

Dansen op de vulkaan

Zomerserie over 2000, het jaar van de hoogmoed

Hoe excentrieker hoe beter, als je maar je targets haalde

Terug naar het jubeljaar 2000. Het geld kan niet op, de beursindex AEX slaat alle records. Maar de ontzuivering volgt met '11 september' en de moord op Fortuyn.

Aflevering 1: Eric Bartels over de opkomst en ondergang van zijn internetbedrijf MagicMinds.

Tekst Menno van Dongen Foto Joost van den Broek

Bij MagicMinds dachten we groot. Niet in de zin van geld over de balk smijten maar in de zin van die geweldige slogan van computerbedrijf Apple, van eind jaren negentig: *The people who are crazy enough to think they can change the world, are the ones who do.* Dat gold, en geldt, voor mij. Ik denk dat je soms gek genoeg moet zijn om de overtuiging te hebben dat je echt een verschil kan maken op de wereld.

We zijn begonnen als bouwer van websites, in 1998, met zes werknemers. Daarna ontwikkelden we ons tot wat anderen een reclamebureau noemden, maar het was meer dan dat. We bedachten creatieve campagnes en hielpen bedrijven anders te communiceren. Ze moesten niet alleen informatie zenden maar ook ontvangen. We hadden vrij idealistische ideeën en dachten dat zo een betere wereld zou ontstaan, met meer onderlinge verbanden.

Er waren in die tijd veel jonge ondernemers met nieuwe ideeën die een eigen bedrijf startten. Ze zagen kansen, durfden op hun bek te gaan, net als ik en Joris Kniep, die helaas in 2003 is overleden. Het bedrijf van Joris en mij groeide snel, want bijna alle ondernemers wilden ineens 'iets met internet doen'. Dus namen we steeds meer personeel aan en haalden we veel grote klanten binnen.

We trokken al snel de belangstelling van partijen die geïnteresseerd waren in een overname. Er zijn gesprekken geweest met Endemol,

dat 50 miljoen gulden (21 miljoen euro) wilde betalen. Maar we zijn daar niet mee akkoord gegaan, omdat er strenge voorwaarden aan verbonden. Ik wilde mijn onafhankelijkheid niet kwijtraken. Ik deed mijn werk uit gezond idealisme, niet voor het geld.

Champagne en oesters

In 2000 gingen we in zee met Nesbic, een financier die bereid bleek 15 miljoen euro te investeren in ons bedrijf. Dat deden we niet omdat we rijk wilden worden, maar omdat we dachten dat we het noodzakelijk was om ons marktaandeel te vergroten. Iedereen had verwacht dat er een keiharde strijd zou ontstaan in onze sector, waarna wereldwijd een paar grote spelers zouden overblijven. Tot die tijd was geld nodig om tijdelijke verliezen te compenseren.

Wij dachten, zoals velen, dat we aan de vooravond stonden van een fantastische, nieuwe economie. Een doorbraak leek aanstaande, met ongekende mogelijkheden en een nieuw soort bedrijven. Daarom dachten we groot, maar financiers gingen helaas te snel klein denken. Nesbic draaide de geldkraan dicht toen de economie instortte, als gevolg van de aanslagen van 11 september 2001.

Veel mensen hebben daarna op televisie de beelden gezien van de opkomst en ondergang van MagicMinds. Er heeft bij ons ongeveer een jaar lang een cameraploeg meegelopen van de RVU, die er een vijfdelige serie over heeft ge-

maakt: *It's magic time*. Die is in 2002, na ons faillissement, uitgezonden. Het werd zo'n succes dat hij in bioscopen heeft gedraaid.

De documentaire, die helaas een karikatuurbeeld schetst, begint met opnamen uit het najaar van 2000. Toen waren we ons nieuwe bedrijfspand aan het inrichten, tegenover het Centraal Station van Amsterdam. Het was een prachtig gebouw, aan de Prins Hendrikkade, waar eerder Oibibio had gezeten. De RVU filmde graag op ons dakterras, wegens het adembenemende uitzicht. Als we daar vergaderden stonden er koelers met champagne en witte wijn en er liepen serveersters. Toch betekende dat niet dat we maar wat zaten te zuipen. We werkten keihard.

Het was destijds heel moeilijk om goed personeel te krijgen. Het pand moest ons aantrekkelijk maken. Sollicitanten reageerden ook enthousiast als ze hoorden dat de scheiding tussen werk en privé bij ons zou wegvallen. Het idee dat je naar een soort fabriek gaat om te werken, vonden we achterhaald. We wilden een plek creëren waar talent optimaal werd benut.

Je kon bij ons gebruikmaken van de sauna, het Turkse stoombad, de fitnessruimte, de game-arena (waar je computerspelletjes kon spelen) en de *juice- and saladbar*. Ook waren kamers te huur in het pand, waar mensen bleven slapen na het werk. Voor eten en drinken kon je terecht op het dakterras, ons restaurant of ons café.

