

De 2.4 liter V-8 Ondernemer

Michiel Mol

Lost Boys, Media

Republic, Guerrilla Games,
F1 teamleider. De 39-jarige
ondernemer heeft een
boeiend cv. Penthouse zoekt
de snelheidsfreak op, die na
een valse start in de F1 in
2009 weer vol gas geeft. Nee,
niet alléén in de F1. “Ik wil
altijd winnen, de beste zijn,
de grootste.”

Harmen Lustig Fotografie: Peter van Breukelen

Wat fascineert aan snelheid?

Steeds harder gaan en de boel toch onder controle houden. Dan moeten je hersenen sneller werken, je neemt sneller beslissingen – en als dat lukt, geeft het een kick.

Stad of platteland?

Stad, al woon ik in Blaricum. New York vind ik de mooiste stad ter wereld. Daar krijg ik altijd zo veel energie dat ik het zonde vind om te slapen, maar toch kom ik uitgerust en vol inspiratie terug. *The city that never sleeps*, ja, dat voel je echt.

Waarom woon je er niet?

Ik denk dat ik het niet overleef. Of je moet overschakelen naar een normaal dagritme, en ik weet niet of het dan nog wel zo leuk is. Prachtig om vier dagen die hectiek in te duiken, alles op te slurpen, en dan weer eruit...

Wat is succes in jouw ogen?

Je zelf ambitieuze doelen stellen en die vervolgens halen. Daarbij leg ik de lat erg hoog. Ik wil altijd winnen, de beste zijn, de grootste. Ik houd niet van half werk. Ik verwacht van de mensen om mij heen dezelfde instelling. Ik vind het prettig om met een kleine groep extreem gemotiveerde en gedreven mensen te bouwen. Teamspelers, net als ik.

Haal je daarbij de meeste voldoening uit het proces, of het doel?

Dat kan alleen maar samen gaan. Het doel bereik je alleen als het proces goed is. Ik werk graag vanuit gelijkheid, dan heb je gemotiveerde professionals



nodig die dat aankunnen. Ervaring vind ik niet zo belangrijk, leergierig en intelligent zijn wel. Want als je leergierig en intelligent bent, ben je in no time ervaren.

Wat zie jij als je grootste succes?

Met Guerrilla Games maakten we *Killzone*. Van dat spel werden wereldwijd bijna twee miljoen exemplaren verkocht. Vertaald naar film heeft het een *boxoffice*-omzet gegeneerd van honderd miljoen, dat is meer dan de vijf meest succesvolle Nederlandse films bij elkaar. Het was geweldig om te merken dat er overal ter wereld

posters op straat hingen, of je nu in Abu Dhabi, Brazilië, Australië of de VS was.

Geef eens een successtip

Work hard, play hard. Als je zeven dagen per week veertien uur per dag werkt, zie je te weinig van de wereld om je heen. Op de lange termijn is dat niet inspirerend en zeker niet motiverend genoeg. Je moet af en toe een uitlaatklep hebben, feesten, genieten, leuke tripjes maken, avondje doorzakken... Daarnaast is focus erg belangrijk. Je moet wel weten waar je mee bezig bent en waarvoor je het doet.

“Vertaald naar film heeft *Killzone* een *boxoffice*-omzet gegeneerd van honderd miljoen, dat is meer dan de vijf meest succesvolle Nederlandse films bij elkaar”



Heb je een held?

Richard Branson. Zijn manier van leven en werken spreekt me aan. Keihard werken maar óók keihard genieten. En continu je grenzen blijven verleggen.

Wat voor carrière zou je ambiëren als je nu twintig was – andere tijd, andere mogelijkheden?

Niet veel anders. Die leeftijd is het ideale moment om te gaan ondernemen. Je bent niet gebonden, hebt nauwelijks kosten. En ja, ik zou mijn speren weer op het internet richten. Daar liggen nog steeds grote kansen, vooral voor startende bedrijven. Je gaat per definitie wereldwijd, distributie is ongeveer gratis. Al zijn veel ideeën zo langzamerhand uitgekauwd. Het is duidelijk dat de *me-too* strategie – à la Google is groot, laat ik ook eens een zoekmachine beginnen – niet meer werkt. Maar als je uniek bent, kan het nog altijd gebeuren dat je in plaats van de beste bakker op de hoek de beste bakker van de wereld wordt.

