



'WE WILLEN DE WERELD BETER ACHTERLATEN VOOR DE VOLGENDE GENERATIE'

INTERVIEW door Ben Kuipers en Eric van der Wal

TEKST Wilbert Geijtenbeek

In de markt voor online videoproducties en videomarketing is FreshTV een bekende naam. Nu oprichters Peter de Graaf en Suzan Abbas jonge ouders zijn, zien zij reden hun zakelijke koers te verleggen. Maar hun levensinstelling blijft dezelfde.

Hun onderneming is net van naam gewijzigd. Dat het een familiebedrijf – zo zien zij hun creatieve studio – betreft, wordt met de nieuwe naam Phil & Flo benadrukt. Phileine is de naam van hun dochter, Florian van hun zoon. Zelf runnen Peter en Suzan het bedrijf als stel. Het interview vindt vanwege de corona-epidemie digitaal plaats – De Graaf en Abbas zitten thuis achter de laptop.

Phil & Flo maakt animatie- en videofilms voor bedrijven en organisaties. Het is ontstaan uit de vraag naar videoproducties die De Graaf kreeg als cameraman, editor en oprichter van een online televisiezender. Ondernemingen weten sindsdien de weg naar de creatieve studio te vinden. De Graaf is bekend als initiatiefnemer van een nieuwe regionale omroep. In 2013 dong hij met zijn stichting Internet Radio Televisie Groningen mee naar de omroeplicentie van de provincie Groningen. Als jonge hond is hij vaak geïnterviewd over dit initiatief, waarmee hij de markt voor regionale televisie wilde openbreken. De aanbesteding wist hij niet te winnen, maar de marktstructuren van regionale omroepen zijn door zijn poging wel veranderd.

Zijn partner Suzan Abbas is compagnon bij Phil & Flo. Zij tempert De Graaf in zijn grillen, zo stelt hij. Een dubbelinterview over ondernemen met hart en hoofd.

Veel organisaties hebben in hun marketingbudgetten gesneden sinds de uitbraak van het coronavirus. Wat merkt u daarvan?

De Graaf: 'Maart vorig jaar vielen veel opdrachten weg. We hebben dan ook een NOW-uitkering aangevraagd om ontslagen te voorkomen. Wel hebben we veel freelance cameramensen, regisseurs en copywriters die we nu minder vaak inhuren. Corona was een bevestiging om nog meer te focussen op duurzame branches. We hebben elkaar om beurten uit de put gepraat.'

Hoe praten jullie elkaar uit de put?

De Graaf: 'Ik loop te mokken. Ik krijg de drang om mijn daadwerkelijke mening op het internet te plaatsen, wat ik beter niet moet doen. Welke mening? Nou, ik maak me druk om het feit dat het coronabeleid vanuit maar één visie lijkt te worden geleid. Suzan pept me dan weer op.'

Abbas: ‘Zo vullen we elkaar aan. En soms zit ik in een dip, en heb ik bemoediging van Peter nodig. Zo zijn we elkaars rechterhand. Toch zijn we blij ondernemer te zijn. We hebben zelf de touwtjes in handen, zijn niet afhankelijk, bepalen onze eigen koers. Toen de coronacrisis in maart 2020 uitbrak, spraken we twee dingen af. Elke prospect die zich meldt, moet klant worden. Dat is ons redelijk gelukt; bijna 90 procent van de aanvragen leidt tot een opdracht. Dat is onze mindset: als er één deur dichtgaat, gaat er een ander weer open.’

Bent u met die instelling opgegroeid?

