



Drie zenuwslopende weken

Lukt het de Bossche ondernemer Jonna Fassbender-van den Dungen de deal van haar leven te sluiten? Drie weken spreekt ze met Google, Amazon en Pinterest over haar uitvinding: een algoritme dat mode herkent. Een verslag in romanstijl.

Franka Rolvink Couzy

A

lles klopt als Jonna op woensdag 4 mei op een grijze designbank plaatsneemt in de lobby van internetbedrijf Pinterest en de hoge industriële ruimte bekijkt. De sfeer hier bevalt haar, totaal anders dan bij Google. Daar moet je zeven deuren door en heb je een pasje nodig als je naar het toilet moet. Of Facebook — dat is 'huge'. Zou ze daar kunnen werken? Dat is wat ze wil, hier gaan werken, aan de Amerikaanse westkust, in Silicon Valley. Bovendien kan ze dan de miljoenen die ze voor haar bedrijf vraagt zelf waar maken.

Bij Pinterest is alles anders. Dit is al de achtste keer dat ze zich hier in de hal heeft gemeld. De jongens aan de balie herkennen haar al. 'Hey, it's you again. How are you?' *Zoveel beter dan vorige week vrijdag.* Jonna is kalmer. De getekende 'non disclosure agreement', de NDA, met Pinterest is binnen. Het Amerikaanse internetbedrijf belooft hiermee niet met haar stijlsoftware aan de haal te gaan, het algoritme waarmee Pinterest miljarden moet kunnen verdienen. *Het staat zwart op wit: ze willen met mij verder, een negenendertigjarige vrouw uit Den Bosch. Yes!* Nu is het woensdag, tien minuten voor tien, 4 mei. Bij de balie giechelt een groep meiden. Skinny jeans, lange vesten en Michael Kors-handtassen. Ze ruikt hun parfum. Overduidelijk modebloggers, concludeert Jonna tevreden. *Uitgelaten dat ze hier zijn, bij Pinterest. Ze vinden het 'awesome'.* De meiden vallen op in het mannenbolwerk dat Silicon Valley is. Maar bij Pinterest passen ze perfect. Het bedrijf heeft iets met stijl en personalisatie. Daarom is Jonna drie weken hier: ze zoekt een koper voor haar bedrijf StyleScript, een koper die de infrastructuur bezit voor haar software. Ze kan het niet alleen. Maar het moet wel een koper zijn die haar passie deelt. En haar passie is persoonlijke stijl.

Bij Pinterest kunnen bezoekers foto's achterlaten en bekijken. Het bedrijf verkoopt er advertenties bij die aansluiten bij de interesse van de bezoeker. Maar waar de software van Pinterest nu alleen het verschil kan zien tussen een stoel en een jurk, kunnen de artificial-intelligenceoplossingen en 'style dictionary' van Jonna bepalen welke soort stijl die jurk heeft: modern, klassiek, noem maar op. Dat maakt haar bedrijf uniek. Maar voor hoe lang nog? Ze heeft haast. De kans is groot dat iemand anders met hetzelfde bezig is als zij. Jonna kijkt naar haar gelakte nagels. *Ze móeten perfect zijn, dat moet, dat moet.* Een haakje — dan moeten alle nagels over. Het moet. Net als de tekening die haar dochter van vier voor Moederdag heeft gemaakt, die móét ze in haar tas hebben. Precies om tien uur komt Michael Yamartino, hoofd commerciële zaken bij Pinterest en een van de eerste 25 werknemers van het bedrijf, haar afhalen. Hij heeft zijn collega Jen Chan erbij gehaald. Wat zouden ze van de data vinden die ze heeft aangeleverd? Daarmee moeten ze kunnen zien dat het algoritme werkt. Het universele stijlwoordenboek, het onder-

Lees verder op pagina 8

Vervolg van pagina 7

deel van de software dat de stijlen bepaalt, hebben ze niet gekregen. *O nee. Als ze dat hebben, ligt het goud op tafel. Het is tricky, wanneer geef je ze precies genoeg? Pinterest moet wel geïnteresseerd blijven.*

Ze lopen naar de glazen bespreekruimte, waar ze al vaker hebben gezeten. De eerste keer zelfs met medeoprichter Evan Sharp. Op Michaels scherm ziet ze haar Excel al klaarstaan. Ze zijn aangenaam verast, zegt hij. *Niets laten merken.* 'We zien dat jouw StyleScript die afbeeldingen van onze pins echt verrijkt', zegt Michael.

Natuurlijk werkt het.

Michael kijkt haar aan en zegt dat ze geloven in haar aanpak en persoonlijkheid. Dat ze graag samen willen bepalen wat de waarde van deze software is. Haar team hoort daar uiteraard bij. 'We kunnen net als bij andere bedrijven die we ook hebben overgenomen, zoals Kosei en VisualGraph, geweldige dingen samen doen', zegt Michael.

