

‘We zijn een hechte groep mensen die mooie dingen maken’

INTERNETBUREAU Q42 IS IN HET JAAR 2000 OPGERICHT OM PROJECTEN UIT TE VOEREN MET BLIJVEND RESULTAAT ÉN OM SOFTWAREONTWIKKELAARS WERK TE BIEDEN DAT ZE ECHT LEUK VINDEN. MANAGING PARTNERS STEF BROOIJMANS EN CHRIS WAALBERG LEGGEN UIT HOE DEZE TWEELIEDIGE DOELSTELLING IN DE PRAKTIJK GESTALTE KRIJGT.

CHRIS WAALBERG EN STEF BROOIJMANS



Stef Brooijmans maakte ruim tien jaar geleden de overstap van klantzijde naar Q42. Chris Waalberg begon veertien jaar geleden als stagiair en is nooit meer weggegaan. “Toen ik erbij kwam, waren we met zijn zevenen”, zegt Waalberg lachend. “Inmiddels werken we met tachtig man, maar die vertrouwde sfeer is er nog steeds. We zijn een hechte groep mensen die mooie dingen maken. De rode draad in alles wat we doen is dat we de eindgebruiker heilig verklaren en alle processen daarop inrichten. Die combinatie van techniek en interactie met de eindgebruiker noemen we ‘interaction engineering’. Daarbij richten we ons op productontwikkeling. Dáár zit onze passie en expertise. We maken liefst geen website óver een product, maar het product zélf.”

Een voorbeeld van waar je Q42 voor wakker kunt bellen, is wat Brooijmans betreft de samenwerking met de start-up Primephonic, de Spotify voor klassieke muziek. Q42 ontwikkelt de back-end, de webplayer en de apps voor de streamingdienst. “Kijk, websites en apps hebben een beperkte houdbaarheid. Wij willen juist dingen maken die blijvend resultaat hebben. Een mooi voorbeeld is ook Hack The Planet: we maken de wereld een betere plek door maatschappelijke problemen te benaderen met pragmatische en onconventionele technologie. Dat begon met de Skyhawq, het autonome lichtgewicht zweefvliegtuigje waarmee Greenpeace de illegale houtkap in Indonesië in de gaten kon houden. Inmiddels omvat Hack The Planet uiteenlopende programma’s.”

RIJKSSTUDIO

De grootte van projecten varieert van jarenlange partnerships, zoals met Philips Hue en de Nederlandse Loterij, tot wat ze bij Q42

jumpstarts noemen. “Dat zijn korte sprints van één of twee weken”, legt Waalberg uit, “waarin we een werkend prototype maken om een strategisch idee te valideren en daarmee innovatie te versnellen. Jumpstarts doen we vaak voor start-ups, maar ook voor corporates als KLM en PostNL en voor musea.”

Met het Rijksmuseum werkt Q42 al sinds 2003 samen. Waalberg: “Bij het bouwen van de website hebben we veel profijt gehad van de door ons ontwikkelde dienst Micrio. Hiermee kunnen extreem hi-res afbeeldingen van onder andere kunstwerken makkelijk online gepresenteerd worden. Onze eigen producten en de projecten van klanten versterken elkaar dus.”

Samen met designbureau Fabrique heeft Q42 voor het Rijksmuseum de Rijksstudio gebouwd, waarmee bezoekers ‘eigen’ collecties kunnen samenstellen, die eveneens doorzoekbaar zijn. Toen de nieuwe versie van de website live ging, steeg de online bezoekduur naar twintig minuten. Brooijmans: “Rijksstudio kon er alleen komen doordat de museumdirectie het aandurfde om de collectie in hoge resolutie toegankelijk te maken.”

VENTURES

Ook Marvy, waarmee je snel een voice-app kunt ontwikkelen, ontstond tijdens een project. “Twee Q’ers die voice assistants voor onder andere Talpa, PostNL en Mediamarkt ontwikkelden, merkten dat het door gebrek aan prototypetools voor voice noodzakelijk was om de apps helemaal uit te bouwen om een conversatieflow te valideren”, legt Waalberg uit. “Dat moest makkelijker kunnen, dachten ze, en goedkoper. Resultaat: de nieuwe dienst Marvy. Zo kan werk voor een klant uitmonden in zogeheten ventures die op hun beurt projecten weer verder helpen.” Brooijmans: “Ventures zijn een bedrijfsmodel waarin we Q’ers met ondernemersgeest kunnen ondersteunen om hun idee te ontplooiën en tot een succes te maken. Een start-up, label of product waarvan een Q’er vindt dat het er móet zijn. Het model is organisch gegroeid en past op een A4’tje. Het is een vorm waar Q’ers echt op aangaan.”

TAAKGEDREVEN

Dat Q’ers ‘ergens op aangaan’ is de tweede pijler van de bedrijfscultuur. Dat begint al met de keuze van projecten, vertelt Waalberg.

“Nieuwe opdrachten bespreken we in de hele groep. Als er dan mensen graag mee aan de slag willen gaan, weten we dat we een team hebben klaarstaan dat écht gaat verbazen.” Daarnaast krijgen Q’ers alle vrijheid om zelfstandig naar oplossingen te zoeken, aldus Brooijmans. “Dat kan bijvoorbeeld iets zijn wat volgens hen in een project ontbreekt. Die energie is permanent voelbaar. Onze Q University biedt daarbij mogelijkheden om nieuwe dingen te leren en onderling kennis te delen.” Ook kenmerkend is dat programmeurs zelf zaken als planning, financiën of het schoonmaken van de koffiemachine oppakken, vindt Waalberg. “Daar kun je mensen voor aannemen, maar Q’ers doen dat zelf. Daarmee blijft onze organisatie plat. Die werkwijze past ook goed bij hoe we klanten helpen. Behalve over programmeren denken we mee over zaken als productstrategie, toegankelijkheid en data-driven productontwikkeling.”

GLIJBaan

Om Q42 naar de Q’ers toe te brengen, is begin 2013 het kantoor in Amsterdam opengegaan, vertelt Brooijmans. “Dat maakt de planning wel uitdagender, maar het scheelt reistijd.” Binnen Den Haag is Q42 driekwart jaar geleden verhuisd naar de Binckhorst. Er is een duidelijke scheiding aangebracht tussen werken boven en ontspannen beneden, met een eethoek, banken en een goed uitgeruste bar. “En die glijbaan die we in Amsterdam hebben, die hebben wij hier nu ook”, zegt Waalberg enthousiast.



* THEMA'S

INNOVATIE

GEbruIKSVRIENDELIJKHEID

PRODUCTONTWIKKELING

PROJECTMANAGEMENT

PERSONEELSBELEID

‘We willen een kras op de planeet zetten’