

# Het Davi-Duo spreekt



**D**avid Brons (32) en Rogier Avis (37), beiden zijn directeur en eigenaar van Davilex, hebben twee kinderen en- Daar houdt de vergelijking eigenlijk op. Dat de boomlange Avis en de wat jongensachtige Brons een duo vormen, mag een klein wonder heten. Met de consumententitels van Davilex veroverden ze echter een leidende positie op de Nederlandse markt, plannen voor een invasie van de rest van Europa liggen gereed. Een gesprek met twee heel verschillende personen, die over veel zaken verbazingwekkend hetzelfde denken.

## Taakverdeling

De taakomschrijving van het tweetal wordt niet direct duidelijk. Brons geeft een voorzet: 'Rogier doet meer interne zaken, ik de externe.' Avis pareert: 'Maar ik ben geen wurm die alleen binnen zit, ik doe ook externe zaken.' Een tweede poging, Avis: 'Ik kijk naar de langere ter-

mijn, David is meer actiegericht. Ik voel me een beetje een dirigent, terwijl David wil scoren.' De onderlinge discussie wordt nog even voortgezet, maar de conclusie luidt uiteindelijk: Avis legt de fundamenten, Brons maakt de zaken af.

In 1987 richtte David Brons een softwarebedrijfje op: Davilex. Succes had hij meteen met een beursprogramma, origineel 'Het Beursprogramma' genaamd. Een van de volgende projecten bracht hem samen met Rogier Avis: Davidos, een programma dat MS-Dos gebruiksvriendelijker moest maken. Avis zag de advertentie staan en bekeek het programma: 'Dat vond ik zo beroerd. Dat konden wij beter.' Avis had zelf immers ook een softwarebedrijfje. Hij benaderde Brons met het aanbod het pakket te verbeteren. 'Wij konden in twee weken een nieuw product afleveren.' Brons: 'Hoho, minstens een maand hoor. Zo simpel was het nu ook weer niet.' Hoe dan ook, de samenwerking was geboren.

**'als je echt groot wilt worden, maak je alleen nog maar AAA-titels'**

Brons: 'In het begin werkte ik nog met verschillende groepen studenten, maar op den duur alleen nog maar met Rogier. In 1989 zijn we naar Maarssen verhuisd. In 1994 hebben we de twee bedrijven echt samengevoegd tot één BV, maar in de praktijk was er al langer sprake van één bedrijf.'

## Massamarkt

Voor 1994 had Davilex al een reeks redelijk succesvolle titels op de markt gezet. Naast Het Beursprogramma en Davidos ook DaviAccount en DaviList. Van die titels verkocht het bedrijf tussen de 5 en 10 duizend exemplaren, in een tijd dat de PC nog nauwelijks tot de huiskamer was doorgedrongen. Avis: 'Dat was ook een beetje het probleem. Er was toen nog geen echte PC consumentenmarkt. Maar

toen die in 1994 wel van de grond kwam, doken veel bedrijven er bovenop. Wij hadden echter een voorsprong, alles dat de nieuwkomers moesten opzetten, hadden wij al. Daarvan hebben wij maximaal geprofiteerd.'

Vanaf dat moment verdubbelde de omzet bijna jaarlijks, momenteel bedraagt die vele tientallen miljoenen gulden. De groei van de markt was voor Davilex reden om de strategie te herzien. Brons: 'In onze catalogus stonden toen 25 titels. We dachten: als je echt groot wilt worden, maak je alleen nog maar AAA-titels. Het eerste programma dat we met die gedachte produceerden was DaviCash. Het draaide onder Windows en we deden aan productgerichte marketing. Niet twintig titels in één advertentie, alleen DaviCash.' Avis: 'Wij zijn toen zeg

maar opnieuw begonnen. leuke, aanvullende producten, maar stuk voor stuk hits. Zelfs aan Davilex, steen voor steen.

Naast de massaconsumentenmarkt ontgon Davilex een nieuw gebied: 'massa-ondernemers'. Brons: 'De behoefte aan retailsoftware nu ook de winkel binnen halen. Avis is dit een belangrijk gebied van zakelijke software (een van de grootste bestaande marktseiders, red.)'