De faciliteiten waren toegankelijk voor anderen. We zagen ons bedrijf als een gemeenschap, waar de scheiding met de buitenwereld niet meer bestond. Omdat we de horeca hadden uitbesteed, moesten werknemers wel betalen, net als iedereen. Het zag er prachtig uit: het grand café, de bar en de besloten club op de geheel witte benedenverdieping, die was ontworpen door Jan des Bouvrie.

Het interieur was strak maar de sfeer was ontspannen. Er heerste een soort rock-and-roll vrijheidsgevoel. Werknemers konden keihard muziek aanzetten of urenlang computerspelletjes spelen. Er was geen negen tot vijf mentaliteit, zoals bij anderen. Bij MagicMinds kon je bij wijze van spreken eerst gaan stappen en dan 's nachts werken. Als je maar je targets haalde. Daar werd je op afgerekend.

Alles was mogelijk. Ik hield me dus niet in als ik melig werd omdat die camerajongens steeds achter me aan liepen. Ik kan me herinneren dat we met een groep mensen bij elkaar zaten voor een vergadering, toen ik mijn gitaar pakte en ter plekke een liedje verzong. Dat was puur effectbejag, voor de camera. Over onze financier zong ik: 'Jij zorgt voor de poen en daarvoor krijg je een dikke zoen'.

In die tijd deed ik me bewust excentriek voor, omdat ik als marketeer wist dat het media-aandacht zou opleveren. Ik had mijn kantoor vol gezet met gitaren, een vleugel en een drumstel en ik had twintig designbrillen gekocht, in verschillende kleuren. Dat werkte in het begin geweldig, zeker toen ik zei dat ik even basgitaar had gespeeld in een bandje dat later was doorgebroken als Lois Lane. Journalisten smulden ervan.

Excentrieke ondernemers

Later merkte ik dat ik een denkfout had gemaakt. Angelsaksische mensen vinden excentrieke ondernemers geweldig. Nederlanders houden niet van mensen die hoofd boven het maaiveld uitsteken. Toen het slechter ging, leende mijn imago zich tegen me.

Wie die tv-serie over MagicMinds heeft gezien, zal misschien denken dat we de hele dag zaten te feesten van het geld van anderen. Ik begrijp dat, want de documentairemakers gebruikten liever spannende beelden dan opnames van saaie vergaderingen. Dat neem ik ze niet kwalijk, maar ik heb onderschat welk effect die beelden later zouden hebben.

Er is meer misgegaan. Onze bank kwam erachter dat de mensen die de horeca zouden exploiteren, gedeeltelijk werden gefinancierd door iemand van wie ik nog nooit had gehoord: Willem Endstra (een omstreden vastgoedhandelaar die in 2004 is geliquideerd, red.). De bank zei: je moet je binnen 24 uur ontdoen van die partij, anders trekken we onze kredieten in. Dat hebben we gedaan maar toen moesten we het ineens zelf gaan exploiteren. Dat is uiteindelijk een enorme *cash drain* geworden.

En de houding van Nesbic veranderde. Ze hadden toegezegd dat ze drie keer vijf miljoen zouden investeren, maar de tweede keer schrokken ze terug toen de toekomstige waarde van ons bedrijf veel lager werd ingeschat: geen 50 miljoen euro maar 10 miljoen.

Dat lag niet aan ons; we haalden de afgesproken targets. Helaas was de economie vastgelopen nadat die vliegtuigen de Twin Towers in waren gevlogen. Daardoor veranderden waarderingsgrondslagen voor bedrijven radicaal. Terwijl we na een jaar acht keer meer omzet draaiden, was de waarde van MagicMinds met driekwart teruggelopen. Daarom werd de geldkraan dichtgedraaid.

Het was een moeilijke tijd. Ik moest werknemers ontslaan met wie ik bevriend was geraakt. Uiteindelijk gingen we failliet. Omdat de curator vaststelde dat we niet malafide hebben gehandeld, werd ik niet persoonlijk aansprakelijk gesteld. Ik kan mezelf dus recht aankijken in de spiegel.

WAT VOORAF GING

De internetzeepbel

Het internetbedrijf annex reclamebureau MagicMinds opent in 2000 publiekelijk de aanval op concurrenten als Lostboys. Met financiële steun van durfkapitulist Nesbic koopt het bedrijf van Eric Bartels (1957) in september 2000 het vroegere pand van Oibibio, pal voor het Amsterdamse Centraal Station. De huurkosten zijn hoog: 2,6 ton per maand. Maar dat lijkt geen probleem.

