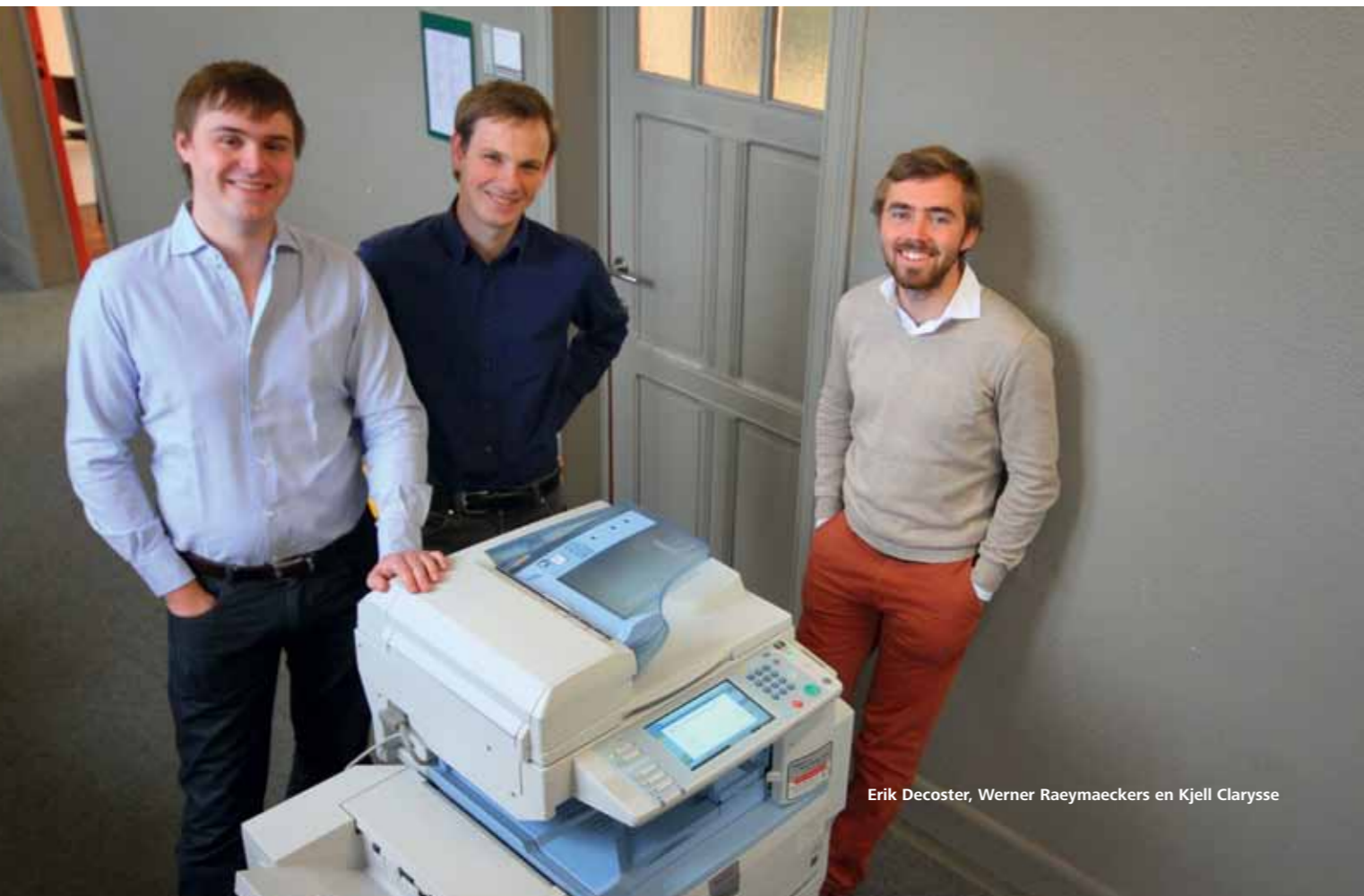


Goed idee, veel durf

Vlaamse start-up slaat brug tussen studenten en adverteerders

Pas afgestudeerden die een eigen zaak opstarten, ze worden steeds schaarser. Toch durfden drie ex-studenten de stap wagen om met gebundelde krachten hun bedrijfje Papyrus Media op te richten. Hun eerste project, ZeroCopy, is meteen al een schot in de roos. Studenten kunnen na registratie een bepaalde hoeveelheid gratis prints afdrukken op verschillende printlocaties. Als compensatie staat onderaan de pagina een advertentie die bedrijven tegen betaling kunnen laten plaatsen. "We willen ons bedrijf positioneren als uniek productkanaal naar studenten." De oprichter-beheerders Erik Decoster, Werner Raeymaeckers en Kjell Clarysse aan het woord.