Davilex werkt volgens een strategie die het bedrijf zelf omschrijft: 'produceren voor de massa, distribueren voor een betaalde massa'. Gedachte werd ook losgelaten met als resultaat A2 Racer, een game die er waren richtte op de hardcore gamers, maar ook de massa. Avis: 'A2 Racer is de man van een jaar of de jaren en een baan die erin racen.' En misschien is dat de verklaring voor het succes van het spel. De consumenten bleven immers vernietigend in hun recensies, consumenten zelf kochten de game in. In drie jaar ging de verkoop van A2 Racer over de toonbank. Volgens Brons zijn er inmiddels 80 duizend exemplaren verkocht.

## Ambitieuze

A2 Racer was ook Davilex' grootste succes. In Duitsland. Onder de naam Raser, mochten de Duitse



# ekkt



## den AAA-titels'

94 wel van de grond kwam, bedrijven er bovenop. Wij r een voorsprong, alles dat mers moesten opzetten, Daarvan hebben wij maxi- eerd.'

moment verdubbelde de a jaarlijks, momenteel vele tientallen miljoenen roei van de markt was voor om de strategie te herzien. ze catalogus stonden toen dachten: als je echt groot maak je alleen nog maar t eerste programma dat we achte produceerden was draaide onder Windows en n productgerichte marke- tig titels in één advertentie, sh.' Avis: 'Wij zijn toen zeg

maar opnieuw begonnen. Niet slechts leuke, aanvullende producten maken, maar stuk voor stuk hits. Zo bouwden we aan Davilex, steen voor steen.'

Naast de massaconsumentenmarkt, ontgon Davilex een nieuwe: die van de 'massa-ondernemers'. Brons: 'Ook ondernemers, vooral de kleinere, hebben behoefte aan retailsoftware. Zij kunnen nu ook de winkel binnenlopen en een pakket van de plank pakken.' Volgens Avis is dit een belangrijke markt voor Davilex: 'Wij maken meer winst op het gebied van zakelijke software dan Unit4 (een van de grootste bedrijfsautomatiseerders, red.).'

Davilex werkt volgens een vaste formule die het bedrijf zelf omschrijft als: produceren voor de massamarkt, kwaliteit leveren voor een betaalbare prijs. Die gedachte werd ook losgelaten op games, met als resultaat A2 Racer. Brons: 'De games die er waren richtten zich alleen op de hardcore gamers, niet op de massa.' Avis: 'A2 Racer is een spel voor de man van een jaar of dertig, met kinderen en een baan die even snel wil racen.' En misschien is dat ook wel de verklaring voor het succes van het race-spel. De consumentenbladen waren immers vernietigend in hun oordeel, de consumenten zelf kochten het spel de charts in. In drie jaar gingen er volgens Avis zo'n 150 duizend exemplaren van A2 Racer over de toonbank, van het vervolg zijn er inmiddels 80 duizend verkocht.

### Ambitieuus

A2 Racer was ook Davilex' eerste avontuur in Duitsland. Onder de titel Autobahn Racer, mochten de Duitsers hun eigen

snelwegen onveilig maken. Infogrames brengt het spel in september in de UK op de markt onder de titel M25. Wat betreft marketing gaat Davilex over de grenzen er net zo hard tegenaan als in Nederland. Maar Duitsland en Engeland zijn iets groter dan Nederland. Avis: 'We kunnen het daar natuurlijk niet zo dichttimmeren als hier. Daarom hebben we ook goede partners nodig.' Brons: 'Het voordeel in Nederland is onze naamsbekendheid. Hier kunnen we puur op onze naam verkopen.' Avis: 'In Duitsland kent de tussenhandel ons nu wel.'

Davilex is ambitieus. In een videofilm die het duo voor intern gebruik liet maken, zegt Avis dat het bedrijf over een paar jaar Europees marktleider wil zijn op het gebied van retailsoftware. Avis: 'Dat was vooral een intern statement. We kunnen gewoon een eind komen.' Brons: 'We zien een kans voor Davilex om in elk geval ook in Duitsland te slagen.'

De computerentertainmentwereld wordt nu gedomineerd door grote partijen. Is er in de ogen van de Davilex-directie nog ruimte voor kleintjes in de Benelux? Brons: 'Er zullen altijd niches blijven, maar een partij als Davilex zie ik niet meer ontstaan.' Avis vult aan: 'Wij hadden een grote voorsprong. Stel je voor dat iemand een idee heeft voor een cursus. Dan moet ie het hele traject vanaf het begin afleggen.' Brons: 'En dan ons nog verslaan.' Avis: 'Maar ja, dat is altijd mogelijk, kijk maar naar Netscape en Microsoft.'