Dat woord 'ook'... Ze willen echt met me verder. Dit bewijst het. Dit moet ik onthouden. Als ik straks buiten ben, dan moet ik dit moment opschrijven.

Gelukkig praat Michael verder. Hij vraagt haar de voorwaarden van de LOI, de 'letter of intent', op te zetten, zodat ze nog voor haar vertrek naar Nederland naar een einddoel kunnen werken.

Wow. Het gaat echt gebeuren.

'Je hebt wel genoeg gereisd, zelfs toen je zeven maanden zwanger was', zegt Michael.

Wat aardig!

'Ik ga onze merge & acquisition man Kamran Ansari pingen, zodat we snel samen kunnen komen', vult hij aan.

'Ik ben nog met meer partijen in gesprek', zegt Jonna snel.

'Dat weet ik', zegt Michael. 'Wij leggen je geen regels op. Als het klikt, dan kom je toch wel bij ons.'

Jonna zucht van opluchting. Dit was wat ze wilde horen. Haar dertig minuten zijn voorbij. Michael belooft haar te mailen met een nieuwe afspraak.

Vrijdag 29 april



Logeeradres
24th Church
Street, San
Francisco

Hoe anders was het de vrijdagmiddag voor de afspraak met Pinterest. Het is 29 april. Jonna zit erdoorheen. Ze laat zich op het donkerblauwe logeerbed vallen. Druk op haar borst. *Rustig in- en uitademen nu.* Ze is hees door haar hoge ademhaling. *Wat is dit heftig.*

En dan te bedenken dat ze er pas een week op heeft zitten van de drie weken die ze in Silicon Valley moet doorstaan. Ze heeft Google en Pinterest gesproken. En Pinterest wil meer informatie over de werking van het algoritme. Alsof ze een stukje van haar willen. Hoe moet ze dat doen? En zouden ze wel een NDA tekenen? Anders geeft ze de data echt niet.

Rustig inademen. Kom op, Jon, dit mag je niet toelaten. Je bent nu zo dichtbij.

Gelukkig mag ze deze drie weken bij vriendin Marieke en haar vriend Maarten logeren in Noe Valley. Dat geeft in ieder geval meer rust dan in een hotel, en elke ochtend verse koffie. Het huis staat vol met design, beter kon het niet passen. En de geblindeerde zilveren bussen van Google en Apple stoppen hier op de hoek van 24th Church Street. Hier zou ze wel kunnen wonen, als haar bedrijf is verkocht. Maar dan wel met Roel, haar aanstaande, en de meisjes.

Marieke is zo goed voor haar. En ze heeft een goed netwerk vanuit haar trend-forecastingbureau Proef. Dankzij Marieke kon ze Joe Gebbia, een van de drie oprichters van Airbnb, vertellen over StyleScript. Zo te gek, Pinterest, Google, Airbnb, hoeveel bedrijven komen er nog

Noe Valley

Hier zou Jonna wel kunnen wonen, als ze haar bedrijf heeft verkocht. Maar dan wel met Roel en de meisjes



“

Rustig inademen. Kom op, Jon, dit mag je niet toelaten. Je bent nu zo dichtbij

meer op haar pad? Ze kan het niet geloven, die verkoop. Maar nu ze zo dichtbij is voelt het zo anders.

Haar adviseur, Wim Buitenhuis, had het al gezegd: ze happen niet meteen. Hierover moeten veel mensen besluiten. Wim is niet alleen haar adviseur, hij is ook haar buurman in Den Bosch. Ze heeft elke dag contact met hem, meer dan met Roel. Eind juni gaan ze trouwen.

Nu eerst die verkoop.

Weer die druk op haar borst. Het tijdsverschil is ook zo vervelend. In Nederland ligt iedereen nu te pitten. Naar buiten gaat ze ook niet, frisse lucht, een strakblauwe lucht, 25 graden. Ze kan toch niet van het weer gaan genieten terwijl Roel de kinderen thuis heeft? In de meivakantie, nota bene. Er is maar één doel en daarvoor is ze hier.

Jonna voelt tranen opkomen, heeft nog minder lucht. Ze pakt haar iPhone, klikt de opnameapp aan en begint te praten.

'Ik mis Roel en de meisjes. Ik vind het heel lastig. Soms vraag ik me af waarmee ik bezig ben. Ik heb hier zo hard voor gevochten. Roel en ik draaien tropenjaren. Dit houd ik niet lang meer vol.

Over twee weken ga ik terug naar huis en dan ga ik even alleen maar genieten van mijn gezin en de aanstaande bruiloft. Het goud zit thuis op de bank.'