Hoe lang nog? Het grote geld rukt ook op internet op.

Klopt. Als je vanuit je zolderkamer begint met een geweldig idee en amper budget, loop je het risico dat er ergens ter wereld een bedrijf zit dat er wél tien miljoen in stopt en je – met notabene je eigen idee – keihard rechts inhaalt. Dus om de nummer één van de wereld te worden, moet je al vrij snel na de start vól gas geven. Zodra je zelf groot genoeg bent, mogen ze je dan komen overnemen.

Zoals jij met Guerrilla Games hebt gedaan, het bedrijf achter *Killzone*...

Dat heb ik inderdaad aan Sony verkocht; zij vonden het een belangrijke titel voor PlayStation.

Dus je zegt eigenlijk: heb een goed idee, bouw het snel uit, verkoop het, en de rest van je leven kun je gaan zeilen.

Nou nee, want dat is helemaal niet zo leuk. Vorige zomer had ik het gevoel dat ik 65 was, ik had een paar commissariaten, wat adviesrollen, een belangetje hier, een belangetje daar, maar nergens kon ik meer tot mijn knieën in de modder staan. Dagelijks ondernemen en bouwen, dát miste ik. Toen heb ik zo'n honderd mensen met hun businessplan langs laten komen. Veel groene en duurzame projecten, dat heeft

mijn interesse, maar ook digitale media, mijn achtergrond. Zeer inspirerend. Het was goed om al die verschillende ideeën aan te horen, mijn gedachten te scherpen, te bedenken welke plannen volgens mij levensvatbaar en voldoende ambitieus waren. Flogs.nl is uiteindelijk de partij geworden waarmee ik in zee ben gegaan. Samen met Toon Timmermans trek ik nu de kar.

Wat is het?

Via Flogs.nl komen digitale kalenderdata automatisch in je agenda. Data van de F1 hoeft je bijvoorbeeld niet langer over te typen. Het unieke is dat het niet bestond, ik heb dagenlang het internet afgestroopt maar nergens ter wereld iets dergelijks gevonden. We zijn nu net begonnen en hebben een conversie van 25 procent; van de honderd bezoekers schrijven zich er 25 in. Flogs.nl kan zich straks bijna viraal over de wereld verspreiden, we hebben er grote verwachtingen van.

Te vergelijken met *Lost Boys*?

Het begint met dezelfde zolderkamermentaliteit, ja. *Lost Boys* startten we in onze studententijd, een jaar of vijftien geleden. We hadden geen businessplan, wél een doel. Ik was al mijn hele leven met computers bezig, en was vooral gefascineerd door de combinatie van beeld, geluid en interactie. Dáár wilden we goed in worden, we zagen dat die markt snel groeide. De eerste negen maanden hadden we niets te doen, toen barstte het los. Nu is het bedrijf uitgegroeid tot 's werelds grootste onafhankelijke *digital agency*.

Wat doe je nu bij *Lost Boys*?

Bij *Lost Boys International* ben ik commissaris en aandeelhouder, dat is niet meer dan een halve week werk per maand. Vandaar ook dat ik op zoek ben gegaan naar nieuwe uitdagingen als Flogs.nl. Want verder is er Media Republic, een digitaal reclamebureau dat ik samen met Winston Gerschtanowitz en Bas Verhart opzette – draait goed, maar ik heb geen managementfunctie, daar zit ik hooguit een dag per week. En mijn F1 team met Vijay Mallya zie ik als mijn weekendbaan, ik ben er commissaris. Ik had dus veel tijd over en ik wilde niet niksen.

Wat is de kick van ondernemen?



Wanneer je, zoals ik, gek bent van innovaties en graag creatief wordt uitgedaagd, kun je helemaal los gaan in dat vak. De enige grenzen zijn eigenlijk je gedachten en wat technologisch mogelijk is. En dat laatste groeit erg snel.

Wat is je wildste plan ooit?

Een satelliet die in kleine puffjes het logo van *Lost Boys* in de ruimte schreef, beetje zoals een reclamevliegtuigje. Alleen bleef deze *banner* tot in lengte van dagen precies op die plek hangen. De aarde draait rond, dus je zou er steeds weer langs komen. Het was technisch haalbaar, we hebben zelfs zitten rekenen of het ook financieel mogelijk was – dat bleek lastig. Maar het blijft leuk om dat soort extreme dingen te

bedenken, het scherpt de geest.

