

Hoe het allemaal begon

19 mei 1999. De 16-jarige Robin Schuil fietst naar huis na een lange schooldag. Thuis zet hij meteen zijn computer aan. Er klinkt een geluidje: een nieuwe mail.

Het is een bericht van de 32-jarige ondernemer René van Mullem. Robin bouwt websites voor Van Mullem. René is dolenthousiast: hij heeft zojuist de domeinnaam Marktplaats.nl kunnen vastleggen. Of eigenlijk heeft hij hem gewonnen in de loterij van de SIDN, de stichting die in Nederland verantwoordelijk is voor de uitgifte van domeinnamen. De stichting heeft 250 domeinnamen verloot onder belangstellenden. Het zijn stuk voor stuk domeinnamen die om de een of andere reden niet eerder geregistreerd mochten worden, zoals Internet.nl, Email.nl en dus ook Marktplaats.nl.

Nieuwsgierig tikt Robin de domeinnaam in. Er verschijnt een pagina vol pastelkleuren. Bovenaan staat – in het inmiddels vaak beschimpte lettertype Times New Roman – de naam van de site: www.marktplaats.nl. Alles met kleine

letters. Het kleurenpalet heeft René ‘geleend’ van Vincent van Goghs schilderij ‘Slaapkamer te Arles’. Oké, zegt René, mensen vinden dit soort fletse kleuren misschien niet mooi, maar wat belangrijker is: er is ook niemand die zich er echt aan stóórt. De website moet een ‘huiselijke’ sfeer hebben. In veel huishoudens staat de computer anno 1999 in de woonkamer, en dus wil je, zo is Renés gedachte, niet dat vrouwlief van achter de tv haar man moet sommeren de pc uit te zetten omdat het zo ongezellig is om de hele tijd tegen zo’n wit scherm aan te kijken. En tot op de dag van vandaag is Van Goghs ‘terra’ (of in gewone lekttaal ‘beige’) nog altijd de hoofdkleur van Marktplaats.

De eerste maanden

Het idee van René is even simpel als doeltreffend: hij wil een plek creëren waar Nederlanders hun tweedehands spullen aan elkaar kunnen verkopen. Het systeem moet supereenvoudig zijn. Ook zijn oma moet het kunnen begrijpen. Volgens René zijn alle bestaande verkoopsites namelijk veel te omslachtig. En dus zet hij zijn frustratie daarover om in daden: hij leert zichzelf programmeren en bouwt eigenhandig de verkoopsite Marktplaats.nl. In eerste instantie wil René een gulden per advertentie vragen, maar uiteindelijk besluit hij om Marktplaats gratis te maken en eerst zo veel mogelijk bezoekers naar de site te lokken. Achteraf gezien is dat een gelukkige greep, maar geld komt er die eerste jaren dus niet binnen.

De eerste advertentie die op die 19de mei in 1999 op Marktplaats geplaatst wordt, is van een clip-on-microfoontje dat René toevallig nog had liggen. Meteen biedt ook Robin iets te koop aan: een overbodige modem. Al binnen een paar maanden begint Marktplaats aardig op gang te komen. René is letterlijk dag en nacht bezig om zijn verkoopsite te promoten op andere websites. Met succes: in de nazomer van 1999 wordt de grens van de eerste 10.000 ‘live’ geplaatste advertenties gepasseerd. René waakt als een herder over de kwaliteit van de advertenties. Elke dag checkt hij eigenhandig honderden nieuwe advertenties. Hij wil geen handelaren en geen illegale handel op zijn website.

De concurrentie

Maar Marktplaats is niet de enige Nederlandse verkoopsite. De grootste concurrent is Veiling.com, dat tot de komst van Marktplaats uitsluitend kunst veilde, maar nu besluit zich ook open te stellen voor andere producten. Als Van Mullem dit hoort komt hij meteen in actie: een paar uur later kun je ook *bieden* op zijn site. Het is die functionaliteit die Marktplaats zal maken tot wat het is. Bieden past nou eenmaal goed bij de Nederlandse koopmansmentaliteit. Het oeroude handjeklap in een modern jasje.

De omschakeling naar een biedingssysteem lijkt succesvol: het aantal maandelijks gebruikers groeit hard. Maar de snelle groei van Marktplaats is ook kostbaar, aangezien Marktplaats

geen geld voor het plaatsen van advertenties vraagt en de kosten ondertussen razendsnel oplopen. Voor René is het dan ook niet langer mogelijk om zijn bedrijf zelf te blijven financieren.