Ze stopt de opname en laat haar tranen de vrije loop.

Tropenjaren

'Soms vraag ik me af waar ik mee bezig ben. Roel en ik draaien tropenjaren. Dit houd ik niet lang meer vol'

“

Mijn nagels móeten perfect zijn, dat moet, dat moet. Één haakje, en alles moet over

Woensdag 4 mei



Pinterest
808 Brannan
street, San
Francisco

Als Jonna na de afspraak bij Pinterest het kantoor uit loopt, pakt ze haar telefoon weer. Deze keer om een Uber op te roepen. 808 Brannan Street graag. Ze moet als een dolle naar Google in Mountain View. Daar heeft ze een derde gesprek met Ivy Ross, die zit nogal hoog in de boom. Ja, bij Google loopt het ook lekker. Toen ze vorige week wegging kreeg ze drie knuffels van Ivy. Waarom heeft ze überhaupt aan zichzelf getwijfeld?

Schrijven, ik moet het moment met Michael nog opschrijven. Jonna pakt haar notitieblok en een zwarte pen. Ze schrijft:

'Jon, je mag nooit blik in ogen Michael Yamartino vergeten, hoe hij geloof in sa-

Lees verder op pagina 10

Vervolg van pagina 9

menwerking uitsprak mbt visie, aanpak, persoon.’

In de taxi facetimet ze Roel. ‘Dag schat. Hoe is het gegaan?’ *Daar is haar kerel.*

‘We gaan een LOI opstellen.’ ‘Je hebt het!’

Ze ziet de glimlach op zijn gezicht. ‘Ik ben zo blij, Roel. Maar ik moet hem effe laten landen hoor. Een LOI is ook maar een papiertje, schat. Ik ben er nog niet.’

Met beide benen op de grond blijven staan, had Wim gezegd.

‘Je hebt gelijk’, zegt Roel. ‘Nu op naar Google, veel succes!’

Bij Google heeft Ivy engineer Jay Kothari erbij gevraagd. Hij wil meer weten. *Kom maar op.* Hoe meer vragen, hoe meer Jonna zich op haar gemak voelt. Maar als hij wil weten hoe het stijlwoordenboek en het algoritme in elkaar zitten, weigert ze. Dat gaat te ver.

‘Ik wil best meer vertellen, maar dan tekenen we eerst een NDA’, zegt Jonna. *Nu kan ik me veroorloven regels te stellen, zelfs bij Google.*

‘I know you’re not bullshitting us’, zegt Ivy.

In de Uber terug krijgt ze een mail met een vervolgafspraak.

Zondag 8 mei



Blue Bottle
18th street
San Francisco

Het is zondag, 8 mei, week twee is voorbij, nog een te gaan. Jonna stapt bij Maarten, de vriend van Marieke, in de Mini Cooper. Nu staat ze zichzelf toe te genieten. Even gas terug en geen afspraken vandaag.

Ze gaan koffiedrinken in Blue Bottle, een hippe tent aan 18th Street.

Ze rijden Church Street uit, 20th Street in. De weg loopt golvend naar beneden. Aan beide zijden staan prachtige victoriaanse huizen. *Stel je voor dat ik die kan betalen.*

Nog een paar dagen, voordat ze donderdag naar huis vliegt. Dagen vol met afspraken. Gap, Walmart, Facebook, Amazon, Google, Declara en natuurlijk Pinterest staan op de agenda. Nog beter: ze heeft een afspraak bij Apple. Niet deze week, maar op 29 juli, met Angela Ahrendts, de oud-Burberry-ceo. Dat was haar droom, nog meer dan met Pinterest wilde ze met Ahrendts praten. Met haar zet Apple écht in op stijl.

18th Street, hier is het.

Het is alsof Silicon Valley opeens over StyleScript heeft gehoord. Na al het harde werken. Wie had dat gedacht? Negen jaar geleden wilde ze een tool bouwen waarmee iemand echt persoonlijke advertenties op zijn scherm krijgt. Niet zoals Google het doet, bij elk zoekwoord een advertentie. Die aanpak van Google was juist de reden het anders te doen. Hier moesten haar marketing- en fashionachtergrond worden gekoppeld aan de digitale wereld. Ze moest er een techneut voor inhuren, maar kijk nu eens.

Wat voelt dit goed. Erkenning, voor mijn werk, mijn ondernemerschap. In Silicon Valley nog wel.

Ze lopen Blue Bottle binnen. Maarten schudt een man de hand.

Tool
De aanpak van Google – bij elk zoekwoord een advertentie – was juist de reden het anders te doen



Hoe werkt de software?