Is dat je kracht, *larger than life* durven denken?

Ik kan niet tekenen, ik ben geen kunstenaar of designer, ik ben wél een creatief denker. Dat doe ik ook graag. Ik kan midden in de nacht wakker worden en ben dan blij dat mijn iPhone – mét kladblokje – naast me ligt, anders slaap ik verder niet meer vanwege de angst dat ik het idee kwijtraak. Als je het groter trekt, ligt een creatieve, strategische rol binnen een bedrijf mij het beste.

En welke rol juist niet?

Een tent van honderd man van dag tot dag managen, wat ik bij *Lost Boys* een periode

heb gedaan, nee, daar word ik niet zo blij van. Ik wil bezig zijn met groei, met innovaties, en managen is grotendeels het handhaven van de status quo. Iedereen tevreden houden, zorgen dat alles gesmeerd loopt, nee, ben ik niet goed in.

Je vindt het lastig om met werknemers om te gaan die vijf uur 's middags, en liefst vroeger, naar huis willen?

Dat soort dingen vind ik lastig ja, hoewel ik het wel begrijp. We kunnen niet allemaal ondernemers zijn, die het liefst altijd werken en bezig zijn. Maar toen heb ik dus besloten een stap terug te doen bij Lost Boys. Ik ben gestopt als CEO en heb een goed managementteam met grijze haren neergezet – ervaren mannen dus, en dat was een verademing. Later bij Media Republic heb ik het ook zo aangepakt, en nu met Flogs weer. We hebben een heel duidelijk team, met een commerciële man, een technische man, een operationele man, en ik doe marketing en strategie – dat werkt perfect.

Werk je voornamelijk op intuïtie of op ratio?

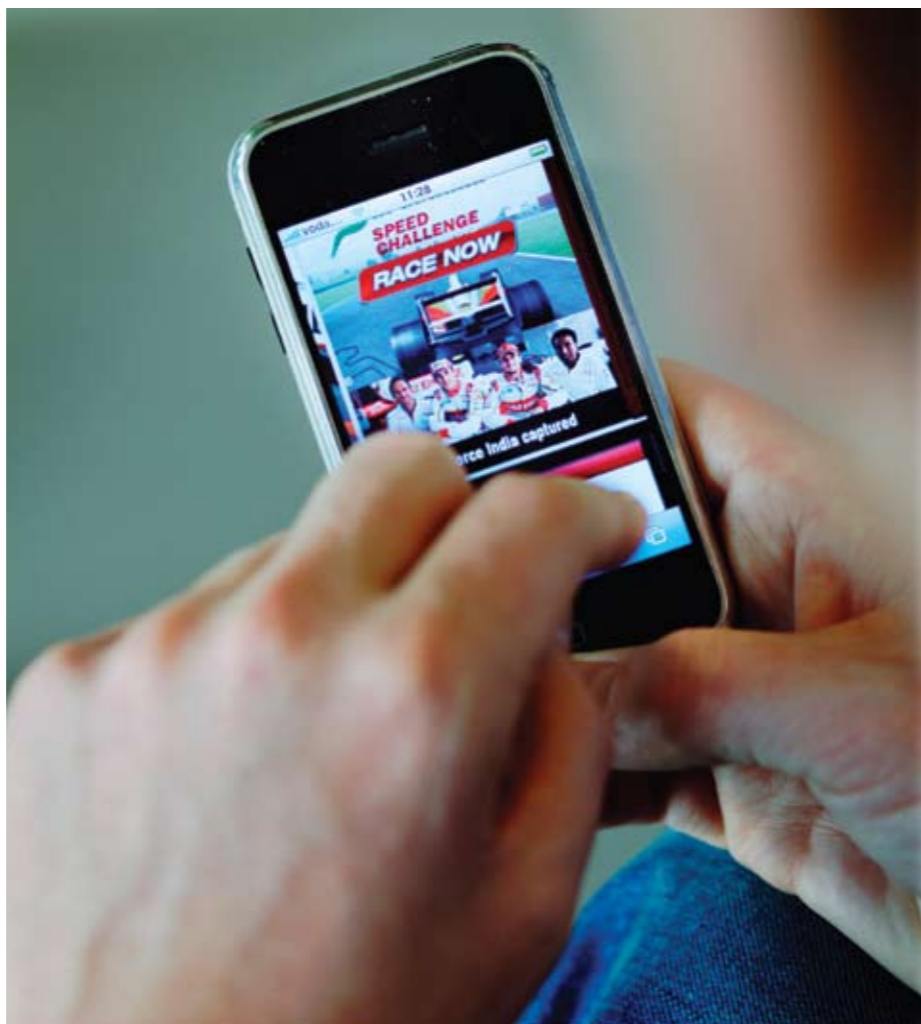
Gelukkig ben ik een logicus, ik zie snel logische verbanden. Als ik maar voldoende signalen en prikkels krijg, ontstaan er vanzelf innovatieve ideeën. Mijn creativiteit wordt dus vooral aangevuurd door de ratio, maar bepaalde beslissingen neem ik toch op emotie. Een goed of slecht gevoel bij iemand hebben, vind ik erg belangrijk.

