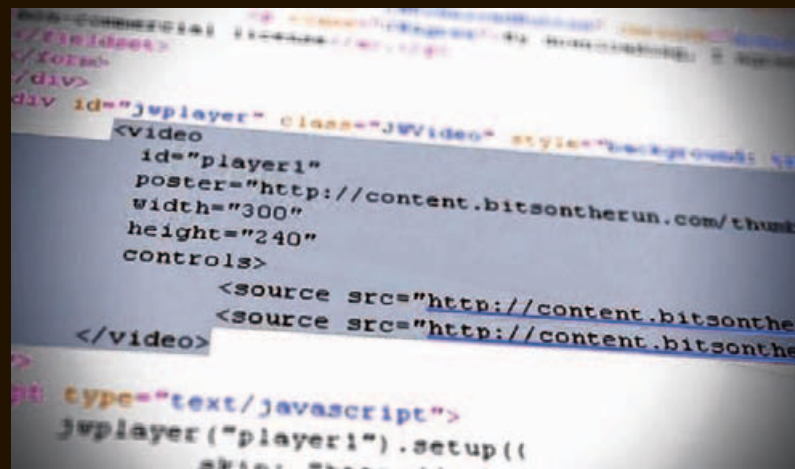
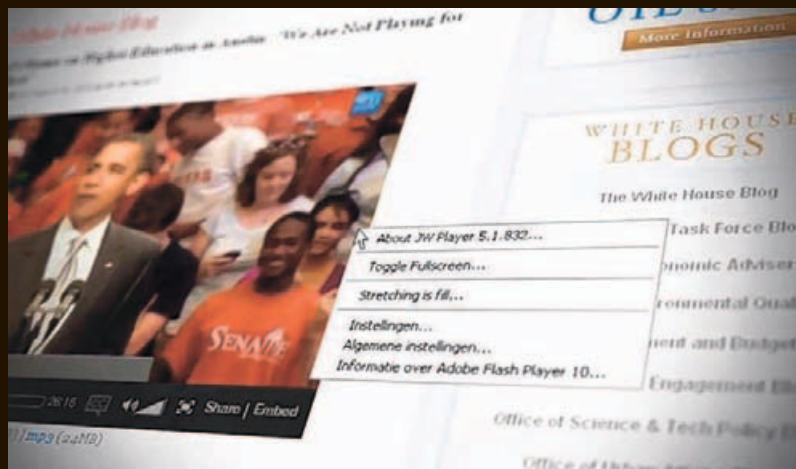




Jeroen Wijering schonk de wereld de JW Player

In de documentaire die over hem werd gemaakt, wordt hij een 'rockster in online video' genoemd en neergezet als de man die het voor de mensheid mogelijk maakte om probleemloos naar filmpjes op internet te kunnen kijken. Zijn naam: Jeroen Wijering. Opgegroeid in Losser en via het Carmel Lyceum in Oldenzaal en de UT in Eindhoven beland. In april verhuist hij naar New York om met zijn partners hun gezamenlijke bedrijf Longtail Video verder uit te bouwen en klaar te maken voor de verkoop.

Door Gerben Kuitert

Om Jeroen Wijering (32) de Twentse Bill Gates of Mark Zuckerberg te noemen, gaat iets te ver. Maar dat Wijering in zijn studentenkamertje iets bedacht waar dagelijks miljoenen mensen profijt van hebben, is een feit. En dat hij daar heel erg rijk mee gaat worden ook. Jeroen Wijering is de geestelijk vader van de JW Player, een softwareprogramma waarmee videofilms in een website kunnen worden geplakt en kunnen worden afgespeeld. Zonder de consequenties ervan te overzien, zette hij in 2005 de software die hij schreef voor zijn JW Player online. Programmeren heeft Wijering, die twee jaar technische natuurkunde studeerde aan de Universiteit Twente, zichzelf aangeleerd toen hij in een studentenkamertje boven een cafetaria aan De Heurne in Enschede woonde. „Gewoon door wat boeken te lezen en door wat ik er over op internet kon vinden. Verder is het gewoon een kwestie van veel oefenen en vaak doen.” Wie in de eerste jaren na de millenniumwisseling een video wil vertonen op een website, moet werken met linkjes, waarna het filmpje - al dan niet schokkerig - met hulp van een programma als Windows Media Player buiten de eigen website in beeld wordt gebracht.

Wijering geeft zijn JW Player gratis weg: hij maakt er zogeheten *open source software* van. Al snel merkt hij dat het programma duizenden keren per dag wordt gedownload. Door gebruikers van over de hele wereld, want de tam-tam werkt snel op het wereldwij-

de web. Ook de oprichters van YouTube, dan nog een volstrekt onbekende *start up*, melden zich per mail bij Wijering. Ze willen zijn software graag gebruiken en hebben er wat vragen over. Wijering en de YouTube-oprichter Chad Hurley mailen wat heen en weer en YouTube, dan nog gevestigd in een garagebox in San Mateo, Californië, gaat met de JW Player aan de slag.