Vader en zoon Bob en Frank Crébas en Reinier Bouman, eigenaars van kringloopwinkel Het Goed, bieden eind 1999 uitkomst. Crébas en Bouman zijn niet bepaald onlinepio-

niers, maar zien wel hoezeer internet de wereld verandert en een bedreiging gaat vormen voor hun eigen fysieke winkels. Ze zijn bereid 600.000 gulden te investeren voor een meerderheidsbelang. Deal, zegt Van Mullem.

.....
‘Bij het scharrelen op de site is het leukste niet zozeer het zoeken maar het (onverwachts) vinden of verkopen van speciale artikelen. Als het dan ook nog lukt om er voor beiden een aantrekkelijke prijs uit te onderhandelen is het helemaal feest.’

Patrick uit Amersfoort

Maar nog voordat de website officieel is overgedragen aan Crébas en Bouman, komt het Franse iBazar op zijn beurt met een bod van 2 miljoen gulden. Kers-

.....
 verse eigenaar Het Goed weigert, ze beseffen met Marktplaats goud in handen te hebben. Daarop start iBazar in maart 2000 een Nederlandse versie van haar éígen site. En dankzij een kostbare tv-campagne streeft iBazar binnen één maand Marktplaats voorbij. En ook het Duitse Ricardo heeft het nodige geld te besteden en gaat met grote dagbladadvertenties de strijd aan met iBazar.

Marktplaats heeft geen geld voor reclamecampagnes. Wel worden er voor 250 gulden posters gedrukt om in de kringloopwinkels op te hangen (posters waarvan later blijkt dat er op de screenshot nou *nét* een advertentie ‘gedragen slipjes aangeboden’ te lezen staat). Maar meer budget is er niet, aangezien er simpelweg nog altijd geen geld binnenkomt. De vraag is überhaupt of Marktplaats het financieel wel gaat redden.

De nieuwe eigenaren willen bovendien zo snel mogelijk af van iets wat hen een doorn in het oog is: de seksadvertenties, die samen goed zijn voor een derde van alle advertenties op Marktplaats. Die advertenties trekken weliswaar veel bezoekers, maar Marktplaats is ze liever kwijt dan rijk. Een Marktplaatsmedewerker, die ook ouderling in de kerk is, bouwt daarop vol enthousiasme aan een ‘pornofilter’ om de seksadvertenties te weren, met succes. Het filter werkt zelfs zo goed, dat het woord ‘poes’ in de pornofilter ervoor zorgt dat ook de dierenrubriek onbedoeld grondig opgeschoond wordt.

Crébas en Bouwman krijgen bovendien regelmatig kritiek op de simpele, wat ouderwets ogende vormgeving van Marktplaats. Maar de kracht lijkt ’m juist te zitten in die eenvoud. iBazar en Ricardo kennen allerlei regeltjes en een verplichte registratie. Talloze stappen die je moet doorlopen voordat je er iets kunt kopen of verkopen. Marktplaats heeft daarentegen nauwelijks regels. Er zijn vijf *do’s* en *don’ts* als je een advertentie plaatst, meer niet. En registreren is bovendien niet nodig, een linkje aanklikken in de bevestigingsmail is genoeg.

Dankzij deze laagdrempeligheid, maar ook dankzij de snelle groei van het aantal Nederlandse internetgebruikers, duurt het dan ook niet lang voordat Marktplaats iBazar weer heeft ingehaald. In de winter van 2000 passeert Marktplaats de 30.000ste advertentie, en is het weer terug op de eerste plaats.

Na de bubbel

En ook daarna groeit Marktplaats als kool. In Emmeloord wordt een grote schuur als kantoor ingericht, waarin aardappelkisten worden opgestapeld om dienst te doen als wanden, om een kantoortuinachtige sfeer te creëren. Wekelijks komt er nieuw personeel bij. In de eerste maanden van 2001 rijzen de kosten voor salarissen en techniek de pan uit. Voor moederbedrijf Het Goed wordt het allemaal veel te duur. In de loop van dat jaar hangt het voortbestaan van Marktplaats dan ook aan een zijden draadje.