Abbas: ‘Mijn moeder was docent, mijn vader ingenieur. Hij was wel een erg ondernemende ingenieur – in Irak schamen mensen zich om te zeggen dat ze ondernemer zijn. Een echt goede baan is daar werken bij de overheid. Van mijn ouders heb ik meegekregen dat het belangrijk is altijd je best te doen. Het is niet snel goed genoeg. Je moet weten: als kind moesten mijn ouders, mijn twee broers, mijn zus en ik vluchten uit Irak. Ik was tien jaar oud toen we in Nederland kwamen. Ik groeide op Ameland op. Daar hoorden we bij de eerste asielzoekers op het eiland. We voelden ons welkom, hoewel we later merkten dat veel bewoners vooraf doodsbang waren voor de komst van asielzoekers. Mijn moeder was trouwens ook bang – zij dacht dat we op een soort onbewoond eiland zouden worden gedropt. Toen we in december 1997 in Holwerd de boot zagen, merkten dat je er kon eten, dat het er gezellig was, viel die spanning weg. We hebben het goed gehad op Ameland.’

Welke levenslessen geeft u als kind van vluchtelingen in uw onderneming door?

Abbas: ‘Ik ben gezegend met waar ik nu ben. Ik heb veel meegekregen van mijn achtergrond. Eerlijk zijn zit bijvoorbeeld sterk in mijn cultuur. Ook in het bedrijf zeg ik graag wat ik ervan vind. Sommige medewerkers schrikken wel eens van hoe hard ik overkom. Ze ontdekken naderhand dat dat uit een goed hart komt. Die eerlijkheid geef ik graag door. Hoe klein we ook zijn als onderneming, zo kunnen we veel impact maken.’

De Graaf: ‘Mijn schoonfamilie komt uit het Koerdische deel van Irak. Suzans vader heeft daar weliswaar

gewerkt als ingenieur, maar hij dreef ook veel handel. Hij vertelde bijvoorbeeld eens hoe hij een partij medicijnen inkocht en die met een vrachtwagen vanuit Erbil naar Bagdad vervoerde. Die medicijnen kocht hij met dollars, die hij in zijn borstzakje had zitten. Als je in Irak met dollars werd opgepakt, werd je zeer streng gestraft. Bij een controle voelde een douanier in zijn binnenzakje. Mijn schoonvader gaf hem toen zijn calculator, die ook in dat binnenzakje zat. Zo kwam hij ermee weg. Hij waagde zijn leven voor zijn gezin. Dergelijke verhalen relativeren de problemen waar wij in de westerse wereld mee te maken hebben.’

Geen zorgeloze jeugd ...

Abbas: ‘Nee. Ik heb daarvan geleerd alle tijd in mijn leven te waarderen. Ik heb weinig tolerantie voor geklaag – daarmee verspil je kostbare minuten die je nooit meer terugkrijgt.’

De Graaf: ‘Mijn jeugd was wel zorgeloos. Ik wist al jong dat ik cameraman wilde worden. Ik ben na mijn opleiding aan de slag gegaan als freelance-cameraman en editor. Ik werkte bijvoorbeeld voor *RTL Boulevard*, voor *Idols*, voor *Undercover in Nederland*, het *NOS*

Journal ... Als twintiger al had ik alles bereikt wat ik wilde bereiken. Toen ik in 2009 merkte dat online video een hoge vlucht nam, wilde ik een televisiezender beginnen voor het internet. Zo richtte ik het huidige bedrijf op, met de naam FreshTV. We bouwden een online platform waarop we films hostten. Suzan en ik kenden elkaar toen pas net. Je moet je voorstellen dat YouTube toen nog niet massaal bekend was. We hadden in die periode al vrij snel duizenden kijkers, maar commercieel kregen we het niet rond. Het kostte me mijn spaargeld om het platform te draaien. Na een jaar kwamen de eerste bedrijven bij ons met verzoeken om korte video's, voor bedrijfspresentaties, uitlegfilmpjes en animaties te laten maken. Die vraag is daarna alleen maar gegroeid.’

U vroeg in 2013 een licentie aan voor de noordelijke regionale zender. Waarom?