Een directe concurrent kunnen ze niet aanwijzen. Brons: 'Het is meer concurrentie per product. Ons 3D-tuinprogramma, bijvoorbeeld, is heel consumentgericht. We hebben vooraf goed naar

bestaande producten bekeken, maar die waren erg freakerig.' Avis: 'De boekhoudpakketten van onze concurrenten zijn voor de boekhouder, die van ons voor de ondernemer.' Brons: 'Een product moet gewoon aan alle kanten kloppen. Het moet emoties opwekken. Wij maken software met emotie, waar veel pakketten toch vooral overheerst worden door technische aspecten.'

dit soort zaken. Een grote Duitse uitgever weigerde een advertentie op te nemen voor Autobahn Racer. De tekst 'Zonder regels genadeloos over de snelweg racen', kon volgens het Axel Springer Verlag niet door de beugel.

Een ander probleem waar Davilex mee te maken heeft is het fenomeen piraterij. DaviAdres is de eerste titel die het bedrijf heeft laten beveiligen. Verder is het duo

**'pas als we zeker weten dat we een hit hebben, gaan we ervoor'**

### Nieuwe plannen

Plannen voor nieuwe producten worden door de twee directeuren zelf gemaakt. Avis: 'Een concept kan soms jaren niet verder komen dan een plan. Pas als we allebei zeker weten dat we een hit te pakken hebben, gaan we ervoor. Dat gaat op basis van intuïtie.' Brons: 'We weten wat een goed product is, we zijn immers ook consument van onze eigen producten.' Avis: 'Ik heb mijn eigen tuin ontworpen in DaviTuin 3D.'

En mochten de twee ooit het gevoel verliezen, dan zijn er altijd nog de medewerkers. Avis: 'De productmanagers van tegenwoordig zijn erg mondig. We prediken ook wel anarchie van onderaf. Het maakt niet uit wie met het idee komt, maar wie het uitvoert.' Brons: 'Eerst is er een visie, en van daaruit ga je terug redeneren.' Avis: 'Dan ga je dat idee rationeel invullen. Je moet op je gevoel afgaan, maar soms moet je ook achter je spreadsheet. Je moet alles wel kunnen staven met cijfers. We spelen immers niet bedrijfje.'

De directie plant zo'n drie jaar vooruit. Een van de meest opvallende nieuwe projecten is AmsterDoom, een 3D-shooter die zich afspeelt in Amsterdam. Brons: 'Het wordt een spel voor de massa, we willen het succes van A2 Racer evenaren.' Een 3D-shooter, daarmee zal Davilex zich moeten mengen in de discussie over geweld en games. Avis: 'Die zullen we niet uit de weg gaan. Wij maken wel degelijk family-entertainment. In AmsterDoom zul je geen ledematen door de lucht zien vliegen. Ons verweer zal zijn dat we liever zien dat agressie op de computer wordt uitgeleefd, dan in werkelijkheid.'

Davilex heeft overigens al ervaring met

niet zo bang voor de schadelijke invloed van illegale kopieën. Avis: 'Natuurlijk lijden we er wel onder. Maar we hebben het voordeel dat we ons op de massa richten, daar is het gevaar toch minder dan bij full-priced games. We brengen trouwens geen beveiligingen aan die het de consument lastig maken. We veranderen liever de markt dan dat we ons druk maken over de negatieve aspecten.'

### Voor de kick

De motivatie voor hun werk haalt het duo niet uit het geld dat ze ermee verdienen. Ondernemer zijn, daar gaat het om. Avis: 'Het idee alleen al om ooit voor iemand te moeten werken, pff.' Brons: 'Het is de kick van iets bedenken, mensen gelukkig maken met een goed programma. De kindjes bijvoorbeeld, die brieven schrijven aan RedCat: 'Waarom maak je zoveel ruzie?'

Op de vraag welke uitspattingen de succesvolle ondernemers zich nu veroorloven, volgt een weinig spectaculair antwoord. Avis: 'We gebruiken het om Davilex nog groter te maken. We hebben nu genoeg om onze dromen uit te laten komen.'

En als iemand het duo nu eens een enorme berg geld biedt voor de zaak? Avis: 'Dan gaan we gezellig met hem een glaasje drinken.' Brons: '-en dan gaat ie weer naar huis. Ondernemen doe je voor de kick. Als je het alleen voor het geld doet is dat heel krampachtig.' Avis: 'Als je alles op alles zet om een miljoen te halen, dan houdt het toch op als je dat bereikt hebt.' **CTW**

**Matthijs Dierckx**