„Ik stond ervan te kijken hoe vaak mijn videoplayer werd gedownload”, kijkt Jeroen Wijering terug. „Al kort nadat ik hem online had gezet gebeurde dat al duizenden keren per dag. Na een half jaar besloot ik om professionele organisaties die er gebruik van maakten toch maar een eenmalige vergoeding van 100 dollar te vragen. Voor particulieren, verenigingen en andere niet-commerciële organisaties bleef het gebruik gratis en dat is nog steeds zo.” Omdat het uiteraard onmogelijk is om wereldwijd te controleren wie er gebruik maken van de JW Player, bedacht Wijering een slimme oplossing. Het vignet van de JW Player blijft zichtbaar bij het afspelen van het filmpje. Maar klanten die hebben betaald, kunnen software downloaden met behulp waarvan het vignet uit beeld verdwijnt. Hij verdiende er in de eerste maand naar eigen zeggen 'een paar honderd euro' mee en in de maanden die volgden 'een paar duizend euro'. Hij kon er in één klap zijn studieschuld mee aflossen.

Toen hij in 2006 afstudeerde, ging Wijering serieus op zoek naar een commerciële partner die zou kunnen helpen bij de exploitatie van zijn JW Player. Hij richtte zich op de Verenigde Staten. „Ik ben een technicus en niet zo commercieel. Ik ben op zoek ge-

gaan naar mensen die mij daarin kunnen aanvullen.” In april 2007 kwam hij in contact met Brian Ruffin (40) en Dave Otten (38). Het duo heeft een achtergrond in de reclamebusiness en had een bedrijfje opgezet dat reclame toevoegt aan videofilmpjes voor internet. „Ze plakten banners van adverteerders rond filmpjes, dat was het wel zo ongeveer”, zegt Wijering. „Ze zagen mogelijkheden om met behulp van de JW Player korte reclamefilmpjes voor videofilms te zetten en mijn softwareprogramma verder te commercialiseren.” In november 2007 werd Longtail Video opgericht. Het jonge bedrijf vestigde zich in het hart van Manhattan, op 5th Avenue - in de voormalige Silicon Alley genoemd. Die naam verwijst naar Silicon Valley, de IT-regio van Californië waar alle grote internetbedrijven zitten. Het duurste deel van New York biedt eveneens onderdak aan (neven)vestigingen

Harvard, het Witte Huis, Discovery en AT&T gebruiken de JW Player

van giganten als Google, Twitter en Foursquare. Toen Wijering instapte, hadden zijn Amerikaanse compagnons al een eerste financieringsronde van een miljoen dollar achter de rug. Kort daarna kwam daar zes ton achteraan en in 2012 leverde een nieuw rondje langs investeerders nog eens vier miljoen dollar op. Wijering: „We bezitten als oprichters samen nog 30 procent van de aandelen. We hadden dat geld nodig om onze plannen te verwezenlijken en om sneller te kunnen groeien. Het gaat bijna volledig om private investeerders, die tussen de 50.000 en 100.000

dollar per persoon in Longtail Video hebben gestoken.” Het uiteindelijke doel is het bedrijf klaar te maken voor de verkoop. Dat moet over twee jaar gebeuren, zo is het plan. Daarom verhuizen Jeroen Wijering en zijn vrouw Barbara in april naar New York. Hij is sinds 2007 in Eindhoven blijven werken en wonen, waar Longtail Video in de voormalige Apparatenfabriek van Philips een nevenvestiging heeft. Wijering: „In New York werken we momenteel met 25 man en hier in Eindhoven zijn we met z'n zessen. Twee programmeurs verhuizen zeker mee naar de VS, die vinden het een spannend avontuur. De derde twijfelt nog en voor twee jongens is meeverhuizen geen optie.” De JW Player is wereldwijd al meer dan vijf miljoen keer gedownload. Longtail Video heeft volgens Wijering momenteel circa 100.000 betalende klanten. Die betalen, afhankelijk van hun

grootte, 100, 250 of 600 dollar per jaar voor de licentie van de JW Player. Jeroen Wijering besloot aanvankelijk dat met een eenmalige bijdrage kon worden volstaan, maar Longtail Video heeft er toch maar een jaarlijks terugkerende contributie voor gebruikers van gemaakt. Onder de klanten zijn prominente partijen als het Witte Huis, CNN, Harvard, Discovery en AT&T. „Vorig jaar hebben we ruim vijf miljoen dollar omzet gerealiseerd, het doel voor dit jaar is negen miljoen. Sinds twee jaar maken we winst. Nog maar 30 procent van onze inkomsten komt uit de JW Player, het meeste geld verdienen we met de waren die we daar aan hebben weten toe te voegen. Zoals statistieken die we er bij leveren en de software die daar weer bijhoort.” Verdere groei moet uit reclame op mobiele telefoons komen en - in de verdere toekomst - uit de integratie van televisie en internet. Wijering: „Adverteren op mobiele

