

## Afl. 6: Jonge ondernemers in het boekenvak

# De kleurige accessoires van Gecko Covers

**Het boekenvak heeft nieuwe initiatieven nodig om te veranderen en te overleven. Welke kansen zien zij? Vier jaar geleden importeerde Luke Klein Nijenhuis Onyx e-readers, nu ontwerpt en produceert zijn bedrijf Gecko Covers kleurige design beschermhoezen voor tablets en readers.**

Oprichter van Gecko Covers, Luke Klein Nijenhuis (27), studeerde nog aan de Universiteit van Tilburg toen hij in *Metro* las dat Bol.com de Sony Reader in Nederland introduceerde. Een mooi product, dacht de student marketing management. Vlak voor kerst 2009 importeerde hij 300 stuks van de Onyx e-reader, de voorloper van de BeBook. Met nieuwjaar was de voorraad op. In 2010 studeerde hij af op een onderzoek naar de adoptie van de e-reader, waarbij hij onder meer onderzocht wat de ideale e-reader is in de ogen van de consument. Ondertussen kreeg hij vragen van consumenten naar accessoires. 'Ik ben begonnen met een basic hoesje voor de BeBook, maar al snel verkocht ik meer hoesjes dan e-readers.' Begin 2011 was hij klaar met zijn studie en stortte zich volledig op het ontwerpen en produceren van hoezen en andere accessoires. In de loop van 2011 kwam René Spekschoor (27) op freelancebasis Gecko versterken. Ze kennen elkaar al sinds de middelbare school in de Achterhoek en studeerden samen in Nijmegen. Vanaf maart 2012 is Spekschoor fulltime in dienst als business developer, doet de B2C, de webwinkel en ook de webverkoop via andere kanalen, zoals Amazon en CoolBlue. Spekschoor: 'Ik wil de klanten een mooie webshopexperience bieden, zodat ze verleid worden te klikken en te kopen.' Daarnaast heeft Gecko Covers nog twee studentes in dienst, samen voor vier dagen per week, en een ploeg vaste freelancers.

### Grappjes

Hoewel Klein Nijenhuis en Spekschoor geen grote lezers zeggen te zijn, getuigen hun

producten van gebruiksgemak. Gecko heeft het niet bij hoesjes gehouden. Er zijn lampjes bij gekomen, opladers en screenbeschermers. Sterke punten: originele ontwerpen, vanuit de praktijk bedacht, naadloos passend per apparaat en met de hand vervaardigd. Dat er veel aandacht voor het design is, is deels te danken aan ontwerpster Corine

## 'Investeren in unieke dingen maakt dat klanten blijven komen'

Haacke. Klein Nijenhuis: 'Zij heeft ervoor gezorgd dat er meer kleur en grappjes in de hoezen kwamen. Ze bedacht bijvoorbeeld een hoes die een combi is van een kroko-structuur met een glad materiaal. Ik zou zoiets zelf niet kopen, maar ze is gewild onder vrouwen.' Behalve naar de ontwerpster en de andere medewerkers luisteren ze ook goed naar de consumenten, die ze via Facebook raadple-

gen: 'In een *survey* zeiden vooral vrouwen dat ze kleur misten.' Op Facebook plaatst Spekschoor foto's van ontwerpen in progress. 'Het is leuk om te zien dat je een schare fans hebt. Het is een mooie manier van communitybuilding.' Zo is de 'TabCouch' via een prijsvraag aan zijn naam gekomen. Deze *sleeve* is om te vouwen tot een soort sofa waarop de tablet kan rusten, handig wanneer je er een film op wilt kijken. 'Het klinkt misschien *cheesy*, maar we willen de klanten zo goed mogelijk bedienen. Ze mogen onze artikelen gewoon proberen en terugsturen zonder verzendkosten als ze niet bevallen. Je kunt zelfs achteraf betalen.'

Gecko Covers is op verzoek van klanten lampjes gaan produceren in de tijd dat er nog geen e-readers met backlight waren. Ze zijn ingebouwd in de hoes en geven verspreid licht, zodat het hele oppervlak verlicht wordt. Hiervan zijn er zo'n 20.000 verkocht. Ook opladers zitten in het assortiment. Klein Nijenhuis: 'Het is heel gek, maar al die apparaten worden zonder oplader verkocht. Daar profiteren wij dan weer van.'

