfels over het businessmodel van sociale netwerken. Koen, Floris en ik zijn natuurlijk niet tegen inkomsten, maar als ons kleine team zich moet focussen op commercie, is dat het einde van de ledengroei en productuitbreidingen. We werken al dag en nacht en nog komen we tijd tekort.

Alle sociale netwerken worstelen met dit dilemma. Bij Friendster gaan de investeerders een stap verder. Ze hebben oprichter en topman Jonathan Abrams afgezet en ook zijn opvolger alweer vervangen. De keuze voor de derde CEO, een voormalig topbestuurder van NBC, geeft goed de focus van de investeerders weer. Niet het product of de techniek maar het businessmodel is hun grootste zorg. Zo zegt John Doerr, de legendarische Silicon Valley-investeerder, in januari 2005 tegen de *New York Times*: 'We couldn't be more pleased with the job he has done since coming on board. He has figured out how to

make a business of this.' Partnerships en adverteerders staan centraal, terwijl gebruikers massaal afhaken door de lange wachttijd.

Dat moeten wij koste wat het kost voorkomen. De discussies over de prioriteit van commercie worden echter steeds heftiger. Deels in een-op-een'tjes maar vooral als groepsdiscussie per mail. We ontdekken dat de 'reply all'-functie niet erg de-escalerend werkt. Na de zoveelste tijdrovende mailwisseling stellen we een regelmatig overleg in tussen Leendert en mij als woordvoerders van respectievelijk de investeerders en de oprichters om deze en andere issues te bespreken. Plenaire discussies tussen alle aandeelhouders beperken we zo tot de aandeelhoudersvergaderingen, die maar één keer per kwartaal plaatsvinden.

De rust is teruggekeerd, maar de vraag is voor hoe lang. Misschien had Burt toch gelijk met zijn waarschuwing.

Intussen zet de wereldwijde Hyves-besmetting zich voort. Een maand na het doorbreken van de honderdduizendledengrens wordt Hyver nummer driehonderdduizend lid. We zetten een realtime ledenteller op de homepage om de opwinding met de Hyvers te delen. De Zuid-Amerikanen nodigen ook hun familieleden in het buitenland uit, waardoor ook Amerika, Spanje en Engeland met 10 procent per dag groeien. 10 procent per dag!

Zelfs in Pakistan is Hyves een hit, al hebben we geen idee hoe ze het daar uitspreken. Chaifs? Iefs?

In mei wordt Egypte een van de grootste Hyves-landen. In totaal zijn er al een half miljoen leden, vijf keer zoveel als twee maanden eerder. Per dag worden er meer dan twintigduizend foto's geüpload. De moordende groeiversnelling is niet vol te houden. In dit tempo zijn er over drie maanden meer dan zestig miljoen Hyvers. De site is nog steeds onbegaanbaar en dat is niet de enige klacht van de Nederlandse leden. Ook de Egyptenaren voegen massaal Nederlandse meisjes toe. De Peruaanse uitnodigingen worden nog gedoogd, wellicht vanwege het romantische idee van een *latin lover*. De openingszinnen in gebrekkig Engels van de Arab-lovers vallen echter niet in goede aar-

de. Bovendien hyven er opeens opvallend veel Nigeriaanse bruiden en bankiers, die Nederlanders benaderen met aanzoeken en aantrekkelijke *business proposals*.

Er moet iets gebeuren. Net als bij de ontwikkeling van de website kijken we naar onze grotere internationale voorbeelden voor de oplossing. Orkut heeft iets vergelijkbaars meegemaakt. Ze groeiden hard in Europa en de VS tot Brazilië de site ontdekte. Daardoor werd de Google-dochter zo traag dat iedereen in het Westen afhaakte. Behalve de Brazilianen, wellicht omdat ze gewend waren aan trage verbindingen en de site er al te populair was. En nu is Orkut een van de grootste sites van Brazilië, maar wordt die daarbuiten niet gebruikt.

Als Google met al zijn geld en programmeurs deze groei niet aankan, dan zien we het voor onszelf ook somber in. Het zou erg jammer zijn als de Nederlandse leden zouden afhaken en we alleen achterblijven met de grootste site van Peru. Ook al staat op mijn profiel dat mijn droom is om Hyves HQ naar Zuid-Amerika te verhuizen.

Half mei nemen we twee radicale maatregelen. Voor alle niet-Europese landen maken we het uitnodigingssysteem opt-out. Dat betekent dat als het Hotmail-adresboek wordt geïmporteerd, geen van de adressen staat aangevinkt. Per saldo worden hierdoor veel minder contacten uitgenodigd, waardoor de extreme exponentiele groei tot stilstand komt. Voor het Midden-Oosten en de Sahel-landen gaan we verder; die blokkeren we helemaal. Voortaan zien Arabieren en Afrikanen rond de evenaar op Hyves.net een witte pagina. Wellicht de politiek incorrectste maatregel ooit van een sociaal netwerk, maar we hebben geen keus. We kunnen het verkeer niet aan en we hebben al helemaal niet de capaciteit om de spam en oplichtingsmails uit deze landen te weren.

Als de site weer snel is en de financiering is geregeld, zullen we bepalen of we ons vizier opnieuw richten op een plek op het wereldtoneel. Voor nu stappen we met bloedend hart af van het pad naar wereldheerschappij.

6. De deal van de eeuw

Mr Murdoch, MySpace is the perfect media company. All you have to do is sell the ads!
Myspace-baas Richard Rosenblatt tegen Rupert Murdoch

Wie spelen er eigenlijk op dat wereldtoneel? Wie heeft de hoofdrol, en waarom? We houden het internationale slagveld nauwlettend in de gaten, want vroeg of laat zullen de winnaars naar Nederland komen. Van Microsoft tot Google, van Myspace tot honderden startups, iedereen wil sociaal netwerk nummer één worden. *Only the paranoid survive* was het motto van Intel-CEO Andy Grove. Wij zijn het hartgrondig met hem eens.

Begin juli 2005 groeit een tiental sociale netwerken als kool. De Mexicaanse griep is er niks bij. Friendster, Myspace, Bebo, Ringo, SMS.ac, Orkut, Hi5 – een aantal zal je bekend voorkomen. Dagelijks sturen hun leden miljoenen uitnodigingen de hele wereld over. Voor de meeste mensen zijn de sites één pot nat, want de uitnodigingen zijn identiek. Belangrijker dan de tekst van de uitnodiging is hoeveel uitnodigingen je van een site ontvangt. Van de site waar je de meeste uitnodigingen voor krijgt, word je lid, want die moet het beste zijn.

Helaas klopt dat niet. Het aantal uitnodigingen zegt niets over de kwaliteit van de site. Sterker nog, de bedenkelijkste sites versturen de meeste uitnodigingen. Aan de ene kant van het spamspectrum staan Friendster en Orkut: sites met een goed product, afgezien van de snelheid. Ze versturen echter relatief weinig uitnodigingen omdat ze geen import voor e-mailadresboeken hebben. Uitnodigingen voor Friendster en Orkut zijn dan ook bijna altijd bewust door je vrienden verstuurd.

Ook Myspace heeft een redelijk product. Je kunt er wel contacten

uit je e-mailadresboek importeren, maar dat wordt je niet opgedrongen en het is opt-in: leden moeten zelf e-mailcontacten aanvinken voordat ze worden uitgenodigd.

Bebo en Ringo gaan een stap verder. De sites van het programmeursechtpaar Michael en Xochi Birch zijn hét voorbeeld hoe je snel rijk kunt worden met een website. Het koppel wordt al in 2003 lid van Friendster. Ze zijn direct enthousiast en bouwen in twee weken een eigen variant: Ringo.com. Dankzij gratis reclame op hun andere site BirthdayAlarm.com groeit Ringo zo hard dat Michael en Xochi al snel geen geld meer hebben om nieuwe servers te kopen. Het echtpaar kiest eieren voor hun site en verkoopt Ringo aan de Amerikaanse vacaturesite Monsterboard. Nog voordat ze goed en wel beseffen wat er gebeurd is, hebben ze in een half jaar tijd een paar miljoen dollar verdiend. Dat smaakt naar meer. Ze moeten echter geduld hebben, want Monsterboard heeft bedongen dat ze de volgende anderhalf jaar niet aan een soortgelijke site mogen werken.

In 2005 loopt het concurrentiebeding af. Michael en Xochi hebben lang genoeg met gebonden handen toe moeten kijken hoe Hi5, Myspace en anderen de wereld veroveren en lanceren Bebo: Blog Early, Blog Often. De site is een kopie van Ringo. Aardig, maar niet bijzonder. De wat saaie eerste versies draaien vooral om het up-to-date houden van contactgegevens via het adresboek en foto's delen. Wat wél bijzonder is, is de viraliteit van Bebo. Het uitnodigen is geperfectioneerd. Net als bij Hi5 worden leden direct na het lid worden gevraagd hun e-mailcontacten te importeren en die met één klik uit te nodigen. Voordat veel nieuwkomers het goed doorhebben, zijn al hun e-mailcontacten uitgenodigd. Zo heeft Bebo na een maand al 1 miljoen leden(!). Er is echter één probleem: de Bebo'ers gebruiken de site niet. Zo zegt Xochi tegen de BBC: 'The first month we got a million members and I think that's when we realised we had something. But we didn't know then what to turn it into because we had a million members but nobody was coming back.'

Bebo is ook een voorbeeld van het goed bewaarde geheim dat een sociaal netwerk heel groot kan worden zonder een goede website.

Het aantal leden is waarschijnlijk de meest genoemde indicatie van het succes van een netwerk, maar slechts zelden wordt gemeld hoe die leden zijn verzameld of wat het daadwerkelijke gebruik is. Dit is overigens geen kritiek op Bebo. Het is natuurlijk heel slim. Ze maken een vliegende start met een lichte site die makkelijk schaalt en vermijden zo de valkuil van Friendster. Intussen bouwen ze Bebo uit tot een compleet sociaal netwerk. En deze keer hebben ze genoeg geld om voor de homerun te gaan.

Het kleine Facebook lijkt geen concurrent, zij richten zich alleen op Amerikaanse studenten. Er zijn er drie miljoen lid. Wij hebben een inhaalslag gemaakt en groeien zelfs nog sneller. Dankzij de vertalingen komen onze 1,5 miljoen Hyvers uit de hele wereld. Qua functionaliteit is Hyves nu uitgebreider dan Facebook. Zo kun je op de Hyves-homepage de laatste content van vrienden bekijken. Het grootste verschil tussen Facebook en Hyves is echter de waardering: Facebook is 100 keer meer waard en heeft al bijna 50 keer meer geld opgehaald.

De sociale netwerken hebben hun groei vooral te danken aan de e-mail- en messenger-contacten die bij Yahoo, AOL en Microsoft opgeslagen liggen. Ook deze Amerikaanse internetgiganten claimen een hoofdrol op het social networking-podium. Theoretisch hoeven ze in principe zelfs geen uitnodigingen te versturen voor hun eigen netwerken: dankzij hun messengers weten ze al wie met wie bevriend is. Naast deze strategische voorsprong hebben ze ook meer geld en programmeurs dan alle start-ups bij elkaar. Zoals gezegd vrezen wij vooral deze Amerikanen, en dan met name Microsoft, met hun Nederlandse monopolies Hotmail en MSN.

De grootmachten kunnen het zich permitteren de markt relatief laat te betreden. Microsoft lanceert Live Spaces in december 2004 en Yahoo 360 start begin 2005. Gelukkig valt de eerste versie van beide sites tegen. Niet alleen missen ze de speelse uitstraling van een start-up, ook de functionaliteit zelf is niet bijzonder. De grootste gemiste kans is dat ze het niet aandurven om hun netwerken nauw te verweven met hun messenger- en e-mailproduct. Daar zitten qua privacy

haken en ogen aan, want chat- en e-mailcontacten zijn niet publiek zoals op sociale netwerken. De Amerikaanse *corporates* wagen het niet deze contacten simpel te integreren met hun netwerken. Gelukkig, want het zou een knock-out geweest zijn voor alle kleinere spelers. Nu leven we nog. All is not lost yet.

Een aantal sociale netwerken, zoals Myspace en CyWorld, groeit niet alleen qua ledenaantal maar ook qua gebruik. Hun leden brengen een steeds groter deel van hun tijd door op de netwerken. Analisten zijn in de zomer van 2005 echter nog steeds erg kritisch. Ze zijn ouder dan de initiële doelgroep van de netwerken en begrijpen vaak de aantrekkingskracht niet doordat ze ze zelf niet gebruiken. Belangrijker nog is dat ze geen businessmodel zien. Tijdens de dotcom-hype van 1999 was de gedachte dat voor internetbedrijven winst niet belangrijk was, maar dat alleen het bezoek telde. *Eyeballs* stonden garant voor miljardenwaarderingen. In 2000 stortte het luchtkasteel in en nu zijn de experts vastberaden die fout niet nogmaals te maken.

Tot uitgerekend een vierenzeventigjarige de stoute schoenen aantrekt en ziet dat de keizer wél kleren aan heeft. Op 18 juli 2005 maakt Rupert Murdoch bekend met zijn News Corp. Myspace te kopen. De aankoop schokt analisten. De interesse van een gerenommeerd bedrijf als News Corp. in een rommelig social netwerk is op zichzelf al schokkend, de overnameprijs maakt de verbazing compleet: 580 miljoen dollar. Meer dan een half miljard voor een website van twee jaar oud. '*The deal of the century*,' noemt een euforische Michael Birch het.

Opeens heeft iedereen het over Myspace en sociale netwerken. En terecht, want de site is een enorm succesverhaal. Leden roemen de mogelijkheden tot expressie op de pagina's en steeds meer bands communiceren er met hun fans. Slechts weinigen kennen echter de schaduwzijde van Myspace. Spam, vervolging door justitie, een geschorste aandelennotering, porno – om maar wat ongewone ingredienten uit de ontstaansgeschiedenis van de site te noemen.

Zo is Myspace niet de eerste website van initiatiefnemer Tom Anderson. In 2000 beheerde hij al de erotische site TeamAsian.com.

De News Corp.-directeuren zijn *not amused* als ze daarachter komen, maar hopen dat het niet uitkomt.* En met hun bedrijf ResponseBase specialiseren de Myspace-oprichters Anderson en DeWolfe zich in het versturen van spam, pop-up advertenties en spyware. De spam legt ResponseBase geen windeieren. Eind 2002 is de omzet al bijna 1 miljoen dollar per maand en wordt het bedrijf overgenomen voor een paar miljoen dollar door eUniverse.

Ook Anderson en DeWolfe worden in 2003 lid van Friendster, de moeder van alle sociale netwerken. Als de site een revolte ontketent door massaal nepprofielen van huisdieren en beroemdheden te verwijderen, laten DeWolfe en Anderson een eigen Friendster-kloon bouwen. Als naam overwegen ze YoPeeps.com en Comingle.com voordat ze kiezen voor Myspace.com. DeWolfe heeft dat internetadres een paar jaar eerder gekocht uit een faillissement.

De internetondernemers beginnen niet voor zichzelf, maar starten Myspace binnen ResponseBase. Daardoor is eUniverse, en niet zijzelf, voor 100 procent eigenaar. Al snel blijkt dat een peperdure fout. Friendster-leden lopen massaal over. Het strenge beleid van de site is een bron van onvrede. Zo verwijdert Friendster steeds een van hun populairste leden, Tila Tequila. Tila heeft tienduizenden hechte vriendschappen gemaakt met haar uitdagende foto's. Te uitdagend, naar de smaak van Friendster. Als het Vietnamese model voor de vijfde keer verwijderd wordt, nodigt ze woedend al haar 40.000 voormalige friendsters uit voor Myspace. Tequila krijgt geen spijt van de overstap. Halverwege 2006 is ze het populairste lid van Myspace. Ze houdt zelfs een eigen realityshow bij MTV over aan haar profiel. In het stijlvolle *A Shot at Love* maken mannen én vrouwen kans op een relatie met Tequila, nadat Tila uiteraard eerst, al dan niet via intensieve non-verbale communicatie, kennis heeft gemaakt met de kandidaten. Maar we dwalen af.

* Zeer nauwkeurig en lezenswaardig over dit onderwerp is *Stealing MySpace: The Battle to Control the Most Popular Website in America* van *Wall Street Journal*-journaliste Julia Angwin.

Nieuwe Myspace-leden ontvangen een welkomstmail van Tom. De Amerikaan is een allemansvriend. Letterlijk, want hij is automatisch iedereens eerste vriend. Tom is echter geen heel betrouwbare vriend. Waarschijnlijk om meer in de smaak te vallen bij de jongere doelgroep vult hij als geboortedatum 13 oktober 1975 in in plaats van 8 november 1970.

Naast het liberale beleid en de persoonlijke communicatie van Tom schuilt het succes van Myspace ook in de gedetailleerde personalisatieopties. Zo kunnen leden zelf programmeercodes aan hun eigen pagina toevoegen. Grappig detail is dat dat geen geplande optie is, maar een fout van een programmeur. Als het Myspace-team vervolgens de knipperende pagina's vol smileys ziet, denkt het in eerste instantie dat de site gehackt is. Gebruikers zijn echter zo enthousiast dat de site het lek niet dicht.

Een andere belangrijke beslissing betreft de netwerkconnectie. Myspace begrijpt dat gebruikers snelheid veel belangrijker vinden dan zien hoe ze elkaar kennen. De site gaat een stap verder dan wij en verwijdert de connectie simpelweg helemaal. Zo groeit Myspace relatief ongehinderd verder terwijl Friendster en Orkut door de rekenkracht verslindende netwerkconnectie knarsend tot stilstand komen. Het betekent hun ondergang in het Westen.

Eind 2003 worden DeWolfe en Anderson toch nog mede-eigenaar van hun creatie. Omdat eUniverse de waarde van Myspace volledig onderschat, biedt het het duo een geweldige deal: in plaats van de 400.000 dollar die ze nog tegoed hebben, krijgen ze een belang van 33 procent in Myspace.

Al snel verplettert Myspace Friendster. Eind 2004 stelt Friendster voor om te fuseren, met een gelijk belang voor beide sites in de nieuwe onderneming. Myspace heeft dan echter al bijna vier keer zoveel unieke bezoekers. Een 80/20- of 90/10-verhouding lijkt hun redelijker, maar de Friendster-investeerders doen het niet voor minder dan 50 procent. No deal.

Anderhalf jaar later, in juli 2005, is het wel raak. eUniverse heeft inmiddels vanwege vervolging voor spam de naam veranderd in In-

termix als de CEO Richard Rosenblatt met een vlammend betoog Myspace probeert te verkopen aan Rupert Murdoch. 'Mr Murdoch, Myspace is the perfect media company. Unlike traditional media companies, Myspace generates free content, through its users; generates free traffic, by its users inviting their friends; and all you have to do is sell the ads!'

De pitch van Intermix-CEO Rosenblatt raakt een gevoelige snaar bij Murdoch, een van 's werelds machtigste mediamagnaten. Ideaal, dat Myspace, hij hoeft alleen te doen wat hij het leukst vindt. Twintig minuten later staat Rosenblatt weer buiten. Met een bod van 580 miljoen dollar in zijn zak, want Rupert heeft haast. Hij wil zo snel mogelijk tekenen om zijn aartsrivaal Summer Redstone, de tweeëntachtigjarige voorzitter van Viacom, de loef af te steken.

Opeens is de vierenzeventigjarige Murdoch de internetexpert onder de CEO's. Iedereen roemt News Corps online strategie. En misschien wel het belangrijkst: Viacoms Summer Redstone is ziedend. 'No! Not him! I don't want to lose to him...' briest hij tegen een journalist.

Ook ik moet mijn aandelen Myspace verkopen voor 12 dollar; een rendement van 50 procent in twee maanden, het kan slechter. Ik kan zelfs veel slechter. Toch had ik de aandelen liever gehouden.

Gelukkig heb ik meer controle over mijn andere aandelen in een sociaal netwerk. Wat zullen die nu waard zijn? Myspace heeft 18 miljoen leden, ongeveer twintig keer zoveel als Hyves. Kun je dan zeggen dat Hyves 30 miljoen dollar waard is? Nee. Myspace groeit sneller, is internationaler en Amerikaanse bedrijven betalen nou eenmaal veel meer. Maar toch. Op 18 juli 2005 slapen we in met een glimlach. En een maand later zijn ook wij miljonair.

7. Hyves miljonair

Alleen Poolse wijven verdienen geld aan internet.
Bas van Toor

––Original message ––
From: Raymond Spanjar
To: Michel Spanjar; Henry van de Koppel; Leendert van Driel; Burt Rost van Tonningen
Sent: dinsdag 2 augustus 2005 16:16
Subject: Hyves miljonair

Waarde aandeelhouders,

Zondag zijn we door de magische grens van 1 mln leden gegaan! Woensdag hadden we al een vooraankondiging geregeld op de site van de telegraaf: http://www.telegraaf.nl/i-mail/23343891/Hyves–op–weg–naar–een–miljoen.html en vanochtend stonden we ook in de papieren krant met een wat groter stukje.

We zullen zorgen dat de champagne koud staat in september.

En om jullie voor te zijn, nu op de naar de 1 mln omzet! ;-)

Raymond

HYVES MILJONAIR kopt *De Telegraaf* op 2 augustus 2005 naast mijn foto. Met daaronder het niet minder pretentieuze citaat: 'De koning van Bhutan op bezoek.' Miljonair en koninklijk bezoek, het kan bescheidener. Twee dagen eerder zijn we de magische grens van

1.000.000 leden voorbijgeraasd. Na alle vragen over geld verdienen en de waarde van Hyves na de overname van Myspace vinden we het een leuke boodschap dat wij nu ook miljonair zijn. En niet alleen wij, maar iedere Hyver. Het team, de partners en de actiefste Hyvers krijgen T-shirts met de opdruk HYVES MILJONAIR.

Een jaar eerder leek 100.000 leden een onmogelijke opgave en nu zijn het er tien keer zo veel. Ondanks de maatregelen om de internationale groei af te remmen komen er nog steeds Hyvers bij in nieuwe landen. Zoals in Bhutan. Gezien de armoede en geïsoleerde status van het bergstaatje ligt het voor de hand dat internet er schaars is, dus wellicht is de koning zelf aan het hyven geslagen?

Het is niet waarschijnlijk, maar wel een mooi verhaal. Na de berichten over Peruaanse Hyvers bestoken vrienden, kennissen en onbekenden ons dagelijks met vragen. 'Is het waar van Peru? Waarom Peru? Hebben ze daar wel internet?' Een hyvende koning van Bhutan voedt die hype mooi. 'Het rijk der Hyvers strekt zich inmiddels uit van de Peruaanse Andes (233.676 leden) via Nederland (350.000) tot de Himalaya van Nepal (2519) en Bhutan,' opent de nieuwsbrief een paar dagen later trots.

De aandeelhyvers zijn ook trots op de mijlpaal van 1 miljoen leden, maar sommige zien liever een miljoen euro omzet. Dat beloven we graag, maar het is makkelijker gezegd dan gedaan. Bovendien is er nog slechts tot oktober genoeg geld in kas. Voor veel geld een exclusieve, subtiele sponsor vinden is niet gelukt – moeten we nu banners en andere reclame-uitingen toestaan? We zijn erg gehecht geraakt aan de rustige, reclamevrije pagina's en vermoeden dat dat ook voor de andere Hyvers geldt. Zullen ze inderdaad afhaken als er advertenties op hun pagina's staan, zoals sommigen zeggen? In de zomer van 2005 besluiten we het de Hyvers zelf te vragen.

Hyves
always in touch with your friends

Subject: Hoe verdient Hyves geld?

Beste Hyvers,

Uit het niets is Hyves in een halfjaar uitgegroeid tot een top 50 site van Nederland met bijna 1 mln leden, 2 mln foto's en 100 mln bekeken pagina's per maand.

Zo'n explosie gaat gepaard met veel mysteries en mythes. Twee vragen horen we het vaakst: **Waarom Peru?** En **Wat zijn jullie inkomsten?**

Ik vrees dat de eerste vraag nooit beantwoord zal worden, op de tweede willen we met jullie een antwoord geven. We hebben nu namelijk geen inkomsten. We steken onze tijd liever in het creëren van een steeds leukere site dan ons blind te staren op een Excel-document met begrotingen. Maar ondertussen lopen de kosten op. We gaan richting de 100 servers, Reinoud & Boris weigeren voor niets te werken en we kunnen dit kantoorpand niet blijven kraken... Bovendien willen we nog zoveel leuke onderdelen toevoegen: chat, blogs, foto's afdrukken, etc. etc. (Hierover half juli veel, veel meer!)

Wat nu?
We kunnen inkomsten genereren door sponsoring door bedrijven en we zijn ook erg benieuwd naar jullie mening over onderstaande vormen:

1. Banners. Max. 1-2 per pagina en niet irritant knipperend.
2. Max. 1-2x per maand een e-mail van Hyves van een adverteerder, alleen aan Hyvers die expliciet toestemming geven, en altijd met de optie om binnen 1 klik op te zeggen.
3. Ideeën voor andere inkomstenbronnen...?

Het leukste lijkt het ons als we manieren kunnen bedenken waarbij sponsors ook waarde toevoegen, net als iedere Hyver. Bijv. door Hyves van SuitSupply of H&M in hun eigen opmaak met korting en informatie voor leden van de Hyve.

Leuke ideeën hierover zijn erg welkom!

Voor de duidelijkheid, **wat we zeker niet gaan doen:**

Geen pop-ups
Geen spam – commerciële mail zonder toestemming
Geen irritant geknipper
En, allerbelangrijkst, geen ringtones van zwakzinnige kikkers of hitsige nijlpaarden!

Het is een spannend moment. Het voordeel van het dilemma eerlijk voorleggen is dat leden zich betrokken voelen en goede tips geven. Tenslotte weet niemand meer dan iedereen. Het nadeel is dat je niet om een afwijzend antwoord heen kunt. En dat ligt voor de hand, want wie wil er reclame? In dat geval zullen we op zoek moeten naar andere inkomstenbronnen. We verwachten dat Hyvers dan ook B zullen zeggen door bijvoorbeeld te betalen voor extra diensten, maar het is een moeilijker pad.

Gespannen wachten we de eerste reacties af op de blog in de Hyvers-Hyve. 'Hyves is doper dan Johan Cruijff bij je op t voetbalpleintje dus met die banners zal niemand onoverkomelijke bezwaren hebben! Ik was allang aangenaam verrast en enthousiast als Steve Irwin on crystal meth dat er nog geen banners waren!' Dennis formuleert het wat beeldend, maar zo denkt iedereen er eigenlijk over. Reclame moet niet te irritant zijn en idealiter is het afgestemd op voorkeuren zoals interesses, maar iedereen heeft er begrip voor. Van de 300 reacties is er niet één negatief. Sterker nog, meer betrokkenheid van populaire merken zoals H&M en Heineken juichen de Hyvers toe. Logisch eigenlijk, want niet voor niets bestaat de top 50

van populairste Hyves voor een deel uit merken. Veel Hyvers helpen mee en stellen ook andere omzetstromen voor, zoals merchandise en tekstadvertenties van Google. Sommigen werken zelf in de reclamesector en zeggen al budget toe. Mario draait door maar zijn reactie is illustratief voor de sfeer: 'Wij willen reclame, wij willen reclame!!'

Nu de eerste horde is genomen, is het zaak adverteerders te overtuigen. Simpel gezegd zijn er twee types advertenties op internet. 'Branding'-banners zijn mooie, rustige banners waarmee adverteerders hun merk een positieve lading geven. Deze uitingen staan op sites met veel uitstraling en het liefst naast redactionele content, zoals die van NRC, *Cosmopolitan* of RTL *Boulevard*. Branding-campagnes hoeven niet direct te leiden tot de verkoop van producten. Als het bijdraagt tot een positiever beeld van het merk, stijgt de omzet vanzelf, is de gedachte. Axe, BMW en Coca-Cola zijn voorbeelden van bedrijven die vooral branding-campagnes doen.

Response-banners hebben juist wel als doel zo veel mogelijk mensen naar de website van de adverteerder te trekken, het liefst om daar direct een product te verkopen. Deze reclame schreeuwt dan ook om aandacht. Hoe lelijker hoe opvallender, en dus hoe beter. Voorbeelden zijn advertenties voor ringtones, goedkoop geld lenen en de abonnementen van GSMWeb. Het maakt deze adverteerders niet uit waar de banner staat, als hij maar zo veel mogelijk verkeer en omzet oplevert.

Wij willen ons alleen richten op de branding-adverteerders. Niet alleen is dit type advertenties veel minder storend, je hoeft er ook veel minder te tonen om dezelfde omzet te realiseren. Want de tarieven voor branding-campagnes liggen makkelijk tien keer hoger dan voor response. Op kwalitatieve sites kost het minimaal 5 tot 10 euro om een banner duizend keer te tonen (de zogeheten CPM, Cost per Mille), tegenover maximaal 1 euro CPM op andere sites. En vaak nog veel minder. Kwalitatieve websites zijn namelijk schaars. Want maar een paar websites van de vele duizenden Nederlandse sites zijn van dagbladen, tijdschriften en tv-zenders.

Goed. Dus we willen liever dure dan goedkope reclame verkopen.

Logisch. Er is echter één probleem. Branding-adverteerders willen niet op sociale netwerken adverteren. Die vinden ze onwaardig voor hun mooie reclame. Want ze hebben geen idee wat er op de pagina naast hun banner staat. Misschien is dat een foto van dronken studenten. Een bericht met onbehoorlijke taal. Bovendien, wie kijkt er naar reclame als je zo druk in gesprek bent met je vrienden? Daarom verdient Myspace slechts zo'n 20 dollarcent per duizend banners.

De twee grote verkopers van reclame voor branding-adverteerders wijzen ons dan ook direct de deur. Hoewel, bij AdLink komen we niet eens binnen, een telefoontje volstaat. Gelukkig weigert WebAds-directeur Tjeerd Kooij nooit een gratis lunch, maar ook na het rijke broodje piekert hij er niet over om onze advertentieruimte te verkopen. 'Sorry Raymond, adverteerders betalen echt niet de hoofdprijs als ze het risico lopen naast een kotsende student te staan.'

We kennen Tjeerd al sinds 1999. Toen Floris en ik IEX startten, had hij net met zijn partners WebAds opgericht. Onze eerste ontmoeting destijds was op hun krappe zolderkamertje, want wij hadden helemaal geen kantoor. Ondanks de zware concurrentie van beursgenoteerde Amerikaanse bedrijven met diepe zakken bouwden ze stug door. Ze zijn als winnaar uit de dotcom-crisis gekomen en zetelen nu in een statig grachtenpand. Ik ben onder de indruk. Tjeerds voorzichtige stijl heeft hem geen windeieren gelegd.

'Maar Tjeerd, op Hyves kun je advertenties afstemmen op leeftijd, geslacht en woonplaats, het merk Hyves heeft een heel positieve uitstraling en er zijn allerlei mogelijkheden voor integratie van merken. En trek ook de groei door, kijk waar we volgend jaar kunnen staan!' Kooij is onvermurwbaar. Hyves mag niet in één pakket met MTV, *De Telegraaf* en *Cosmopolitan*, andere sites waar WebAds de advertentieverkoop voor doet. 'Maar jullie zijn echt iets voor ons responsebedrijf Adremedy,' stelt hij monter voor. Het is een simpele afweging voor Tjeerd. Voor hem is verwatering van zijn kwalitatieve portfolio erger dan de afbreuk van de uitstraling van Hyves door rommelreclame. Voor ons is dat laatste echter geen optie. Dan liever helemaal geen reclame. Als je eenmaal in het hoofd van adverteerders zit als

goedkoop medium, kom je nooit meer in het duurdere segment.

Achteraf doet de weigering van de advertentieverkopers denken aan de reclame van Holland Casino waarin zanger Barrie het ene na het andere succesnummer afwijst. 'Kedeng, kedeng... kedeng, kedeng... oehoe?' Gelukkig kunnen we er al snel allebei om lachen, want twee maanden later gaat WebAds alsnog overstag.

De komst van professioneel Hyver nummer 6 Gijs van der Klei speelt daar een belangrijke rol in. Gijs werkt al vijf jaar in de online mediabranche en via gemeenschappelijke vriend Bas, zelf ex-WebAds, horen we dat hij toe is aan iets nieuws. In de online reclamewereld staat Gijs bekend om zijn effectieve, creatieve concepten. WebAds heeft vaak geprofiteerd van een concept van Gijs en ziet hem als een mooie sparringpartner bij Hyves. Bovendien is hij de beste vriend van Jos, die de jongeren- en studentensites van WebAds verkoopt. Geen vriendensite zonder vriendjespolitiek.

WebAds slaat toe als we op het punt staan om met een kleinere concurrent in zee te gaan. Dat is het laatste zetje dat Tjeerd nodig heeft. Een paar dagen later is het contract met WebAds getekend en op maandag 26 september presenteren we Hyves aan adverteerders.

Bij de commerciële start buigen we niet enthousiast voorover voor de reclamejongens, maar hebben we op basis van de reacties van Hyvers een lijst *do's* en *don'ts* opgesteld. Daarbij staan nadrukkelijk het belang van de Hyver en het gebruiksgemak van Hyves voorop. Uiteindelijk zijn adverteerders daar zelf ook het meest bij gebaat. Zij willen immers adverteren op een populaire site met een mooie uitstraling. Als gebruikers overstappen naar een andere site vanwege te veel reclame, zijn adverteerders ook direct vertrokken.

Een tweede reden voor de publieke aankondiging van de voorwaarden voor adverteerders is dat het natuurlijk altijd lekker is om een manifest te publiceren. Over de titel hoeven we niet lang na te denken gezien de opvallende parallel met God (de Hyver), Mozes (het Hyves-team) en het Joodse volk (de adverteerders).

Tien geboden voor Hyverteerders

1. *Gij zult den Hyver iets bieden*
   Ieder lid voegt waarde toe aan de community door zijn aanwezigheid en content. Van Hyverteerders wordt hetzelfde verwacht.

2. *Hyvers krijgen korting*
   Hyves is van de Hyvers. Voorwaarde is dat de Hyver minimaal drie maanden lid is, vijf krabbels en tien vrienden heeft, en geen Bassie is.

3. *Den Hyver heeft het laatste woord*
   Onder elke advertentie staat een link waarmee Hyvers kunnen stemmen en hun mening kunnen geven. De leukste banner van de maand krijgt extra views en wordt genomineerd voor de Gouden Hyver, jaarlijks uitgereikt in mei. De adverteerder met de irritantste banner krijgt gratis een liefdevol consult, en adverteren met deze banner zal niet meer mogelijk zijn.

4. *Maximaal 1 positie per pagina*

5. *Een meerderheid van de pagina's blijft vrij van grote uitingen*
   Zo blijft de surfervaring van de Hyver onveranderd en worden exclusiviteit en maximale exposure voor de Hyverteerder gecreëerd.

6. *Aanbieders van samples, premièrekaartjes en andere cadeaus krijgen extra views in een speciaal getarget format ('Tryvertising')*

7. *Gij zult geen valse getuigenissen spreken tegen de Hyvers*
   Dubieuze claims, kleine lettertjes, verborgen kosten – Hyves Headquarters weert dubieuze adverteerders bij de poort.

8. *Geen pop-ups, pop-unders, lay-overs of enige andere bloeddruk verhogende uiting*

9. *Gij ontmoet zoals gij doet*

10. *Gij zult u onthouden van raaskallende, psychopathische kikkers, erotisch dansende nijlpaarden of anderszins zwakzinnige dieren*
In de Hyvers-mond beter bekend als 'kutjambadieren'.

De tien geboden zijn een gok. Adverteerders zijn eraan gewend dat uitgevers en tv-zenders voor hen door het stof kruipen. Het hele jaar proberen websites adverteerders nog meer in de watten te leggen dan hun concurrent. Een weekend Berlijn. Naar het WK. Helikoptertrips in Cannes. Kosten noch moeite worden gespaard om adverteerders gunstig te stemmen. Vooral door nieuwkomers want die moeten nog marktaandeel winnen.

De tien geboden zijn de omgekeerde wereld. Een lijst regels voordat adverteerders hun geld mogen uitgeven, dat is nieuw. Het is echter niet alleen een stunt, al vinden we het natuurlijk leuk om het aan te dikken. We menen het. Onze droom is een druk zoemend Hyves met miljoenen tevreden Hyvers, dat echt iets toevoegt aan het sociale leven van miljoenen mensen. Dat geld komt wel. Liefst van adverteerders uiteraard, maar dan wel zonder afbreuk te doen aan de website.

Toch zijn we erg opgelucht als adverteerders het helemaal met ons eens blijken te zijn. Tot onze verbazing waarderen ze het juist dat de meeste pagina's reclamevrij blijven en we irritante uitingen niet toestaan, want dat leidt tot meer aandacht als hun advertentie verschijnt. Feedback van Hyvers op hun reclame is ook welkom, daar houden ze graag rekening mee bij nieuwe campagnes. Zie bijvoorbeeld de e-mail van Kim, adverteerder en Hyver.

––Original message ––
From: Kim
Sent: vr 30 sep 2005 18:42

Beste Raymond!
Gister de *Adformatie* weer binnengekregen en ja, hoor... 'Hyvers kunnen irritante banners wegstemmen'... wauw, wat voelde ik me verbonden.
I LOVE HYVES... en gun jullie die adverteerders zo!

Voor sommige adverteerders betekenen de tien geboden dat hun geld niet welkom is op Hyves. Zo staan alle ringtonefabrikanten op de zwarte lijst. Bedrijven als Jamba smeren jongeren die denken een ringtone te kopen dure abonnementen aan. De kosten kunnen oplopen tot meer dan 35 euro per maand. Voor riedeltjes!

Gerespecteerde bedrijven verdienen miljoenen aan de ringtonereclame door een oogje toe te knijpen, maar daar doet Hyves niet aan mee. De zeldzaam irritante reclame van Jamba met de Crazy Frog in de hoofdrol spant de kroon. Uit protest zijn duizenden Hyvers lid geworden van de Hyve Kutjambadieren.Hyves.nl. Jamba wordt voor ons het symbool van adverteren hoe het niet moet: irritant, goedkoop en semicrimineel.

Groot is dan ook onze verbazing als Jamba ons een paar maanden na de aankondiging enthousiast mailt:

Wat zouden jullie ervan vinden om onze partner te worden en op deze manier makkelijk (veel) geld te verdienen? Wij werken samen met alle grote telefoonproviders en muziek- en filmlabels. Op dit moment hebben wij een groot succes met Albert Motar en de Crazy Frog.

Ondernemerschap kan Jamba niet worden ontzegd.

Inmiddels hebben 65.000 Hyvers zich aangemeld voor de andere inkomstenbron: commerciële aanbiedingen. Partner Mailmedia stuurt hun maandelijks een aanbieding van een adverteerder, waarvoor wij dan ongeveer een dubbeltje per ontvanger krijgen.

In de eerste commerciële mailing bieden we gratis kaartjes aan voor een exclusieve Hyves-voorpremière van de film *Crash*. Filmdistributeur A-film heeft geen budget, maar een bioscoopzaal vol Hyvers voor een leuke film is zo'n mooie start dat het filmbedrijf niet hoeft te betalen. Alleen het tijdstip is niet ideaal: de première moet 's ochtends zijn omdat Pathé anders inkomsten misloopt.

De Hyvers vinden het ook een mooie start. Meer dan duizend aanvragen voor kaartjes volgen. Dus als we zaterdagochtend de zaal binnenlopen, rekenen we op een kolkende massa Hyvers. Op dat moment draaien de winnaars van de kaartjes zich echter nog eens lekker om in hun bed. De zaal met honderden stoelen is leeg.

Niet een beetje leeg.

Niet halfleeg.

Leeg.

Tien man, max. Inclusief onszelf. We zetten de kraag hoog op en kijken strak voor ons uit naar het scherm. Hopend dat niemand ons zal herkennen: 'Raymond, komt de rest nog?' Je zou bijna twijfelen of ze wel bestaan, die Hyvers.

De première is niet het enige wat eind 2005 misgaat. Vlak na de introductie van advertenties belt SBS *Shownieuws*. Of het klopt dat Bassie de clown ons aanklaagt voor het gebruik van zijn afbeelding zonder toestemming? Bij Hyvers zonder profielfoto tonen we namelijk tijdelijk een foto van Bassie. Weblog Hyped gooit olie op het vuur en legt in een nepinterview met Bassie de link naar het toelaten van adverteerders.

Clown Bassie wil geld zien van Hyves

Clown Bassie, die eerder al boos was over het gebruik van zijn gezicht op Hyves, wil geld zien van Hyves. Hij laat Hyped het volgende weten: 'Je ziet nu dat ze adverteerders gaan toelaten, dus gaat er geld verdiend worden. Nu ze mijn afbeelding gebruiken voor mensen zonder foto, wil ik ook een graantje meepikken van het succes.'

Bassie laat verder weten dat hij zelf ook een profiel heeft aangemaakt op Hyves, maar enorme problemen ondervindt daarbij: 'Ik heb natuurlijk gewoon mijn eigen foto erop gezet, maar iedereen denkt nu dat ik nog geen foto heb, omdat mijn foto lijkt op de Bassie foto die ze voor mensen gebruiken zonder foto.'

Even later gaat opnieuw de telefoon. Als we opnemen, vliegen we twintig jaar terug in de tijd. We doen direct verslag op Hyves.

Drommels, drommels en nog eens drommels
SBS Shownieuws belde Hyves Headquarters op i.v.m. het gerucht dat Bassie Hyves aanklaagt, wat vinden wij daarvan?
'Drommels, drommels en nog eens drommels... Beseft die verdraaide clown dan niet dat hij dankzij Hyves een internationale ster is, bekend tot in Peru??'
Een paar uur later belt een vertegenwoordigster van Magicland B.V. om uitleg te vragen. Of we direct het interview met Bas van Toor van de site halen.
Magicland? Bas van Toor? Interview?
Verkeerd verbonden gokken we, en we willen net ophangen als de opgewonden stem van Nederlands populairste clown door de telefoon schalt:

Domme
'Hou je nou maar niet van de domme!!' gecombineerd met krachttermen waarvoor we onze jongere lezers willen beschermen. De stem van ons jeugdidool gooit ons twintig jaar terug in de tijd. Bewonderend kruipt Hyves Headquarters rond de telefoon. Visioenen doemen op van een caravan. Adriaan standvastig achter Bassie. Robin op de tafel klaar om advies te geven.
Een levendige monoloog van een halfuur volgt waarin Bassie ondanks alle verhalen een hele vriendelijke clown blijkt. Zijn woede wordt veroorzaakt

door een interview met hem op Hyped.nl, dat hij verwart met Hyves. Het blijkt vals. Bassie wil helemaal geen geld van Hyves want 'alleen Poolse wijven verdienen geld aan internet'.
Erger is dat hij wel wil dat zijn foto wordt verwijderd! Zelfs het officiële ambassadeurschap van Hyves slaat hij af...

Wat nu?
Graag jullie ideeën! Wij zitten te denken om met de Hyvers maandelijks een clown van de maand te kiezen. Denk bijvoorbeeld aan de voorzitter van de LPF die een dreigbrief aan zichzelf stuurt. Dit kunnen we afwisselen met één week per maand een adverteerder te tonen, waarbij een deel naar het Ronald McDonald's kinderfonds gaat. Graag jullie mening, en wellicht al een suggestie voor de eerste clown, liefst met foto!

Bassie heeft nog een tip: 'Heb je al kinderen? Moet je doen want anders heb ik geen klanten meer, en het is nog lekker om te maken ook!'

Uit de honderden suggesties voor een nieuwe clown volgen drie kandidaten: Jan Paparazzi, Marijke Helwegen en Bas van Toor, 'Bassie zonder schmink'. Na een recordaantal van 5000 stemmen komt Jan met 40% als winnaar uit de strijd. Voortaan siert hij Neerlands meest bekeken foto.

Terwijl Floris een clownsneus op de foto van Jan Paparazzi plakt, rollen de orders voor advertenties van de fax. 8000 euro van Canon, 4000 euro van Vrumona en als klap op de vuurpijl 42.500 euro van Orange. In oktober, de eerste maand na de tien geboden, verkoopt Gijs voor 65.000 euro aan advertenties. Voor het eerst blijkt Hyves inderdaad geld waard. Voor ons is het een fortuin. Een halfjaar eerder had zo'n bedrag ons nog 5 procent van de aandelen Hyves gekost. Toch is er relatief nog zo weinig reclame te zien dat veel Hyvers vragen of we überhaupt al gestart zijn met de verkoop.

De positieve ontvangst door adverteerders blijkt ook in december door de uitverkiezing in het *Tijdschrift voor Marketing* van Hyves als

een van de tien megamerken van 2005. De marketeers stemmen ook op mij als een van de megamarketeers van 2005. Een mooi compliment. De gesjeesde student economie in mij moet even slikken.

Met de omzet van WebAds en Mailmedia erbij is de totale omzet in oktober 83.000 euro. Na één maand is Hyves al winstgevend. Per saldo gaat er nog steeds meer geld uit omdat de servers bij aanschaf volledig worden betaald maar boekhoudkundig over een paar jaar worden afgeschreven. Maar daar gaat het even niet om. We hebben een businessmodel! En vanaf nu zelfs een bescheiden salaris.

In december draaien we 100.000 euro omzet. Ofwel ruim 1 miljoen op jaarbasis! Nog in 2005 lossen we zo de belofte van 1 miljoen euro omzet aan de aandeelhyvers in. Het betekent niets. Er moet sowieso nog steeds geld bij. Maar ook qua omzet is Hyves nu miljonair. Op onze manier. Best cool.

8. In het hol van de mol

Problemen komen pas als het heel slecht gaat. Of heel goed.
Burt Rost van Tonningen

'Talpa heeft gebeld.' Aan mijn monitor hangt een geel briefje. De explosieve groei van Hyves blijft niet onopgemerkt. Al vóór we adverteerders toelaten, verschijnt Hyves op de radar van Talpa Capital, de investeringsmaatschappij van John de Mol. Investeringsmanager Pim Schmitz is nieuwsgierig geworden en nodigt ons uit in Naarden.

De naam Talpa is vooral bekend van de nieuwe tv-zender die nog in oprichting is. Net als de pas gekochte radiozender Radio 538 valt de zender onder Talpa Media, het zusterbedrijf van Capital. De beeldvorming rond Talpa staat natuurlijk haaks op die van Hyves.

Toch vinden wij Talpa een interessante mogelijke partner. Meer dan andere mediabedrijven gelooft John de Mol in het belang van digitale media. Niet voor niets is Talpa het eerste mediaconcern dat ons benadert. Hij heeft het geld om de daad bij het woord te voegen. Radio 538 en de nieuwe zender zouden Hyves kunnen ondersteunen. Talpa's ervaring met adverteerders kan ons gebrek aan kennis wellicht goed aanvullen. Ook heeft De Mol een ongekend netwerk in de internationale mediawereld. En ten slotte: we hebben het wel over John de Mol. De man die samen met Joop van den Ende uit het niets Endemol uit de grond stampte en verkocht voor 5,5 miljard. De machtigste man in de Nederlandse mediawereld.

Dus hebben we twijfels over de combinatie? Natuurlijk. Maar onze nieuwsgierigheid wint.

Half mei 2005 rijdt mijn treintaxi de oprijlaan op van de imposante villa van Talpa Capital, fantastisch gelegen, verscholen in de Gooise

bossen. Haastig been ik naar de ingang. De volgende keer neem ik echt een trein eerder. Ook binnen is het pand het tegenovergestelde van Hyves HQ. Mooie ruime gangen met stijlvol meubilair. Inclusief een mooie en stijlvolle receptioniste. Blond inderdaad. Ze brengt me naar het kantoor van Schmitz, met een kopje koffie.

'Gefeliciteerd met jullie succes. Is het echt waar van die Peruanen?' De setting is nieuw maar de vragen niet.

'Weten jullie al hoe jullie geld gaan verdienen?' Schmitz, een sympathieke oud-bankier van ABN AMRO, vraagt het zonder scepsis.

'Het moeilijkst is om een goed product te maken dat snel blijft. Als dat lukt, moet je daar omzet mee kunnen genereren, bijvoorbeeld met advertenties of betaalde abonnementen.' Ik houd me op de vlakte. We willen ons niet te veel door Talpa in onze kaarten laten kijken. Het bedrijf is niet alleen een mogelijke partner of investeerder, maar ook een erg sterke potentiële concurrent.

De durfkapitalist vertelt over de activiteiten van Talpa Capital en Talpa Media, en hun focus op convergentie. 'Hyves past perfect in onze visie, waarbij internet, tv en mobiel steeds meer samenkomen. We kijken niet alleen naar jullie als een financiële investering, maar ook als een strategische, in combinatie met Talpa Media. We praten graag verder over het nemen van een belang van 20 tot 25 procent,' stelt Schmitz voor.

Dat is leuk om te horen, maar een dergelijk belang is in elk geval te groot. Eigenlijk willen we het liefst toekomstige financieringen met de bestaande investeerders doen, zodat het niet te veel afleidt van Hyves zelf. We spreken af het te laten bezinken en contact te houden. Teruggekeerd op HQ kunnen we Pim Schmitz niet vinden op Hyves. De receptioniste wel.

Talpa is niet de enige geïnteresseerde. Twee weken later zitten Leendert en ik aan tafel met een goede bekende van John de Mol. Hubert Deitmers is net een paar maanden weg bij Endemol. Bij zijn start in 1996 kreeg hij een simpele opdracht van John en Joop: 'Maak Endemol groot.'

Dat is best gelukt. Als verantwoordelijke voor de internationale expansie leidde Deitmers de overnames van tientallen bedrijven. Vanaf 2000 zat hij in de raad van bestuur en hij was nauw betrokken bij de verkoop van Endemol aan Telefonica. Vóór Endemol werkte Hubert acht jaar bij investeringsmaatschappij Atlas Venture. Dat was weer een concurrent van Leenderts Gilde, maar Hubert en Leendert konden het altijd goed met elkaar vinden.

'Hyves is een fantastische site. Ik wil de komende tijd investeren in leuke technologie- en mediabedrijfjes, eigenlijk zoals dat van jullie.'

Het enthousiasme van Deitmers voor Hyves is aanstekelijk. Het voelt authentiek. Hij wordt oprecht blij van succes en gunt het ons van harte. Tijdens het gesprek groeit ons eigen vertrouwen in Hyves, het is bijna alsof Hyves van Hubert is en wij de buitenstaanders zijn.

De investeerder ziet er jonger uit dan zijn 43 jaar. Vanwege zijn tot in de puntjes verzorgde uiterlijk en stralende glimlach noemt Koen hem Face, naar het knappe lid van *The A-Team*. We hopen wel dat hij meer kan dan zijn Amerikaanse dubbelganger. Huberts verschijning ontgaat ook de studentes die parttime op HQ werken niet. Ze zijn direct nieuwsgierig. 'Wie is die knappe man?' Waarna een gevleide Hubert weer nieuwsgierig is wie dat heeft gezegd.

'Je ziet de mediaconsumptie verschuiven, vooral onder jongeren. Tv en kranten worden steeds minder populair, de toekomst ligt bij communities zoals Hyves.'

Deitmers is gek op community's, hij zal het woord nog vaak herhalen.

'In communities kun je goed geld verdienen. In Azië verkopen sites avatars of virtuele spullen. En bij Endemol zagen we de behoefte van merken aan communities rond hun product.' Ook Hubert praat graag verder over een investering. 'Jullie lijken me een mooie club, ik zou het erg leuk vinden om mee te helpen van Hyves een succes te maken.'

Het enthousiasme is geheel wederzijds. Huberts ervaring en netwerk kan erg waardevol zijn. Hij is het bovendien volledig eens met de Hyves-filosofie waarbij leden en niet het businessmodel centraal

staan. Belangrijker nog is dat het persoonlijk goed klikt. Hubert lijkt zichzelf ondanks zijn succesvolle achtergrond niet te serieus te nemen.

In augustus spreken we opnieuw met Schmitz. Ook Edwin Tromp en Marcel Houtman zijn deze keer van de partij. Ze zijn respectievelijk director cross media en manager interactive van Talpa Media en werkten vóór Talpa bij websitebouwer Lost Boys.

Lopend door de gangen van het Larense hoofdkwartier van Talpa Media kom ik langs het kantoor van Tony Berk. Berk is een icoon in de muziekwereld. Hij is begonnen als dj en werd later eigenaar van het platenlabel Dino Music. Toen hij dat verkocht had, richtte hij Talpa Music op, een joint venture met zijn goede vriend John de Mol. Tony is ook de vader van Tony, jeugdvriend van Floris en mij uit Laren.

'Je bent hier voor Hyves, hè?' Tony sr. wenkt me enthousiast zijn kantoor in. Hij blijkt al veel te weten over onze site, hoewel hij bekent geen lid te zijn. 'Dat internetten is niets voor mij.'

Ik kan niet wachten om het tegen Floris te zeggen. Van kleins af aan hebben we Tony Berk bewonderd. En nog meer gevreesd. Als we met Tony junior voetbal keken bleef de beste stoel in de woonkamer altijd leeg, want dat was Tony's stoel. Spectaculairder dan Nederland-Duitsland was het als een nieuwkomer voor de wedstrijd in die lekkere stoel ging zitten die vreemd genoeg nog leeg was. Kort daarna vloog hij zoals de Fresh Prince of Bel Air horizontaal het huis uit.

Berk zit ook in het bestuur van Buma/Stemra. Zijn enthousiasme kan van pas komen, want er is veel discussie over de vraag of de verschillende vormen van gebruik van muziek op sociale netwerken legaal zijn. Bij een eventueel probleem kan Tony ons dus helpen.

'Als jullie maar een millimeter in het grijze gebied komen, sloop ik jullie,' glimlacht de muziekrot.

Denk niet dat dat een grap is. Het is een glimlach zoals een haai lacht voordat hij je been pakt. Berk lacht omdat hij ons met plezier zou slopen. We zijn tenslotte bekenden.

Een paar kantoren verder wachten de Talpa-mannen.

'Wij kunnen Hyves echt groot maken. Dankzij het miljoenenpubliek zijn tv en radio heel krachtige instrumenten om verkeer naar websites te leiden. Dat kunnen ook eigen sites zijn, zoals ons datingconcept. Of een sociaal netwerk, bij Lost Boys hebben we veel ervaring opgedaan met het bouwen van succesvolle communities.' Tromp lacht. Ik probeer niet te laten merken dat ik schrik. Een combinatie van een websitebouwer als Lost Boys of Media Republic met een grote mediaspeler als Talpa of Sanoma is inderdaad precies waar we bang voor zijn.

Gelukkig heeft Talpa de handen vol aan de lancering van de tv-zender een paar dagen later, zoals ook blijkt uit de stress die er in het pand heerst. Nog steeds hebben we een voorkeur voor interne financiering, maar we spreken af na te denken over mogelijke samenwerking tussen Talpa TV, Radio 538 en Hyves.

Als klap op de vuurpijl volgt kort na de afspraak in Laren zelfs de eerste concrete overnamepoging. Vergeleken bij deze speler zijn Talpa en Deitmers kleine jongens. De bieder windt er geen doekjes om en komt direct ter zake.

–– Original message ––
From: Melodietje Worldwide
To: pers@Hyves.nl
Sent: 04 September 2005 15:14
Subject: Overname Hyves – Melodietje

Geachte heer/mevrouw,

Is Hyves.nl te koop? We hebben een aannemelijk budget om dergelijke websites over te nemen. Indien u de website zou willen verkopen inclusief alle leden, dan vernemen wij dit graag van u. (Lees: Bod, bedrag)

Met vriendelijke groeten,
With regards,

Melodietje Worldwide

De website www.Melodietje.org bevestigt ons vermoeden dat het om een grote internationale mobiele speler gaat. Wat wil je met zo'n naam? Melodietje Worldwide verkoopt ringtones en andere mobiele content via bekende dochtersites als Babedating.

Als we van de opwinding bekomen zijn, volgt ons antwoord. We besluiten *hard to get* te spelen om de prijs op te drijven.

–– Original message ––
From: Raymond Spanjar
To: Melodietje Worldwide
Sent: Monday, September 26, 2005 8:15 PM
Subject: Re: Overname Hyves – Melodietje

Beste Melodietje,

Hyves is niet te koop, daarvoor vinden we het veel te leuk! Echter voel u vrij om een bod onze kant op te sturen! :-)

Groet,
Raymond Spanjar

Onze publiekelijk beleden afkeer van ringtonefabrikanten is Peter blijkbaar volledig ontgaan.

Beste Raymond,

Begrijpelijk! Wat zou je een reëel bod vinden waarbij jullie alles nog steeds mogen doen, maar wij volledig eigenaar worden?

Net als de eerste mail stuur ik het antwoord van Melodietje door naar heel HQ. 'Een droomsituatie!'

Beste Melodietje,

Dat zou voor een deel in ringtones kunnen bestaan, maar ook voor een deel in geld.

Melodietje International antwoordt met een concreet bod.

Hoe bedoel je in ringtones? Kun je mij dit iets gedetailleerder uitleggen? Als ik een bod zou doe waar moet ik dan aan denken? 50.000? Meer? 100.000?

We beginnen ons schuldig te voelen en spelen open kaart.

Hyves = niet te koop... helaas! :)

In september 2005 kunnen we niet meer rustig achteroverleunen en luisteren naar geïnteresseerde investeerders. Hyves heeft nog steeds geen inkomsten terwijl de kosten snel oplopen. Niet alleen komen er duizenden leden per dag bij, ze gebruiken de site ook steeds intensiever. Weliswaar worden er spoedig advertenties op Hyves getoond,

maar die inkomsten zullen niet voldoende zijn om de investeringen in de servers te financieren.

Door de vakantieperiode is het nog niet gelukt om met alle aandeelhouders af te spreken over nieuwe interne financiering en hebben we ook nog niet verder gepraat met Deitmers. De situatie is nu nijpend, want in oktober zijn we door ons geld heen.

Er zijn twee opties: een interne financieringsronde of een nieuwe investeerder. Hubert Deitmers willen we er graag bij hebben, maar onderhandelen met de rug tegen de muur is zelden voordelig. We organiseren een aandeelhoudersvergadering om de financiële situatie te bespreken.

Voor de aandeelhoudersvergadering overleg ik met Leendert in zijn atelier, dat ook dienst doet als kantoor. We hebben uitgerekend dat we minimaal 250.000 euro nodig hebben. Daarmee kunnen we de Nederlandse groei financieren tot we winstgevend zijn. Als de groei in andere Europese landen versnelt, hebben we met dat bedrag ook voldoende tijd om extra financiering binnen te halen. Omgeven door schilderijen neem ik Leenderts smakelijke espresso en dito advies tot me.

'Het belangrijkste is dat de groei van Hyves niet geremd wordt. Wat vinden jullie zelf een redelijke waardering om nieuwe aandelen uit te geven?'

Een normaal bedrijf waarderen is lastige materie. Zelfs de consensus van honderden beursanalisten blijkt elke paar jaar bij een beurskrach weinig waard. Een bedrijf zonder omzet waarderen is nog veel moeilijker.

'De overnameprijs van Myspace van 580 miljoen dollar is ruim 30 dollar per lid. Volgens die waardering is Hyves meer dan 30 miljoen dollar waard.'

Die vergelijking en waardering vinden we beiden niet realistisch.

Een andere methode dan. 'Er zijn nu een half miljoen Nederlandse leden, tien keer zo veel als op het moment van de vorige emissie. Na de investering van 300.000 euro was Hyves toen 1,3 miljoen waard,

maar een waardering van 13 miljoen lijkt ons nu aan de hoge kant.'

Dat vindt Leendert ook.

De beste waarderingsmethode is het totaal van de toekomstige winsten, maar die is erg lastig te voorspellen. Daarom is het waarderen van een pril bedrijf als Hyves uiteindelijk vaak een gevoelskwestie. 5 miljoen voelt niet verkeerd. Dat lijkt laag genoeg om het interessant te maken voor de investeerders, maar niet zo laag dat wij veel verwateren.

'Tja, het blijft koffiedikkijken, maar 5 miljoen lijkt me een prima waardering voor een interne of externe emissie.' Net als bij de vorige verkoop van nieuwe aandelen hoeft Leendert niet te onderhandelen over de prijs. Het belang van de onderneming staat bij hem altijd voorop. Dat werkt heel prettig. Het bespaart tijd en voorkomt de spanningen van te scherpe onderhandelingen. Omgekeerd proberen wij dat vertrouwen niet te beschamen door een te hoge waardering voor te stellen.

Goed gemutst beginnen we op 8 september aan de aandeelhoudersvergadering. Nu Leendert akkoord is met de waardering van 5 miljoen, hopen we dat zijn partner H.J. van de Koppel ook snel zal instemmen. Zij hebben twee keer zoveel aandelen als Burt en mijn vader en zullen bij een interne emissie het grootste deel voor hun rekening nemen. Ook als Burt en Spanjar sr. niet mee investeren, moet een emissie van 250.000 euro mogelijk zijn. Als we kunnen rekenen op een interne emissie op 5 miljoen staan we ook sterk tegenover een eventuele nieuwe investeerder die meer zou willen betalen voor de aandelen.

Nauw verbonden met de financiering is het andere punt op de agenda: internationale expansie versus focus op Nederland. De aandeelhyversvergaderingen volgen echter zelden de agenda. In de eerste plaats omdat die er vaak niet is. In de drukte komen we daar zelden aan toe, al ligt de echte oorzaak waarschijnlijk in onze frisse afkeer van formaliteiten. Daarnaast zijn alle vier de investeerders succesvolle ondernemers. Ze zijn gewend de hoofdrol te spelen bij

besprekingen. Ook willen ze graag hun enorme ervaring met ons delen en ons behoeden voor fouten die ze zelf hebben gemaakt. Dat is zeer welkom, want ze hebben ieder meer ervaring dan Koen, Floris en ik bij elkaar. In groepsverband heeft het surplus aan ervaring echter ook een bijeffect. Hoe meer terechtwijzingen, waarschuwingen of adviezen een investeerder geeft, hoe meer ervaring hij lijkt te hebben.

De vergaderingen lopen dan ook snel uit de hand. Niet op een vervelende manier, maar het helpt niet om besluiten te nemen. We hebben daarom afgesproken dat Leendert als voorzitter meer zal gaan sturen op de agenda.

Nog voordat we een update kunnen geven over de stand van zaken, trapt Burt af.

'Hoe gaan de gesprekken met Sara Lee? Gaan ze al adverteren op Hyves? En KPN?' Hij is gefrustreerd dat zijn introducties bij bestuurders van grote Nederlandse ondernemingen niets hebben opgeleverd.

'Zal ik jullie anders introduceren bij de raad van bestuur van ABN AMRO?' suggereert HJ.

'Adverteerders zoals Campina haken af omdat ze het businessmodel niet zien zitten. Bovendien is mijn zoontje afgehaakt, net als zijn hele school het Willem de Zwijger College in Bussum. We hebben een keiharde filosofie over stickiness nodig!' briest Burt.

Zoals vaker worden Koen, Floris en ik als jongerejaarsstudenten heen en weer geduwd, al is het verbaal. Resistance is futile. Dat leerden we al in een eerdere vergadering, toen alle ouderejaars zich op ons stortten toen we terugduwden.

'Zullen we weer terug naar de agenda gaan? We komen nog op de adverteerders.' Gelukkig is Leendert er ook.

Na de update komt het vraagstuk van de internationalisatie aan bod. Het aantal Nederlandse Hyvers is sinds juni ruim verdubbeld tot bijna een half miljoen, maar de buitenlandse groei is sinds de maatregelen in mei sterk afgenomen. Zuid-Amerika is sinds juni 'maar' met 30 procent gegroeid, tot 320.000 Hyvers. De meeste bedrijven doen

natuurlijk een moord voor 30 procent groei in 3 maanden, maar het is stilstand vergeleken met de groei van 130 naar 240.000 in de drie maanden daarvoor. Het aantal leden in Noord-Amerika en Europa is nog wel verdrievoudigd tot respectievelijk 62.000 en 76.000. Ook die groei neemt echter af, omdat die deels gedreven wordt door Zuid-Amerikaanse familie en vrienden.

'De effectiefste manier om de groei in Europa te versnellen is door het uitnodigen in Zuid-Amerika en Azië weer opt-out te maken en eventueel de Afrikaanse landen van de zwarte lijst te halen. We denken echter niet dat de site dat aankan,' vat Floris onze mening samen. Hyves is net weer wat sneller geworden, waardoor de Nederlandse leden niet afhaken, maar het houdt niet over. Een nieuwe vloedgolf van buitenlandse leden zal de site weer onbegaanbaar maken.

'Miljoenen investeren in servers is het makkelijke deel, de software zou ook ingrijpend moeten worden herschreven,' voegt Koen eraan toe.

'En toch moeten we ervoor gaan,' vindt Burt. 'Laten we vijf miljoen euro ophalen bij een partij als Apax of Talpa.' Hij heeft goede contacten bij de Engelse investeerder na zijn rol bij de overname van de meerderheid van de aandelen PCM. 'Hyves heeft drie jaar om een wereldspeler te worden. Lokale spelers rest dan slechts overgenomen te worden, als ze niet al failliet zijn. Bovendien zal een Talpa Hyves niet alleen onmiddellijk in de kijker spelen bij de hele financiële wereld, maar ook bij adverteerders.'

Leendert is het daar niet mee eens. 'Ik ben bang dat we daar helemaal niet klaar voor zijn, Burt. Ik maak me grote zorgen over de kwetsbaarheid van Hyves. De website is nog steeds langzaam, er zijn geen inkomsten en er is een organisatie van slechts zes fulltimers. Een agressieve expansie lijkt me nu heel onverstandig. Talpa zou ons inderdaad kunnen helpen met adverteerders, maar ik zie ook nadelen. Zij zijn een strategische investeerder met eigen belangen. Dat kan andere partnerships blokkeren.'

De twee Corleones staan lijnrecht tegenover elkaar. Hyves staat op een cruciale splitsing, de belangrijkste in zijn bestaan. Floris,

Koen en ik zijn het met beiden eens, net als H.J. en mijn vader. Ook wij dromen van internationalisatie. Niet voor niets zijn we als eerste grote sociaal netwerk vertaald in vijf talen. Wat is er mooier dan gaan voor *world domination*?

We zijn ervan overtuigd dat het bij succes goed komt met de inkomsten, al vinden we focus op adverteerders levensgevaarlijk. Het ontbreken van een groot niet-technisch team zien we ook niet als een probleem. De schaal wel. Terwijl wij met moeite de site begaanbaar houden voor de Nederlandse Hyvers, gaan Orkut en Friendster ten onder aan hun internationale groei. Ondanks de 12 miljoen dollar aan investeringen in Friendster en 's werelds beste programmeurs van Google-dochter Orkut.

Er is een nog subtieler risico dan een heel langzame site waardoor iedereen afhaakt. Zelfs als we erin slagen om Hyves ondanks internationale groei wel enigszins snel te houden, zou dat alle tijd van de programmeurs kosten. Daardoor kan de site zelf niet verbeterd of uitgebreid worden, terwijl intussen internationale partijen als Microsoft, Google en Murdochs Myspace hun messen slijpen. Als we ons op Nederland richten, kunnen we een veel beter product maken en hier misschien wel net zo populair worden als CyWorld in Zuid-Korea, waar 25 procent van de bevolking lid is. Dan zijn we veel beter opgewassen tegen een grote concurrent.

Bovendien is het onduidelijk of miljoenen aan funding inderdaad haalbaar is. Floris, Koen en ik zouden dan in elk geval geen meerderheid meer hebben. Dat is een extra risico, zie opnieuw Friendster, waar de oprichter werd afgezet als CEO. Floris en ik hebben ook weinig trek in het bijbehorende jarenlange commitment aan een formele partij. We doen Hyves omdat we het leuk vinden en willen niet te veel gebonden worden.

Samengevat betekent een agressieve internationale expansie een kleine kans op een groot succes, en een meer op Nederland gerichte strategie een grote kans op een klein succes. Nou ja, klein... Potentieel de grootste site van Nederland met meer dan een miljoen Nederlandse leden en een fantastisch product. Al wikkend en wegend zijn

we er daarom net als Leendert voor om ons voorlopig op Nederland te concentreren.

'Oké, ik kan me schikken in deze keuze omdat ik vertrouwen heb in het ondernemerschap van Hyves,' geeft Burt toe.

Voorlopig blijft internationale expansie in de ijskast. Het uitstel zal afstel blijken.

Er is geen bezwaar tegen de waardering van vijf miljoen, al prefereert Burt een achtergestelde lening zodat niemand verwatert op vijf miljoen. Leendert is voor toetreding van Hubert Deitmers. 'Hij kent de markt goed, beschikt over veel ervaring en vormt een extra schouder voor eventuele volgende financieringsrondes.' We besluiten eerst tot overeenstemming te proberen te komen met de ex-Endemoller, zonder commitment voor een interne financiering als alternatief.

'Vijf miljoen vind ik wel erg veel.' Deitmers is nog even charmant als de vorige keer, maar ontpopt zich nu ook als een geslepen onderhandelaar. Aardig en de redelijkheid zelve ondergraaft hij onze onderbouwing. 'Ja, Hyves groeit natuurlijk enorm hard, maar we moeten nog zien of er geld mee te verdienen valt, hè? Bovendien wil ik een belang van minimaal 10 procent en had ik een veel lager bedrag in mijn hoofd om te investeren. Ik zat te denken aan een waardering van twee miljoen.'

We willen Hubert er graag bij hebben, maar niet tegen elke prijs. We kunnen ons bovendien niet een lang onderhandelingstraject veroorloven. Tijd voor het vangnet van een interne emissie.

Dat blijkt echter een 'vangniet'. Burt is toch geïrriteerd over de gang van zaken. Eerst was er onvoldoende focus op sponsors, gevolgd door de keuze om niet met een Apax agressief in het buitenland te groeien. Bovendien vindt hij de waardering nu 'kunstmatig opgepompt'. Tussen de regels door is zijn onvrede te lezen om tweede viool te spelen naast Leendert. De Corleones kunnen echter maar één Don hebben.