Wie op zijn iPad het vakantieadres van een vriend opzoekt, krijgt daarvanigheid twee weken lang advertenties op zijn scherm.

Wie een broek bestelt voor zijn bejaarde vader ondervindt hetzelfde euvel. Zoekmachines als Google, maar ook socialemediawebsites, koppelen je zoek- en klikresultaten aan adverte-

ties. Ze gaan ervan uit dat die zoekopdracht bij jou past en hopen verkoop te genereren. Maar naast omzet creëren ze vooral ergernis. De producten zijn vaak niet passend en het gevoel van stalken overheerst. Adblockers worden geïnstalleerd en houden wereldwijd \$ 41,4 mrd aan omzet tegen. StyleScript denkt dat te veranderen door ie-

dereen een pagina te geven waarop persoonlijke voorkeuren, winkelgedrag en stijl staan. Zodra bij, stel, Amazon een aankoop wordt gedaan, beslist de eigenaar van die pagina of deze voorkeuren mogen worden gedeeld. Intelligente software verfijnt vervolgens bij elke aankoop de stijl en er kunnen op de persoon gerichte aanbiedingen worden gedaan. Het doel

is een tevredener en betrokkener klant. Bedrijven als Pinterest, Apple, Google, Facebook en digitale winkelketens Zalando en Amazon zetten vol in op dit zogeheten ‘machine learning’. En omdat de software le- rend is lukt het ook hun advertenties persoonlijker te maken. Navraag leert echter dat Google stijl nog lastig vindt, vanwege het ‘subjectieve’.

‘Jonna, dit is Chace Damian’, zegt hij. ‘Chace doet marketing bij Apple.’

Zelfs op zondag ontmoet ik hier de mensen die ik nodig heb. Pitchen, Jon.

‘Wat leuk. Ik heb een afspraak met Angela Ahrendts.’

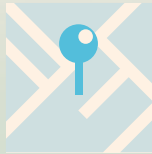
‘Hoe heb je dát voor elkaar gekregen?’

Dat is gewoon gelukt. Als je maar wilt. En mensen moeten in je geloven.

‘Zal ik deze week bij jou langskomen? Dan vertel ik je alles over mijn afspraak met Angela en over StyleScript.’

Chace nodigt haar uit nog deze woensdag naar het hoofdkantoor van Apple in Cupertino te komen. De perfecte voorbereiding op haar gesprek met Angela.

Donderdag 12 mei



Pinterest
808 Brannan street, San Francisco

Haar taxi arriveert bij 808 Brannan Street. Voor de negende keer verlaat Jonna het industriële pand van Pinterest. Het is donderdag, 12 mei. Over drie uur, om 14.00 uur, vertrekt haar vliegtuig naar Nederland. ‘Bye, see you soon’, zegt de jongen achter de balie.

Dit gesprek met Pinterest ging goed. Concreet werden ze nog niet, maar ze beloofden terug te komen op haar voorstel. Toch een waarbij ze miljarden aan StyleScript kunnen verdienen.

‘Luchthaven graag.’ Ze heeft nog een laatste belafpraak, met Amazon. Zij willen haar nog spreken voor ze het vliegtuig in stapte. Skype was echt de enige mogelijkheid.

11.00 uur. Daar is Brock Hayes, corporate development bij Amazon. Een kalende man vult het scherm van haar iPhone.

‘Hi Jonna. We zijn geïnteresseerd, dat weet je. Wat is je voorstel?’

Dat gaat lekker snel.

Jonna noemt een overnamebedrag van vele miljoenen.

‘Maar het gaat me vooral om wat jullie voor StyleScript kunnen doen’, zegt ze erachteraan. ‘Dit algoritme heeft veel potentie.’

‘We doen normaal niet zulke grote overnames’, zegt Brock.

Ze neemt de tijd, heeft ze zich voorgenomen. Er is zoveel interesse. Ze heeft iets bijzonders in handen, waar kennelijk nog niemand mee bezig is.

‘Denk erover na’, zegt Jonna luchtig. ‘Eind juli ben ik er weer.’


Brock knikt.

De volgende ochtend landt Jonna om negen uur op Schiphol. Roel en de meisjes wachten haar op. Ze rent naar ze toe. *Dit is het goud.*

Misschien moet ik het bedrijf toch niet verkopen, denkt ze als ze een Hello Kitty-ballon koopt met haar dochters. Misschien moet ik licenties uitgeven, aan retailers als Amazon, en het bedrijf zelf uitbouwen, met investeerders. Misschien moet ik juist nu met Apple verder.

Alles ligt open.

Overname
Ze heeft iets bijzonders in handen, waar kennelijk nog niemand mee bezig is

 **Franka Rolvink Couzy**
is redacteur van Het Financieele Dagblad.