



Mini-multinational Vanmoof

Met één fiets de hele wereld veroveren

Met een oer-Hollands product de wereldmarkt veroveren, dat is wat broers Taco en Ties Carlier voor ogen hadden toen ze Vanmoof oprichtte. In vier jaar tijd wisten ze hun designstadsfiets in bijna veertig landen aan de man te brengen. De gouden formule: een krachtige combinatie van Dutch design en Taiwanese productiekracht.

TEKST SANNE RUHAAK



Bedrijf Vanmoof
Sinds 2009
Oprichters Taco (35) en Ties (34) Carlier
Functie ceo's
Plaats Amsterdam – Taipei
Partners Philips (verlichting), Abus (sloten) en Dafron (elektrische fiets en gps)
Aantal landen 37
www.vanmoof.com

Breng een bezoek aan Amsterdam en je begrijpt in één keer de bestaansreden van Vanmoof. Volgepropte hekken met achtergelaten verroeste brikken en

stedelingen die op net zo krakkemikkige tweewielers naar hun werk fietsen. Een mooie fiets kopen heeft geen zin, binnen mum van tijd is hij kapot of gestolen. 'Een stadsfiets heeft meer te verduren dan een mountainbike', zegt Taco. 'Wij wilden een fiets ontwikkelen die én mooi én stadsbestendig

is.' Zo gezegd, zo gedaan. Na de nodige tijd achter de tekentafel te hebben doorgebracht zag de eerste Vanmoof-fiets met zeer minimalistisch ontwerp en zoveel mogelijk geïntegreerde kabels het levenslicht.

WAAR KOMT HET GELD VANDAAN?

Vanmoof heeft geen investeerders, maar de broers hebben wel twee andere bedrijven (Dutchband en Shifter) waarvan de cashflow als startkapitaal werd gebruikt bij de oprichting van hun derde bedrijf. Inmiddels draait Vanmoof break-even en gaat het, geheel volgens de doelstellingen, volgend jaar de eerste winst boeken.

Dat de broers direct de internationale wateren zouden opzoeken, stond vanaf het begin vast. 'Je kunt pas goed ontwerpen als je grote aantallen hebt. Hoe meer je produceert, hoe meer vrijheid je hebt in het ontwikkelen van nieuwe dingen en het aantrekken van grote partijen', verklaart Taco.

Hoe hij dat heeft aangepakt? 'Dat is eigenlijk geen vraag meer. Tegenwoordig is het zo gemakkelijk om via internet je product in de kijker te spelen. Als je een mooi uitgewerkt product op de markt zet, gaat het via magazines, blogs, social media en websites zo hard dat je binnen de kortste keren besproken wordt in alle landen.' Maar een goed product is wel een voorwaarde, voegt Taco toe: 'Als nieuwkomer sta je ten opzichte van lokale fietsmerken 1-0 achter, je moet dus met iets structureel beters komen om die te kunnen verslaan op hun thuismarkt.' De verkoopkant was misschien geen zorgenkindje, aan de productiekant was het een ander verhaal. 'De logistiek was in het begin een ramp', verklaart Taco nuchter. 'Er zijn genoeg bedrijven die het containervervoer voor je uit handen nemen, maar alle onderdelen op tijd in de fabriek krijgen bleek een heel gedoe.' Vanmoof is namelijk een wereldfiets in alle opzichten: in de eerste jaren kwamen de zadels uit Engeland, de banden uit Duitsland en de verlichting uit Nederland. 'Al die spullen moesten naar de fabriek in Taiwan. Als je dan in een paar jaar tijd van nul naar tienduizend exemplaren gaat, is dat bijna niet te managen.'

LOKALE WENSEN Door schade en schande wijs geworden is het distributiemodel nu verbeterd en werken de broers met andere leveranciers die sneller kunnen leveren. De obstakels die ze nu moeten overbruggen zijn van heel andere aard. 'We probeerden met één fiets de hele wereld te veroveren, maar komen er nu achter dat we ons moeten aanpassen aan lokale fietsculturen om verder door te groeien. Voor Japanners zijn onze fietsen bijvoorbeeld te groot en Duitsers zijn toptechneuten die meer design en kwaliteit willen voor een fiets die best wat duurder mag zijn. Amerika is weer een verhaal apart, daar wordt fietsen echt nog als sport gezien en vinden ze onze fiets te zwaar. Spatborden bijvoorbeeld zijn Amerikanen niet gewend, laat staan een setje dat bij elkaar anderhalve kilo weegt.' Om aan alle verschillende wensen te voldoen komt Vanmoof nu met een kleiner model voor de Japanners, een Amerikaans model en een internationaal model dat wat lichter en sportiever is.' Terwijl steeds meer landen tot vreugde van Taco en Ties geld pompen in het fietsbaar maken van de stad, blijft het grootste fietsland, het eigen Nederland, de moeilijkste