Burt heeft het plezier in Hyves verloren en wil zo snel mogelijk helemaal uit Hyves. Hij biedt zijn aandelen aan tegen een waardering

van drie miljoen euro ofwel 150.000 euro voor zijn belang van 5%.

De breuk is een donderslag bij heldere hemel. Burt heeft ons, met mijn vader, als eerste gesteund. Zijn voorspelling dat problemen op de loer liggen als het heel goed gaat, is uitgekomen. Om te voorkomen dat het conflict escaleert, moeten zijn aandelen onmiddellijk overgenomen worden. We waarderen Burts korting, maar de spoedverkoop brengt ons in een lastig parket. Nadat Leendert, H.J. en Spanjar sr. Burts aandelen voor anderhalve ton hebben gekocht, is er niet genoeg draagvlak meer voor een interne emissie. Leendert wil niet het hele bedrag zelf op tafel leggen om te voorkomen dat hij er bij een eventuele nieuwe emissie weer alleen voor staat. Een nieuwe investeerder is nu geen luxe maar noodzaak.

Op vrijdagmiddag 14 oktober zitten Hubert en ik aan het bier in het College Hotel. We praten eerst bij over de ontwikkeling van Hyves. Niet alleen neemt het aantal leden nog steeds toe, ook de net gestarte advertentieverkoop gaat boven verwachting. Desondanks bieden we Hubert aan om op 3 miljoen te investeren, dezelfde lage waardering als de prijs die voor de aandelen van Burt is betaald. We denken zo de deal snel rond te maken. Dat blijkt een misvatting.

Huberts onderhandelingstechniek doet denken aan het Duitse voetbalelftal. De hele wedstrijd solide, onvermoeibaar. En dan net als de scheidsrechter al zijn fluit zoekt, scoort hij in de blessuretijd de winnende goal. 'DEEEEIIIITMEEEEERS! GOOOAAAL!' Hij gaat tot het laatste moment voor het beste resultaat. Een andere stijl dan Leendert maar begrijpelijk natuurlijk. Een iets lagere waardering betekent meer aandelen voor hetzelfde bedrag. Bij succes scheelt dat veel geld. Endemol is er groot mee geworden.

'Ik kom dolgraag aan boord, maar ik vind 2,2 miljoen echt al een heel hoge waardering voor een bedrijf met nauwelijks omzet, Raymond.'

Zonder deal gaan we uit elkaar. We hebben echter weinig keus. Na een weekend handjeklap belt Hubert woensdagochtend. '*Let's Hyve*!' Voor 200.000 euro koopt hij een belang van 7,5 procent, een waarde-

ring van 2,5 miljoen. Daarmee is er nu in totaal ruim zes ton geïnvesteerd in Hyves.

Eindelijk kunnen we deze roerige periode afsluiten. De financiering heeft veel langer geduurd dan gedacht en al onze tijd opgeslokt. Nu kunnen we ons weer richten op Hyves zelf. Op ledengroei, uitbreiding van de website, communicatie, inkomsten en servers. Hopelijk zitten we volgende keer dat we onderhandelen aan dezelfde kant van de tafel als Hubert.

Burt verdient een slordige 100.000 euro op de verkoop van zijn 5 procent belang in Hyves. Hij wordt geen Hyves-miljonair, maar een verdrievoudiging van zijn investering in een jaar tijd is niet slecht. We vragen ons af of hij de Willem van Kooten of de vijfde Beatle van Hyves wordt. Van Kooten verdiende als enige aan Sport 7 door zijn aandelen in de sportzender te verkopen toen de toekomst nog roze was. De vijfde Beatle had minder gevoel voor timing. Hij verliet de band vóór het succes en sloeg zich de rest van zijn leven met zijn drumsticks voor zijn kop.

Na Huberts toetreding praten we niet verder met John de Mols Talpa over een investering. Hyves blijft onafhankelijk. Achter de schermen werkt Hubert echter met Joop van den Ende aan de oprichting van het investeringsfonds Van den Ende & Deitmers, een directe concurrent van Talpa Capital. Zonder het te weten belanden we zo indirect in het kamp van De Mols ex-partner.

Deel 2
De groei

1. Artistieke dieven

Good artists copy, great artists steal.
Pablo Picasso

Iets nieuws verzinnen heeft iets magisch. 'Hoe kwamen jullie op het idee?' is een veel gestelde vraag over Hyves. Om de verwachtingsvolle blik van de vrager niet teleur te stellen antwoorden we vaak dat de website tot ons kwam in een droom.

'En toen zei de stem: "Ik zal je zoveel Hyvers geven als er sterren aan de hemel zijn en deze hele site aan hen geven, en alle volken op aarde zullen wensen zo gezegend te worden als jouw Hyvers." '

Gelukkig hoef je in de praktijk niet te wachten op goddelijke inspiratie. Naast de klassieke eurekamomenten zijn veel succesvolle innovaties nieuwe toepassingen van bestaande producten. Ook de eerste versie van Hyves was op zichzelf niets nieuws. Wel nieuw was de combinatie van bestaande onderdelen van Orkut, Friendster en Dodgeball, en enkele details. '*Good artists copy, great artists steal*' is dan ook het motto van Floris.

Koen K., Floris R. van T. en ondergetekende zijn nog niet uitgestolen. Het idee dat het netwerk niet het doel op zich is maar een middel, lijkt steeds meer te kloppen. Veel populaire internetdiensten zijn een logische toevoeging voor Hyves. Een scholenfunctie à la Schoolbank bijvoorbeeld. Niet alleen foto's delen maar ook afdrukken. Chat. E-mail?

Terwijl we vlassen op nieuwe onderdelen verspreidt de Hyves-epidemie zich verder. Het voelt alsof we in het karkas van een voortrazende raceauto zonder remmen zitten. Terwijl we hem op de weg proberen te houden, moeten we ook nog verder klussen aan de stoelen en het dak.

Reinoud is niet meer bang dat Hyves bijna af is. Al zijn tijd wordt opgeslokt door het bijschakelen van servers en het aanpassen van de software voor de steeds grotere ledenaantallen. Gelukkig heeft Koen het team versterkt met Boris Nieuwenhuis, een oud-collega van Koen bij HubHop. Boris wordt vrijgehouden om de website te ontwikkelen. Onze development-capaciteit houdt echter nog niet over voor een site die Nederland wil veroveren.

De gesprekken over de productplanning volgen dan ook een voorspelbaar patroon. Floris en ik hebben een lang verlanglijstje samengesteld van hoogst noodzakelijke en kansrijke onderdelen. En Koen zegt nee. Nee tegen 80 procent van de onderdelen. En daarna nee tegen 80 procent van de functies van de onderdelen die we wél gaan bouwen. Release early, release often. Door de eerste versies van functionaliteiten af te slanken kunnen we ze veel sneller live zetten. De reacties van de Hyvers die volgen zijn cruciaal bij het doorontwikkelen van de dienst. Zo vermijdt Koen de valkuil van te lang bouwen aan iets wat mensen eigenlijk helemaal niet willen.

Vervolgens werkt Floris de functionaliteiten die deze slachting overleven verder uit tot voorbeeldschermen, waarna Reinoud en Boris hierachter de code bouwen. Ironisch genoeg zien zijzelf zelden het nut van hun eigen werk in. Dat vindt niemand erg, ze weten zelf dat ze niet tot de groep behoren die vooroploopt met Hyves. We maken ons pas zorgen als ze wél enthousiast zijn.

'Leuk die krabbels, maar wat heb ik nou aan Hyves?' Als antwoord op die vooral onder ouderen vaak gehoorde klacht bouwen we in de zomer van 2005 functies die zelfs de grootste scepticus nuttig zal vinden. Belangrijkste troef is een marktplaats. In zijn bekende onderzoek *The Strength of Weak Ties* had Marc Granovetter aangetoond dat veel banen gevonden worden via *weak ties*: kennissen en vrienden van vrienden. Vaak verkeren zij in andere kringen dan jijzelf en je beste vrienden, waardoor ze meer horen. Hetzelfde argument zou moeten opgaan voor het vinden van kamers.

Een marktplaats op Hyves speelt hier mooi op in. Bovendien is het

bij veel advertenties handig om te weten wíé er reageren. Je verhuurt je huis immers liever aan een vriend van een vriend dan aan een wildvreemde die je één keer hebt ontmoet.

Bij gebrek aan een betere naam noemen we het ook 'marktplaats'. Stiekem zouden we het niet erg vinden als de e-Bay-dochter ons verbiedt die naam te gebruiken. We azen nog steeds op een David tegen Goliath-strijd. Naast publiciteit moet dat ook een mooie grap voor de Hyvers kunnen opleveren.

Tips, events en blogs staan ook op ons lijstje. Gelukkig blijkt Boris een tweede geheime wapen. Hij werkt al tien jaar als programmeur sinds zijn studie natuurkunde. Zijn productiviteit gaat schuil achter een schijnbare *mañana mañana*-mentaliteit. Hij sloft door het pand, waarbij niet zelden zijn beruchte bilspleet zichtbaar is, en maakt zich alleen druk als er geen vlees bij de lunch is. Of geen bier op de borrel. Zijn enige nadeel is zijn nonchalance. Die levert hem de bijnaam Frank de Boer op, naar diens rampzalige 'tikkie-terugs'.

Als Boris sceptisch is, wordt hij nog zwijgzamer dan normaal. Jaren later vertelt een voormalige baas van Boris daarover een illustratief verhaal dat zijn cultstatus op Hyves HQ nog verder vergroot. Na de overname van HubHop had de KPN-manager een functioneringsgesprek met Boris. Dat raakte in een impasse, waarna de KPN'er een van zijn managementtechnieken inzette: het gesprek laten doodvallen en net zo lang zwijgen tot de gesprekspartner zijn verlies erkende door weer te gaan praten. Kroon moest echter bekennen dat hij bij Boris na minuten die een eeuwigheid leken voor het eerst in zijn carrière zelf de stilte verbrak omdat hij wist dat Boris dat sowieso niet ging doen. 'Maar wat een geweldige programmeur!'

Dat compliment is des te bewonderingswaardiger omdat Boris verteld heeft zijn dagen bij HubHop na de overname van KPN te slijten met porno kijken en katers bestrijden. Na twee jaar was daar de lol af en stapte hij over naar Hyves.

Spottend neemt Boris de beschrijving van de nieuwe onderdelen van Floris in ontvangst. 'Als jij denkt dat het gaat werken.' Om vervolgens al na een paar dagen terug te komen om om meer werk te vra-

gen. Mede dankzij het stoïcijnse bikkelen van Boris voegen we in juli 2005 blogs, marktplaats en tips toe onder de noemer Hyves 2.0.

'Weet je wel dat we pas bij versie 1.054 zijn??' Woedend loopt Koen 's ochtends vroeg de kamer van Floris en mij binnen. 'Een versienummer is een serieuze zaak, dat kun je niet zomaar veranderen!' Om de nieuwe versie wat meer belang te geven heb ik deze in de mails naar journalisten Hyves 2.0 genoemd. Koen vindt dat een CTO een nieuw versienummer niet uit de krant moet vernemen. Dat klinkt niet onredelijk. Het versterkt de running gag dat Koen, Boris en Reinoud in de krant lezen wat ze gaan bouwen.

Er is meer fout gegaan. Bij de mail naar de media zitten screenshots van de nieuwe onderdelen. Deze plaatjes zijn afkomstig van de testsite omdat de onderdelen nog niet live staan als ik de mail verstuur. In mijn haast heb ik niet gezien dat de foto's niet erg representatief zijn. Een verbaasde Reinoud vindt bij zijn ontbijt de plaatjes terug in de krant. 'Heb je de foto's wel eens van dichtbij bekeken? Staat een Osama die Bush vanachter n****, een naakte chick die een HTML-boek leest en een aanvraag voor woonruimte voor een Chinees met tien kinderen. Wat moet men wel niet van ons denken?'

Het verbod op dubieuze content op de testsite dat volgt houdt niet lang stand.

Het live zetten van Hyves 2.0 verloopt nog dramatischer. Bij een dergelijke 'deploy' is Hyves altijd uit de lucht terwijl de nieuwe software naar de servers wordt gekopieerd. Om de overlast zo veel mogelijk te beperken vindt dit 's nachts plaats. De tests hebben uitgewezen dat het ditmaal één uur zou moeten duren, maar dat geeft geen zekerheid omdat de live-omgeving nooit helemaal na te bootsen is.

Hyves gaat offline om 23.00 uur. Om 0.02 zal Hyves 2.0 live staan, kondigen we opgewekt aan op de downpagina. Om middernacht meldt Reinoud echter dat we nog niet eens op een derde zijn. De spanning is om te snijden. Het voelt alsof we in een duikboot met problemen zitten. De communicatie afgesneden. Buiten is het don-

ker. De nacht is lang terwijl Reinoud de voortgang opleest.

'32 procent....'

'33 procent...'

'Het vertraagt.'

Koen, Reinoud en Boris turen geconcentreerd naar hun *Matrix*-achtige beeldschermen, alleen onderbroken om een slok bier te nemen. Floris en ik zeggen zo min mogelijk om hen niet te storen. Wij zijn er altijd bij, al hebben we weinig bij te dragen aan de technische operatie. We zijn er vooral om solidair te zijn. Bovendien kunnen we toch geen oog dichtdoen als de website down is.

Voor elke site is het vervelend om onbereikbaar te zijn, maar gezien ons verleden van storingen is het voor Hyves extra pijnlijk. Een offline website wordt door investeerders ook op een beduidend lagere waarde getaxeerd.

Wat als we niet meer online komen? Ik weet dat dat onzin is. Maar ik kan de vraag niet lang verdringen.

Was deze stress niet te vermijden? Natuurlijk. Of denk je dat de raad van bestuur van ABN AMRO elke maand een nacht de billen samenknijpt bij een deploy? Nieuwe websites van banken en andere belangrijke systemen worden eerst maandenlang getest. Helaas hebben wij die tijd niet en moeten we de testperiode beperken tot een paar dagen.

'Het kopiëren is nu helemaal gestopt...'

Op de achtergrond klettert een speld. Er is een noodplan dat niemand leuk vindt. Maar hoe lang kunnen we doorgaan zonder zicht op een oplossing?

'We kunnen de oude versie weer terugzetten. Dat kost maximaal een uur,' stelt Reinoud voor.

'En dan?' antwoordt Koen. 'De nieuwe versie langer testen en later misschien weer in deze situatie komen? Nee, we gaan het nu oplossen.'

Reinouds voorzichtigheid versus Koens impulsiviteit is een klassieke botsing op HQ.

'We gaan door,' besluit Koen.

Floris en ik voelen ons hulpeloos. We weten niet wie gelijk heeft, al weten we wel dat we deze discussie liever nuchter gevoerd zien worden.

Wij zitten niet als enigen in spanning, om halftwee stoppen de zestienjarige Menno en Tom ons een hart onder de riem:

Eeey Hyvers,

Helaas is het jullie niet gelukt om Hyves 2.0 live te krijgen om 0.02 uur :(
Ik zat er echt op te wachten met nog iemand, want we vinden Hyves echt helemaal te gek. Maar ja we blijven nog tot 2.00 uur wachten en anders wensen we jullie veel succes met het nachtwerk :p
Hopelijk krijgen jullie 'm snel online :)
Good luck!!!!
Groetjes Menno en Tom :)

Het wordt al licht als om halfvijf de code eindelijk volledig gekopieerd is. Hyves is nog steeds uit de lucht terwijl wij de code testen op een aparte server. De ene bug wisselt de andere af. Pagina's lopen vast of tonen helemaal niets, mail wordt niet verstuurd. Zelf zijn we ook kapot.

Over een paar uur begint de ochtendspits. We kunnen het vergeten dat we de Hyvers een foutloze website kunnen geven. Alle bugs oplossen en live zetten lukt nooit in een paar uur. De enige vraag is of het beter is om nu even te slapen of om eerst de ergste bugs te fixen. Floris en ik willen doorgaan. Koen vindt dat zinloos. Door de dichte deur van ons kantoor schallen onze verheven stemmen door het pand.

'Sommige pagina's zijn echt stuk nu. Laten we nog een uur doorgaan, dat fixen en dan gaan slapen,' stelt Floris voor.

'Dat heeft geen zin, we maken nu eerder méér fouten!' vindt Koen.

Hij zit erdoorheen. Koen keert terug naar Boris en Reinoud in de techkamer. Een halfuur later beent hij zonder gedag te zeggen het pand uit. De ergste bugs zijn gefikst.

Drie uur later zitten we weer op onze post. Koen had gelijk dat hij wilde doorzetten. De oude versie terugzetten had veel vertraging betekend, nu blijft de schade beperkt tot onze nachtrust. De positieve reacties van de Hyvers geven zo'n energie dat de vermoeidheid en irritaties direct vergeten zijn.

'Petje af! Prachtig mooi!' oordeelt Tim. Erik *buigt*. Suzanne vindt het 'eeeeeeeenig' en Tom heeft er zelfs geen woorden voor. Ook Menno en Tom zijn tevreden.

Heeey :D
Jah de nieuwe Hyves is echt leuk geworden :) We hebben uiteindelijk nog tot 4 uur gewacht, maarja toen werden we wel moe :p Maar de nieuwe Hyves is echt een verbetering en was het wachten waard :) Het ziet er allemaal goed uit!
Complimenten voor jullie!!!
Groeten Menno.

Vier uur lang klikten de jongens hoopvol op 'verversen'. Elke klik teleurgesteld. Het zal een zware schooldag zijn geweest. Voortaan bouwen we een ruime veiligheidsmarge in bij de verwachte tijd van online komen.

De Hyves-marktplaats groeit toch uit tot een erg populair onderdeel. Al na een week druppelen de eerste bedankjes binnen:

Ik wil bij deze Hyves bedanken voor het vinden van een kamer! Binnen een dag kreeg ik al een telefoontje van iemand die via Hyves had gezien dat ik een kamer zocht. Binnen een week was alles rond en aankomend weekend verhuizen. Wat is dit toch een geweldig systeem! Bedankt!
Maarten

Anderen hebben nog meer geluk, zoals Menno vertelt aan het tijdschrift *Nobiles*:

Heel toevallig kwam ik tijdens het surfen op Hyves bij een vriend van een vriend terecht die een advertentie had geplaatst voor een interessante vacature. Ik heb een mail gestuurd en werd uiteindelijk aangenomen. Wat helemaal komisch is, is dat ik later weer op zijn pagina beland ben en deze keer had hij een driekamerappartement in de aanbieding. En ook dat heb ik gekregen, ik ben nu helemaal onder de pannen!

Een vriendin van Sigrid is na het hyven zelfs helemaal klaar:

Hallo, ik wilde even vertellen dat een vriendin van mij haar nieuwe kamer in Amsterdam en haar nieuwe baan via Hyves heeft (en ook nog een scharrelvriendje, maar dat is alweer aflopende zaak geloof ik). Grappig he wat Hyves allemaal wel niet doet met de mens :-D
Sigrid

De Hyves-marktplaats slaagt er zo inderdaad in om de vriendennetwerken nuttiger te maken dan alleen een communicatieplatform. De schaal van het succes is groter dan af en toe een mooi verhaal. Als je ernaar vraagt, lijkt een substantieel deel van de actieve Hyvers zelf ook een kamer, baan of partner via Hyves te hebben gevonden. Een meisje uit de kroeg vond een stage van een halfjaar in Australië. Een ander werd au pair bij Anouk in LA. Bij Anouk! In LA!

Zulke momenten behoren tot de mooiste van de historie. Miljoenen leden blijft onvoorstelbaar. Miljarden pageviews abstract. Maar als iemand je persoonlijk vertelt dat jouw creatie een bijdrage heeft geleverd aan zijn of haar leven, is dat heel bijzonder. Er moeten honderdduizenden verhalen zijn. Gelukkig is dat weer niet voor te stellen.

Het pimpen van Hyves-pagina's, de volgende toevoeging, is een goed voorbeeld van hoe we nieuwe ideeën in producten vertalen. Op Hyves draag je uit wie je bent en wie je kent. Wat je doet en wat je leuk vindt. Deels onbewust profileren we ons zo binnen ons eigen sociale netwerk en creëren we een beeld voor onbekenden. Bijvoorbeeld wanneer je reageert op een appartement dat te huur staat. Of wan-

neer je met die leuke jongen aan het mailen bent. Of – al is dat nog even sciencefiction – als je straks een kroeg binnenloopt en op je telefoon ziet wie er nog meer zijn.

Qua design zijn de handen van de Hyvers echter gebonden. Hyves is net een virtuele kostschool: één oranjeblauw uniform voor alle één miljoen Hyvers. Saai en onpersoonlijk, niet erg des Hyves.

Voor ideeën voor gepersonaliseerde Hyves-pagina's surfen we eerst naar het buitenland. Leden van Orkut en Friendster dragen ook een uniform, maar op Myspace ontbreekt enige dresscode. Gebruikers hebben ongelimiteerde vrijheid om hun pagina op te maken. Sommige pagina's zijn ontworpen door professionele designers en bijna kunstwerken, maar vaker is het chaos. Leden kunnen niet alleen de kleuren aanpassen, maar ook bewegende plaatjes toevoegen, zoals glitterende hartjes en neonnamen. Nog onduidelijker is het als de belangrijkste blokken, zoals het vriendenoverzicht, zijn verplaatst. Zo is deze vrijheid de grootste zwakte van Myspace geworden. Tieners vinden het prachtig, maar iedereen ouder dan 25 heeft er moeite mee. Daarom is Myspace voor ons vooral een voorbeeld van hoe het niet moet.

Bovendien is het vormgeven zelf ook voor gevorderden. Er is alleen een groot open veld waarin codes geplakt moeten worden. Ik ken mijn beperkingen, zeker op IT-gebied, maar het lijkt niet ideaal dat ik er al niet uitkom. Het lijkt alsof het personaliseren bij Myspace nog steeds een beveiligingslek is in plaats van een functionaliteit.

Xanga, Amerika's grootste blogging community, laat zien hoe het wel moet. Zonder enig verstand van HTML kun je op Xanga via een simpele interface je pagina vormgeven. Omdat gebruikers geen complexe bestanden kunnen uploaden, blijven de pagina's rustig.

Wij kopiëren deze interface en voegen op dezelfde pagina een voorbeeldscherm toe waar je direct het resultaat van je aanpassingen ziet. Bovendien kunnen de onderdelen zoals krabbels, vrienden en foto's niet verschoven worden, zodat chaos uitblijft. En mocht iemand denken dat roze letters goed uit de verf komen op een rode achtergrond, dan hebben we iets nieuws bedacht: op elke Hyve staat een

reddingsboei die met één klik de standaard lay-out terugzet, waarna ook de volgende profielen in de normale Hyves-opmaak zijn.

Om meer inhoud aan de profielen te geven maken we het ook mogelijk om scholen, bedrijven en verenigingen toe te voegen. Het geeft meer informatie over een persoon en het maakt het ook makkelijker om vrienden terug te vinden. Bovendien betalen adverteerders meer geld als advertenties specifiek kunnen worden gericht op een opleiding, zoals afgestudeerde economen.

Schoolbank.nl biedt deze diensten al in Nederland aan voor zijn twee miljoen leden, maar heeft volledige toegang tot de site net betaald gemaakt, en dat geldt ook voor het versturen van berichten. Dat komt ons niet slecht uit. We gaan niet zover dat we het nieuwe onderdeel Hyves Schoolbank noemen, maar wijzen er bij de lancering op 1 november fijntjes op dat berichten sturen op Hyves wél gratis blijft.

De Hyves-schoolbankfunctie krijgt veel aandacht in de media. 'De nieuwe schoolfunctie (is) uitgebreider dan Schoolbank.nl en gebruikers hoeven niet te betalen om gegevens in te zien,' meldt NU.nl.

Na een paar dagen blijkt Schoolbank.nl over minder zelfbeheersing te beschikken dan Marktplaats. Eindelijk krijgen we het aan de stok met een Goliath.

Hyves
always in touch with your friends

Schoolbankiers manen Hyves

Wat is dat toch met advocaten en Hyves? Hebben we net die sympathieke clown afgeschud (misschien moet zijn volgende partner een advocaat i.p.v. een acrobaat zijn), hangt de volgende advocaat aan de lijn!

Ditmaal is de opdrachtgever Schoolbank.nl. Of we Schoolbank niet meer willen noemen, op straffe van gerechtelijke stappen, dwangsom en schadeclaims...

Dit verbaast ons. Toen we onze scholenfunctie introduceerden was het heel makkelijk geweest om een persbericht te sturen met als titel 'Hyves valt Schoolbank aan'. Want onze dienst is natuurlijk veel leuker en nog gratis ook... :-)

Maar dat vonden we eigenlijk te makkelijk. Dus beperkten we ons tot een berichtje op Hyves met Schoolbank *meets* Hyves, bedoeld als uitleg.

Oké, en misschien ook het subtiele 'nationale primeur: berichten sturen naar klasgenoten is gratis'. :-)

Maar als dat ook te veel is, zullen we proberen om Schoolbank helemaal niet meer te noemen, goedzakken als we zijn. We zullen dus niet zeggen dat we onze functie met alle foto's en krabbels veel leuker vinden dan Schoolbank. Je zal van ons niet horen dat we het bijzonder vinden dat Schoolbank eerst hard groeit en vervolgens de site steeds meer afschermt zodat leden gaan betalen om elkaar te kunnen spreken – maar misschien zien we dat verkeerd, wat zouden jullie van betaalde krabbels vinden?

En we zullen al helemaal niet zeggen dat we het apart vinden dat Schoolbank via advocaten communiceert terwijl we toch niet moeilijk te vinden zijn.

Aldus beloven we plechtig, maar niet nadat we bezorgd naar de nachtrust van de Schoolbankiers hebben geïnformeerd. Gelukkig schijnen de heren nog redelijk te slapen volgens hun advocaat.

PS Niets ten nadele van het advocatenkantoor trouwens, SOLV is 1 vd beste internetkantoren van Nederland!

De pers duikt op de rel, tot hilariteit van de Hyvers. 'Hyves is met 1,4 miljoen leden een van de succesvolste sociale netwerken van Nederland. Wat is het geheim van hun succes? En waarom kregen ze deze week slaande ruzie met hun grootste concurrent Schoolbank.nl?

Raymond Spanjar is een van de oprichters van Hyves en zat bij ons in de studio.' Zo kondigt Radio 1 een item aan.

Na opmerkingen van de Hyvers dat Schoolbank.nl bang is, overwegen we om Schoolbang.nl te registreren en door te linken naar de scholensectie op Hyves. Sommige Hyvers zijn zelf advocaat en bieden aan om Hyves gratis te verdedigen.

Dat is niet nodig, we willen het niet verder op de spits drijven. Ons doel van een grappige rel en publiciteit is bereikt, nu is het mooi geweest. Schoolbank is echter niet de enige rel. Buiten de publiciteit zijn er tientallen relletjes, drama's en incidenten, en al snel honderden, die veel meer tijd kosten.

2. Engelengeduld

Once upon a time there were three very different little girls who grew up to be three very different women with three things in common: they're brilliant, they're beautiful, and they work for me. My name is Charlie.
Charlie in *Charlie's Angels*

In kleine dorpen is de achterdeur nooit op slot en bestaat er geen vandalisme. Iedereen kent elkaar, de sociale controle werkt er beter dan politie. Vaak is er niet eens een politiebureau, criminaliteit is iets van de grote stad. In de zomer van 2005 heeft Hyves meer inwoners dan menige hoofdstad, maar de politiemacht van een dorp: een veldwachter. Omdat iedereen actief is onder zijn echte naam en de meerderheid van de Hyvers hoog opgeleid is, is het lang goed gegaan. Nu nemen de opstootjes echter toe. Een stalker hier, wat spam daar. Het is net een guerrillaoorlog, een virtuele vandaal kan kiezen uit een paar miljoen profielen en tientallen miljoenen foto's. Waar in een guerrillaoorlog de heersende macht in elk geval een veel groter leger heeft, staan bij Hyves Eva en ik er alleen voor. De vele vragen en meldingen heb ik tot nu toe deels zelf beantwoord, omdat het een mooie manier is om te weten wat er speelt en te leren hoe Hyves verbeterd kan worden. Het wordt nu echter te veel werk en dus gaan we met spoed op zoek naar soldaten voor het Hyves-leger.

Het profiel van de ideale huurling is snel bepaald: aantrekkelijke studentes in de leeftijd tussen 20 en 25 jaar, blond, later ook wel Bosmeisjes genoemd. Het bedenken van de rationalisering voor deze keuze duurt iets langer en luidt als volgt. Veel helpdesks werken met lager opgeleide parttimers. Vaak huisvrouwen die het werk vanuit huis kunnen doen. Naast de standaardmails zijn veel vragen aan Hyves echter delicate kwesties, zoals een vader en moeder die ru-

ziën over het Hyves-profiel van hun dochter. Een hbo- of wo-denkniveau lijkt ons daarom geen overbodige luxe voor onze helpdesk. Afgestudeerde advocaten of economen gaan echter niet 40 uur per week vragen beantwoorden, maar voor studentes is het een ideale bijbaan. Een ander belangrijk voordeel van jonge studentes is dat ze een goed testpanel zijn voor nieuwe functionaliteiten van Hyves. Afgezien van de parttimer Eva en de sterk ontwikkelde vrouwelijke kant van Floris werken er op HQ alleen maar mannen, die bovendien allemaal ouder zijn dan de gemiddelde Hyver van 23. Dat kan tot een gevaarlijke tunnelvisie leiden waarbij het vrouwelijke perspectief op Hyves niet aan bod komt. Resteert de selectie op uiterlijk. Een bataljon mooie studentes is een belangrijk wapen in de strijd om het binnenhalen van nieuwe programmeurs en systeembeheerders, die bij hun huidige werkgevers alleen vrouwen op hun beeldscherm zien.

Na het opstellen van dit politiek incorrecte en illegale functieprofiel kan de sollicitatieprocedure worden beperkt tot het bekijken van de Hyves-pagina. Vrouw: check. Jong: check. Hbo-/wo-niveau: check. Aantrekkelijk: check. In het sollicitatiegesprek wordt dan alleen nog gekeken of de Hyvester in het team past en of ze een leuke uitstraling heeft, want dan zullen haar e-mails aan Hyvers ook leuk zijn. Hoe een sollicitatie dan verloopt, lees je op de blog van Celine.

'Raymond is er nog niet, dus schuif aan voor de lunch,' zei Floris. 'Ik ben Floris en dit zijn onze programmeurs Reinoud, Boris, Marijn en Kilian.' Daarna werd ik aan een kruisverhoor onderworpen. Het begon heel onschuldig met: 'Wat doe je voor studie? En in je vrije tijd?' Maar omdat Raymond vrij lang op zich liet wachten, waren de standaardvragen een beetje op en passeerden onderwerpen als uitgaan, drinken, drugs en zelfs seks de revue. Daar zat ik dan, te luisteren naar verhalen van vijf mannen die ik niet kende. Na bijna een uur kwam Raymond binnen stappen.

'Sorry dat ik zo laat ben, mijn afspraak liep uit.' Kijkend op de klok vervolgde Raymond: 'Het valt nog mee, een half uurtje maar.'

'Nou, volgens mij zit ze hier inmiddels al een uur,' zei Floris.

Waarop ik zei dat ik wat vroeg was. Raymond: 'O, dus het is je eigen schuld dat je zo lang hebt zitten wachten?'

Na deze opmerking en het kruisverhoor aan de lunchtafel was de toon gezet: Hyves is informeel, no nonsense en gezellig.

Mijn sollicitatiegesprek met Raymond was een monoloog van zijn kant over Hyves, aan het einde vroeg hij: 'Kun je maandag beginnen?' En dat terwijl ik dacht dat ik voor 1 augustus solliciteerde en nog wel een maand vakantie kon gebruiken. Voor ik er erg in had zat ik de maandag erop, 4 juli 2005, voor het eerst achter de computer voor Hyves.'

Na Celine experimenteren we met een nog betere oplossing: stagiaires. Die kunnen wel fulltime werken, maar kosten minder dan een bijbeunende student. Win-win dus. Bovendien is duizend mails per week beantwoorden de droomstage van iedere communicatiestudent, toch? Nergens krijg je de kans om meer te communiceren dan bij Hyves. Esther en Monica zijn ondanks hun beoordeling van een 9 echter beduidend minder enthousiast over hun stage dan wij, dus kiezen we uiteindelijk toch voor parttime studenten in plaats van stagiaires.

Het eliteteam draagt inmiddels de naam Charlies Angels, waarbij ik de rol van Charlie op me neem. De eerste lichting bestaat naast Celine en Eva uit Suzanneke, Meral en Eveline. Om de programmeursfantasie compleet te maken zetten we een mooie, afgeschafte traditie van de KLM voort. Net als stewardessen vroeger mogen Angels niet trouwen 'omdat zij zich anders niet volledig in dienst van haar beroep kan stellen', zoals in de KLM-folder uit 1952 staat.

In de eerste zes jaar zullen de engelen een slordige twee miljoen mails beantwoorden. Voor veel mensen is Hyves niet alleen een website maar bijna een onderdeel van hun bestaan en sociale leven. Emoties kunnen dan ook hoog oplopen. Zo mailt Lenie om foto's van haar van het profiel van haar ex te laten verwijderen. Daarvoor moeten wij weten welke foto's het betreft. Dat gaat de Hyvester niet snel genoeg, dus mailt ze nog even duizend keer. Letterlijk. Opeens is het stil. Dan ratelt de fax.

Zou u mij even willen bellen aub? Lenie is net door de politie meegenomen omdat ze via haar ex man met alle geweld die foto's wilde laten verwijderen. Dat is geëscaleerd in een vechtpartij. Op verzoek van de politie probeer ik via deze weg contact met u te krijgen. Ze kunnen haar niet lang vasthouden. Maar wat dan? Misschien kunnen wij twee het oplossen.

PS: mijn computer is geblokkeerd dus graag telefonisch.

De mails komen in alle soorten en maten. Let wel, onderstaande vragen zijn de crème de la crème van twee miljoen mails en dus niet representatief. Er zijn makkelijke vragen:

'Hoe kan ik krabbelen?'
'Hoe tjet je?'
'Ik heb een nieuwe computer, hoe kan ik nu weer op Hyves en een nieuw profiel aanmaken?'

Er zijn moeilijke vragen:

'Ik zoek een date.'
'Ik hoor haast niks over de kinderen sinds we gescheiden zijn. Ik zou graag ook wel de vorderingen van de kids horen. Ik hoop van harte al jullie daarin kunnen begeleiden.'

Sommige vragen zijn cryptisch:

'Ik wil graag recepten koken op Hyves.'
'Ik ben gehakt.'
'Kunt u mij helpen om op Hyves te zitten?'

En andere aandoenlijk:

Lieve Eva (en de rest van de Hyves-gang),

Op de site stond dat je Hyves-profiel alleen verwijderd kon worden met een goede reden, ik denk dat ik die wel heb. Ik heb mijn Hyves nu denk ik een maandje, en in die maand zijn mijn cijfers enorm gekelderd. Ik ben 13, zit in de tweede, en moet nu ff m'n best doen om over te gaan. Alleen Hyves is voor mij een verslaving geworden en het is vreselijk!
Ik heb alles al geprobeerd om niet meer op Hyves te zitten: mijn moeder heeft de computer zelfs van mijn kamer gehaald en ze overweegt nu internetverslavingstherapie. Terwijl voor mij de simpelste oplossing zou zijn: mijn Hyves verwijderen!

Als ik eenmaal over ben zal ik mijn profiel met plezier weer terugnemen. Kunnen jullie hem alsjeblieft tot die tijd verwijderen? Ontzettend bedankt alvast.

Of deze:

Ik ben verliefd op een meisje, Susan Blom ze heeft ook Hyves zou(den) jij of jullie het nog is aan willen vragen ik heb het al is gevraagd aan haar maar ze denkt dat ik niet egt van haar hou en dat ik niks zou doen voor haar maar ik probeer ver te komen en wil graag dat de grote baas van Hyves het voor me vraagt namens mij

Er zijn oneerbare voorstellen:

Please help me find my Dennis... Maybe I can send a massage for all people on this page?? is possible??

En anonieme mededelingen:

ze zeggen dat ik een kleine piemel heb :(groetjes anoniempje

Er zijn ongelukjes:

Nou mijn vriendin heeft keer een ongelukje gehad met webcam was net aan het douche maar cam stond nog aan iets wat ze niet wist... en nu staat er iets over op Hyves zou u dat alstubliefd helemaal kunnen verwijdere!! je kan het nu dan niet meer zien maar het is wel iets waar ze kapot aan gaat.

En onverwachte vragen:

hey wisten jullie dat er ook nog belgen wakker zijn en zo dom zijn om naar julie goede programa te kijken op tv alleen kunnen wij niet smsen of bellen ik wou alleen maar laten weten dat ik een 40 jarige belg die Debbie van daarstraks ook wel leuk vond en misschien kunnen julie voor mij wel een date versieren met de bewuste dame ik zou het enorm leuk vinden

zou u mij foto's kunnen sturen van dieren uit afrika maakt niet uit wat

Enkele vragen zijn uitroepen:

'Ik ken jou niet eens mongool!'
'beste raymond ofzo?!?!?!?!? ik wil geen lid zijn van Hyves dus jullie hoeven mijn geen e-mails meer te stuuren zeg dat maar tegen iedereen van Hyves behalve heleen smits want die is mn nicht!!!!!!!!!!!'
'I have notice you do not have my hometown up! That is not very cool. Look up Chassahawitzka man it exists!'

En open sollicitaties:

Hebben jullie misschien nog 'n baantje voor me? Ik weet het anders ook niet meer... echt niet... beetje om wanhopig van te worden... maar ja, je moet wat, toch...
Ik kan gewoon vanuit thuis werken. dus zit daar niet over in...
Ik kan mijn cv wel mee sturen, maar ik denk niet dat daar veel zinnigs in staat nog, eigenlijk. Hielp andere keren ook niet zo... dus... ik wil wel, dus

vraag er maar om... mag best. (niet te vaak graag, ik heb ook nog katten...)
Dusse... tot ziens...? hoop ik, eigenlijk...

Er zijn vooral heel veel bedankmails. Het aantal Hyves-huwelijken en tranentrekkende herenigingen à la *Spoorloos* is niet te tellen.

Ik wil iedereen die bij Hyves werkt even ontzettend bedanken! Ik ben Rebecca en ik ben 21 jaar oud. Ik heb dankzij jullie contact met mijn biologische vader die ik nooit gekend heb totdat Hyves kwam. Ik had een berichtje van mijn pa op mijn Hyves dat hij contact met me wilde. Nou jullie willen niet half weten hoe blij ik ben!!
Als jullie er niet waren geweest was ik waarschijnlijk nooit met hem in contact gekomen.
Ik kan niet vaak genoeg zeggen hoe blij ik ben met dit alles en dat jullie dit mogelijk hebben gemaakt. Al mijn dromen zijn uitgekomen dankzij jullie!
HYVES BEDANKT EN GA VOORAL ZO DOOR!!!
heel veel liefs, Rebecca

De Angels helpen ook bij nieuwe onderdelen of wijzigingen van de website. Zoals wanneer de gebruikersnamen een maximale lengte krijgen en een aantal van de Hyvers deze moet wijzigen. De langste namen zijn een verrassing, de fraaiste wil ik jullie niet onthouden. Voor de duidelijkheid: deze namen typen de Hyvers elke keer in als ze inloggen.

- Ikhouvanhetlevenikhouvandezonikopendedeurenflikkervanhetbalkon
- neuscorrecties-en-donderdagen
- oorspronkelijkitaliaanseaandebloemkoolverwantegroente
- never-drive-faster-than-your-guardian-angel-can-fly
- gillesfuckyoudatiealbestaatklootzak
- waaromzijnalleleukegebruikersnamenbezet
- samenstel-van-spieren-van-de-duim-aan-de-palmzijde-van-de-hand
- k-ben-melodramatisch-maar-de-sinus-van-2pi-kenk-nie-he-rinze

– Hoi, Mijn naam is Dave en woon samen met mijn 2 poezen in Zwollywood
– Björn Petrus Gerardus Johannes Hendricus Wilhelmus Godefridus Maria Jacobus Anthonius Bartholomeus Josephus Marinus Cornelius Theodorus Hubertus Arnoldus Andriaanus Reinierius

Naast de vragen van Hyvers beantwoorden kost ook het bloggen me steeds meer tijd, al vind ik dit een van de leukste dingen om te doen. Na het aanstellen van de Angels gaan we daarom op zoek naar een tweede gezicht voor de community.

Meer dan honderd Hyvers reageren op de oproep op Hyves 'Wil jij schrijven voor miljoenen?' Eén mail springt uit de vele leuke en originele bijdragen.

–– Original Message ––
From: Nine Ludwig
To: werk@Hyves.nl
Sent: 23 March 2006 19:44
Subject: Hofschrijfster in aantocht

Dag Raymond,

Met grote ogen en hongerige lippen zag ik aldaar... de baan waar ik al tijden op zit te wachten. Bijna afgestudeerd journalist en bijna gepromoveerd van B- naar A-model sta ik op een zevensprong in mijn korte maar nooit saaie leven.

Ik zou oeverloos door kunnen praten en schrijven over wat ik voor Hyves zou kunnen betekenen, en bovenal wat het voor mij betekent. Ik bekijk alles! Ik heb lijstjes van wie en wat ik nog moet opsporen! Ik word soms wakker midden in de nacht en bedenk me dat ik wie wat waar nog moet invullen!

For now houd ik het bij het attachen van mijn curriculum vitae en een reisverhaal van één van mijn avonturen en verwijs ik je door naar mijn profiel, voor de visuele bijdrage.
Ik dank u voor de aandacht en ik hoop spoedig iets te vernemen van het Hyves Huis.

Rock 'N Roll Vriendelijke Groeten En van Zuks

Nine Ludwig

Nine deed journalistiek werk voor RTL 4 en *Het Parool* en hostesswerk voor Models At Work. Daarnaast was N. Ludwig ook model voor onder andere Scapino-folders, afwashulp bij 't Bosrestaurant in Joppe, en schoonmaakster, keukenhulp en algemeen assistent bij jeugdherberg de Kleine Haar in Kring van Dorth. Die Ludwig is óf een groot humorist met ballen óf een zeer consciëntieus model met arbeidsethos en zonder pretenties. Beide kunnen we goed gebruiken in de veldslag die voor de deur staat.

3. Dit is niet ok

Ik wil graag een melding doen, op mijn Hyves is neergezet dat ik de grootste slet van Kolhorn ben.
Jacqueline, Hyver

'Wat een feest!' roept Boris enthousiast naar Koen.

Terwijl Hyves uit de lucht is, zet hij de nieuwe homepage live. Daarop zullen voortaan de best bekeken foto's en video's prijken. Welke dat precies zijn, weten we nog niet. Dat kunnen we pas sinds kort bijhouden, maar het lijkt een goed idee. Het beste van Hyves als ons visitekaartje.

'Klik eens op die meisjes!' joelt Reinoud.

'Laat eens zien!' Struikelend over pizzadozen en bierblikjes proberen Floris en ik een blik op het scherm te bemachtigen.

'Wat een ramp!' stamel ik.

Als het vijf uur 's middags in plaats van 's nachts was, zou Boris zich weer bij KPN wanen. De best bekeken foto's zijn naaktfoto's. Erotiek uit huizen, tuinen en keukens en professioneel materiaal. En nu?

We waren al eens eerder erotiek tegengekomen en hadden het maar laten staan. Vrijheid van meningsuiting is een groot goed en je kwam de natuurfoto's alleen tegen als je ernaar zocht. Onze belangrijkste doelgroep van studenten klaagt er echter steeds vaker over. Vooral meisjes vinden het ranzig en wijzelf eigenlijk ook. Een adverteerder geeft het laatste zetje.

–– Original message ––
From: Alexander Smit
Sent: donderdag 18 mei 2006 16:12
To: gijs@Hyves.nl
Subject: Hyves.xxx WTF!!!!

check je homepage (geen grapje). mooie user-generated content?

Doordat de best bekeken foto's en video's meteen worden doorgeplaatst naar de homepage, lijkt Hyves nu wel een pornosite. Adverteerders zijn allergisch voor porno, tenminste, als hun reclame ernaast staat.

Hoe voorkom je dat de meer dan honderdduizend foto's die dagelijks geüpload worden allemaal oké zijn? Dat kan alleen door de grote aantallen ook in je voordeel te laten werken. De Amerikaanse website Craigslist heeft hier een mooi systeem voor. Boven elke advertentie staat een linkje *flag*. Als ~~meer dan 5~~ een bepaald aantal mensen daarop klikt, verdwijnt de advertentie. De vlag van Craigslist is de basis van ons 'niet ok'-systeem. Er zijn vier categorieën: porno, nepprofielen, pesten en spam. Als meer dan een geheim aantal mensen klikt op 'niet-ok', wordt de betreffende Hyver of content direct automatisch onzichtbaar gemaakt. Vervolgens kijken de Angels of de melding terecht is en zetten de content terug of verwijderen die definitief. Content onmiddellijk preventief verwijderen heeft als voordeel dat Hyves 24 uur per dag, zeven dagen per week bewaakt wordt. Doordat Hyvers erg betrokken zijn, werkt 'niet-ok' als een trein.

'Niet-ok' blijkt ook een deur naar een verborgen Hyves-wereld. De programmeurs starten de dag met een blik in de netten van 'niet-ok'. Daarin spartelen slaven en meesters, travestieten en transseksuelen. Het is een internationaal feest, de Peruanen doen vrolijk mee. En laten we niet de oude vertrouwde swaffelen-Hyve van Aki en zijn studentenvrienden vergeten.

De Angels zijn wekenlang bezig met inventariseren, ze leren elke dag wel weer iets nieuws. 'Bij Hyves heb ik mijn onschuld verloren,'

zegt Meral, die in haar eerste weken op HQ alleen maar naar porno kijkt. Na het googelen van Silvana Fortune weet Suzanneke wat een *glory hole* is. Waarna Koen haar een kaart met een gat erin geeft.

Vaak zijn het geïsoleerde profielen die alleen met elkaar contact hebben. Het wordt echter problematisch als ze Hyvers krabbelen die niet hun hobby's delen.

Heb je ook foto's waar je voetjes op staan?

Aahhh... de voetenfetisjisten. Ze doen geen vlieg kwaad maar zijn gek op voeten, al dan niet gestoken in laarzen of pumps. Ze zijn schuw en niet altijd even makkelijk te identificeren, maar als een profielfoto voor meer dan vijftig procent uit een voet bestaat, dan weten kenners hoe laat het is. 'Ze hebben het altijd over "voetjes likken". Echt hoor, dat willen ze,' aldus ervaringsdeskundige Meral. Sommigen specialiseren zich weer binnen het genre. Zo benadert een liefhebber een stewardess om haar versleten hakken te kopen.

Na de inventarisatie komen we terug bij de vraag: wat doe je ermee? Hyven en laten hyven zolang het binnen de grenzen van de wet blijft of is het tijd voor eigen strengere wetten?

Het ligt voor de hand dat voor succesvolle internetcommunities vrijheid van meningsuiting het hoogste goed is. Vaak leidt dat er echter toe dat de schreeuwers de genuanceerde mensen wegjagen en dat het niveau daalt tot dat van de laagste deelnemers, dus is een streng beleid noodzakelijk. Bovendien hyven er ook kinderen – de keuze is duidelijk.

Dat brengt ons bij een tweede, veel moeilijkere vraag: waar trek je de grens? Hoe objectiever de regels hoe beter, want dat leidt tot minder subjectieve oordelen en dus minder bezwaren. Geslachtsdelen mogen niet, dat is makkelijk, maar mag een foto van iemand die een laars likt? Wat als iemand netjes aangekleed is vastgebonden?

Het leidt tot verhitte discussies op HQ. De Angels zijn streng. 'En borsten mogen ook niet.'

Floris overrulet hen met een glimlach: 'Dat hangt van de context af.'

Hyves moet geen Staphorst worden.

Het belangrijkste criterium wordt of een profiel bedoeld is voor contact met vrienden of voor losse contacten. In het laatste geval volgt onherroepelijke verwijdering. In geval van twijfel verwijderen we ook. When in doubt, you're out. Voor één groep zijn we coulanter. Bij veel lesbische meisjes is het onduidelijk op wat voor contact ze uit zijn. 'Maar biseksuele meisjes zijn toch een trekker,' vindt Floris.

In mei start operatie soa. Alle 'niet-ok'-profielen met porno krijgen een koude douche en worden gedelete. Als ontmoediging gebeurt dat zonder waarschuwing vooraf, bij uitzondering zijn we deze profielen liever kwijt dan rijk.

Hi,

Zoals je weet is het motto van Hyves 'always in touch with your friends'. En niet 'always touching your friends'. Profielen om porno te delen worden dus verwijderd, daar zijn veel betere sites voor. Helaas valt jouw profiel meer in de categorie 'always touching your friends', en is het daarom verwijderd.

Sommigen mailen terug de actie te begrijpen. 'Sorry voor degene die zich eraan geërgerd hebben. Maar *damn*, het was grappig!' Maar vaak zijn de Hyve-nots verontwaardigd.

Marcel begrijpt al niet waarom hij überhaupt op 'niet-ok' stond. 'Ik heb een bericht gestuurd naar alle leden van de Bitch-Hyve, met de vraag: zijn er hier gewillige Bitches? Kort daarna kreeg ik het auto-bericht: dit is niet ok. Wat is jouw mening?'

Veel protesten zouden meer indruk maken als ze van een ander e-mailadres waren verstuurd. Zo is geilbimeisjeadam@mail.com het er 'totaal niet mee eens!' Geileman76@mail.com vindt het wel 'raar en erg jammer'. Wet-pussy86@mail.com vindt het belachelijk, want ze had geen kwaad in de zin. De beheerder van de groteschaamlippenfanclub legt uit dat de Hyve is 'opgericht vanuit oprechte en niet-sek-

sueel gerichte principes'. Eén Hyver stelt ons zelfs aansprakelijk voor zes miljoen euro wegens virtuele moord.

Sommige genres bieden een georganiseerd verzet. 'We hebben grote ruzie met beoefenaars van Japanse bondage, zij zeggen dat het kunst is,' rapporteert Meral. 'Het gaat om de kunst van de knopen, er is gewoon goed over nagedacht.' De beeldschone Turkse heeft de gave om met doodernstig gezicht rationeel te discussiëren over de meest vieze praktijken.

Slaven vinden het juist wel een lekkere vernedering om verwijderd te worden. Sommigen maken opnieuw een profiel aan en vragen 'Meesteres Suzanneke' hen opnieuw te verwijderen, want ze zijn weer stout geweest. Dankzij haar opleiding voor sociaal werker, stage bij een blijf-van-mijn-lijfhuis en haar liefde voor autoriteit wordt Suzanneke hoofd 'niet-ok'. Zij is het tegenovergestelde van Nine. Terwijl Nine afwaste in de provincie, hockeyde Suzanneke bij Haarlem. Waar Nine al op haar veertiende vaste gast was van de Melkweg, bezocht Suzanneke de club pas op haar vijfentwintigste, met Hyves. En op kantoor overstemt Suzanneke met Radio 538 altijd de undergroundliedjes van Nine voordat die twee jaar later op de Hilversumse zender gedraaid worden. Veel Angels mijden de 'niet-ok'-sectie, maar Suus eet overtreders als ontbijt.

Als profielen na verwijdering toch weer terugkomen, blokkeren we het IP-adres, het nummer van hun internetverbinding. Soms kan hierdoor een hele familie niet meer hyven en mailen kinderen om te vragen of er een storing is – leg dat maar eens uit.

Hallo team Hyves,

Ik kan geen toegang meer krijgen tot mijn Hyve, terwijl ik geen porno of dergelijke op mijn Hyve heb. Ik wens hier een snelle verandering in.

naam: panty
gebruikersnaam: panty-sletje

Is alleen omdat ik van panty's hou. Geen porno, fetisjisme of iets in die geest. Absoluut niet!!!! En mijn zoon wil hyven onder de naam janusjansen. Dat kan ook niet meer???
Ik wil hier graag vandaag nog weer toegang tot hebben. (en niet mijn Hyve verwijderen graag, en die van mijn zoon ook niet !!!)

Groeten, Jan Jansen

Het omgekeerde kan natuurlijk ook: ouders die de dupe worden van hun kinderen.

Hallo,

Ik vind het erg vervelend dat dit is gebeurd zonder mijn medeweten. Ik weet inmiddels wie in ons gezin dit heeft gedaan, bij wijze van grap.

Dat het voor de betreffende persoon geen grap meer is dat heb ik met de harde hand duidelijk gemaakt. Ik vertrouw erop dat u alsnog onze IP-nummers niet zult blokkeren want we hebben nog meer familieleden welke via deze pc een Hyves willen aanmaken.

Dank u wel.

Kees
vader van degene die het geflikt heeft.

In het meest bijzondere tafereel leidt het blokkeren van een IP-adres tot een huwelijkscrisis. Kinderen mailen, ouders bellen. Totdat blijkt dat de buurman meehyvet op hun onbeveiligde WiFi-verbinding en zo verantwoordelijk was voor het aanmaken van de pornoprofielen vanaf het IP-adres van de familie.

Het is ook verrassend als bij het verwijderen van een sm-profiel het gezicht van een prominente politicus opduikt in de berichteninbox.

'Is er weer een nepprofiel aangemaakt van X? vraagt Suzanneke aan haar collega – engelen.

Tot haar verbazing blijkt het echter om het echte profiel van X te gaan. 'Checked by Hyves Headquarters' prijkt trots op het profiel. De formulering van de berichten lijkt uit te sluiten dat X ze zelf schrijft, dus ze zijn waarschijnlijk afkomstig van een medewerker.

De talrijke nepprofielen zijn een andere categorie van 'niet-ok'. Vaak blijkt uit het taalgebruik al snel of een profiel nep is. Maar die methode werkt beter bij politici dan bij pak 'm beet realitysterren. Om het zekere voor het onzekere te nemen ontvangen verdachte profielen daarom een mail van Sherlock Hyves.

Beste Chris,

Ik heb aanwijzingen dat u niet bent voor wie u zich uitgeeft. Bewijzen kan ik het niet – noem het Fingerspitzengefühl.

Helaas kunnen wij geen nepprofielen van bestaande personen toestaan. Afgezien van klachten van anderen, zorgt het ook voor problemen met de echte personen.

Dus helaas is uw profiel zojuist verwijderd! Ik hoop dat u begrip heeft voor de situatie. U kunt natuurlijk ook altijd een Hyve oprichten.

Hoogachtend,

Sherlock

PS Mocht je echt Chris zijn, zie ik bewijsmateriaal graag tegemoet op sherlock@Hyves.nl.

Ter verificatie dienen aspirant BEKENDE HYVERS (BH'ers) een kopie van hun paspoort te faxen naar Hyves HQ. Die faxen worden ver-

volgens bijgeplaatst op de Wall of Fame, waar onder anderen Nicolette van Dam, Daphne Dekkers en Gerard Joling schitteren.

Het stempel BH'er groeit al snel uit tot een statussymbool en is vooral erg gewild onder BH'ers van de tweede en derde categorie. Ook hier is een zo objectief mogelijk criterium voor toekenning van de status cruciaal, want je wilt niet met elk ego in discussie. Maar wanneer is iemand een Bekende Nederlander? Het is bovendien belangrijk dat het stempel niet te makkelijk wordt toegekend want dan is de speciale sectie met blogs, foto's en video's van BH'ers niet meer interessant. Deze grens is veel moeilijker vast te stellen dan die van operatie-soa. Neem politici. Een minister is een BH'er. De burgemeester van Amsterdam ook. En de burgemeester van Utrecht? En van Leeuwarden? Olympische sporters zijn bekend, voetballers van Ajax ook. En voetballers van Willem II? Of van Telstar? Alle *Goede Tijden Slechte Tijden*-acteurs dragen het stempel. Maar wat doe je met *Gouden Kooi*-deelnemers waar je waarschijnlijk nooit meer iets van hoort als de serie is afgelopen? En net wanneer je met je hand over je hart strijkt en deze mensen BH'er maakt, meldt ook de schoonmaakster van het huis zich.

De profielen van fictieve en historische personages zoals romanfiguren vormen een ander dilemma. Aan de ene kant is de kracht van Hyves dat mensen onder hun echte naam hyven. Aan de andere kant zijn sommige fictieve profielen bijzonder creatief. Bovendien leidde het verwijderen van dergelijke personages op Friendster tot een enorme rel. Uiteindelijk laten we de profielen daarom staan, maar krijgen ze niet een hogere vriendenlimiet, zodat hun zichtbaarheid redelijk beperkt blijft. Profielen van religieuze leiders worden wel verwijderd. Zoals te verwachten zijn we pas na twee keer verwijderen verlost van het profiel van Jezus.

Sommige BH'ers krijgen aan de telefoon een woedeaanval als ze zich moeten legitimeren. Daarentegen blijven Monique Smit en Nick en Simon erg rustig als we per ongeluk hun profielen verwijderen. Eén BH'er belt bijna dagelijks, ze kan Hyves maar niet begrijpen. En de manager van een andere BH'er vertelt openhartig over zijn prote-

gé: 'Ze is nou eenmaal niet zo slim.' Dat zo zeggen is weer niet zo slim van de manager.

Kelly van *Big Brother* heeft de twijfelachtige eer om als een van de weinige BH'ers op 'niet-ok' te worden gezet. Oorzaak is haar profielfoto van twee blote borsten en een das. Na het incident hebben BH'ers geen 'niet-ok'-link meer. Een ander grappig incident is de BN-er die zegt gehackt te zijn nadat zijn laatste blog veel ophef veroorzaakte in de media. Die blog heeft hij niet zelf geplaatst, verklaart hij. In de Hyves-admin zien wij echter dat er in die periode alleen door hetzelfde IP-adres als anders is ingelogd.

Pesten, de derde categorie van misbruik, blijft beperkt tot incidenten dankzij de blokkerings- en afschermfuncties en 'niet-ok'. Als Hyvers toch bedreigd worden, gebeurt dit meestal via anonieme profielen zonder vrienden. Zoals in de gebruikersvoorwaarden staat vermeld geven we in die gevallen zonder tussenkomst van de politie de IP-adressen door aan de slachtoffers. Bescherming van privacy staat hoog in het Hyves-vaandel, maar niet van stalkers. Omdat de profielen bijna altijd vanuit huis en zonder anonimiseringssoftware aangemaakt worden, zijn de daders makkelijk te ontmaskeren. Soms maakt de pestkop een nepprofiel van het slachtoffer, al dan niet met echte foto's. Vooral onder allochtone meisjes komt dit geregeld voor, het slachtoffer wordt dan neergezet als een slet. Dat is niet ongevaarlijk, blijkt uit de wanhopige mail van Fatima:

> Raymond je moet me helpen. Please verwijder dat nepprofiel van mij waarop ik een striptease doe. Mijn broers vermoorden me als ze dit zien.

Collectieve vetes komen vaker voor en worden uitgevochten via Hyves. Bij pesten, dreigen, racisme of schelden worden de groepen direct verwijderd. Ook hier kosten de twijfelgevallen de meeste tijd. Wat zou jij bijvoorbeeld doen met de Holland-Hyve? De Nederlandse vlag is de profielfoto en het sentiment is nationalistisch, maar het afgeven op buitenlanders betreft een minderheid van de berichten. Na een paar dagen aarzelen wordt de hele Hyve verwijderd. When

in doubt, you're out. Om Hyves schoon te houden krijgen dergelijke Hyves het nadeel van de twijfel. Bovendien wordt het steeds gevoeliger om zo'n Hyve te wissen naarmate de tijd verstrijkt en het aantal leden groeit.

Een ander strijdtoneel zijn de anti-Hyves: anti-gothics, anti-bejaarden, anti-vegetariërs. Telkens mobiliseren de voor- en tegenstanders zo veel mogelijk vrienden. De virtuele veldslagen worden steeds groter, zodat we alle anti-Hyves verbieden. Waarna iemand de 'Wegmet-de-walvishyve' opricht. Op erg grappige wijze worden hier onder andere recepten uitgewisseld voor walvisvlees, zoals een broodje walvis. Deze Hyve mag blijven, we hebben een zwak voor satire.

Hyves heeft ook een zwak voor Martijn. Martijn zorgt in zijn eentje voor meer overlast dan alle andere Hyvers bij elkaar en brengt eigenhandig Hyves op de knieën. Tot eind 2005 is Martijn een relatief normale Hyver, al is hij dan al een kwajongen. Bedreiginkje hier, belediginkje daar. Hij radicaliseert als hij na een aantal klachten wordt verwijderd – een unicum. Nadat Martijn voor de zoveelste keer verwijderd is, krijgt zijn leven een doel.

'Zolang ik nog levend op deze planeet rondloop, zal die tyfushyves nooit gesmeerd lopen, daar maak ik mijn levenswerk van,' krabbelt Martijn enthousiast naar een van zijn slachtoffers. Hij bedreigt mij met de dood en mailt Yme en een aantal andere vrienden op zaterdagnacht drie uur: 'Neem afscheid van je vriend Raymond.' Ook Meral wordt op haar eerste dag bedreigd en als het zoontje van Koen het slachtoffer is, wordt speciaal voor Martijn de volgende dag de IP-blokker gebouwd. Al snel omzeilt hij die echter met een anonymizer, een programma om anoniem mee te internetten.

Half april 2006 wordt het profiel Schwartze-schlumpe.Hyves.de aangemaakt, ook met een anonymizer. Die komen nauwelijks voor omdat bijna niemand nog op de bloklist staat. Behalve Martijn. Als de virtuele terrorist inderdaad dit pornoprofiel heeft aangemaakt, is het de kroon op zijn werk. Direct erna worden uit het niets meer dan honderd Duitse pornoliefhebbers lid op uitnodiging van de Schlumpe. Hun beste zelfportretten overspoelen Hyves en verschijnen via

de homepage op het scherm van Alexander en andere adverteerders in Amstelveen.

Na de invoering van 'niet-ok' behoren deze en alle andere dubieuze profielen voorgoed tot het verleden. Martijns levenswerk is vooralsnog niet geslaagd, maar zijn naam wordt op Hyves HQ nog steeds met een mengeling van vrees en respect uitgesproken.

Een andere oorlog is tegen de laatste categorie van 'niet-ok', spam. Zo zorgen de doorstuurmails voor veel onnodig berichtenverkeer. Hierin staan bijvoorbeeld geruchten dat je in de toekomst moet betalen voor Hyves of dat je account wordt gedeactiveerd als je het bericht niet doorstuurt. De meeste mails zijn bewust zo opgesteld dat ze het vaakst worden doorgestuurd en maximale chaos veroorzaken.

Ik heb een bericht gekregen waarin staat dat als ik dit bericht niet naar 12 vrienden zou sturen ik nog die avond in mijn slaap vermoord zou worden. Bijgelovig als ik ben heb ik dat gedaan maar ik weet nu niet meer wat te doen. Ik kom moeilijk in slaap, durf amper door de menigte heen, maar vooral, ik ben bang dat het gebeurt met iemand naar wie ik hem heb door gestuurd. Kunnen jullie misschien er iets tegen doen?

In een paar dagen tijd worden dit soort mails miljoenen keren doorgestuurd. De oplossing is eenvoudig. Als deze mails niet meer in de inbox komen maar in een aparte map, is de overlast verholpen.

Een andere bron van spam zijn de zogenaamde phishingsites. Dit zijn sites waarop in dit geval Hyves zo precies mogelijk is nagebouwd op een net iets ander internetadres, zoals Hyves.tk. Hyvers worden naar deze site gelokt via mails die van Hyves afkomstig lijken te zijn of door middel van krabbels waarin een gratis iPod of Goldmembership beloofd wordt. De valstrikken zijn verraderlijk want de nepsites lijken sprekend op Hyves. Er zijn dan ook altijd Hyvers die in de fout gaan en hun wachtwoord invullen om in te loggen. Vervolgens logt de phisher met dit wachtwoord in op de echte Hyves, verandert het wachtwoord en stuurt een bericht naar alle vrienden van de Hyver

om ook in te loggen op de phishingsite. De hostingproviders halen deze sites op ons verzoek steeds sneller uit de lucht, maar door de virale werking worden soms toch tienduizenden Hyvers het slachtoffer. Ook deze vorm van spam is een stuk lastiger geworden doordat links op Hyves automatisch worden omgezet in een nieuwe Hyv.es-link. Zo kunnen alle links naar de phishingsite op Hyves en in e-mails met één klik van ons worden gedeactiveerd.

Bij sommige spam zijn technische wapens niet voldoende en helpt de politie Hyves. Zo doet de politie op ons verzoek een inval bij iemand die een spamtool voor het automatisch plaatsen van veel krabbels heeft gebouwd. Het spamrecord staat op drie miljoen krabbels, geplaatst op tienduizenden profielen vanaf duizenden nepprofielen. Ook bij deze spammer doet de politie een inval. Het blijkt echter een hele klus om de jongen te veroordelen. Omdat er nog geen jurisprudentie over bestaat, is het nog onduidelijk of krabbels onder de spamwetgeving vallen. Na acht maanden van nauwe samenwerking tussen de OPTA en Suzanneke wordt de spammer veroordeeld tot een boete van 12.000 euro. Het record zal niet snel verbroken worden omdat technische maatregelen deze vorm van spam onmogelijk maken.

Verder gaat de samenwerking niet. In tegenstelling tot wat veel mensen denken, kan de politie op Hyves ook niet meer zien dan andere Hyvers. En zelfs die publieke informatie mag de politie niet zomaar verzamelen. Als de Amsterdamse politie tegenover de media bevestigt te werken aan een systeem waarbij de niet-afgeschermde informatie op Hyves structureel in kaart wordt gebracht, legt onze advocaat dan ook uit dat dat helemaal niet mag. Het experiment wordt gestaakt.

Geregeld doen geruchten de ronde over samenwerking tussen sociale netwerken en de politie, voortkomend uit de angst dat Big Brother toegang krijgt tot de rijke data van de sites. Op internet gaat zelfs het gerucht dat Facebook is opgericht door de CIA. Dat klinkt wel erg sterk, Hyves is in elk geval niet opgericht door de AIVD.

Is er dan helemaal geen contact met de veiligheidsdiensten? Jawel. Eén keer.

Telefoon. Een geblokkeerd nummer. Normaal gesproken neem ik nooit op, want het zijn bijna altijd mensen die weten dat je ze niet wilt spreken. Verkopers of mensen met briljante ideeën die ze echt niet door de telefoon kunnen vertellen maar waarvoor ze graag een afspraak maken. 'Lunchen moet je toch.' Dit is echter al de derde keer dat het geblokkeerde nummer vandaag belt, misschien is het ernstig.

'Met Raymond Spanjar.'

'Met Tara Haim, ik ben van de AIVD en wil graag een afspraak met je maken.'

'Waar gaat het over?'

'Dat kan ik niet zeggen over de telefoon.'

'Je kunt het best een afspraak maken met Meral of Suzanneke. Zij zijn verantwoordelijk voor verzoeken van de politie.'

'Nee. Dit verzoek is geheim, ik heb liever dat niemand bij Hyves het weet.'

'Maar de rest van het management toch wel?'

'Nee, alleen jij.'

'Hoe weet ik eigenlijk dat u echt van de AIVD bent? Hebt u een @AIVD-mailadres?'

'Nee. Ter verificatie kun je het algemene telefoonnummer van de AIVD bellen dat op de site staat en vragen naar mij.'

'Goedemiddag, met de AIVD.'

'Goedemiddag, met Raymond Spanjar, kunt u mij doorverbinden met Tara Haim?'

'Die is hier niet bekend, meneer.'

'Kunt u dan wel bevestigen dat zij voor u werkt?'

'Dat doen wij nooit, meneer. U wordt teruggebeld.'

Even later belt er opnieuw een geblokkeerd nummer. Het is Tara. Zij heeft gehoord dat ik gebeld heb, als ik opnieuw de AIVD bel kunnen ze nu wel bevestigen dat zij voor ze werkt. Helaas spreken we niet af op een regenachtige avond in een parkeergarage, maar gewoon bij Hyves. Met haar charmante en intelligente voorkomen lijkt Tara

eerder werkzaam in de wetenschap dan in de informatieoorlog. De geheimhouding is voor onze eigen bestwil, legt Tara uit, het dient vooral om bronnen te beschermen. Haar vrienden denken dat ze bij Binnenlandse Zaken werkt, strikt genomen is dat ook waar. Zelfs haar moeder weet niet wat ze doet. Als ze met 003 en 004 de kroeg in gaat, spreken ze van tevoren een kloppend verhaal af voor als ze in gesprek raken met anderen.

Hyves heeft inmiddels al een codenaam en een nummer. Wat dat is kan ze niet zeggen. Tara heeft prints meegenomen van het verdachte profiel dat onderwerp is van haar onderzoek. Dat werkt beter dan de adressen mailen want het laat minder sporen achter. Ik vertel dat we alleen informatie uitleveren na een officieel verzoek. Elke maand krijgen we een paar van dergelijke verzoeken als Hyvers verdacht worden van een misdrijf. Telefoonbedrijven krijgen deze verzoeken ook. Als we dat al zouden willen, mogen deze verzoeken niet geweigerd worden.

005 heeft daar begrip voor, maar vraagt of ik dan zelf even kan verifiëren of er sprake is van een dreigende aanslag. Dat kan geen kwaad. Ik zeg de geheim agente toe het antwoord te mailen. 005 haalt het antwoord echter liever persoonlijk op, om zeker te weten dat niemand meeluistert.

Als we afscheid nemen, voel ik me een stuk machtiger dan voor de afspraak. Misschien ligt er wel een carrière bij de geheime dienst in het verschiet, met Hyves als dekmantel. Net als de Amerikaanse televisiepresentator Chuck Baris, die beweert als bijbaan buitenlandse spionnen vermoord te hebben voor de CIA.

Dit is het enige contact dat Hyves met de veiligheidsdienst heeft gehad. Denk ik.