MagicMinds groeit in die jaren snel. In 1998 werken er zes mensen, in 2001 zijn het er al 150. Het bedrijf krijgt opdrachten van onder anderen Bart Smit, Amstel Bier en Coca Cola. Intussen groeit de publieke twijfel over wat critici de internetzeepbel noemen. Vooral de beursgang van internetprovider World Online, in maart van 2000, zorgt voor ophef. Als uitlokt dat oprichtster Nina Brink haar aandelen al-

lang heeft verkocht, stort de koers van World Online volledig in. Beleggers verliezen in twee weken tijd in totaal 2,3 miljard euro. De tijd dat de domes tot in de hemel lijken te groeien, is voorbij. Na de aanslagen van 11 september 2001 begint dat besef echt door te dringen. Investeerder Nesbic is niet langer bereid om miljoenen neer te leggen. In november 2001 valt het doek: MagicMinds krijgt uitstel van betaling en gaat failliet. Ook veel andere internetbedrijven, zoals Hot Orange en Newconomy, gaan ten onder.

Eric Bartels geeft tegenwoordig lezingen en hij adviseert ondernemers over het kiezen van de strategie die het beste bij hen past. Hij publiceerde in 2008 het boek *Mens*. In april dit jaar verscheen de opvolger, *The Plan*, over de 'heilige graal' van succesvol ondernemen.



Oprichter van MagicMinds Eric Bartels: 'Het idee dat je naar een soort fabriek gaat om te werken, vonden we achterhaald. We wilden een plek creëren waar talent optimaal werd benut.'

'Toch zijn sommige mensen lang boos op me gebleven. Tot een paar jaar geleden ben ik geregeld lastiggevallen, via de telefoon en internet. Iemand heeft een enveloppe in de brievenbus gegooid met foto's van het interieur van mijn huis. Er zat een briefje bij: deze spullen zijn van mij en ik kom ze binnenkort ophalen. Die mensen maken een enorme denkfout, want de rechtspersoon, het bedrijf, is iets anders dan de natuurlijke persoon. Ze hebben geen recht op mijn geld.

Tibetaans boeddhisme

'Je moet het zo zien: de gemiddelde slagingskans van een bedrijf in een nieuwe sector, met een nieuw product, is niet meer dan 25 procent. We hebben rechtspersonen gecreëerd om mogelijk te maken dat mensen het toch proberen. Daar draait onze economie op. Als je zoiets als privépersoon moet doen, zijn de risico's te groot.

'Na de doorstart van MagicMinds ben ik betrokken. Ik was toen gefrustreerd, want ons bedrijf werd in de media geridiculiseerd. Ik zag mezelf als een serieuze en vooral integere on-

“

Dat stoffige geneuzel, jezelf klein maken, daar heb ik echt niks mee

dernemer, maar ik werd neergezet als een wilde cokesnuiver met dollartekens in zijn ogen, wat absolute onzin is.

'Ik was altijd al geïnteresseerd in filosofie, psychologie en ik ging me steeds meer verdiepen in het Tibetaanse boeddhisme. Ik wilde leren van wat mij was overkomen. Gaandeweg kwam ik erachter waarom het me niet is gelukt het beeld over MagicMinds bij te stellen: door filters en perceptie. Mensen zitten muurvast in hun hoofd, hun mening wordt gekleurd door overtuigingen. Nederlanders denken zo vaak: doe maar gewoon, dan doe je al gek genoeg.

'Je kent toch de allegorie van de grot, van Plato? Veel mensen zitten hun hele leven vast, in een grot. Ze kijken naar een wand, waarop ze schaduwen zien van wat er werkelijk gebeurt, achter hun rug. Op een gegeven moment breekt iemand vrij, hij draait zich om en zegt: *fucking hell*, we hebben de hele tijd naar een illusie zitten kijken. Hij gaat terug naar zijn maten om dat te vertellen, maar dan proberen ze hem te vermoorden.

'Zo ging het ook met internetbedrijven. Men-

sen wilden niet horen dat je veel geld kan verdienen als je ervoor gaat. Ze haatten ons. Je zag ze denken: zie je wel, het kon niet goed gaan met die megalomane types die de hele dag op hun dakterrassen zaten. Die critici waren blij dat het misging, want dat herstelde hun wereldbeeld. Anders hadden ze moeten toegeven dat ze een leven hadden geleid dat veel kleiner was dan had gekund.

'Als ik nu lezingen of workshops geef voor groepen Nederlanders, heb ik de neiging te roepen: Jezus, wat was ik vandaag weer ongelooflijk goed. Dat is mijn rebelse natuur. Dat stoffige geneuzel, jezelf klein maken, daar heb ik helemaal niets mee. Te veel mensen gaan slaapwandelen door het leven.

'Ik ben ervan overtuigd dat de inspirerende tijden van toen zullen herleven. Mensen roepen ten onrechte dat de zeepbel van internet uit elkaar is gespat. Hoezo? Internet is nu toch veel groter dan in 2000? Steeds meer zelfstandigen werken vanuit huis, zoals we voorspelden. Die interactiviteit is er ook gekomen. De nieuwe tijd komt er zeker, alleen duurt het langer dan we dachten.'