Soms zit je er blijkbaar naast. Spyker...

Klopt, mijn intuïtie was daar niet goed, want het is een drama geworden. Ik ben blij dat ik het Formule1 team uit Spyker heb kunnen kopen en sinds vorig jaar samenwerk met Vijay Mallya, een sterke, loyale partner. Sportief gezien rijden we met nul punten achteraan, maar ik heb er veel vertrouwen in dat we in 2009 een stap voorwaarts gaan maken. In de Formule 1 en het zakelijke zie ik voor mezelf trouwens opvallende parallellen: 2007 was het slechtste jaar uit mijn carrière, in 2008 heb ik een nieuwe basis gelegd, ik zet mijn kaarten op 2009.

Hoe kon het zover komen in 2007?

Ik had niet door in wat voor zwaar weer Spyker verkeerde. Ik dacht dat ik met een



solide partner in zee ging, maar niets was minder waar. Dat had ik van tevoren beter moeten onderzoeken. Mijn fout, ik wilde gewoon te graag.

Hoe is het als ondernemer in de F1?

Ons team wordt geleid als een bedrijf, we hebben ambitie, een strategie en een winstdoelstelling. Maar doordat we tegelijk een sport bedrijven, met iedere twee weken een wedstrijd en alle ups en downs die daarbij horen, is het een onderneming die heel slecht te voorspellen is. Je moet eigenlijk nóg flexibeler zijn dan normaal, dat is lastig maar erg leuk. Daarnaast is de F1 een keiharde wereld, er zijn bijna geen ondernemingen die elkaar zo beconcurreren als de F1 teams en waar het resultaat ook zo goed meetbaar is. Vorig jaar waren we laatste, maar gemiddeld waren we maar twee procent trager dan de nummer één. Een bizar kleine marge. Vertaal dat naar het reguliere bedrijfsleven en de boodschap is duidelijk: maak je bedrijfsvoering en je product drie procent beter en je bent marktleider. Dáár zit voor mij de uitdaging.

Wanneer zijn jullie de beste?

Toen we begonnen was het doel binnen drie jaar een podiumplaats en binnen vijf jaar een race winnen. Dat Spykerjaar was een verloren jaar, dus nu wil ik volgend jaar een keer op het podium. Over het kampioenschap durf ik niets te zeggen, een race winnen zou al ongelooflijk zijn.

Hoe beleef je een race?

Tot vijf minuten voor de start ben ik met business bezig; sponsors, pers, ik zorg dat al die mensen een geweldige tijd hebben. Dan ga ik aan de pitwall zitten en zet de koptelefoon op. Een minuut voor de start gaan de motoren aan en dan... ja, dat is echt heel héél héééél erg spannend. Je hart bonst als een razende als je er zo dichtbij bent. Mijn respect voor die coureurs is enorm. Ik hoef niet eens in die auto te zitten of ik ben al bloednerveus...

Ik neem aan dat je wel eens een stukje rijdt.

Nee. Ik heb wél een paar keer in een *twoseater* meegereden. Ik ondervond toen aan den lijve dat F1-racen niets met nor-

“Ik had niet door in wat voor zwaar weer Spyker verkeerde. Ik dacht dat ik met een solide partner in zee ging, maar niets was minder waar”

maal autorijden van doen heeft; dat ik er fysiek niet aan toe ben. Na die ritjes kon ik een week lang mijn nek niet bewegen, en dat al na een paar rondjes. Maar het was wel telkens een fantastische ervaring!