4. Wouter Bos & de PvdH

80 procent meisjes in de leeftijd 20 tot 25 jaar, blond.
Matthijs van Nieuwkerk

Een hyvende premier. Die droom lijkt nog onbereikbaarder dan hyven in het woordenboek. Het is ontstaan bij de bestudering van ons Zuid-Koreaanse voorbeeld Cyworld. Die site speelde een belangrijke rol bij de presidentsverkiezingen. Via profielen communiceerden de kandidaten met hun achterban. Hoe mooi zou een hyvende Balkenende zijn? Wouter Bos die in de media verwijst naar zijn Hyve?

Politici op online communities is echter sciencefiction. Sommigen, zoals Jan Marijnissen, hebben weliswaar een weblog, maar altijd binnen het veilige domein van hun partij of hun eigen website. Ook van de buitenlandse, westerse sociale netwerken zijn geen prominente politici lid. In de drukte van de groei van Hyves, uitbreiding van de website en de introductie van adverteerders verdwijnt het idee van hyvende politici al snel naar de achtergrond.

Gelukkig heeft Wouter Glaser ook een droom. Voor zijn scriptie onderzocht hij hoe politici zoals Howard Dean succesvol online communities inzetten voor hun campagnes. Dat waren vaak eigen websites of politieke communities zoals MoveOn.org, maar de principes zouden ook moeten kunnen werken op sociale netwerken, denkt Glaser. Na zijn afstuderen besloot hij de proef op de som te nemen en werd de tweeëntwintigjarige verantwoordelijk voor de internetcampagne van de PvdA.

Eind januari zitten we voor het eerst aan de keukentafel op Hyves HQ. Wouter heeft Gijs benaderd voor een advertentiecampagne voor de gemeenteraadsverkiezingen van 7 maart, en om een struc-

turele aanwezigheid van de PvdA op Hyves te bespreken. Al snel komen we tot de conclusie dat beide doelen het best gediend zijn met een hyvende Wouter Bos. Ook voor Hyves is dit een buitenkans. Een Hyves-profiel van Bos is de perfecte aanleiding voor een open uitnodiging aan de andere politici. Die zullen niet willen dat de PvdA-lijsttrekker als enige de show steelt op het Hyves-podium. Tenminste, dat hopen we, want meerdere hyvende politici zijn voor ons cruciaal. Een door links (of rechts) geclaimd Hyves zou funest zijn voor onze ambities van een nationaal platform.

Maar *first things first*. Eerst moet Wouter Bos zelf worden overtuigd. Voor hem zijn de stap en het afbreukrisico het grootst. Aan zijn naamgenoot Glaser de taak om Bos uit te nodigen. Dat kan geen probleem zijn voor de tweeëntwintigjarige ervaren rot. Hij heeft Bos immers al een keer de hand geschud, al heeft hij daar helaas geen foto van.

'Hmm... past Hyves wel bij een kandidaat-premier?' Sherlo Esajasis, de woordvoerder van Bos bij de PvdA, coördineert de nieuwe media-activiteiten van Bos. De gatekeeper is gecharmeerd van het idee. Hij loopt voorop met het uitproberen van nieuwe manieren van campagne voeren en is nota bene zelf Hyver. Maar hij ziet ook risico's. Wat te doen met negatieve krabbels bijvoorbeeld? 'Daar moeten we inderdaad goed naar kijken, maar het is een unieke kans om dichter bij de kiezer te staan. Denk ook aan alle pr die dit zal opleveren!' pleit Glaser vurig verder. 'Eens. Ik zal het aan Wouter voorleggen,' besluit Esajas. 'Maar ik beloof niets.'

Op 14 februari wordt Hyver nr. 1.655.850 lid. W. Bos, Amsterdam. Voor Hyves een fantastische mijlpaal, los van onze politieke voorkeur natuurlijk. Zondag 19 februari presenteren we de nieuwste Hyver op de homepage.

Bos heeft een origineel profiel gemaakt. Zo is hij fan van Feyenoord, bezoeker van café 't Sluisje en gek op gevaarlijke haaien. De uitgesproken interesses maken het profiel direct menselijk. Wouter heeft ook een slimme nieuwe manier van campagne voeren gevonden. Op zijn profielfoto draagt hij subtiel een trui met de tekst FUR

IS WORN BY BEAUTIFUL ANIMALS AND UGLY PEOPLE.

Hyvers voegen hem massaal toe, vrienden maken was nog nooit zo makkelijk. Met een recordsnelheid van vier nieuwe vrienden per minuut raast hij in een uur langs de limiet van 250 vrienden. Er zijn twee redenen voor dit maximum. In de eerste plaats: hoe meer vrienden mensen hebben, hoe meer de servers roken. Want bij iedere vriend moet gekeken worden of die nieuwe foto's, blogs et cetera heeft. Je hoeft geen informatica gestudeerd te hebben om te vermoeden dat dat sneller gaat bij 250 vrienden dan bij 2500. Daarnaast willen we niet dat het netwerk verwatert als iedereen lukraak mensen toevoegt, want dan zou het niets meer betekenen als je ziet dat je iemand via via kent.

Door een handig trucje van het geheime wapen kan Bos echter toch meer vrienden accepteren. De PvdA-leider heeft als eerste een speciale account van Reinoud gekregen, de zogenaamde Bekende Hyver-account. Vriendschap is bij BH'ers op Hyves letterlijk eenrichtingsverkeer. Jij kunt wel vrienden met hen zijn, maar zij niet met jou. Daardoor komt hun nieuwste content wel op jouw pagina, maar hoeven de servers niet al hun duizenden vrienden te controleren op nieuw materiaal als zij hun eigen homepage opvragen. Ook verwatert zo het netwerk niet omdat twee vrienden van Bos niet in elkaars netwerk komen.

Even simpel als doeltreffend. De limiet van dit BH-account is in eerste instantie 1000 vrienden. Als er dan niets is ontploft, kan het verder worden opgeschroefd.

Waar we echter niet op gerekend hebben, is dat sommige Hyvers helemaal niet zitten te wachten op een lijsttrekker op wie ze niet gaan stemmen. Bos blijkt controversieel. Naast de vele positieve berichten wordt niet alleen kritisch gekrabbeld, maar soms ook ongenuanceerd gescholden.

De scheldkrabbels worden vaak geplaatst door nieuwe profielen zonder vrienden die hiervoor net zijn aangemaakt. Wouter G. en ik zitten op Wouter B's eerste dag op Hyves lang aan de telefoon om de krabbels bijna realtime te bespreken. We besluiten de grens te leg-

gen bij ongefundeerd gescheld. Dat wordt verwijderd en de gebruiker wordt geblokkeerd voor Bos' profiel. Bij bedreigingen volgt een waarschuwing of direct verwijdering van het profiel. Voor de PvdA is belangrijk dat Hyves zelf ook verwijdert, zodat de sociaaldemocraten niet beschuldigd kunnen worden van censuur.

Hyves
always in touch with your friends

Waarde Hyvers,

Hoe betrokken ben jij bij de politiek? Bij mij roept het een gemengd gevoel op: Maatschappelijk betrokken? Ja. Milieu, armoede, cultuur, economie, er zijn genoeg onderwerpen en problemen die me bezig houden, en ik vermoed dat voor jou hetzelfde geldt.

Maar politiek betrokken? Heb jij het gevoel dat je invloed kan uitoefenen, dat de aandacht naar de juiste zaken gaat? Of zou je wel willen stemmen maar vrees je dat je stem toch niet gehoord wordt?

Misschien moeten we daar wat aan doen. Met zo'n 900.000 Nederlandse Hyvers hebben we al recht op 10 zetels, en bij de 2de kamerverkiezingen in 2007 zijn dat er natuurlijk minstens 20!

Misschien zouden politici ons moeten opzoeken op Hyves, i.p.v. het land door te reizen op bijeenkomsten waarvan ik niet zou weten hoe ze eruit zien – jullie wel?

De kloof met de politiek zou zo een stuk kleiner kunnen worden. Je kan dan vrienden worden met je favorieten, hun blogs volgen, discussiëren en natuurlijk ook persoonlijke foto's, video's en krabbels.

Zonder gescheld natuurlijk, randdebielen zitten op de andere sites. :-)

Het mooiste worden hun krabbels onderling: Zalm die Bos met pistolen corrigeert vanwege te hoge uitgaven, Marijnissen met een slaap-smiley bij Donner na een saaie toespraak en Bos lachend bij een uitglijder van Balkenende. En vet gepimpte pagina's natuurlijk!
We kunnen in polls peilen hoe ze het doen, een debat organiseren en bijv. elke 2 maanden de populairste politicus/a van Hyves kiezen. Hebben jullie nog ideeën?

Wouter Bos nam vorige week zelf al het initiatief, welkom Wouter! Ik ben natuurlijk politiek neutraal, maar respect.

Heb je vragen, kritiek of lof? Krabbel hem!

Enneh... hou het netjes en opbouwend he!
Raymond

Op maandag 20 februari kondigt de PvdA de Hyve van Bos aan in een persbericht en versturen wij onze open uitnodiging aan politiek Nederland. Als extra drukmiddel kunnen Hyvers via een poll een *most wanted*-lijst van politici samenstellen. Als we Wouter Bos in de uitnodiging willen presenteren als het eerste hyvende Kamerlid, blijkt dat echter onjuist. Drie maanden eerder verwelkomde Juliette Bakker al haar vader Bert van D66:

Juliette (437)
6 nov 2005, 16:48
Heee paps
Hier je eerste krabbel
Xxx Jet heeey pap je ben wel het populairste kamerlid he>???? de 1ste met Hyves haha!!!!! JE ALLERLIEFSTE ZOON OOK AL HEB JE ER MAAR 1)

Bakker heeft zijn eigen Wouter Glaser. 'Papa, zet us wat meer foto's op je Hyves,' maant Juliette haar vader, een paar dagen later streng gevolgd door: 'Gaaaa jij is heeeeeeeeeeel snel je Hyves pimpen.' Par-

tijgenoot Mei Li Vos is Wouter ook net voor met een Hyve. Eigenlijk is ze zelfs de allereerste Hyver. In 2004 was Floris toevallig op haar Orkut-profiel gestuit en dat had hem niet onberoerd gelaten. Haar foto fungeerde in zijn eerste schetsen van Hyves als vulling. Groot is dan ook de opwinding op HQ als blijkt dat dezelfde schalks lachende Aziatische profielfoto nu ook echt lid is geworden.

Zit jij al bij Hyves?

Beste politici,

Jullie hebben steeds meer moeite om jongeren te bereiken en te inspireren. Wij hebben steeds meer moeite om naar jullie te luisteren op de traditionele manieren en zien die afstand groeien. Dat vinden wij erg jammer, denk niet dat de maatschappij en de wereld zelf ons koud laten.

Wij hebben daarom een voorstel: ga wat minder naar *Nova* en kom naar Hyves, waar wij dagelijks communiceren met onze vrienden: een zaal van bijna 1 miljoen Nederlanders.

Plaats hier je foto's, video's, blogs en natuurlijk de krabbels! Politiek, maar ook privé. Dus ook als je een babysitter zoekt of mensen om je te helpen verhuizen, plaats je hier een advertentie.

Laat zien wat je bezighoudt! Ga de dialoog aan, laat ons je leren kennen!

Keep it real
Een advies: wees echt. Of, in deze tijden van pimps & ho's, keep it real.

Geef je fouten toe, bespreek ze en leer er van. We verwachten geen perfectie, we settelen voor oprechtheid. :-)

Wie dat het beste doen, zouden wel eens de 2de kamer verkiezingen kunnen winnen. Zoals in Zuid-Korea waar de huidige president

het actiefst was op de Koreaanse versie van Hyves, Cyworld, en de verkiezingen won.

Of in Amerika natuurlijk, waar Howard Dean schijnbaar uit het niets razend populair werd door zijn steun op internet.

Leer ook van de Engelse band de Arctic Monkeys, die in 2004 hun muziek gratis weggaven en wiens debuutalbum net het best verkocht van Engeland ooit werd. Omdat ze echt zijn.

Zoals collega zanger Jarvis Cocker zei: "*I think it's very important because they've done it without trying, (...) there's no way to apply spin doctorism to it.*"

Hipste Tweede Kamerlid & kandidaat premier
Dit weekend bijt Wouter Bos al de spits af: http://wjbos.Hyves.nl. Weet je dat veel – jonge – kandidaten voor de gemeenteraadsverkiezingen Bos al voor zijn gegaan? Zoals lijsttrekker voor de VVD in Den Haag Sander Dekker. In Nijmegen woedt zelfs al een strijd via premium advertenties tussen Stijn Verbruggen van de PvdA en Marianne van der Sloot van het CDA.

Bert Bakker verdient de eer van het eerste hyvende Kamerlid, hij krabbelt er al sinds voor de campagne op los.

Het resultaat tot nu toe?

'je bent de hipste kandidaat-premier ooit!' (krabbel voor Bos)

'Je bent het hipste Tweede Kamerlid! Al die saaien hebben geen Hyves!' (krabbel voor Bakker)

Beste volksvertegenwoordiger, dit kan je niet op je laten zitten, zelfs al is het laatste citaat van Bert's dochter.

We hopen dat je nog voor de gemeenteraadsverkiezingen van 7 maart onze uitnodiging aanneemt en ons in onze natuurlijke habitat opzoekt. Volksvertegenwoordiger is soooo nineties, surf naar www.Hyves.nl, sluit je aan bij de tweede kamer Hyve en word hyvesvertegenwoordiger!

We hyven,
namens 852.456 Hyvers, Raymond Spanjar

Na het versturen van de open uitnodiging slaat de gekte toe. Wat een paar dagen eerder nog een onbereikbaar gedachtespinsel leek, wordt razendsnel werkelijkheid. De hele vaderlandse pers duikt erop. *De Telegraaf, de Volkskrant,* BNR, Ruud de Wild op 538. Hyves krijgt in een paar dagen meer aandacht in de media dan in de anderhalf jaar ervoor bij elkaar. In één klap staan we op de kaart bij de oudere generaties die Hyves nog niet gebruiken.

's Middags hangt Bert Bakker aan de lijn. De fractie van D66 blijkt vergaderd te hebben over Hyves en heeft besloten collectief lid te worden.

Een Tweede Kamerfractie.
Vergadert over Hyves.
Wordt collectief lid.

Dinsdagavond is Bert te gast bij *Radio Online* op Radio 1 en heeft Bos een surrealistisch gesprek met Matthijs van Nieuwkerk en Giel Beelen bij *De wereld draait door*. Alle drie zijn ze positief over Hyves en niemand zegt iets vreemds, maar het voelt als een discussie tussen Aboriginals over skiën. Of het Olympische bobsleeteam van Jamaica. Niet dat dat uitmaakt, integendeel, het draagt bij aan de euforie op Hyves HQ. Wouter Bos, Matthijs van Nieuwkerk en Giel Beelen over Hyves op primetime nationale televisie! *DWDD*, dat zijn toch meer dan een miljoen kijkers?

'Campagne voeren kan moderner, Hyves is de hit. Giel, leg even uit, jij bent van de techniek. Wat is Hyves?' brengt Van Nieuwkerk het gesprek op Hyves.

'Nou ja, het is een soort groep op internet waar je kunt aansluiten. Een soort vriendenclub, en dan kun je heel makkelijk met elkaar communiceren.' Giel duwt de slee de baan op en springt achterop bij Van Nieuwkerk.

Van Nieuwkerk stuurt de bobslee naar Bos. 'Ja, jij bent zo'n vriendenclub gestart, link als je bent omdat je denkt: dan gebruik ik ook die media om een electoraat te vergroten. We gaan even kijken hoe het eruitziet. Dit is jou ehm... ehm... eh jouw entreepagina. We zien jou hier met een trui waarop staat: BONT WORDT GEDRAGEN DOOR DIEREN EN DOOR LELIJKE MENSEN, waarvan akte. Dan mag je reageren en mag je lid worden van jouw vriendenclub. En dat doen dan... dat heb ik vanmiddag even door zitten bladeren, dat moet je echt maar even geloven, kijk je er zelf wel eens in?'

'Ja,' antwoordt Bos.

De presentator zwijgt veelbetekenend.

'Jaha! Ja, sterker nog, ik maak er teksten voor.' Bos lacht naar de ongelovige Van Nieuwkerk.

'... 80 procent meisjes in de leeftijd 20 tot 25 jaar, blond.' Iedereen lacht hard mee om Van Nieuwkerks analyse van de vriendenkring van Bos.

'Je bent jaloers!' concludeert de PvdA'er.

'Jazeker!'

Bos en blondines. Misschien geen evenwichtig beeld van Hyves maar het kan slechter. Tijd om tevreden achterover te leunen is er echter niet. Hyves kraakt en piept onder de groeiende superaccount van de PvdA-voorman. Dankzij het tv-interview zit hij aan de limiet van 1500 vrienden en de uitnodigingen blijven binnenstromen. Dit tot groot plezier van Bos, die een paar keer per dag aan zijn campagneteam vraagt hoeveel vrienden hij heeft. Sommige krabbels beantwoordt hij zelfs persoonlijk. Ons stemt het vooral bezorgd. Het is moeilijk te voorspellen hoeveel vrienden een BH-account kan hebben voordat heel Hyves omvalt. We spreken af dat Glaser voorlopig 100 nieuwe vrienden per dag accepteert. Zo zullen journalisten niet

denken dat Bos' populariteit stagneert omdat hij er geen vrienden bij krijgt, terwijl de groei hopelijk geleidelijk genoeg is om acute problemen te voorkomen.

De nieuwe vrienden moeten nog steeds een voor een handmatig geaccepteerd worden. Wouter Glaser heeft dus al 1500 keer op 'accepteer' geklikt en dat wil hij niet nog een paar duizend keer doen. Bovendien krijgt Glaser van elke nieuwe uitnodiging een notificatie per e-mail. Die notificaties kunnen door een bug niet worden uitgeschakeld, waardoor Glasers privémailverkeer na 2000 notificaties compleet gesaboteerd is. Maar goed, Mao's revolutie was ook niet zonder slachtoffers.

Ook het aantal schreeuwers op de Hyve van Bos neemt toe, al liggen de aantallen een stuk lager. Toch zijn er al zoveel mensen geblokkeerd dat ook dit mechanisme het begeven heeft, nieuwe herrieschoppers kunnen niet meer geblokkeerd worden. Het angstbeeld ontstaat dat grove krabbels er te lang op blijven staan terwijl gefrustreerde fans niet geaccepteerd kunnen worden, zodat Wouter Bos zal overwegen om zijn pagina weer te verwijderen.

Tot diep in de nacht sleutelen Koen, Boris en Reinoud aan de speciale accounts om de knelpunten op te lossen. Bovendien is Bos slechts het begin. Want de volgende dag is D-day als we bekendmaken dat de voltallige d66-fractie hyvet.

–– Original Message––
Received: Wed, 22 Feb 2006 01:26:31 AM CET
From: Raymond Spanjar' <raymonds@Hyves.nl>
To: Bert Bakker
Subject: D-day

Ha Bert,

Het is er niet meer van gekomen om een leuk stuk over D66 te schrijven, er komt niets meer uit mijn handen na de lange dag.

Morgen is dat natuurlijk anders. Morgen wordt D-day. :-)

Ik kon Boris Dittrich nog niet vinden? Misschien kan je even de juiste pagina's naar me mailen voor de zekerheid, dan weet ik dat ik de juiste profielen autoriseer en ernaar verwijs.

Groet!
Raymond

Hyves-nestor Bert mailt per ommegaande terug. Om halftwee 's nachts. Hij is toch aan het krabbelen.

–– Original Message ––
From: Bert Bakker
Sent: 22 February 2006 01:32
To: Raymond Spanjar
Subject: Re: D-day

Ik zal morgen even zoeken en checken, Raymond, heb het ook een beetje gehad; zonet iedereen geaccepteerd, en krabbels teruggeschreven. Puf ;)
Groeten,
Bert Bakker.

Intussen bespreek ik op 1 maart op het CDA-hoofdkwartier met campagneleider Jack de Vries hoe zij de moeder aller troeven kunnen inzetten: een hyvende premier.

'De premier is erg enthousiast over Hyves, de vraag is niet of hij lid wordt maar wanneer,' aldus De Vries.

Als je ons anderhalf jaar eerder had gevraagd wat onwaarschijnlijker was, 1 miljoen leden of een profiel van de premier, hadden we een busje gebeld om je met de armen gekruist voor de borst af te laten voeren. Voor de gedachte alleen al. Alsof je vraagt: 'Ben ik Napoleon of een vliegtuig?'

Nog steeds is een logischer vervolg van het gesprek dat de ober zijn snor afdoet en als Ralph Inbar naar de camera wijst.

'Nu lid worden, slechts enkele dagen voor de gemeenteraadsverkiezingen van 7 maart, kan echter erg opportunistisch overkomen terwijl Jan-Peter juist een structurele dialoog wil aangaan. Bovendien moeten we voorkomen dat het wordt gezien als het na-apen van Wouter Bos,' gaat Balkenendes rechterhand, zelf de week ervoor lid geworden, verder. De entree van Balkenende heeft een originele aanleiding nodig. Dat kan het feestje zijn dat zondag 5 maart in de Amsterdamse Zebra Lounge wordt georganiseerd door en voor Hyvers, daar komt het CDA nog op terug.

'Raymond, je móét me helpen!'

Dat Wouter Glaser me 's avonds laat belt, is niet verrassend, zijn vrienden klagen al dat ik hem meer spreek dan zij. De angst in zijn stem is wél nieuw.

'Een privébericht voor een meisje dat ik dit weekend in een kroeg heb ontmoet is per ongeluk als Wouter Bos verstuurd!'

Glaser behandelt de privéberichten van Bos. Inhoudelijke vragen stuurt hij door naar de voorlichtingsdienst. Dat is een handige nieuwe bron van informatie over wat er speelt onder kiezers. Terwijl Glaser die avond was ingelogd in het ene scherm als Wouter Bos, typte hij in het andere scherm een bericht naar een potentiële scharrel. Toen hij op 'verstuur' klikte, sloeg zijn hart over.

'Kut!'

Op de volgende pagina glimlachte de profielfoto van Wouter Bos hem toe, het bericht stond nu bij de verstuurde berichten van de PvdA-voorman!

Nu ligt het bericht van Bos in de inbox van een Amsterdamse. Ze is nog zijn type ook: tussen de 20 en de 25, blond. 'Zullen we een keer wat gaan drinken? X, Wouter.' Dat Glaser en Bos hun voornaam delen, is nog nooit zo onhandig geweest. Het voordeel dat de lijsttrekker nu een echte Hyver is, vindt Wouter G. niet opwegen tegen de potentiële hype als de media een screenshot van het bericht krijgen.

'Kunnen jullie het verwijderen?'

Mijn linkerhanden niet, maar gelukkig slaapt Koen altijd met zijn telefoon aan en kan hij vanaf thuis het bericht uit de database verwijderen. Wat resteert, is de e-mail dat het meisje een bericht heeft ontvangen van Wouter Bos, maar de inhoud zal ze nooit kennen. En Wouter zelf gelukkig ook niet.

Bert Bakker beantwoordt wel elke krabbel zelf, al krijgt hij er natuurlijk een stuk minder dan Bos. De politicus vindt Hyves een mooie manier om te werken aan de uitstraling van zijn partij. 'Het "merk" D66 is wat sleets en flets geworden, dus net als Hyves gaan we het oppimpen. Pimp my D66,' krabbelt hij een vriend.

Sommige collega-politici worstelen onwennig met het nieuwe medium. Het blijft dan beperkt tot het doorplaatsen van campagnemateriaal, zelfs zonder ik-vorm. De D66'er daarentegen communiceert op een natuurlijke en sympathieke manier, zonder geforceerd campagne te voeren. Hij maakt bij het beantwoorden geen onderscheid tussen positieve en negatieve berichten.

Pieter (136)
21 feb 2006, 11:06
In het kader van vrije meningsuiting:
Sorry Bert, maar van mij mag je héél snel die kamer uit. De oude garde van D66 zuigt!! Leve Boris & Lousewies

Bert (987)
22 feb 2006, 00:56
Heel goed, Pieter, je vrije mening geuit. Lucht het op?
Groeten,
Bert Bakker.
p.s. Lousewies en Boris zijn nu ook op Hyves!

Pieter (136)
22 feb 2006, 20:43
ok, misschien was mijn vorige berichtje lichtelijk ongenuanceerd. Dus extra top dat je antwoordt. Respect!

Op de oude media-afsluiting van zijn krabbels na – 'Groeten, Bert' – heeft Bakker zich de mores van het netwerk volledig eigengemaakt. Inclusief fanatiek smileygebruik. En waar veel andere politici vooral streven naar een zo correct mogelijk profiel, wordt Bert lid van de 'Bos is bleh'-Hyve.

Bert (987)
1 mrt 2006, 12:36
Hehe, ja, Anti-Wouter-Hyves. Niet persoonlijk bedoeld, die Wouter valt nog wel mee, maar de rest van die partij...
Groeten,
Bert Bakker

De Hyvers lopen met hem weg. 'Bert Bakker 4 President?!'

5. Wie heeft de grootste?

Zelf log ik in ieder geval elke dag een keer in.
Jan Peter Balkenende, Hyver

De gemeenteraadsverkiezingen worden een daverende verkiezingsoverwinning voor de PvdA. Dat komt natuurlijk niet door ons, maar het versterkt wel het beeld van Hyves als effectief communicatieplatform. Na de verkiezingen zwelt de Hyves-hype verder aan. Een hele pagina in *De Telegraaf* en *Metro* (EEN SUPERSUCCES: HYVES), voorpagina van *NRC* en *NRC Next* kopt HYVES VERANDERDE NEDERLAND. Camerateams van *RTL Boulevard* en *TweeVandaag* bezoeken HQ. We bekijken de items met het team op de tv als een WK-finale, inclusief gejuich. Elk item werkt als een reclamespot.

'Heb net even de uitzendinggemist-versie van *TweeVandaag* van gisteren gekeken aangezien IEDEREEN aan de UvA het er vandaag over had. And I mean IEDEREEN. Je hebt er meteen ook een flinke slag mee geslagen volgens mij aangezien de dertigers vandaag ook massaal aan het inschrijven en uitnodigen zijn geslagen zag ik in mijn mailbox. Good for you!' laat UvA-onderzoekster Marjolijn Antheunis enthousiast weten.

Alle aandacht brengt hyven bovendien een stapje dichter bij het woordenboek, want mediavermeldingen zijn een criterium voor de opname van nieuwe woorden. Zo schrijft *Elsevier* al:

Taal: Hyven
Even voor de laatkomers. Hyven is het deelnemen aan het digitale vriendennetwerk www.Hyves.nl. Hyven, van het Engelse beehive: bijenkorf, kwam vorige week in het nieuws toen bekend werd dat ook PvdA-voorman Wouter Bos een Hyver is.

Hyven vind je op internet bijvoorbeeld als 'ik Hyve hem wel even', via 'een van mijn vriendinnen hyvede me' tot 'eigenlijk vind ik al dat gehyve maar onzin'.

Alleen over de verledentijdsvormen bestaat onzekerheid. Wij van Gasthuis zeggen, naar analogie van 'hypen, hypete, gehypet', houd het maar op 'hyvete, gehyvet' en 'skypete, geskypet'.

7 mei viert Balkenende zijn 50ste verjaardag. Twee maanden na de gemeenteraadsverkiezingen en ruim voor de gang naar de stembus voor de Tweede Kamer later dat jaar. Een mooi moment dus om niet alleen Abraham te zien maar ook de Hyvers, vinden Jan Peter en het CDA. Dat vinden wij ook. Dat het CDA de krabbels van de premier in Word wil ontvangen en beantwoorden is geen probleem. Zolang maar niet meer mensen dat willen.

Beste Hyvers,

Ik ben werkelijk overvallen door het enorme aantal reacties dat ik tot nu toe heb gekregen. Duizenden felicitaties, al bijna 5000 vrienden en tal van reacties op mijn blog. Het is onmogelijk om iedereen recht te doen en het lukt me inderdaad niet om werkelijk alles even goed zelf te lezen. Ik heb natuurlijk nu even een paar dagen vrij, maar wil dan ook wat vrije tijd overhouden. Veel van jullie vroegen dan ook hoe ik dat nu georganiseerd heb.

Zelf log ik in ieder geval elke dag een keer in, maar dat is te weinig om alle vrienden-verzoeken te accepteren. Een aantal mensen van het partijbureau zorgen ervoor dat dat gebeurt. Ook houden die in de gaten of er inhoudelijke vragen over de politiek bij zitten die we van een antwoord moeten voorzien. Daar gaan we dan proberen gericht antwoord op te geven om deze blog niet te politiek te maken. Via de blog wil ik juist af en toe wat vertellen van de meer persoonlijke ervaringen. De standpunten en politieke actualiteit kunnen jullie wel ergens anders vinden.

Een andere veel gestelde vraag is of ik de echte wel ben. Ik merkte

inderdaad dat er dit weekend nog twee andere "JP'S" actief waren op Hyves. Daar moet je dus niet zijn!

Verder bedank ik jullie voor alle blijken van medeleven met mijn skateboardavontuur. Ik heb al een skateboard aangeboden gekregen via Hyves. Maar laat ik iedereen die het ook ongeoefend wil gaan proberen waarschuwen: het is moeilijker dan je denkt!

Tenslotte: alle Hyvers die ook op 7 mei jarig waren en dat meldden: Van harte gefeliciteerd!

Vriendelijke groet,
Jan Peter Balkenende

De enorme toeloop op het profiel van Jan-Peter overtreft alle verwachtingen. Bijna 2000 Hyvers feliciteren de premier in 24 uur. Zijn profiel wordt die dag 28.000 keer bekeken, meer dan twee keer zoveel als wjbos.Hyves.nl in de tien dagen daarvoor. En al na een paar dagen staat de teller op 5000 vrienden, mede dankzij zijn leuke, persoonlijke blogs.

Opvallend is ook dat er bijna geen negatieve krabbels zijn. Bedreigingen komen pas later, zoals van een vijftienjarige jongen die de premier meldt: 'ey bolle vet zak met je kanker bolle kanker bril je gaat died bitch ik kom je halen.' De premier doet aangifte en nadat het IP-adres bij ons wordt opgevraagd, doet de politie een inval. De rechter spreekt de scholier echter vrij omdat Balkenende zich niet bedreigd kan voelen door het gebruik van smileys.

Het is het eerste vonnis over smileys, helaas staat er geen smiley in het vonnis zelf.

Negatieve berichten zijn er grappig genoeg wel tussen CDA'ers onderling, zoals *NRC* een paar maanden eerder ontdekt. CDA'ERS MONKELEN VIA INTERNET, kopte de krant. 'Eikel', 'idioot', 'kleuter', de rangen zijn op het nieuwe medium even minder gesloten dan de partij gewend is. Zijn de censors nog geen lid?

Het duurt niet lang voordat Balkenende meer vrienden heeft dan

Bos. Team Bos denkt toch weer op voorsprong te komen als de PvdA'er in de zomer een wedstrijd uitschrijft voor het beste campagne-idee. De winnaar zal met Wouter en een vriend luisteren naar de troonrede van Beatrix in de Ridderzaal op Prinsjesdag. Een erg leuk initiatief. Het moet de eerste ontmoeting worden tussen een prominente politicus en een Hyves-vriend. Vóór Bos op Prinsjesdag Amiran kan ontmoeten, nodigt Balkenende echter zijn twintigduizendste Hyves-maat Bart al uit in het torentje.

Barts vriendin en ik vergezellen hem bij het bezoek. JP de MP is bijna enthousiaster over Hyves dan ikzelf: 'Hyves is een fenomeen,' zegt hij meerdere keren. Hij vertelt dat hij al zijn krabbels leest en regelmatig mensen opzoekt op Hyves, zoals uit zijn geboorteplaats Biezelinge. Jan-Peter is ook bezorgd, logisch als fanatieke Hyver. 'Af en toe zijn foto's wat traag, kunnen jullie alles nog wel bekostigen?'

Bij het weggaan zie ik onder zijn bureau een voetbal. Voor in de pauzes? Zal Balkenende dan hooghouden met Donner, of op het Binnenhof vijf tegen vijf met het kabinet spelen? Buiten sluit ik me aan bij Barts vriendin: 'Wat een spontane gast.'

Bloedirritant vindt Glaser het dat Balkenende eerder een Hyver ontmoet dan Bos. Maar een strijd met een premier is sowieso ongelijk, vertelt Bos in een interview voor Hyves met Nine. Hij blijkt zich meer zorgen te maken over een ander Hyves-gevaar. 'Ik ben er wel verbaasd over hoeveel ontzaglijk mooie, jonge vrouwen Nederland kent, ja. Ik blader graag door al die krabbels heen en als de verleiding groot is, dan kijk ik even naar de foto van mijn eigen kinderen.'

Gelukkig dient zich uit onverwachte hoek een nieuwe tegenstander aan voor Balkenende. Naar aanleiding van ons tweejarig jubileum ben ik 1 oktober te gast bij dj Koen van Huijgevoort van CAZ FM. Luisteraars sms'en tijdens de uitzending vragen en Balkenendes Hyve komt ook ter sprake. Koen vindt het raar dat zo'n drukke man zoveel contacten kan onderhouden. Dat moet hijzelf beter kunnen, en aldus ontstaat Koenheeftdegrootste.Hyves.nl.

In de uitzending van een week later neemt de premier de uitdaging

aan. Als Koen voor de verkiezingen meer vrienden heeft dan Balkenende, mag een Hyves-vriend van de dj op bezoek bij JP. Is de premier echter nog steeds populairder, dan moet Koen het nummer 'Rosa' van gospelzanger Ralph van Manen draaien.

Het lijkt een bij voorbaat verloren race. Koen start op 0 en zelfs Bos kan niet in de buurt komen van JPB's 30.000 vrienden. Maar CAZ haalt alles uit de kast. De hele dag door draait het radiostation spotjes voor Koens Hyve en dus ook voor Hyves. Koens eigen show gaat bijna nergens anders over. In feite een gratis radiocampagne ter waarde van honderdduizenden euro's. Beter wordt het niet.

Toch wel. De actie genereert zoveel publiciteit voor het jonge radiostation dat grote broer 538 jaloers wordt. Radio 538 is de onbetwiste marktleider en met 12 procent marktaandeel zes keer zo groot als CAZ. Barry Paf is de eerste hyvende radio-dj en al een halfjaar zeer actief. Alleen Bos en Balkenende toppen Barry's 10.000 vrienden, maar nu wordt hij ingehaald door de concurrent.

'Er is een strijd ontstaan tussen 538 en CAZ over "wie heeft de grootste Hyve". Natuurlijk pakken wij die gasten CAZ makkelijk in maar leuk is het wel!' mailt Remco Bos, manager interactive van 538.

Grootspraak was Remco nooit vreemd. Vroeger al niet, toen ik hem vervolgens de tennisbaan af veegde.*

In elk geval valt inpakken deze keer tegen. Barry besteedt nog meer aandacht aan zijn Hyve dan eerst, maar Koen gaat te hard. Een maand voor de verkiezingen is het gat met JP al voor de helft gedicht: 20.000 versus bijna 40.000 vrienden.

Drie uitzinnige gladiatoren – dat blijft niet zonder consequenties. Iedereen wil hen zien en vrienden met hen worden. Hyves stort in. Zo crasht bij een incident niet alleen de Hyve van Bos, maar van iedereen die vrienden met hem is. Helaas kunnen we niet anders dan de heren tot de orde roepen.

* Helaas is het te lang geleden om uit te kunnen sluiten dat het andersom was.

–– Original message ––
From: Raymond Spanjar
Sent: maandag 6 november 2006 15:48
To: Rob van Heijningen; Jack de Vries
Cc: nine
Subject: jpb

Mijne heren,

Ik heb de limiet van JPB verhoogd naar 50.000 maar helaas moet dat voorlopig de laatste verhoging zijn. Het systeem is natuurlijk nooit berekend op zoveel populariteit en begint aan alle kanten te piepen: pagina's van JP worden traag en vertragen ook Hyvers op dezelfde server. Uiteraard geldt dit ook voor dj Koen en Wouter Bos.

We zullen dus zijn pagina eerst moeten optimaliseren voordat hij verder kan groeien. Ik hoop dat dat voor de verkiezingen lukt, maar daarvoor zijn we ook afhankelijk van ons algehele productie schema.

Sorry voor de tijdelijke stop dus, ik ga kijken wat we kunnen doen!

Grtz,
Raymond

De dag voor de verkiezingen zit zowel JPB als Koen aan de limiet van 50.000 vrienden. Verzameld in 50.000 langzame kliks. Je kunt van minder gek worden. Omdat we de limiet niet durven te verhogen, beslist het aantal uitstaande uitnodigingen de race. Koen roept zijn fans elke paar uur op tot nog meer inspanningen, tot het beslissende moment in de uitzending van CAZ.

'Raymond, geef het verlossende woord.'

Koen heeft nipt verloren: 126 uitstaande uitnodigingen versus 1460 voor JP. 'Meneer Balkenende, gefeliciteerd! Ik ben een waardig verliezer, ik stem morgen op de PvdA.' De CAZ-dj vindt het erg jammer dat hij nu niet naar het torentje mag.

'Nou, laten we het zo doen, jij mag naar het torentje als ik morgen win,' sluit Balkenende af voordat de zoete overwinningsgospel van Jan-Peter door de ether schalt.

Niet dat er verliezers zijn natuurlijk. Koen heeft zijn zender en zichzelf twee maanden in de spotlight gezet. En afgezien van onze nieuwe bos grijze haren komt Hyves er ook niet bepaald slecht vanaf.

Daarmee is de oorlog echter nog niet voorbij voor Balkenende. Ook zijn meer traditionele rivalen betreden in oktober het strijdtoneel. Femke Halsema, André Rouvoet en Mark Rutte worden alsnog lid. Alexander Pechtold heeft zich in april al geregistreerd.

Verkiezingen @ Hyves, met JPB, Bos & Rutte, en de crush van Femke
Hooggeachte Hyvers,

De Tweede Kamer-verkiezingen komen eraan maar *no worries*, onze politieke invloed loopt geen gevaar. Nu bijna alle lijsttrekkers hyven zal ook een eventuele nieuwe minister-president net als Balkenende waarschijnlijk een Hyver zijn!

Voor de verkiezingen hebben we op Hyverkiezingen.Hyves.nl een overzicht gemaakt van alle hyvende landelijke politici (al 50 Kamerleden!), hun laatste blogs, en polls en discussies.

De crush van Femke
Nine interviewde al verschillende lijsttrekkers, zoals je misschien al gezien hebt. Zo niet, bekijk dan hier de filmpjes van Jan-Peter Balkenende die zijn 20.000ste vriend uitnodigt in het Torentje en hoe Wouter Bos en Mark Rutte bijna bezwijken voor al het vrouwelijk schoon op Hyves.

Wouter vertelt dat hij dan altijd naar een foto van zijn kinderen grijpt als steun, maar als single is het vlees van Mark zwakker. Hij heeft een

geheime agenda en nodigt 5 Hyvers uit voor speed dating. (je kunt je nog per krabbel opgeven!)

Grote kans dat Femke Halsema hier trouwens bij is. Zij werd vorige week lid en bekende een crush op Mark Rutte te hebben. En ze denkt dat alle mannelijke politici ook een crush op haar hebben. Zou kunnen, Wouter Bos wil haar in ieder geval.

Welke issues houden jou bezig? Meld het hier en de meest voorkomende leggen we voor aan de politici!

Hyve on!
Raymond

PS Nu we bijna een hyvende kamermeerderheid hebben, is het misschien tijd voor wat nieuwe beleidspunten of wetswijzigingen? Hyves Headquarters is gevestigd aan de Herengracht, zou dit bijvoorbeeld niet Hyversgracht moeten heten? Nog meer ideeën? Post ze hierrrr!

'VVD!! :-D' onthaalt Marjolein Rutte enthousiast. Marjolein komt regelrecht uit de Bos-doelgroep van 25 jaar, vrouw, blond. Robbert is om tien over half zes 's ochtends zo vriendelijk de vrijgezelle lijsttrekker in een krabbel op zijn politiek correcte profiel even uit te leggen hoe daarmee om te gaan:

Mark,

Als ik jou was zou ik Marjolein vastleggen, vastbinden en keihard in de kont neuken.

Niet verkeerd bedoeld, maar ze is gewoon lekker...

Groet van een lamme student uur grunn

En terwijl Nine oktober grotendeels doorbrengt in Den Haag met bezoeken aan de lijsttrekkers (doch zelden vastgebonden), gaat Ruttes partijgenoot Verdonk op eigen initiatief met haar Hyve aan de slag. Al snel gaat de telefoon.

'Minister Verdonk voor je.' Bleek geeft Gijs me de telefoon.

Rita heeft me al een aantal enthousiaste privéberichten gestuurd om haar te helpen. Ik kon steeds moeilijk geloven dat ze het echt zelf was en geen assistent. Nu klinkt echter onmiskenbaar de stem van de minister van Vreemdelingenzaken en Integratie door de hoorn. 'Hallo Raymond, met Rita Verdonk, zou je me nog het "Checked by Hyves Headquarters"-symbool kunnen geven?'

Maar natuurlijk. Terwijl ik van mijn verbazing bekom, keuvelen we nog even over Hyves. 'Sorry dat ik even bot was tegen jullie medewerker hoor, maar ik moet nu weer de Kamer in en hier had ik geen tijd voor.'

Geen probleem, ministers worden voortaan direct doorverbonden.

Op 22 november wint het CDA niet alleen de verkiezingen op Hyves maar ook in de Tweede Kamer. Koen van CAZ mag alsnog langs bij de premier. Negen maanden eerder was een hyvend Kamerlid nog een utopie, nu is half politiek Nederland lid. Net als eerder bij studenten heeft niet de politicus die hyvet, maar degene die dat níét doet wat uit te leggen. De tsunami aan free publicity heeft Hyves een begrip gemaakt bij de hele bevolking. We hebben het geluk op het juiste moment op de juiste plaats in de oceaan te dobberen, na een kleine aanzet hoeven we niets anders te doen dan proberen op de golf te blijven liggen.

Tegelijkertijd met het succes wordt het voortbestaan van Hyves echter bedreigd door de grootste ramp uit de historie. Nog wel volledig door ons zelf gecreëerd.

6. Goudkoorts

Hyves is gek geworden!!
Joelle, Hyver

Reclame is onze enige inkomstenbron. Het is echter niet ideaal. De advertenties leiden af en de opbrengst is grillig. Inkomsten van leden zijn wel ideaal. Wat als een Hyver niet een paar euro's aan reclame opbrengt, maar zelf 30 euro per jaar neertelt?

Cyworld verdient in Zuid-Korea 5 miljoen dollar per maand met de verkoop van muziek en versiersels van de pagina's van leden. Dichter bij huis ontvangt kindersite Habbo Hotel al 3 miljoen euro van zijn 400.000 Nederlandse leden – 3.000.000 euro per jaar, van koters! Maandelijks betaalt negen procent van de Habbo's gemiddeld 7 euro, voornamelijk voor de aankleding van hun avatar en kamers. Zeven euro is misschien wat veel om te verwachten van Juan Modalo uit de Andes, maar 9 procent × 1 miljoen Nederlandse leden × 7 euro is nog steeds bijna 1 miljoen euro per maand.

Toch geld.

Genoeg geld om ons niet meer druk te maken over adverteerders.

Genoeg geld om geen tijd meer te verliezen aan tijdrovende onderhandelingen met investeerders.

Geld om de allerbeste site van Nederland te bouwen en genoeg over te houden voor een goede borrel.

De omzet van Habbo en CyWorld is weer wisselgeld vergeleken met datingsites. Acht procent van de abonnees van Meetic, de grootste Europese datingsite, heeft een betaald abonnement. Zij betalen het Franse bedrijf zo'n 200 euro per persoon en brengen in 2005 43 miljoen euro in het laatje.

8 procent keer 1 miljoen Hyvers keer 200 euro is... nee, zo werkt het natuurlijk niet helemaal. Meetic-abonnees zijn op zoek naar levensgeluk en dat mag wat kosten. Hyves wordt echter ook veel gebruikt voor sjansen en daten. Wellicht valt er een graantje mee te pikken uit de datingruif?

Zo verschijnen de contouren van het betaalde model. Over de naam hoeven we niet lang na te denken. Even overwegen we 'vip' en 'pro' zoals op fotosite Flickr, maar 'Goldmember' heeft toch een zeker cachet. Goldmembership, dat is niet voor sukkels.

De concrete onderdelen van het betaalde abonnement staan ook snel op papier. Geld rekenen voor het versturen van berichten is een no-go. Zie de Schoolbankiers, dat willen we uit principe niet. Hyves is een communicatieplatform en communiceren is gratis. Een andere belangrijke betaalde functie van datingsites is wel bruikbaar. Professionele versierders zien wie hun pagina heeft bekeken. Dat is waardevolle informatie, want je bezoekers zijn kansrijker om te benaderen dan willekeurige profielen. Voor Hyves komt dat mooi uit, want de identiteit van de bezoekers is ook bij ons onderwerp van veel speculatie. Zo denken veel leden dat de negen profielfoto's rechtsboven worden gesorteerd op basis van het laatste bezoek aan de betreffende pagina. Dat ontkennen we geregeld. Het is op volgorde van laatst ingelogd maar we worden maar half geloofd.

Het tweede onderdeel verzinnen we bij uitzondering zelf. De optie speelt in op de behoefte van personalisatie waar bij CyWorld en Habbo grif voor betaald wordt. Hyves pimpen, personaliseren met kleuren en achtergrondfoto's is al erg populair en Goldmembers krijgen meer mogelijkheden. Betalende Hyvers kunnen hun pagina personaliseren voor individuele vrienden en bovenaan een boodschap plaatsen. Bijvoorbeeld iets romantisch voor geliefden. Of de buurvrouw. Ook deze optie kan ingezet worden bij het daten. Zo is het mogelijk de pagina aan te passen voor specifieke doelgroepen. Bijvoorbeeld je zwoelste profielfoto in combinatie met je beste openingszin voor meisjes in de leeftijd van 20 tot 25 jaar, blond.

Om het af te toppen krijgen Goldmembers een hogere vrienden-

limiet, een reclamevrij profiel en meer dan honderd extra smileys, het opium van Hyvers. Ook de andere Hyvers krijgen nieuwe smileys. Tot frustratie van de programmeurs worden Hyvers vaak blijer van één nieuwe smiley dan van een nieuwe feature waar maanden werk in zit. Gratis verdovende middelen zijn niet onverstandig bij deze controversiële uitbreiding.

Het bomvolle pakket kost een *lousy* € 3,96 per maand of € 24,86 per jaar. Voor de prijs van een biertje per maand zien wie je pagina bezoekt, daar hoef je niet lang over na te denken. Zeker niet als je een behoorlijk deel van je dag op Hyves doorbrengt, zoals veel Hyvers doen.

Terwijl Koen en Reinoud de groeistuipen bestrijden stampt Boris in sneltreinvaart het Goldmembership uit de grond. Via allerlei *teasers* heeft Floris het zo onweerstaanbaar mogelijk gemaakt. Profielen, foto's, blogs en advertenties krijgen tellers. Opeens zien Hyvers dat hun foto's 63 keer bekeken zijn. Of, als ze een bikini droegen, 574 keer. Wie zijn die mensen? Hyvers zijn bloednieuwsgierig. 'Klik hier om Goldmember te worden.'

Een andere appetizer zijn de demografische statistieken. Zijn je bezoekers 80 procent getrouwde vrouwen van 35+ uit de provincie of single studentes uit Leiden? Het maakt nogal wat uit. En wie zijn die ~~getrouwde vrouwen~~ Leidse studentes eigenlijk? 'Klik hier om Goldmember te worden.'

Goldmembers zien rechts naast de pagina's al hun bezoekers, maar ook voor gratis leden slaan we het bezoek op. Voor een luttele € 3,96 zie je wie de afgelopen 30 dagen aan je dacht. Wie die foto heeft bekeken. En wie al je foto's heeft bekeken. Toon me de Hyver die dat weigert en ik toon je een vrek, autist of, waarschijnlijker, een combinatie.

Het slimme is dat je het niet uit kunt zetten. Wel kun je instellen of je bezoek zichtbaar is voor vrienden, vrienden van vrienden of iedereen. Bij de start staat die instelling op 'iedereen'. Natuurlijk is het netter als het standaard uit staat, maar elke nieuwe feature heeft nou

eenmaal een zetje nodig. Om te zorgen dat niet iedereen direct zijn bezoek alleen toont aan vrienden, zie je je laatste vijf bezoekers als iedereen je bezoek mag zien. Als je zichtbaarheid staat ingesteld op alleen vrienden, zie je maar één bezoeker. Behalve Goldmembers. Goldmembers zien alles.

Ondanks onze enthousiaste promotie geeft het aanstaande Goldmembership een dubbel gevoel. We vinden het moeilijk om de Hyvers geld te rekenen, ook al wordt dat weer in Hyves geïnvesteerd. Bovendien zal er met het Goldmembership een tweedeling onder de Hyvers ontstaan. Hopelijk gaat dat niet ten koste van het collectieve Hyves-gevoel.

Om de betaalsectie luchtiger te maken gooien we onszelf in de uitverkoop: bij aanschaf van een Goldmembership voor 6 of 12 maanden kun je je favoriete Hyves HQ'er aanvinken. Eén keer per kwartaal maak je dan kans om je favoriet te winnen als date voor het Goldmemberdiner. Voor vrouwelijke Hyvers zijn wijzelf natuurlijk een schrale prijs, maar de Angels zijn begerenswaardige trofeeën. Ze worden er tenslotte op aangenomen. En voor ons is de date een mooi moment om onze fanatiekste leden te ontmoeten.

'Ha ha, zie je wel dat Martijn mijn pagina nog steeds bezoekt. Hee wat doet die chick bij al mijn foto's? Ik ken haar via Martijn. Zouden zij...?' Martijn is de ex van Eva. Onze eeuwige stagiair is volledig vergeten dat ze in een gebruikerstest zit. Het Goldmembership is af maar werkt alleen voor mensen van het Hyves-team. Gefascineerd klikt Eva door haar statistieken terwijl Floris en ik over haar schouder meekijken.

'En? Wat vind je ervan?'

Ze klikt in trance verder.

'Eva...?'

Klik, klik, klik.

Het perfecte antwoord, dit zit goed. Het Goldmembership wordt een succes. Opeens kijkt Hyver nr. 6 ons doodernstig aan.

'Het is verschrikkelijk. Dit moeten jullie echt niet doen.'

Eva haat het dat mensen haar bezoek kunnen zien. De blacklist maakt haar niets uit.

'Je gaat toch niet al je vrienden op die lijst zetten?'

Dat je het niet uit kunt zetten vindt ze al helemaal niet slim. Ons argument dat het juist leuk is om vrienden te laten zien dat je aan hen denkt vindt geen gehoor.

Eva is niet de enige. Professionele testers zoals de zusjes Rost en Spanjar, hun vriendinnen zoals Julia en anderen keuren het Gold-membership resoluut af. Erg leuk dat je kunt zien wie je bezoekt, zeker tijdens de testperiode als niemand weet dat hun bezoek zichtbaar is. Maar het gaat te ver.

Het moet altijd een optie zijn om een gebouwde functie weg te gooien. Dit zou echter wel een erg bittere pil zijn. In de begroting rekenen we al op inkomsten uit het betaalde abonnement. Bovendien wisten we van tevoren dat het een hobbelige weg zou worden en het zijn toch gewoon leuke functies? Is niet al eerder gebleken dat Hyvers slecht hun eigen gedrag kunnen voorspellen? Dacht in het begin niet iedereen dat Hyves überhaupt niet ging werken?

Precies. Het is nu een kwestie van de rug recht houden.

'Hold the line! Brothers, what we do on Hyves echoes in eternity,' roept Floris, vrij naar *Gladiator*.

We zijn live.

Op 6/6/06 breekt de hel los. Op Hyves HQ turen we gespannen naar onze schermen. Er is iets mis. Niet alleen zijn het eerste uur alle reacties negatief, het zijn er maar tien. De zichtbaarheidsinstellingen worden nauwelijks aangepast. Bijna niemand heeft het door. De nieuwe functie staat weliswaar moddervet op de homepage maar een belangrijk deel van de Hyvers komt binnen op zijn eigen pagina. En gaat vrolijk verder met bezoeken die het daglicht niet verdragen. De lichten zijn aan in de virtuele darkroom, alleen zij hebben hun ogen nog dicht.

En als Hyvers het wel door hebben? Dan gebeurt er dit.

Dinsdagochtend, ik zit rustig een kopje thee te drinken, komt m'n huisgenootje gillend de kamer bij me binnen hollen! "Hyves is gek geworden!!" roept ze. Ik snel naar mijn Hyves kijken en zie niks bijzonders. Ze begint te springen en te bleren dat iedereen kan zien wie ze allemaal wel niet bezocht heeft. Als ik dat besef begin ik ook keihard te gillen.

Na een uur nemen de reacties toe. Anders dan gewoonlijk zijn het vooral privéberichten en mails in plaats van openbare reacties. Afzenders variëren van tienermeisjes uit Friesland, tot adverteerders en journalisten van eerdere Hyves-items.

–– Original Message ––
From: Lisette van der Ster
Sent: dinsdag 6 juni 2006 13:43
To: Raymond Spanjar
Subject: Re: Boulevard

Raymond, waarom staan er ineens allemaal statistieken op Hyves? De pleuris is hier op z'n zachtst gezegd uitgebroken.... nu je kan zien wie je bezocht hebt enzo, het spiek tijdperk is voorbij. Er wordt hier smachtend gewacht op antwoord! X

Van: Rachelle
Datum: Tue 6 Jun 2006 11:20

Hola Raymond

Je kent me niet, maar ik moet je even een bericht sturen omdat het complete reclamebureau waar ik werk op zn kop staat!!!! De doodsteek voor Hyves? Hoe vreselijk is het dat het heerlijke dagenlang door iedereens profiel sneaken nu verleden tijd is? Daar gaat mn stiekeme crush, hij weet nu namelijk dat ik iedere dag tussen zn foto's zit te pluizen en wat lullig is het dat sollicitanten nu kunnen zien dat miss P&O door

hun profieltje heeft gesnuffeld voordat ze op gesprek worden uitgenodigd. Is dat niet stiekem de kracht van Hyves? Please, UNDO!!!

Heel veel verdrietigs vanuit DDB Amsterdam, en ook een groet van Rachelle

De mailstortvloed zwelt aan als het nieuws zich exponentieel verspreidt. Er gaat een schokgolf door het land. Vrienden sms'en elkaar. Huisgenoten gillen tegen het scherm. Onafgebroken rinkelen de telefoons op HQ. Hyvers zijn des duivels. Ze bellen niet om iets te vragen, maar om ons de huid vol te schelden. Hoe halen we het in ons hoofd om zonder waarschuwing de surfgeschiedenis van de afgelopen weken zichtbaar te maken? De eerste vreemdgangers zijn al ontmaskerd, relaties verbroken.

Nou kun je je afvragen of dat slecht is, maar het lijkt niet het moment om daar een boom over op te zetten. We zitten fout. Hoe kun je Hyves nog vertrouwen als er met terugwerkende kracht wijzigingen worden doorgevoerd?

Hyvers vinden het ook helemaal niet slim dat de statistieken niet uit te zetten zijn. Zo hebben ze er geen zin meer in. We zijn omsingeld door duizenden woeste Hyvers. Knipperende noodlampen kleuren HQ-rood, sirenes loeien.

'Mayday, mayday...'

Wachten is zinloos. In een paar uur is al voor duizenden euro's aan virtuele abonnementen verkocht, maar dat speelt geen rol. Ons doodvonnis staat getekend en wel op de site.

Gierend trappen we op de rem, in de achteruit. De enige vraag is hoe ver.

De historie moet weg. De laatste vijf bezoekers moeten de eerste vijf worden. En iedereen moet weer anoniem kunnen hyven door zijn zichtbaarheid op 'niemand' te zetten. Slechts één maatregel zou nog verder gaan: de zichtbaarheid standaard op 'niemand' zetten in plaats van 'iedereen'. Nog steeds hebben veel mensen het nieuws immers

niet gelezen. We vrezen echter dat daarmee het Goldmembership de nek om zou worden gedraaid en een belangrijke pijler wegvalt onder de toekomst van Hyves.

Bovendien zitten we klem tussen twee vuren. Een woedende menigte gratis Hyvers dringt ons met fakkels terug. Achter ons dreigen de Goldmembers met hooivorken.

'Waag het niet het Goldmembership verder af te zwakken. We hebben ervoor betaald!'

De gevreesde splitsing is een feit.

'Hold the line!' schreeuwt Floris hees tussen de uiteengereten rangen.

Goed, dan zo snel mogelijk live met de andere maatregelen. Dat kan echter niet zonder de site uit de lucht te halen. En dat gebeurt normaliter alleen 's nachts, niets is dodelijker voor een internetsite dan onbereikbaarheid. Bovendien is onbekend hoe lang het zal duren.

Er zit echter niets anders op.

Om halfdrie gaat Hyves op zwart.

De paniek is compleet.

7. Ik zie, ik zie wat jij niet ziet

Success is the ability to go from one failure to another with no loss of enthusiasm.
Winston Churchill

Een uur na het offline gaan betreden we angstig opnieuw het Colosseum. Poging twee. We kondigen het Goldmembership opnieuw aan, zodat nieuwe lezers niet direct een slechte indruk krijgen door negatieve reacties over punten die al aangepast zijn.

De snelle aanpassing oogst lof, maar het commentaar is nog steeds vooral negatief.

Ik ben helemaal niet blij. Mijn vriendinnen zitten met angst en beven achter de computer en durven niets meer aan te klikken!!!!! Bang om voor freak aangezien te worden. dag online sociaal netwerk.

Tot 's avonds laat zit het hele H-team op de fora en aan de telefoon. Eerdere problemen zijn opgelost door duidelijk te maken wat er gebeurt, waarom en hoe het opgelost wordt. En die oplossing zo snel mogelijk implementeren. Als mensen zien dat we onze uiterste best doen, smelten problemen vaak als sneeuw voor de zon. Nu niet. Sommige Hyvers blijven woedend. Zelfs vrienden van vrienden die ik bel om te horen wat er gebeurd is, wensen me een creatieve combinatie van zeldzame ziektes toe. Onze beweegredenen maken niet uit. Nee, de oplossing ook niet. Ze voegen er voor de zekerheid nog een virus aan toe en hangen op.

De reacties zijn niet onbegrijpelijk want het leed ligt vooral in de relationele sfeer. Van Robert ten Brink weten we hoe je dat oplost. Onder de kop 'Relatie onder druk? Hyves stuurt bloemen!' kunnen

Hyvers hun liefdesleed krabbelen, waarna wij een bos bloemen naar hun partner sturen om de schade te repareren. Als dat niet meer mogelijk is, wordt het boeket bij een potentiële nieuwe liefde afgeleverd.

In combinatie met de aanpassingen halen de bossen bloemen de kou uit de lucht. Enkele van de grootste critici zijn inmiddels enthousiast geworden.

'Raymond, ik schrok best toen ik eindelijk weer kon inloggen. Maar nu ik mn exen op de zwarte lijst heb gezet en vermakelijk kon zien dat zij mij dit weekend wel gecheckt hebben terwijl ik in real life genegeerd word, vond ik de nieuwe opties toch best top.'

Frank is ook erg in zijn sas met het betaalde abonnement, om exact de reden die we voor ogen hadden gehad. Alleen hij verwoordt het een stuk beter.

Die nieuwe functie is alleen maar briljant! Zie het als flaneren, lopen om te zien en gezien te worden. Als die lekkere chick kan zien dat je langs bent geweest, raakt ze misschien wel nieuwsgierig en komt zo ook even op JOUW Hyves kijken. Mocht je in de gunstige positie zijn dat je GOLDmember bent dan kan je haar verwelkomen met een exclusief gepimpte Hyve. Hoe bruut!

We zijn er echter nog niet. Ontevreden Goldmembers zijn niet het probleem. Dat zijn de 'gewone' Hyvers die nu in angst hyven. De uitslaande brand is een veenbrand geworden. Er is veel onduidelijkheid. Wie ziet nou wat? Goldmembers zien anonieme Hyvers zeker wel?

We ontkrachten het tientallen keren in vetgedrukte letters. **Als je je instelling op 'niemand' zet, ziet niemand je bezoek. Hyvers niet, Goldmembers niet, ik niet, niemand niet.** Het helpt een beetje, maar niet veel. Want de grote meerderheid komt niet in de Hyvers-Hyve, stelt geen vraag, logt niet in op de homepage, bekijkt de uitlegpagina niet of leest überhaupt niet.

De grote meerderheid is bang en durft nergens meer op te klikken. Een minderheid weet nog nergens van, waant zich in het donker en hyvet vrolijk verder. En een minderheid op Hyves bestaat nog steeds uit honderdduizenden mensen.

De ramp is compleet als het in de chaos van de nood-deploys toch sporadisch voorkomt dat anonieme bezoekers zichtbaar zijn.

Anderen vinden de verwarring juist hilarisch en gooien olie op het vuur. Überhyver Rogier van Duyn meldt in zijn WieWatWaar erg tevreden te zijn met zijn exclusieve platinumaccount. 'Daarmee zie je echt alles, ook van anderen. Ideaal.'

Er is iets geknakt. Bij Hyvers en bij ons. Dat iedereen met één klik weer anoniem is, betekent nog niet dat alles weer bij het oude is. Studenten die we uitnodigen voor de lunch schetsen een uniform beeld: de goede *vibe* van de eerste twee jaar is weg. Hyves is nu complex. Onbetrouwbaar. Anoniem hyven is de ruggengraat van onze site, dat weet toch iedereen?

Wij moesten er zo nodig mee gaan rotzooien en nu is alles verpest. Hoe dat is op te lossen weten zij ook eigenlijk niet. 'Lastig.'

Het hippe online reclamebureau Media Republic viert op 8 juni de opening van zijn nieuwe pand. Ook wij zijn uitgenodigd, je buren weiger je niet.

'Wat een succes, hè, dat Hyves? Ongelofelijk. Jullie zitten geramd.'

Enthousiast feliciteert een creative director ons. Het is een bijzonder contrast. Wij zijn fysiek misselijk van de ellende, maar de gasten zijn vooral creatieven en marketeers en die weten nog van niets. We lachen als een boer met kiespijn, vermijden de schaarse stagiair die wel weet dat Hyves in brand staat en zetten het heel hard op een drinken. Dit kan de laatste keer zijn dat we gefeliciteerd worden, de volgende dag publiceert *de Volkskrant* een groot stuk over het debacle.

Het wordt nog erger. Een paar dagen na de borrel ontdekt iemand een potentieel desastreus gat in de beveiliging. Door simpel een ander getal in het internetadres in te vullen bij het beantwoorden van

een bericht was het enige tijd mogelijk om willekeurige berichten van anderen te lezen. De 'hacker' heeft al tientallen berichten gedownload, inclusief bankrekeningnummers. Gelukkig worden onze vurige gebeden gehoord. Het nieuws staat op een blog over beveiliging, maar wordt vreemd genoeg niet opgepakt door de media.

Bij de Hyvers heeft de woede inmiddels plaatsgemaakt voor teleurstelling en berusting. Net als bij ouders is dat veel pijnlijker. Misschien is het wel voorbij.

Op woensdag 14 juni is HQ tot diep in de nacht verlicht. Er rest nog één paardenmiddel: ieder bezoek weer standaard anoniem maken. Want nog steeds zijn er Hyvers die niets doorhebben en mensen die zich niet willen verdiepen in de instelling. We moeten een moment creëren waarop iedereen weet dat alles weer bij het oude is. Een melding op de homepage is onvoldoende. Zelfs nieuwsbrieven worden niet altijd gelezen. Het kost bovendien dagen om ze te verzenden.

Er is één plek waar je als Hyver niet omheen kunt. Daar mag je eigenlijk niet aankomen, maar we hebben toch niets meer te verliezen. Om halfeen 's nachts starten we met het virtuele equivalent van een reanimatieschok. Of liever, 1 miljoen schokken.

3...
2...
1...
Clear!

Hola!

Vergeef me de brutaliteit dat ik je krabbel maar ik wilde je even persoonlijk bijpraten over vorige week omdat het veel heeft losgemaakt en niet iedereen de aankondigingen blijkt te hebben gezien.

Zoals je waarschijnlijk weet introduceerden we toen statistieken voor bezoek vanaf 6 juni. Volgens velen een erg leuke functie maar niet iedereen was er even blij mee, ook al kon iedereen het uitzetten.

Hyven was hyven niet meer hoorden we van sommigen.

Da's natuurlijk niet zo mooi.

Als je je instellingen nog niet hebt aangepast hebben we daarom dit nu standaard op uit ('niemand') gezet. Zodat je weer ouderwets 100% anoniem kan hyven zonder iets te hoeven doen. Of je moet je instellingen hier op 'aan' zetten natuurlijk. Klik hier voor het hele verhaal!

Sorry voor alle verwarring of evt. irritatie!

That's all for now, Hyve on!

Pffff, nog een paar honderdduizend krabbels te gaan...

De Goldmembers zijn al bedankt voor hun steun. De duur van hun Goldmembership is verdubbeld, maar ze kunnen ook hun geld terugkrijgen.

Gelukkig zijn de reacties bijna zonder uitzondering heel enthousiast. In de twee dagen na de krabbel ontvang ik 10.000 krabbels, meer dan in de gehele twee jaar ervoor.

'*Success is the ability to go from one failure to another with no loss of enthusiasm.* (Sir Winston Churchill). Gewoon doorgaan dan gaan jullie lekker;-) Succes! Viola.'
'Hulde hulde hulde hulde hulde hulde.'
'Thanks voor de krabbel ik heb het al aangepast gelukkig! Nu kan ik ongestoord gluren op de nieuwe vriendin van mn ex haar Hyve :-$ Soms ben ik er wel benieuwd naar want ze gaan trouwen. Nu maar hopen dat niemand die ik ken dit leest.'

'he kerel ik vind Hyves fucking mooi en wacht zeker op je uitnodiging voor het eten ben nu echt royaal kaal me broertje is geslaagd en ben helaaam afgetank gasssttt ga zo door jullie doen fucking mooi werk pease!!!!'

Veel Hyvers hebben niet door dat ik de één miljoen krabbels niet elke keer opnieuw type.

'Jeetje das een kutklus!!! Nou ja sterkte dan maar met dat hele verhaal :P Alhoewel je zal wel simpel knippen en plakken... haha'

Het idee dat wij zelf de hele nacht hebben zitten knippen en plakken wordt versterkt doordat de berichten over de hele nacht geplaatst worden. Want zelfs de servers hebben een hele nacht nodig om de krabbels te plaatsen. We ontkennen het maar niet.

Eindelijk kunnen we deze ellendige periode afsluiten. Het Goldmembership kostte ons tien jaar van ons leven, maar nu hebben we ook wat, al komt dat meer door geluk dan door wijsheid. Geen van de grote westerse netwerken kent een betaald abonnement. Ondanks het uithollen van de dienst komen er toch elke maand een paar duizend Goldmembers bij. Meer als steunbetuiging dan door het pakket zelf, maar we kunnen er evengoed nieuwe programmeurs van aannemen.

Het nucleaire afval van Hyves – de statistieken – is veilig opgeslagen. Zolang daar niets mee gebeurt, zijn we veilig. Gelukkig komen nucleaire rampen niet voor. Bijna niet tenminste.

Op de eerste date met Goldmembers in september is de afgrondrand alweer ver weg. De sfeer zit er goed in. Niet alleen omdat de drank in de Amsterdamse kroeg is afgekocht, maar ook omdat iedereen ~~zijn favoriete Goldmember heeft uitgekozen~~ in de loting aan een leuke date gekoppeld is. Het aantal potentiële Goldmember-dates is uitgegroeid tot een felle prestigestrijd tussen HQ'ers. Niet zelden worden zakelijke profielfoto's vervangen door bikini's in de strijd om meer dates. Veel maakt dat niet uit overigens. Nine en Meral staan altijd bovenaan.

Drie jaar later melden de echte winnaars van de zwartste dag uit onze historie zich.

–– Original message ––
From: Esmeralda
Sent: 2009-10-07 15:56:28
Subject: Hyves aanzoek

Beste Raymond,

Ik las op NU.nl dat er een eerste Hyvesaanzoek is geweest. Das natuurlijk heel erg leuk!
1 juni dit jaar vroeg mijn vriend (Bas) mij ook ten huwelijk. Niet via Hyves maar op vakantie. Het leuke is dat wij elkaar via Hyves ontmoet hebben.

Hij werkte bij een bedrijf in Zoetermeer en werkte daar samen met een jongen die ik een paar jaar terug heb leren kennen via mijn ex Bas. In die tijd begon ik net met Hyves en werd die jongen ook een Hyves-vriend van me.

Via zijn site zag Bas mijn foto voorbij komen in zijn vriendenlijst en klikte erop. Omdat ik Goldmember was, zag ik dat hij naar mijn foto's heeft gekeken zonder een berichtje achter te laten.

Zonder jullie was ik mijn huidige partner nooit tegen gekomen. Dan had ik nooit gezien wie er naar mijn foto's had gekeken en had ik nooit een berichtje achter kunnen laten op zijn profiel (ik had natuurlijk wel eerst gechecked of hij geen vriendin had).

Zo hebben we eerst elkaar gekrabbeld, toen zijn we gaan mailen, van mailen kwam smsen en van smsen kwam bellen.
Uiteindelijk hebben we elkaar in december 2007 elkaar voor het eerst ontmoet.

Het is eigenlijk een Hyves-sprookje.