De Graaf: ‘Ik zag een kans en greep die. Regionale zenders zijn een soort kleine Hilversumpjes. Als ca-

HOEZO AANKLOOIEN? WE ONDERNÉMEN

OVER PETER DE GRAAF

Naam: Peter de Graaf (1985)

Functie: Medeoprichter, Phil & Flo Creative Studio

Aantal jaren: 12 jaar, sinds de oprichting in 2009.

Opleiding: Fotonica, ROC Friese Poort, Drachten (afgestudeerd, 2005)

Eerdere functies:

2006 – 2012 Freelance mediaprofessional, cameraman en editor, onder meer voor landelijke en regionale omroepen

2012 - 2013 Oprichter, Stichting Internet Radio Televisie Groningen

OVER SUZAN ABBAS

Naam: Suzan Abbas (1986)

Functie: medeoprichter, Phil & Flo Creative Studio

Aantal jaren werkzaam: 7 jaar, sinds 2013

Opleiding: Bachelor Social Work, Hanzehogeschool Groningen (afgestudeerd in 2010), Master Orthopedagogiek, Rijksuniversiteit Groningen (afgestudeerd in 2017)

Eerdere functies:

2010 – 2016 Eigenaar, Keysense

Overige wetenswaardigheden:

Peter en Suzan zijn getrouwd en hebben twee kinderen, Phileine en Florian. Peters hobby's zijn biografieën lezen (die van Elon Musk en Stephen Hawking), koken en batterypacks maken. Suzans hobby's zijn lezen en de beste thuisjuf zijn voor Florian en Phileine.

meraman leerde ik het wereldje van Hilversum goed kennen. De publieke omroepen zijn logge monsters, waar heel veel mensen werken. Hun omvang staat niet in verhouding tot hun prestatie. Met een handjevol freelancers kunnen wij zo twintig minuten hoogwaardige televisie maken. Dus toen ik erachter kwam dat de licenties van regionale omroepen elke vijf jaar middels een aanbesteding worden vergeven, wilde ik de

OVER PHIL & FLO CREATIVE STUDIO

Opgericht in: 2009 onder de naam FreshTV

Aantal medewerkers: circa 10 fte

Gemiddelde omzet: € 1,0 miljoen

Gevestigd in: Groningen

concurrentie wel aangaan. Met onze aanvraag wilden we RTV Noord van de troon stoten en een nieuwe zender introduceren. Dat initiatief is mislukt, maar heeft in de regionale televisie- en radiowereld veel tweeweg gebracht. In 2013 zouden wij er als nieuwe omroep niet tussen hebben kunnen komen, want de regionale omroep moest wettelijk verplicht zaken doen met partijen waar RTV Noord zelf aandeelhouder van was. Die mediawetgeving is als gevolg van onze deelname aan de aanbesteding veranderd.'

U was toen 24 jaar oud. Hoe serieus werd u als kanshebber genomen?

De Graaf: 'Ik werd door de medewerkers meer serieus genomen dan ik zelf had verwacht. Als freelancer had ik jarenlang bij RTV Noord gewerkt. Verrassend veel mensen lieten me weten dat als we de aanbesteding zouden winnen, dat ze voor ons wilden werken. Ik kreeg veel interviewverzoeken – eentje zelfs van RTV Noord. De cameraploeg vroeg mij nog heel vriendelijk of hun camera wel goed stond ingesteld.'

Hoe serieus nam u zichzelf?

De Graaf: 'Ik hing niet aan de uitkomst vast. Ik wilde weten hoe ver ik kon komen. Ik houd er wel van tegen iets op te boksen. Ik werd veel geïnterviewd en in die interviews deed ik er soms lacherig over. Dat is iets wat Suzan me heeft afgeleerd.'

Abbas: 'Ja, je moet jezelf serieus nemen. Durf het aan te gaan. Soms maak je een misser, dan sta je weer op en praat je jezelf moed in. Niet opgeven. Ik denk graag zwart-wit. Ik accepteer geen nee. In het leven niet, en op het werk ook niet. Als je iets wil, en je krijgt een nee te horen, dan zijn wij altijd geneigd om de weg naar de ja te zoeken. Beren op de weg? Die schuiven we van de weg af. Zo doen we het ook als ondernemers – we doen graag nieuwe dingen, dingen die we nog nooit gedaan hebben.'