### Risicoprofiel

Bij de start is Klein Nijenhuis met een ondernemersplan naar de Rabobank gegaan. Daar kreeg hij een krediet van 50.000 euro. 'Dat was heel makkelijk, mijn risicoprofiel lag laag en mocht het mislukken, dan kon ik terugvallen op het diploma van de universiteit.' Nu bedruipt het bedrijf zichzelf. 'We hebben zojuist een paar duizend euro geïnvesteerd in de harde *shell* voor de slimfit-hoes. Het is elke keer weer een risico, maar we moeten het wel doen. Investeren in unieke dingen maakt dat de klant bij ons blijft komen. Daarnaast moet je meerdere producten ontwikkelen, zodat je voor iedereen iets hebt.' Er is nu een vilten tas voor laptops in de maak. En een standcase voor e-readers waardoor de lezer de reader niet

### **KENGETALLEN** **GECKO COVERS:**

**Opricht in 2010**

**Jaaromzet:** circa 2,5 miljoen euro

**Percentage verkopen Nederland/**

**Duitsland/overig:** 40/40/20

**Percentage verkopen B2C/B2B:** 40/60

**Aantal vaste medewerkers:** 3 fte

## SERIE



René Spekschoor en Luke Klein Nijenhuis (r)

hoeft vast te houden, handig voor bijvoorbeeld zieken. Al is niet alles even succesvol. Zo vonden hoezen van spijkerstof weinig aftrek. Universele hoezen evenmin. 'Ook al is er maar 2 millimeter verschil, de mensen willen het echt niet.'

### Balans

Behalve via de eigen webwinkel verkoopt Gecko Covers haar accessoires aan consumenten in Nederland via Libris- en Blz.-winkels, Bol.com, online electronicaretailer CoolBlue en onafhankelijke elektronikawinkels. Voor haar faillissement verkocht Selexyz ook Gecko-hoezen, Polare niet. Via CB hebben ze Bruna, AKO en RDC ook benaderd, maar die zeiden er geen behoefte aan te hebben. De verkoop via de boekhandel is in 2013

afgenomen. 'Volgens de boekhandelaren komt dat doordat de Kobo niet meer alleen via de boekhandel wordt verkocht.' De B2B-verkoop vormt met 60 procent het leeuwendeel van de afzet. Er zijn steeds meer scholengemeenschappen die hoezen laten ontwerpen voor de tablets van leerlingen. Klein Nijenhuis: 'We zijn nu met een technisch ontwerper bezig voor een tablet-hoes voor kinderen tussen de twee en vijftien jaar, die zo sterk is dat je het apparaat door de kamer kunt gooien.' Meer dan de helft van de verkopen gaat naar het buitenland. Vooral Duitsland (40 procent), waar alle grote boekhandelketens (Thalia, Weltbild en Hugendubel) en Amazon.de Gecko-artikelen in hun assortiment hebben. Ook in Italië, waar Gecko iemand heeft die de

marketing doet, komt de zaak op stoom. De Franse markt is moeilijk vanwege de dominantie van de supermarkten en in Spanje drukt de crisis. In het Verenigd Koninkrijk is de concurrentie enorm. 'Een ware prijzenslag. Amazon UK verkoopt hoesjes voor 5 à 6 euro, terwijl onze gemiddelde prijs op 24,90 euro ligt. Wij gaan voor kwaliteit, verpakking en design, dan kun je niet lager gaan. We hebben een redelijk prijsniveau en geven de retailer een marge van 50 procent.' Klein Nijenhuis wijst erop dat de prijs van de accessoire in balans moet zijn met die van de e-reader of tablet. Als die onder de 70 euro gaat, kan een cover niet 30 euro kosten. 'Dat wordt spannend nu die apparaten steeds goedkoper worden. Anderzijds: hoe groter de markt voor e-reading wordt, des te meer kansen voor ons.'

### Verleiden

De concurrentie komt tot nu toe voornamelijk van de merken die zelf accessoires bij hun producten aanbieden. Nu e-readen meer mainstream wordt, verwacht René Spekschoor dat er meer partijen bijkomen. Inspiratie zoekt hij vooral voor het optimaliseren van de website. 'We volgen Aartjan van Erkel. Hij weet veel van het verleiden van de consument en hoe je het voor klanten zo aantrekkelijk en gemakkelijk mogelijk kunt maken. Wat een verkoper in een fysieke winkel doet, moet je vertalen naar webverkoop. Daar kun je niet hetzelfde doen. Wel kun je die psychologische principes – wat gaat er om in het hoofd van de klant – toepassen op online verkoop.' Klein Nijenhuis: 'We hebben geen echte inspiratiebron, alleen de drijfveer om een leuk bedrijf te hebben.' Wat betreft het boekenvak, vinden Spekschoor en Klein Nijenhuis dat de acceptatie van het digitale boek snel bevorderd moet worden. 'Een cultuuromslag: gemak overwint de nostalgie. Misschien moeten we hoezen gaan produceren die naar oude boeken ruiken.' Deze maand verhuist Gecko Covers van een gedeelde zolder boven De Balie in Amsterdam naar een eigen ruimte aan de Kloveniersburgwal. Er komen medewerkers bij in vaste dienst: een marketeer en een inkoper. Spekschoor: 'We zijn nu te groot om met z'n tweeën groei te kunnen bewerkstelligen. We worden een echt bedrijf.' ■

Tekst Robertine Romeny

Foto Erik Borst