8. Music Maestro

Ik zit in de verkeerde business.
Dj Roog

De burgeroorlog is net op tijd bezworen. Aan het westfront komt Myspace snel dichterbij. Het netwerk groeit internationaal steeds harder en heeft al een kantoor in Londen. Wij zijn nog steeds niet onder de indruk van hun website, maar hun Nederlandse leden worden actiever. Veel Amerikaanse artiesten gebruiken de site intensief voor de communicatie met hun fans en we maken ons zorgen dat steeds meer Nederlandse artiesten ook lid worden, waarna hun aanhangers zullen volgen. Sinds kort maken sommige Nederlandse bands zelfs al reclame voor hun Myspace-pagina op hun Hyves, zoals Jamie Westland, de drummer van Di-rect.

Subject: Artisten die op Hyves reclame maken voor myspace
Date: Thu, 13 Jul 2006 20:20:05 +0200
From: Raymond Spanjar
To: Koen Kam, reinoud, floris

http://jamie-westland.Hyves.nl/index.php?l3=ti&l4=it

We moeten vaart maken met Hyves Music!

We moeten koste wat het kost voorkomen dat Nederlandse artiesten ambassadeurs worden voor de Amerikanen. Daartoe ontwerpen we Hyves Music, een sectie waar artiesten hun muziek kunnen uploaden. Floris maakt de *player*, de concertagenda en de hitlijsten. En terwijl Reinoud in een paar weken het muziekplatform voor twee mil-

joen Hyvers moet bouwen, benader ik bands, platenmaatschappijen en dj's.

Sommigen kennen we al omdat ze Hyves gebruiken om feesten te promoten. Het is onze redding als *Nieuwe Revu* ons een dag wil volgen voor een grote reportage.

Het is zondagnacht één uur als Raymond Spanjar (29) de Amsterdamse Sugar Factory binnenloopt en zegt: 'De jongen die dit feestje organiseert zit ook op Hyves. Ik ga even kijken of er wat te regelen valt.' Hij verdwijnt achter een deur en komt een minuut later weer tevoorschijn met een glimlach op zijn gezicht. 'Gelukt, we kunnen gratis naar binnen.' Terwijl zijn vrienden de zaal in lopen, blijft Raymond even staan om een praatje te maken met de organisator van Wicked Jazz. 'Het lijkt me leuk om vaker samen te werken,' zegt die tegen Raymond. 'Mij ook, stuur me maar een mailtje,' antwoordt hij. Zomaar een voordeel voor het gezicht van het populairste online netwerk Hyves, hij komt tegenwoordig gemakkelijk zonder te betalen binnen bij feestjes.

Het mooie artikel is kantje boord. Een verzoek om een dag mee te lopen ademt de onuitgesproken verwachting van een reportage vanuit het oog van een orkaan. Loeiende servers, schreeuwende programmeurs, de redactie aan de telefoon met politiek Nederland terwijl bij de ramen groupies met investeerders vechten voor een glimp van het team. Het echte beeld is minder spectaculair. De programmeurs typen hun codes in stilte. De stagiairs beantwoorden de paar honderd dagelijkse mails geconcentreerd in hun legbatterij. En Gijs verkoopt de advertentieruimte per mail. Of soms per telefoon, maar dan wordt hij snel naar buiten gesist. En de enige groupies zijn onze moeders. Helaas. Bij de paar besprekingen die wel interessant zijn, zoals met onze aandeelhouders, politici of over misbruik, hebben we juist liever geen journalisten.

Een groot *Revu*-artikel kunnen we echter niet laten schieten. We draaien een middagprogramma in elkaar van lunch, inwerken van nieuwe Angels en een afspraak met Telfort. Als klap op de vuurpijl gaat

journalist Gert-Jaap Hoekman met een fotograaf mee naar een feestje van de Hip500-Hyve voor het gewenste rock-'n-rollelement. Het lijkt zo alsof we elke week een paar feesten van leden hebben, maar dit is de eerste keer. Het is een gok. We kennen de organisatie niet, en de enige zekerheid is dat feesten op zondagavond niet garant staan voor een gekkenhuis.

Niet wetende wat te verwachten duwen we gespannen de deuren van de Amsterdamse Zebra Lounge open. De flitsende megacamera maakt de situatie nog pijnlijker duidelijk: de zaal is leeg. Onze groep van tien verdubbelt het publiek. In ons hoofd draaien de koppen ons al tegemoet: 'Virtueel vriendennetwerk geen feest.' De jongens van de organisatie hebben natuurlijk wel hun best gedaan en geven ons zelfs een tafel met gratis champagne.

Een uur later is er een plan B. Om de hoek in de Sugar Factory is een feestje van Wicked Jazz Sounds. Organisator Manne is een vriend van Eva en we hebben hem vaak geholpen. Mannes telefoon staat echter uit en het feest is uitverkocht, dus het is een risico. Quitte of dubbel. Eerst een leeg feest en daarna voor een dichte deur zou de toon van het artikel drastisch veranderen.

De fotograaf staat klaar als ik de portier naar Manne vraag. Normaal zeggen we nooit dat we van Hyves zijn, dus of dat werkt weten we niet. Sowieso vinden we het gênant. Gelukkig gaat het verrassend soepel. Manne onthaalt ons vorstelijk en de *Revu* krijgt zijn gewenste rock-'n-roll. Het wordt een mooi jongensboekverhaal maar het was een dubbeltje op zijn kant.

Raymond en zijn vrienden, de medeoprichters Floris Rost van Tonningen (28) en Koen Kam (37), kregen een eigen tafel, met gratis vers fruit en champagne, maar tegen een uurtje of twaalf vertrokken ze naar het volgende feestje. Bij de uitgang werd hij nog herkend. 'Jij bent Raymond toch?' zei een jongen. 'Jullie zijn goed bezig.'

Het meeste werk van Hyves Music zit in de technische infrastructuur om duizenden liedjes tegelijk af te kunnen spelen. Onder de huidi-

ge omstandigheden is dat extra uitdagend. De technische problemen nemen weer snel toe. Koen, Ramon, Reinoud en Boris doen wat ze kunnen, maar de overmacht aan Hyvers is te groot. Om het erger te maken komen er elke dag een paar duizend immigranten bij. Hyven lijkt steeds meer op Mens-erger-je-niet.

Eind september is Hyves Music af. Bijna iedereen van de benaderde artiesten doet mee en heeft al voor de start muziek geüpload. Van Tiesto tot Di-rect, van Ilse de Lange tot Roog en Opgezwolle. Dj Erick E plaatst zijn single 'The beat is rocking' nog voor de release al exclusief op zijn Hyvesplayer en de Partysquad maakt speciaal voor Hyves een opname.

Chicks met mooie billen, yo. Dat is die shit, yo.
Dikke beats op je Hyve, yo. Dat is die shit, yo.

HYVES MUSIC MAAKT DROOMSTART kopt NU.nl op 26 september. *Metro* wijdt zelfs een hele pagina aan de nieuwe muziekfunctie. Na de lancering komen er snel artiesten bij, want het zijn net mensen: ze vinden hyven alleen leuk als hun vrienden meedoen. Vooral Erick E blijkt een connector.

–– Original Message ––
From: Sidney Samson
Sent: zondag 1 oktober 2006 18:42
To: raymonds@Hyves.nl
Subject: Sidney Samson Hyves

Hey Raymond,

ik heb een mailtje ontvangen van Ericke over het muzikanten-Hyves verhaal. Graag zou ik me hierbij willen toevoegen. Volgens het mailtje kon jij dat in orde maken. Ik hoop dat je dat voor me kan doen.

Mijn gebruikersnaam is: sidney24.
Alvast bedankt!

gr. Sidney Samson

Na twee dagen mailt Reinoud de tussenstand door van zijn creatie. Er zijn al 208 artiesten die bijna 1000 liedjes hebben geüpload. Die nummers zijn al 189.680 keer afgespeeld in 48 uur. 'Dit is natuurlijk inclusief de downtijd van gisteren!'

Het onbekende bandje Somesay staat met 50.000 afspelingen tussen de populairste Nederlandse artiesten. Dat valt ook de platenmaatschappijen op. Zij blijken de ranglijst nauwlettend in de gaten te houden op zoek naar de primeur van de eerste doorbraak van een Nederlandse band op een sociaal netwerk. Zondagavond is EMI-directeur Bart Cools er na het lezen van de nieuwsbrief aan Hyvers als eerste bij.

–– Original Message ––
From: Cools, Bart
Sent: zondag 1 oktober 2006 22:10
To: Raymond Spanjar
Cc: Alphen, Susanne van
Subject: Re: Nieuw, Hyves Music: Tiesto, Erick E, Di-rect, Ilse de Lange, Roog, Opgezwolle...

Hoi Raymond,

Ziet er allemaal erg goed uit.
Vraagje – het bandje somesay had afgelopen vrijdag ruim over de 45 K plays op een van hun songs. Staan nu nog steeds hoog – maar ik vind die 45 K plays niet meer terug in hun profiel?
Que pasa ?

Bart

Somesay kan minstens zo goed programmeren als muziek maken. De 50.000 plays kwamen van één IP-adres. Waarschijnlijk het resultaat van een technisch trucje, dus de band zetten we weer terug naar start. Nog dezelfde dag waarop we de fraude ontdekken, limiteren we het aantal afspelingen per IP-adres. Release early, release often.

Bekende artiesten hebben al snel meer dan tienduizend vrienden. Voor velen is het een revolutie. Niet langer zijn zij afhankelijk van radio en televisie waar een paar machtige mensen bepalen wat de hits worden. Voortaan communiceren ze direct met hun fans.

Het is ook een manier om te ontdekken wie die fans precies zijn. ''s Nachts klik ik op Hyves vaak door mijn vrienden. Ik ben altijd verrast hoe divers ze zijn, van hipsters tot studenten tot hiphoppers, alles zit ertussen,' zegt dj en producer Don Diablo.

De fans zeggen ook wat terug. Meestal via de krabbels, maar soms maken ze bijvoorbeeld een schilderij van hun idool. Of sturen ze een foto van zichzelf. Al dan niet naakt. Don ontvangt veel naaktfoto's. 'Jong, oud, vrouw, man, dik, dun, de foto's zijn net zo divers als mijn fans,' aldus de dj. 'Soms zijn de foto's zo pikant dat ik echt tegen mezelf moet zeggen 'Must... be... strong...'

Want in tegenstelling tot collega-artiesten die regelmatig fans uitnodigen voor intieme duetten bij hen thuis, spreekt de dj nooit af met naakte bewonderaarsters. Zegt hij.

Artiesten voegen ook elkaar toe. Dat leidt weer tot nieuwe samenwerkingen en nummers. En als Don in een WieWatWaar meldt dat hij met de band Moke in de studio zit, schrijven journalisten een stukje. Nog even en artiesten hoeven helemaal niet meer de deur uit.

Handige jongens willen profiteren van de populariteit van de idolen. Artiesten krijgen duizenden euro's aangeboden om een bericht met reclame naar hun vrienden te sturen. Ruben van de populaire Partysquad moet niets van dergelijke spam hebben. Hij baalt echter wél dat hij misschien veel meer geld heeft laten liggen. Een paar jaar eerder richtte hij de populaire muziekcommunity PP2G.nl op. 'Als ik dat voor een breder publiek had opgezet, dan had ik die site van de

hand kunnen doen voor een goed bedrag en nu niet meer elke week in de clubs hoeven staan!' lacht de dj.

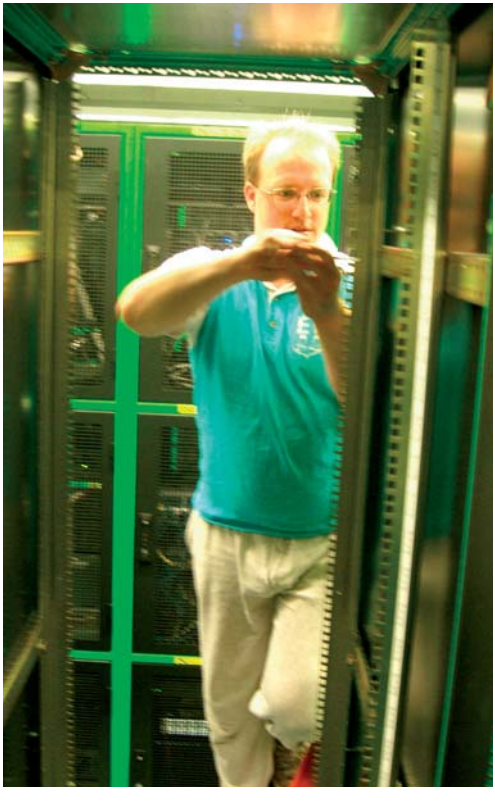
En wat vindt Di-rect, de band die zijn Hyves-vrienden uitnodigde voor Myspace, ervan?

'Ik heb voor Di-rect ook meegeholpen aan het opzetten van onze Myspace maar ik moet zeggen dat Hyves qua gebruikersgemak veel uitgebreider en makkelijker is,' aldus bassist Bas van Wageningen in een interview.

Mission accomplished. Voor nu.

Bij IEX verplaatsten we in de zomer het kantoor naar een Frans zwembad, augustus 1999.

Reinoud installeert nieuwe servers.



Met het team naar het WK kijken in de Amsterdamse Escape.

'Als de verleiding groot is, dan kijk ik even naar de foto van mijn eigen kinderen.'
Aldus Wouter Bos in een interview met Nine en Meral.

Angels Suzanneke, Josien en Meral in actie.

Slaags met Heleen op de uitreiking van de Online mediaman en mediavrouw van het jaar.

Hyvequake, het eerste Hyves-feest. Rechts verbijt dj Roog zich terwijl ik zijn publiek wegjaag.

Het 3 miljoen Hyvers-feest met Don Diablo, Pete Philly en Floris.

Angels en oprichters op een vrijmibo.

WOENSDAG

SPITS

WETEN WAT JU WILT

WOONMAAND IN SPITS!

SPITS

PORNOGRAFIE OP HYVES

Clandestiene porno wordt snel van populaire website gehaald

Hyves.nl

always in touch with your friends

WWW.LEMONART.NL

There's no such thing as bad publicity. Echt?

Het hart van onze winnende marketingstrategie.

Onder aanvoering van Wilco en Remco groeit de advertentieverkoop eind 2007 razendsnel. Links Steef Beuker.

Yme neemt de Next Web Award voor Best European Company in ontvangst.

5 miljoen Hyvers! (rechtsboven)

De helden van system engineering.

Hyves is oranje op het jaarlijkse bowlingtoernooi van de internetwereld.

Eten met Joop van den Ende in het Okura.
Van links naar rechts Koen, Marc, Joop, yours truly*, Yme, Leendert, Hubert en Floris.*

Dit verzin je toch niet?

'Goed beeld, bulldozer die orde op zaken stelt,' chat Rutte naar Job Cohen. Rechts Wouter Glaser.

Met het team op een nudistenstrand in Mallorca. Van links naar rechts Wilco, Marc en Remco.

Nine met een vriendin aan het chatten.

Koortsachtig beraad over de laatste details van de deal met De Telegraaf.

Ondertekening van de fusie met De Telegraaf. *Rechts proost Ad Swartjes op een mooie samenwerking. Naast hem* CFO *Fred Arp.*

9. De heilige graal

Ik hoorde van Rob dat je Hyves aan Talpa had verkocht. Van harte gefeliciteerd en veel succes.
Michael Kraland

Tegelijk met de politieke strijd en het gevecht met concurrenten vinden achter de schermen gesprekken plaats met mogelijk nog veel ingrijpendere gevolgen. Verschillende grote mediabedrijven benaderen Hyves. Er wordt niet direct een zwarte koffer met geld opengeklapt, maar al snel volgt in de gesprekken de vraag: wat zijn jullie plannen op langere termijn? En: staan jullie open voor de verkoop van een minderheids- of een meerderheidsbelang?

Praten kan altijd. Los van het geld hebben mediareuzen veel toegevoegde waarde. Een internationale partner kan Hyves alsnog uitrollen in het buitenland. Het massabereik en de technologie van bedrijven zoals *De Telegraaf* en KPN kunnen Hyves in één klap twee jaar vooruit in de tijd zetten. Daarnaast zijn het mogelijke concurrenten. Onder het motto *keep your friends close but your enemies closer* houden wij die graag dichtbij.

Ook zijn we nieuwsgierig naar de waarde van Hyves. De overname van Myspace was de start van een hype die sindsdien alleen maar in kracht is toegenomen. In Amerika worden start-ups al snel gewaardeerd op tientallen miljoenen dollars en het studentennetwerk Facebook soms zelfs op miljarden. Hyvers delen onze interesse en zijn in februari 2006 een polletje gestart.

'Hoeveel zal *De Telegraaf* of eBay of iemand anders moeten betalen om Hyves te kopen?'

'10 euro per lid,' schat Stephanie.

Dat vindt Marcel veel te laag. '10 euro per lid lijkt meer op een

huurprijs per jaar dan een koopprijs.'

De gemiddelde taxatie van de Hyvers is 75 miljoen euro. Volgens 38 procent ligt de waarde zelfs tussen de 100 en 200 miljoen. Dat is natuurlijk niet helemaal objectief, het is tenslotte hun eigen site.

Op de achtergrond van de gesprekken speelt mee dat Microsoft en Myspace op het punt staan om de Nederlandse socialenetwerkarena te betreden. Nu heeft Hyves de wind in de zeilen en is net de eerste slag tegen Myspace gewonnen, maar we vrezen dat de veel grotere schaal van de giganten op langere termijn tegen ons kan werken. Zowel Myspace als Microsofts Hotmail en Messenger worden inmiddels gebruikt door meer dan 100 miljoen mensen. In maart test Microsoft in Australië zijn gloednieuwe sociale netwerk, MSN Spaces. Als alles volgens plan verloopt, wordt Spaces binnen enkele maanden in de hele wereld uitgerold. In Nederland kan Hyves dan dankzij de miljoenen MSN-accounts in één klap worden gedegradeerd tot een kleine nummer twee.

De eerste partij die voorzichtig met ons flirt voor een overname is Sanoma. Het Finse bedrijf met titels als *Cosmopolitan* en *Viva* is de grootste uitgever van tijdschriften in Nederland. Sinds de overname van Ilse Media is de multinational bovendien eigenaar van onder andere NU.nl en Startpagina.nl. Zowel mensen van Sanoma als Ilse Media spreken we regelmatig, van onze kant vooral om meer te leren over de werking van de advertentiemarkt. Eind maart mailt zowel Sanoma als Ilse naar aanleiding van alle publiciteit omtrent de verkiezingen onafhankelijk van elkaar om weer eens af te spreken. Twee afspraken, één vraag. 'Hoe kijken jullie aan tegen de verkoop van een belang?'

De tweede geïnteresseerde partij is een bekende uit de telecomwereld.

–– Original Message ––
From: Melodietje Worldwide
Sent: 23 April 2006 17:38
To: Raymond Spanjar
Subject: Re: Overname Hyves – Melodietje

Nog steeds geen interesse om Hyves te verkopen, Raymond?

Begin mei fiets ik 's avonds door de Jordaan naar huis als ik Tony Berk jr. tegenkom. Hij gaat net wat drinken met John en Johnny Talpa in café Finch op de Noordermarkt.

'Heb je dorst?'

John de Mol. Vroeger heb ik hem een paar keer kort gesproken bij Tony thuis in Laren. Dat zal minder indruk hebben gemaakt op John dan op mij, als hij het zich überhaupt nog herinnert.

In de Finch sta ik al snel alleen met de mediamagnaat aan de bar.

'Natuurlijk ken ik Hyves.'

John de Mol kent Hyves!

Niet dat De Mol een digibeet is. Niemand van de mediabazen gelooft méér in nieuwe media en de samensmelting van tv, radio en online dan John Talpa. Maar elke keer als iemand zegt Hyves te kennen, glimmen we van trots. Dus als John de Mol zonder hakkelen Hyves noemt, dan is dat best gaaf. Haifs, twee jaar geleden was het niet eens een woord!

'Hyvers kunnen nu al video's uploaden en straks na de lancering van Hyves Music is eigenlijk iedere Hyver een producent en zender van content.'

Als John 100 miljoen investeert in een tv-zender, wat heeft hij dan wel niet over voor een paar miljoen zenders?

De biertjes inspireren. De Mol stelt voor om op korte termijn verder te praten. We wisselen 06-nummers uit – *het 06-nummer van John de Mol!* – en de mogul nodigt me uit voor een lunch de week erop met hem en Talpa Media-baas Ronald Goes.

Ondanks de versierpogingen lijkt het verstandig om extra geld op

te halen. Get it when you can, not when you have to. Op papier maakt Hyves geen verlies meer, maar de servers moeten nog steeds deels direct afgerekend worden. Ook willen we extra investeren in programmeurs.

Het is gevaarlijk om het gat in de begroting pas op het laatste moment te financieren. Als er dan iets tegenzit, sta je met de rug tegen de muur. De tijdsdruk zorgt dan niet alleen voor een veel lagere waardering en dus meer verwatering, maar het kan ook negatieve gevolgen voor de business hebben omdat investeringen worden uitgesteld.

Een halfjaar na de investering van Hubert stellen we voor om een paar ton op te halen op een waardering van 10 miljoen. Dat lijkt niet onredelijk. Weliswaar maakt Hyves nauwelijks winst, maar we groeien snel en behoren nu al tot de vijf best bezochte sites van Nederland. En buitenlandse netwerken zijn veel meer waard. We rekenen op een snelle deal, want opnieuw zijn het bedrag en de waardering van tevoren al afgesproken met Leendert, op voorwaarde dat Hubert ook meedoet.

We maken echter een fout. Eén koper(of groep kopers) is geen koper. Zonder concurrerende investeerder is er geen alternatieve prijs en dus geen minimumprijs. Hubert vindt 10 miljoen te veel. Zeker in verhouding tot de waardering van 3 miljoen in de vorige financieringsronde. Hij is bereid om de helft voor zijn rekening te nemen, maar alleen op een waardering van 5 miljoen.

De helft.

Daar kun je over discussiëren, maar dat zorgt net zomin voor een hogere prijs als een discussie bij een marktstalletje voor een lagere prijs zorgt. Je krijgt pas een betere prijs als je de daad bij het woord voegt en wegloopt. Wij willen niet weglopen. Een nieuwe investeerder zoeken kost veel tijd en – belangrijker nog – focus. Nog minder aantrekkelijk is het om onder tijdsdruk een deal te moeten sluiten met een strategische partner omdat we geld nodig hebben.

Vanwege de snelheid zakken we naar 8 miljoen. Hubert houdt echter voet bij stuk. Logisch, bij een 40 procent lagere waardering krijgt hij bijna 60 procent meer aandelen voor zijn geld. Bovendien hebben

we nog steeds geen alternatief. Al was het maar om aan te tonen dat onze waardering niet te hoog is.

Gelukkig biedt Don Corleone de helpende hand. Hij stelt het belang van het collectief boven zijn eigen belang. Leendert wil geen lagere waardering en biedt aan om op 8 miljoen de hele financiering voor zijn rekening te nemen.

Dat is niet nodig, Hubert doet toch mee. Op een waardering van 7,5 miljoen.

Veel banken en corporate finance-adviseurs ruiken inmiddels een potentiële deal, en dus commissie, en benaderen ons. In juni komen drie investmentbankers van ABN AMRO op bezoek op HQ. ABN is een van de grootste spelers op de Nederlandse fusie- en overnamemarkt. Doordat deze bank bij de meeste deals in de mediasector betrokken is, is er veel kennis over hoe de directies van de Nederlandse mediabedrijven tegen internet aankijken.

'Als ik jullie was zou ik wachten; het lijkt mij te vroeg.'

Met nauwelijks omzet en een verwaarloosbare winst is de waardering ook beperkt, vindt de bankier. Het is beter om nog twee jaar de tijd te nemen om de omzet op te voeren.

Hij heeft een punt. In principe zorgt een hogere winst inderdaad voor een hogere waardering. We zijn echter nog steeds nieuwsgierig naar wat onze prijs nu al is. In het buitenland wordt toch ook veel geld betaald voor bedrijven zonder winst?

'Ik kan me voorstellen dat een grote speler 35 tot 50 miljoen euro over heeft voor Hyves,' schat Mark Zuidema.

35 miljoen! Terwijl we net met veel hangen en wurgen een emissie van 7,5 miljoen hebben gedaan...

Zuidema ziet eruit als een investmentbanker pur sang: strak in het pak en een bruine haardos die niet verkeerd kan zitten. Hij is een modelhyver acht jaar later. Binnen ABN is de bankier verantwoordelijk voor de sector media en internet.

We spreken af dat we intern gaan overleggen of we een formeel traject in willen gaan om de verkoop van een strategisch minderheids-

dan wel meerderheidsbelang te onderzoeken, of dat we helemaal onafhankelijk blijven.

Op 7 juli reis ik weer af naar Talpa Media HQ in Laren. Het broodje kaas dat ik daar eerder at met John de Mol en Ronald Goes is al ruimschoots verteerd. Tijdens die lunch was De Mol erg charmant, op persoonlijke gronden hoeft een investering in elk geval niet stuk te lopen.

Misschien wel op de waardering. Die gaan we nu bespreken. Daarom is Leendert deze keer meegekomen, de oud-oprichter van Gilde heeft dit spelletje al veel vaker gespeeld. Bovendien kan mijn relatie met Talpa onder druk komen te staan als ik zelf ga steggelen over een waardering. Het is altijd aan te raden om onderhandelingen te scheiden van inhoudelijke gesprekken. Zeker bij de waardering die Leendert wil noemen.

'ABN vindt dat een realistisch bedrag, dan moet je niet bang zijn om dat te noemen. Bovendien zie je vanzelf hoe ze reageren,' probeert Leendert me gerust te stellen.

John de Mol is er zelf niet bij. Na de introducties en wat snuffelen vraagt Leendert aan Goes aan wat voor een waardering Talpa denkt.

'Hebben jullie zelf al iets in jullie hoofd?' kaatst Goes de bal terug.

'Nou, eigenlijk niet. Wij zijn helemaal niet met verkoop bezig. Maar als ik toch iets moet noemen...'

Gaat hij het zeggen?

'... dan heb ik waarderingen van Hyves gehoord van 35 tot 50 miljoen.'

Boem. Honderd keer onze verwachte winst in 2006. 50 miljoen voor een bedrijf van minder dan tien werknemers.

Goes en Co geven geen krimp. Wellicht komt dat doordat Ronald Goes een Hyver is? Die waarderen ons immers op 75 miljoen.

'Nee, maar mijn vrouw hyvet fanatiek.'

Zonder verdere discussie over de waardering praten we het uur vol en stappen weer in de auto – terug naar Amsterdam.

Tegelijkertijd meldt een vierde partij zich. Via een adviseur laat KPN aan Leendert weten ook interesse te hebben in die oranje website. Het belbedrijf heeft een agressieve nieuwe mediastrategie. Het investeert onder meer in narrowcasting, content voor digitale televisie en *Dag*, de multimediale gratis krant in samenwerking met *de Volkskrant*. Het zijn echter vooral KPN's traditionele telecomactiviteiten die van grote waarde kunnen zijn voor Hyves.

Uiteindelijk zullen alle belangrijke communicatievormen – e-mail, chat, sms, bellen, en de publieke berichten van sociale netwerken – samensmelten en vooral gebruikt worden vanaf mobiele apparaten. KPN is de onbetwiste marktleider op het gebied van vast en mobiel bellen, sms en internettoegang. De telecommer kan onze groei enorm versnellen, en ons een paar jaar dichter bij ons ideale product brengen door te helpen de verschillende communicatievormen te integreren op Hyves. Niet voor niets is een van onze grote voorbeelden CyWorld overgenomen door een belbedrijf.

Een week na de bijeenkomst bij Talpa bespreken we deze en andere mogelijkheden met Jasper van Rooden en Jaap den Dulk, KPN'ers en Hyvers. Niet noodzakelijkerwijs in die volgorde. De mogelijke samenwerking of transactie heeft zelfs al een interne codenaam bij KPN: project Maja.

Dergelijke projectnamen moeten voorkomen dat de besprekingen uitlekken. In theorie wordt nu binnen KPN in deze context altijd over Maja gesproken in plaats van over Hyves. Als mensen binnen of buiten het bedrijf iets opvangen, weten ze zo niet dat het over Hyves gaat. Bij de andere partijen spreken we ook slechts een handvol mensen. In de media valt er dan ook niets over te lezen. Onder insiders in de mediawereld zoemen de geruchten echter al rond. En zoals vaker gaan die wat sneller dan de werkelijkheid.

–– Original Message ––
From: Michael Kraland
Sent: zaterdag 29 juli 2006 19:07
To: raymond@Hyves.nl
Subject: gefeliciteerd

Raymond,

ik hoorde van Rob dat je Hyves aan Talpa had verkocht.
Van harte gefeliciteerd en veel succes.

Groeten,
Michael

Omdat de mails aan Raymond@Hyves.nl sinds kort uitkomen bij de Angels, feliciteert onze oude (*excusez le mot,* Michael) IEX-partner nu een verbaasde Celine.

'Eh... is er iets wat het team nog niet weet? Of weet hij iets wat wij zelf nog niet weten?'

Voor zover dat nog niet het geval was, staan sociale netwerken vanaf 5 september boven aan de agenda van directeuren van mediabedrijven over de hele wereld. Summer Redstone ontslaat de baas van Viacom. Iedereen schrijft het toe aan het door de vingers laten glippen van Myspace.

De hype wordt alleen maar groter. Het *tipping point* heeft nu ook investeerders bereikt. Een zakenbankier mailt enthousiast dat het Japanse netwerk Mixi 14 september naar de beurs is gegaan. Op de eerste dag verdubbelt de waarde, de oprichter is op slag miljardair.

Beste Raymond,

En weer een nieuwe mijlpaal voor de sociale netwerken... de IPO van Mixi. Waar we het een jaar geleden bij onze introductie nog als een out-of-the

box scenario hadden over een IPO van Hyves, is het in Japan gewoon intussen gewoon gebeurd. Waarde van zo een 370 dollar per user.

370 dollar per lid, dat slaan we niet bij voorbaat af.

Vanuit Spanje stuurt onze investeerder HJ een artikel uit *The Economist* door: BIG MEDIA FIRMS AND INVESTORS ARE COSYING UP TO SOCIAL-NETWORKING WEBSITES. 'Timing kan niet beter!' juicht Mark Zuidema dezelfde week na een gelijksoortig artikel in *Wall Street Journal*. Het gerucht gaat dat Yahoo een bod van 1 miljard dollar op Facebook voorbereidt.

Suddenly, social-networking sites are starting to look like the latest incarnation of the Internet's Holy Grail. Two and a half years ago, Facebook was a college project run by an undergraduate. Today, in an echo of the 1990s technology boom, it is being chased by large companies with their wallets wide open.

We besluiten met ABN AMRO en Mark Zuidema een rondje langs de portemonnees te maken om te kijken hoeveel erin zit.

10. Project Columbus

Raymond, wanneer kondigen jullie aan dat het Telegraafconcern een aandeel in jullie heeft?
Arnout Hemel, MSN/Microsoft

Het eerste idee voor een codenaam voor de gesprekken is Honey, een verwijzing naar *hives* als bijenkorven. Daar stappen we snel vanaf – geen schatje is 50 miljoen euro waard. Columbus voldoet wel: Hyves als de beloofde nieuwe wereld voor de oude mediabedrijven. Een nieuwe wereld mag wat kosten.

Voordat de mediakoningen de overtocht wagen, willen ze weten hoeveel goudstaven dat gaat opleveren. Hyves heeft tot nu toe nauwelijks wat verdiend, dus het gaat voornamelijk om de winstprognoses voor 2007 en 2008. Bij het opstellen van de verwachtingen moeten we aan een paar dingen denken. Aan de ene kant zorgen hogere prognoses, mits geloofwaardig, natuurlijk voor een hogere prijs. Aan de andere kant vormen de prognoses vaak de basis van je *earn-out*, het deel van de overnamesom dat pas betaald wordt na het realiseren van deze voorspellingen. Dat pleit juist voor lagere targets. Per saldo luidt daarom het advies van onze aandeelhyvers: maak ze optimistisch maar realistisch.

De basis van onze financiën is het bezoek aan de website. We verwachten dat de *pageviews* stijgen van 400 miljoen in december 2006 naar 1 miljard in 2007 en 2 miljard in december 2008. Als we 11 procent van de banners blijven verkopen en de prijzen gelijk blijven, vertienvoudigt de advertentieomzet naar 16 miljoen in 2008. Voeg daarbij 2 miljoen aan Goldmemberships en 2 miljoen aan Google-advertenties en de totale omzet stijgt van 2 miljoen in 2006 via 5 miljoen in 2007 tot 20 miljoen in 2008. Ofwel vijf euro per unieke bezoeker in

2008, mooi consistent met andere communities.

De kosten groeien minder hard. Als we kijken hoeveel we nu met zijn tienen doen, kunnen we ons niet voorstellen dat Hyves meer dan 25 man personeel nodig heeft. Wat gaan die doen dan? Ook de hardwarekosten hoeven niet zo hard te stijgen als de pageviews omdat de computerprijzen grofweg elke achttien maanden halveren. Daarom lopen de kosten in ons model slechts op van 1,7 miljoen in 2006 naar 5 miljoen in 2008. Naast de servers betreft de stijging vooral salarissen van nieuwe programmeurs.

Als we vervolgens onder de streep kijken, schamen we ons een beetje. Daar prijkt een winst van 15 miljoen euro in 2008, versus 2 miljoen in 2007 en 0,3 miljoen nu, in 2006. Erg realistisch lijkt de voorspelling niet, maar we kunnen er niets beters van maken.

Om te zorgen dat we in elk geval de prognoses voor het websitebezoek op korte termijn kunnen overtreffen, breiden we de servercapaciteit met 50 procent uit naar 300 servers. De honderd extra servers kunnen echter pas in gebruik worden genomen na de oplevering van de nieuwe hostinglocatie, waar we met smart op wachten.

In de drukte vergeten we bijna onze eigen verjaardag. Op 1 oktober bestaat Hyves officieel twee jaar. HYVES VEROVERT PLEK IN DAGELIJKS LEVEN, schrijft *de Volkskrant*. Sommige bedrijven staan er na twee jaar slechter voor.

–– Original Message ––
From: Hubert Deitmers
Sent: maandag 2 oktober 2006 12:14
To: Raymond Spanjar
Subject:

Hi Raymond,

Gefeliciteerd! De baby is 2; we have only just begun...

Het franse sociale netwerk opgezet vanuit nederland dat ik je donderdag even noemde heet www.amiz.fr
Ben benieuwd wat je daar van vindt...

Groet
Hubert

Na nader onderzoek van het Franse Amiz.fr staan we weer stevig met beide benen op de grond. De Franse site lijkt pas drie maanden te bestaan en al 1 miljoen leden te hebben verzameld. Dat is nog veel indrukwekkender als je weet dat het een initiatief is van twee Nederlandse scholieren van achttien. Mede geïnspireerd door de groei van Hyves bouwden de kennissen van Hubert hun eigen sociale netwerk. In plaats van in Nederland met Hyves te concurreren startten de jongens heel slim in Frankrijk. Daar zijn de heren toch al actief met een aantal gamingsites. We besluiten een afspraak te plannen, misschien moet Hyves zelf maar op overnamepad.

Naast de bedrijven waarmee we al in gesprek zijn, plant ABN AMRO-bankier Mark Zuidema ook afspraken met andere potentiële partners in. Zo krijgen we in korte tijd een goed beeld van de mogelijkheden met een groot aantal partijen. In oktober spreken Mark en ik onder meer met PCM, Talpa Capital en MTV en in november met Yahoo, Microsoft/MSN en Ilse Media/Sanoma. De gesprekken zijn met één of meer leden van de raad van bestuur of het Nederlandse management.

Sommige partijen, zoals Sanoma, kennen we goed, die meetings bevatten voor beide kanten weinig nieuws. De afspraak met Philip Alberdingk Thijm en Bert Groenewegen, bestuurders van PCM, is wél een verrassing. De veertigers zijn relatief jong en ondanks het wat stoffige imago dat aan de krantenuitgever kleeft, zijn ze erg positief over nieuwe media in het algemeen en Hyves in het bijzonder. Ook de hoogopgeleide doelgroep van PCM-kranten zoals *de Volkskrant* en *NRC Handelsblad* past goed bij de wat jongere maar minstens zo slimme Hyvers.

Dan Ligtvoet en Marco de Ruiter kennen we ook nog niet. Ze zijn respectievelijk CEO en CFO van MTV Networks in de Benelux en Scandinavië. Viacom, het moederbedrijf van MTV, is een van de grootste mediabedrijven ter wereld. Online communities zijn al langer een speerpunt in hun strategie. Zo was TMF.nl heel succesvol totdat hun leden massaal overstapten naar een nieuwe, oranje concurrent. Marco en Dan zijn echter niet rancuneus. Integendeel. Tijdens het diner in het directierestaurant op de bovenste verdieping van ABN's hoofdkantoor zijn de mannen erg enthousiast over de samenwerkingsmogelijkheden. Vóór het gesprek zagen wij Viacom als een longshot, maar na het fantaseren over internationale expansie ondersteund door de Europese MTV-zenders, combinaties met tv en events, en ondersteuning van de advertentieverkoop, zien ook wij veel muziek in de combinatie.

Veel bestuurders hyven niet zelf maar hebben wél hyvende kinderen. Omdat hun *due diligence* – het standaard boekenonderzoek naar lijken in de kast nadat het eerste bod is gedaan – begint bij hun kinderen, lokaliseren we die op Hyves. Koen kijkt of hij hen voortaan door kan sturen naar een aparte server, zodat zij wél snel kunnen hyven. 'Of Hyves traag is pap? Nee hoor, vet snel juist!'

Het gesprek met Frank Botman, de baas van Talpa Capital, is anders dan de andere gesprekken. Want Botman is anders dan andere mannen. De zeer succesvolle belegger van John de Mols miljarden draagt zijn naam met verve. Maar dat weet ik nog niet als ik zijn kantoor binnenloop, op bezoek bij de molshoop in de Naardense bossen.

Zijn assistente laat ons binnen. Met uitgestoken hand loopt Mark op de superinvesteerder af.

'Hoe is het, Frank?'

Botman kijkt naar Zuidema en haalt zonder zich te bedenken uit.

BAM!

De vuist van de forse Botman raakt Mark vol op de schouder, significant te hard voor de kwalificatie vriendschappelijk.

'Wanneer gaan we vechten, Zuidema?'

Is dit wat er gebeurt als een deal met Talpa slecht afloopt?

Gelukkig wordt het vechten uitgesteld. Zuidema en Botman kickboksen beiden met een privétrainer en zouden samen nog een keer gaan sparren.

Ook buiten de ring is Botman intens. Hij vuurt de ene na de andere vraag af. Het helpt niet dat Mark de eerste tien minuten geblesseerd is, zoals blijkt uit het wrijven over zijn pijnlijke schouder. Met een goede stomp sta je 1-0 voor, dat moet ik onthouden. Talpa wil nog steeds graag bouwen aan een groter Hyves. Maar Botman heeft bedenkingen bij een formeel proces met een bank. Botman wil bouwen, niet bieden.

Het voordeel van de intensiteit van Botman is dat het gesprek kort duurt. Nog geen uur later staan we weer buiten. Tijd is geld en met een paar miljard onder beheer is tijd een heleboel geld.

Intussen heeft Henk, de nieuwe programmeur en een vriend van Boris, de hele zomer doorgebikkeld aan de chat. De nieuwe functie is een antwoord op de socialenetwerkplannen van MSN. De lancering is een mooi pr-moment, ook om de kooplust bij partijen te vergroten.

AANVAL HYVES OP MSN, juicht *De Telegraaf* op 24 oktober. Ik had nog zo tegen die journalist gezegd: 'Geen bommetje!' Maar goed, onderhandelen is natuurlijk niet hetzelfde als een staakt-het-vuren.

In combinatie met alle positieve media-aandacht voor Hyves wordt het de mensen van Microsoft even te veel.

Raymond, wanneer kondigen jullie aan dat het *Telegraaf*-concern een aandeel in jullie heeft? Gisteren voorpagina *Sp!ts*, vandaag *De Telegraaf*... er is bijna geen ontkomen meer aan.

11. Onbetaalbaar

I remember when, I remember when I lost my mind.
'Crazy' van Gnarls Barkley, winnaar Best Song op de European Music Awards 2006

Half november maken we de balans op van de gesprekken. Als product past Hyves goed bij MSN en KPN, al zijn het wat loggere organisaties. Met MSN moeten we nog praten, maar KPN heeft al een investmentbanker ingehuurd. En laat dat nou dezelfde bankier zijn die uitrekende dat het Japanse Mixi 370 dollar per lid waard is. Kijk, daarmee kunnen we zaken doen. MTV is de beste *fit* qua team en cultuur, met de trip naar Kopenhagen twee weken geleden heeft het hippe mediabedrijf onze harten gestolen. Ilse Media/Sanoma heeft het voordeel dat het een honderd procent internetbedrijf is met een aantal populaire sites en een groot verkoopteam. Een mogelijke bonus is expansie in Oost-Europa via het netwerk van Sanoma. Online is niet PCM's sterkste kant maar het klikt erg goed met het management en hun doelgroep van hoger opgeleiden komt mooi overeen met de Hyvers. Met Yahoo is nog niet gesproken, maar als merk past het goed bij Hyves en Yahoo Mail en Messenger kunnen de website naar een hoger plan tillen. Talpa kennen we inmiddels goed. John de Mol is veruit de ondernemendste van het stel en kan ijzer met handen breken. Er blijft echter een groot verschil tussen de merken Hyves en Talpa Media.

De deadline voor de eerste biedingen is 24 november. Naast een waardering voor een belang wordt de partijen ook gevraagd naar hun visie op de toekomst en strategie van Hyves, en hun toegevoegde waarde daarbij. Op basis daarvan kijken we hoe we verdergaan.

Als we niet heel snel de servers overzetten naar de nieuwe hostingloods heeft Hyves überhaupt geen toekomst. Gelukkig kunnen we op 17 november eindelijk verhuizen. Een aantal niet-kritieke systemen is al overgebracht, maar het is onvermijdelijk dat de website uit de lucht gaat. In totaal moeten tweehonderd servers overgezet worden. De computers zijn onder te verdelen in complexe subsystemen voor onder andere foto's, statistieken en berichten. Van alles is natuurlijk een back-up. Sommige systemen zijn echter zo belangrijk en tijdrovend om te vervangen dat als ze schade oplopen, Hyves dagenlang onbereikbaar zal blijven. Bijvoorbeeld omdat ze net te hard worden neergezet. Om nog maar te zwijgen van een aanrijding met de verhuiswagen.

De verhuizing voelt alsof we een lichaam invriezen, alle organen, botten en spieren eruit halen, vierentwintig uur wachten en hopen dat alles het weer doet als het is teruggezet. Want ook bij Hyves is het niet alleen een kwestie van de systemen weer aansluiten. Na een dag zonder activiteit zal de dynamiek van actie-reactie volledig tot stilstand zijn gekomen. Hyves zal gereanimeerd moeten worden om nieuw leven in de site te blazen.

De verhuizing is gepland tussen vrijdagavond zes uur en zaterdagmiddag, de rustigste 24 uur van de week. Een paar dagen van tevoren stuurt Koen zijn plan rond. Met militaire precisie zijn de taken tot in de kleinste details verdeeld. Achttienhonderd uur is uur U, dan gaat de site offline.

De verhyving is duidelijk een zaak van nationale veiligheid. Een ongeluk met de verhuiswagen zou catastrofale gevolgen voor het land kunnen hebben. Een escorte van politiemotoren is daarom geen overbodige luxe en levert bovendien mooie foto's voor het plakboek op. Helaas ziet de politie dat anders.

–– Original Message ––
From: Nine Ludwig
Sent: vrijdag 17 november 2006 10:45
To: Raymond Spanjar
Subject: Re: idee voor het filmpje

Nou ik heb ze gebeld Ray hahahah
Tuurlijk kan dat niet joh. Politiemotoren en auto's zijn voor de koningin.
En Hyves? Nog nooooooit van gehoord.

Mevrouw, u moet zelf voor beveiliging zorgen en mocht er iets mis gaan dan moet u 112 bellen, die zijn er zo.

Hahah
Juist.

Alsof elke dag miljoenen Nederlanders de koningin bezoeken?

Tijdens de verhuizing linken we Hyves.nl door naar een speciale pagina om de pijn van de Hyvers te verlichten. Het doel is om deze pagina zo leuk te maken dat mensen het bijna jammer vinden als Hyves weer bereikbaar is. Naast onze updates over de verhuizing tonen we hier ook filmpjes van Hyvers zelf met wat ze aan het doen zijn als ze niet kunnen hyven. We vragen ook de Bekende Hyvers om mee te doen.

Als vrijdagavond de eerste stekkers eruit getrokken worden, steken zo Barry van 538, Coen & Sander van 3FM, Koen van CAZ, Direct, Wouter Bos en Mark Rutte de Hyvers op verhyving.blogspot.com een hart onder de riem. Boom Chicago, wiens medeoprichter Andrew Moskos mee was naar Kopenhagen, heeft met zijn team een erg geestig, sarcastisch filmpje gemaakt: *The Top Five Reasons Why Hyves Is Awsome*. De boodschap van de Partysquad gaat vergezeld van de beats van hun laatste hit.

'Op dit moment kunnen jullie geen gebruik maken van Hyves. Dat

is natuurlijk jammer, want het is zo ontzettend leuk om op Hyves te zitten. Om blogs te lezen. Om krabbels te versturen. Ik zelf geniet ook van het gebruik maken van Hyves.'

En het mooiste is het filmpje van Jan Peter Balkenende.

'Zoals je nu ziet, is Hyves eventjes offline. Het is eventjes niet mogelijk om je netwerk te verbreden. Het is eventjes niet mogelijk, homeboys, om wat chickies te regelen via de website. Je doet er niets tegen, het is gewoon eventjes afwachten. Wat wil je doen dan?' aldus de premier. Een minister-president die bezoekers toespreekt als een website offline is, waar zie je dat nou?

De filmpjes zijn zo populair dat ze in de top zestig best bekeken video's van YouTube wereldwijd op die dag staan.

Omdat de website down is, kan men alleen anoniem reageren, maar desondanks is het commentaar op de filmpjes en de blogs erg positief. Het sentiment slaat echter om als Hyves zaterdagmiddag om twee uur nog steeds onbereikbaar is. Ineens wordt duidelijk dat de Hyver anoniem een stuk minder beschaafd is, hoger opgeleid of niet.

Zet Hyves weer terug kk mongolen! Pfffff zullen we met z'n allen naar Myspace gaan?

Zes bezwete uren later is Hyves eindelijk weer in de lucht. 'Let there be Hyves!' De site zal nog een paar dagen instabiel zijn maar eindelijk kunnen we de capaciteit vergroten en het momentum terugpakken.

Op 24 november vliegen Mark en ik naar Londen, waar we de volgende dag een afspraak hebben met Jonathan Wolf, hoofd overnames van Yahoo in Europa. Tegelijkertijd rolt bij ABN AMRO de eerste bieding uit de fax. 'Ilse Media is extremely interested and highly enthusiastic.' ABN faxt het bod door naar Engeland. Ik bel direct Floris.

'Ik heb goed nieuws en slecht nieuws.'

'Doe maar eerst het goede nieuws.'

'Sanoma biedt 70 miljoen.'

'En het slechte nieuws?'

'We moeten dan wel die 15 miljoen winst in 2008 halen.'

De Finnen bieden twee opties. In optie A koopt het bedrijf voor 10 miljoen 51 procent van de aandelen van Hyves. In 2009 neemt het dan de resterende 49 procent over voor vier keer de winst in 2008. Als we kiezen voor optie B, stort Sanoma direct 22 miljoen euro op onze bankrekening voor honderd procent van de aandelen. Als vervolgens de winst in 2008 minimaal 15 miljoen euro bedraagt, volgt een nabetaling van 2,2 keer die winst.

70 miljoen is natuurlijk een droombod. In deze constructie is het echter grotendeels een sigaar uit eigen doos omdat het alleen betaald wordt als we 15 miljoen euro verdienen. Desondanks is een aanbetaling van 22 miljoen euro ook geen slecht begin. Bovendien volgen nog de biedingen van de andere partijen.

Al met al zijn we niet ontevreden met het eerste bod. Nadat ik ook Koen heb gebeld, neemt Ryan – 'Bloody hell I'm good at this' – ons mee uit naar een Londense club.

Eenmaal aan de bar zit het bod me toch niet helemaal lekker. Met elke wodka groeit mijn irritatie. Een aanbetaling van 10 miljoen? Is dat eigenlijk niet een belediging voor onze fantastische site? Waar is de tijd dat een WorldOnline-abonnee 14.000 gulden waard was? Nog een paar wodka's later raak ik de Engelstalige fax van een meter kwijt in de Londense club. Niet ideaal, maar met een beetje geluk vind ik de details van de bieding weer terug op NU.nl.

Als we de volgende dag de Londense City in rijden op weg naar Yahoo, breekt de zon door de regenwolken. De regenboog lijkt te eindigen in de buurt van onze bestemming. 'Zal de pot met goud dan bij Yahoo staan?' vraag ik onze bankier.

Paarse stoelen. Paarse muren. Paarse kussens. Ondanks de beurswaarde van tientallen miljarden dollars is de inrichting bij Yahoo net zo speels als de naam. Wereldwijd trekken de Yahoo-websites de meeste bezoekers van alle internetsites. Communities zijn hun specialiteit. Yahoo als partner voor Hyves, daar kun je wat mee. Yahoo heeft ook als voordeel dat het makkelijker een hoge waardering kan betalen dankzij zijn hoge beurskoers. Beleggers waarderen de inter-

netpionier op zo'n 50 keer de winst, terwijl Nederlandse uitgevers op een koers-winstverhouding van rond de tien zitten.

Er volgt een leuk gesprek met Wolf. Yahoo is erg geïnteresseerd in sociale netwerken, zoals ook blijkt uit de geruchten rond een overname van Facebook. Het internetbedrijf aast bovendien al langer op een grotere aanwezigheid in Nederland, dat nog een relatief blinde vlek is.

Yahoo besluit de mogelijke *country expansion* te onderzoeken en belt ons over een week.

Verder blijft de fax op 24 november akelig stil. Sanoma lijkt niet de eerste, maar de enige bieder. Het nieuwe record van 1 miljoen pageviews per uur wordt niet eens gevierd.

Een week later belt Mark met Londen. Yahoo Europe is erg positief. Men schrikt niet van Marks prijsindicatie van 40 tot 50 miljoen euro upfront plus earn-out en gaat de transactie voorleggen aan het hoofdkantoor in de Verenigde Staten. Diezelfde dag laat MTV weten juist geen toestemming uit Amerika te krijgen en af te moeten haken in het proces, net als de andere multinationals. Voor KPN komt de timing toch niet uit. 'Een halfjaar eerder of later was perfect geweest.'

PCM komt daarentegen wel door met een voorwaardelijk bod. Na de rationale en de strategie volgen de cijfers: 65 miljoen euro voor 100 procent, 20 miljoen euro bij ondertekening, plus 2,4 keer de winst over 2007 en nogmaals over 2008. Als we de winstprognoses van het boekje realiseren, zullen de nabetalingen respectievelijk 5 miljoen en 40 miljoen zijn. De aanbetaling ligt iets lager dan de 22 miljoen van optie B van Sanoma, maar het totale bod is aantrekkelijker omdat er ook een nabetaling volgt als de winst in 2008 minder is dan 15 miljoen.

Intussen draait Hyves zelf spectaculair boven verwachting. Dankzij een sterk laatste kwartaal verwachten we nu dat de winst voor belastingen over heel 2006 uitkomt op 550 duizend euro, 50 procent meer dan in de presentaties. En sinds de verhuizing is het bezoek in een paar weken tijd al met 30 procent gestegen. Als de biedingen nou ook met 50 procent stijgen, gaat het de goede kant op.

Op 6 december wordt de Hyves-hype voor het eerst tastbaar. Samen met de dj's Erick E en Roog organiseren we in de exclusieve Amsterdamse club Jimmy Woo een feest voor Hyvers, Hyvequake. Aanleiding is de release van de nieuwe cd *Housequake* van het duo. Gratis uiteraard. Opnieuw hebben op Hyves al duizenden mensen aangegeven dat ze *dabei* zullen zijn. Maar komen de Hyvers ditmaal wel?

Voor het feest eten Nine en ik met de dj's en hun management in restaurant Vuong van überhyver Roy, tegenover de Jimmy. Tijdens het eten gluurt iedereen naar de overkant. Ook voor de dj's is dit nieuw en spannend.

'Staan er nou nu al mensen te wachten?' Het is acht uur, de deuren gaan pas over twee uur open.

'Jij hebt het echt goed voor elkaar man, ik ben jaloers,' zegt Roog. Daar moet ik even over nadenken. De top-dj reist de hele wereld over om tegen betaling aanbeden te worden op de leukste feesten en hij is jaloers op onze website?

Om tien uur is het onmogelijk om de club binnen te komen. Er staat een rij van zeker honderd meter en een metersdikke haag Hyvers om de deur. Allemaal hebben ze uitgeprinte profiel bij zich, het toegangskaartje voor de avond. De clubmanager Cynthia leidt ons via de noodingang aan de achterkant de tent binnen. Voor de zekerheid zet ik mijn kraag extra hoog op als we langs de menigte lopen. Je weet nooit.

Binnen is het een gekkenhuis. Gezichten van het H-team, relaties en wildvreemden lichten op in de lampen van de camaraploegen van Talpa en AT5 die ons volgen. De sfeer is fantastisch. Op normale avonden komt alleen de incrowd de Jimmy Woo binnen, waardoor het soms wat stijf is. Vanavond staat het vol met Hyvers uit het hele land met maar één doel: uit hun dak gaan. Dat zien en gezien worden doen ze de volgende dag wel op Hyves.

Vanuit de dj-booth – iemand moet die jongens gezelschap houden – kijk ik in de ogen van honderden uitzinnige Hyvers. Ze hebben gelijk. Hyves is honderd miljoen waard. Of eigenlijk onbetaalbaar.

12. Deal or no deal?

Wat ik heb geleerd in deze business is dat de waarde van een onderneming weinig met de werkelijkheid te maken heeft en alles met perceptie.
PCM-topman Ton aan de Stegge in *NRC Handelsblad*

In januari praten we verder met Columbus-finalisten PCM en Sanoma. Yahoo is ook nog zeer geïntereseerd maar kan tot het tweede kwartaal niet verder praten over een deal vanwege een breed in de media uitgemeten reorganisatie. In de gesprekken kijken we vooral naar de toegevoegde waarde van Hyves voor de uitgevers en omgekeerd.

Het eerste gesprek met Sanoma over de invulling van de samenwerking vindt plaats op het hoofdkantoor van ABN AMRO aan de Amsterdamse zuidas. Voor team Hyves zitten Koen, Floris, ondergetekende, Hubert en Mark Zuidema aan de vergadertafel. Tegenover ons zitten onder aanvoering van Paul Molenaar, overnamespecialisten van Sanoma en vertegenwoordigers van een aantal van hun websites.

De meeting maakt een valse start als iemand van Sanoma uit zijn slof schiet over een formaliteit. Even lijkt het een kort gesprek te worden, maar het wordt op tijd gesust. 'Dat is normaal,' zegt Mark na de bijeenkomst. 'In een ander traject maakte hij zo een van de oprichters meerdere keren aan het huilen.'

Voor de Finse uitgever spreekt dat we fan zijn van NU.nl, de site kan een mooie basis vormen van de socialenieuwspagina waar we al langer over nadenken. Ook Kieskeurig.nl en Weblog.nl kunnen waarde toevoegen aan Hyves. Wel vragen we ons af of de uitstraling van sommige Ilse-sites bij Hyves past. Zo roemt iemand van Sanoma de spruitjesgeur van de oer-Hollandse sites, terwijl wij liever iets anders eten dan spruiten.

Commercieel klopt de samenwerking. Sanoma heeft een van de grootste online verkoopteams van Nederland. Als zij de advertentieruimte op Hyves verkopen, draaien wij meer omzet en winst en kunnen we ons richten op de dingen die echt belangrijk zijn. De expansie naar Rusland en andere Oost-Europese landen vinden we ook een mooi avontuur. Paul Molenaar, de internetbaas van Sanoma, is echter sceptisch over onze financiële prognoses.

'Twintig miljoen omzet is wel haalbaar,' zegt de topman, 'maar het duurt langer om dat te realiseren.'

In zijn aangepaste grafiek draait Hyves die omzet in 2010 in plaats van 2008. Omdat we de kosten juist te laag hebben ingeschat, verwacht Ilse in 2008 een winst van 2 miljoen in plaats van 15 miljoen en 8 miljoen in 2010.

'Zegt Molenaar dit om de prijs te drukken? Of meent hij dit?' vraagt Koen aan onze bankier.

'In elk geval het eerste,' antwoordt Zuidema.

De gesprekken met PCM leveren een vergelijkbaar beeld op. Hun toegevoegde waarde zit in een combinatie met hun kranten en op commercieel vlak; en ook zij kijken sceptisch naar onze prognoses.

Op de aandeelhoudersvergadering van 12 januari maken we de balans op. Nu.nl, Kieskeurig en Startpagina.nl zijn net als de NRC en *de Volkskrant* sterke titels. Maar de komende twee jaar willen we Hyves uitbouwen als communicatieplatform en daar is de toegevoegde waarde van beide partijen minder groot. Ook is na de biedingen onze situatie veranderd. Dankzij de verhuizing zijn de pageviews en de groei van het aantal leden verdubbeld naar respectievelijk 20 miljoen en 5000 per dag. Terwijl de externe accountants van een van de partijen 1 miljard pageviews in december te ambitieus vinden omdat het niet in hun rekenmodel past, zien wij de magische mijlpaal in sneltreinvaart dichterbij komen. Daar komt bij dat een paar dagen eerder het Duitse sociale netwerk StudivZ is overgenomen voor naar verluidt 85 miljoen euro, waarvan 50 miljoen als aanbetaling. Volgens

de grove indicator Alexa.com heeft Hyves zelfs twee keer zoveel pageviews en unieke bezoekers, al staat daar tegenover dat de Duitse markt, en dus het potentieel, natuurlijk vijf keer zo groot is. Over de precieze hoogte van het bedrag dat PCM en Sanoma minimaal upfront moeten betalen verschillen de aandeelhouders van mening, maar op basis van Studivz zou het omhoog moeten.

Als Koen, Floris en ik 's middags met een kopje thee nagenieten van de grafiek, blijkt echter dat we de lijnen verwisseld hebben: Studivz is twee keer zo groot als Hyves! Zo bekeken zijn de biedingen juist aan de hoge kant.

Die avond heeft PCM een diner georganiseerd voor hun raad van bestuur en ons drieën. Het etentje bevestigt onze eerdere indruk. Met Philip en Bert kunnen we het erg goed vinden en ook met PCM-topman Ton aan de Stegge, die we voor het eerst zien, klikt het goed. Dit zijn geen zure mannen met inktzwarte vingers die zich vlak voor hun pensioen verzetten tegen elke vorm van vooruitgang, het beeld dat sommige critici schetsen van uitgevers. De heren hebben hun strepen op het gebied van nieuwe media en techniek al verdiend. Aan de Stegge deelt als ex-topman van Telfort onze visie op het belang van mobiel internet en Alberdingk Thijm was eerder verantwoordelijk voor de veelgeprezen multimediastrategie bij *Het Financieele Dagblad*. Bert was hiervoor CFO van softwarebedrijf Exact, en ook hij onderschrijft het belang van internet voor de uitgever.

Tien dagen later bezoekt Ton in zijn eentje Hyves HQ. De bestuursvoorzitter komt niet alleen de geraniums inspecteren. Het bezoek heeft een bijzondere, bijna surrealistische sfeer. PCM, Hyves en adviseurs zijn voor Aan de Stegge mijlenver weg. Allemaal bijzaak. Hij lijkt geen bestuursvoorzitter, maar een vader die zijn zonen waarschuwt.

'Als dit allemaal doorgaat, krijgen jullie straks een heleboel geld, jongens. Dat kan ook een last zijn. Zorg dat jullie jezelf blijven.'

Ton lijkt het niet alleen over ons te hebben. Drie jaar eerder verdiende hij zelf 65 miljoen euro toen Marcel Boekhoorn Telfort aan KPN verkocht. Aan de Stegge wil kijken of we wel opgewassen zijn

tegen plotselinge rijkdom voordat hij ons zijn miljoenen geeft.

'Iedereen wil straks iets van jullie. Wie van jullie is vrijgezel? Raymond? Jij moet helemaal op je hoede zijn.'

Point taken. Hier spreekt een man met ervaring. Een ervaring die we toch wel graag willen meemaken.

Even lijkt er nog een derde kaper op onze kust. Een adviseur polst ons voor een fusie met Bebo om zo een sterk Europees netwerk te creëren. Die site groeit als kool, maar is nergens duidelijk nummer één. Op papier is een combinatie aantrekkelijk, maar in de praktijk lijkt het lastig om ervan te profiteren. Het zou bijvoorbeeld gebruikers te veel bruuskeren om een van de twee sites simpelweg te vervangen. Ook is Bebo te klein om de Hyvers een echt internationaal netwerk te bieden. Bovendien zou een fusie veel tijd kosten, dus het lijkt ons niet slim.

'Iemand nog een nieuwe baan?' Half januari vindt Gijs Nederlandse vacatures van onze aartsvijand. Hij stuurt ze door naar het hele team. Niemand zou ooit van Hyves naar Myspace overstappen, maar daar gaat het niet om. Ze komen eraan.

Journalisten vragen steeds vaker of Hyves te koop is. Natuurlijk, als een bedrijf bereid is om te veel te betalen is bijna elk bedrijf te koop. Om lastige discussies in de media echter te vermijden, geven we bij voorkeur geen serieus antwoord op deze vraag.

Tijdens het Columbus-proces komen deze vragen extra ongelegen, daarom probeer ik dit soort interviews even te vermijden. Het verzoek van het tijdschrift *Miljonair* om een interview houd ik in eerste instantie dan ook af. Als speculeren over een overname niet de insteek van het interview lijkt, spreken we eind januari alsnog af.

Het begint goed. Mijn afspraak met Leendert, Mark Zuidema en een collega van ABN AMRO loopt uit. Als ik de deur opendoe voor de *Miljonair*-journalisten, passeren ze in de gang Mark en co, strak in hun bankiersuniform.

'Zijn dit de toekomstige kopers?' grapt een van de journalisten.

Fijn, dit wordt vast een ander interview dan zoals besproken.

'Wanneer gaan jullie verkopen?'

Het is de hoofdvraag van het interview. Ik probeer de waarheid te spreken zoals ook Clinton de waarheid sprak toen hij zei: 'I did not have sex with that woman, Monica Lewinsky.'

'Nee, we gaan niet bij Sanoma in Hoofddorp op kantoor zitten. We gaan door tot we het niet meer leuk vinden.'

'Yme Bosma zegt dat het dit jaar verkocht wordt?'

'Dat zei Yme vorig jaar ook en toen kreeg hij ook ongelijk.'

De journalisten zijn bijzonder goed voorbereid. Na het kruisverhoor zeggen ze bij het afscheid dat het blad pas op 15 maart uitkomt.

'Sms je ons als het al eerder verkocht is?' vraagt een van de journalisten lachend.

Dat beloof ik. Al de hele afspraak steekt uit mijn achterzak een voorstel van ABN AMRO. Hopelijk kunnen ze niets lezen als ik hen het pand uit leid.

Naast Yme interviewen ze onder anderen Paul Molenaar. Die jongleert ook met de vragen en de waarheid.

Als mogelijke kopers worden *De Telegraaf*, PCM en Sanoma genoemd. (...) Paul Molenaar zegt: 'Ik heb me niet zo in Hyves verdiept.'

Als het tijd is voor de waardering van Hyves, komt het goed uit dat Yme een Hyves-vriend is.

Bosma schat dat, op basis van het aantal gebruikers, de waarde van Hyves tussen de 100 en 150 miljoen euro ligt.

Gaat Sanoma dat betalen? GeenStijl-oprichter Dominique Weesie schat de situatie goed in.

Hij verwacht niet dat Molenaar van Sanoma diep in zijn buidel zal tasten. Paul Molenaar kennende wil hij voor een dubbeltje op de eerste rang zitten en gaat hij niet betalen wat de mensen van Hyves in gedachten hebben.

Miljonair vervolgt: Met zijn laatste opmerking verwijst Weesie naar de manier waarop Molenaar Weblog.nl kocht (hij bood de eigenaar naar verluidt niet veel meer dan een baangarantie aan). Ook Spanjar kent dit verhaal en zegt lachend: 'Die mensen van Weblog.nl hebben bij wijze van spreken op de koop toe moeten leggen om te verkopen aan Molenaar. Daar hoort iemand voor achter de tralies te gaan, op zijn minst voorwaardelijk.'
Dit zal 'de jongens van Hyves' niet overkomen, denkt Spanjar. En oké, hij wil dan wel één ding zeggen over een mogelijke verkoopprijs: 'Voor een dubbeltje krijgen ze het zeker niet.'

In dezelfde periode begin 2007 kijk ik op tv naar een aflevering van *Deal or No Deal*. Voor de mensen die het niet kennen: de deelnemer begint met twintig bedragen die variëren van 1 tot 250.000 euro. Elke ronde opent hij of zij drie dozen met daarin een van de bedragen. Die bedragen kan hij vervolgens niet meer winnen. Na elke ronde kan de deelnemer stoppen als hij de aanbieding van de bank accepteert. Als hij niets accepteert, mag hij het bedrag dat overblijft houden.

Deze deal verloopt voorspoedig. Er zijn nog vijf bedragen in het spel, waaronder de hoofdprijzen honderdduizend en tweehonderdvijftigduizend euro. De kandidaat kan een klein vermogen verdienen. Telefoon. De bank. Beau neemt op. '... ja... ja... dat meen je niet!' 40.000 euro. Zoals altijd is het bod van de bank te laag in vergelijking tot de waarde van de bedragen die nog in het spel zijn. Alleen al de kans van veertig procent om honderd- of tweehonderdvijftigduizend euro te winnen, is zeventigduizend euro waard. Toch nemen veel mensen op een gegeven moment het aanbod van de bank aan. Ze weten dat ze wat van de waarde laten liggen, maar ze willen niet het risico lopen dat ze met lege handen achterblijven.

Zo niet de held van vanavond. 'No deal!' Hij verliest in de volgende ronde direct alle hoge bedragen en houdt bijna niets over.

Ook Flop kijkt die avond naar het Talpa-programma. Hij denkt precies hetzelfde.

Op 15 februari belt onze bank. De tweede ronde biedingen van PCM en Sanoma zijn binnen.

'... oké... ja... uhum... Wat, dat kan toch niet?'

Beide uitgevers hebben de upfrontbetaling van hun biedingen met een paar miljoen verlaagd. En dat terwijl Hyves meer dan twee keer zoveel bezocht wordt als ten tijde van de eerste ronde! De twee bedrijven vinden de winstprognose voor 2008 te hoog, en vooral Sanoma heeft twijfels bij de techniek. De site is echter razendsnel en groeit harder dan ooit.

Ook is PCM in woelig vaarwater terecht gekomen. De investeerder Apax heeft een paar weken eerder zijn meerderheidsbelang verkocht en de banken oefenen grote druk uit op de uitgever.

Dat is heel vervelend, maar het maakt PCM er niet aantrekkelijker op.

No deal.

Als Mark Zuidema de adviseur van Sanoma heeft verteld dat we niet op het bod ingaan, bel ik Paul Molenaar zelf nog even. We zullen elkaar als partner of concurrent immers nog vaak tegenkomen.

Tijdens het gesprek merk ik verbaasd dat de sfeer is omgeslagen. Vóór de tweede fax van Sanoma hoopten we op een fors hoger bod. Vooral onbewust werkt dat door in de hele communicatie. Daarom probeerden we in de gesprekken letterlijk niet te veel voorover te leunen. Want mensen die voorover leunen, hebben de gesprekspartner die achterover zit meer nodig dan omgekeerd. En dat strookt niet met onze boodschap dat er partijen zijn die een stuk meer bieden dan Sanoma. Het tweede, lagere bod was meer een bevrijding dan een teleurstelling. Een combinatie met Sanoma gaat nu gewoon niet werken en met dit bod hoeven we er niet meer over na te denken. Aan de telefoon met Paul neem ik geen blad meer voor de mond, al blijft het gesprek natuurlijk vriendelijk. In combinatie met de formele afwijzing is het effect verrassend. Voor het eerst voel ik de Ilse Media-CEO voorover leunen. Het bevestigt een les van Leendert en Hubert: bij elke succesvolle deal is de verkoper een keer weggelopen van de onderhandeling om te laten zien waar het minimum ligt. Goede deal-

makers lopen al lang voordat het minimum bereikt is weg.

Nu zegt Paul dat de aanbetaling van Sanoma toch kan worden verhoogd. We zijn echter al tot de conclusie gekomen dat Hyves zelfstandig beter af is. Misschien slaan we ons later voor de kop. Het gaat om veel geld. Maar ons antwoord is unaniem.

No deal.

Deel 3
De onderhandelingen

Hyves Eleven

To try it would be crazy
It's never been done before...

To do it would be impossible
You need at least a couple of guys to do a combination of cons.

There's a dozen reasons it won't work
We're just supposed to walk out of there with a 150 million dollars of cash without being stopped?

And eleven guys
Trailer *Ocean Eleven*

De gesprekken met mogelijke partners hebben veel tijd gekost. Die tijd kunnen we nu weer in Hyves zelf steken, het gaspedaal gaat vol naar beneden. Als niemand de hoofdprijs wil betalen voor ons kraslot, gaan we zelf krassen. Dat kunnen we niet alleen. Om van Hyves ook commercieel een succes te maken hebben we de beste krassers van Nederland nodig.