telefoons staat nog in de kinderschoenen. Om reclamefilmpjes op het juiste formaat op je mobiel te kunnen afspelen, heb je specifieke software nodig en die zijn we nu aan het bouwen. En op den duur zullen televisie en internet worden geïntegreerd. Misschien komt Apple wel met een eerste internet-tv: een scherm waarop je tegelijkertijd kunt televisiekijken en met behulp van de afstandsbediening ook websites en apps kunt downloaden en kunt chatten.” Over twee of drie jaar denkt Wijering terug te zijn in Nederland. „Dan begin ik iets anders, ik weet alleen nog niet wat. Misschien iets met zonne-energie of zo.” Eerst moet hij nog woonruimte in Manhattan vinden. „Ik wil dicht bij mijn werk wonen, aan een auto heb je in New York niks. Je betaalt er wel 2.500 euro in de maand voor een hondenhok. En als jij nog een koper voor mijn Peugeot 107 weet, moet je me bellen.”



Jeroen Wijering: „Na de verkoop van Longtail kom ik terug. Dan ga ik iets met zonne-energie doen, of zo.”

FOTO Toin Damen

Van pompbediende in Losser tot IT-ondernemer in Manhattan

De wortels van Jeroen Wijering liggen in Losser. Hij groeide er op in wat hij zelf een 'gelukkig gezin' noemt. Vader Richard werkte tot voor kort als elektromonteur, moeder José werkt in de zorg en hij heeft een jonger zusje, Annabeth. Na de Mariaschool volgde hij het vwo aan het Carmel Lyceum in Oldenzaal. Hij had toen een bijbaantje als pompbediende bij Renault-dealer Brilman in Losser. Hij zwom op hoog niveau. „Ik heb tot mijn achttiende aan wedstrijdzwemmen gedaan. Eerst bij ZCL in Losser en later bij De Dinkel in Denekamp, omdat daar meer werd getraind dan in Losser. Rond mijn vijftiende ben ik in mijn leeftijdsklasse nog een paar keer Nederlands kampioen geweest op de wisselslag en op de schoolslag. Ik ben van dezelfde generatie als Joris Keizer, Marleen Veldhuis en Johan Kenkhuis, die ook bij De Dinkel zwommen en die later de Olympische Spelen hebben gehaald. Toen ik op mijn achttiende aan de UT technische natuurkunde ging studeren, ben ik gestopt. Ik miste het talent om de echte top te bereiken. Joris, Johan en Marleen waren een klasse

beter dan ik.” Eind jaren negentig studeerde hij twee jaar lang aan de universiteit. Hij had een studentenkamertje boven een cafetaria aan De Heurne in Enschede. Hij leerde er zichzelf programmeren en begon er met drie andere UT-studenten het bedrijfje Iris. „Met Iris bouwden we websites. Cinestar, de bioscoop die zich toen in Enschede op Go Planet vestigde, was één van onze eerste klanten. Ik werkte daar als filmoperator en had er via die weg contacten. Wij hebben hun eerste website gebouwd.” De studie aan de UT was geen doorslaand succes. „Ik was op een gegeven moment drukker met mijn bijbaantjes en met programmeren dan met mijn studie. Ik heb mijn propedeuse nog wel gehaald, maar vond technische natuurkunde toch te saai.” Na de zomervakantie van 2000 verhuisde Jeroen Wijering naar Eindhoven om daar aan de Design Academy, een hbo-opleiding te volgen. Tijdens die opleiding ontstond het idee voor de JW Player, die deel uitmaakt van het portfolio waarmee hij in 2006 afstudeerde.

Documentaire over JW Player op internet

Op de website Whoisjw.tv is sinds kort een 37 minuten durende documentaire over Jeroen Wijering en de geschiedenis van zijn JW Player te zien. De documentaire is gemaakt door productiebedrijf Picture This.tv. „We hebben hem voor eigen rekening en risico opgenomen in de verwachting dat we de documentaire aan één van de Nederlandse omroepen konden verkopen”, zegt producer Marco van der Ploeg (53). „We hebben besloten Jeroen Wijering een tijd lang te volgen in New York en in Nederland, omdat hij iets heeft gemaakt dat uniek is. Het is gewoon een mooi Nederlands succesverhaal.” Picture

This.tv investeerde volgens Van der Ploeg 'tussen de 50.000 en 75.000 euro' in de documentaire. Maar toen het productiebedrijf een paar maanden terug Nederlandse omroepen voor het eindresultaat probeerde te interesseren, was het resultaat nihil. „We vonden dat hij goed paste in een serie als *Tegenlicht* van de VPRO of in de programmering van RTL, maar niemand had interesse. Heel teleurstellend.” De makers besloten hun documentaire dan maar gratis online te zetten. „Dan verdienen we tenminste nog een beetje aan de reclame die er omheen staat. Als ie vaak genoeg bekeken wordt, tenminste.”