Kort daarvoor is de ‘dotcombubbel’ gebarsten, waardoor investeerders niet meer in de rij staan om miljoenen te steken in een website waaraan (nog) geen geld wordt verdiend. Marktplaats ziet zich genoodzaakt om een vergoeding te vragen voor haar diensten. Vanaf 30 januari 2002 vraagt Marktplaats aan bedrijven 10 euro per advertentie. Maar omdat die zich nu massaal voordoen als particulieren, en daarmee de tolpoort omzeilen, wordt binnen 24 uur nog besloten te stoppen met dit betalingsmodel.

Vanaf maart 2002 vraagt Marktplaats 6 euro voor iedere ad-

vertentie boven de 200 euro. Medewerkers houden hun hart vast. Gaan ze het afleggen tegen de gratis alternatieven die nu, meer dan ooit, als paddenstoelen uit de grond schieten? Ontelbare scheldkanonnades van boze Marktplaatsgebruikers zijn het gevolg, mede omdat oude, gratis geplaatste advertenties door Marktplaats verwijderd worden, zodat gebruikers ze opnieuw – maar nu betaald – zullen moeten plaatsen.

Maar tegen alle verwachtingen in volgt er nauwelijks een daling van het aantal geplaatste advertenties. Een week later draait het bedrijf weer zoals voorheen. En weer een paar maanden later is Marktplaats uit de rode cijfers.

Als de grote dagbladuitgevers begin 2003 een steeds grotere terugloop in het aantal krantenadvertenties zien, tonen ze plotseling een voor een belangstelling voor Marktplaats. Eerst komt Wegener, uitgever van regionale kranten. Ze zijn bereid 30 miljoen te bieden, bij lange na niet de 80 miljoen die Crébas en Bouman er voor willen hebben. Net als iBazar een paar jaar eerder, besluit daarop ook Wegener de aanval in te zetten door zelf een site op te zetten: Kleintjesmarkt.nl. In hun eigen dagbladen adverteren ze hiervoor fors, maar met weinig resultaat.

Dan klopt ook tijdschrift-uitgever vnu aan. Het lijkt er sterk op dat de twee onderhandelaars de duidelijke opdracht mee hebben gekregen Marktplaats ‘even’ te kopen. Maar als Reinier Bouman zijn minimumprijs noemt, verslikt de een zich in zijn thee en loopt de ander paars aan. Na een aantal pogingen geven ook zij het op.

In mei 2004 bestaat Marktplaats vijf jaar. Het bedrijf is in-

middels zwaar winstgevend en dus nog altijd interessant voor potentiële kopers. Dit keer is het *De Telegraaf* die interesse toont. Crébas en Bouman vragen tussen de 160 en 180 miljoen euro. Het eerste en tevens laatste bod van *De Telegraaf* bedraagt meer dan 100 miljoen euro, weliswaar hoofdzakelijk in de vorm van aandelen Telegraaf Media. Bouman en Crébas bedanken voor de eer. Ook *De Telegraaf* gaat het vervolgens maar zelf proberen en lanceert kort daarna Speurders.nl.

Weer een paar weken later staat het Amerikaanse eBay voor de deur. CEO Meg Whitman komt hoogstpersoonlijk polshoogte nemen in de loods met de aardappelkistjesmuren en er is meteen een klik. De Amerikanen houden van de start-up-romantiek, het ‘garage-gevoel’. En er is veel begrip voor elkaar. Marktplaats en eBay hebben eenzelfde kijk op de toekomst van het internet. Zoon Frank Crébas en Reinier Bouman reizen vervolgens af naar Silicon Valley. Vader Bob heeft vliegangst en blijft dus thuis.

Het openingsbod van de Nederlanders is meer dan 300 miljoen euro. Pure bluf. Waarop eBay-onderhandelaar Garrett Price resoluut reageert: ‘It’s not gonna be a three’, terwijl hij een streep door het cijfer 3 op een whiteboard haalt. Daarmee wordt voor Crébas en Bouman duidelijk dat de prijs dus wat de Amerikanen betreft wel boven de 200 miljoen euro kan zijn. Als het geen 3 gaat zijn, dan wel een 2. Een bloedstollend onderhandelingspel volgt, waarbij Frank voortdurend vader Bob in Nederland opbelt voor ruggenspraak. Uiteindelijk wordt eBay in het najaar van 2004 de nieuwe eigenaar van Marktplaats, door een knock-outbod van 224,5 miljoen euro.