Ook gaan we op zoek naar ~~Eric Schmidt~~ Erik Smit. Steeds meer van mijn tijd wordt opgeslokt door commercie, de interne organisatie en allerlei randzaken waarvan je de volgende dag niet eens meer weet dat je ze hebt gedaan. Ik kom zo steeds minder toe aan de communicatie met de Hyvers en de pers, en het bedenken van ideeën voor de site met Flop. Daarom zoeken we een CEO om Hyves zakelijk te leiden terwijl wij ons in de luwte op het product en de strategie richten. Het Google-model. Bij de Amerikaanse zoekmachine speelt de ervaren manager Eric Schmidt oprichters Larry Page en Sergei Brin

vrij, zodat zij nieuwe producten kunnen ontwikkelen. Niet dat Google zich met ons mag vergelijken trouwens, maar dit doen ze goed.

Bovendien heb ik op de aandeelhoudersvergadering aangegeven er over acht maanden, in januari 2008, een paar maanden tussenuit te willen. Na bijna vijf jaar Hyves wil ik op een trip de tijd nemen om te kijken wat ik de volgende vijf jaar wil doen. Hyves is fantastisch maar een paar jaar reizen is dat ook – het jeukt nog steeds om mijn wereldreis af te maken.

Tijdens Columbus voorspelden we een groei van onze eigen sales van 1 miljoen euro in 2006 via een pitstop van 2,7 miljoen in 2007 naar 14 miljoen euro in 2008. Voor 2007 is dat twee keer zo veel als de prognose van het verkoopleger van Webads, voor 2008 zeven keer. Ambitieus, maar niet onmogelijk. Met een commercieel dreamteam moet het ook zonder strategische partner kunnen.

Het zoeken naar verkopers zorgt voor onrust in het team. Henk, de derde programmeur, schrikt 's nachts wakker, badend in het zweet. Hij droomde van een kantoor vol gladde salesjakkers. Elke keer dat hij naar binnen loopt, verlaat hij de kamer met een aangesmeerde diepvries of een ijskast in zijn handen. Wij delen Henks zorg. Daarom stellen we behoud van de leuke en creatieve cultuur voorop. Type autoverkoper is ongeschikt.

Het was al bijna misgegaan toen we een paar maanden geleden de eerste accountmanager aannamen, een erg actieve Hyver met een paar jaar ervaring bij een van de grote uitgevers. Toch tekende ik zijn contract uiteindelijk met tegenzin toen bleek dat hij bij het melden van zijn salaris enthousiast vooruit was gelopen op een mogelijke salarisverhoging. Bovendien hechtte hij wel erg veel waarde aan een dure Volvo-stationcar als leaseauto. We dachten dat het erbij hoorde, maar het zat ons niet lekker, en niet omdat iedereen naar kantoor fietst. Het werd inderdaad niet wat we er beiden van verwachtten. In 2005 was hetzelfde gebeurd met de eerste systeembeheerder. Op papier was het een uitstekende kandidaat, nota bene een ex-collega van Koen. Ik had er echter een raar gevoel bij en twee

weken na zijn start zat hij met problemen thuis. Ook hij was aangenomen door een schreeuwend tekort aan mensen, die fout wilden we niet nog een keer maken. Dan maar langer zoeken.

Guy Kawasaki vindt dat ook. In zijn klassieker voor start-ups *The Art of the Start* schrijft hij dat je alleen maar mensen moet aannemen die beter zijn dan jijzelf, anders zit je binnen de kortste keren tussen de apen. 'A players hire A + players. B players hire C players who hire D players who hire monkies.' Klinkt logisch toch? Daar houden we ons dus aan, gelukkig is het in ons geval nauwelijks een beperking om alleen betere mensen aan te nemen.

'Werken voor miljoenen' is het motto van onze vacaturepagina. De pagina werkt prima voor Angels, systeembeheerders en programmeurs, maar niet voor managers. Want de beste mensen reageren niet op vacatures. Laat staan dat hun cv op Monsterboard staat. Met zoeken op 'goede online CEO' komen we niet bij Erik Smit uit.

Headhunters kunnen een oplossing zijn. Hun standaardvergoeding voor een rondje bellen van 20 procent van het jaarsalaris is ons echter te gortig. Daarvoor draaien we niet elk dubbeltje drie keer om. We hebben het één keer geprobeerd en dat was geen succes. Bovendien is het erg leerzaam om alle gesprekken met kandidaten zelf te voeren. Door ook te praten met mensen die niet bij de vacature passen, wordt het beeld van de ideale persoon scherper.

–– Original Message ––
From: Raymond Spanjar <raymonds@Hyves.nl>
Sent: Mon Mar 19 20:02:11 2007
To: Heleen van Oord
Subject: FW: goede salespersoon

Krijg dit net binnen, arnoud kent hem niet. Heb je hier als consiglieri in 1 woord een mening over?

Wilco Kaasenbrood, Account Director

From: Heleen van Oord
Sent: maandag 19 maart 2007 20:08
To: raymonds@Hyves.nl
Subject: Re: goede salespersoon

Claro que si amigo een onwijs sympathieke en heel goede gast, zeer fijne vent, wordt helemaal plat gebeld en zit daar met een vet salaris, al vele jaren dus loyaal type, dus kleine kans. Maar als je hem hebt ben ik de eerste je te feliciteren want dan ben je koning. Overigens houden ze bij AdLink heel grappig op een bord bij wie er hoe vaak gebeld wordt door headhunters en bedrijven, ze worden er gek van, dus een slimme insteek is wel op zijn plaats :-)

Succes he adios!

Heleen kent iedereen. Omgekeerd werkt het ook: als je Heleen niet kent, moet je je zorgen maken. Heleen is de *godmother* van het Nederlandse internet. Verwar dat alsjeblieft niet met de *grand old lady*. Ik maakte die fout één keer door haar enthousiast zo voor te stellen. Haar gezicht betrok. Een vrouw noem je nooit oud en zeker niet Heleen. Bovendien is ze slechts 34 24 lentes jong en een kopie van haar Trojaanse naamgenoot.

Wij kennen Heleen al tien jaar. Als IEX ergens adverteerde, lie-

ten we de facturen opsturen naar Heleen, zodat zij de gebruikelijke 15 procent bureaucommissie opstreek. In ruil voor dat beschermingsgeld gaf de virtuele maffiabaas ons introducties, informatie uit de markt en werd zo nu en dan iemand wakker naast een paardenkop.

Heleen hoort bij het groepje dat ons adviseert bij het zetten van de kraak op de online advertentiemarkt van 14 miljoen euro. In plaats van een headhunter in te huren vragen we onze consiglieri wie de beste online salesmanager is om het salesteam te bouwen. Alex Stil hoort ook bij de consiglieri. Met zijn bedrijf Reddion waakt hij over de online bestedingen van Unilever, Nederlands grootste adverteerder. Als Alex je vertrouwt, zit de eerste 10 procent van je target al in je zak. Zijn tip? Wilco Kaasenbrood.

Twee dagen later zie ik Kaasenbrood. Hij mij niet. De godmother wijst hem zwijgend aan. Branchorganisatie Stir heeft zojuist de laatste online kijk- en luistercijfers gepresenteerd in de Amsterdam Arena. De menigte is echter niet gekomen voor percentages maar voor gratis drank. Zoals altijd zijn er vooral uitgevers en verkopers om de schaarse adverteerders te belagen.

Er komt maar geen geschikt moment om hem te benaderen, en zelf word ik ook steeds meer afgeleid. De borrel is al bijna voorbij als Kaasenbrood langs loopt, op weg naar de uitgang. Mijn ingestudeerde slimme opening is inmiddels weggespoeld door het gratis bier en het gebekvecht met de concurrenten van Microsoft.

'Wilco? Ze zeggen dat je de beste bent maar dat je toch niet naar Hyves komt omdat je gaat voor het gouden horloge na 25 jaar Ad-Link?'

Kaasenbrood kijkt verbaasd wat hij nu weer aan zijn fiets heeft hangen. Hij is net zo lang als ik en bijna net zo breed, je kunt door minder geïmponeerd worden.

'Dat klopt niet, het is een gouden dasspeld.'

Ook bij Wilco is er het 'blink'-moment. Hij heeft een erg leuke uitstraling en ondanks het – vooral door mij – extreem oppervlakkige

gesprek maakt hij een intelligente indruk. Oppervlakkig en toch intelligentie voorwenden, hij hoort bij Hyves. Alleen, hoe leg je dat uit aan een volslagen vreemde?

Remco Bos is ook op het feestje. Eigenlijk is dat een soort pleonasme – zoiets als 'de vis is ook in het water'. Waar een mediafeestje is, is Remco. Ook zonder media trouwens. Met een gin-tonic in zijn linker- en een lange blondine in zijn rechterhand staat de Bruce Willis lookalike aan de bar. 't Is dat hij soms met kleine blondines staat, anders hadden we ook deze observatie achterwege kunnen laten.

Een paar weken daarvoor praatten we bij in Palladium. (Dat is het laatste pleonasme, ik ga ervan uit dat je Remco nu kent. Tenzij anders opgemerkt spelen latere gebeurtenissen met Remco zich af in Palladium, met blondine en gin-tonic.) Bos vertelde hoe hij zijn rol van commercial manager interactive bij Talpa Radio Digitaal had bedacht en opgezet. Het is een van de voornaamste digitale projecten binnen het jonge mediabedrijf. Remco heeft John de Mol persoonlijk overtuigd en het is gelanceerd door Balkenende. Door het te verkopen als innovaties waar adverteerders van leren, heeft hij zelfs al een aantal campagnes van honderdduizend euro verkocht. Ook voor Hyves is dat veel geld, terwijl wij veel meer bezoek hebben. Als het even kan schuift Remco een deel van zijn inkomsten onze kant op, bijvoorbeeld door een campagne voor Puma te combineren met Hyves of door zelf op Hyves te adverteren.

'Erg knap. Jullie hebben veel hogere inkomsten per bezoeker, daar kunnen wij nog wat van leren. Eigenlijk zou onze omzet veel hoger moeten zijn als je ziet hoe nauwkeurig en creatief je op Hyves kunt adverteren,' denk ik hardop.

Bos neemt een slok gin-tonic en windt zich zichtbaar op. 'Het is verdomme een schande dat mediabureaus de deur niet platlopen bij jullie. Luie bende. Zeker te moeilijk en onbekend. Liever schuiven ze de omzet door naar de bekende partijen en doen ze zo min mogelijk voor hun commissie.'

Ik sputter tegen dat de fout bij ons ligt, maar opeens weet je het: hij wordt Hyves' salesmanager.

Rem laat de serveerster los, het gesprek krijgt een serieuzere wending.

Na de Stir-borrel eten we tapas en praten we concreet verder over de vacature. Remco heeft het op zich in laten werken. Eigenlijk is hij nog helemaal niet klaar bij Talpa, zijn creatie Radio Digitaal staat nog in de kinderschoenen. 'Ik ben echter zo enthousiast over Hyves dat ik serieus zou nadenken als jullie me een aanbieding doen.'

Het is niet het enige waar Remco over nadenkt. Twee weken later piept mijn telefoon.

11/4/2007 16:34 Remco
Mr Hyves! Wil je Ruud in de spotlight zetten? Hij zit je schofterig te promoten op zender je moet even luisteren als je tijd hebt! Gr

Bos heeft een Hyve aangemaakt voor Ruud de Wild. De dj lanceert een massale campagne op 538 om de grootste Hyve te bemachtigen. En baas boven baas. JPB had zeven maanden nodig voor 50.000 vrienden. Koen van CAZ zeven weken. Maar Ruud ziet al op de zevende dag dat het goed is. Ondanks zijn katholieke opvoeding rust hij echter niet na het behalen van de mijlpaal. Hij draait plaatjes voor zijn Hyves-vrienden in Utrecht bij de Winkel van Sinkel en zet zijn blitzkrieg voort.

Bij de zoektocht naar salestijgers word ik bijgestaan door Arnoud van Leeuwen, tot voor kort salesmanager bij grote concurrent Microsoft en nu parttime op HQ. *Keep your friends close, but your enemies closer*. Arnouds opvolger bij Microsoft is Edo Povel. Povel is Heleens tweede tip voor onze commerciële vacature. Dat verbaast Arnoud niet, hij vindt Edo de beste verkoper van de online marktleider. 'Intelligent, ambitieus en zeer energiek.'

Dat klopt. Tijdens onze afspraak stuitert Edo door Vak Zuid, zijn enthousiasme is aanstekelijk.

'Ik kon je Hyves-account niet vinden, ben je lid onder een andere naam?'

'Nee, ik heb natuurlijk een MSN Space.'

Normaal is dit een serieus minpunt. Het toont weinig interesse in online ontwikkelingen in het algemeen en in Hyves in het bijzonder. Bij Microsoft daarentegen is dat normaal. Tijdens hun regelmatige trips naar Redmond worden ze zo gehersenspoeld dat ze geen concurrerende producten kúnnen gebruiken. Verwacht geen Microsofter met een appel en als je ze wil zien schuimbekken, moet je over Google beginnen. 'Google! Google! Google! Die zijn tenminste niet *evil*!'

We houden het gezellig. Edo wordt vooral gedreven door het motief om geld te verdienen. Voor zijn werkgever en zichzelf. Dat hoeft niet slecht te zijn. Iemand die op een leuke manier de laatste euro met zijn tanden van de stoep grist, zoals Arnoud dat noemt, is een verfrissende aanvulling op onze eigen commerciële desinteresse. Povel staat op een splitsing: verder bij Microsoft, naar het buitenland of naar een start-up? Hij is er nog niet uit. 'Maar ik spreek graag nog een keer af voor een cursus hyven.'

Een luxeprobleem tekent zich af en het wordt nog erger. 48 uur later zit Kaasenbrood tegenover me op de Herengracht. Hij gaat nog steeds voor een gouden AdLink-speld, maar wil ons best een keer adviseren over het opzetten van onze salesafdeling.

Al snel schieten de ideeën over tafel, met elke pingpongslag worden ze beter. De energie in de kamer is bijna tastbaar.

'Twee miljard impressies? Met al die demografische kennis? Hyves kan het eerste alternatief voor Microsoft worden, en zelfs meer dan dat!'

Na een paar minuten is Wilco op het puntje van zijn stoel gaan zitten, hij heeft de rugleuning niet meer gevoeld.

'Je maakt zo de reclame voor je leden ook relevanter en minder storend!'

Net als aartsrivaal WebAds verkoopt AdLink reclame voor sites van derden, zoals MTV. Liefst zo veel mogelijk en aan de hoogste bieder. De gevolgen voor de sites doen er niet zo veel toe. Het spreekt Kaasenbrood daarom erg aan dat wij de Hyver vooropstellen, het is een manier om wat te doen aan zijn slechte karma.

Zoals sommige mannen na hun trouwen nooit meer naar andere vrouwen kijken, zo is er echter voor Wilco geen ander bedrijf dan AdLink. Natuurlijk liegen eerder genoemde mannen, maar Wilco heeft tijdens acht jaar AdLink nooit ergens anders gesolliciteerd. Dat weerhoudt headhunters er niet van hem twee keer per dag te bellen, gek wordt hij ervan. Maar over Hyves wil hij de komende maanden na gaan denken.

'Dat Hyves is zo gaaf! De mogelijkheden zijn bizar...' Verbaasd kijkt mevrouw Kaasenbrood 's avonds naar haar normaal zo stoïcijnse echtgenoot. Spuit elf. Dat wist zij ook wel, hij had allang lid moeten worden.

Er wordt nog lang gewoeld in de echtelijke bedstee. Wilco is te opgewonden om de slaap te vatten. Opgewonden over Hyves, dan hè. Viespeuken.

–– Original Message ––
From: Wilco Kaasenbrood
Sent: zondag 15 april 2007 22:48
To: Raymond Spanjar
Subject: Tijd voor een revolutie

Ha Raymond,
Zoals je zelf aangeeft zijn revoluties niet te timen. En wat mij betreft zou het wel eens tijd kunnen zijn voor een revolutie. Zeker na de zaken nog een keer grondig op een rij gezet te hebben (daar gaat mijn gouden speldje). Natuurlijk zijn er wel nog een aantal zaken, zowel inhoudelijk als financieel, die verder besproken zullen moeten worden.
Een besluit voor eind april maken lijkt mij zelfs meer dan wenselijk als jullie het optimale met Hyves uit 2007 willen gaan halen!
Dinsdagochtend is voor mij de beste optie om de andere twee oprichters te ontmoeten.
Cheers,
Wilco

Op de Nobiles-carrièredagen voor studenten word ik zelf ondervraagd over mijn carrière, of liever gezegd het ontbreken ervan. Mijn buurman heeft niet tien vacatures uitstaan maar ruim honderdduizend. Marc de Vries richtte in 1996 met een partner Monsterboard Nederland op en is inmiddels de baas van alle monsters van Noord-Europa. Oude economie dus, kondigt gespreksleider Jeroen Smit hem aan.

Van het een komt het ander en half maart praten we op HQ over een mogelijke samenwerking.

'Jezus Christus, wat een zwijnenstal,' merkt De Vries op als ik hem trots rondleid door ons pand aan de Herengracht 252. 'Aan deze lange tafel lunchen we, hij is gemaakt van een gerecyclede brug.' Vol afgrijzen kijkt het monster naar de pruttelende morsige koffiekan. 'Type amateurvoetbalclub: 8 uur 's ochtends eerste bak, laatste kopje om een uur,' gruwelt hij. Vrolijk loopt Floris de keuken binnen.

'Koffie, Marc?'

'Lekker.'

In het schemerdonker ontwaart hij door het luik in de keukenmuur gebogen schimmen. Geen galleislaven maar programmeurs. Koen slaat op de trom. 'Boot apache op web24.' In het nieuwe pand zullen ze wél daglicht en frisse lucht hebben trouwens, maar plakken ze de ramen af. Spiegelende schermen. Het is ook nooit goed.

Boven, op de begane grond, nipt Marc dapper van zijn koffie. Hij probeert niet steeds naar de vlekken te staren. In de hoek staat nog ingepakt IKEA-meubilair. Opnieuw denkt hij aan de Verlosser. 'Hoe runnen ze zo een bedrijf?' Het contrast met Monsterboard kan niet groter zijn. 'En toch hebben we ondanks 50 miljoen euro aan marketing in tien jaar tijd maar anderhalf miljoen profielen bij elkaar gesprokkeld, net de helft van deze bende.'

'Hebben jullie al een HR-manager? Een CFO? Een pensioenregeling kunnen jullie ook niet veel langer vermijden. Wat voor interne procedures zijn er?'

Dit soort vragen irriteert snel. Het is belerend, vermoeiend of allebei. Gek genoeg is dat bij Marc niet het geval. Hij is oprecht geïn-

teresseerd zonder een vervelende ondertoon. Nu ik erover nadenk is er eigenlijk helemaal geen spoor van een ego, op een goede manier. Toch straalt hij kracht uit en weet hij duidelijk waar hij over praat. He's been there.

'Koen, Floris en ik stemmen alles af tijdens de lunch en op vrijdagmiddag drinken we met het hele bedrijf bier, bedoel je dat?'

Dat bedoelt Marc niet. 'Van drie naar dertig man groeien is makkelijk. Nu naar honderd man doorstoten is een heel ander verhaal.'

Hij overdrijft wel natuurlijk, met dat standaardiseren en schalen van hem. 'Als je het allemaal zo goed weet, waarom kom je het dan niet doen?'

'Ik moet ervandoor en we hebben het niet eens over de samenwerking gehad. Of de cheque van een klein half miljoen die ik dit jaar voor Hyves heb gereserveerd.'

Jammer inderdaad, en hij heeft zijn koffie ook nog niet op.

Ondanks de Bravilor-koffiekan wil het monster graag betrokken zijn bij Hyves. 'Desnoods als onbetaald adviseur,' peinst hij tegen zijn vrouw.

Op zondag heeft hij al een andere rol gevonden.

'Ik werd bijzonder enthousiast en getriggerd door jullie huidige situatie en plannen. Mocht je nog behoefte hebben aan tips, advies of nog op zoek zijn naar een goede algemeen directeur om deze groei in juiste banen te leiden, dan weet je mij te vinden :-),' knipoogt hij.

Diezelfde vrijdag is Yme Bosma te gast bij onze tweede procedure, de vrijdagmiddagborrel. We overwegen de Hyves-data beschikbaar te maken voor toepassingen van derden, natuurlijk alleen na toestemming van de Hyvers. Dat werkt via api's: application programming interfaces. Moeilijke woorden, maar als je achteloos eepiejai in een zin stopt, controleert niemand of je weet wat je zegt.

Yme weet dat wel. Wat het snijvlak van technologie en cultuur betreft, is Yme net dat personage van Borges dat nooit iets vergeet. (Ik wel, anders vergat ik zijn naam niet steeds.) Ik spreek Yme al vaak op borrels en in de stad. We leerden elkaar goed kennen toen we in 2005

samen naar Parijs reden voor de internetconferentie Les Blogs. De zes uur in de auto bleken nog veel inspirerender dan de conferentie.

Onze officieuze Chief Strategic Officer is vandaag op HQ voor een brainstorm, want hij weet beter waar Hyves heen gaat dan wijzelf. Dat is wel irritant, maar we accepteren het nu. Verder praat Yme sneller dan wij denken. Dat stoort nog steeds. De blonde Fries is echter zo bescheiden dat je er niets van kunt zeggen. Bloedirritant.

Aan het eind van de sessie weten we nog niet wat een klepel is, maar Yme straalt zo dat er duidelijk meerdere klokken luiden. Dat is mooi, maar hoe leggen we nu aan het team en de partners uit wat we gaan doen? En waarom we het doen?

Na nog meer bier weten we dat er maar één ding op zit: Yme moet bij team Hyves komen, dan kan hij het zelf uitleggen. Met zijn grote mond.

En hij was nog niet eens uitgedacht, jent hij de volgende dag: 'Halve nacht wakker gelegen omdat ik te veel Hyves-ideeën had.'

't Is dat we hem zo hard nodig hebben...

Bij de tweede ronde gesprekken ontmoeten Koen en Floris de potentiële salesmanagers.

'Hoeveel omzet zouden jullie volgend jaar draaien?' We proberen nonchalant te kijken, alsof onze vraag meer een gedachtenexperiment betreft dan de financiele toekomst van Hyves en onszelf. In de gesprekken noemen Wilco en Remco hetzelfde bedrag: 'Eén miljoen euro.'

Per maand welteverstaan. Daar zit natuurlijk wat bluf bij – Remco kijkt net zoals wij toen we drie jaar eerder '50.000' zeiden – maar toch, één miljoen euro per maand. Met banners! Logo's op beeldschermen die niet eens van ons zijn, gebakken pixels noemt Planet Internet-oprichter Michiel Frackers dat. Geld drukken is meer werk.

Wilco Kaasenbrood, Edo Povel en Remco Bos. Soms ontbreekt er één, soms wordt iemand anders genoemd, maar bijna iedereen noemt hen als de beste verkopers van online reclame in Nederland.

Nog een maand eerder hadden we een moord gedaan om een van het illustere stel binnen te halen, maakte niet uit wie. Half april willen ze alle drie de overstap maken en mogen wij kiezen. Het is de omgekeerde wereld, een onmogelijke keus.

Wilco heeft de meeste ervaring, Edo kent de grootste concurrent van binnenuit en Remco is het gretigst, 32 jaar en de *angry young man* van de drie. Allen hebben gestudeerd, al deed Wilco niet commerciële theologie zoals onze reclameman Gijs sinds de Stir-borrel denkt. Het is moeilijk te zeggen wie een groter netwerk heeft. Hoewel, onder het vrouwelijke deel van de sector is dat waarschijnlijk Remco.

We maken de keuze iets makkelijker en gaan voor twee salesmanagers. Twee commercieel eindverantwoordelijken kan niet op papier, maar nu wel. Eind april tekenen we met Wilco en Remco, want Hyves blijft een vriendensite. De Co's (van commercieel), dat klopt gewoon. Edo zou het ook goed doen, maar dit lijkt de beste combinatie. Helemaal zeker is dat overigens niet, want ze hebben nog nooit een woord met elkaar gewisseld.

Inmiddels is ook Michiel Frackers informeel bestuurder. De kleurrijke Amsterdammer heeft veel verstand van nieuwe businessmodellen. Ook zonder business trouwens. Op een uit de hand gelopen avond in de stad benoemen we hem tot Virtual Chief Commercial Officer. We kunnen de hoofdofficieren goed gebruiken, want de vijand nadert.

Myspace opent nu écht aanval op Hyves

15 mei, Amsterdam. Myspace start binnenkort met flinke promotie en marketing in Nederland. Het sociale netwerk opent daarmee de aanval op Hyves. Myspace werft marketing en pr-medewerkers voor een Amsterdams kantoor. Sinds enige tijd is er een Nederlandstalige bètaversie van Myspace.

'Eindelijk krijgt de vijand een gezicht,' mompelt Koen grimmig.

Een week later inspecteer ik de troepen van onze beoogde nieuwe opperbevelhebber. Op de agenda staat opnieuw een partnership tussen Monsterboard en Hyves, maar ik heb een ander doel: nu is het mijn beurt om zijn organisatie af te kraken.

Het begint veelbelovend als de receptioniste me negeert. Ze is aan het hyven. Dubbele punten.

'Dat telt niet, de receptie delen we met het hele gebouw,' wuift De Vries weg als hij me ophaalt.

Ik volg hem naar zijn verdieping. Monsterboard Nederland blijkt geen internetbedrijf maar een fabriek. Tweehonderd legbatterijen.

'Ik meet alles. Aantal calls, bezoeken, duur, voorstellen, conversie, omzet,' vertelt De Vries.

Maandelijks presenteert Marc de beste 25 procent mensen van het bedrijf. En de slechtste 25 procent.

'Zullen ze leuk vinden.'

'Eigenlijk wel, ja, want de underperformers helpen we.'

Ik kijk om me heen. Het zijn legkippen, maar vrólijke legkippen. Hij wijst op de Porsche Boxster tussen mijn fiets en de ingang.

'Gewonnen door onze topverkoper.' In de verte gaat een bel. 'Go! Go! Go!' schreeuwt het monster.

'Leuk dat sales, maar je leden kopen er niets voor,' sputter ik tegen.

'Hier zit marketing. Vorig jaar wonnen we een gouden Effie voor beste publiekscampagne. We hebben twee keer zoveel cv's als de nummer twee.'

Dit gaat niet goed.

'Het mooie is dat ik dankzij de processen en standaardisatie niets meer hoef te doen. De eerste van de maand druk ik om negen uur op de knop en weet ik precies waar ik sta. Omzet, winst, nieuwe cv's. Ik ben hier nog maar twee dagen, de rest van de week ben ik in mijn andere zes landen. Het is een machine.'

Jij bent een machine.

Verslagen keer ik terug naar Hyves. We hebben het weer niet over Hyves & Monster gehad. Beide vind ik niet erg.

Na een etentje in de Jordaan zijn Koen en Flop net zo enthousiast; ook in de kroeg klikt het met de terminator. Zijn open manier van communiceren is erg prettig. Marc zegt altijd direct wat hij denkt. Vervelende onderwerpen legt hij pontificaal op tafel, maar alleen in het belang van het collectief. Zijn organisatie-fetisj is een mooi tegenwicht tegen onze managementstijl, die vooral leunt op de chaostheorie. Een vaag gevoel bekruipt ons dat we zelf al gemanaged worden. Ook de rolverdeling met mij als Chief Hyving Officer en Marc als CEO voelt natuurlijk aan. Om in de luwte te beginnen kan Marc starten als COO en ergens in 2008 het CEO-stokje van mij overnemen.

Ladies and gentlemen: we got him. Als Hubert en Leendert het ook zien zitten tenminste.

Elke ondertekening van het contract van een nieuw lid van het H-team doet denken aan Blackadder die de grootste boeven van het land verzamelt voor een greep naar de troon. In plaats van ja te zeggen tonen ze met hun vingers welk lid ze zijn. (Behalve nummer vier, Three-Fingered Pete.) Een paar dagen voor het etentje met Marc heeft Yme al drie vingers opgestoken. We zijn eruit. De Fries wordt verantwoordelijk voor samenwerkingen met partners en nieuwe verdienmodellen.

Het bouwen van het team komt in een stroomversnelling. Op papier starten de -co's op 1 juli, maar direct na ondertekening van hun contract starten ze al met werven. Dat moet ook, want er is maar één accountmanager, Stephen Beuker, het broertje van Roderick. Ik ken hem al sinds hij ons als negenjarigen door de straat joeg met een honkbalknuppel. Dat was tegelijk mijn enige twijfel toen we het over de vacature hadden.

Na het rondmaken van de contracten met de -co's, tekenen in snel tempo Marjon, Bart, Marjolein en Geertje. Niet toevallig voornamelijk vrouwen.

Op 11 juli zitten Marc, Hubert en ik in Leenderts atelier. Marc is inmiddels benaderd om CEO van Monsterboard Europa te worden, maar zijn hart ligt al in de zwijnenstal op de Herengracht. We zijn er

bijna, op één onbeduidend detail na. Marcs salaris. Als Leendert koffiezet, vertelt Hubert hoe John de Mol een Duitser overhaalde om zijn bedrijf te verkopen aan Endemol.

'Hij vond een schilderij in onze boardroom zo mooi. 'Nou, dan mag je dat ook hebben,' zei John. Daarmee was de deal rond. Alleen, het schilderij waarmee de Duitser opgetogen het pand verliet was van Joop!'

In de keuken rinkelen kopjes.

'Dus zeg het maar, welke wil je?' vraagt Hubert, wijzend naar Leenderts collectie.

Een schilderij is niet nodig. 's Middags mailt Marc: *Ich bin ein Hyver... Go! Go! Go!*

Ten ought to do it, don't you think?
You think we need one more?
You think we need one more.
All right we'll get one more.

–– Original Message ––
From: Pijper, Stefanie
Sent: vrijdag 6 juli 2007 16:40
To: Raymond@Hyves.nl
Subject: Afspreken?

Hey Raymond,
Laatst hebben wij op La Fete met elkaar gesproken. Ik vertelde jou dat ik als management assistent bij Shell werk. Hyves lijkt mij een superbedrijf om voor te werken. Ik zou graag nog een keer met je willen praten over de mogelijkheden binnen Hyves.
Stefanie

2. De hype komt hard

Dit heb ik nog nooit meegemaakt.
Portier Club Monza

In de lente van 2007 komt Hyves hard, zoals blogger Nalden dat noemt. De hype komt nog harder. Terwijl ik hoofden jaag, plukt Koen de vruchten van de investeringen in servers tijdens Columbus. De site schiet weg. Per dag worden 30 miljoen pagina's bekeken, gemiddeld twee per Nederlander. Dat is bijna een verdrievoudiging in drie maanden tijd. Tien miljoen views was al goed voor een top 5-positie, op dat niveau zo hard accelereren is hetzelfde als Indurain die doortrapt naar 120 kilometer per uur. Sven Kramer die rondjes van twaalf seconden klokt. Of Schumacher die door de geluidsbarriere racet. Dááág Telegraaf.nl! Dubye Startpagina!

Het is 31 maart als we de drie miljoenste Hyver en Flops dertigste verjaardag vieren. Voor de Utrechtse club Monza staat een rij van 100 meter van Hyvers. Profielprint in de ene hand en cadeau voor Floris in sommige andere handen. Binnen draait Don Diablo, net gekozen tot 's lands favoriete dj, aan de deur is het chaos. 'Dit heb ik nog nooit meegemaakt,' mompelt een verdrukte uitsmijter.

Met de opmars van Hyves naar de nummer 1-positie als Nederlands populairste site neemt ook de aandacht van de pers nog meer toe. Bijna elk artikel speculeert nu over de waarde van Hyves. Er is nog een verschil met eerdere artikelen. Het wordt persoonlijk.

–– Original Message ––
From: Carolien Spaans
Sent: donderdag 8 maart 2007 15:50
To: pers@Hyves.nl
Subject: interviewtje Jackie

Beste Raymond,

Dit zomernummer verschijnt in de *Jackie* 'The 50 Most Eligible Dutch Bachelors', oftewel een top 50 van de meest begeerde mannen in ons land. Deze lijst is tot stand gekomen door een questionnaire op de site, plus de mening van de redactie. Je voelt 'm al: jij staat ertussen, dus... gefeliciteerd! Of misschien vind je het een nachtmerrie.

Het artikel komt er als volgt uit te zien: alle mannen komen met foto en begeleidend tekstje in het blad, en de top 3 wordt vastgelegd door een van onze fotografen.Welke drie dit gaan worden, is nog niet bekend, dat hangt nog grotendeels af van de interviewtjes.

En daar is dan ook mijn vraag: mag ik jou per mail of telefonisch lastigvallen met een paar bijzonder intellectuele vragen? En kun jij mij laten weten hoe ik je personally kan bereiken?

Dank je wel!

Groetjes,

Carolien Spaans

Bijna tegelijkertijd komen aan het eind van de lente twee lijstjes uit: de 'Quote 500 junior' en de 'Jackie Bachelor's list'. De competities overlappen deels want sommige vrijgezelle juniors staan ook in de *Jackie*.

Goed dat die lijstjes er zijn natuurlijk. Alles wat orde schept in het universum is welkom. Maar wat hebben wij hardwerkende midden-

standers hiermee te maken? Onze bankrekeningen bestaan immers wel uit negen cijfers, maar veel geld staat er niet op. Sterker, we krijgen niet eens een hypotheek. 'Onzekere business dat internet, het kan zo weer voorbij zijn,' analyseerde *de* bankier. En zo is het. Bankieren zelf trouwens ook.

Gelukkig is *Quote* coulanter. 'Hoeveel is Hyves echt waard?' watertandt het bijtertje. 50 miljoen, schat expert Ron Belt. Wat we daarvan vinden?

Zoals altijd zoeken we het antwoord bij de oude Grieken. Hun mythes volgen vaak dezelfde verhaallijn, ontdekte Joseph Campbell. Dat is dezelfde lijn als de mythes van de Romeinen, Maya's en vele andere volken. In *The Hero with a Thousand Faces*, het standaardwerk voor opscheppers over de mythologie, beschrijft de wetenschapper de verschillende fases: held wordt uitverkoren, held accepteert de uitdaging, held wordt beproefd, al dan niet met hulp. Als de held het overleeft, ontvangt hij een groot geschenk. Vervolgens heeft hij de keus om terug te keren naar zijn volk en de gift in te zetten voor het gemeenschappelijk belang.

Nou slaat het inderdaad nergens op om ons te vergelijken met de legendes uit de wereldgeschiedenis, maar met sommigen voelen we ons wel sterk verbonden. Een Hercules, een J.C. van Nazareth. Belangrijk onderdeel van het heldenpad is de keuze voor het eigen ego versus het collectief. Neem nou zo'n Minos. Hij was heel lekker bezig. Koning geworden van Kreta en de zaken gingen top. Vlak na zijn kroning maakte de Griek echter een cruciale fout. De goden hadden een hem een mooie stier gegeven als steun voor zijn koningschap. In ruil zou Minos het beest offeren, maar de koning hield 'm lekker zelf. Had-ie niet hard gewerkt? Was hij niet de koning? Dus werd het een janboel. De stier bedreef de liefde met mevrouw Minos, met als resultaat de minotaurus, een monster met het bovenlichaam van een man en de onderkant van een stier. Om dat te bedwingen moest een doolhof gebouwd worden, het beest werd maagden gevoerd et cetera enzovoort. Gedoe.

Dat willen we niet. Niet dat ik bang ben op een dag Floris onder een bronstige stier te vinden. Integendeel, dat is me veel waard. Als

echter onze persoonlijke glorie belangrijker wordt dan het collectief Hyves, of als die indruk ontstaat, dan verliezen we. Niets zo onaantrekkelijk als een zelfingenomen ego. En het zou ook wel lekker zijn om eerst het godsgeschenk te krijgen voordat we het verprutsen.

Terug naar onze sympathieke glossy's. De minotaurus indachtig worden interviewverzoeken langs de collectivistische meetlat gelegd: is het goed voor Hyves? Beide verzoeken voor de ranglijsten vallen in de categorie kop boven het maaiveld. En zijn bovendien feitelijk onjuist. Dus antwoorden we dat we graag iemand anders laten winnen. Dat blijkt echter helemaal niet onze beslissing.

'Ik wil dit weekend mail. Anders schrijf ik dat je stinkt. Of iets ergers :-),' chanteert de lieftallige *Jackie*-journaliste per sms.

Ik kom er sowieso in. Echt erg vind ik dat niet. Maar wat nu? Toch een interview geven? Voor advies bellen we Tony Berk, de vriend van vroeger en zoon van. Als baas van zijn eigen platenlabel is Toon inmiddels uitgegroeid tot de Ari Gold van de polder. Voor de niet-kijkers van *Entourage*: in deze Amerikaanse hitserie is Gold een succesvolle manager van artiesten in Hollywood met legendarische oneliners en woedeaanvallen. Toons advies is helder.

'Niet mee lullen, wel topfoto sturen.'

Want zonder citaten is duidelijk dat je niet hebt meegewerkt en lijk je geen eigengeiler.

Om dezelfde reden geven we *Quote* geen interview. Bovendien willen we hun schatting van 50 miljoen niet tegenspreken. 'Geloof me nou, 25 miljoen was al te veel gevraagd,' zou weliswaar eerlijk zijn maar niet slim. Misschien gelooft een gek hen wel en slaat hij toe. En dat geldt eigenlijk ook weer voor de *Jackie*.

Ook word ik genomineerd voor Online Mediaman en Marketeer van het Jaar. Inhoudelijke erkenning is wel nuttig en goed voor de uitstraling van Hyves als advertentiekanaal. Na presentaties in mei kiezen de jury's de winnaars.

De nominatie als topmarketeer is extra mooi voor de gesjeesde student in mij. Het specialisatievak Marketing heb ik nooit mogen bijschrijven op mijn onafgemaakte curriculum. Het tentamen had ik

weliswaar gehaald, maar de werkcolleges waren niet te combineren met IEX. 'Tja, als ik je daar vrijstelling voor geef, komt niemand met een bijbaantje meer opdagen,' aldus de hoogleraar droogzwemmen. Gelukkig heeft dat me nooit gefrustreerd.

Intussen blijft het feest. Collega-helden de Gym Class Heroes staan op 1 in de Verenigde Staten met hun wereldhit 'Cupid's Chokehold'. Met platenmaatschappij Universal organiseren we een exclusief concert voor Hyvers. Gratis, want Hyvers horen niet te betalen. Universal snapt dat uiteindelijk ook.

Als in de Bitter Zoet in Amsterdam het dak eraf vliegt, draai ik me nog eens om in mijn Zuid-Amerikaanse hangmat. *Bueno* om er even uit te zijn, *muy bueno*. Er ligt echter een smet op mijn vakantie. Bijna alle schermen in internetcafés kleuren blauw-grijs.

Facebook is net opengegaan voor het grote publiek. Lidmaatschap is niet meer beperkt tot studenten, scholieren en werknemers van bepaalde bedrijven. Net als wij concentreren de Amerikanen zich bijna volledig op een zo goed mogelijk product. Dat lukt aardig. Voor het eerst vinden we een concurrent op sommige onderdelen beter, al oogt de site nog steeds saai. Facebook is geen commerciële kermis zoals Myspace en MSN, de eerdere wolken aan de Hyves-horizon. In Nederland is Facebook met een paar duizend leden nog zo klein dat het niet eens op de radar van journalisten en analisten staat. Iedereen kijkt naar Myspace, dat internationaal groter is, maar Facebook is veel bedreigender. Ook omdat de site razendsnel groeit onder internationale studenten, in Nederland onze belangrijkste doelgroep. Zo mailt een Hyver vanuit Barcelona dat al haar medestudenten op Facebook zitten. Net als een Galliër die schrijft dat haar stad is veroverd door die rare jongens, de Romeinen. Ik stuur de mail door naar Flop en Koen, dit wordt zwaar weer.

–– Original Message ––
From: Raymond Spanjar
Sent: 12 April 2007 13:49
To: Koen Kam; Floris Rost van Tonningen
Subject: FW: Hyves internationaal

Facebook is in engeland myspace aan het verslaan en zijn ook in andere landen in opkomst, zoals spanje, zie hieronder. Ik denk dat zij de potentieel gevaarlijkste concurrent zullen worden.

Tegelijkertijd zwelt in Nederland de Hyves-hype verder aan. Eind april word ik uitgenodigd voor de *Grote Geschiedenis Quiz*. Het is niet onze droomquiz *Wakoe Wakoe* en al helemaal niet nuttig, maar we vinden de uitnodiging om plaats te nemen in het BN'er-vak te mooi om te laten schieten. Bij de opnames twee weken later in Felix Meritis betwijfel ik de wijsheid van die keuze.

'Waarom kon het Empire State Building zo goedkoop worden gebouwd?'

Mei Li Vos kan dit toch ook niet weten?

'Waarom maakte Eise Eisinga zijn planetarium?'

Wie de fuck is Eise Eisinga? Wat kijkt Jessica Gal nou zelfverzekerd?

'Waarom werd Mohammed Ali geschorst?'

Shit, afkijken kan ook al niet. Ik word de opvolger van Bonnie St Claire. 'Zelfs apen weten meer van geschiedenis dan Spanjar.'

Gelukkig kan ik goed gokken. Ik kijk zo teleurgesteld mogelijk als ik hoor dat ik de finale net niet gehaald heb.

Na elk item in de media bekijken meer mensen me met een blik van herkenning. Helaas weten de meesten nog niet waarvan. 'Zat je ook op het lyceum in Alkmaar?' 'Werk jij niet bij bakker 't Bolletje in Huizen?' Naarmate meer onbekenden mij twijfelend aanstaren, herken ikzelf anderen juist slechter. Mijn angstgegner is Julie Hoyng, Amsterdams meest begeerde vrijgezel en collega-afperster van Spaans bij de *Jackie*. Wij komen elkaar vaak 's avonds tegen in Amsterdam, de eerste zes keer stel ik me netjes voor.

Mijn nieuwe CN'er-status heeft ook voordelen. De Speakers Academy meldt me makkelijk weg te kunnen zetten voor een klein maandsalaris voor een lezing. Beuk snapt het niet.

–– Original Message ––
From: Roderick Beuker
Sent: dinsdag 22 mei 2007 8:59
To: Raymond Spanjar
Subject: Re: FW: Aanvraag tbv lezing 18 juni 2007

Heel lekker bezig. Maar welke gek betaalt er nou om jou te horen lullen?!

Ook BN'ers weten Hyves te vinden.

Dezelfde dag gaat mijn telefoon. 03553333. Talpa. John?

'Raymond, met Winston. Na al dat gezeik met die nepprofielen van mij ben ik ook lid geworden. Nu is er weer een nepprofiel van Ruud, verwijder je 'm? Gullit88.Hyves.nl. Voeg je mij ook ff toe? Winnieboy.Hyves.nl.'

Eind mei schieten de vonken langs me heen als ik de sabelslag van de godmother pareer. Rustig maar, vrienden, het beschermingsgeld is netjes betaald. Zojuist zijn Heleen en ik gekozen tot Online Mediaman en -vrouw van 2007. De prijs is een sabel en die kruisen we voor de foto's. 's Avonds verplaatst het feest zich naar de Haarlemse club Stalker. Als ik daar enthousiast mijn spoedcursus champagne sabreren in de praktijk breng, zijn de portiers een stuk minder blij met mijn flesopener.

Een week eerder in meimaand prijzenmaand is de 'Quote 500 junior'-lijst verschenen. We zijn getaxeerd op 10 miljoen en staan boven miljonairs die het kunnen pinnen. Dit feestje slaan we over, net als het verzoek van RTL *Boulevard*. Wel kopen we alle exemplaren bij de tabakswinkel op de Herengracht. Zou je die dag alle honderd 'miljonairs' kunnen spotten met drie *Quotes* onder hun arm?

De volgende dag groeit het gat tussen de perceptie van de buiten-

wereld van Hyves en ons eigen beeld met de lancering van Facebook Platform. Facebook zet ons dankzij zijn wereldwijde schaal met één zet buitenspel. Via het nieuwe platform kan iedereen toepassingen maken die op Facebook gebruikt kunnen worden. Vóór de lancering werkten er al tien keer zoveel programmeurs aan de Amerikaanse site als aan Hyves, nu bouwt de hele wereld mee aan de hegemonie van het netwerk. Zelfs als het ons na een jaar programmeren lukt om ook een dergelijk platform te maken, dan zullen er nooit zoveel applicaties en spelletjes voor Hyves gemaakt worden.

Is het voorbij?

Mijn telefoon gloeit rood. Journalisten.

'Hoe voelt het om 10 miljoen te hebben?'

Ik heb geen idee. Ik weet wel hoe Wiley E. Coyote zich voelt als hij boven de afgrond staat en naar beneden kijkt.

'Miep miep.'

In tegenstelling tot Wiley sta ik er gelukkig niet alleen voor. Floris stelt een oorlogsplan op.

–– Original Message ––
From: Floris Rost
Sent: 28 May 2007 07:03
To: Koen Kam; Raymond Spanjar
Subject: De voorsprong van Facebook na Platform. Wat nu?

Het is briljant met welke eenvoud je applicaties kan integreren in Facebook Platform. Een serieuze bedreiging. Natuurlijk staan productverbetering en ontwikkeling van de API al hoog bij ons op de agenda. Toch zijn er volgens mij nog meer dingen die we (parallel) kunnen doen om het dreigende gevaar van FB preventief in te dammen.

Ik heb even een opzet gemaakt voor operation Charlie.
'*They called him Charlie or Victor Charles (from VC) or the nogs, or noggies or The Cong (from Viet Cong).*

But whatever they called him they respected his fighting ability and his ability to fight a war with very little in the way of equipment.'

Ook al kon Charlie vechten als de beste, het was wel relaxed dat China meedeed. Op maandag 4 juni sturen we dan ook morse berichten naar ~~Moskou en Peking~~ Londen en Amsterdam voor versterking. De vijanden van onze vijanden zijn onze vrienden.

Eerst mailen we Mr Wolf van Yahoo.

–– Original Message ––
From: Raymond Spanjar
Sent: 04 June 2007 15:26
To: Jonathan Wolf
Subject: RE: Yahoo/Hyves

Hey Jonathan,

I have to be in London later this month and I would still love to accept your invitation to meet your MD. Would Thursday or Friday 14/16 of June be too short notice?

Let me know!
Raymond

Niet dat ik echt in London moet zijn natuurlijk.

De reactie valt niet tegen. Wolf stuurt per ommegaande een uitnodiging voor een heisessie met het hele Europese managementteam een week later.

–– Original Message ––
From: Raymond Spanjar
Sent: maandag 4 juni 2007 18:14
To: Jacqueline Smit
Subject: FW:

Deze mail nog gehad? Ik kreeg een out of office dat je tot januari niet op kantoor bent. Wat dat aangaat kunnen we beter communiceren via Hyves, dat is toch betrouwbaarder dan Microsoft Exchange.

Je gaat wel hard nu met 7 vrienden!

Jacqueline is de baas van MSN Nederland. En sinds kort Hyver. We ontbijten al geregeld in de Jordaan om bij te praten en besluiten een monsterverbond te onderzoeken tussen Hyves en Hotmail en MSN. Voor de Hyvers is dat een ijzersterke combinatie en ook commercieel levert het winst op.

En ik mail Marco, de CFO van Viacom Noord-Europa, om te vragen hoe de zaken ervoor staan. Een paar weken eerder kwam ik hem tegen in de stad. Marco en Dan waren net zo teleurgesteld als wij dat ze tijdens Columbus geen bod mochten uitbrengen, maar ze hebben niet opgegeven. Nu staat het licht bij Viacom Amerika bijna op groen voor een deal, vertelt Marco.

Een bod van de rockers uit Amsterdam-Noord! Terwijl we aan de rand van het ravijn staan opent zich boven ons de hemel.

Terug naar prijzenslag. Op 6 juni is de verkiezing van de Marketeer van het Jaar in Rotterdam. Heineken-marketingbaas Herwin van de Berg, de campagneleider van de door een hernia gevelde Jan Marijnissen en *yours truly* vechten om de eer.

'Dit diagram is het hart van ons marketingplan. Aan de buitenkant staan de marketingwaarden die wij belangrijk vinden. Van rechtsboven met de klok mee: Wij waarderen innovatieve mensen en hun innovatieve oplossingen. Wij willen winnen. Wij voelen ons verant-

woordelijk voor afgesproken doelstellingen. Wij willen dienstbaar zijn. Wij vinden samenwerking en teamgeest essentieel.'

De paar honderd marketeers luisteren aandachtig.

'Die leiden weer tot onze kernwaarden: creativiteit. Winnaarsmentaliteit. Toewijding. Klantgericht. Samenwerking.'

Sommige collega's maken driftig aantekeningen. 'Hyves wil winnen.'

'En centraal staat Hyves.'

De zaal knikt. Het klinkt logisch en dat is het ook. Ik aarzel voor ik de volgende slide laat zien.

'Ik moet jullie wat bekennen.'

Hoe presenteer je je marketingplan als je dat nooit hebt gehad? Wat vertel je over de vier P's als je je alleen op het product hebt geconcentreerd? Ja, en precies een jaar eerder op één keer op Prijs, maar laten we daar niet over beginnen.

Misschien komt het succes van Hyves juist wel door het ontbreken van een marketingplan. Geen poespas, dertien in een dozijn marketingslogans of stockfotoreclames. Is betalen om onder de aandacht te komen eigenlijk nog van deze tijd? Dankzij alle sociale media wordt een leuke boodschap of advertentie sneller bekend dan je spotjes kunt inkopen op tv.

Om de marketeers niet teleur te stellen heb ik 's ochtends gegoogeld op plaatjes van 'marketing'. Knip Orbis Marketing Company, plak Hyves-logo en zie daar: Hyves Marketing volgens het boekje.

Na de bekentenis vul ik de tijd met vertellen wat we wel doen: Hyvers betrekken bij het bouwen van een zo goed mogelijke site. Onze communicatie is vooral gebaseerd op het boek *Purple Cow* van Seth Godin. Als jongen zonder opleiding ga je toch compenseren door te verwijzen naar boeken. Godin vertelt hierin hoeveel winst er te behalen is door simpelweg op te vallen en mensen te verrassen. Vandaar acties als met de schoolbankiers, en bijvoorbeeld ook de verwijzing naar een psychiater als je op Hyves jezelf als vriend toevoegt. De presentatie eindigt met *Uncle* Hyves. 'I want you for Hyves Army.'

Het publiek kan het verhaal waarderen, maar Marketeer van het

Jaar is te veel van het goede. De jury kiest Van den Berg als winnaar.

Twee weken later maken de wijzen van de *Jackie* hun ranglijst bekend. Nummer 17.

In het stukje staat een welverdiende sneer van Julie:

Maak meteen een onuitwisbare indruk op hem, want af en toe heeft hij wat moeite met het herkennen van mensen (om vervolgens op je Hyves een excuuskrabbel achter te laten. En je daarna wederom niet te kunnen plaatsen.) Vergeef hem, want half Nederland trekt aan zijn mouw voor een beetje aandacht.

Dat had veel erger gekund, zo is het bijna positief.

3. Hyper

Wij komen samen in de Playboy nietwaar?
Marian Oostingh

De minieme stukjes in *Quote* en *Jackie* zorgen voor meer reacties dan eerdere artikelen op de voorpagina's van *Metro* en *Het Financieele Dagblad*. Ook journalisten en programmamakers lezen de lijstjes aandachtig. We zijn tenminste nog niet eerder onderwerp van een veiling geweest.

'Ik heb Raemon Sluijter, de tennisser, en Don Diablo waarschijnlijk geregeld, en we zijn nog in overleg met Sven Kramer en Johnny de Mol.'

Wat als niemand biedt?

'Voor dit programma met de voorlopige titel *The Secret Millionaire* zijn wij op zoek naar zes weldoeners (drie reeds gevonden) met sociale en maatschappelijke betrokkenheid die graag iets zouden willen betekenen voor de Nederlandse samenleving.'

Het kan beter *Secret No Millionair* heten.

Een tropisch avontuur voor jou!

Beste Raymond,

Voor een nieuw datingprogramma zijn wij opzoek naar een single man tussen de 30-35 jaar, die er zin in heeft om op een tropische lokatie nieuwe leuke vrouwen te ontmoeten.

Drie weken op een glamorous lokatie, alles tip-top geregeld, echt een mooi avontuur dus!

Profiel:
Tussen de 30 en 35 jaar
Vlotte babbel
Good-looking
Charmante persoonlijkheid
Ondernemend
Zin in dit avontuur

Waarschijnlijk herken je jezelf wel in het bovenstaande profiel. Wij moesten i.i.g. meteen aan jou denken ;-). Wij hopen dan ook van harte dat je deze uitdaging aan wilt gaan!

Wij hopen z.s.m. iets van je te horen!

Groeten,
Anne

Hi,

Ik ben op zoek naar leuke man tussen 30-33 voor een dating programma dat wordt opgenomen in 3 weken op een tropische locatie. Het programma is te vergelijken met de bachelor, dus 1 man, en veel mooie vrouwen.

Zou je mee willen doen aan de casting... mail me dan!
Simone, Endemol.

tv-programma
Dag Raymond,

Ik werk voor televisieproducent Eyeworks en voor een nieuw programma waar we hier mee bezig zijn zoeken we een leuke en succesvolle vrijgezel. En van wat ik over je heb gehoord en gelezen kom jij behoorlijk in de buurt van wat we zoeken.

Het wordt een datingprogramma voor Net 5, denk dus aan een glamour-sfeer, geen ranzigheid. Het gaat om 1 man en meerdere vrouwen, en je zou voor het programma 3 weken naar een exotische lokatie gaan voor de opnames.

Als je meer wilt weten mail of bel me, dan kunnen we even overleggen of een afspraak plannen!

Met vriendelijke groet,
Margot

Nee, nee en nee. Het is niet makkelijk als één persoon altijd in de spotlight staat voor een bedrijf dat je met z'n drieën hebt opgericht. Koen en Floris hebben er echter geen moeite mee, want dat is het efficiëntst. Maar drie weken druiven eten op een tropisch eiland omringd door strijdende singles terwijl zij op HQ zwoegen? Dat wordt zelfs de koelste Delfterik te veel.

Afgezien van mails van journalisten en programmamakers leidt de *bachelor list* helaas vaker tot *Fatal Attractions* dan *Indecent Proposals*. Zo stuurt Olga me elke dag een paar berichten.

Lekkere man, ook zin in met mij te afspreken? Dit keer kom jij maar naar mij toe !!! Niet weer mij boos maken aub (KLOOTZAK)

Na de eerste zestig mails begint het haar te irriteren dat ik nooit antwoord.

VOOR DE DUIDELIJKHEID, IK BEN EEN EMIGRANT EN GEEN ASIELZOEKER! IK BEN WEGGEVLUCHT BIJ EEN OORLOG. MAAR JE HEBT GELIJK, WIE WEET WAT EMIGRANT VOOR EEN PERSOON IS, ZIJ KAN EEN MOORDENAAR ZIJN! DIT KEER HEB IK GEEN ZIN OM JE TE VERMOORDEN! DAAG

Een terugkerend verwijt is het stukmaken van Olga's computer, en vooral haar printer. Daar kan ik me gek genoeg niets van herinneren, dus is er maar één conclusie. Ik ben schizofreen. Olga is het slachtoffer van mijn alter ego.

Raymond we spellen een speletje
als je mijn leven wilt verpesten
dan verpest ik jou leven
we kijken wie kan winnen

LAAT MIJN PRINTER MET RUST
ik dreig niet, ik vraag je lief

Ook op straat word ik steeds vaker benaderd. Sommige Hyvers weten nu wel wie ik ben. Vaak is dat leuk, altijd is het raar. Na het kopen van een broek bij de Zara krabbelt een medewerker hoe hij zit.

hey hey... alles goed... is het inkorten van je broek goed gelukt??

Net als in de film *Fightclub* werken overal leden van onze sekte. Op Sensation krijg ik een fles champagne in ruil voor een Goldmembership. Bij Vodafone hoef ik me niet te identificeren voor een nieuwe simkaart. De cocktails van de bar Suzy Wong betalen we door serveerster Brenda haar eigen smiley te geven (welke? Probeer maar: brendahendriks).

De naam Raymond Spanjar is nog veel herkenbaarder. De apotheekster roept enthousiast mijn medicijnen door de zaak.

'Van Hyves! Mijn dochter heeft bij je gesolliciteerd!'

Anoniem pizza bestellen kan niet meer. Om 5 uur 's ochtends een taxi bestellen ook niet. Hyveclub is overal.

Veel mensen vragen of het niet vervelend is dat je niemand meer kunt vertrouwen. 'Wie is echt in jou geïnteresseerd en wie praat met je vanwege het succes van Hyves?' In mijn ervaring is het echter niet zo zwart-wit. Natuurlijk, vaak worden mensen opeens aardiger als ze horen dat ik van Hyves ben. Sommigen overdrijven dat. Maar zelf vind ik het ook interessant om mensen te ontmoeten die een verhaal hebben of een droom realiseren. En door Hyves ontmoet ik er daar juist meer van.

Begin juni strijkt de Hyveclub neer in Cannes. Daar borrelt elk jaar de creatieve industrie onder het mom van de reclamebeurs. Dat is natuurlijk slechts een excuus, want het gros heeft niet eens een toegangspas.

Wilco en ik hebben ook geen toegangspas. Na een lift naar het centrum van Cannes kunnen we weer terug richting Aéroport Nice. Ons hotel blijkt alleen technisch in Cannes te liggen. Er is nog een verrassing. In plaats van vier kamers met vier bedden krijgen we één kamer met één twijfelaar. Dat maakt het hotel een stuk minder goedkoop.

Wilco en ik kennen elkaar van één borrel en twee sollicitatiegesprekken. De vierde keer eindigt in bed. Voor collega's is dat een record en ook voor niet-collega's niet slecht. Nog een geluk dat Remco en Arnoud afzegden.

De volgende dag lunchen we aan het strand. Mijn salade is zoals in dure Duckstad-restaurants. Op een enorm bord liggen een paar artistieke blaadjes. Na de wandeling van een halfuur vanaf ons hotel heb ik zo'n honger dat ik er met afgrijzen nog een bestel, à 20 euro.

Even later schuiven een paar directeuren van mediabureaus aan. Hun bedrijven kopen gezamenlijk een slordige 30 procent van alle advertenties in Nederland in. Dit zijn de mannen die door uitgevers en tv-zenders met helikopters de wereld worden rondgevlogen. Als je vrienden met hen bent, schuiven ze je een paar miljoen extra toe. Maar hoe word je vrienden met hen?

'Raymond, waarom heb je me nog niet geaccepteerd als vriend?'

De mediabaas kijkt me licht teleurgesteld aan. Ik leg uit dat ik te veel uitnodigingen krijg om alles te kunnen lezen. 'Ik nodig je wel nog een keer uit via mijn BlackBerry en zal je ook nog even krabbelen zodat je het niet vergeet.'

Voor zover ik nog twijfel dat de wereld is omgekeerd, is dat van korte duur. Naast ons zit een bekende actrice. Al snel verdringt ze reclame als gespreksonderwerp. We hebben een paar gemeenschappelijke vrienden en net als ik haar overweeg te vragen wat ze in Cannes doet, loopt ze naar onze tafel.

'Jij bent toch Raymond Spanjar? Ik ben ook een Hyver.'
Wilco lacht bijna nog harder dan bij het zien van de twijfelaar.

's Avonds organiseert godmother Heleen een diner aan de boulevard bij het Carlton. De Zweedse internetmogul Olaf prikt ook een vorkje mee. Hij verkocht zijn internationale reclamebedrijf voor tientallen miljoenen. De Zweed, net een schurk uit een James Bond-film, doet nu wat hij leuk vindt: renpaarden,wijnhandel en Indiase modellen. En een tiental internetbedrijven. Er zijn dertigjarigen die het minder doen.

Terwijl hij afrekent heeft Olaf een tip: 'If you can't find enough programmers, come to my office in India. They are great and cheap. And my modeling agency will throw a party.'

Dat Cannes leidt alleen maar tot meer werk.

Terug in Nederland wordt de hype onderbroken door bericht van de Informatie Beheer Groep. Als ik niet in 2007 afstudeer, wordt mijn studiefinanciering omgezet in een schuld van 15.000 euro. Netto best een bedrag en bruto eigenlijk ook. Het is bijna net zo veel als ik in Hyves heb geïnvesteerd en met beduidend minder rendement. Het is des te pijnlijker omdat ik vier jaar eerder al een bachelor economie zou hebben gehad als ik bij de overgang naar het bachelor-mastersysteem geen dispensatie had aangevraagd. Als drs. kon ik namelijk makkelijker cum laude afstuderen. Cum laude werd dotcom, de UvA kon tevreden zijn. De 'start je eigen dotcom!'-posters hadden gewerkt.

Op de muur naast het kantoor van de studieadviseur van de economische faculteit van de UvA hangen folders en één krantenknipsel. Een interview. De ondernemer blijkt niet afgestudeerd. 'Het hoeft dus niet!!' heeft de studieadviseur er met stift enthousiast bij geschreven. Wachtend op de studieadviseur om mijn afstuderen te bespreken lees ik mijn eigen interview.

Het hoeft dus wel.

'Alsnog een bachelor?' verwoordt de adviseur de mening van de

examencommissie. 'Dat kan helemaal niet, die bestaan inmiddels uit andere vakken!' Nu mis ik een vak.

'Vanwege je werk mondeling tentamen doen?' De mond van ~~Randolph Sloof~~ de niet nader te noemen docent van het vak valt open. 'De papers zijn verplicht en het tentamen is schriftelijk. Je bent niet de enige student met een baan!'

Misschien maar goed ook. Volgens Oracle-topman Larry Ellison was ik bijna loser cum laude geworden.

Graduates of Yale University, please, take a good look around you. Look at the classmate on your left. Look at the classmate on your right. Now, consider this: five years from now, 10 years from now, even 30 thirty years from now, odds are the person on your left is going to be a loser. The person on your right, meanwhile, will also be a loser. And you, in the middle? What can you expect? Loser. Loserhood. Loser Cum Laude.

De rijkste Amerikanen zijn immers ook gesjeesd, hield Larry Ellison de Yale-afgestudeerden voor: Bill Gates (1, Microsoft), Paul Allen (3, Microsoft) en Michael Dell (9, Dell). Helaas gaf Ellison deze toespraak nooit echt aan de afgestudeerden van Yale. Dat veel mensen dat wel geloven, komt omdat we het stiekem een beetje met de toespraak eens zijn. Voorlopig ben ik echter een loser van 15.000 euro.

Intussen stapelen de interviewverzoeken zich op. *Intermediair*, *Playboy*, *Penthouse*. De laatste bij monde van hoofdredacteur Lustig persoonlijk.

Ja. Ehm... ja? Nee.

Playboy is een twijfelgeval, maar *Penthouse* gaat te ver. De toegestuurde exemplaren van *Lustig* leg ik opengeslagen op het bureau van Floris om zijn imago bij de Angels op te vijzelen.

'Wij komen samen in de *Playboy* nietwaar?!;-)' hotmailt Marian alvast. Ondanks de knipoog van het konijn weet ik niet of een interview met het blootblad handig is. Omdat de oude Grieken op dit

punt niet echt uitsluitsel geven, leg ik het dilemma voor aan de jonge Angels.

'Leuk voor als je nog een keer een boek schrijft, anders niet doen.' We doen het niet.

Op zondagmiddag 27 juni gaat mijn telefoon. Michiel Frackers. Gek genoeg kent Michiel Frackers Marian niet.

'Te oud.'

Marian dan, niet de negenendertigjarige Frackers zelf natuurlijk. Hij kent wel de meeste andere speelmaatjes en, opmerkelijker, zij kennen hem.

'Kom nu naar het sushirestaurant in het WTC,' roept Frackers door de telefoon.

'Ik kan niet, ben aan het werk.' Iedereen is op HQ voor de laatste loodjes voor de deploy van de volgende dag. Ik was er laat en moet nog veel doen.

'Je snapt het niet. Ik zit hier met vijftien playmates en modellen.'

'Sorry, maar ik heb ook een kater, Michiel.' Naast de loodjes worstel ik met de laatste liters van de vorige dag. Rogier had me met Roderick uitgenodigd voor zijn viptafel op zijn feest La Fete. Hij heeft z'n platinummembership natuurlijk niet voor niets.

'Kom nou maar.' Klik.

Een uur later zit ik op zondagmiddag met hoofdpijn aan een sushiband tegenover Olga Urashova. Playmate van het jaar 2005 en winnaar van *Expeditie Robinson*. Rechts zijn Jort Kelder en Hanna Verboom aangeschoven. Links staan Lange Frans en Milli (van Vanilli) verkleed als kok.

Op de sushiband staat een camera.

Overal staan modellen.

Twee langharige Mexicanen zingen.

Frackers is de rechter Mexicaan.

4. Nieuw: privacy

Heey Pieter, wat leuk jij ook op Hyves. Dacht dat het van Defensie niet mocht hahaha.
Hyvesvriend van generaal-majoor Pieter Cobelens, hoofd Militaire Inlichtingen- en Veiligheidsdienst

Na de aandacht voor de profielen van politici en artiesten bereikt de Hyves-hype halverwege 2007 de normale sterveling. Want met drie miljoen Nederlandse profielen groeit de kans dat een persoon in het nieuws Hyver is. Opeens krijgt nieuws een gezicht.

'Een gezellig familiekiekje, rechtstreeks van Hyves. Nog net genomen voor het familiedrama dat gisteren plaatsvond. Want gisteren vermoordde de 29-jarige niet alleen zijn vrouw, maar ook zijn dochtertje. Zelfs de familiepup is neergestoken,' schrijft GeenStijl op 8 september.

Waar op straat slechts enkelen zich om een plaats des onheils scharen, loopt op Hyves het halve land te hoop. De volksjury heeft geen rechter nodig voor het bepalen van misdaad en straf. 'MOORDENAAR,' schreeuwt Kees op het profiel van een verdachte. 'Ophangen op het dorpsplein!' krabbelt Arjen. Daders en slachtoffers leefden vroeger in gescheiden werelden, maar zijn nu slechts een klik weg.

Een paar klikken verder staan de krabbels van de dader en het slachtoffer zelf van vlak voor het drama. Het is een surrealistische ervaring om die te lezen. Alsof je teruggaat in de tijd en als een onzichtbare getuige naar het vrolijke gezin kijkt.

dinsdag, 20:29
Ha Schatje,

Hebben wij daar toch bijna een huussie gekocht?
Spannende tijden, maar wel errrrrug leuk :-)
Enne de keuken... Laat die maar aan mij over :-D mag jij de wc beneden doen :-D.

Hvj Liefs

Kort nadat kranten en blogs de namen linken aan hun Hyves-profielen klikken vijf mensen op 'dit is niet ok' en moeten wij een beslissing nemen: worden de profielen weer zichtbaar, laten we ze op 'niet-ok' of verwijderen we ze? Er is nauwelijks tijd voor overleg. ANP belt, *De Telegraaf* mailt. Iedereen wil nu een antwoord.

Het incident staat niet op zich. Steeds vaker haasten kranten zich om foto's van daders en slachtoffers van Hyves te plukken. Blogs als GeenStijl linken direct door naar hun profielen. Na een aantal incidenten stellen we een standaardbeleid op. Bij slachtoffers beslist de familie, soms vindt die het prettig om de Hyve als condoleanceregister te laten staan. Een virtuele lynchpartij vindt echter niemand prettig, dus profielen van vermeende daders maken we zelf onzichtbaar, nog vóór de persoon zelf of zijn familie heeft teruggemaild.

Hyves-profielen komen niet alleen bij misdrijven in de publiciteit. Als in juli een soldaat in Afghanistan overlijdt, plaatst *De Telegraaf* zonder toestemming zijn Hyves-foto op de voorpagina. Dat mag niet, maar na publicatie is er weinig aan te doen. In de haast voor de primeur gaat het soms goed mis. Zo ziet R. Tates zichzelf de voorpagina van het *Algemeen Dagblad* sieren na de aanslag op Beatrix op Koninginnedag door zijn naamgenoot. 'Karst Richard Tates, de aanslagpleger op het koningshuis, op een foto van drie à vier jaar geleden.'

Een krabbel of Hyves-foto kan ook zelf een nieuwsitem zijn. De krabbel waarin de dochter van André Rouvoet, minister van het gezin, juf Joke een kutwijf noemt, zorgt bijvoorbeeld voor een rel. En

de verzorger van gehandicapten die op Hyves zijn werk vergelijkt met werken in een dierentuin wordt geschorst. En als Nicolette van Dam je zoent op je nieuwe profielfoto, staat je Hyve op NU.nl. Dat is een snellere route naar bekendheid dan gehandicapten verzorgen, en mogelijk prettiger.

Naar aanleiding van dit soort gebeurtenissen introduceren we een mooie nieuwe feature: privacy. Met één klik kun je nu krabbels of je hele Hyve afschermen. Volledige openheid is leuk voor een studentensite, maar het werkt niet op een site voor het hele land.

Veel critici gaat het echter niet ver genoeg. Het doet er niet toe dat Hyves voldoet aan alle richtlijnen van het College Bescherming Persoonsgegevens, nog voor die zijn opgesteld. Sommigen zouden Hyves het liefst helemaal afschaffen. Of dat hele internet. Ze hebben grofweg twee kritiekpunten.

'Je hele hebben en houden staat op Hyves,' is hun eerste bezwaar. Dat is begrijpelijk, want het lijkt inderdaad alsof je op Hyves alles kunt zien. Je ziet immers niet wat je niet ziet. Wij zien wel wat je niet ziet. Dat is heel veel. Meer dan 90 procent van de adressen, mobiele-telefoonnummers en e-mailadressen is afgeschermd, en de meerderheid van de foto's staat in privéalbums. Maar dat zie je niet.

Een tweede hardnekkig misverstand is dat sociale netwerken een alternatief zijn voor afspreken of bellen. Om dat te ontkrachten doen we onder drieduizend Hyvers onderzoek met Marjolijn Antheunis, promovendus aan de Universiteit van Amsterdam. De publicatie van haar bevindingen eind 2007 toont aan wat actieve Hyvers al weten. De belangrijkste reden voor Hyves-gebruik is contact met oude vrienden en bekenden, niet nieuwe vrienden of een relatie, zoals soms wordt gedacht. Een andere bevinding is dat hoe meer mensen hyven, hoe meer offline contact ze hebben met hun vrienden. En hoe meer vrienden op Hyves, hoe hoger de kwaliteit van hun sociale leven. Online en offline. Het zijn correlaties, hyven is niet per se de oorzaak. Maar het schaadt in elk geval niet.