Erik Decoster, Werner Raeymaeckers en Kjell Clarysse

Wat is het idee achter ZeroCopy?

Kjell: ZeroCopy kan vanuit twee hoeken bekeken worden. Enerzijds vanuit de student die van onze gratis printservices kan genieten en anderzijds vanuit de bedrijfswereld die wij op een doeltreffende manier in contact brengen met studenten.

Werner: Het komt erop neer dat bedrijven veel moeite hebben om de juiste mensen te bereiken. De huidige marketingkanalen naar jongeren zijn vrij algemeen, terwijl ZeroCopy een gesegmenteerd medium biedt naar specifieke studentenpopulaties zoals ingenieurs of economen.

Kan er worden gesproken van een vloeiende doorstart?

Erik: De eerste klanten vinden was uiteraard niet gemakkelijk. Je moet veel moeite doen om afspraken te krijgen met de mensen die beslissingsbevoegdheid hebben, want er heerst een afwachtende houding. Toch werd ons project door een aantal bedrijven positief onthaald, waardoor de bal aan het rollen ging. Nu kunnen we concrete resultaten voorleggen en dat boezemt vertrouwen in.

Ondanks de economische crisis en jullie beperkte ervaring, lijkt het dus wel te lukken?

Werner: Wij zetten volledig in op innovatie. In tijden van crisis merk je bij de bedrijven een tendens van rationalisering. Wij bieden meetbaarheid aan bedrijven, want we kunnen effectief aanwijzen waar hun bedragen naartoe gaan. Daarnaast is er de garantie dat hun boodschap hun eindpubliek bereikt.

Kjell: Er bestaat een veel te groot aura rond het feit dat je eerst werkervaring moet opdoen om pas daarna iets te kunnen ondernemen. We hadden een idee, waarom er dan onze schouders niet onder zetten?

Erik: En dat zonder concrete begeleiding! Via onze opleiding hadden we wel een klankbord om onze ideeën af te toetsen, maar we hebben wel alles zelf gedaan.

Als jonge onderneming stuit je wellicht op tal van obstakels

Kjell: Eenmaal je bedrijf is opgericht, gebeuren er een aantal zaken waar je niet meteen vat op hebt. Ik heb bijvoorbeeld niet veel kaas gegeten van IT, terwijl dat een centraal element is binnen ons bedrijf. Dat ervaar ik wel als een handicap.

Erik: Soms zie je ook bepaalde zaken over het hoofd. Ik had bijvoorbeeld twee ton papier besteld en toen ze die bij mij thuis kwamen leveren, stelden ze vast dat er geen laadkaai was. De clash tussen een groot bedrijf en een start-up was hier wel markant.

Het Belgische fiscale klimaat: stimulerend of belemmerend voor jullie?

Erik: Zéér belemmerend, ik was daar echt door geschrokken. Het is onvoorstelbaar welke administratieve mallemeden je moet doorspartelen om een zaak op te starten. Dat weerhoudt er soms van om puur op het ondernemen te focussen.

Kjell: Het fiscale regime in België is inderdaad erg verstikkend. Het is pas als je eraan begint dat je beseft wat er allemaal op u afkomt. Zet je een voet in ondernemersland, dan word je plots een bron van geld waar langs alle kanten zoveel mogelijk wordt afgeroomd. We hebben er ons niet door laten afschrikken, maar durven volharden.

Wat brengt de toekomst?

Erik: Wij willen alle uitdagingen omarmen. Onder de vlag van Papyrus Media broeden we nog op tal van andere projecten en willen we verder ontwikkelen tot een *total service provider* om de band tussen adverteerder en studenten verder te versterken.

Werner: De uitbouw tot een uniek productkanaal naar studenten toe is inderdaad onze ambitie. Wij zijn gedreven om te groeien en een zo groot mogelijke afzet te halen, waarbij het printingverhaal als springplank dient.

Kjell: We zijn realistisch, maar geloven dat er nog veel te ontginnen valt.

“Wij bieden meetbaarheid aan bedrijven, want we kunnen effectief aanwijzen waar hun bedragen naartoe gaan. Daarnaast is er de garantie dat hun boodschap hun doelpubliek bereikt.”