Just do it, beter een keer de verkeerde beslissing nemen dan drie jaar nadenken over een besluit.

Deel! Angst is de slechtste raadgever bij export. Wees dus niet bang dat je idee gekopieerd wordt, maar laat het zien aan de buitenwereld zodat jouw product bekend wordt.

Durf partners los te laten en te vertrouwen, je kunt niet alles onder controle hebben.

Spreek wel duidelijke targets af met je partners en maak duidelijk wat de consequenties zijn als ze die niet halen.

Laat je niet afschrikken door cultuurverschillen, maar buig ze om in een krachtige samenwerking.

Zorg dat je product helemaal af is als je het internationaal gaat presenteren. Als er iets misgaat aan de andere kant van de oceaan is het moeilijk op te lossen.

WERELDFIETS

De Vanmoof-fietsen worden geproduceerd in Taiwan. Logisch want behalve dat het een belangrijk logistiek knooppunt is, zitten daar tegenwoordig de meeste toeleveranciers. Vanuit Taiwan worden de fietsen per container naar Nederland en Amerika vervoerd. Ook importeren importeurs uit verschillende landen waaronder Australië, Zuid-Korea, China, Thailand en Japan zelf containers.

WAT BETEKENT VANMOOF?

'We wilden een korte naam die aangaf dat we meer zijn dan een bedrijf, maar meer een beweging die ervoor gaat zorgen dat meer mensen gaan fietsen in de stad. Dat werd MOOF. Helaas bleek er een bedrijf te zijn dat vond dat die naam teveel op hun naam leek, dus toen moesten we het aanpassen. We hebben er toen VAN voorgezet, als een stukje Dutch Heritage.'

markt. De grootste oorzaak daarvoor ligt bij de fietswinkels. Waar in het buitenland jonge frisse ondernemers maar wat graag met nieuwe merken aan de slag gaan, houden handelaren zich hier liever bij de merken die al decennia bestaan. 'Nederland is een ontzettend traditionele markt', zegt Taco. 'We dachten dat we daar met een betere marge en een beter product wel verandering in konden brengen, maar dat blijkt niet genoeg.' Hoe hij die verandering alsnog teweeg gaat brengen, weet hij nog niet.

MADE IN TAIWAN Taiwan is de plek waar het allemaal gebeurt, niet voor niets woont Ties tegenwoordig in Taipei. Volgens Taco hebben ze met de samenwerking met de Taiwanese goud in handen. De combinatie tussen sterk Dutch design en marketing enerzijds en de Taiwanese product- en ontwikkelingskracht anderzijds, noemt hij de nieuwe kracht van Vanmoof. 'Ze zijn daar zo ontzettend ondernemend', roept Taco enthousiast. 'Wil je hier iets ontwikkelen, dan kost het je eerst twee jaar om contracten op te stellen. Daar is het gelijk uit de grond knallen. Als je in Taiwan een idee bedenkt zit je dezelfde avond nog met vijftien ingenieurs aan tafel om het uit te denken. Dat betekent een tien keer zo hoge productiesnelheid.' Maar er is ook een andere kant van de medaille, Taiwan ligt immers aan de andere kant van de wereld en verschilt nogal in cultuur. 'Wij zijn supersterk in design en marketing, daar snappen die Taiwanese helemaal niks van. Ze hebben een totaal ander beeld van wat mooi is, als je even niet oplet plakken ze voor dat je het weet een grote gele sticker op je fiets!' Ondertussen kan het team van Taco en Ties niet tippen aan de efficiënte productie. Reden genoeg om er alles aan te doen om de kloof te overbruggen en het beste van de twee culturen samen te brengen. 'Als je dat lukt, heb je niet alleen een supersterk team, maar ook de toekomst in handen.'