Een maand eerder promoveerde Alexander Schouten, ook aan

de UvA, met een ander onderzoek. Hij onderzocht de gevolgen van online communicatie voor de sociale ontwikkeling van jongeren. Schouten ontdekte dat jongeren zichzelf op profielsites leren presenteren. De sites helpen bij de vorming van hun identiteit. Netwerken geeft jongeren zelfvertrouwen, al geldt dat niet voor iedereen. 'Een praktische aanbeveling is dat voorlichting over online communicatie zich niet alleen op jongeren moet richten maar vooral ook op ouders. Online communicatie is niet inherent slecht, en heeft ook geen uniforme effecten op jongeren. Online communicatie lijkt zelfs veel voordelen te hebben,' schrijft Schouten in zijn proefschrift.

Alles omtrent Hyves en privacy is nieuws in 2007. Daarbij is de nuance niet altijd even makkelijk te vinden. DIENDERS ONLINE VAAK VATBAAR VOOR CHANTAGE kopt *De Telegraaf*. Want agentes blijken op vakantie bikini's te dragen, blijkt uit een analyse van de Hyves van alle agenten.

Sommige Hyvers spelen op de onrust in door valse geruchten te verspreiden. Zo circuleren er miljoenen privéberichten over een documentaire waarin mensen op Hyves kinderen uitzoeken om te laten ontvoeren. 'Please stuur door!!!' De documentaire blijkt niet te bestaan.

Ook bedrijven voeden de angst, vaak in de hoop op gratis pr. Zo waarschuwt FBTO dat inbrekers ook hyven. GeenStijl meldt fijntjes dat de verantwoordelijke pr-manager vergeet dat zijn eigen NAW-gegevens ook te achterhalen zijn, dat op Twitter staat dat hij net weer leuke gadgets heeft gekocht, en op zaterdagochtend van huis is wegens sportactiviteiten.

Defensie wijst soldaten terecht op de mogelijke gevolgen van Hyves. Groot is dan ook de hilariteit als *De Telegraaf* de Hyve van de chef van de Militaire Inlichtingen- en Veiligheidsdienst ontdekt. De generaal-majoor hyvet met open vizier, tot verbazing van zijn eigen vrienden. Zijn Hyve is toegankelijk voor iedereen, inclusief krabbels. 'Heey Pieter, wat leuk jij ook op Hyves. Dacht dat het van Defensie niet mocht hahaha.'

Uit een mail van de moeder van een soldaat in Afghanistan blijkt dat Hyves voor soldaten ook handig kan zijn.

Toen hij weer in Nederland was en in het ziekenhuis lag, hadden hij en zijn collega's die achterbleven in Afghanistan veel contact met elkaar via Hyves. Ik weet zeker dat de jongens daar heel veel steun aan hebben gehad. Ik wil je bedanken dat wij als ouders, als we ze hadden gemist op MSN, konden zien dat ze toch op Hyves waren geweest en we weer wat geruster waren.

Al dat delen en contact onderhouden tussen mensen, dat kan zo niet langer. Iemand moet ingrijpen. In 2009 roept de overheid in tv-spotjes het volk op om minder te delen. Alleen de Polygoon-stem ontbreekt. 'Let op! Wat je op internet zet, is vaak openbaar. Dus hou jezelf goed in de gaten.' In het filmpje van de online campagne jaagt de crimineel Stanislav op Hyves op persoonlijke informatie. Op het eind springt de Rus met zijn kornuiten in de auto. 'Let's go!' Op het scherm prijkt de foto de foto van zijn slachtoffer. Jouw foto.

Het filmpje is knap gemaakt en direct een hit. Nog zonder reclame wordt het acht miljoen keer bekeken. In Nederland. Als ik in een telefoongesprek met een van de betrokken ambtenaren het nut van een campagne voor minder delen betwijfel, bewijst hij direct mijn ongelijk. Juichend citeert hij mij op Twitter uit de context over het succes van het filmpje. Tien minuten later belt het ANP. Elf minuten later bel ik de ambtenaar.

'O, kan iedereen mijn tweets zien? En ik heb maar dertig volgers,' verontschuldigt hij zich verbaasd.

De campagne is weinig effectief. Niemand schermt meer informatie af. Dat komt deels doordat campagnes om minder te delen zich richten op de negatieve incidenten en de voordelen negeren die miljoenen mensen dagelijks ervaren. Delen gaat hand in hand met een beter contact met vrienden en kennissen. Niet voor niets wijzen psychologen op het verband tussen hechte sociale banden en geluk. In plaats van te strijden tegen delen, zou de overheid moeten zorgen dat

vreemden persoonlijke informatie niet kunnen misbruiken. De overheid zou sneller en harder moeten optreden tegen spam. Kinderen moeten voorgelicht worden dat ze online niet met vreemden moeten praten, net als op straat. En de overheid zou Stanislav gewoon moeten vangen en opsluiten. Daar betalen we belasting voor. Niet om ons bang te maken.

Campagnes tegen delen zijn bovendien een achterhoedegevecht. Steeds meer leven wordt gedigitaliseerd, opgeslagen en gedeeld. Want dat vinden we leuk en onze vrienden ook. Als je iets niet wilt delen, kun je het beter niet digitaliseren, ook niet alleen voor jezelf en je vrienden. Informatie wil vrij zijn. Naaktfoto's zijn net parkietjes. Op een dag staat het kooitje open en zie ze dan maar eens te vangen. Je kunt er natuurlijk voor kiezen om helemaal geen lid te worden. Maar privacy heeft een prijs. Je mist steeds meer van de communicatie tussen je vrienden en je bent minder verbonden met je omgeving.

Intussen schrijdt de technologie voort. Er zijn nu al brillen die alles filmen wat je ziet en het live doorsturen naar internet. Ideaal voor je vrienden. Waarom op vrijdagavond een film kijken als je live je vrienden kunt volgen in de kroeg?

Gezichtsherkenningssoftware wordt steeds beter en goedkoper. Google vindt dat ook leuk, en kocht alvast een van de pioniers op het gebied van gezichtsherkenning. Nog even en iedereen draagt brillen van het model RoboCop: naast elk gezicht zie je leeftijd, interesses en aantal vrienden. Vreemdgaan was nog nooit zo spannend. Al zit je aan de andere kant van de wereld, als je ergens in de achtergrond op een foto staat, komt het online en verschijnen jullie namen ernaast. En als al die beelden doorzoekbaar worden, kan Google Maps worden omgebouwd in de tijdmachine van professor Barabas. Noem je tijd en plaats en Google zegt je wat er gebeurde.

Dat moet verboden worden? Ik hoop voor je dat het lukt. Internet doet niet echt aan grenzen en zoekt vrolijk het land met de minste weerstand van de wet. De EU, zeg je? Er is toch een commissie voor sociale netwerken? Klopt. Hyves schreef mee aan de Safer Social Networking Principles, die werden gecoördineerd door de Euro-

pese Commissie. Opstellen, publicatie en controle duurde twee jaar. Toen was het speelveld alweer drastisch anders en bovendien was het verdrag verwaterd door de inspraak van tientallen partijen. Gelukkig leidt Neelie Kroes daar nu de digitale agenda.

De huidige privacypaniek is slechts een overgangsfase. En overgangsfases zijn altijd pijnlijk. Een beetje komt uit, een beetje blijft geheim. Echt interessant wordt het als alles bekend is. Gaan we dan ons gedrag of onze mores aanpassen? Blijven we dronken worden? Liggen agentes straks aangekleed op het strand? Wat zegt Rianne Rouvoet tegen juf Joke? Heeft de generaal-majoor nog werk? En de inlichtingendienst? Bijten mannen nog honden? Wordt Stanislav miljardair? Wordt het leven een klooster of een carnaval? Met of zonder maskers?

5. Facebook

I'm a jerk for making this site.
Mark Zuckerberg

'Jessica is a bitch. I need to think of something to make to take my mind off her.'

Mark Zuckerberg programmeert al zijn hele leven. Op een oktoberavond in 2003 werkt de Harvard-student aan een nieuwe site. Wat precies, dat maakt niet zo veel uit, het is afleiding. Liever werkte hij aan Jessica. Op een blog deelt hij de voortgang van de site en zijn krat bier.

'The Kirkland facebook is open on my computer desktop and some of these people have pretty horrendous facebook pics. I almost want to put some of these faces next to pictures of farm animals and have people vote on which is more attractive.'

Zuckerberg realiseert zich dat het beter is om mensen met elkaar te vergelijken dan met dieren en gaat aan de slag. Hij importeert de foto's van de studenten van bijna alle studentenhuizen. Om vier uur 's nachts is Facemash.com af.

Een paar dagen later zet de programmeur Facemash live. Als hij terugkomt van een bespreking is zijn laptop, die fungeert als server van de site, gecrasht. Binnen een paar uur is er al 20.000 keer gestemd.

Dat is niet de bedoeling. Snel haalt Zuckerberg de site uit de lucht, maar het is al te laat. Feministische groepen sturen tientallen boze brieven naar het bestuur van Harvard. Het hacken en gebruik van de foto's levert Zuckerberg een officiële waarschuwing op van Harvards *disciplinairy board*. En een e-mail.

Hey Mark, We're developing a site which we'd like you to be a part of and a site which we know will make some waves on the campus. This should be a really rewarding experience, especially if you have an interpreneur personality. We'll let you know the details when you respond.

Divya Narendra werkt samen met Tyler en Cameron Winklevoss al een jaar aan de Harvard Connection, een datingsite voor studenten. De Winklevoss-tweeling kan veel, het zijn de beste roeiers van Harvard en leden van Harvards meest prestigieuze dispuut, maar ze kunnen niet programmeren. Narendra ook niet.

Zuckerberg mailt terug *definitely interested* te zijn. Het lijkt hem weinig werk. Al snel wordt hij echter moeilijk bereikbaar. De gekte rondom Facemash heeft hem aan het denken gezet. Wat als de site om profielen draait in plaats van ratings? Een sociaal netwerk, net als het gehypte Friendster, maar dan exclusief voor studenten. Op 14 januari registreert hij het internetadres www.Thefacebook.com. Zijn vriend Eduardo Saverin zal de huur van de servers betalen en krijgt 30 procent.

Het idee van Zuckerberg draait om vrienden, dat van de Winklevoss-broers om dating. Maar beide sites richten zich exclusief op studenten. De tweeling zal dit niet leuk vinden. Hoe vertel je dat je een mogelijke concurrent start in plaats van hun site af te bouwen? En wanneer vertel je dat?

Zuckerberg vertelt het niet. Zo creëert hij een voorsprong voor Thefacebook. En het is ook niet makkelijk om de populairste jongens van de klas teleur te stellen. Zeker als ze in de klas boven je zitten en bijna 2 meter lang zijn.

Op 4 februari gaat Thefacebook live. Leden kunnen een profielfoto uploaden en elkaars vrienden bekijken. Er zijn nog geen fotoalbums, publieke berichten of een newsfeed. Zelfs geen privéberichten. Ondanks – of misschien wel dankzij – de beperkte functionaliteit is de site direct een succes. Na vier dagen zijn al duizend studenten lid ge-

worden, lezen de Winklevoss-broers in de universiteitskrant *Crimson*.

Ze zijn stomverbaasd. Terwijl Harvard Connection nog steeds ongewijzigd in de steigers staat, lanceert Zuckerberg een eigen site. Hun gedroomde hit. Ze voelen zich bedrogen en nemen een advocaat in de arm.

De zomervakantie brengt Mark door in de Silicon Valley, het techepicentrum van de wereld in Californië. Met twee partners heeft hij een huis gehuurd om verder te werken aan Thefacebook. Ook Sean Parker is bij hen ingetrokken. Parker is ondanks zijn 24 jaar al een internetveteraan, eerder richtte hij de populaire internetbedrijven Napster en Plaxo op. Eduardo heeft nog steeds 30 procent van de site. Hij loopt in New York stage bij een bank en probeert daar adverteerders te werven.

De langeafstandsrelatie werkt niet. Eduardo vindt dat Zuck zijn inspanningen om inkomsten te genereren niet waardeert en wordt boos als Zuckerberg en Parker praten met investeerders. Hij is toch verantwoordelijk voor de zakelijke kant? Bovendien heeft hij al 18.000 dollar gestort en alles betaald. Woedend blokkeert hij de bankrekening van Thefacebook en zet zo de toekomst van de prille site op het spel.

Sowieso heeft Thefacebook snel geld nodig. Gelukkig hoeft dat in de Valley niet lang te duren als een half miljoen mensen je site gebruiken. Na één afspraak schrijft PayPal-oprichter en investeerder Peter Thiel samen met LinkedIn-oprichter Reid Hoffman een check van een 600.000 dollar voor 12 procent van de aandelen. Na een halfjaar is Thefacebook 5 miljoen dollar waard. Thiel geeft één advies. Het zal het enige advies zijn in de jaren die volgen: 'Just don't fuck it up.'

Thefacebook wordt geherstructureerd en in een nieuwe rechtspersoon ondergebracht. Eduardo is als enige na de zomer van 2004 teruggegaan naar Harvard en heeft 34 procent van de aandelen. De 4 procent extra is een bescherming tegen verwatering voor als nieu-

we investeerders toetreden, hebben Facebooks advocaten hem uitgelegd, vertelt Saverin aan Ben Mezrich voor zijn boek *The Accidental Billionaires*.

Op 4 april 2005 blijkt Eduardo's bescherming zo lek als een Zeeuwse dijk in 1953. Na de uitgifte van nieuwe aandelen voor een investeerder en Mark, Dustin en Sean houdt Eduardo slechts een fractie van zijn belang over. Hij weigert te tekenen en wordt ontslagen. Hij verliest ook zijn rol als medeoprichter in de Facebook-geschiedenis. Met de contracten voor de herstructurering had hij zijn doodvonnis getekend. Maar zijn echte fout was natuurlijk stage lopen in New York terwijl Mark hun site bouwde in de Valley, en het blokkeren van de bankrekening. Nu staat hij machteloos, net als de tweeling. Net als de tweeling accepteert hij dat niet. Beide zaken zullen uiteindelijk geschikt worden. Saverin krijgt 5 procent van Facebook en de broers ontvangen 65 miljoen dollar, ook deels in aandelen. Bedrogen worden was nog nooit zo lucratief.

De waardering van Facebook groeit net zo snel als het gebruik. Terwijl Leendert & co een paar ton in Hyves investeren op een waardering van 1 miljoen, doet Viacom een overnamebod op Facebook van 75 miljoen dollar. Zuckerberg haalt liever nieuw groeikapitaal op. Investeerder Accel investeert 12,7 miljoen dollar én betaalt Mark, Sean en Dustin 1 miljoen dollar ieder, al blijft dat laatste geheim. Na de deal is Facebook 100 miljoen dollar waard. Met het wisselgeld koopt Zuckerberg voor 200.000 dollar het adres facebook.com en schrapt 'the' uit de naam. De verkoper weigert het adres te ruilen voor Facebookaandelen. Het duurt niet lang voor hij spijt heeft.

Om te voorkomen dat de groei afvlakt kunnen vanaf het najaar van 2005 ook scholieren lid worden en voegt Facebook foto's delen toe. Verder blijft de functionaliteit beperkt. Dat scheelt niet alleen werk, het is zo ook makkelijker om Facebook snel te houden tijdens de groeistuipen.

De groei vlakt niet af. Begin 2006 is de site de nummer zeven van Amerika met 5,5 miljard pageviews per maand. Viacom biedt nu tien keer zo veel als een jaar eerder, 750 miljoen. Plus nog eens dat bedrag bij het behalen van een aantal doelen. Volgens het zeer goed geïnformeerde boek *The Facebook Effect* van *Fortune*-journalist David Kirkpatrick accepteert het bedrijf het bod bijna, maar kunnen de partijen het niet eens worden over de voorwaarden van de earn-out. Dus kiest Facebook opnieuw voor financiering: 25 miljoen dollar op een waardering van een half miljard. De board besluit echter dat een bod van 1 miljard serieus zal worden overwogen.

In juni is het zover. Yahoo Mail en Messenger hebben honderden miljoenen gebruikers, maar Yahoo heeft geen goed sociaal netwerk. Het is een perfecte match met Facebook. In project Fraternity ('dispuut') stuurt Yahoo-topman Terry Semel een termsheet van 1 miljard dollar over de messenger naar Mark Zuckerberg. Cash. Zo'n 100 dollar per lid, er zijn landen waar leden minder waard zijn. Zuck vindt een miljard net genoeg. Ook omdat de groei van zijn website afneemt, misschien blijft de aantrekkingskracht van Facebook toch beperkt tot studenten? Hij gaat mondeling akkoord. Een paar dagen later crasht echter Yahoo's aandelenkoers met 22 procent, omdat het minder omzet- en winstgroei verwacht. Yahoo verlaagt daarom het bod naar 850 miljoen. Zuckerberg loopt weg.

Bijna tegelijkertijd sluit Myspace een nog veel betere deal. Google betaalt 900 miljoen dollar zonder één aandeel te ontvangen. Myspace is dan ook nog een maatje groter dan Facebook: de site heeft honderd miljoen leden tegen acht miljoen voor Facebook.

De complexe overeenkomst met Google behelst bovendien meer dan alleen de zoekmachine en advertentieverkoop. Het is een strategisch partnership op meerdere fronten. Zo mag Myspace volgens de initiële overeenkomst niet samenwerken met eBay. Tot frustratie van Anderson en DeWolfe, want eBays veiling- en betaalfuncties zijn een nuttige toevoeging voor Myspace. De News Corp.-bazen doen echter zelf de onderhandelingen en zij vinden 900 miljoen dollar veel te belangrijk om hierover te steggelen. Dat News Corp. omzet belangrij-

ker vindt dan gebruikerservaring, blijkt ook uit het reclamebeleid van Myspace. De toch al wat chaotische website wordt steeds meer een kermis door het grote aantal reclamebanners. Op Facebook daarentegen staan weinig advertenties, net als op Hyves.

Een ander verschil is hoe de twee netwerken omgaan met partners. In mei oogst Facebook veel lof voor de introductie van zijn platform voor ontwikkelaars. Derden kunnen hiermee onder andere Facebook integreren op hun eigen site. Externe programmeurs maken ook producten voor Myspace. Zo zijn veel van de web 2.0-bedrijven zoals YouTube en Photobucket groot geworden dankzij hun gadgets op Myspace. In plaats van deze bedrijven verder te ondersteunen zegt News Corp.-COO Peter Chernin op een conferentie van Merril Lynch echter deze bedrijven te gaan beconcurreren. 'Given that most of their traffic comes from us, if we build adequate if not superior competitors, I think we ought to be able to match them if not exceed them.' Voor aandeelhouders lijkt dit een logische strategie, maar in de internetwereld zet het kwaad bloed. 'That sounds both dangerously arrogant and like a real validation of fears that Myspace dependency is too risky for outside developers,' concludeert de invloedrijke blog Techcrunch.

In dezelfde maand zorgt ook Facebook voor opschudding. De site introduceert de *newsfeed*: een nieuwe homepage met de laatste activiteiten van vrienden. De update oogst een storm van kritiek. Honderdduizenden mensen worden lid van protestgroepen als Students against Facebook newsfeed en THIS NEW FACEBOOK SET-UP SUCKS!!! Dit is de ondergang, schrijven veel journalisten enthousiast. Deels uit sensatie en deels omdat ze zelf Facebook niet gebruiken en er überhaupt de lol niet van inzien.

Zuckerberg reageert op zijn weblog. Hij houdt voet bij stuk. De newsfeed is fantastisch, critici snappen dat gewoon niet.

Calm down. Breathe. We hear you.
We've been getting a lot of feedback about Mini-Feed and News Feed. We think they are great products, but we know that many of you are not immediate fans.

Zuckerberg bestrijdt de kritiek en legt de voordelen van de nieuwe dienst uit. Hij heeft gelijk, en als dictator en grootaandeelhouder kan hij voet bij stuk houden. Hij had het alleen beter anders kunnen verwoorden, want de zelfverzekerde toon werkt als olie op het vuur. Al twee dagen later moet Zuckerberg in een nieuwe blog door het stof.

An Open Letter from Mark Zuckerberg:
We really messed this one up.

Hij zegt sorry. Hij doet wat kleine aanpassingen. Maar de newsfeed blijft.

Na de kritiek stopt Zuckerberg met bloggen, tot hij een jaar later opnieuw zijn excuses moet aanbieden. Beacon wordt niet de revolutie voor adverteerders die Zuckerberg had aangekondigd, maar een privacydebacle. Gebruikers vinden het niets dat Facebook hun aankopen op sites als eBay toont aan hun vrienden. Bij uitzondering verdwijnt dit onderdeel wel van de site.

Op 24 oktober 2007 bereikt de waardering van Facebook een nieuw hoogtepunt. Microsoft troeft Google en Yahoo af en koopt voor 240 miljoen 1,6 procent in Facebook. Facebook is 15 miljard waard. Microsoft had nog liever 100 procent gekocht. Maar Zuckerberg twijfelt niet meer. Zijn website is niet te koop.

Een krat Beck-bier: 19,99 dollar. Een laptop: 799 dollar. Twee jaar op Harvard: 79.760 dollar. Geen Jessica: 15.000.000.000 dollar.

Naast het titanengevecht tussen Myspace en Facebook om de wereldheerschappij woeden er ook lokale en regionale oorlogen. In ja-

nuari 2008 publiceert de Franse krant *Le Monde* een wereldkaart met de marktleider per land. Het is net Risk. In Europa wordt volgens de krant de meeste tijd doorgebracht op Bebo. De Engelse site is echter alleen in Ierland nummer 1 en dat is gevaarlijk bij sociale netwerken. Weliswaar lijkt Bebo in Engeland Myspace te passeren, maar Facebook groeit daar tien keer zo snel. Hi5 en Netlog zijn nu vertaald en groeien razendsnel in landen waar Engels een barrière vormt. Zo is Hi5 groot in Zuid-Amerika, Portugal en Mongolië en Netlog onder andere in Turkije. Orkut is inmiddels het grootste netwerk in Brazilië en India, en Friendster is uit zijn as herrezen in Zuid-Oost Azië met vertaalde sites. Ze groeien allemaal, maar dat is verraderlijk omdat de hele markt groeit. De netwerken hebben eind 2007 zo'n twintig tot dertig miljoen unieke bezoekers wereldwijd, vergeleken met honderd miljoen voor Facebook en Myspace.

De strijdende sites kunnen we onderverdelen in de *good*, de *bad* en de *copy*. De goede sociale netwerken zijn de eerstegeneratiesites, Friendster en zijn directe afstammelingen. Ze kopiëren wel maar hebben het fatsoen dat wat te verbergen. Critici betichten hen van spam, maar als een gebruiker een beetje oplet, weet hij wanneer hij zijn hele adresboek uitnodigt.

De *bad guys* zijn later gestart, maar omdat ze een beetje vals spelen, maakt dat niet uit. Zo groeit Tagged.com in mei 2007 met 350.000 nieuwe leden per dag. Dat is zelfs meer dan wereldmarktleider Myspace. Badoo.com heeft een jaar na de start al 13 miljoen leden en is de op één na snelst groeiende zoekterm van Google in 2007. De functionaliteit van de sites is inferieur aan Myspace en Facebook, maar ze groeien zo snel omdat ze het uitnodigen geperfectioneerd hebben. Voor zichzelf dan, voor gebruikers is het proces suboptimaal.

Hun eerste verbetering betreft de verwarrende uitnodigingen. Badoo mailt standaard '[vriend] heeft een berichtje voor je achtergelaten op Badoo!' als uitnodiging. De belofte van een bericht van een vriend zorgt natuurlijk voor veel meer inschrijvingen dan een normale uitnodiging.

De tweede innovatie is het uitnodigen zelf. Zo nodigt Tagged soms het hele Hotmail- of Gmail-adresboek uit zonder toestemming. Een foutje, zegt de oprichter van Tagged tegen de journalist wiens adresboek hij net gespamd heeft. Dat is minder geloofwaardig als je weet dat het vorige bedrijf van Tseng de trotse recordhouder was van de hoogste boete voor spam ooit, bijna 1 miljoen dollar. Ook Badoo verstuurt veel meer uitnodigingen dan andere netwerken.

In opvallend veel artikelen in 2007 wordt de snelle groei van Tagged en Badoo bewonderd. Zelden wordt geanalyseerd hoe de sites praktisch uit stilstand net zo snel kunnen groeien als een site met honderd miljoen unieke bezoekers. De spam wordt beloond: in januari 2008 meldt Badoo 10 procent te verkopen aan een Russische investeerder voor 30 miljoen dollar. Tagged heeft dan al bijna 10 miljoen dollar ingezameld.

De buit van de slechteriken is kinderspel vergeleken bij die van de vervalsers. In oktober 2005 lanceren twee studenten Facebook in Duitsland. Alleen ze noemen het StudivZ en houden zelf de aandelen. Hun site is bijna een perfecte kopie van Facebook, behalve dat het blauw van de Amerikaanse site bij hen rood is. Uit foutmeldingen blijkt dat er in de code zelfs een map is die 'fakebook' heet.

De makers van de Russische Facebook vinden zelfs de kleur aanpassen te veel werk. Hun Vkontakten.ru is ook blauw. Het bontst maakt de Chinese Xiao Ni het. In het begin staat er onder hun pagina's zelfs 'A Marc Zucberg Production', vrij vertaald naar 'A Mark Zuckerberg Production' dat het origineel siert. De drie sites groeien als kool. In januari 2007 koopt de Duitse uitgever Holtzbrinck StudivZ, volgens geruchten voor 85 miljoen euro. Niet slecht voor anderhalf jaar werk. Ook Xiau Ni wordt overgenomen en Vkontakten groeit uit tot een van Europa's meest bezochte websites.

Een ironisch voordeel van de marktleider kopiëren is dat je ook een ideale overnamekandidaat voor Facebook zelf bent. Eind 2007 maakt Facebook zich zo veel zorgen over de Duitse kloon dat het vier procent van zijn aandelen wil betalen om de site over te nemen. Als Holzbrinck weigert, klaagt Facebook StudivZ aan voor het kopiëren.

De fakebook-code maakt de Duitse positie niet sterker, de zaak wordt geschikt.

6. Rien ne va plus

Ik heb maanden zonder contract gewerkt op goed vertrouwen.
Dat zou nu niet meer voorkomen.
Meral Bakir, Angel

De onwaarschijnlijke opmars van Facebook laat ook Nederland en Hyves HQ niet onberoerd. Al stoten we eerst Google van de troon als Nederlands meest bezochte website. Een van de gewaagde voorspellingen voor 2007 is nu al binnen. De grafiek waarop Hyves voor het eerst meer pageviews heeft dan Google, sturen we trots door naar Marc Duindam en Sidney Mock, de country-manager en marketingmanager van Google Nederland.

Nu nog qua omzet.

– – Original Message – –
From: Sidney Mock
Sent: maandag 23 juli 2007 10:12
To: Raymond Spanjar
Cc: Marc Duijndam
Subject: Re: Dit gezien? :-)

Het zijn sowieso prachtige cijfers voor een bedrijf dat jullie zelf hebben opgericht! Kunnen we alleen maar jaloers op zijn, want wij zijn tenslotte 'maar' loonslaven... Wat betreft onze omzet zie: http://investor.google.com/releases/2007Q2.html

Nu we het er toch over hebben, wat is jullie omzet? ;-)

Groeten – Sidney

–– Original Message ––
From: Raymond Spanjar
Sent: 23 July 2007 12:38
To: Sidney Mock
Cc: Marc Duijndam
Subject: Re: Dit gezien? :-)

Haha jullie krijgen tenminste nog loon, wij zijn alleen maar slaven! :-)

Onze omzet is helaas vertrouwelijk, maar ik zou niet op voorhand uitsluiten dat we op dat punt onder doen voor jullie. ;-)

Grtzz,
Raymond

–– Original Message ––
From: Raymond Spanjar
Sent: 23 July 2007 03:40
To: Hyves HQ
Subject: FW: Dit gezien? :-)

Sales team, wanneer kunnen we ook die laatste vraag pareren? :-)

Hyves is nog duizend keer groter dan Facebook, maar in augustus verdubbelt onze aartsrivaal in Nederland. In dit tempo zullen de Amerikanen ons in 2008 passeren. De moeder aller veldslagen dient zich aan. De website van Facebook is niet alleen sneller dan die van Hyves, maar dankzij het Facebook-platform ook veel uitgebreider: de ruim 100.000 externe ontwikkelaars hebben al meer dan 10.000 applicaties gebouwd. De onmogelijke opgave om Hyves snel te houden en tegelijkertijd met zeven man 100.000 Facebook-ontwikkelaars bij te benen zorgt voor spanningen in het team. Woensdag 28 augustus komt het tot een uitbarsting.

's Nachts zetten we een nieuwe versie live met onder andere tik-

ken, een variant op een van de populairste, door derden gemaakte Facebook-applicaties. Alles lijkt goed te gaan, maar na het live zetten van de site werkt het uploaden van foto's niet. Repareren lukt niet. Om vijf uur 's ochtends gaan Boris en Henk naar huis. Het is beter om een paar uur te slapen en er de volgende dag met een fris hoofd naar te kijken. Koen vertrekt als laatste beneden. Floris vraagt hem om nog een uitleg live te zetten, geen foto's kunnen uploaden is een van de grootste ergernissen van Hyvers. Een waarschuwing voorkomt veel van de irritatie. Maar Koen is er klaar mee.

'Mja... Ik steek er nu geen tijd meer in. Over drie uur ben ik er weer.'

En wij niet. Want wij zijn niet direct nodig om de bugs te fixen en kunnen iets meer slaap pakken. Toch geeft Koen uiteindelijk toe. Stampende voeten de trap af. Slaande deuren. Stampende voeten de trap op. De deur vliegt open.

Wat als Koen agressief wordt? Onze Chinese vriend zat tien jaar op kungfu.

'Over 10 minuten wordt de tekst gedeployed.'

Hij stormt weg. Floris en ik blijven alleen achter om de teksten aan te passen. Toch nog enigszins gerust sluiten we een uur later het pand.

Donderdag word ik om tien uur wakker en grijp mijn mobiel. Hyves lijkt snel te zijn. Om halfelf loop ik HQ binnen. Er hangt een wolk van negatieve energie. Een index is niet meegekomen, de helft van de pagina's crasht, de andere helft is langzaam. En de uitleg staat niet op de site.

Maandagochtend is het fotoprobleem opgelost, maar is er weer een nieuw probleem. Er zijn per uur 10 procent minder pageviews dan op voorgaande maandagen. Als ik het tegen Koen zeg, ontploft hij.

'Dat zal het mooie weer wel zijn!'

'Als we zelfs bij objectieve statistieken boos worden, is verder praten zinloos!' Ik verlies nu ook mijn beheersing.

Deze discussies vinden vaak plaats op basis van de subjectieve beleving van de snelheid, omdat we door tijdgebrek nog geen verfijnde

statistieken hebben. Je installeert zelden een brandalarm als je huis afbrandt.

'Wie wordt er nou boos?' vraagt Koen boos. 'Alle systemen draaien als een zonnetje, en die data kun jij niet zien.'

Dat klopt. Dit verschil in perspectief is deels de oorzaak van de aanvaringen.

Bij significant minder pageviews in vergelijking met dezelfde dag een week eerder is er volgens Floris en mij altijd iets mis. Een dip is in twee blikken gesignaleerd, maar Koen moet vervolgens uitzoeken wat de oorzaak van de daling van de pageviews is, terwijl het nooit voor honderd procent zeker is dat de daling een technische oorzaak heeft. Alle systemen nalopen kost uren en zelfs dan komt een lek niet altijd tevoorschijn. Deze maandag is Koen bovendien nog gaar van de storingen van de week daarvoor.

Een uur na de ruzie loopt hij onze kamer weer binnen en stelt constructief voor om de statistiekensectie uit te breiden. 's Middags worden er inderdaad een paar grote problemen ontdekt, het gaat van kwaad tot erger. Een op de twee pagina's crasht.

Diezelfde maandag is Marcs eerste dag bij Hyves. Hij valt met zijn neus in de boter. Op de eerste managementvergadering legt het monster meteen met zijn kenmerkende directheid de vinger op de zere plek.

'Mensen zeggen tegen me: "Hyves is traag en het ziet er lelijk uit." ' En, na het zien van onze boze gezichten, lachend: 'Als ik nu zeg dat de pr kut is, dan maak ik me helemaal populair.'

We maken snelheid van de site onze absolute topprioriteit, voor zover dat nog niet het geval was, en doen een monsterorder van meer dan een miljoen euro aan servers. Gelukkig hoeven we dat bedrag niet in één keer op te hoesten, maar kunnen we het spreiden over 36 maandelijkse betalingen.

Hyves barst inmiddels ook uit zijn fysieke voegen. Alle kamers zijn overvol, dus nemen Marc en Yme hun intrek in de printerkamer. 'Mijn assistente bij Monsterboard had een groter kantoor,' constateert Marc

geamuseerd. Ook Yme kan de stap terug waarderen, het herinnert hem aan de beginperiode van Media Republic en Lost Boys.

Sowieso is er geen tijd voor opwinding over een te klein kantoor. Marc heeft nog een brand ontdekt.

'Jezus Christus,' mompelt de kersverse COO als hij naar de Angels luistert, 'jullie gooien soms de helft van de e-mails gewoon weg?'

Het aantal vragen is in één jaar tijd verachtvoudigd naar vijftienhonderd mails per dag, maar het aantal Angels is helaas niet toegenomen. Angels schalen slecht. Enthousiaste hbo-plusmodellen zijn de hoekstenen van onze HR-strategie, maar zijn helaas lastig te vinden. En al helemaal voor community-management. Aan de sollicitatieprocedure kan het niet liggen. Die is simpel en nog onveranderd. Na een kort gesprek met een van de Angels en mij loopt de aspirant naar de uitgang langs Flop. Duim omhoog is een contract.

'Weten jullie hoeveel mails er per onderwerp binnenkomen? Per Hyver? Hoeveel iedere Angel er beantwoordt?' vraagt Marc.

'Ongeveer.'

's Nachts kan Marc de slaap niet vatten. In zijn opwinding is hij nog vergeten te vragen of de condooms die hij steeds op de bonnen van de Angels bij de Albert ziet staan een bedrijfsmatig doel hebben.

'Job Cohen heeft 10.000 agenten nodig voor een stad van 1 miljoen mensen en nog is het een zooitje. Hyves heeft vier Angels,' mompelt de COO.

Zijn oplossing is tweeledig. In de eerste plaats professionele helpdesksoftware om alle correspondentie te registreren en te analyseren. In de tweede plaats Surinamers. Surinamers schalen namelijk wel en zijn niet duur. Je hebt al een Surinamer vanaf vijf euro per uur.

De software lijkt ons een goed plan, maar bij de Surinamers wijst de duim van Flop omlaag. De helpdesk naar Parimaribo verhuizen noemen we plan B.

Floris en ik moeten wennen aan het toenemende aantal vergaderingen. Vaak duren ze twee keer zo lang als het geplande uur. Om het nuttige met het aangename te verenigen spelen Flop en ik op de ma-

nagementmeetings vergaderbingo. We kiezen allebei drie woorden, elke keer dat een woord valt levert 1 punt op. De eerste keer zijn Flops woorden bijvoorbeeld traag, Real Madrid en usability (Marcs grote kritiekpunt en ook een favoriet onderwerp van Koen). Ik speel voor servers, ook usability en piejennel. Geen idee wat het betekent, maar Marc raakt er niet over uitgepraat. Dankzij servers win ik deze vergadering nipt. Om mijn lachen in te houden denk ik bij elk punt even aan Facebook.

Begin september zijn Yme, Remco en Wilco inmiddels al twee maanden bezig. Ze gaan als een trein. Yme praat met alle grote mediabedrijven over samenwerking en de Co's hebben hun verkoopleger opgetuigd. De tien geboden voor Hyverteerders blijven gehandhaafd, net als het verbod op rommelreclame. Ook al kan dat ons volgens schattingen op korte termijn een half miljoen euro per maand opleveren. Orders van meer dan twintigduizend euro worden beloond met een fles champagne. Zulke grote orders komen toch nauwelijks voor.

In de eerste week van september verkoopt het team van de Co's al voor honderduizend euro, meer dan we hiervoor per maand draaiden. Desondanks valt de reclame nog steeds bijna niemand op. Behalve Timmetje dan, die zijn gevoelens op erudiete wijze met ons deelt.

kanker op met die irritante reclame mailtjes! stelletje uit de baarmoeder geslingerde tyfus mongolen, neuk je moeder droog in haar aars jij lelijke bavianen zoon

Over neuken gesproken, dezelfde week mailt een journalist van *Sp!ts* ons een schokkende onthulling over Hyves. 'Maak de juiste vrienden en de porno ligt binnen handbreik.'

Porno! Op internet!

Goed. Schaars geklede meisjes die besloten erotische groepen beheren, dat is natuurlijk een sappig verhaal. Lekker voor op de voor-

pagina. Het is echter ook een verhaal dat Hyves failliet kan maken. Adverteerders zijn als de dood dat hun reclame naast porno staat. Inclusief de lease van de nieuwe servers zijn de maandelijkse kosten inmiddels opgelopen tot bijna een half miljoen. Als vijftig procent van de adverteerders zich terugtrekt, draaien we opeens een ton per maand verlies.

Ik probeer het verhaal zo veel mogelijk te nuanceren. Porno wordt bijna direct gemeld via 'niet-ok' en verwijderd. Op geen van de sociale netwerken staat zo weinig erotiek als op Hyves. Niet voor niets zijn de groepen waarin de *Sp!ts*-journalist infiltreerde slechts een paar dagen oud.

's Avonds zit ik nog steeds aan de telefoon met *Sp!ts*. Het artikel is nu gebalanceerd en eigenlijk een positief stuk over ons effectieve beleid, maar de kop op de voorpagina is nog onveranderd. PORNO OP HYVES. Begrijpelijk als je zo veel mogelijk lezers wilt, maar het staat haaks op de feiten. Drie woorden slechts. Ze kunnen een platform dat miljoenen mensen met veel plezier gebruiken en drie jaar werk in één klap kapotmaken.

De journalist moet overleggen met de hoofdredacteur. Twintig minuten later belt hij terug. Ze gaan erover nadenken, maar kunnen niets beloven.

Twaalf uur later zien we het resultaat. Doe nu je ogen dicht en stel je de ergste krantenvoorpagina over Hyves voor.

Heb je 'm?

De titel is inderdaad PORNO OP HYVES. Klopt, het is de hoofdkop. Vier centimeter grote, schreeuwende letters. Maar verwacht je ook een plaatje? Wij niet. Om het af te maken laat *Sp!ts* een tekening van een hyvster zien.

De brunette is groter dan alle tekst op de voorpagina.

Haar topless borsten zijn groter dan het *Sp!ts*-logo.

Op de borsten staat: HYVES.

Vol afgrijzen staren we 's ochtends vroeg naar de bom op ons bureau. Het stuk leidt echter nauwelijks tot commotie. Adverteerders reageren realistisch en waarderen juist ons beleid. ~~Mannelijke~~ Som-

mige marketeers vinden het stuk zelfs goede reclame. 'Kunnen jullie geen T-shirts maken met dat plaatje?'

Dezelfde week belt Marco van MTV met Hubert. Eindelijk! De rocker op het witte paard. Bijna een jaar na de trip naar Kopenhagen geeft Viacom International toestemming om een overname van Hyves te onderzoeken. Er wordt een conference call opgezet met Dan, Marco zelf en Wade Davis. Davis is Senior Vice President Mergers & Acquisitions en zit in de raad van bestuur van Viacom. Als je ook een deal met Viacom wilt doen, moet je Davis bellen. Of niet, maar daar kom je nog wel achter.

Tegelijk met de onderhandelingen met MTV draait op hun muziekzender een opmerkelijke videoclip. De hele opname van het feestnummer 'Night of the Capibara' speelt zich af rond een sushiband in het WTC. In beeld figureren Jort Kelder, Hanna Verboom, Lange Frans, Milli en yours truly met kater. De hoofdrol is voor twee Mexicanen.

–– Original Message ––
From: Michiel Frackers
Sent: dinsdag 18 september 2007 14:33
Subject: Fwd: TMF

Hola, Capibara is nu in high rotation op TMF. En morgenochtend is Tijuana live te gast bij Gielen Beelen op 3FM tussen 8 en 9 uur. Live en akoestisch...

Niemand weet dat de Mexicanen uit Osdorp komen of dat Francisco de la Montana eigenlijk Frans van den Berg heet. Maar dat is voer voor een heel ander boek.

Woensdagmiddag zit ik met Hubert in zijn kantoor aan het Museumplein. Vol verwachting klopt ons hart, we hopen op een positieve verrassing. Huberts devies is vooral luisteren. 'Laat hen maar praten.' De durfinvesteerder heeft een subtiele speldenprik in petto.

'Ik vraag Davis of hij aan de CEO rapporteert. Ik las dat de CFO zijn baas is, dus dat zet hem net even op zijn plaats.'

De call begint met een voorstelrondje. Davis antwoordt Hubert dat hij zowel aan de CEO als aan de CFO rapporteert.

Is hij nu op zijn plaats gezet?

De Amerikaan komt snel ter zake. Hij noemt een indicatieve waardering die lager is dan de biedingen tijdens Columbus.

Hubert en ik kijken elkaar geschokt aan.

'We will first discuss if it is any use to continue talking at all,' zegt Hubert geïrriteerd. Na een jaar intern overleg komt MTV hiermee?

'I can come over Friday next week and sign a contract. Deal can be closed in three weeks.' Het is dan wel een slechte deal, maar tenminste geen langzame.

Gedesillusioneerd verlaten we de korte call. Een razendsnelle slechte overname is niet waar we op hoopten.

We komen bijeen voor overleg. De meningen zijn verdeeld. Floris, Koen en ik hebben steeds gezegd dat 15 tot 25 miljoen *upfront*, het bedrag dat direct bij ondertekening betaald wordt, genoeg is. Mits de koper persoonlijk en strategisch een goede match is. Hyves is potentieel meer waard, maar bij dergelijke bedragen kunnen we de rest van ons leven doen wat we willen. Een paar miljoen extra maakt dan niet zo veel uit. Net zo belangrijk als het geld is dat als we Hyves onderbrengen bij zo'n leuk bedrijf als MTV, het avontuur definitief voor alle betrokkenen een succes is.

Ook schatten Koen, Floris en ik de risico's van Facebook anders in dan Hubert en Leendert. Wij merken dat we steeds meer moeite hebben om de Amerikanen bij te benen. Nog afgezien van onze technische storingen – hopelijk zijn die tijdelijk.

Hubert en Leendert onderkennen dat risico, maar zien de strijd met meer vertrouwen tegemoet. Door lokale samenwerkingen en een focus op Nederland kan Hyves veel dieper integreren in onze samenleving. Bovendien is het omzetpotentieel nog bijna volledig onaangeboord. Bij iets meer winst en omzet schiet de waardering

omhoog, ook bij een groter Facebook. De onzekerheid is voor investeerders een vertrouwd onderdeel van het vak, kwestie van spreiden. De missers worden dan ruimschoots gecompenseerd door de homeruns. Mits de investeerders kennis van zaken hebben natuurlijk.

Koen, Floris en ik kunnen echter niet spreiden. We voelen ons er steeds ongemakkelijker bij dat al ons geld nog op tafel ligt. Va-banque spelen is nu risicovoller dan een jaar geleden. De kans op lege handen lijkt in elk geval groter dan de 1 op 37 van roulette. Dit ís onze homerun. Onze enige. Als de bal gevangen wordt, kunnen we terug naar de dugout. Bovendien zijn er meer mogelijke spelbedervers dan Facebook. Een beurskrach bijvoorbeeld. Daardoor daalt de waardering van alle bedrijven en dus ook die van Hyves. Of een recessie, waardoor de advertentiemarkt instort. Toen Floris en ik in 2000 IEX verkochten, was dat ook niet voor de hoofdprijs. Maar na het instorten van de beurzen en de economie hadden we daar geen spijt van. En daarvoor ook niet.

Krantenkoppen en tv-programma's halen als een Rorschach-test de vrees om alles te verliezen naar boven. En geen betere inktvlek dan *Deal or No Deal*.

'De 50 euro, de 500, de 100.000, de 125.000 en de 250.000 zijn nog in het spel.' Iedereen weet het: deze man gaat rijk worden. De enige vraag is hoe rijk. Natuurlijk doet hij geen deal. Het is toch een slecht bod?

De kandidaat kiest de eerste doos. 250.000 euro. De tweede doos. 125.000 euro. Doos nummer drie. 100.000 euro.

Hij moet bijna huilen. 'Het is maar geld.' Voor de televisie huilen wij mee.

Hubert en Leendert begrijpen dat. Zij hebben echter andere zorgen. De investeerders vrezen dat we onze huid te vroeg verkopen. Doodzonde, ook voor onszelf.

Ten slotte speelt bij mijzelf ook mee dat ik nog steeds op middellange termijn een wereldreis wil maken. Nu vind ik het nog leuk om een paar jaar in een nieuwe combinatie met MTV verder te bouwen, maar bij een exit over twee jaar niet meer.

Hoe nu verder? We zijn het erover eens dat de waardering laag is. Het minimum upfrontbedrag van Floris, Koen en mij moet echter toch haalbaar zijn bij deze indicatie.

'Twintig miljoen upfront kun je vergeten als we op deze basis met hen gaan praten,' waarschuwt Hubert.

Hij heeft gelijk. Dit is een test. Na het aannemen van een eerste indicatie gaan de bedragen bijna altijd naar beneden en niet omhoog. Als we nu gaan praten, zitten we binnen no-time onder ons minimum. Dat snap jij. Dat snappen Hubert en Leendert. En als ze het een paar keer herhalen, snappen wij het ook. Hubert laat Dan en Marco weten dat verder praten helaas geen zin heeft.

7. All time Hyves

On an all time high
We'll take on the world and wait
So hold on tight, let the flight begin
Rita Coolidge, 'All Time High'

Dagen verstrijken. De deadline van eind september om een deal rond te maken met MTV verloopt zonder nieuws. Dagen worden weken. Wij worden zenuwachtig. *Time* is bepaald niet *on our side*. Of site. Moeten we toch niet de besprekingen met MTV aangaan? Onze omzet in september is beter dan verwacht. Als MTV dat ziet, verhoogt het bedrijf vast de indicatie.

Nee, zeggen Hubert en Leendert beslist, nu toch toezeggen ondermijnt onze geloofwaardigheid en is een zeer slecht signaal voor de onderhandelingen. Wel belt Hubert Dan en Marco om handig te vragen wat hij nu moet terugkoppelen naar de aandeelhouders. MTV wil nog steeds, volgens de mannen, maar ze kunnen de waardering niet verhogen.

Intussen worden op het overvolle HQ de contouren van een geoliede machine zichtbaar. Het recruiten heeft veel tijd gekost, maar nu kunnen we oogsten. Hyves Eleven overtreft de toch al hoge verwachtingen. Marc lost voortaan de tijdrovende conflictjes op, regelt en passant de overstap van ons krappe clubhuis op Herengracht 252 naar een cool kantoor op Herengracht 266 en professionaliseert de financiële en de personeelsafdeling. Zo kan iedereen groeien. Tot nu toe bestonden beide onderdelen uit slechts één persoon, alleskunner Martine. Yme mobiliseert als een ware apostel alle mogelijke en onmogelijke partners, en bij sales zijn de flessen champagne niet aan te slepen. Topverkoper Marjon, Remco's favoriete blondine, gaat met dozen tegelijk

naar huis. Al dan niet vastgehouden door haar baas. Veel van de andere flessen worden vrijdagmiddag op de borrel met mijn sabel onthoofd.

Na een strategiedag verwachten de Co's in 2008 voor 11 miljoen aan gebakken pixels te kunnen verkopen. Dat is bijna een verviervoudiging ten opzichte van 2007 en maar 3 miljoen minder dan de gewaagde Columbus-prognose. Het zou een winst van 4 à 5 miljoen euro kunnen betekenen. Vooral door de hogere investeringen is dat maar een derde van de al te enthousiaste winstvoorspelling tijdens Columbus, maar het is een stuk meer dan we nog twee maanden eerder dachten.

In oktober wordt ook voor 50.000 euro extra aan Goldmemberships verkocht, nadat Floris vier woorden heeft toegevoegd na de bezoekersteller op de drukbezochte profielpagina's.

'Door wie? Word Goldmember!'

De hand van de meester. Wel is de groei licht geflatteerd, want de familie Deitmers verkrijgt op slinkse wijze gratis het exclusieve lidmaatschap.

–– Original Message ––
From: Hubert Deitmers
Sent: vrijdag 26 oktober 2007 15:26
To: Raymond Spanjar
Subject: Re: Let's Hyve!

Hey Raymond,

Nu ik het waanzinnige aantal van 20 vrienden nader, vind ik eigenlijk wel dat ik in aanmerking kom voor de goldmember status. Kun je dit even voor mij regelen?
Graag ook even voor mijn zoontje Jur (een van mijn vrienden). Hij herinnerde mij er gisteren nog even fijntjes aan: 'Pap dat was toch beloofd toen jullie tijdens onze vakantie steeds aan de telefoon zaten.'
Afijn, mooi als je dat even voor ons beiden kunt doen, dan maak ik weer een goede beurt...
Tnx
Hubert

In totaal draait Hyves in oktober bijna een miljoen omzet. Voor heel 2007 verwachten we nu een winst van 1,1 miljoen – tegenover de verwachting van acht ton slechts een maand eerder.

Hyves draait ook wekelijks nieuwe pageviewrecords sinds Ramon en zijn systeembeheerteam honderden servers bijplaatsten. In oktober bezoeken 3,9 miljoen Nederlanders Hyves en wordt de magische grens van twee miljard bekeken pagina's verbroken: 2,3 miljard, een stijging van 22 procent ten opzichte van september. We zijn benieuwd wat de consultants daarvan vinden. De systeembeheerders zijn inmiddels versterkt met Frank, Jeffrey, Kneek, Roald, Maarten, Marlon en Gerwin, voormalig technical director bij Lost Boys en oud-collega van Yme. En het programmeursteam is uitgebreid met Youri, Emiel en Arend.

Net zo belangrijk als de eigen groei is dat het aantal unieke bezoekers van Facebook in Nederland in september niet is gegroeid. Het mooiste nieuws over Facebook komt uit MountainView, Californië. Google vraagt ons eind oktober in een conference call om als enige Europese sociale netwerk founding partner te worden van OpenSocial, het alternatief van de zoekmachine voor Facebook Platform. In één klap is Facebooks strategische voordeel voor applicatiebouwers weg. Het voelt als de muis die tegen de olifant zegt 'wat stampen we hard', maar dat maakt niets uit. We zijn zo euforisch dat we bijna Hubert bellen om te zeggen dat ons minimum nu hoger ligt. Bijna.

Gelukkig is Henks nachtmerrie over verkopers niet uitgekomen. Ondanks dat het Hyves-team nu razendsnel groeit, verwatert de cultuur niet. Salesmensen en techneuten hebben vaak tegenovergestelde persoonlijkheden, maar omdat iedereen erg betrokken is bij Hyves en niemand zichzelf te serieus neemt – sinds onze Volvo-rijder een standaard selectiecriterium – integreert bijna iedereen met de rest van het team. Het zijn ook bijna stuk voor stuk leuke karakters, de meeste HQ'ers zien elkaar ook veel buiten het werk. Wat? Is dit te EO? Oké, terug naar het front.

In paniek rent Suzanneke ons kantoor binnen. 'Deze gast is echt ziedend. Hij zei: "Bel maar alvast de politie, ik kom nu alles kort en klein slaan." Op zijn profiel staat dat hij in Haarlem woont, dus hij is er zo.'

'Dat loopt wel los,' stel ik Suus gerust. 'Blaffende honden...'

Ding dong.

Suus heeft Geertje voor de zekerheid gewaarschuwd niet voor vreemden open te doen. Het is de Albert. Geertje doet open. Direct vult geschreeuw de gang. De Hyver is achter Albert aan geslopen.

Ah... dat krijg je met een hoog opgeleide doelgroep, denk ik trots.

'De politie bellen is niet nodig,' zeg ik tegen Suzanneke. 'Ik praat wel met hem.' Het is toch veertig tegen één. Ik bel pas de politie bij minder dan tien tegen één.

Even later staat ons boomlange lid diep in mijn persoonlijke ruimte tegen me te schreeuwen. Voor zijn vijfenveertig jaar is hij opmerkelijk agressief. Make my day, kid.

Het is al weer twintig jaar geleden dat ik voor het laatst op de mat stond, maar de dodelijke reflexen van een gele band judo raak je nooit meer kwijt. Voor morele steun kijk ik achterom naar mijn negenendertig collega's. Niemand. Iedereen gluurt op veilige afstand nieuwsgierig door de ramen. Vergeet wat ik zei over die unieke sfeer.

'Die klootzakken stalken me al jaren! Anoniem!! Waarom staan jullie überhaupt e-mailadressen van Hotmail toe?? Ik ga niet weg voordat die anonieme mailadressen verboden zijn!'

Gelukkig hoeven we niet 80 procent van onze leden te blokkeren. Na tien minuten is hij uitgeraasd en laat hij zich de deur uit werken met wat loze beloftes voor onderweg.

Eind oktober zijn we op uitnodiging van MTV te gast bij de jaarlijkse TMF-awards. Het is een mooie gelegenheid om bij te praten met de rest van hun team dat we sinds Kopenhagen niet meer hebben gezien. Het is ook geen onplezierig feest. In november doet MTV het nog eens dunnetjes over met een ander feest in hun nieuwe, hippe kantoor in Amsterdam-Noord. Eigenlijk is dit nóg leuker. Er zijn veel bekenden, optredens van artiesten en er is een blik BN'ers opengetrokken. Op-

vallend is dat de MTV'ers minstens zo veel drinken als de gasten. Multinationals die harder feesten dan eerstejaarsstudenten, waar zie je dat nog? Nu weten we het zeker. MTV past perfect bij Hyves.

Er resteert slechts één detail: de prijs. Want de impasse is geen stap kleiner geworden. Davis vindt dat Hubert moet bellen. Hubert vindt dat Davis moet bellen.

Hyves
always in touch with your friends

Sehr Geehrte Goldmembers,

4934250, 4934251... 4934252... elke 5 seconden groeit de Hyves-bevolking en zo stomen we af op de grootste mijlpaal tot nu toe: 5 miljoen Hyvers!

5.000.000 waarvan 4 miljoen Nederlands – het is moeilijk voor te stellen.

Wist je dat er meer Hyvers zijn dan bijvoorbeeld Ieren? Het zijn ook 100 volle arena's – vergeleken met Hyves zijn de Toppers een klein dorpsbandje.

5 miljoen moet natuurlijk gevierd worden!

Iedere amateurgeschiedschrijver weet dat je de vijfmiljoenbarrière, op een feest, live, moet doorbreken. Daarvoor moeten de dj's en de locatie minimaal een week van tevoren worden vastgelegd, maar de precieze dag van de vijf miljoenste Hyver laat zich niet met zekerheid voorspellen. En als we toch een dag moeten noemen, lijkt de mijlpaal op 5 december bereikt te worden. Facebook en Myspace zijn concurrentie genoeg, de Goedheiligman kunnen we daar niet bij hebben.

Opdat we het feest op 6 december kunnen plannen, is de homepageteller van het aantal Hyvers een aantal dagen iets minder realtime. Het wordt verminderd met X, een getal dat we zelf kunnen bepalen. Ideaal. In het weekend stort de website volledig in, maar dat is nu geen punt. Er komen hierdoor twintigduizend minder leden bij

dan normaal, dus we veranderen x van tienduizend in min tienduizend, et voilá: Hyver nummer vijf miljoen is weer uitgerekend voor de zesde.

Die avond is het absolute hoogtepunt van Hyves. Voor het feest in de Westerunie geven we een borrel om vrienden, familie, HQ'ers en relaties te bedanken. Bijna iedereen die Hyves hier heeft gebracht is er. Mijn vader is er. Leendert, Hubert en Deitmers junior zijn er. Net als de godmother, Erick E., Tony, Wouter Glaser, Frackers, Beuk, Don Diablo, Boris, Tjeerd, Roog, Patrick, Gijs van Dedem. Natuurlijk is het H-team er zelf, plus een kleine duizend Hyvers die de loting hebben gewonnen. De kaarten zijn gratis en de champagne ook. Zelf verdiend.

Het is een gekkenhuis. Mijn telefoon rinkelt non-stop. 0355385538. Ik neem op en ben live op Radio 538. Halverwege het gesprek valt mijn telefoon uit. Het is niet het eerste interview van die dag.

Boven het dj-podium tikt de teller op een levensgroot scherm naar de vijf miljoen. Oplettende Hyvers zien de teller aan het begin van het feest duizend leden terugspringen. Het gaat te snel, dus Youri stelt het magische moment even uit. En dan...

4.999.993...

Erick E en Roog – 'volgende week een vijfmiljoenhyversfeest? Gefeliciteerd, natuurlijk zijn we daarbij! Ik gooi de agenda leeg!' – leggen de muziek stil. Koen, Floris en ik betreden het podium.

... 4.999.999...

Ik pak de microfoon: 'We zijn er bijna!' Hyvers pakken elkaars handen vast. Dan wordt de vier een vijf. Oorverdovend geluid. Camera's flitsen. Angel-tranen vliegen rond. Nadat ik het team en de Hyvers heb bedankt, staat de teller alweer op 5.000.029. Of eigenlijk 4.999.029. Koen schudt juichend een magnum fles champagne in de lucht terwijl de pompende beats van Housequake het gejuich bijvallen en mij overstemmen. 'Op naar de tien miljoen!'

–– Original Message ––
From: Hubert Deitmers
Sent: woensdag 26 december 2007 17:13
To: Raymond Spanjar
Subject: Re: vakantie data voor viacom

Hey Kerstman,

Inderdaad nog niets van Viacom/MTV gehoord nadat ik eea aan jou had teruggekoppeld. Zodra ik iets hoor, laat ik het uiteraard meteen weten. Q1 lijkt mij inderdaad goede timing voor een eventuele verkoop.

Waar ga je naar toe met vakantie?

Groet
Hubert.

Als er eind december nog geen nieuws is van MTV, boek ik mijn vakantie. In het vliegtuig schrijf ik de traditionele nieuwjaarsmail.

Hyves
always in touch with your friends

Gelukkig nieuwjaar & vooruitblik 2008

Hooggeachte Hyvers,

'Is Hyves niet bijna af?' vroeg Reinoud drie jaar geleden, benauwd dat zijn werk er binnenkort op zat. Want met een enorme groei van 200 leden per dag was de droom van 50.000 Hyvers binnen handbereik. En de site zelf werd ook snel uitgebreid, net nog met een nieuwe functie genaamd 'krabbels'. 'Ik bedoel, hoeveel leden en functies kan je hebben?'

2007 geen slecht jaar
We spoelen door naar 2007. Het was het jaar waarin we groeiden

van 1 miljoen naar 4 miljoen Hyvers in Nederland en 5 miljoen in totaal, 100x ons doel van 50.000. We werden uitgeroepen tot meest innovatieve bedrijf en dankzij jullie niet-aflatende steun kregen we de meeste stemmen voor Website van het Jaar. Ons medeleven gaat uit naar kleinere, minstens zo leuke websites met minder dan 5 miljoen supporters.

Het team zelf groeide ook hard, naar 40 man al. Zoals dat hoort bij een vriendennetwerk, zijn veel nieuwe mensen vrienden. Die trekken weer hun vrienden aan, die weer... enfin, je kent het principe. Maar ook wildvreemden kwamen erbij. Wie kon voorspellen dat 'tikken' gebouwd zou worden door een eigenwijs Katwijks broekie van 22?

In 2007 waren we ook trots op ons onderzoek met de UvA. Hyven blijkt te leiden tot een beter sociaal leven, ook off line. Jij en ik wisten dat natuurlijk al, maar het blijft lekker om zuurpruimen met wetenschappelijk onderzoek om de oren te kunnen slaan.

Tenslotte werd Hyves ondanks de groei naar 2,5 miljard pageviews per maand ook sneller. Een profielpagina wordt nu in max. 1 seconden gegenereerd, tegen 4 seconden op piekuren een jaar geleden.

Wat ging mis in 2007?
De snelle groei bleef lastig. Regelmatig was de site toch traag of instabiel bij een al te forse groeistuip. Dit blijft een uitdaging maar we're getting there.

Ook het aantal mails met vragen vertienvoudigde. In 2006 konden nog 2 stagiairs alles beantwoorden, maar in 2007 bleek zelfs het leger van 10 fulltime angels niet altijd iedereen te kunnen helpen. Sorry als je een keer geen antwoord hebt gehad!

Als oplossing ontkwamen we niet aan een officieel customer support systeem, al hoeven we het gelukkig nooit zo te noemen. We hopen hiermee snel weer altijd binnen 1 dag te kunnen reageren.

Ook zagen we in 2007 nog geen woordenboek met 'hyven' erin, en organiseerden we door de drukte minder events dan we wilden. We maken dit goed in 2008!

Is Hyves nu af?
Gelukkig niet! Al 3 januari gaan we 's nachts offline voor de eerste grote uitbreiding van de site. De berichtensectie is herschreven, je kan YouTube filmpjes krabbelen zonder Hyves te verlaten en chat is enorm verbeterd, onder andere.

In maart introduceren we vervolgens een programma waarmee Hyves op je telefoon nog leuker wordt dan op de computer, hyven wordt dan een heel nieuw spelletje. Ook zal je je Hyves account en vriendenlijst op andere sites kunnen gaan gebruiken.

Ondertussen hopen we vrolijk door te stomen naar 7,5 miljoen Hyvers. En met Queen Elizabeth op YouTube en prinses Mabel op Wikipedia mag Koningin Beatrix niet op meer op Hyves ontbreken. Nodigen jullie haar uit?

Tenslotte zal je ook je vrienden in groepen kunnen indelen, zodat je baas, je moeder en je beste vrienden niet dezelfde foto's en www's hoeven te zien.

Geen Hyves zonder Hyvers
Zo is Reinoud's grootste angst nu dat Hyves nooit af komt. Dat klopt. Erg vindt hij dat gelukkig niet, zijn volgende klus is namens Hyves bij Google in Californië de introductie van OpenSocial bespreken.

We hopen dat je ook in 2008 met veel plezier Hyves zal gebruiken – geen Hyves zonder Hyvers! – en wensen je een gezond en gelukkig nieuwjaar!

Happy hyving,

Raymond

8. MTV: *all in*

Ik zal het sneu voor Raymond vinden als hij de rest van zijn leven binnen is. Er is zoveel te beleven buiten.
Tamara, op de poll 'Is Raymond voor de rest van zijn leven binnen?' in de Hyvers-Hyve

Op 7 januari word ik 31. Het grootste cadeau op mijn verjaardag is van MTV: Marco laat weten dat Viacom International wil praten over een overname op basis van een hogere waardering dan die werd afgegeven in de conference call. Eind januari komt Wade Davis met zijn team naar Amsterdam om met Dan en Marco de onderhandelingen te voeren. Diezelfde week mailt Radinck om een afspraak te maken met een andere vicepresident. Begin februari is Jay Stevens in Amsterdam voor de lancering van Myspace Nederland, onderdeel van Viacoms aartsrivaal News Corp. Ondanks dat we geen Myspace-fans zijn, heeft Marc twee goede redenen om hem te ontmoeten. 'Zullen we afspreken in het licht van *keep your friends close, but your Myspace enemies closer* (vrij vertaald naar R. Spanjar) en "je weet nooit hoe een koe een haas vangt"?'

Aan de vooravond van de belangrijkste besprekingen uit zijn bestaan staat Hyves er goed voor. Alle divisies noteren *all time highs*. De pageviews stijgen in januari met 25 procent, al houden de storingen aan. Sales draaide in december 750.000 euro omzet, vijf keer zoveel als een halfjaar eerder. De bonus van flessen champagne is tot nader order opgeschort omdat accountmanagers dronken aan de telefoon zitten. En bijna alle mails van Hyvers worden inmiddels snel beantwoord dankzij Marcs aanschaf van RightNow, hetzelfde helpdesksysteem dat hij bij Monsterboard gebruikte. Marc is ver-

rast door de snelle implementatie, dat duurde bij Monster langer dan een jaar.

De gesprekken met MTV zullen drie dagen duren. Op dinsdag 29 januari bespreken we in een klein gezelschap van Hubert, Marc en mijzelf enerzijds en Marco, twee Nederlandse collega's en Gregg Walker, Vice President Mergers & Acquisitions MTV anderzijds de groei van Hyves en de commerciële kant. Woensdag schuiven ook Leendert, Floris, Koen, Dan en Wade Davis aan om dieper in te gaan op alle facetten. Op de derde dag staat in dezelfde opstelling de synergie met MTV op het menu. Als de gesprekken positief verlopen, volgt dan ook een formeel overnamebod.

'Hyves is the number one website in terms of pageviews and minute spent. It is the number one mobile site. We have over 5 million members and Hyves is growing by 300.000 members per month. They include the prime minister, the worlds best DJ and in general over 50% of people between 13 and 35.'

Dat is lekker beginnen.

Dinsdag zitten we in de boardroom van Van den Ende & Deitmers aan het Museumplein. Aan het eind van de lange tafel schittert de Hyves-presentatie op het grote scherm. Na mijn uitleg over Hyves als product en de groei gaat Marc in op de financiën en de organisatie. Zo zullen we ook de andere dagen de taken verdelen.

De omzetlijnen passen nauwelijks in de grafieken dankzij de Co's en het Goldmemberlinkje van Flop. Die lijnen trekken we natuurlijk graag door naar 2008. Bij de Goldmemberinkomsten plaatst Marco wel een kritische kanttekening: 'Hebben jullie daarvoor al diensten in ontwikkeling?'

Verder verloopt de dag voorspoedig. We kunnen vroeg weer naar kantoor.

De volgende dag is de sfeer in de boardroom formeler, want de meeste mensen kennen elkaar nog niet. De stemming is wel positief. Iedereen is fris en wil er wat van maken. Hubert heeft plaatsgenomen aan het hoofd van de tafel, het is tenslotte zijn eigen tafel, en aan de

zijkanten zitten de teams door elkaar heen. Davis is er nog niet, zijn vliegtuig heeft vertraging.

'Despite our size, usage of Hyves is growing exponentially.'

Achter me hoor ik de deur opengaan. Iedereen kijkt langs me heen. Dit is hem, de Senior Vice President Mergers & Acquisitions van Viacom.

'Hello everybody, I am Wade Davis.'

Zal ik hem stompen om 1-0 voor te komen?

Davis komt rechtstreeks van het vliegveld en heeft nauwelijks geslapen. Hij gaat naast me zitten, ik hervat de presentatie maar bij het begin. Ik denk niet dat hij luistert, de Amerikaan kijkt vooral naar zijn telefoon. Als Marc bij de omzet de presentatie vervolgt, blijkt Davis toch te luisteren.

'Exclusivity and the very positive context of the Hyves brand results in high rates of up to 14 euro,' vertelt Marc.

'You charge 14 euro for a banner? That's crazy. The prices that I negotiated for our deal with Microsoft were a fraction of that,' bromt Davis.

Die deal van een half miljard met Microsoft heb jij gesloten?

'Show me some banners on your site.'

Marc opent Hyves op het scherm en logt in op de homepage. Geen banner. Hij klikt naar zijn eigen profiel. Geen banner. Hij klikt door naar een vriend. Geen banner.

'Ad free!' lach ik trots.

Weinig banners is niet iets waar Davis trots op zou zijn. Na nog vijf kliks zonder banner is de spanning te snijden. Davis trekt niet-begrijpend zijn wenkbrauwen op.

Ik leg hem uit dat we Hyves zien als een reservaat. De Hyvers zijn de wilde dieren, om die niet te verjagen tonen we zo min mogelijk banners. Vandaar de hoge prijs. Als provocerende reactie op mijn reservaatvergelijking noemt Marc Hyves altijd een camping waar je zo veel mogelijk tenten moet plaatsen. Ons huidige advertentiebeleid is de gulden middenweg van die twee aanpakken.

'I don't get it. Why don't you sell all your banners?' Davis is duide-

lijk meer een kampeerman. 'And how do you calculate your effective CPM?' vraagt de Amerikaan door.

'We don't. It's irrelevant to us, as most of our pageviews are ad free,' antwoordt Marc.

'Well, I need it for our model, can you check it later? If you excuse me, I have to take this call.'

De sfeer is omgeslagen na de entree van de even lange als chagrijnige Davis. De Hyvers wisselen blikken van verstandhouding uit. Dit is wel de man die straks zijn handtekening moet zetten. Zouden wij na een deal vaak met hem te maken krijgen? Ook het MTV-team lijkt met de situatie in hun maag te zitten.

Aarzelend hervatten we de presentatie.

'How many times was your desktop client downloaded?' snauwt Davis.

'100.000 Hyvers use the client every day,' antwoordt Floris.

'No, no, no, that's not what I asked. How many downloads?'

Davis kijkt naar Floris. Floris kijkt naar Davis. Maar Floris ziet geen Davis. Hij ziet opgetrokken wenkbrauwen. Hij ziet Rob Defares. Opeens zit Floris bij de overnamegesprekken over IEX, acht jaar geleden. Ook toen lag er een mooie indicatie van de waarde. Ook toen trok de koper steeds zijn wenkbrauwen op. Elke wenkbrauwbeweging verlaagde de prijs met 1 miljoen gulden. Er bleef niet veel over. Het zweet breekt Floris uit. Het aantal downloads meten we nog niet. Hij voelt dat Davis zijn angst ruikt.

