

KLM
Nieuwe droombestemming:
hotspot Chengdu, China



UNILEVER
R&D-miljarden gaan
naar 'vitaliteit'

FRANKRIJK
Economie groeit dankzij
leven op de pof



FEM BUSINESS

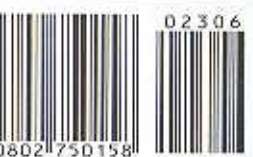
WWW.FEMBUSINESS.NL

10 JUNI 2006 / WEEK 23 / €3,50

GROEI

diamantjes

De 25 briljantste start-ups
van Nederland



02306

08021750158

iZingo

Wie: Ben van Dongen, Carl Harper en Gert Bos

Wat: wifi-netwerken

Sinds: 2004

Investeerdere: informals

Wifi-hotspots zijn gemeengoed, maar technicus Carl Harper en kroegbaas Gert Bos waren vorig jaar de eersten die Amsterdammers mobiel lieten bellen via hun wifi-net dat de gehele grachtengordel bestrijkt. Een abonnement bij iZingo (voorheen Amsterdam Hotspots) is ook een prima alternatief voor adsl. Het heeft hoofdbrekens gekost om de wifi-punten aan elkaar te knopen, maar nu kan iZingo voluit de markt op. Wifi-goeroe Ben van Dongen (ex-Picopoint, ex-W-Joy) kwam aan boord, en laat weten dat na onze hoofdstad exotischer oorden als Bar-

celona, Beiroet, Sarajevo en Boekarest een iZingo-netwerk krijgen. Nieuwe investeerders zouden die expansie kunnen versnellen. "Onze businesscase klopt en we komen er zeker uit. Maar we geven niet 90 procent weg voor 10 miljoen euro."

Lactive

Wie: Willem Fokkema, Herman de Boer en Alfred Nijkerk

Wat: speciale voeding uit melk

Sinds: 2003

Investeerdere: informal, LTO Noord en Flevoland

Lactive haalt uit koemelk eiwitten die de natuurlijke afweer bevorderen. Wat goed is voor de weerstand van een pasgeboren kalfje, werkt ook in speciale voeding voor bijvoorbeeld zuigelingen, is de gedachte. Dierproeven hebben dit al uitgewezen. Afgelopen sep-

tember haalde ceo Willem Fokkema 7 ton op bij externe investeerders. "Over drie jaar kunnen we een product markt-klaar hebben. Naarmate we de werking beter weten te onderbouwen, kunnen de claims scherper worden gesteld. Daar-in zijn de grote foodconcerns geïnteresseerd."

Liquavista

Wie: Rob Hayes, Johan Feenstra en Mark Gostick

Wat: displaytechniek

Sinds: 2006

Investeerdere: NVP

Welja, nóg een display-revolutie uit de keuken van Philips. Researcher Johan Feenstra en de zijnen kunnen een gekleurde vloeistof tussen plaatjes in elke mogelijke vorm dwingen. *Electrowetting* is de vinding gedoopt, en daarbij is stroom-



vetende achtergrondverlichting niet meer nodig. De beruchte 'inkijkhoek' is groter en de productie goedkoper dan die van led's. Volgend jaar gaat in China de eerste display van Liquavista in productie. In één kleur, maar op termijn kan Liquavista zelfs video aan. Met 10 miljoen dollar van Philips 'huis-vc' New Venture Partners is Liquavista in maart afgesplitst van Philips. "Klanten winnen, is niet eens de grootste uitdaging", zegt ceo Mark Gostick. "Het is veel moeilijker om producenten mee te krijgen."

OPALIO **Wie:** Rik Wagter **Wat:** elektronische buitenreclame **Sinds:** 2005 **Werknemers:** geen



Rik Wagter (l) en Paul Kleynveld

The Outernet is het gedoopt, en *The Economist* tippte het nietige Opalio als partij om in de gaten te houden tijdens de nieuwste technologische revolutie. Naarmate elektronische schermen platter, groter en zelfs buigzaam worden, zijn ze geschikt om in te zetten voor – interactieve – buitenreclame. Uiteindelijk wil Rik Wagter met Opalio actieve reclamedisplays in de vorm van vlaggen en banners brengen, maar zover is de technologie nog niet. "Wat we wel hebben, is een roadmap op weg ernaartoe, met producten die telkens de laatste technische ontwikkeling een impuls kunnen geven." Eind dit jaar trapt hij af met de SpinnXS, een draaiende, verticale windmolen met plat scherm. Daar zit al beweging in en een vorm die aandacht trekt. Bovendien, maar dat kunnen meer partijen, kan het zultje communiceren met voorbijgangers, mits zij een mobieltje bij zich dragen. Opalio is de afgelopen maanden aardig opgetuigd. Wagter trok twee ervaren managers aan, strikte onder anderen Wik Dik en Simon Jones, professor aan het Massachusetts Institute for Technology, voor zijn adviesraad en heeft verschillende patenten. Opalio onderhoudt nauwe banden met schermenleveranciers en kennisinstututen die aan de displays werken. Ook bij de grote van de buitenreclame, J.C. Decaux en Viacom, kreeg hij een gewillig oor. Wagter zorgt zo dat hij op de eerste rang zit, zodra vindingen als het flexibele kleurenscherm productierijp zijn. Tot nu toe komt de financiering van informals: Wagter wil nog eens 6 à 7 ton bij ze ophalen. Venture capitalist (vc) wachten nog op bewijs, op omzet. Een goede vc is natuurlijk welkom, evenals een strategische investeerder uit de media- of communicatiewereld.