

Amsterdamse mobiele cowboys winnen techprijs van €425.000

Robert Mulders
Amsterdam

Michiel Munneke zit er vermoeid bij. 'Sorry, ik heb nog last van jet-lag', zegt de 29-jarige bedenker van Nulaz. Nulaz is een programma waarmee een gebruiker op het scherm van zijn mobieltje kan zien wat er voor leuke activiteiten in de buurt zijn, of waar zijn vrienden uithangen.

Munneke is net de halve wereld overgevlogen. Hij was een paar dagen in Vancouver om een Nulaz-applicatie voor het Holland Heineken House aan te sluiten op een bluetoothzender. Van het schaatsen heeft hij weinig gezien. Hij hoorde in die periode dat Nulaz de finale had bereikt van de Navteq Global Location Based Services Challenge, een belangrijke techprijs.

Munneke boekte zijn ticket om en vloog een dag later naar Barcelona, waar de winnaars werden bekendgemaakt. 'Ik dacht nog in het vliegtuig: als we daar nu helemaal niets winnen, dan is dat omboeken een slechte deal geweest.'

Het geluk lachte hem toe. Nokia-dochter Navteq beloofde M2Mobi, het bedrijf achter Nulaz, met de derde prijs. Er zijn meer van dit soort diensten in de markt, maar dat maakte de jury niet uit. 'Het gaat daar erg om de manier waarop je je presenteert', viel Munneke op. De prijs bedraagt €425.000. Hiervan zal rond de €10.000 cash worden uitgekeerd, het restant bestaat uit licenties. Zo

Mobiel netwerken De aanbieders

In Nederland zijn vier grote aanbieders van mobiele locatiediensten actief: Nulaz, GyPSii, Bliin en Trackr. Om vrienden, restaurants of te koop staande huizen te kunnen traceren via deze diensten, is een mobiel toestel nodig dat geschikt is voor **gps-ontvangst**. Het gangbare gsm-netwerk is door telecombedrijven niet vrijgegeven voor plaatsbepalingssoftware van derden.



Michiel Munneke (rechts) en Michiel Baneke, oprichters van M2Mobi, in hun antikraakkantoor in Amsterdam.

Foto: Jeroen Oerlemans

krijgt M2Mobi een driejarige licentie voor het gebruik van Navteq's digitale kaarten. Ook kan het rekenen op licenties van Navteq-partners. Munneke wil de prijs, hoe waardevol ook, niet kwalificeren als de grote sprongvoorwaarts. Als de licenties aflopen, komt er niets voorin de plaats. 'Ze hopen natuurlijk dat je er dan een koopt', zegt Munneke. 'Het is pure presales.'

Munneke en zijn zakenpartner Michiel Baneke (30) kennen elkaar sinds hun studie informatietechnologie. Samen schreven ze een algoritme om ringtones te maken, en zetten er daarna een bedrijf voor op. Het concept sloeg niet aan bij mobiele bellers, maar hun idee voor een 'sociaal navigatiesysteem' wel. Nulaz was geboren. De applicatie is gratis en is sinds 2007 anderhalf miljoen keer

gedownload, aldus Munneke. Dat heeft 250.000 geregistreerde gebruikers opgeleverd, van wie, het moet gezegd, maar een deel de dienst langere tijd gebruikt.

Hoeveel omzet ermee gemoeid is, wil het tweetal niet kwijt. Dit jaar is 'een bedrag van zeven cijfers' het streven. Geld verdienen Munneke en Baneke nu vooral met het ontwikkelen van Nulaz-achtige applicaties voor bedrijven. Zo is de Holland House-applicatie voor Heineken dit jaar 'een aardige toegif' op de omzet van M2Mobi. Het is een 'definitieve gids van de Spelen', met als bonus een programmaoverzicht van het Holland House. Volgens Munneke is hij tienduizend keer gedownload. 'Heineken wil de bezoekers van het Holland House een aparte beleving geven. Elke avond komen

daar twee-, drieduizend mensen.'

Ook eerdere Heineken-applicaties voor de Dance Valley-concerten deden het goed. Advertentieinkomsten zijn minimaal, geld vragen voor de applicatie ziet Munneke niet zitten. 'Daar haal je geen vaste omzet uit, alleen af en toe een piek.'

De mannen van M2Mobi laten zich niet gek maken door snelle groeiscenario's. Munneke en Baneke koppelen groei aan omzet. Geen dure auto's, geen miljoeneninjecties van gulle investeerders. M2Mobi zit in een rommelig antikraakpand aan de Plantage Middenlaan, de twintig medewerkers werken aan eenvoudige bureaus. 'Het wordt mooier', zegt Munneke. 'Ymere gaat het over zes maanden opknappen. Gaan we drie keer zo veel betalen, maar dan hebben

we wel een vaste kantoorplek.'

Ondertussen meldt concurrent GyPSii, die aan de Keizersgracht kantoor houdt, dat het in China een miljoen nieuwe gebruikers aan zich heeft weten te binden. Ook heeft het bedrijf in Zuid-Amerika voet aan de grond gekregen.

Munneke is er niet van onder de indruk. 'GyPSii heeft zijn pijlen gericht op China, maar uitgedrukt in advertentieomzet zijn honderdduizend West-Europeanen waardevoller dan honderdduizend Chinezen.'

Nulaz heeft bovendien unieke voordelen, bezweert Munneke. 'We hebben onze eigen inslag, bij ons kun je mensen op de kaart zien via gps. We hebben leuke lokale content. En onze apps doen het op alle telefoons, dat is bij concurrenten wel eens anders.'