'Ehm... we don't know.'

Tijdens de lunch klikt het wel met de andere buitenlanders van MTV. Davis staat buiten te bellen, binnen hangt zijn schaduw over de groep. Een klassieke Amerikaanse bullebak, denkt Marc bij zichzelf. Een stereotype corporate Amerikaan, vind ik.

De middag verloopt net zo als de ochtend. De presentatie gaat goed, want het verhaal is gewoon goed. Zowel de omzet als het gebruik van Hyves breekt elke maand nieuwe records. Wel voorspelt Dan dat 10

miljoen euro aan advertenties verkopen in 2008 een uitdaging zal worden.

'Dit jaar pakken jullie te veel marktaandeel af, de concurrentie zal terug gaan vechten.'

Ook de mogelijke concurrentie van Facebook komt aan de orde, maar dat lijkt geen heel groot punt te zijn. Hyves is vele malen groter in Nederland en bovendien besteden Hyvers meer tijd op Hyves dan Amerikanen op Facebook. Dat zegt iets over de kwaliteit van onze site. Halverwege ons verhaal valt mijn oog op de flap-over tegenover Wade. Op het witte vel staan nu twee kleine woorden: BE NICE. :-)

Wie het heeft geschreven, weet niemand en ook niet wanneer, want er waren steeds mensen in de kamer, maar het lijkt wel geholpen te hebben. Ietsje.

Om zes uur eindigt de bijeenkomst, twee uur later gaan we een hapje eten bij Brasserie van Baerle.

Voordat we het pand verlaten, schiet Davis me aan. 'E-mail me the average CPM before dinner.'

In de pauze gaan Marc en ik op zoek naar de gemiddelde CPM. Twee uur is tijd zat. Naarmate de tijd echter verstrijkt zakken we echter dieper weg in een moeras van kortingen, totaalprijzen en bonusbanners. Op onze offertes staan zelden de prijzen per banner, ze worden met applicaties, vaste posities en tekstlinks op één hoop gegooid. Het ontwarren van die kluwens kost veel meer tijd dan gedacht.

'Gaan jullie maar alvast, wij komen zo,' zegt Marc tegen Koen en Floris als we om acht uur het getal nog steeds niet hebben.

Als ze aankomen in het restaurant is de sfeer uitgelaten. De spanning van overdag is verdwenen, de alcohol vloeit rijkelijk. De teams leren elkaar nu ook persoonlijk kennen. Op HQ zitten Marc en ik met de handen in het haar. Hoe meer we rekenen, hoe verder weg de CPM lijkt. Het frustreert, ik word er gek van. Hoe kan een simpele berekening nou zo moeilijk zijn? Waarom is precies dit getal cruciaal voor het bod?

Om tien uur smst Hubert opnieuw: langer doorzoeken is geen op-

tie. Dit wordt een ding dat groter is dan de CPM zelf. We springen in Marcs Porsche en racen naar het restaurant.

Daar zit iedereen inmiddels in de vooraf bepaalde tafelschikking. De MTV-bazen zitten om de oprichters heen. Koen zit naast Marco, Floris zit tussen Marco en Dan, ik zit tussen Dan en Davis, met daarnaast Marc. Nog steeds zijn de gesprekken persoonlijk. De CPM is volledig vergeten.

Terwijl we met Dan en Marco steeds dieper in gesprek raken, gluur ik uit mijn ooghoek links naar Davis. Het is misschien wel een standaard, oppervlakkige Amerikaan, maar het helpt als we het ook met hem beter kunnen vinden.

'Hey Wade, what's up with the skulls? Did you ever go to Burning Man?'

Het Amerikaanse festival staat boven aan de todolijst van mijn wereldreis. Het is een soort Parade maar dan in de woestijn, honderd keer groter en honderd keer gekker. Naast kunstenaars, hippies en ander tuig gaan er ook veel mensen uit de media- en internetwereld heen, zoals de oprichters van Google. Dus wellicht ook een MTV-bestuurder met een doodshoofd als manchetknoop.

'No, but I have been wanting to go for years!'

De doodshoofden blijken slechts topjes van de ijsberg. Onder de vermomming van het pak gaat een hele rits tatoeages schuil, laat Davis zien. Standaard Amerikaan? Mwah. Wade studeerde onder andere filosofie in Oostenrijk. Spreekt vloeiend Duits en was lid van het Amerikaanse Olympisch skiteam.

Ook Floris sluit zich aan bij de conversatie. Wade is een van ons!

'Let's give Joeburt a hard time. Waiter, please give the man in the corner a large shot of tequila,' stelt de Amerikaan voor.

Hubert geeft geen krimp en slaat het aanzienlijke glas in één keer achterover.

'Meneer, hebt u een groot glas jenever voor de heren in de hoek?' kaatst hij de bal terug.

Dat zat er dik in. Als de ober de glazen jenever voor ons neerzet, is het doodstil. Iedereen kijkt naar Wade. Nu zullen we zien of Wade

echt zo rock-'n-roll is. Davis kijkt naar het glas. Het is tot de rand gevuld met het smerigste wat ons land heeft voortgebracht. Hij kijkt de tafel rond, de Viacom-baas beseft ten volle dat dit zijn test is. Hoeveel is hij zelf eigenlijk waard?

Zonder een seconde te aarzelen schiet zijn hoofd naar voren, pakt hij het glas met zijn tanden, gooit z'n hoofd in zijn nek en spuugt het glas op tafel. No further questions.

Het is al ver na middernacht als wij het restaurant uit strompelen. Greg Walker strompelt niet.

'Greg will be crunching your numbers the rest of the night. So we can give you guys an offer tomorrow. If you send me the CPM,' zegt Wade.

's Nachts zit ik tot half vier op kantoor. Dan mail ik Wade dat de CPM vannacht niet gaat lukken, hopelijk morgen.

Op donderdagochtend beginnen we later. De stemming is informeel. Het ijs is nu definitief gebroken en iedereen is brak. De gemiddelde CPM is nog steeds niet boven water, maar dat maakt niet meer uit. Op de agenda staat de synergie tussen MTV en Hyves, maar er wordt niet alleen over zaken gesproken. Zo vertelt Leendert dat hij naast zijn investeringen tegenwoordig veel schildert. Sommige synergiepunten zijn direct duidelijk. De merken MTV en Hyves kunnen elkaar versterken door onder meer gezamelijke events en samenwerkingen met artiesten. Een paar uur zendtijd voor Hyves-tv-programma's zal ook tot leuke concepten leiden, al weten we nog niet wat precies. Financiële winst is snel te behalen door gebruik te maken van de marketingkennis en mankracht van MTV. Vooral in de landen die Dan en Marco besturen, is het bedrijf heel succesvol in commercieel opzicht.

De laatste time-out is aan het eind van de dag. We trekken ons terug op de kamer van Hubert als het team van MTV de laatste hand legt aan zijn bod.

'Als het upfront-bedrag minder is dan 30 miljoen sta ik op, zeg ik dat het zonde is van mijn tijd en loop ik weg.'

We kijken Leendert geschrokken aan.

'Doe je dat omdat je dat te weinig vindt of als tactiek?' vraagt Koen. '25 miljoen is qua bedrag nog steeds acceptabel.'

Weglopen voelt als *all in* gaan met poker, alles of niets. Niet alleen met al je fiches maar met alles wat je hebt. Huissleutels, bankpassen, portemonnee, alles gooi je op de pokertafel.

'Een bod van minder dan 30 tot 35 miljoen upfront zou ik een slecht gebaar vinden nadat de presentaties zo goed zijn gegaan en de cijfers nog beter dan verwacht. In elke deal moet je een keer weglopen om je tanden te laten zien.'

Weglopen van zoveel geld lijkt raar, maar Leendert heeft gelijk. En bovendien een schat aan ervaring, net als Hubert, die het volledig met hem eens is, dus daar vertrouwen we op. Bovendien, waarschijnlijk is het helemaal niet nodig.

'En als het bod te laag is, niet allemaal naar mij kijken hè?' vraagt Leendert.

Als iedereen weer zit, neemt Wade het woord. Floris, Koen en ik kijken elkaar aan. Dit is het moment.

'We are very impressed with the performance of Hyves and are excited about the possibilities of a combination with MTV. We offer 25 million euro's as an upfront payment with an earn out of ...'

Au! Waarom gaat dit soort partijen altijd precies op je minimum zitten?

'Next step would be a due diligence...'

Niet naar Leendert kijken. Niet naar Leendert kijken. Ik kijk naar Leendert.

'... that should take about two weeks after which...'

Leendert staat op, zijn stoel balanceert op twee poten en valt net niet om.

'Gentlemen, I'm wasting my time. Goodnight.' Don Corleone beent de boardroom uit.

Komt Leenderts opmerking harder aan omdat ze weten dat hij anders zijn tijd aan schilderen had besteed? Waarschijnlijk wel.

Twintig seconden stilte is best lang. Twintig seconden stilte met twaalf man is een eeuwigheid. Wade kijkt om zich heen. Zijn wenkbrauwen staan zeker tien centimeter boven zijn ogen. Dan neemt Hubert met zachte stem het woord.

'We are extremely disappointed.'

Hij trilt licht van ingehouden woede. Het is de eerste keer dat ik Hubert boos zie, al verbergt hij het goed.

Weer is het stil. Dan zegt Dan: 'Geldt dit voor jullie allemaal?'

Floris durft Wade niet aan te kijken. Pokeraars die bluffen doen dat ook niet. Niemand zegt iets. Dit geldt voor ons allemaal.

The amount is even more than the indication that we agreed on beforehand right?' vraagt Dan.

'That was for the upfront payment and 25 is less than that.'

Opnieuw een time-out. In een grafstemming gaan we uit elkaar. Op de gang schiet Wade me verbaasd aan. 'What's going on, big guy?'

Ik voel dat ik, net als Flop, mijn emoties moeilijk kan verbergen. Misschien hoeft dat ook niet. Hubert en Leendert zijn kwaad genoeg voor zes.

'Talk to Hubert, Wade.'

Als de meeting hervat wordt, zegt MTV te zullen kijken of het bod verhoogd kan worden. Maar daar is wel tijd voor nodig. De heren gaan in Huberts kantoor aan de slag. Hubert heeft zelf een andere afspraak en vertrekt.

Koen, Marc, Floris en ik gaan op de eerste verdieping zitten. Het hoogste bod uit je bestaan krijgen en afslaan. Gemengde gevoelens heet dat. Na drie dagen van meetings zijn we murw. Wat nu? Op Huberts kantoor blijven heeft weinig zin en is het onderhandelingstechnisch niet een slecht signaal als we zeggen dat we weglopen maar eigenlijk blijven zitten?

Bovendien worden we in bowling- en partycentrum Knijn node gemist. Op het jaarlijkse bowlingtoernooi dat Boris Veldhuijzen van

Zanten en Patrick de Laive organiseren voor de internetwereld is natuurlijk ook een afvaardiging van Hyves aanwezig. Er zijn weinig dingen waar we nu minder zin in hebben dan in discobowlen, maar we proppen ons in de Porsche van Marc.

9. 24

I'm Federal Agent Jack Bauer, and this is the longest week of my life.
Jack Bauer in *24*

Knijn Bowling is omgetoverd in een circus. In hun karakteristieke witte pakken zwepen Boris en Patrick het feest nog meer op. In plaats van bowlingballen gooien Koen, Marc, Flop en ik glazen wodka-cola achterover. Kan het erger?

Natuurlijk. Telefoon. 070, ANP. Klopt het dat Hyves al een halfuur uit de lucht is? Dat klopt. Door een stroomstoring bij onze hostingprovider van tien seconden is de helft van onze servers gecrasht.

'We doen er alles aan om het op te lossen. We hopen dat de site over een halfuur weer bereikbaar is.'

Zouden omvallende kegels door de telefoon hetzelfde klinken als zoemende servers?

Het is net de serie *24*. Terwijl linksboven in het scherm MTV op het kantoor van Hubert overlegt over een hoger bod, werkt rechtsboven Ramon met zijn hele team van vijf systeembeheerders koortsachtig om de schade te repareren. Daaronder staan wij op een bowlingbaan. En linksonder is Jack Bauer aan het schilderen.

De site blijft nog vier uur uit de lucht. Hopelijk wil Wade niet nog een keer een banner op de website zoeken. Of NU.nl lezen. Pas om tien uur 's avonds is de grootste schade hersteld. Dan mailt Wade.

Een nieuw bod. MTV biedt nu meer dan 50 miljoen euro. Ruim 30 miljoen upfront plus een nabetaling. Aanvullende voorwaarde is wel dat MTV de onverkochte bannerruimte in het reservaat mag vullen met banners waarvan de opbrengst niet meetelt voor de earn-out.

Met gedempte stemmen overleggen Koen, Flop en ik in de eetzaal van Knijn. We hoeven eigenlijk niets te zeggen. We denken er precies hetzelfde over. When is enough enough? Nu. We hebben altijd gezegd dat 15 miljoen genoeg was. Later vonden we 25 het minimum. We hebben onze tanden laten zien. We zijn weggelopen. Nu is het mooi geweest. Heel mooi. Ik bel Hubert.

'Willen jullie niet een twee miljoen hogere upfont? Dat zit er zeker in,' vraagt de investeerder.

'Nee, dit is genoeg, we willen dit doen,' antwoord ik.

'Prima. Dan vragen jullie toch iemand anders om te onderhandelen?' Hubert vindt het geen goed bod en is geïrriteerd omdat hij niet vrijuit zijn spel kan spelen.

's Avonds laat komen we bij elkaar op de Herengracht. Mede door de drank is de sfeer gespannen. Naast het upfront-bedrag vindt Hubert ook de structuur van de earn-out niet goed. Het is moeilijk om een groot deel daarvan te realiseren. Dat vinden wij ook. Daarnaast zijn wij het niet eens over de bepaling van de extra banners, maar dat kan voor Viacom geen breekpunt zijn.

Het is al na middernacht als we de mobiel van Wade bellen en een nieuwe meeting voor de volgende dag plannen.

VRIJDAG

Vrijdagmiddag zien we elkaar weer in Wades hotel in een kleiner gezelschap. Van onze kant zijn Hubert, Marc en ik er, versus Marco, Wade en Greg van Viacom.

'I have got only one hour, I am sorry guys. You have all seen the news?' vraagt Davis.

Microsoft heeft 's ochtends een vijandig overnamebod gedaan voor 50 miljard dollar op Yahoo.

'I have been on the phone with the US all morning. Our CEO told me to clear my agenda for the rest of the year. If we don't reach an agreement the coming days, it will be very hard to do a deal. The only flight to the US that I could get on leaves in two hours, unless I

may borrow the private plane from Joeburts partner Van den Ende of course,' grapt Wade half.

Die mag hij niet lenen. Sinds het diner vinden wij Wade een held en kunnen we erg met hem lachen. Zijn relatie met Hubert wordt echter elke dag slechter. Dat komt waarschijnlijk deels doordat wij het bod van Viacom goed vinden terwijl Hubert het niets vindt, net als Leendert en HJ.

We hebben besloten om open kaart te spelen over onze interne verdeeldheid.

'Thanks for the revised offer, Wade. The structure of the earn out is still not attractive enough for us and we think that the extra banners are not a good idea. That would harm the user experience of Hyves so it won't be in your own interest either. However we disagree internally on the upfront payment. It is enough for Koen, Floris and myself but the investors want a valuation that is at least 3 million higher,' trap ik af.

Wade pakt het whiteboard en tekent een aantal lijnen. 'Look, this is the structure of the earn out. We have to get a certain rate of return. I can change some parts of our offer but it is hard to improve everything.'

Ik zie dat Hubert zich naast me zit op te vreten.

'Let's take a timeout to see if we can improve our offer,' besluit Davis.

In de pauze praat ik Koen en Flop via de telefoon bij. Als we terugkomen in de vergaderkamer, is er een nieuwe lijn in de grafiek.

'Ok guys, after some heavy searching we can improve the offer to meet your demands as we really want this to go through. We want to split the remaining three million on one condition.'

Hij knipoogt naar mij, heel kort speelt er een glimlach over zijn lippen. 'Not one cent of the improvement goes to Lendart.'

Dat is de druppel. Hubert ontploft. Wade trekt verbaasd zijn wenkbrauwen op en staat op.

'I'm really sorry but I have to run,' zegt de Amerikaan.

Dat is maar goed ook, want Hubert is al opgestaan. Als iedereen weg is, maakt Marc een foto van de flap-over van het nieuwe bod. Zal dat rechtsgeldig zijn?

Als ik terugloop naar kantoor, belt Hubert. De investeerder heeft overlegd met Leendert. Ze willen Hyves niet kwijt, en zeker niet voor deze prijs. 'Wat als ik zelf een bod doe?'

Ik zeg Hubert dat we zijn vertrouwen waarderen, maar dat we toch graag samen willen gaan met MTV.

–– Original Message ––
From: Davis, Wade
Sent: vrijdag 1 februari 2008 18:51
To: Raymond Spanjar
Subject: Thanks

Thanks for all the time and sorry that I had to run out. I really hope that we can get something done together. Assuming we can get agreement on basic terms and get something closed, I will personally invest whatever it takes to help you guys hit the earn out. I really believe that if we get this done we can do some pretty revolutionary things together. Pls pass these sentiments on to marc, floris and koen as I don't have their email addresses. Also if there is anything you guys want to chat about over the weekend you can get me on my cell anytime. Best, wade.

's Avonds eet ik bij Flop. Opnieuw belt Hubert. 'Ik heb zitten rekenen, ik wil toch graag een deel van jullie aandelen kopen. Denk er maar even over na.'

ZATERDAG

Zaterdagmorgen is het tijd voor reflectie. Waar staan we? Voor Koen, Floris en mij is het laatste bod van MTV een mooie deal, al moet nog steeds alles meezitten om een deel van de earn-out te realiseren. Hubert, Leendert en HJ vinden zowel het upfront-bedrag als de nabeta-

ling niet aantrekkelijk genoeg. We spreken af om zondagochtend bij elkaar te komen, ook om te kijken of een bod van Leendert en Van den Ende & Deitmers zinvol is.

Intussen zoeken Floris en ik op internet meer informatie over onze nieuwe held. Tatoeages, filosofie en Olympisch skiën komen zelden alleen. Bingo. Volgens een foto op Flickr is Wade wereldrecordhouder trappenlopen. We stellen voor om het record te verbreken als hij de volgende keer in Amsterdam is.

–– Original Message ––
From: Raymond Spanjar
To: Davis, Wade
Sent: Sat Feb 02 13:35:59 2008
Subject: Re: Thanks

Thanks. We were already excited about joining forces with MTV, and much more after these days. We hope we can reach an agreement that's acceptable for everybody so we can change the world, or at least Northern Europe! :-)

We will see what we can do today, but we need all information by mail for that. Let me know when you can send it, or let's have a call later.

Raymond

PS Next time you're in Amsterdam I'll make up on the promise for a big night out in town, and maybe next day we can break this guy's world record for vertical feet climbing.

Dan en Marco leiden MTV immers ook in Scandinavië. Hyves Zweden dat lijkt ons wel wat. Een paar uur later mailt Wade terug.

'Hubert, Raymond: I have a revised proposal for you. Through some soul searching and re-analysis of the model, I think we can put something on the table for you that is superior to the improved offer

that we discussed yesterday (you should be happy to know you have succeeded in getting me to negotiate against myself, something I have never done in my career).'

Om ons 'geen enkel excuus te geven om geen deal te doen', heeft Wade de aanbetaling verhoogd met 2 miljoen. Hubert had gelijk, er zat meer in het vat. De earn-out is ook verhoogd met een iets betere structuur, en kan nu zelf hoger uitvallen dan het upfrontbedrag. In een conference call met Davis zullen we zondagavond zijn bod bespreken.

ZONDAG

'Als Hyves dit jaar echt 5 miljoen euro verdient, ligt de waarde over een jaar veel hoger. Buitenlandse sociale netwerken zijn al snel een paar tientjes per unieke bezoeker waard. Nou zijn Amerikaanse sites altijd meer waard, maar nu is het gat wel erg groot.'

Zondagmiddag zitten Koen, Floris en ik met Leendert bij Hubert op kantoor. De investeerders leggen uit waarom ze niet tevreden zijn met het bod. Het laatste deel van Huberts vlammende betoog is het meest overtuigend. Het wordt binnen Hyves beroemd als 'Huberts mediaspeech'.

'Hyves heeft meer leden dan het aantal abonnees van *De Telegraaf*, de grootste krant van Nederland. Hyves heeft meer leden dan het aantal kijkers dat RTL4, de grootste zender van Nederland, heeft tijdens zijn best bekeken programma. Hyves heeft meer leden dan het aantal luisteraars van het grootste radiostation van Nederland, 538. Hyves heeft bovendien veel meer kennis van de doelgroep. Bovendien verschuift de mediaconsumptie naar online. 538 is meer dan 200 miljoen waard en RTL een veelvoud daarvan. In het scenario dat alles goed gaat, hoort Hyves net zoveel waard te zijn als 538.'

Het zijn bekende argumenten die wijzelf ook vaak gebruiken, maar toch raken ze een gevoelige snaar.

'Het punt is dat we ons niet comfortabel voelen in de huidige alles-of-nietssituatie. En extra geld maakt niet zo veel uit,' legt Koen onze positie uit.

'Vergis je niet, jongens,' waarschuwt Leendert, 'een bod is een vel papier waaronder je je handtekening zet terwijl het geld op je rekening gestort wordt. Tot dat moment is er geen bod.'

Toch begrijpen Hubert en Leendert onze situatie nog steeds goed. Ze hebben een oplossing: een fallback-scenario. Als de deal met Viacom niet doorgaat, kopen zij een deel van onze aandelen voor een bedrag van zo'n 10 miljoen. Zo staan we een stuk sterker in de onderhandelingen. Een mooi gebaar. Daarnaast overweegt Hubert ook een bod op meer aandelen als alternatief voor Viacom.

Vrijdag staat een aandeelhoudersvergadering gepland. We spreken af dat Hubert en Leendert uiterlijk woensdag een termsheet met alle bepalingen sturen, zodat we voldoende tijd hebben om vrijdag met alle aandeelhouders de knoop te kunnen doorhakken.

'Where is Joeburt?' vraagt Wade verbaasd 's avonds in de conference call. Ik leg uit dat Joeburt met Lendart een eigen bod overweegt, omdat zij de Viacom-aanbieding niet aantrekkelijk genoeg vinden. Joeburt heeft zich daarom teruggetrokken als woordvoerder van alle aandeelhouders.

'Floris, Koen and I are still very positive about the combination MTV-Hyves and your offer.' Maandag start Viacom het boekenonderzoek, zodat het Amerikaanse bedrijf ook woensdag een zo compleet mogelijk contract kan sturen.

MAANDAG

In de cc van de mail van Greg Walker die maandag binnenkomt, staan zes nieuwe namen – accountants en advocaten om te helpen met het due diligence. Intussen eist ook een ander Hyves-onderzoek onze aandacht op.

Zondagavond zat heel Nederland aan de buis gekluisterd toen Peter R. De Vries in zijn uitzending de Hyves-pagina van Joran liet zien en onthulde dat hij hulp had gehad. Jorans krabbels stroomden direct vol met bedreigingen. Vandaag heeft de Arubaan zijn profiel gek genoeg nog steeds niet afgeschermd. Uiteindelijk besluiten wij

dat maar te doen. We sturen hem een mail. De Hyvers speuren verder naar Jorans vermeende handlanger en ook de politie bezoekt de Hyve van Joran. Ze dienen een officieel verzoek in om toegang te krijgen tot zijn privéberichten. Even lijkt het mysterie toch nog goed af te lopen als Marc wordt uitgenodigd door Natalee Holloway, maar dat blijkt toch een nepprofiel.

's Avonds mailt Hubert erg veel zin te hebben in een verkoop. Aan Van den Ende & Deitmers welteverstaan. Wat hem betreft kunnen de onderhandelingen met Viacom gestaakt worden.

Dat is voor ons een stap te vroeg, we hebben eerder niet voor niets voor MTV gekozen. Bovendien, één koper is geen koper. Dat hebben Hubert en Leendert ons zelf geleerd.

DINSDAG

De afspraak aanstaande vrijdag met de Europese baas van Myspace vervroegen we een dag naar donderdag. Anders zul je net zien dat Myspace 100 miljoen op tafel legt zodra we op de aandeelhoudersvergadering al akkoord zijn gegaan met een bod.

DONDERDAG

Op donderdagochtend zijn beide biedingen binnen. Hubert en Leendert willen een deel van onze aandelen kopen, voor een bedrag van zo'n tien miljoen euro. Bij ondertekening verkopen we zo minder aandelen en ontvangen we minder geld dan bij een deal met MTV, maar we kunnen Hyves zelfstandig uitbouwen waardoor het uiteindelijk meer waard wordt. Ook de Viacom-documenten zien er goed uit, er staan geen dealbreakers meer in.

In opperbeste stemming fietsen Marc en ik 100 meter over de Herengracht naar Myspace. We hebben letterlijk de net ontvangen aanbieding van MTV nog op zak.

'Natuurlijk, Myspace zit in een Regus-pand.' Een makkelijke maar dure en generieke oplossing zonder eigen smaak, vindt Marc.

Nieuwsgierig lopen we het gebouw binnen. We maken ons al lang geen zorgen meer over de wereldmarktleider, hun product is gewoon

niet goed genoeg. Deze meeting kan dus alleen maar positieve verrassingen opleveren.

Bij Myspace worden we ontvangen door Radinck. Via de intercom bestelt onze oud-stagiair koffie. De nieuwe Commercial Director van Myspace Benelux is zo trots als een pauw. Ruim twee jaar geleden sjouwde hij bij Hyves zelf met koffie rond en nu heeft hij een afspraak met ons om mogelijkheden voor een overname af te tasten. Misschien wordt hij wel onze nieuwe baas?

Als we aan tafel zitten windt Stevens er geen doekjes om.

'Who are your investors? What is your exit strategy?'

'Hyves is not for sale,' antwoorden we. Niet voor Myspace tenminste.

Als ze een knock-out bod voor Hyves overhebben, is nu het moment om dat op tafel te leggen, maar Stevens wordt niet concreet.

Het gesprek duurt dan ook niet lang. We wensen elkaar een prettige wedstrijd en stappen weer op onze fiets. Als ik om twee uur 's nachts op weg naar huis langs de launchparty van Myspace in de Melkweg fiets, weet ik zeker dat we ons over hen geen zorgen hoeven te maken.

'Hé, dat is Raymond van Hyves! We blijven jullie trouw, hoor!'

VRIJDAG

MYSPACE OPENT DE AANVAL OP HYVES, kopt *De Telegraaf* op vrijdag.

What else is new? Nou, dit.

AMSTERDAM – De grootste Amerikaanse sociale netwerksite Myspace heeft zich tot doel gesteld ook de grootste netwerksite van Nederland te worden. Om dat bereiken nemen ze desnoods Hyves gewoon over, zo bleek donderdagavond na een perspresentatie in Amsterdam. 'We willen eigenlijk overal liefst marktleider zijn, dus over een overname wordt wel nagedacht.' Aldus Travis Katz, de manager director van Myspace International.

Later op de ochtend zit de sfeer er op de aandeelhoudersvergadering goed in. De verdeeldheid over het bod van Viacom zorgde voor veel spanning. Nu Hubert en Leendert zelf een bod hebben gedaan, is dat weg. Ze hebben vertrouwen in de goede afloop.

De eerste zeven agendapunten zijn hamerstukken vergeleken bij punt acht, de ontvangen *termsheets*. Voordat we de biedingen gaan bespreken, voegt Hubert nog een voorwaarde toe.

'Omdat ik onder druk ben gezet om voor vrijdag een termsheet te sturen, stel ik nu jullie een deadline: mijn termsheet is alleen vandaag geldig.'

Hubert en Leendert zijn natuurlijk voor hun eigen bod, net als HJ. Ook Yme en Marc zijn daarvoor. Beiden werken nog maar kort bij Hyves. Bij een overname door MTV zou Marc een halfjaar na zijn vertrek bij Monster weer onderdeel zijn van een Amerikaanse organisatie. Mijn vader steunt mijn keuze, of dat nou voor MTV of voor Van den Ende & Deitmers is.

Dat is geen makkelijke afweging, maar uiteindelijk biedt het scenario van Leendert en Hubert ons *the best of both worlds*: aan de ene kant de uitdaging van Hyves uitbouwen tot een groot, zelfstandig mediabedrijf met de bijbehorende financiële bonus en aan de andere kant minder risico omdat we een deel van de waarde nu verzilveren. Op voorwaarde dat we de paar openstaande punten met Hubert en Leendert kunnen oplossen, kiezen we voor hun bod.

Direct na het akkoord bellen we Marco, Dan en Wade. Zij vinden het ook jammer, maar begrijpen onze keuze. Marco heeft één voorwaarde. 'Het is toch niet News Corp. hè?'

10. Jahoe

Hallo meneer
Bent u rijk?
wel eerlijk zeggen hè!
Privébericht van Annestien, Hyver, 8 jaar, op 20 februari 2008

We zijn nog niet rijk. De verkoop van de aandelen van Van den Ende & Deitmers en Leendert is pas definitief als hun due diligence-onderzoek met goed resultaat is afgerond en het koopcontract getekend is. Tot nu toe werden afspraken gemaakt op basis van goed vertrouwen en hooguit vastgelegd in e-mails van een paar regels, maar commitment, bestuur en garanties worden nu bepaald in lange contracten. Dat is advocatenwerk. Wij worden geadviseerd door Barbara van Hussen van DLA Piper, met wie we goede ervaringen hadden tijdens Columbus, en Hubert gebruikt altijd advocatenkantoor Lexence. Zo zitten we opeens met advocaten tegenover elkaar. Als er over de contracten geen overeenstemming wordt bereikt of als er daarvoor iets misgaat met Hyves zelf, gaat de deal niet door. Daarom houden we het nieuws ook intern nog stil.

Naast het due diligence van Van den Ende & Deitmers doen we zelf ook een onderzoek. Een van de oprichters van Amiz.fr heeft ons gemaild dat een Frans bedrijf hun site wil kopen en vraagt of wij ook interesse hebben.

Amiz heeft inmiddels 2 miljoen leden. Die zijn echter nauwelijks meer actief vanwege de technische problemen. Een overname kan interessant zijn, mits we hun leden aan het hyven kunnen krijgen. Als dat lukt, zou Hyves ook de grootste site van Frankrijk kunnen worden en dan sandwichen we België er ook nog wel bij.

De tweede reden om een overname van Amiz te onderzoeken is de

verwerking van het trauma dat we opliepen bij onze eigen overnamegesprekken. Eindelijk zitten we aan de andere kant van de tafel. Dat Tijmen en Bas net achttien zijn, maakt het alleen maar aantrekkelijker.

Hun antwoorden op onze vragen geven een gemengd beeld. Het goede nieuws is dat hun 2 miljoen leden 6 miljoen vrienden hebben uitgenodigd, waardoor er in totaal 8 miljoen e-mailadressen in hun database staan. Daar staat tegenover dat onze Juan uit Peru bij hen Mohammed heet en in Algerije woont. Een groot deel van hun leden blijkt uit Noord-Afrika te komen, terwijl wij juist een tweede Europese markt zoeken.

We besluiten eerst de advocaten van Solv te vragen of we Amiz.fr mogen vervangen door Hyves.fr en of we de e-mailadressen mogen gebruiken.

Eigenlijk belangrijker dan Huberts boekenonderzoek is dat Hyves begin maart nieuwe records breekt. Dankzij het bijschakelen van 300 nieuwe servers worden op 7 maart voor het eerst 145 miljoen pagina's bekeken. Het aantal berichten groeit met 20 procent per maand. En de meetorganisatie Stir mailt dat ons unieke bereik 20 procent hoger ligt dan tot nu toe werd gerapporteerd. Dat maakt nogal een verschil, aangezien uniek bereik een belangrijke factor is bij de waardebepaling van sociale netwerken.

De cijfers van de concurrenten zijn nog lekkerder. De pageviews van Facebook in Nederland dalen volgens Comscore met maar liefst 70 procent in februari ten opzichte van januari. Myspace en Netlog dalen met respectievelijk 30 en 45 procent. Ook als je de cijfers corrigeert met 10 procent omdat februari 3 dagen minder heeft, zijn de dalingen fors. En dat is niet eens het beste nieuws van de week.

Hoeveel zou jij betalen voor een sociaal netwerk met vier keer zoveel unieke bezoekers als Hyves? 100 miljoen? 200 miljoen? Ik hoor het al, jij zit niet in de raad van bestuur van AOL. Geen visie. Op 13 maart maakt de Amerikaanse internetprovider bekend liefst 850 miljoen dollar te betalen voor Bebo, zo'n 600 miljoen euro.

In 2008 verwacht Bebo een winst van 10 miljoen dollar, in euro's nog geen anderhalf keer onze voorspelling van 5 miljoen euro. Bebo's 22 miljoen unieke bezoekers bekijken per maand 11 miljard pagina's, nog geen drie keer meer dan de 4 miljard van Hyves. Bovendien komt een belangrijk deel van het bezoek van Bebo uit Zuid-Amerika en andere landen met een kleinere advertentiemarkt. En in Engeland, Bebo's belangrijkste markt, staat Facebook op het punt ze van de troon te stoten. Toch betaalt AOL 160 keer de winst terwijl die winst waarschijnlijk eerder gaat dalen dan stijgen. *Only in America*.

Gezien hun slechte marktpositie kun je zelfs beargumenteren dat zij eigenlijk minder waard zouden moeten zijn dan Hyves. 'Ik zou mijn aandelen Hyves niet willen ruilen tegen aandelen Bebo,' zeg ik tegen Flop als we de deal bespreken. Maar goed, als ik een jaar geleden niet hetzelfde had gezegd en Hyves gefuseerd was met Bebo, hadden we nu een kwart miljard dollar gehad.

De volgende dag zitten Floris en ik om vijf uur in het gloednieuwe Hyves HQ met Bas en Thijmen om te praten over een overname van Amiz. We zijn onder de indruk hoe cool de scholieren het spelen. Vooral Tijmen is een Wade Davis in de dop. Floris is ook jaloers op Tijmen vanwege zijn vriendinnetje, dat hij op Hyves heeft opgezocht. Dat gaat mij dan weer te ver, het kind is achttien.

'Als jullie niet voor het weekend met een niet-bindend bod komen, gaan we exclusief met de Fransen,' deelt Thijmen ons stoïcijns mee.

Worden we nu weer onder druk gezet?

De advocaten van Solv hebben hun advies nog niet gestuurd, maar omdat het bod niet bindend hoeft te zijn, geven we een indicatie: 175.000 euro bij tekening plus nog eens 175.000 euro na een jaar en 350.000 euro na twee jaar als de site groeit naar respectievelijk 2 miljoen en 5 miljoen unieke bezoekers in Frankrijk.

Dat is natuurlijk een schijntje vergeleken met onze eigen waardering en al helemaal met de miljarden van Facebook. Maar Amiz wordt nauwelijks meer gebruikt en heeft geen omzet. In feite betaal je alleen

voor de kleine kans dat je miljoenen e-mailadressen kunt activeren en dat het uitgroeit tot Frankrijks grootste site. Michiel Frackers noemt dat een kraslot. 'Krassen, krassen, krassen!' mailt Marc opgewonden.

Op 26 maart is het due diligence van Hubert en Leendert eindelijk afgerond. De kast met lijken is niet gevonden. Ook de resultaten van het zeer grondige technische due diligence zijn erg goed. En het financiële boekenonderzoek levert zelfs nog iets op. Bij het nalopen van alle cijfers vindt Floris nog een zak met 49.000 euro aan Goldmemberbetalingen bij PayPal.

Een van de belangrijkste discussiepunten bij het opstellen van de contracten was de betrokkenheid bij Hyves van Koen, Floris en mij in de toekomst. Wij zijn natuurlijk gecommitteerd omdat Hyves ons kindje is, maar we vinden het benauwend om nu voor het eerst formeel vastgelegd te worden. Aan de andere kant willen Leendert en Hubert zekerheid voor hun investering. In het compromis verbinden wij ons voor minimaal twee jaar, maar kunnen we eventueel eerder afstand nemen als er een opvolger is. Al eerder was afgesproken dat Floris en ik alleen nog op strategisch niveau zouden werken. Niet alleen omdat het beter is voor Hyves, maar ook om bij te komen van de marathon van de afgelopen jaren. Ook dat leggen we nu vast.

De contracten bedekken de hele tafel bij Van den Ende & Deitmers. Drie contracten van zo'n tien pagina's per stuk in zesvoud – het zetten van de handtekeningen en de tientallen parafen is een karwei op zich. We doen het graag in de wetenschap dat op datzelfde moment ruim 3 miljoen euro per persoon op onze bankrekening wordt gestort.

'Gefeliciteerd.'

'Nee, jij gefeliciteerd!'

Handen worden geschud, blikken uitgewisseld. Even later snellen we terug naar kantoor om de statistieken te checken. Nee, niet de pageviews.

'Jahhhh

beelding van zijn ABN AMRO-internetbankieren, als antwoord op Koens rekeningoverzicht. Het staat er echt. 'Wanneer gaan we dit eigenlijk vieren?!'

Goeie vraag. Wat nu? Feest? Champagne? Yab Yum? Een snellere Porsche dan Marc?

Morgen. Het is nu echt niet ineens minder druk. Als we om halftien nog op kantoor zitten, bedenkt Floris zich.

'Wie doet er mee met een lijntje?'

Een lijntje appels wel te verstaan. Floris is een grote fan van Apple en investeert een deel van zijn Hyves-geld in aandelen van het technologiebedrijf. 'Een lijntje kopen' noemde Michael Kraland dat bij IEX.

Niemand behalve wijzelf en de advocaten weet nog van de deal. Afgezien van Leenderts mooie felicitaties blijft het dus verder nog stil.

–– Original Message ––
From: Leendert van Driel
Sent: 26 March 2008 21:30
To: Raymond Spanjar; Floris Rost van Tonningen; Koen Kam
Cc: Hubert Deitmers
Subject: Re: Hyves

Heren, van harte gefeliciteerd met het feit dat jullie door de geweldige prestatie met de opbouw en ontwikkeling van Hyves, financieel onafhankelijk geworden zijn. Ik ben er trots op dat ik daar getuige van, en partij bij heb mogen zijn. Hoop van harte dat wij nog een tijd mogen samenwerken.

Leendert

De volgende dag gaan we verder met deal nummer twee, die er inmiddels een stuk minder goed uitziet. Volgens Koens onderzoek is het toch lastig om de website van Amiz te vervangen door Hyves en alle foto's en berichten netjes te importeren. Bovendien mogen we

volgens onze advocaten de Amiz-accounts helemaal niet omzetten in Hyves-accounts zonder toestemming. Het kan niet en het mag niet. Het is vooral de combinatie die ons enthousiasme over het Franse kraslot tempert.

Op 30 maart mailt Bas dat het bod van de Franse partij 'hoogstwaarschijnlijk' hoger zal zijn. Het is grappig om nu door de bril van koper naar de onderhandelingen te kijken. Zeker voor hun leeftijd doen Bas en Thijmen het erg goed. Aan de kleine dingen, zoals het aantal mails dat ze versturen, merk je echter hoeveel haast ze hebben en daaruit blijkt dat hun positie niet erg sterk is. We zouden hen graag helpen, maar een overname heeft helaas geen zin.

Op maandag 1 april komen we bij elkaar met de werknemers van het eerste uur. Op het gelach na zijn er opvallend weinig reacties als ik vertel dat ik het CEO-stokje overgeef aan Marc. Daarna vertellen we over de toetreding van Van den Ende & Deitmers. 'Verder verandert er niets.' Zo sluit ik de bijeenkomst af. 'Wij blijven de baas.'

Dat is niet helemaal waar. Al een dag voor de 'closing' van de deal werd duidelijk dat Deitmers voortaan bepaalt wat er met de website gebeurt. Jur Deitmers, welteverstaan.

–– Original Message ––
From: JUR DEITMERS
Sent: dinsdag 25 maart 2008 11:28
To: Hubert Deitmers
Subject: Tips Hyves

Hee pap, hier even wat tips die Hyves een stuk makkelijker zouden maken!

– Bij 'pimp my profile' kan je 'skins' opslaan, het zou echt héél handig zijn als je die 'opgeslagen skins' zou kunnen verwijderen!
– Hetzelfde als ^^ maar dan met opgeslagen foto's.

Ik hoop dat er wat aan gedaan word! :)

Zoals altijd heeft het weblog Hyped een neusje voor nieuws. 'Grote kans op snelle overname Hyves' voorspelt de site op 2 april naar aanleiding van een poll.

'Hyped moest eens weten...' Marc mailt het stuk rond.

Op 3 april brengen we het hele team op de hoogte. Remco komt ongelovig naar me toe. 'Dat je aftreedt als CEO was dus geen 1 aprilgrap?' In de hectiek was het helemaal langs ons heen gegaan dat de vergadering op 1 april was.

De volgende dag versturen we het persbericht. Het nieuws staat dan al op de voorpagina van *De Telegraaf*: 'Belang Van den Ende in Hyves'. Hubert en ik gaven de krant van Wakker Nederland al een exclusief interview. Na lang wikken en wegen laten we in het midden of Van den Ende & Deitmers nieuwe aandelen kopen waarbij het geld het bedrijf binnenkomt, of bestaande aandelen van andere aandeelhouders. We willen niet na de transactie worden gezien als zakkenvullers terwijl we voor onafhankelijkheid hebben gekozen.

De felicitaties stromen 's ochtends direct binnen, niet in de laatste plaats op Hyves zelf natuurlijk, waar ik het nieuws vertel in een blogpost en een aantal voor de hand liggende vragen beantwoord.

Hyves
always in touch with your friends

Wat verandert hiermee bij Hyves?
Qua inhoud en filosofie niets. Hubert is al sinds 2005 zeer betrokken bij Hyves en stelt net zoals wij het belang van de Hyvers altijd voorop. Niet in de laatste plaats omdat hij zelf erg actief hyvet.

Komt er nu ook 'Hyves de musical'?
Daar zijn we niet mee bezig maar we sluiten het zeker niet uit.

Wordt Hyves nu commerciëler?
Nee. Zoals hierboven ook gezegd verandert er niets aan de filosofie van

Hyves. Dit is juist ook wat Hubert en Joop aanspreekt, zij zijn erg trots op Hyves als Nederlands product en willen ons beleid versterken ipv veranderen.

Kunnen we nu gratis naar de musicals?
Wat ons betreft wel, dus ik zou het zeker proberen!

Om wat voor bedrag gaat het?
Dat weten we nog niet, we zijn nog aan het tellen. :)

Bijna alle Hyvers reageren enthousiast.

'Niets dan goeds over Joop. Hij gelooft in wat hij doet! Net als jullie, bij Hyves. Heel veel succes,' schrijft Jolanda.

'Toppie. :D,' vindt Rens. 'Joop v/d Ende m'n held, Hyves mn favo site, kan het nog beter? :-) Een loze vraag misschien: waarom heeft Joop zelf geen Hyve? xD'

Marco feliciteert ons sportief en nodigt ons uit om het te vieren op het volgende MTV-feest, een concert van Kane bij hen op kantoor.

Ook de eigenaar van Hyves.com is er als de kippen bij om ons te feliciteren. Hij mailt dat hij al door verschillende sociale netwerken benaderd is voor de domeinnaam, maar herhaalt dat die niet te koop is. Tenzij we hem een royaal aanbod doen natuurlijk. En als Paul de Leeuw in een gesprek met Joop net zo scherp was geweest als in zijn uitzendingen, was het nieuws van de transactie al uitgelekt.

–– Original Message ––
From: Paul de Leeuw
Sent: maandag 21 april 2008 7:50
To: Raymond Spanjar
Subject: goedenmorgen raymond

hallo Raymond,

Alles goed met je? Het was wel grappig: een aantal weken geleden zat ik voor een gesprek bij Joop van den E. in zijn kantoor en zag ik het boekje over Hyves liggen en dacht nog: leuk, joop wil natuurlijk weten wat zijn kinderen precies doen op de computer.
En de rest is history...
vriendelijke groeten.

paul de leeuw.

Een paar weken later kijken we uit over Amsterdam vanuit het privévertrek van restaurant Ciel Bleu op de 23ste etage van Hotel Okura.

'Moeten we niet naar Duitsland, jongens?' oppert Van den Ende.

Het is onze eerste ontmoeting met Joop. Hij was natuurlijk wel op de hoogte van de deal, maar hij laat contracten graag over aan zijn partners. Naast de mooie verhalen en de imposante ondernemingen die hij tot twee keer toe uit de grond stampte – ook voor zijn nieuwe bedrijf Stage werken inmiddels duizenden mensen – zijn we vooral onder de indruk van Joops bescheidenheid en oprechte interesse in anderen. Zo veel succes en dan zo bescheiden blijven, dat is misschien wel zijn knapste prestatie. We nemen ons voor om in elk geval een poging te wagen.

Dus, Annestien, om je vraag te beantwoorden: nu zijn we rijk. Heel rijk zelfs. En jij?

Deel 4
De verkoop

1. Oh oh Hyves

Met rasse schreden naderen we het pr-drama dat Chersonisos heet.
Hyvertje

Na de deal met Van den Ende & Deitmers is de grootste druk van de ketel. 2008 lijkt in veel opzichten op 2007, alleen is alles een maatje groter. Net als na Columbus is het weer een verademing om al onze energie op Hyves zelf te richten. Hoogste prioriteit is het aannemen van nieuwe mensen, en dan met name programmeurs. Naast de Angels is er nu een tweede lokkertje: pensioenen. Wij vonden dat altijd overbodige gekkigheid, maar volgens Marc is dat heel normaal. We worden geholpen door Stephanie van der Maas. Stephanie wordt bij Hyves verantwoordelijk voor HR, en dan vooral recruitment. Voor Media Republic spoorde zij in heel Europa programmeurs op en dat kunstje komt ze bij Hyves herhalen. Koen is dan al naar India gevlogen en komt terug à la Obelix: onder elke arm spartelt een ~~Romein~~ Indiër. David Vismans, een oude bekende uit de Amsterdamse studentenwereld, wordt de nieuwe baas van de snel groeiende programmeursbende. Daarnaast krijgt Hyves een heuse CFO met Inno Huizing, Marcs rechterhand bij Monster.

We hoeven niet te wachten op de nieuwe programmeurs om Hyves verder uit te bouwen. Een urgent probleem vormen de afgeschermde profielen. Sinds het in de zomer van 2007 mogelijk werd om een profiel geheel af te schermen voor alleen vrienden, krijgen we hier steeds meer klachten over. 'Het is hoogst irritant als iemand bij je komt kijken, je hele Hyve doorspit, een krabbel of reactie achterlaat; en als je dan wil kijken wie jouw leventje onder de loep heeft genomen, stuit je

op een dichte Hyve!' vat Maartje de gevoelens van veel Hyvers samen.

In oktober 2007 wijdde *de Volkskrant* er al een artikel aan. GEBRUIKERS HYVES SLUITEN DE GORDIJNEN. Voor het eerst werkt de viraliteit van Hyves nu in ons nadeel. Ten tijde van het *Volkskrant*-artikel betrof het slechts 170.000 profielen, minder dan vier procent van het totaal. In april zijn er al bijna een miljoen dichte deuren. De pageviews zijn in één maand met veertien procent gedaald. Van zulke maanden kun je er niet te veel hebben. 'Afschaffen dus!!' beveelt een verontwaardigde Hyver.

Dat gaat te ver, iedere Hyver moet zijn ideale niveau van privacy kunnen instellen. Zeker voor bijvoorbeeld mensen die solliciteren en leraren kan het vervelend zijn als ze worden opgezocht door onbekenden. De huidige regels zijn echter onvolmaakt. De essentie van het probleem is dat veel Hyvers het liefst alles willen kunnen zien, maar van zichzelf alles willen afschermen. Dat kan niet. Maar als je de huidige groei van het aantal afgeschermde profielen doortrekt, is voor het einde van het jaar meer dan 90 procent afgeschermd. En dan kan niemand meer bij niet-vrienden kijken.

De oplossing is even eenvoudig als effectief.

Volgens de nieuwe regel kun je alleen zelf bij niet-vrienden kijken als je eigen profiel ook openstaat voor vrienden van vrienden of voor iedereen. Hyvers die hun profiel openstellen, worden zo beloond: zij zien nu zelf ook meer profielen. Hopelijk vermijden we zo de situatie dat iedereen alles afschermt, niemand meer iets ziet en iedereen erop achteruit gaat.

Als we deze aanpassing op 24 april 2008 live zetten, creëert het een storm van protest. Honderden mensen met een afgeschermd profiel reageren. De protest-Hyve tegendeverandering.Hyves.nl heeft binnen een paar dagen 5500 leden, een paar dagen later debatteer ik zelfs live op Radio 1 met de oprichter. Gelukkig houden we voet bij stuk. Drie weken later is het aantal afgeschermde profielen bijna gehalveerd naar een half miljoen. De pageviews stijgen in mei weer met zeven procent. Omdat je nu weer vrienden van vrienden kunt bezoeken, is hyven weer een stuk leuker, óók in vergelijking met andere so-

ciale netwerken. Hoe riskant het ook is, soms is het beter om vast te houden aan impopulaire maatregelen.

In juni gaat het Hyves-team op vakantie. In ruil voor gebakken pixels verzorgt Sunweb een trip naar een van hun populairste bestemmingen, Chersonissos. Vlucht en hotel voor 70 Hyvers zonder dat het ons een euro kost. Voor de zekerheid mail ik voor vertrek de spelregels rond.

–– Original Message ––
From: Raymond Spanjar
Sent: 03 June 2008 16:13
To: Hyves HQ
Subject: Chersonisos

Hyvers,

Met rasse schreden naderen we het pr-drama dat Chersonisos heet. :-) We zitten niet te wachten op 1 miljoen views voor video's van dronken HQ'ers in de stijl van 't is hier fantasties, dus roep niet van de daken dat we van Hyves zijn. Dat geldt overigens ook voor de HQ uitjes in Nederland.

Omdat we zondagnacht laat terugkomen, starten we maandagochtend om 10 uur. Niet dat je hoeft bij te komen na zo'n reinigende vakantie, maar toch.

Raymond

De hilariteit is dan ook groot als het Hyves-team op de derde dag wakker wordt en ondergetekende bij het zwembad aantreft, nog in druk overleg over de afgelopen eindexamens met vier Hyvesters. Uiteraard vergezeld door een niet nader te noemen commercieel manager, die voor de gelegenheid zijn gin-tonic heeft vervangen voor een goed glas Griekse champagne.

Twee weken later werken we opnieuw in het weekend, ditmaal

op het reclamecongres in Cannes. Net als alles bij Hyves is ook onze Cannes-delegatie dit jaar fors gegroeid – Yme, Remco, Floris en Marc zijn onder het mom van een brainstorm meegekomen. De jeugdherberg is ingeruild voor een bescheiden boot met kapitein en kok, zelf verdiend. We gebruiken de borrels vooral voor het pesten van het team van Microsoft Nederland: eindelijk zijn we met meer. Ook nodigen onze oud-buurmannen van Media Republic Michiel Mol en Bas Verhart ons uit om een speedboot te testen. De speedboot slaagt, maar wij niet. Leermoment: als je met 80 kilometer per uur champagne probeert te drinken, vinden de mensen achter je dat niet prettig. Tijdens het stuiteren over de zee vertrouwt Verhart me toe dat onze angst voor een aanval van een Nederlandse alliantie niet ongegrond was.

'Een paar jaar geleden hebben we met Sanoma gekeken of we een concurrent van jullie konden starten.'

Eind juli publiceert TechCrunch een lijst van waarderingen voor de grootste sociale netwerken op basis van de deals van Facebook (15 miljard dollar), Bebo (850 miljoen) en LinkedIn (1 miljard). Rekening houdend met de advertentiebestedingen in de landen waar de netwerken actief zijn, berekent TechCrunch zo de waarde voor elke site. Hyves wordt ingeschat tussen de 140 en 840 miljoen dollar. Die laatste waardering is op basis van Facebook en gaat natuurlijk mank omdat Facebook veel harder groeit. Wat dat aangaat, is Hyves beter te vergelijken met Bebo, al blijft het punt dat dit soort bedragen in Nederland nauwelijks worden betaald voor internetsites. We hechten dan ook geen waarde aan de schattingen, maar het blijft een raar idee om achter Hyves een waardering te zien van bijna een miljard dollar.

Boven aan de lijst prijkt Myspace. Gelukkig dankt de marktleider deze positie niet aan zijn Nederlandse afdeling. Terwijl Radinck in juni nog enthousiast vacatures voor Myspace Nederland op Hyves plaatste – toch sympathiek dat hij hiervoor de site van zijn oude collega's gebruikt – sms't Nine in oktober heugelijk nieuws.

24/10/2008 8:38
Raym! The vijand is down! Drie keer hoera!

Myspace Nederland gooit de handdoek in de ring. Hyves is 'een grote tegenstander waar moeilijk tegen op te boksen viel' aldus de dochter van uitgeefgigant News Corp.

Het is niet het enige feestje. In september wordt Hyves gekozen tot website van het jaar. Elke maand sneuvelen nieuwe records. In oktober worden 5 miljard pagina's bekeken, bijna 2,5 keer zoveel als in oktober 2007. In een jaar tijd is Hyves harder gegroeid dan in de drie jaar ervoor! Hyves Eleven slaat ook een grote slag. In de eerste tien maanden van 2008 zet Hyves in totaal tien miljoen euro om, 3 keer zoveel als een jaar eerder. De winst is met 2,5 miljoen zelfs bijna 5 keer hoger. Omdat het grootste deel van de winst altijd in de laatste vier maanden wordt gerealiseerd, liggen we op koers voor onze winstvoorspelling van 5 miljoen in 2008. Het is echter toch twijfelachtig of we dat gaan halen, aangezien door de kredietcrisis de advertentiebudgetten teruglopen. Ook blijkt Hyves – tot 2004 slechts een rare klank – het meest gegoogelde woord van 2008 in Nederland.

Op uitnodiging van Joop van den Ende sluiten we 2008 af met een voorstelling bij *Tarzan* met het hele Hyves-team plus partners. Geen kleine operatie, want er werken al meer dan honderd mensen bij die rare website.

Ook Werner Vogels is van de partij. Sinds Van den Ende & Deitmers en Leendert een deel van onze aandelen kochten, is er een Raad van Commisarissen. Daarin zitten Leendert, Hubert en binnenkort ook Vogels. De Nederlandse CTO van Amazon combineert een schat aan internetervaring met een jeugdig enthousiasme. Dat maakt hem al voor zijn officiële rol tot een graag geziene gast op de borrels als hij in Nederland is.

Zelf kan ik helaas niet bij de voorstelling zijn, omdat ik op dat moment aan echte lianen slinger. Sinds eind november ben ik er een paar maanden tussenuit voor een trip van Colombia via Venezuela naar Brazilië. Met laptop.

2. Meet the local

Trabajas en Hyves? Claro que conosco Hyves! Que chevere!
Ana, Hyver uit Bucaramanga, Noord-Colombia

Begin 2009 grijpt de kredietcrisis om zich heen. In de traditionele nieuwjaarsmail schrijven we dat al ons geld bij Icesave stond. Dat is natuurlijk niet waar, maar het lijkt ons een mooi mysterie in de categorie Peruanen en Bhutan. Opvallend veel Hyvers trappen erin en journalisten vragen ons gretig hoe wij ons nu voelen. Hubert hoort het nieuws via *De Pers*. De investeerder moet er hard om lachen. 'Typisch Hyves,' noteert de journalist beschaamd.

Indirect wordt Hyves wel geraakt door de crisis. De advertentiebudgetten drogen op, al wordt dat deels gecompenseerd door de groei van het aantal Goldmembers. 'Hyvers vluchten in goud,' analyseert Floris. Voor 2009 maken we voor het eerst een formeel budget. Wat nu te doen? Bezuinigen zoals de meeste bedrijven? Of zoals altijd naar hartenlust investeren in een zo mooi mogelijk Hyves? We gaan voor optie B. Als het meezit, levert dat toch nog een vergelijkbare winst op als de 3,7 miljoen van 2008. Onze filosofie is nog steeds dat als we zo veel mogelijk waarde creëren voor Hyvers, de waarde van Hyves uiteindelijk ook wel stijgt. De kwaliteit van de website speelt ook een belangrijke rol in de strijd met Facebook. Nu bezuinigen is een mooi voorbeeld van de Engelse uitdrukking *penny wise, pound foolish*. Bovendien is winst als doel erg saai.

Wel is het belangrijk dat Hyves geen verlies gaat draaien. Financiering ophalen tijdens een crisis voor een verlieslatend internetbedrijf is een dure grap.

Gelukkig zijn HJ, Hubert, Leendert en mijn vader het eens met onze strategie. 'Het zal een hele klus worden om de economische cri-

sis het hoofd te bieden naast de druk van concurrenten. Ik was blij verrast, want ik had eerlijk gezegd gedacht dat de advertising cijfers sterker gedaald zouden zijn. We zullen des te meer aandacht moeten besteden aan nieuwe producten,' schrijft Leendert al in november.

Het tastbaarste bewijs van de investeringen is het gloednieuwe Headquarters. Eind 2008 barst het Hyves-onderkomen op de Herengracht uit zijn voegen. Overal zijn bureaus geplaatst voor nieuwe medewerkers: in de bespreekkamer, in de gangen en in de borrelruimte. Dat laatste was de druppel. Door de crisis is er genoeg aanbod van kantoorruimte, maar meer dan 2000 m² met parkeerruimte op loopafstand van de grachten is een weinig gangbare categorie. Des te groter is de verrassing als Marc het voormalige hoofdkantoor van British Petroleum uit zijn hoed tovert, een volledig gerenoveerde kantoorkolos op het Frederiksplein in hartje Amsterdam. Als we door het gestripte pand lopen, doet het nog het meest denken aan het hoofdkwartier van een communistische partij in het oude Oostblok. Niet ongepast voor een site met 8 miljoen inwoners.

Dankzij de kleurrijke inrichting nemen we in maart toch weer onze intrek in een rebellenhoofdkwartier. Net als de Hyves-feesten is het nieuwe pand een klap in ons gezicht. Een wake-up call. De Hyves-hype is echt. Koen, Floris en ik kunnen onze ogen nauwelijks geloven. Elke afdeling heeft zijn eigen uitgestrekte etage. Er zijn een tafeltennistafel en een voetbaltafel. Een dakterras met uitzicht over Amsterdam. En als kers op de taart een heuse receptie. Met een receptioniste. Als ik haar voor het eerst aan de telefoon heb, blijkt dat Hyves helaas nog steeds niet hiërarchisch is. 'Raymond? En hoe heet je van je achternaam?'

De aftocht van Myspace uit Nederland blijft ook in de Amerikaanse media niet onopgemerkt. In januari geef ik een interview aan *BusinessWeek*. Het artikel FACEBOOK, MEET THE LOCALS beschrijft vooral de succesvolle strijd van Hyves en Tuenti tegen Facebook. Andere netwerken worden ook genoemd, maar hebben het moelijk.

Zo heeft Hi5 er wel voor gekozen om te bezuinigen. De site ont-

slaat al in oktober 2008 10 tot 15 procent van zijn personeel. In maart volgt een nieuwe ontslagronde, volgens TechCrunch voor zelfs 50 procent van het personeel. Na Myspace en Facebook is de site met 63 miljoen unieke bezoekers per maand het populairste netwerk ter wereld. En nu heeft het een twee keer zo klein team als Hyves. Hi5 is in een dodelijke spiraal beland: het bezuinigt omdat het marktterrein verliest aan Facebook door een minder goed product, waardoor het marktaandeel weer extra slinkt et cetera.

Myspace trapt in dezelfde val. De inkomsten van de Amerikaanse site vallen tegen, ook door de groei van Facebook. In juni snoeit Myspace het team terug met bijna 30 procent tot duizend man, terwijl Facebook zijn team snel blijft uitbreiden. In Amerika zijn de sites nog even groot, maar de strijd is al beslist.

Ook internationaal gaat het Facebook voor de wind. In juni publiceert TechCrunch een wereldkaart met daarop het leidende sociale netwerk per land. Zoals het Gallië van Asterix en Obelix wordt Nederland steeds meer omsingeld door landen die door Facebook veroverd zijn. De nakende ondergang van sommige netwerken zonder een sterke lokale thuismarkt blijkt ook uit het feit dat wij half juli een van de grootste netwerken te koop krijgen aangeboden voor een fractie van de waarderingen die een jaar eerder circuleerden. Netlog en Bebo staan niet eens meer op de kaart van TechCrunch. Google kiest eieren voor zijn geld en verplaatst het hoofdkantoor van Orkut naar Belo Horizonte om het netwerk in te graven in de Braziliaanse markt.

In tijden van kredietcrisis is het reclamefestival van Cannes ongepast. Bijna niemand gaat, en Hyves ook niet. Wel nodigt Olaf ons uit voor het filmfestival in dezelfde badplaats, een mooie gelegenheid om de deal van een jaar eerder nog eens te vieren. De tweede avond reserveert de Zweed twee tafels in de club VIP, een tijdelijke dependance van de gelijknamige feestcafés in Parijs en Saint-Tropez. De feestvreugde tijdens de feestjes op het filmfestival is alsof morgen nooit komt. Al is het natuurlijk een bedenkelijk toppunt van kapitalisme

met gedrag dat je normaal alleen op apenrotsen vindt. Dat komt zelfs terug in de inrichting. De tafels staan op verschillende niveaus. Hoe hoger de tafel, hoe duurder en dus hoe meer aanzien.

De tafel van de VIP is de drinkplek van de Afrikaanse savanne. Bij het zien van de bijbehorende flessen champagne hengelen drommen dorstige deernen letterlijk met hun glazen over de fluwelen afscheiding. Waarop Platinamember Rogier Olaf waarschuwt: 'Don't feed the animals.'

Het wordt de correcte Zweed te veel. 'Ai kent wotsj zis.'

Het is een terechte waarschuwing van Rogier.

In het gedruis bevinden zich ook 's werelds meest gehaaide roofkippen. Zo drinken we een glas champagne met een lieftallige blondine die sluw door de omheining heen breekt. Nooit waren we dichter bij een bankroet. Een jaar later beschuldigt deze dame de CEO van Hewlett-Packard van seksuele intimidatie. De beschuldigingen van het voormalige *Playboy*-model en hoofdrolspeelster in onder andere de klassieker *Body of Influence 2* worden ongegrond verklaard maar toch geschikt voor een geheim bedrag. En de CEO moet aftreden. De volgende dag verliezen de aandeelhouders van HP 9 miljard dollar door een duikeling van de beurskoers.

Twee dagen later smokkelt Michiel Mol, de oprichter van Lost Boys en Media Republic, ons zonder kaartje naar binnen bij het premièrefeestje van *Inglourious Basterds*. Overvallen door nostalgie dwalen mijn gedachten af naar veertien jaar eerder. Als talenscholieren sloten Flop en ik ons toen in de veel te ruime smokings van onze vaders op op de dames-wc's van het Palais de Festival. 's Avonds was het eindfeest van het filmfestival en overdag was er nog geen beveiliging in het gebouw. Een paar uur later keek ik onder de deur of de kust veilig was. De kust was niet veilig. Voor me strekte zich een bos van naaldhakken uit. Logisch, want er was nog maar één wc beschikbaar. Net toen mij het zweet uitbrak, fluisterde Flop: 'Volgens mij is er niemand, ik ga nu.' NEE! wilde ik schreeuwen. Maar ik hoorde zijn deur al langzaam opengaan.

'Wat doe je dit weekend?' Mols vraag haalt me terug naar 2010.

Er zijn twee overeenkomsten tussen de bedrijven en de uitstapjes van de succesvolle internetondernemer. 1: hij houdt niet van half werk. 2: hij deelt ze graag met de mensen om hem heen. Met hetzelfde gemak waarmee wij vrienden uitnodigen voor Hyves doet hij dat bijvoorbeeld voor wedstrijden waaraan hij deelneemt met zijn formule 1-team. Zoals de grand prix van Monaco een paar dagen later. De kwalificatieritten volgen we op twee meter afstand van de wagens in de pitstop. Het echte hoogtepunt is als we in de pitstop bij de buren een glimp opvangen van Richard Branson. Om de een of andere reden een bizarre ervaring om zo'n icoon van zo dichtbij te zien en dat in deze setting. Ik ben er nog niet van bekomen als ik vijf minuten later opeens zijn hand vasthoud. Hij komt even buurten bij Michiel.

Intussen groeit Hyves nog steeds als kool. In het eerste halfjaar van 2009 neemt het aantal pageviews toe met 40 procent tot 7 miljard per maand. Een op de zeven pagina's die Nederlanders online bekijken, is een Hyves-pagina. Hyves heeft nu net zoveel pageviews als Myspace toen het werd overgenomen door Newscorp. Nog mooier is dat ondanks de groei de website snel blijft.

Naast de snelheid werkt het H-team aan de vormgeving, het tweede grote kritiekpunt op Hyves. In de drukte hebben we de klachten dat Hyves er te kinderachtig uitziet te lang naast ons neergelegd. Op de tekentafel gaat het design onder leiding van Floris nu compleet op de schop. Na lang aarzelen nemen we zelfs afscheid van de drie poppetjes als logo om tegemoet te komen aan de kritiek. In samenwerking met een bureau gaan we op zoek naar een nieuw logo.

'Even out of the box? Wat vinden jullie van twee kersen als logo?'

'Hebben jullie weleens gedacht aan een geluidje als logo?'

Floris en ik kijken elkaar aan. Dat hebben we niet. Nee, daar hebben we nooit aan gedacht. Na nog een aantal *Jiskefet*-achtige sessies concluderen we dat het blauwe speels geschreven 'Hyves' eigenlijk toch nog niet zo gek is. Dat redt het ook zonder vrucht ernaast. Als de

nieuwe vormgeving eindelijk af is, moeten de honderden verschillende Hyves-pagina's in het nieuwe jasje worden gestoken. De oude pagina's zijn bovendien jarenlang geoptimaliseerd zodat ze zo snel mogelijk laden, die mogen nu niet langzamer worden. Al met al is het nieuwe design een hele klus die zo'n negen maanden in beslag neemt.

De Goldmembers hebben half juni de primeur. Nadat hun tips zijn doorgevoerd is 1 juli D-day. Het nieuwe design wordt nu geïntroduceerd voor iedereen. Er zijn duizenden positieve reacties, maar minstens zoveel negatieve. Bij de aantallen van Hyves kunnen de kleinste veranderingen de grootste gevolgen hebben. Zo worden alle profielfoto's rechtsboven vierkant. Dat geeft een veel strakker gevoel, maar de automatische vierkante uitsnede leidt ertoe dat een klein deel van de Hyvesters nu alleen met hun borsten op de profielfoto staat. Daardoor ontvangen ze heel andere berichten dan normaal. Net zo ernstig is dat Leendert nu alleen met zijn buik op zijn profielfoto staat. In de weken die volgen verwerkt het team weer zo veel mogelijk feedback van de Hyvers. Tot opnieuw het punt komt dat het belangrijk is om onze poot stijf te houden. Uit eigen ervaring en dankzij de reacties van de Goldmembers die al langer met het nieuwe design hyven, weten we dat het een vooruitgang is. Dat mag nu niet verwateren.

GeenStijl-columnist (en internetfenomeen) Bert Brussen grijpt de kritiek van sommige Hyvers aan voor een nationale actie: 'Laat zien waar je staat en delete je Hyves-account.' Als we de kritiek pareren met onder andere een verwijzing naar oma Brussen, wordt de strijdbijl begraven. Het nieuwe design is echter slechts een aanleiding voor de actie. De echte oorzaak is veel lastiger te bestrijden.

Hyves is weliswaar nog steeds veel groter dan Facebook, maar onder hoogopgeleiden rond de dertig, vooral in de grachtengordel, is het verschil een stuk minder groot. Een deel van deze groep wordt steeds actiever op Facebook. Dat hoeft op zich niet schadelijk te zijn, maar het wordt gevaarlijk als een groot deel van de journalisten ook in deze groep valt. Begrijpelijkerwijs schrijven zij hun artikelen mede op basis van hun eigen ervaring. Tot 2009 werkte dat in ons voordeel. Zo leek Hyves in 2005 door de mediahype veel groter dan een paar

honderdduizend gebruikers. Nu kan echter de indruk ontstaan dat heel Nederland overstapt terwijl wij in absolute termen juist harder groeien dan ooit, zelfs harder dan Facebook in Nederland.

Kort na de actie van Brussen wordt opnieuw de ondergang van Hyves aangekondigd, ditmaal in de blog 'Wordt het steeds stiller op Hyves?' Als artistieke Amsterdamse student zit de schrijver midden in de doelgroep die actief is op Facebook. Net als andere blogs met deze boodschap doet het pijn. Niet alleen bij Floris, Koen en mij, maar bij het hele team dat zich vol inzet voor Hyves. Dat ik de blogger al ken van een eerder positief artikel over Hyves, maakt het nog vervelender.

Vaak zijn de reacties onder dergelijke artikelen extremer. Tot onze verbazing blijkt een deel van de reageerders op onze ondergang te hopen. We proberen dat enthousiasme te begrijpen. Is het onze eigen schuld? We blazen toch nooit hoog van de toren? Bij nader onderzoek zijn sommige reacties te herleiden naar concurrenten of bedrijven die tevergeefs hun diensten hebben aangeboden. Zoals John, die ons er op een blog van beschuldigt te goochelen met cijfers. Als anderen hem erover doorzagen, biecht hij eerlijk zijn echte motivatie op: 'Maybe I'm just pissed off they never replied my business proposal.'

Dus toch karma. Met een snuifje jaloezie.

Om te zorgen dat de discussie in elk geval op basis van de juiste feiten wordt gevoerd, publiceert Yme geregeld de onafhankelijke cijfers van Comscore. Daaruit blijkt dat Hyves in alle doelgroepen veel groter is dan Facebook – en groeit. Deze cijfers presenteren we ook met onze strategie op borrels op Hyves HQ, speciaal voor bloggers en twitteraars. Het creëert begrip en helpt het sentiment te keren.