Ooit gefantaseerd over een carrière als coureur?

Ik heb Parijs-Dakar gereden, en ik vind autorijden geweldig, maar als F1-coureur houdt het op als je de veertig nadert. Dus als je op de lange termijn plannen hebt, is het niet de meest verstandige carrièrekeuze. Bovendien: toen ik een keer bij Jos Verstappen in de auto zat, besepte ik dat je toch uit een ander hout gesneden moet zijn om coureur te worden. De wagenbeheersing van die jongens is echt bizar.

Geef eens een voorbeeld.

Ik reed eens met Christijan Albers in een Fordje, dat hij niet kende, op de grachten in Amsterdam. Hij vliegt echt vol gas over zo'n bruggetje, plots ziet hij een stuk verderop een versperring – auto links, paaltjes rechts, ik dacht: dat redden we nooit –, maar hij trekt aan de handrem en gaat dwars op een stuk dat eigenlijk te smal is om dwars te kunnen gaan, zo glijdt hij honderdvijftig meter door richting die auto, en precies tien centimeter ervoor draait hij recht en staat hij stil. Alsof het niets is. Hij gaf geen krimp, ik zat ernaast en mijn hart ging als een dolle tekeer.

Wie is de meest talentvolle Nederlandse coureur?

Robert Doornbos heeft op dit moment de beste papieren voor een F1-stoeltje, hij laat in de AI zien wat hij kan. Maar hij is niet meer dat jonge talent dat op zijn achttiende debuteert en uitgroeit tot een topper. Dan denk ik eerder aan de zoon van Jos Verstappen, Max. Ik gok dat hij een jaar of twaalf is, een groot talent. In alle kartingklassen wint hij, ook van de oudere jongens. Zijn vader is natuurlijk geen onbekende, en zijn moeder is Europees kampioen karten geweest, dus qua genen zit het goed.

Wat is de mooiste auto ooit gemaakt?

Ferrari 250 GT Short Wheel Base. Dat was de laatste auto waarmee je naar Le Mans kon rijden, de race winnen, misschien olie verversen, en de dag erna bracht je de kinderen ermee naar school. We hebben het dan over begin jaren zestig.

Wat zijn de overeenkomsten tussen een mooie vrouw en een mooie auto?

Fantastische lijnen, ze stralen passie en emotie uit, je kunt er op vallen. Als ik verder ga, wordt het te plat.

Je bedoelt dat je opgewonden wordt van een mooie auto?

Nou nee, niet lichamelijk, maar... dat geluid! Zeker een F1-auto die door de tunnel in Monaco rijdt, daar komt zoveel agressie vanaf, het is pure power en brute kracht, ja, dat doet wel wat met me.

Wat maakt een vrouw in jouw ogen sexy?

Het pakket moet kloppen. Een mooie vrouw, goed figuur, die gezellig met je vrienden mee een biertje gaat drinken in een bruine kroeg, een potje klaverjas meespeelt en met wie je ook nog een goed gesprek kunt voeren, ja, dan kom je aardig richting mijn ideaal. Prachtige modellen van achttien doen me weinig, dat is een

mooi plaatje maar wekt geen passie op. Ik heb een lichte voorkeur voor blond en ik houd van vrouwen met babbels.

Borsten of billen?

Billen. Van erg grote borsten ben ik niet zo'n fan, dan zit ik me altijd af te vragen hoe dat eruit ziet zonder steun.

Is er een groot verschil tussen de mens Michiel Mol en de ondernemer?

Nee. Ik ben een gedreven, warme en ambitieuze man, en ik ben blij dat ik de dingen kan doen waar ik een passie voor heb. Mijn stijl van ondernemen is zeker niet per definitie de beste of meest succesvolle. Ik ben het type ondernemer dat hoog opgeleide professionals om zich heen verzamelt. Zoals ik al zei: met een kleine groep gedreven mensen bouwen aan iets nieuws, dát vind ik het allermooiste.

Je zou nooit koffiemelk verkopen?

Een product moet spannend zijn. ☞