Ook gooien we er nog een schepje bovenop om Hyves nog verder te verbeteren. Onze strategie is tweeledig. In de eerste plaats willen we de communicatie tussen vrienden makkelijker en leuker maken. Zo lanceren we in oktober samen met BlackBerry en Vodafone een Hyves-applicatie voor de populaire telefoon. Een maand later volgt de app voor Android en de nieuwe versie van de iPhone. Ook werken

we op de achtergrond aan Hyves Mobile, een eigen mobiele aanbieder waarmee Hyvers gratis kunnen bellen, en met de Rabobank aan Hyves Afrekenen, een sociaal betaalsysteem.

Het tweede deel van onze strategie noemen we 'Hyves verbindt Nederland'. Veel gebeurtenissen deel je niet alleen met vrienden, maar met het hele land. Bijvoorbeeld een programma als *X Factor* of het Nederlandse elftal. Verkiezingen, een PVV-Kamerlid... ze zijn van ons allemaal. Door onze focus op Nederland kan Hyves de nationale spil worden, de plek waar gevoelens worden gedeeld, emoties blootgelegd en Nederland in actie komt. Idealiter ten goede.

Zo peilt RTL *Ontbijtnieuws* vanaf november elke dag de mening van Nederland in hun Hyve. De polls van anchor Jan de Hoop zijn razend populair en genereren duizenden stemmen. Elke ochtend wordt Nederland nu met Hyves wakker. Kan het mooier?

Ja. Dezelfde maand kondigen we een intensieve samenwerking met de KNVB aan. Hyves gaat zowel het amateurplatform Voetbal.nl faciliteren als het Nederlands elftal ondersteunen.

Half juli lanceren we Nu in Nederland, een overzicht van de meest besproken onderwerpen op Hyves en een belangrijk onderdeel om Hyves te positioneren als nationaal platform. Vanaf oktober kan Hyves gekoppeld worden aan Twitter en Facebook, zodat Hyvers ook updates van hun vrienden op andere sites kunnen volgen. En in november lanceren we een geheel nieuwe homepage. Net als bij Facebook en Facebooks inspiratie FriendFeed kunnen Hyvers nu direct vanaf de homepage reageren op berichten van hun vrienden, wat voor veel meer discussies zorgt.

In september bestaat Hyves vijf jaar. In een blog blikken we terug en danken we de Hyvers voor hun hulp. Ook willen we wat terugdoen, met name voor de mensen die al sinds 2004 hyven, want 'als jullie destijds niet zo'n freak waren om in je eentje lid te worden van een leeg vriendennetwerk, dan was Hyves er niet geweest'. Hyvers kunnen hun stoutste droom krabbelen, waarna wij er vijf uitkiezen om te vervullen.

De duizenden wensen variëren van wereldreizen tot ontmoetingen met artiesten. Ook nu is de categorie 'dat zie je niet aankomen' goed gevuld. Wat vind je bijvoorbeeld van de wens voor een pruik van echt mensenhaar voor een 'travo' vader?

Uiteindelijk organiseren we een ontmoeting met Hyver Alain Clark, gaan we de Ferry Mingelen-fanhyve in boekvorm uitgeven, organiseren we een trip naar Euro Disney voor Susan en haar ernstig zieke neefje en een reis voor Kim naar haar geboorteland Korea. Als eerste wens plaatsen we Henks huwelijksaanzoek 'Miranda wil je met me trouwen?' op de homepage. Het stel is weer samen sinds zij elkaar hebben teruggevonden via Hyves. Gelukkig zegt Miranda ja. Als bonuswens mag Patrick de Laive het WK in Zuid-Afrika verslaan, dankzij de net gesloten partnership met de KNVB. Vriendjespolitiek mag niet ontbreken in een sociaal netwerk.

Twee maanden later gaat ook onze eigen droom in vervulling als Gijs antwoord krijgt op zijn mail 'meneer Van Dale wacht op antwoord'. Meneer Van Dale heeft goed nieuws: 'hyven' staat in het woordenboek.

Hyven onovergank. werkw.; hyvede; h. gehyved
1. Communiceren via digitale vriendennetwerk Hyves.

Het is niet de laatste verrassing van 2009. Op 5 december krijgt Yme een boek cadeau. Als hij de titel ziet, speurt de Fries verbaasd de gezichten van zijn schoonfamilie af. Weet iemand het?

'Goh, leuk... *Het geheim van* De Telegraaf.'

3. Hyves is Oranje

Een plek waar wij ons thuisvoelen, vertrouwen kunnen hebben in de mensen om ons heen en mogen uitgaan van solidariteit blijft enorm belangrijk.
Koningin Beatrix in haar kersttoespraak van 2009

Tijdens een potje golf eind 2009 doet TMG-bestuurder Patrick Morley twee constateringen. In de eerste plaats dat hij een nog slechtere golfer is dan Marc. En in de tweede plaats dat Hyves en TMG (de Telegraaf Media Groep) elkaar veel te bieden hebben.

Net als PCM-baas Aan de Stegge heeft Morley een telecomachtergrond; eerder was hij CTO van KPN. In zijn visie kan Hyves met 8 miljoen bezoekers een grote aanjager zijn van TMG-onderdelen als games, Sky Radio en de krant. En Hyves wil dieper integreren in de Nederlandse samenleving en kan daarbij ondersteuning van *De Telegraaf* en Sky Radio goed gebruiken. De twee besluiten de combinatie te onderzoeken.

Korte tijd later zit het Hyves-management met de raad van bestuur van TMG om de tafel van Van den Ende & Deitmers. De conclusie van de bijeenkomst is hetzelfde als bij het potje golf tussen Marc en Patrick: één plus één is vier. Of op zijn minst drie. De sfeer is zo goed dat topman Ad Swartjes voorstelt om er een snelle deal van maken, zonder gedoe met bankiers en veel juristen.

Half december doet TMG een indicatief bod als basis voor concrete onderhandelingen. De uitgever biedt 45 miljoen, waarvan 32 als aanbetaling. Koen, Floris en ik vinden het bod niet tegenvallen. De aanbetaling is vergelijkbaar met de waarderingen ten tijde van de onderhandelingen met Viacom twee jaar eerder. De omzet en het websitebezoek zijn weliswaar flink gegroeid, maar daar staat tegen-

over dat de winst in 2009 is verdampt omdat we ondanks de crisis flink hebben geïnvesteerd. Hubert en Leendert vinden het bod echter te laag. De huidige cijfers zouden niet het potentieel weergeven en Hyves is voor TMG veel meer waard.

'Op een abstract niveau is de waarde van 9 miljoen profielen veel hoger. Ik zou het doodzonde vinden om zo een deal te doen,' vindt Leendert.

Marc en Yme zitten tussen beide meningen in.

De meningsverschillen maken voor de reactie naar TMG niet uit. We koppelen terug dat hun bod te laag is. Als je een eerste bod niet afwijst, weet je immers zeker dat je niets overhoudt.

Op tweede kerstdag druk ik mijn voeten nog eens dichter tegen de haard. Bach-cantates, lekker eten, chillen, je kent het wel. Tot mijn telefoon onophoudelijk begint te rinkelen. ANP, *Editie NL*, Radio 1, het houdt niet op.

'Wat vindt u van de kritiek van de koningin op Hyves?'

'Die heb ik nog niet gezien,' antwoord ik terwijl ik Nu.nl open.

Daar lees ik de uitspraak van de koningin die op Hyves zou slaan: 'Persoonlijke vrijheid is los komen te staan van verbondenheid met de gemeenschap. Maar zonder enig wij-gevoel wordt ons bestaan leeg. Met virtuele ontmoetingen wordt die leegte niet gevuld, integendeel.'

Direct moet ik denken aan Maxima. Begin september was ik op bezoek bij de prinses op De Eikenhorst in Wassenaar – een van de onverwachte voordelen van een drukbezochte website. Met een aantal experts hadden we het over jongeren met financiële problemen. De prinses is nog charmanter dan op tv, ik ben onder de indruk van de manier waarop zij dit soort problemen met enkele bijeenkomsten concreet kan bestrijden. Maar terwijl ik de kersttoespraak van koningin Beatrix lees, denk ik daar niet aan. Ik denk aan wat Maxima mij na de bijeenkomst toevertrouwde.

'Ik vind Hyves een leuke site. Ik ben ook lid geweest, maar niet onder mijn eigen naam hoor.'

'Wat vindt u van de kritiek?' dringt het Algemeen Nederlands Persbureau aan.

Ik besluit Maxima niet te verklikken. Sowieso kan ik me iets voorstellen bij de opmerkingen van de koningin. Ik vind echter niet dat haar kritiek opgaat voor Hyves omdat – zoals ook uit het onderzoek van de Universiteit van Amsterdam bleek – Hyves juist leidt tot betere sociale contacten. Vooral ook offline.

'Vindt u de kritiek niet ouderwets, en een beetje dom?' dringt de verslaggever aan.

Nu wordt het eieren lopen. Als ik niet oppas, wordt mijn repliek uit haar verband gerukt en val ik de koningin aan. We kunnen ons motto dan beter wijzigen in 'Hyves verdeelt Nederland'. Eigenlijk is er maar één antwoord mogelijk.

'We nodigen koningin Beatrix van harte uit om een Hyves-account te openen. Dan kan ze in haar kersttoespraak van 2010 vertellen of haar sociale leven erop voor- of achteruit is gegaan,' antwoord ik.

De uitnodiging en mijn citaat worden breed uitgemeten in de pers. Ik wist niet dat er überhaupt zoveel mensen aan het werk waren met kerst. De Hyvers helpen een handje mee.

'Ik wil de koningin graag overtuigen van het tegendeel. Op 1 augustus kwam ik via deze site een oud vriendinnetje tegen. Via Hyves kwam ik vorig jaar weer met haar in contact. Beiden gescheiden en kids. MET DANK AAN HYVES TREDEN WE 20 MEI IN HET HUWELIJK. Ik ben jullie zo dankbaar voor het vinden van mijn grote liefde, Hyves 4ever. Als jullie dit kunnen doorsturen naar onze Koningin Beatrix dan wil ik haar graag uitnodigen op 20 mei 2010 om 15.30 uur in het stadhuis van Maastricht.'

In februari worden we opnieuw lang geïnterviewd voor een artikel over de internationale socialenetwerkoorlog, ditmaal in de *Financial Times*. In de meeste landen loopt Facebook uit op de lokale netwerken. Hyves is de uitzondering. '*Only Hyves maintains its dominance*.' We vragen ons af of dit nou goed of slecht nieuws is.

Ook in Spanje is Facebook nu groter dan Tuenti, al groeit deze lo-

kale speler nog wel goed door. Op de wereldkaart van leidende sociale netwerken is zelfs Myspace, de voormalige gigant, nu niet meer zichtbaar. Ook opvallend is dat alle sites verlies lijken te draaien en minder omzet genereren dan Hyves, terwijl winst bij ons helemaal geen prioriteit is. Met uitzondering van een restje Hi5 in Portugal is Hyves het enige dominante lokale netwerk in het Westen. Een vlekje oranje trots in een zee van Facebook-blauw. Stug stoken we meer toverdrank.

Friendster is in december 2009 al verkocht, volgens TechCrunch voor zo'n twintig miljoen euro. Nog minder dan erin is geïnvesteerd. En veel minder dan wanneer Friendster in 2003 het bod van Google van dertig miljoen had aangenomen. Als de zoekmachine met eigen aandelen had betaald, dan zouden die nu meer dan een miljard waard zijn. Friendster is niet het enige netwerk dat over de toonbank gaat. In juni verkoopt AOL Bebo voor minder dan tien miljoen dollar en opnieuw krijgen wij zelf een ander netwerk aangeboden.

Wij prijzen ons gelukkig dat het bij Hyves andersom is: partijen polsen óns voor een overname. Dat moet ook, want één koper is geen koper hebben we inmiddels geleerd. Morley heeft laten weten dat TMG onverminderd enthousiast is maar dat het de waardering niet wil verhogen. Daarnaast heeft een handvol partijen uit binnen- en buitenland ons benaderd.

Een van de mogelijke kopers is RTL. Dagelijks blijkt hoe goed tv-programma's en sociale media elkaar versterken. De buitenlandse geïnteresseerden zijn zeer kapitaalkrachtige investeerders. Zij denken aan veel hogere waarderingen, ze betalen al snel twintig keer de winst. Als Hyves in 2010 inderdaad 4 à 5 miljoen gaat verdienen, betekent dat een overnamesom met 8 nullen.

Maar goed, in 2009 draaide Hyves quitte. Twintig keer nul is nog steeds een waardering van nul. Is het daarom beter om nog een halfjaar te wachten met de gesprekken? In september moet duidelijk zijn dat we dit jaar een mooie winst gaan draaien en staan bovendien veelbelovende projecten als Hyves Mobile live, dan is Hyves toch een

stuk meer waard? Of zit de waarde van Hyves vooral in het verkeer en onze strategische positie?

Het is een lastige afweging. Uiteindelijk besluiten we het ijzer te smeden nu het heet is. Net als TMG willen we een snelle deal. Als we geen overeenstemming bereiken, moet het zo min mogelijk tijd hebben gekost. Leendert vindt dat we toch een investmentbank moeten inhuren.

'Anders krijg je alleen een snelle slechte deal,' stelt hij.

We vragen de Engelse adviseur Jefferies, waar al langer contact mee is, om de gesprekken onder de codenaam Hurricane te begeleiden. Maar dan nog waarschuwt Hubert: 'Dit soort gesprekken kost veel tijd. Ook als we nu starten, is het op z'n vroegst eind september rond, als het doorgaat.

Als de waarde van Hyves vooral bestaat uit bezoeken aan de website, ontvangen we half maart catastrofaal nieuws. Floris trekt lijkbleek weg als hij de rapportage van Comscore over februari leest.

'Dat kan niet,' kreunt hij. De belangrijkste variabele, de tijd die Nederland op Hyves doorbrengt, daalde in februari met 10 procent. Komt dit door de concurrentie?

We snappen er niets van. Wat betekent het voor de gesprekken? Als dit een halfjaar doorgaat, is er in september niets meer om over te praten.

Het duurt even voordat we de oorzaak hebben achterhaald. Februari blijkt 10 procent minder dagen dan januari te hebben. Opgelucht halen we adem, het verkeer per dag is gelijk gebleven. Het gebrek aan intelligentie bij het Hyves-management nemen we op de koop toe.

In maart breekt het bezoek aan de site zelfs alle records. Het vliegwiel van de nieuwe homepage komt nu echt op gang. De op Hyves doorgebrachte tijd stijgt met 15 procent en de geplaatste content groeit nog veel harder. Zo neemt het aantal WieWatWaars met meer dan 40 procent toe ten opzichte van januari, en het aantal respects verdubbelt. Het aantal reacties op WieWatWaars stijgt zelfs met bijna 70 procent in twee maanden. Reageren is inderdaad het nieuwe hyven, zoals werd aangekondigd bij de lancering van de nieuwe homepage in november.

Door het interne vliegwiel van recruitment, Yme en het Monster komt Hyves als organisatie ook verder op stoom. Bijna elke week is er groot nieuws. Half maart moedigt Hyves het Nederlands elftal aan vanaf alle reclameborden in de Amsterdam Arena. 'Hyves is Oranje.' Bizar, een paar dagen eerder stond het nog op een bierviltje, nu kijkt heel Nederland ernaar.

Een week later lanceren we onder het motto 'reken af met je vrienden' de eigen betaaldienst met de Rabobank, waarmee vrienden elkaar gratis geld kunnen overmaken. Het systeem werkt ook op andere websites. En via je iPhone kun je er zelfs mee bestellen en betalen op het terras van Vertigo. Voor de meeste Hyvers heeft dat laatste nog een hoog *Star Trek*-gehalte maar het is wel gaaf toch?

Op 20 april lanceren we een gloednieuwe gamessectie in samenwerking met Spil Games, ook een Nederlands bedrijf en een participatie van Van den Ende & Deitmers, en een van de grootste *social gaming*-bedrijven ter wereld. Op 26 april komen nieuwe Hyves-applicaties voor de BlackBerry en iPhone beschikbaar. De belangrijkste toevoeging is de chat met de zogenaamde pushnotificatie. Daardoor krijg je een seintje als iemand tegen je aan begint te chatten. Net als pingen op de BlackBerry is het een gratis alternatief voor sms, alleen kun je nu ook chatten met vrienden die een iPhone hebben of achter hun pc zitten. En op 27 april maken we de samenwerking met Uitzending Gemist bekend: via een gadget kunnen Hyvers het digitale archief van de publieke omroep bekijken.

Hyver nummer 10 miljoen meldt zich ook in april. Op zich is het aantal leden geen getal waar we veel naar kijken, omdat het niet zo veel zegt over de daadwerkelijke activiteit. Naast de bestede tijd op Hyves kijken we meer naar het aantal unieke bezoekers per dag en per maand, en naar de geplaatste content zoals foto's, reacties en krabbels. Qua uitstraling is het aantal leden echter misschien wel de belangrijkste mijlpaal. En voor een Nederlandse site is 10 miljoen waarschijnlijk het hoogst haalbare, al smokkelen we een beetje door de anderhalf miljoen buitenlandse leden.

Nu 10 miljoen. Onwillekeurig dwalen de gedachten af naar zes jaar geleden, toen het doel van honderdduizend leden zo'n roekeloze uitspraak was. Nu is het honderd keer zo veel. Het is echter niet de tijd voor rust en lauweren. Een paar dagen eerder zijn we de mooiste samenwerking van het jaar gestart, een buitenkans om de potentie van 10 miljoen leden in te zetten voor iets goeds. Het idee ontstond toen we via Michiel Frackers een kop thee dronken met Engin van reclamebureau KesselsKramer.

'Momenteel staan er meer dan duizend mensen op de wachtlijst voor een orgaan. Elk jaar gaan mensen dood door een tekort aan donoren, terwijl uit onderzoek blijkt dat veel mensen wel willen doneren maar zich alleen niet geregistreerd hebben. Kunnen we met Hyves en het ministerie van Volksgezondheid hier niet wat aan doen? En dan bedoel ik echt een verschil maken, dus niet alleen via banners,' zegt Engin.

Hyves is namelijk al donor, we geven banners aan veel goede doelen. Samen met Engin en Wouter, een van de nieuwe versterkingen op H Q, kijken we hoe we nu een stap verder kunnen gaan. Zoals altijd is het beste idee het eenvoudigst: een nieuw profielveld op de profielen met 'donor: ja of nee'. Hyvers die aangeven te willen doneren, ontvangen vervolgens de formulieren om zich te registreren.

Bij de start in april wordt de actie direct massaal overgenomen door de Hyvers, al moeten we nog even geduld hebben voordat duidelijk wordt hoeveel donoren zich daadwerkelijk registreren.

Tussen het hyven door komt prinses Maxima op bezoek voor een chatsessie met jonge Hyvers over geld. Dankzij het bezoek van haar adjudant vooraf weten we nu ook dat de beveiliging van ons rebellenhoofdkwartier een lachertje is. We zijn zittende eenden voor scherpschutters.

Op de dag van het bezoek rukt de vaderlandse pers massaal uit, inclusief een camerateam van *Blauw Bloed*, het favoriete programma van Floris. Nine zit de hele sessie zij aan zij met de prinses om haar antwoorden te typen. Maxima spreekt verrassend vloeiend Neder-

lands, maar snel schrijven is natuurlijk altijd iets lastiger. Zij weet echter niet dat Nederlands ook Nines zwakke plek is. Gelukkig doorstaat de voormalige afwashulp uit 't Bosrestaurant in Joppe de vuurdoop glansrijk. Tijdens de chat zijn ze net BFF's en na afloop beantwoordt Nine geroutineerd vragen van onder andere *RTL Boulevard* en zelfs de Duitse televisie. De Argentijnse prinses kan er zelf ook ontspannen bij zitten, staatsrechtelijk is zij immers helemaal niet verantwoordelijk voor haar krabbels.

Dat is ons populairste lid Jan Peter Balkenende. Op zijn verjaardag, twee maanden na de koninklijke chatsessie, organiseert Jan Peter een eigen Hyves-bijeenkomst op het Binnenhof. Van zijn tweehonderdduizend Hyves-vrienden zijn er twintig van de partij, allen ook jarig op 7 mei. Nine, Bart Chabot voor *Pauw & Witteman* en Filemon en Sophie voor BNN zijn er ook, want het verkiezingscircus draait weer op volle toeren. Voordat de premier de taart met zijn Hyves-profiel aansnijdt, heeft hij goed nieuws voor zijn vrienden.

'7 mei is een prachtige dag! Statistisch gezien maken meerderen van jullie kans om minister-president te worden. Waarom? Ruud Lubbers is op 7 mei jarig en ikzelf ook. Gefeliciteerd!'

Tegenover *RTL Boulevard* erkent Balkenende veel tijd kwijt te zijn aan Hyves. 'Ja, ik lees al mijn krabbels. Als het laat is, ga ik nog even kijken wat er komt. Vaak merk je ook hoe mensen tegen zaken aankijken, dat vind ik leuk.'

De premier koppelt zelfs zijn Hyves-vrienden, vertelt hij me later. Zo las hij een krabbel van een vrouw die hij had ontmoet op een kunstbeurs. Hij klikte door naar haar profiel, waar hij in haar WieWatWaar las 'wat een leuke RVD-man was er mee met Jan Peter Balkenende'. Balkenende attendeerde de medewerker daarop, die vervolgens met de vrouw afsprak.

Op 2 juni hyvet de premier opnieuw voor de camera. Op de chat gaat hij in debat met Job Cohen, Femke Halsema, Alexander Pechtold, Emile Roemer en Mark Rutte, lijsttrekkers en Hyvers. De wereldprimeur van een virtueel verkiezingsdebat wordt georganiseerd door een van 's werelds meest ervaren online campagne-ex-

perts, de nog steeds piepjonge Wouter Glaser. Na een aantal jaren bij een communicatiebureau werkt de voormalig adviseur van Wouter Bos nu bij Hyves om te helpen met de pr omtrent alle nieuwe ontwikkelingen.

De lijsttrekkers voeren het debat vanaf hun eigen locatie, ieder vergezeld door een Angel uit het Hyves eliteteam. De nieuwe setting brengt de lijsttrekkers in een jolige stemming.

'Kijk, dat is nou economie; daarnet was het over twee minuten, nu, even later, over drie,' grapt Cohen als het debat iets later van start gaat dan gepland.

'Wat kun jij toch tellen, Job.' Femke is onder de indruk, ze blijft een vrouw.

'Ik leer hier zo veel...' antwoordt de PvdA-leider.

De stijging doet Rutte ergens anders aan denken: 'Het lijkt de staatsschuld wel bij de PvdA!'

Ondanks het enthousiasme komt het debat wat stroef opgang. Onze fout is dat deze keer de lijsttrekkers wel zelf typen, waardoor de vaart mist. Toch levert het mooie discussies op. In de media doet de woordenwisseling tussen Rutte en Cohen de meeste stof opwaaien.

'Je moet niet ALS EEN BULLDOZER TEKEERGAAN, DAT IS SLECHT VOOR DE ECONOMIE EN VOOR HET DRAAGVLAK IN DE SAMENLEVING, SORRY VOOR DE hoofdletters!' schreeuwt Job per ongeluk.

Rutte is opnieuw gevat: 'Goed beeld, bulldozer die orde op zaken stelt en nieuwe richting wijst.'

Na afloop kiezen de Hyvers Rutte als winnaar van het debat. Een week later wint de VVD'er ook de verkiezingen voor de Tweede Kamer maar dat zal jullie niet verbazen – jullie weten hoe zulke dingen werken.

In juni start ook het wereldkampioenschap in Zuid-Afrika. Dankzij onze partnership met de KNVB krijgen we kaarten voor alle wedstrijden inclusief vlucht en hotel. Een van de hoogtepunten heeft

niets met een bal te maken. Het Hyves-team en het Nederlandse team vliegen samen terug, vergezeld door de officials, partners van de bond en partners van de spelers. Boven Nederland verschijnt ineens naast elke vleugel een F16. Ze escorteren het vliegtuig naar Schiphol. Waarschijnlijk Hyvers die in de buurt waren en de WieWatWaar van Floris hebben gezien. Een mooi gebaar, leuk ook voor de voetballers om een keer mee te maken.

Zelf had ik het ook leuk gevonden om dit mee te maken, maar terwijl Floris een foto maakt van de straaljager, neem ik deel aan een ander wereldkampioenschap. Ik ben er weer een paar maanden tussenuit om dit boek te schrijven en ben in Las Vegas. Het WK poker leek me een mooie afsluiting van mijn trip aangezien ik mijn kansen daar hoger inschatte dan die van Oranje in Zuid-Afrika. Grappig genoeg was dit precies andersom. Laten we het er maar op houden dat ik de finaletafel niet heb gehaald.

De WK-poule die we samen met Telesport organiseren, is wel een groot succes. Met 250.000 spelers is het de grootste online poule ooit. Het toont de kracht van samenwerken met grote mediapartijen. Het succes smaakt naar meer.

4. In het oog van de orkaan

'Je kijkt er heel stout bij, volgens mij is er heel veel aan de hand.'
Albert Verlinde tegen RTL-baas Arno Otto

Voor één keer is juni in Nederland orkaanseizoen. Voor Project Hurricane plant Jefferies presentaties met de partijen waarmee we in gesprek zijn. In de uitnodiging geeft het de stappen weer die leiden tot de biedingen.

Bij TMG is de mail gericht aan Patrick Morley. Twee minuten later stuurt die het bericht intern door – inclusief een verwijzing naar zijn favoriete artiest Bob Dylan.

'*This is the story of Hurricane.*'

Het spel gaat beginnen.

De gesprekken komen in juli in een stroomversnelling. Om verder te praten moeten de partijen nu eerst een waardering bepalen. De *guidance* van Jefferies is lekker agressief. De bank adviseert de potentiële kopers minimaal honderd miljoen als indicatie te geven. Dat lijkt ons wat gortig, maar Leendert en Hubert leggen uit dat dat bij het spel hoort.

Alle eerdere onderhandelingslessen komen nu aan bod, het is net een examen. Les 1: één koper is geen koper; de gesprekken met TMG krijgen pas vaart nadat de andere partijen zich hebben gemeld. Les 2: als er één schaap over de dam is, volgen er meer; een bedrijf biedt bijna 50 miljoen, inclusief een kleine earn-out. En dat helpt weer voor les 3: in elke deal moet je een keer weglopen. TMG handhaaft de waardering van Hyves op 45 miljoen, maar verlaagt de aanbetaling naar 22,5 miljoen.

Een handgranaat, noemen Patrick Morley en CFO Fred Arp dat later. Arp is de *bad cop* die de granaten gooit, waarna de sympathieke

Ier als *good cop* eventuele scherven weer lijmt. Het is een test. Als je met shellshock blijft zitten, heb je verloren.

Hubert laat weten dat verder praten geen zin heeft, waarna TMG het bod weer verhoogt naar een aanbetaling van 41 en een totale waardering van 50.

Een van de buitenlandse geïnteresseerden wil eigenlijk geen indicatie noemen. Onder andere omdat de mogelijke synergie met hun andere participaties minder groot is dan gedacht, valt hun waardering van Hyves laag uit. Slechts 70 tot 95 miljoen. Euro.

De investeerder verontschuldigt zich voor de waardering, *embarrassing* vindt hij het.

Jonathan Norman, de gehaaide bankier van Jefferies, antwoordt in de conference call dat hij dat ook beschamend vindt, maar hij biedt ook hoop.

'*Fortunately the top-end of your range is within touching distance of our ball-park valuation of 100 million euro,*' zegt de Brit met gevoel voor understatement.

Toch haken de buitenlandse investeerders af. Niet vanwege de prijs, maar omdat de strategische toegevoegde waarde voor hen beperkt blijft. Hyves is voor hen een pure *local play*.

RTL Nederland is zo enthousiast over een mogelijke aankoop van Hyves dat een van zijn bestuurders een hint geeft in het openbaar. Voor de najaarspresentatie van RTL interviewen Winston Gerschtanowitz en Albert Verlinde Arno Otto in het decor van *Boulevard*. Otto is de baas van de digitale tak van RTL en de drijvende kracht achter de online strategie van het mediabedrijf. Als veteraan in de internetwereld maakte hij de opkomst van Google in Nederland van dichtbij mee. Zo was hij verantwoordelijk voor Doubleclick in de Benelux, dat later gekocht werd door de zoekmachine. In zijn visie staan we nu aan de vooravond van een nieuwe revolutie, vertelt hij. 'Tot slot, is er nog iets wat je iedereen wil meegeven?' vraagt Winston, 'iets waar RTL zich op focust op nieuwe mediagebied?'

'Ik denk dat we op het punt staan van een nieuwe doorbraak, en

dat is social. We gaan fors door met investeren in digital. Een top 8-positie is leuk, maar we willen wel in de Champions League gaan spelen. Of we dat doen middels partnerships, nieuwe producten of acquisities zal in de komende maanden duidelijk worden.'

'Je kijkt er heel stout bij, volgens mij is er heel veel aan de hand,' lacht Albert Verlinde. Zijn zesde zintuig voor roddels werkt ook prima bij overnames.

Intussen heeft Wegener ook lucht gekregen van de gesprekken. De uitgever wil meepraten. Dat kan, antwoordt Jefferies, voor minimaal 45 miljoen upfront zitten ze aan tafel. Onmiddellijk voldoet Wegener aan de eis. 'Ik vind dit leuk,' mailt Flop.

Bij Van der Valk in Hengelo ontmoet Marc korte tijd later Wegener-baas én FC Twente-voorzitter Joop Munsterman, en manager online Age Sluis. Het klikt direct tussen de geboren Tukkers.

'Wegener is nog weinig actief online, met de overname van Hyves kunnen we een enorme slag slaan. Als speerpunt van onze digitale strategie kan Hyves alle onderdelen met elkaar verbinden.'

Marc is onder de indruk van Munsterman. Zijn online plan klopt en hij maakt een daadkrachtige indruk. FC Twente lijkt geen toevalstreffer.

'Marc, ik heb hetzelfde gevoel als toen ik McClaren naar Twente haalde,' refereert Munsterman aan zijn succesvolle coach. 'Na één gesprek wist ik het: met hem worden we kampioen. Met Hyves wordt Wegener kampioen.'

Bij het afscheid omhelst de voetbalvoorzitter Marc. Dat is het monster niet gewend, maar het past bij de sfeer. En het zal de prijs niet schaden.

Onze gewiekste banker waarschuwt echter al snel om te veel op Wegener te rekenen. '*Mecom, their parent company, is in a difficult situation. This is well documented in the press,*' benadrukt Jonathan in een conference call.

Tijdens de gesprekken concentreren we ons zo veel mogelijk op Hyves zelf. Deal of geen deal, hoe harder Hyves gaat hoe beter. Zoals altijd vertrouwen we erop dat het dan met de rest ook wel goed komt. Een van onze belangrijkste troeven is Hyves-tv. Nederlanders besteden bijna net zo veel tijd aan YouTube-video's als aan Hyves. Maar over het algemeen blijft het online video kijken asociaal, op YouTube ben je met vreemden. Door om Hyves een sociale schil aan te brengen willen wij het beste van beide werelden combineren.

Geïnspireerd door het succes van Tuenti stampt Floris met Reinoud de eerste versie van Hyves-tv in slechts twee weken tijd uit de grond. We krijgen een vliegende start, want op het moment van lancering worden er al drie miljoen video's per dag bekeken op Hyves, meer dan op Uitzending Gemist, RTL.nl en SBS.nl bij elkaar.

De volgende stap is om ook deze tv-programma's snel beschikbaar te maken op Hyves-tv. In het ideale toekomstplaatje zie je dan straks op Hyves wat de favoriete programma's van je vrienden zijn, waar ze nu naar kijken en waar iedereen het over heeft. Zo wordt het een echt alternatief voor tv-kijken, zeg ik tegen *de Volkskrant* bij de lancering van Hyves-tv in augustus: 'De tijd dat je voor een televisie gaat zitten en afwacht of er iets leuks voorbijkomt, is toch echt wel een beetje voorbij.'

De nieuwe gamesectie laat zien hoe snel de integratie van een populaire internettoepassing succesvol kan zijn. In september, vijf maanden na de start, bezoeken al meer dan tweehonderdduizend mensen per dag Hyves Games. Daarmee is het al de op een na grootste gamessite van Nederland. Als je de lijnen doortrekt, wordt het onderdeel aan het eind van het jaar zelfs de grootste. Interessant, helemaal voor mediabedrijven met online ambities.

Aan het eind van de zomer zijn de strategische gesprekken afgerond en moeten de partijen opnieuw een waardering bepalen. Op basis hiervan kiezen wij welke partij exclusief verder onderzoek mag doen voor een definitief bindend bod.

RTL besluit de interesse niet om te zetten in een bindend bod.

Het mediabedrijf zal partnerships aangaan met verschillende sociale media-sites en koopt een paar maanden later Buienradar. En Mecom fluit haar Nederlandse dochter terug. De aanbetaling van het nieuwe bod is slechts 25 miljoen, gevolgd door 31 miljoen bij het behalen van de targets. Zo is de totale waardering weliswaar hoger, maar 25 miljoen is veel te weinig om de controle op te geven.

Ook melden er zich nieuwe geïnteresseerden die gehoord hebben van de onderhandelingen. Gezien de match met TMG en het vergevorderde stadium praten we daar echter niet mee verder. Wel schaaft TMG de waardering omlaag van 50 naar 45 miljoen, waarvan 40 miljoen upfront. Voor Hubert en Leendert is een waardering van 45 miljoen het absolute minimum. Zij overwegen om het bod af te wijzen, ook als signaal.

Uiteindelijk biedt TMG aan de waardering van 45 miljoen in zijn geheel upfront te betalen, in combinatie met de garantie dat het management van Hyves blijft en een bonus bij het behalen van targets. Marc heeft zijn uiterste best gedaan om de upside voor het team zo groot mogelijk te maken.

Alle biedingen zijn op basis van *cash and debt free*. Dat betekent dat na het bod de schulden van de prijs worden afgetrokken en het banktegoed erbij wordt opgeteld. Omdat ons spaarvarken inmiddels goed gevuld is, bedraagt de totale overnamesom zo zelfs 53 miljoen euro. En dan betaalt TMG nog niet eens alle cash uit. Er resteert 1,3 miljoen overtollig geld, de uitgever rekent intern dan ook met een waardering van 43,7 miljoen.

Al met al is het een erg mooi bod. Financieel is het zelfs het beste tot nu toe, mede dankzij het scherpe onderhandelen van Hubert en Leendert. De biedingen van PCM, Sanoma en Viacom hadden weliswaar hoger uit kunnen vallen, maar alleen als de hoge winstprognoses van destijds waren uitgekomen. Als we ze hadden geaccepteerd, waren de totaalbedragen een stuk lager uitgekomen.

Het biedt Hyves zelf de kans om nog verder in Nederland te integreren en nieuwe projecten zoals Hyves Mobile sneller groot te maken, en ook TMG doet een goede deal. De uitgever betaalt een be-

scheiden multiple van de winst van 2010 en al helemaal van de winst in 2011, en koopt de ideale aanjager van hun verschillende onderdelen. Tel daarbij op de synergie van een paar miljoen extra per jaar en ook de winst voor TMG is duidelijk.

Tot onze verbazing is er over de gesprekken nog steeds niets uitgelekt in de media. Vreemd, want elke partij heeft een legertje aan advocaten, accountants en bankiers ingeschakeld. Honderden mensen moeten inmiddels van de gesprekken op de hoogte zijn, ondanks het feit dat iedereen heeft getekend voor de gebruikelijke strikte geheimhouding.

Het moet nog één maand goed gaan. Op 28 oktober bespreekt de raad van commissarissen van TMG de deal voor een definitief akkoord. Als de onderhandelingen daarvóór uitlekken, kan dat de hele deal torpederen.

Welnu vrienden, maak jullie borsten maar nat voor de Hunt for Red October.

5. Het geheim van *De Telegraaf*

Heb ik eindelijk eens echt brekend nieuws, krijg ik alleen van jou een tweetje terug!
@Jeroenvanh op Twitter

Uitgerekend in Londen lekt het nieuws uit. Een journalist van *Financial Times*-onderdeel Mergermarket krijgt lucht van de onderhandelingen en doet op onorthodoxe wijze navraag. Via Hyves. Op 14 september wordt hij Hyver en benadert hij de mensen die op de teampagina op Hyves staan. Een voor een gaat hij ze af. De speurneus is zo opgewonden dat hij nauwelijks kan typen.

Company for sale
Please could you call me asap on the number below. i work for the FT in London. I am writing an article about your company.

Floris kijkt me geschokt aan. 'Wat nu?' Buiten het management weet niemand binnen Hyves van de gesprekken.

Hubert belt hem terug en bevestigt dat Jefferies het aanspreekpunt is voor geïnteresseerde partijen. Hij benadrukt dat deze partijen óns benaderen in plaats van andersom.

Met korte, gespannen rukken bladeren we de volgende dag de *Financial Times* door. En nog een keer. Zal er weer een engeltje op de lat zitten? Hadden we toch nog wat karmapunten liggen?

Op 18 september verschijnt op WebWereld een ander bericht. 'Hyves praat poep.' De auteur, geen Hyver uiteraard, gelooft niets van onze statistieken, ook al worden die ondersteund door meerdere onafhankelijke bronnen. 'Gesjoemel' is het. Het is tekenend voor het ongeloof bij sommigen. We doen een extra schietgebedje dat het

Mergermarket-stuk in een donker gat verdwijnt.

Helaas. Een week later, op 21 september, stuurt Mergermarket een multiple intelligence alert rond naar hun betalende klanten: '*Hyves shopped by Van den Ende & Deitmers.' 'Sources familiar with the company'* noemen TMG, Mecom/Wegener, Sanoma en de Persgroep als geïnteresseerd kopers. *Grade: strong evidence. Value: 50 tot 60 Milijon*.

In de Nederlandse media en op Twitter blijft het 's avonds echter doodstil. Tot onze stomme verbazing de volgende ochtend ook. Zou niemand in Nederland dit dan lezen? Jawel.

From: Wouter Glaser
Date: 2010/9/22
Subject: Fw: Tweet forwarded by @HyvesAngels
To: Marc, Raymond, Yme, Floris, Koen

The heat is on.

Wouter stuurt een tweet door van ene @Jeroenvanh: 'Hyves staat in de uitverkoop! Hyves's waardering zou ergens tussen EUR 50m-EUR 60m liggen, 3x 2010 omzettarget van EUR 20m.'

'Wie is dit?' vraag ik bleek aan Floris.

'Volgens zijn LinkedIn-profiel een bankier,' zegt Floris. 'Het enige positieve is dat hij maar 23 followers heeft.'

Het negatieve is dat een van die volgers @martijnvet is. Die heeft 500 volgers, waaronder veel bloggers.

'Kunnen we daar al iets over nalezen #Hyves,' reageert Martijn nieuwsgierig.

De twee keuvelen verder, nauw gadegeslagen door Floris, Yme en mij. Nooit was het stiller op de bovenste etage van Hyves HQ.

'Kun jij trouwens mijn originele bericht eens retweeten met Hyves-hashtag? Kijken of jij er wel iets op terug krijgt!' zegt Jeroen.

'Het is te lang om te retweeten...' antwoordt Martijn.

'Ja, veel te lang!' juicht Floris.

Zes minuten later retweet Vet het toch.

'Zou het?' vraagt hij aan zijn volgers.

Niemand reageert. 'Dit moet echt in het boek,' lacht Yme.

Het is te mooi om waar te zijn. Een week later mailt *Het Financieele Dagblad*. Urgentie hoog: 'Ik werk aan een publicatie over Hyves en het feit dat de onderneming te koop wordt aangeboden en ga er morgen over publiceren. Ik ben in ieder geval van plan een aantal partijen te noemen die zijn gepolst, waaronder TMG, Sanoma, de Persgroep en Wegener.'

Het is natuurlijk logisch dat *Het Financieele Dagblad* hierover schrijft, maar de insteek is onjuist. Er zijn gesprekken omdat enkele partijen Hyves hebben benaderd en niet andersom. Als we 's avonds het artikel ter inzage krijgen, worden tot onze frustratie de belangrijkste gebeurtenissen precies omgekeerd weergegeven. Per mail proberen we per punt nogmaals aan te geven dat het niet klopt.

De gesprekken met Viacom 2008 waren niet een mislukte 'exitpoging', maar wij hebben zelf besloten er niet op in te gaan. Hubert heeft erna nota bene met zijn fonds zelf geïnvesteerd. Wij hebben niet 'aangeklopt bij een aantal toonaangevende partijen in de Nederlandse uitgeverswereld'. Wel zijn we zelf benaderd. Sanoma heeft niet 'de mogelijkheid tot een boekenonderzoek afgeslagen', want die mogelijkheid hebben ze nooit gehad. Er is sinds 2007 überhaupt niet meer met Sanoma gesproken over dit onderwerp. Niet wetende wat te verwachten qua toon en grootte van het uiteindelijke artikel doen we 's avonds de lichten uit. Dat valt niet mee.

EIGENAREN ZETTEN HYVES OPNIEUW IN DE ETALAGE schreeuwt de voorpagina van *Het Financieele Dagblad* de volgende ochtend, 29 september. De feitelijke onjuistheden zijn blijven staan. Want *FD* had hiervoor meerdere bronnen, legt een bevriende journalist van het *FD* mij 's avonds uit. 'En journalisten houden nu eenmaal van frictie.' En van fictie.

Het is het verhaal van de dag. Iedereen heeft het erover. Van RTL-ontbijtnieuws tot het *RTL Nieuws* van halfacht, en alle kranten, internetsites en radiostations ertussen. We proberen de schade te beper-

ken door de feitelijke onjuistheden te corrigeren zonder in te gaan op lopende gesprekken, want daar kun je nooit iets over zeggen.

Een paar dagen later horen we van TMG dat de mediastorm de kans op toestemming van de raad van commissarissen niet vergroot. Voor het eerst is het prettig dat die vergadering pas over een maand is, hopelijk hebben we nog genoeg tijd om de nare smaak weg te nemen door de aandacht te richten op de gang van zaken bij Hyves zelf.

Op 4 oktober wordt bekend dat Wegener-baas Joop Munsterman per direct opstapt. Hyves was niet de reden, maar de frustratie om de tweede bieding heeft de relatie tussen de directies van Mecom en Wegener geen goed gedaan.

Op 14 oktober maakt het ministerie van Volksgezondheid de resultaten van de Hyves-campagne voor nieuwe donoren bekend. Met 25.000 nieuwe aanmeldingen is de actie een doorslaand succes. Ter vergelijking: *De Grote Donorshow* van BNN, ook al erg succesvol, leverde 7300 nieuwe aanmeldingen op. In totaal hebben meer dan 200.000 Hyvers op hun profiel aangegeven vóór donatie te zijn. Dat Hyves zo mogelijk levens redt, is een nieuw hoogtepunt dat niet snel overtroffen zal worden. Gelukkig wordt ook dit bericht breed uitgemeten in de media.

De volgende dag staat Hyves weer op NU.nl. Ditmaal met de nieuwe homepage, een soort barometer van de meest besproken onderwerpen in Nederland. En drie dagen voor de RvC-vergadering schrijft *Het Financieele Dagblad* opnieuw een groot stuk over Hyves, deze keer met goed nieuws: 'Netwerksite Hyves stapt in mobiele telefonie.'

Onder leiding van Koen en Joost is samen met T-Mobile in zes maanden tijd een nieuwe mobiele aanbieder opgericht. De propositie is ouderwets des Hyves': Hyvers bellen gratis. Nou ja, gratis, als je minimaal 10 euro per maand betaalt, kun je naast onbeperkt internetten tot 1000 minuten gratis bellen met andere Hyvers. Door de mobiele communicatie te integreren in het sociale netwerk kan Hyves Mobile voorop gaan lopen in de telecommarkt. Dat kan ook financi-

eel erg interessant zijn, schrijft *Het Financieele Dagblad*. Twee maanden eerder kocht Telefonica voor 70 miljoen euro het verlieslijdende Tuenti, ook om samen een mobiele aanbieder op te zetten.

Tot onze opluchting zijn ook de Hyvers erg enthousiast over Hyves Mobile. De eerste dagen geven al bijna dertigduizend Hyvers door wanneer hun huidige abonnement afloopt zodat ze eventueel kunnen overstappen. Honderd Hyvers kopen zelfs al een abonnement terwijl ze nog nauwelijks kunnen profiteren van het netwerkeffect van gratis bellen met andere Hyvers.

Intussen zijn de punten met TMG bijna allemaal afgerond, maar er is een potentiële dealbreker bijgekomen: TMG wil zekerheid dat Hyves minimaal 3,8 miljoen euro gaat verdienen in 2010. Op zich niet vreemd, want de teller staat nu pas op 1 miljoen omdat het leeuwendeel van de winst in het vierde kwartaal wordt gegenereerd. Hubert en Leendert willen echter geen druppel water meer bij de wijn doen, zelfs geen hypothetische druppel. Vooral Hubert houdt zijn poot stijf, om een salamitactiek te voorkomen waarbij de worst steeds een plakje kleiner wordt.

Woensdag, een dag voor de RvC, bedenken Hubert en Leendert een tegenvoorstel. Naast de downside wordt er ook een upside toegevoegd: bij een positief scenario volgt er een bonus. Leendert belt vervolgens CFO Fred Arp.

Die zwakt de upside weer wat af, waarna de twee elkaar door de telefoon de hand schudden. Tot onze verbazing laat Fred na het compromis weten dat als de RvC akkoord gaat er vrijdagochtend getekend kan worden. Na maanden van onderhandelingen en vertragingen zijn we opeens maar 36 uur verwijderd van de handtekening – een onwerkelijk gevoel. Over 36 uur zijn we mogelijk geen eigenaar meer van Hyves. We blijven wel de baas en dezelfde mensen blijven er werken, dus de verandering is alleen op papier. Maar het blijft een rare gewaarwording.

Alle aandeelhyvers gaan akkoord met het compromis, behalve Hubert. Hij is een paar dagen met zijn gezin in Londen en lastig te

bereiken en hij mailt de oorspronkelijke upside-regeling te willen. De investeerder laat weten maandag weer op kantoor te zijn en er dan naar te kijken. TMG had immers zelf ook een aantal deadlines gemist, onder andere door vakanties.

'Maandag?' Verbijsterd leest Koen de mail hardop. 'Dan is er morgen geen compleet bod dat de RvC kan goedkeuren.'

Wachten tot maandag betekent mogelijk ook zes weken wachten op een nieuwe RvC-vergadering. Dat kan het einde van de deal betekenen, of de RvC moet de transactie goedkeuren onder voorbehoud van een regeling voor de garantie en upside.

Het is een surrealistische situatie. Tot diep in de nacht stemmen we met TMG en de advocaten alle contracten af terwijl de grootste aandeelhouder van Hyves helemaal niet akkoord is. Tegen TMG zeggen we maar dat we Hubert nog niet hebben kunnen bereiken. We kunnen ons niet voorstellen dat hij niet akkoord wil gaan. Alle voorwaarden zijn afgestemd, behalve de regeling voor een boete en een bonus. En die is door zijn tegenvoorstel al een stuk beter. Hopelijk zit Hubert nog in zijn rol als bad cop? Of is het echt een dealbreker als er geen betere bonusregeling komt?

Intussen dramt de fanatieke advocaat van TMG door over kleinere punten. Waarschijnlijk is hij prima om aan je eigen kant te hebben, maar wij ergeren ons kapot. Floris en ik overwegen om in een advertentie in *De Telegraaf* te zetten: 'Aangeboden: studio in het centrum van Amsterdam voor slechts 300 euro per maand,' met zijn 06-nummer erbij. We weten niet dat Marc dit aan Fred vertelt, gelukkig moet de CFO er hartelijk om lachen. Bijna reden om het echt te doen.

Als ik de volgende dag wakker word bel ik vanuit bed direct Flop.

'Heb jij al wat gehoord?'

'Niets.'

Als we om negen uur nog niets van Hubert hebben gehoord, moeten we TMG bellen dat er toch geen akkoord van alle aandeelhouders is. Veertig slopende minuten later is om 8.12 uur toch iedereen akkoord.

Hubert wil tot het laatste moment tegenwicht bieden in de onderhandelingen. En misschien nog wel belangrijker: het kost hem nog meer moeite dan gedacht om Hyves los te laten.

Donderdagmiddag belt Fred Marc. De commissarissen zijn akkoord. Het is een dubbel gevoel, maar de trots overheerst. Als we op zoek gaan naar een fles champagne, belt onze advocaat.

'Nu hopen dat de OR ook akkoord gaat anders kan het niet doorgaan.'

Dat was toch alleen een hypothetisch risico?

'Nee. Bij een negatief advies van de OR gaat het niet door.'

Theoretisch is het mogelijk dat we de overname aankondigen en drie dagen later na een negatief advies weer moeten afblazen. We laten de kurk nog even op de fles.

Voor de aankondiging op maandag 1 november zijn er felicitaties van Hubert.

From: Hubert Deitmers
Sent: 31 oktober 2011 12:43
To: Marc, Floris, Koen, Raymond, Yme
Subject: Gefeliciteerd

Beste Marc, Floris, Koen, Raymond en Yme,

Het is zover, morgen is de aankondiging. Het feit dat jullie Hyves hebben laten uitgroeien tot in mijn ogen het grootste internet succes van Nederland, is een groot compliment waard. Echt een fantastische prestatie en iets om uitermate trots op te zijn. Ik begrijp dan ook jullie enthousiasme cq feeststemming. Wel verdiend en zeer terecht!

Zelf heb ik dat enthousiaste gevoel nog niet helemaal, maar wellicht gaat dat nog komen. Ik denk dat dit zich mooi laat omschrijven door de reactie van Dimphy, mijn dochtertje van tien jaar. Zij merkte afgelopen donderdag duidelijk aan mij wat dit met mij deed en zei dan ook: 'Pap, als je het niet leuk vindt, moet je het toch gewoon niet doen.' Tja, hoe moest

ik dat nu uitleggen. Ik maakte voor haar de vergelijking met de stap van de lagere school naar de middelbare school. Ik zei dat het een erg dubbel gevoel is. Je realiseert je dat je op die leeftijd er helemaal aan toe bent en er ook meer dan klaar voor bent. Tegelijkertijd laat je een mooie periode achter je en zul je jouw vriendjes veel minder vaak gaan zien. En toch wil en moet je die stap maken. Eigenlijk vind ik dit wel een mooie parallel. Jullie als persoon en Hyves als bedrijf zijn er helemaal aan toe. In de huidige fase en omstandigheden is dit gewoonweg de beste stap. Mooi vind ik dat Hyves in Nederlandse 'handen' blijft.

Mannen, GEFELICITEERD!

We hebben gehyved en hoe...

Groeten,
Hubert

Bij zonsopgang is op Hyves al duidelijk wat speelt.

Marc: Vroeg uit de veren 06:37
Yme: Vroeg op pad @ A1 06:43
Raymond: Krantje kopen @ amsterdam 07:10
Floris: :newspaper: @ vroeg op 07:17
(Koen plaatst niets, hij is nog niet zo handig met mobiel internet)

Op de vergadertafel in de bestuurskamer van de Telegraaf Media Groep staan tussen het ontbijt vijftien glazen champagne en twee pakken papier: een voor TMG en een voor ons. Naast de advocaten is ook de voltallige Raad van Bestuur van TMG aanwezig: CEO Ad Swartjes, COO Patrick Morley en granaatwerper/CFO Fred Arp, net als Johan Ooms, die als hoofd Corporate Development ook nauw betrokken was bij de deal. Na maandenlange onderhandelingen zijn we één krabbel verwijderd van de fusie.

Als leider van het project zou Morley tekenen. Hij bedenkt echter dat het de laatste maanden van Swartjes bij TMG zijn en wijst naar de CEO. Die heft zijn glas.

'Ik teken wel voor TMG,' zegt Swartjes lachend, 'als men over een paar jaar vraagt welke gek deze deal getekend heeft, ben ik toch al weg.'

Er is weinig tijd om na te keuvelen over de wedstrijd. De ondertekening creëert een nieuwe druk: de beurs. De deal moet nu zo snel mogelijk bekend worden gemaakt. Licht beneveld van de champagne springen we om kwart over acht in de auto en racen we terug naar HQ. Op dat moment wordt het nieuws met de buitenwereld en de beurs gedeeld, en in een blog met de Hyvers.

Hyves
always in touch with your friends

'Hyvers!

Goed nieuws. Vandaag slaan we een grote slag in de Hyvolutie met de overname door *De Telegraaf*. Want in de praktijk lijkt het natuurlijk meer op een fusie, er zijn immers meer Hyvers dan *Telegraaf*-abonnees. Zoals al vaker gezegd was een overname een optie als het de groei van Hyves zou kunnen versnellen. Welnu, we gaan samen mooie dingen doen.

Neem nou Hyves Mobile. Om negen miljoen Nederlanders gratis te laten bellen en sms'en kom je er niet met een website alleen. Experts adviseerden ons daarom reclame te maken op radio, tv en in kranten. Maar waarom huren als kopen op lange termijn altijd goedkoper is? Aldus geschiedde.

Vanaf vandaag zijn we collega's van onder andere marktleidende kranten (*De Telegraaf* en *Sp!ts*), radiostations (Sky Radio en Veronica) en indirect van tv-zenders (Net5, SBS en Veronica).

Zoals altijd bij aandeelhyver-besluiten beantwoorden we hieronder de meest voor de hand liggende vragen:

Blijft de naam bestaan?
Ja. *De Telegraaf* blijft *De Telegraaf*. Hyves blijft ook Hyves trouwens, en blijft natuurlijk ook nu eeuwig gratis!

Wat gebeurt er met het management van Hyves?
Iedereen blijft, maar we hopen op een kleine stoelendans. Yme loert op Botentekoop.nl, Nine aast op het hoofdredacteurschap van *De Telegraaf*. Floris is Wilma Nanninga 2.0 en Koen ziet een grote toekomst voor Chinese feelgoodmuziek op Sky.

Wat gebeurt er nu met Hyves de Musical?
Die gaat door. Al was het maar omdat Chantal Janzen al vijftien kilo is aangekomen voor de rol van Nine.

Wat vinden jullie ervan? Zelf kunnen we nog steeds nauwelijks geloven dat wat we met zijn drieën begonnen is uitgegroeid tot een legioen van negen miljoen Nederlandse Hyvers, en nu ook het mooiste mediabedrijf van Nederland.

Wat is de volgende stap? Hebben jullie nog leuke ideeën voor combinaties met de kranten en/of radio? Denk bijvoorbeeld ook aan onze eerdere samenwerkingen met Telesport. Zo was de WK-poule met 250.000 deelnemers de grootste online ooit. Wat zouden jullie doen als je een stukje in krant had?'

Om halftien stapt Marc op HQ op een kratje om de plannen te presenteren en vragen te beantwoorden. Twee uur later geeft Marc met TMG-bestuurder Patrick Morley een persconferentie. We kunnen zo snel geen Hyves-shirt vinden om Morley in te hijsen, maar de Ier straalt zo ontwapenend dat het iedereen duidelijk is: hier staat een Hyver. Ook al heeft hij nog maar twee vrienden.

RTL Z zendt de conferentie live uit. Nog eentje in de categorie 'dat zag je niet aankomen' toen we zes jaar geleden van start gingen. Marc doet het fantastisch, alsof hij niet anders gewend is.

Op 12 november is ook de ondernemingsraad van TMG akkoord en worden de definitieve contracten getekend. De complicerende boete-bonusregeling wordt toch geschrapt, mede door Huberts opstelling.

's Middags maakt Comscore de cijfers bekend over oktober. Nooit eerder besteedden Nederlanders meer tijd op Hyves dan in de afgelopen maand: 1,9 miljard minuten. Per dag wordt er een eeuw gehyved in Nederland. Dezelfde middag loopt het Goldmember-abonnement van de familie Deitmers af. Marc geeft ze op de valreep een nieuw abonnement en breekt zo de 'leakage'-bepaling in de contracten, die het verbiedt om geld naar de aandeelhouders te sluizen.

Als we 's avonds de deal vieren, word ik in een café aangesproken.

'Jij bent toch Raymond van Hyves?'

De jongen wijst naar een meisje. Het meisje zwaait, breed lachend.

'Een paar jaar geleden hebben we elkaar via Hyves ontmoet. Dank je wel daarvoor, we zijn nog steeds samen!'

Epiloog

De wereld is een boek. Wie niet reist, leest slechts één bladzijde.
Augustinus

'Ha ha "de kolonel van Boekhoorn", weet je dat Henk van Telfort echt militair is geweest?'

Zes jaar na de eerste keer bezoek ik opnieuw het zeldzaamste exemplaar van Ouwehands Dierenpark. Zozeer als Hyves is veranderd, zo weinig geldt dat voor Marcel Boekhoorn.

'Zie je deze koffiepad? Deze is niet rond maar ovaal. Jaarlijks worden er tig miljard onder een druk van 18 bar gespoten en...'

Vol energie stuitert de miljardair door de kamer, her en der zijn laatste creaties tevoorschijn trekkend.

'Maar wat goed zeg, van Hyves! Wat een geweldig avontuur! Hebben jullie nou nog ergens spijt van?'

Nee, want alle belangrijke beslissingen zijn weloverwogen genomen. Als we echter op verloren momenten wegdromen, zouden we één ding anders doen.

We gaan terug naar de zomer van 2005. Hyves had toen een unieke positie. Als het enige grote sociale netwerk was onze site beschikbaar in zes talen. We groeiden explosief internationaal. En Facebook zou zich nog twee jaar concentreren op de Verenigde Staten. De bezwaren waren talrijk en gegrond. Als we er echter voor waren gegaan, had ik wel willen zien hoe ver we gekomen waren.

Maar 'als' telt niet.

'Wat gaan jullie nu doen?' vraagt Boekhoorn.

Bijna alle hoofdrolspelers blijven de komende jaren bij Hyves.

Marc moet natuurlijk de omgekeerde overname afronden door CEO van TMG te worden. Koen blijft Hyves Mobile leiden en is dan ook blij met de slagkracht van de uitgever. Yme kan nu 1600 extra mensen lastigvallen met zijn goede ideeën, terwijl Floris zich in een vrije rol blijft wijden aan een zo goed mogelijk Hyves.

'En jij?'

Naast de oude Grieken en de jonge Engelen is Urbandictionary.com mijn derde bron van inspiratie. Na de overname vraag ik de site dan ook direct wat TMG voor mij betekent. 'Dat kan niet,' mompel ik.

Het staat er echt.

TMG
That's My Goodbye.
Instead of TTFN *:Ta-Ta For Now, one could say* TMG*: That's My Goodbye.*

Nou ja, je kent me, dus je weet dat het niet slecht uitkomt. Sinds 2009 heb ik al een stap teruggedaan om te kunnen reizen en nu ga ik de wereldreis maken die al lang op mijn verlanglijstje staat. Ik zal ook wat investeren in nieuwe start-ups van vrienden zoals reisbureau RPTravel.nl en natuurlijk blijf ik altijd verbonden aan Hyves, daarvoor werken er te veel vrienden en zijn er te veel Hyvers.

Over inspiratiebronnen gesproken: 19 maart verbaasde Hyped me nog meer dan Urban Dictionary.

Oprichter Hyves belangrijke inspiratiebron jonge ondernemers
De stichting Jong Ondernemen heeft een onderzoek uitgevoerd onder studenten naar welke Nederlandse ondernemers echte inspiratiebronnen zijn. Joop van den Ende bleek de meest genoemde naam, maar een opvallende tweede was Raymond Spanjar, de oprichter en 'Chief Hyving Officer' van Hyves.

Tussen Joop van den Ende op 1 en John de Mol op 3. Een erg mooi compliment, waar ik met dit boek verdere invulling aan hoop te ge-

ven. Om jonge ondernemers en andere dromers met mooie ideeën te stimuleren richt ik ook een stichting op waar een deel van de opbrengst van dit boek in wordt ondergebracht.

'Heel goed. Het is belangrijk om wat terug te doen,' vindt de dierentuindirecteur. 'Zo heb ik al honderdduizenden dolfijnen gered door sonars in visnetten te laten hangen. De regering heeft mijn partner en mij gevraagd dit nu ook voor de zalm te doen. En verder ga je dus reizen? Wat heerlijk, je hebt groot gelijk! Wil je nog tips?'

Ik ben de laatste die tips van Boekhoorn weigert.

'Schrijf op. Zeilen bij Alaska is geweldig. Geweldig! Bij Cabo San Lucas is het ook zo mooi. Vissen! Vissen! We vingen een elftal marlijnen! Teruggegooid hoor. En vrouwen! Vrouwen!' De investeerder zegt niet of hij die vangst ook teruggooide of nog in portfolio heeft.

'Vancouver, daar moet je heen. Club12 in Sao Paulo, nog nooit zoiets gezien! Ja, of het moet the Swedish Embassy in Moskou zijn. En een reis door China is ook zo machtig!'

Deze keer volg ik wel Boekhoorns advies. Ik ga mijn koffers pakken. TMG.

That party was dank

Formerly used to denote really potent weed, it now means really or awesome.
'That party was dank!'
Urban Dictionary

Allereerst dank ik mijn familie, jullie wierven nieuwe leden met een agressie die menig jehova te ver gaat, en bovenal mijn vader. Zonder zijn enthousiasme, raad en hulp hadden we het niet gekund. Ik wil ook Alle, Beuk, John, Tony en Ryan bedanken voor alle adviezen. Frackers voor mooiere echt gebeurde verhalen dan ik überhaupt kan verzinnen, en Patrick en Boris, de echte rockstars van het Nederlandse internet. Ca, Lyke en iedereen van de Via Dwars voor de Y, en Alain, Caam, Gio, Johnny, Pim, Roger, Roy, Spiek, Steef, Thijs en Willem van het pokeren op de maandagavond voor de indirecte sponsoring.

HJ, Hubert, Leendert en Joop dank voor de hypotheek op ons luchtkasteel en de adviezen, net als Werner. Martijn, Oscar en Wendy voor het des Hyves uitgeven van dit boek. Christiaan Alberdingk Thijm, Sander Ruys, Jacques Schalken en Jeroen Smit voor de onmisbare hulp bij dit boek. *Grazie consiglieri. Thanks* Dan, Marco en Wade voor al het spektakel. Bert, Jan Peter, Mark en Wouter voor de doorbraak bij het grote publiek. Barry, Koen en Ruud voor de radiopromotie. Don, Erick E, Roog en Tiësto voor de gekkenhuizen. Tjeerd en Johan voor de reclamepecunia. TMG en Patrick, Fred, Ad en Rob voor de fusie. En Arnoud, Arnout, Jacqueline en Pieter van Microsoft, met vijanden als jullie hadden we geen vrienden nodig. Dank Barbara. Bedankt journalisten en bloggers, jullie waren de Jack van Gelder van onze wedstrijd. Dank Leo voor de onderhandelingstactiek 'methode Echteld'. Kai, waar was ik zonder Cookkais nummer 34

en 94? Juan, Bassie en alle anderen, al dan niet genoemd in dit boek, zonder jullie was het verhaal niet compleet geweest, *muchas gracias*!

Bovenal dank ik alle Hyvers en Goldmembers, jullie zijn Hyves, en dank ik de bewoners van Hyves hq. Dit boek is ook een eerbetoon aan de absurde achtbaan waar we de afgelopen zes jaar samen inzaten. Helaas blijft iedereen onderbelicht. Van de systeembeheerders die onze karretjes op de baan houden tot de verkopers van de kaartjes. Van de Angels die luid kirrend op hun kop hangen tot de programmeurs die net op tijd de volgende bielzen leggen. Iedereen verdient minstens vijftien pagina's aan roem maar 2250 extra bladzijdes zouden dit boek helemaal onleesbaar maken. Bij deze een poging tot compensatie.

Wat is de overeenkomst tussen IEX, Hyves en dit boek? Zonder Floris en Koen zouden ze niet bestaan. Flop, wie had gedacht dat wij als een Nederlandse versie van *See no evil, hear no evil*, het zover zouden schoppen? Koen, zonder *release early, release often*, werkten we nu nog aan de recruirements van de eerste versie. Zonder jouw onvermoeibare inzet had Hyves geen vrienden, Yme. We zochten Eric Schmidt, maar gelukkig vonden we Marc de Vries. Larry en Sergey weten niet wat ze missen. Reinoud, Hyves is nooit afgekomen, maar dat lag niet aan jou. Boris, een briljante programmeur en marketeer ineen, waar zie je dat nog? Albena, dank voor de krabbel. Hyves zonder Henk Norris is ondenkbaar, net als zonder de tweede generatie coders, Youri, Emiel, Marijn en Arend, en de derde, internationale groep: Abdul, Anna, Andrei, Anuj, Astrit, Bartlomiej, Chris, Claudio, Jagadeesh, Johann, Johnny, Jona, Korneel, Levgen, Lorenzo, Max, Mukesh, Peter, Sergey, Stefan, Stefano, Tjerk, Tommy, en Willem. Waarom zulke briljante en geesten David accepteren als hun leider is me een raadsel.

Ik vraag me ook nog steeds af hoe Ramon het grootste serverpark van Nederland beheert met het kleinste team. Met enig ander team was dat onmogelijk geweest. Jeffrey en Frank zijn al sinds hun stage in 2006 onmisbaar, en later net op tijd versterkt met Kneek, Roald, Jos, Marlon, Maarten, Maarten, Kevin, Erik, Cor, Gerwin, Eugene en Bo als nieuwe primus inter pares.

Martine ten Ham betekent in Hyves-taal 'lot uit de loterij'. Co's, zonder de slordige 25 miljoen euro die jullie in drie jaar binnenbikkelden, waste James Nien weer af in 't Bosrestaurant in Joppe in plaats van mij te *outshinen* als Hyves-hoofdredacteur. Al is die 25 miljoen eigenlijk een fluitje van een cent met zo'n briljant salesteam als Bart, Babette, Bobbie, Bluette, Cher, Geertje, hAyver, Jolijn, Judith, Kay, Lindsey, Lukas, Marjolein, Maarten (~~zoals beloofd~~ de beste verkoper van Nederland!), Marjon, Reina, Rens, Roos, Stephen, Susan, Terri, Wouter en Ufuk. Niemand anders had het vertrek van de legendarische Gijsja zo goed kunnen opvangen.

Respect ook voor het productteam, Bas, Bert Jan, Brenno, Derk, Evelien, Hanno, Irene, Janneke, Jasper, Jasper, Jeroen, Jochem, Joost, Josien, Maarten, Maurice, Maurits, Merel, Michel, Peter, Ramon, Ron, Saskia, Sophie, Stefan, Tim, Thijs, Tom, Willem en Wouter. Kudo's voor de recruiters Stephanie, Rosalie en Jessica. Ook voor onze onvermoeibare Wouter. En Inno en Edwin, wie had gedacht dat jullie nog eens boeven zouden vangen?

Laatst maar zeker niet *least*, de Angels. Zonder jullie zou niemand van de reeds genoemde HQ'ers nog bij Hyves werken of überhaupt gekomen zijn. Jullie zijn niet alleen onze ogen en oren voor de Hyvers maar ook de leaseauto's van Hyves. Iedereen gun je een baas als Meral, even gedreven als bescheiden. Suzanneke, sorry voor het ontsuzen, ik hoop dat Hyves nooit 'ontsuust'. Anne, Anneke, Annemarie, Annemieke, Anne Veerle, Bibi, Charlotte, Charly, Claire, Denise, Duygu, Ellis, Elma, Emma, Esther, Eva, Eveline, Gijs van D, Inge, Inger, Irene, Jane, Janna, Kelly, Laura, Linsey, Lisette, Loes, Marjolijn, Marloes, Marlou, Melanie, Merel, Merel, Merel, Mettha, Mientje, Mikel, Mirte, Monica, Myrugia, Nicolien, Pryanka, Relita, Rianne, Rosah, Roxanne, Sanne, Sevillay, Suzanneke, Tamara, Tatjana, Tess, Vivian, *you rule*!

PS Mocht ik in de toekomst iets nieuws beginnen, wees dan niet teleurgesteld als ik jullie niet bel. Dat kost me een boete van 10.000 euro p.p. per dag. Zo goed zijn jullie ook weer niet. Als je toch per se weer mee wil doen, bel mij dan. Dat kan wel.

Verantwoording

Ik heb het altijd jammer gevonden dat ik over ons vorige bedrijf IEX geen boek heb geschreven. Daarom schreef ik bij Hyves vanaf het begin de leukste voorvallen en uitspraken op. Dankzij dat document en het opnieuw lezen van mijn meer dan honderdduizend emails, smsjes, blogs en aantekeningen worden in dit boek de meeste gebeurtenissen en conversaties vrij exact weergegeven. Ook heb ik dankbaar geput uit de ruim 1 miljoen helpdeskmails, waarvan je de bijzonderste vindt in het hoofdstuk 'Niet ok'. De resterende gaatjes, zoals de precieze tekst van sommige gesprekken, heb ik gereconstrueerd met het Hyves-team. De kreten in de limousine in Kopenhagen komen bijvoorbeeld van de filmpjes van Floris (nee, de filmpjes zelf mag je niet zien). Omwille van de leesbaarheid is bij sommige citaten tekst weggelaten, net als de meeste smileys, en zijn leestekens toegevoegd. Ter bescherming van de privacy en de staatsveiligheid zijn de namen en e-mailadressen van de meeste Hyvers en geheim agenten gewijzigd.

Het boek is geschreven vanuit mijn perspectief zodat het lijkt alsof Hyves jóú overkomt en je een zo goed mogelijk beeld krijgt van de verbazing en de spanning, de wanhoop en de euforie. Ondanks dat je zo het verhaal door mijn bril leest, hoop ik dat ook de perspectieven en waarheden van de andere hoofdrolspelers goed zijn weergegeven.