Waar komt dat optimisme vandaan?

De Graaf: 'Wij zijn nooit in loondienst geweest. Wij weten niet wat een loonstrookje is. We zijn anders geprogrammeerd. Ik klooi al jaren maar wat aan.'

Abbas: 'Je klooit niet aan, je onderneemt.'

De Graaf: 'Nou, in zekere zin klooit iedereen maar wat aan in zijn leven. Hoe succesvol je daarmee bent, ligt aan je focus: ben je gericht je op problemen of op de oplossingen? We kunnen allebei een ijsalon zien, die gratis ijsjes uitdeelt, maar de ene persoon ziet een kans op een gratis ijsje, de andere persoon ziet de drempel van een lange rij wachtenden. Zolang je focust op de belemmeringen, zul je nooit dat gratis ijsje krijgen. Wat mij betreft zitten we altijd tegen een plafond aan. En dan is het zo: we doen het gewoon. En dan blijkt dat het gewoon kan. En nogmaals: dat is wat ondernemers anders maakt. Ondernemers snappen dat.'

Abbas: 'Ik kan kritisch zijn, maar neem ook bij tegenslagen geen genoegen met een nee. Dat heb ik de afgelopen jaren echt geleerd: dat hoe meer kansen je creëert, hoe meer successen je behaalt. Ik denk dus altijd in oplossingen. Wat nu niet kan, kan straks misschien wel, dus laten we vooral proberen iets te leren.'

WE WILLEN ALLE TIJD IN ONS LEVEN WAARDEREN

Welke impact heeft die persoonlijke visie op uw team?

Abbas: 'Als ondernemer willen we ons bedrijf zien groeien. Dat kan alleen met ons team. Want alleen kun je prima snelheid maken, maar samen kom je nu eenmaal verder. Je werk is slechts een deel van je leven, maar wel een belangrijk deel. Het zou zonde zijn als je je op je werk ongelukkig voelt. Daarom stimuleren we persoonlijke groei bij onze medewerkers. Als zij zich gelukkig voelen, dan heeft dat direct impact op het gehele team en de prestaties. Ik ben trots op mijn team. Zij zetten zich echt in voor het bedrijf. We nemen hen mee in bijna alle belangrijke beslissingen. Zij staan aan de basis van onze groei als bedrijf, zij vormen nu de kern die het familiegevoel kan doorgeven aan toekomstige medewerkers. Het is prachtig om te zien hoe zij daarin groeien, en wij ook.'

De Graaf: 'Dat heeft veel invloed. We hebben ons bedrijf zelfs naar onze kinderen vernoemd. Nadat we onze zoon, Florian, kregen, zijn mijn emoties enorm

veranderd. Mijn blik is sindsdien gericht op de groei in mijn kinderen. Als je kinderen krijgt, groei je ook als mens. Sinds ik vader ben, werk ik alleen nog maar van 9.00 tot 17.00 uur. Dat klinkt tegenstrijdig, maar door meer te delegeren, ben ik productiever. We vragen onze medewerkers dan ook om niet hun zakelijke e-mailaccount op hun telefoon te installeren. En om hun nulzesnummer niet aan klanten te geven. Want klanten houden zich niet aan kantoortijden. Het is heel gezond om je in je vrije tijd niet met het bedrijf bezig te houden. Inmiddels weten klanten dat je na vijven en in het weekend niemand meer kunt bereiken, maar dat dit juist betere kwaliteit oplevert. We zijn daar geen klant door verloren – integendeel, we zijn alleen maar gegroeid. Dat kan natuurlijk alleen met het juiste verwachtingsmanagement.'

Hoe heeft u de focus op klanten vormgegeven?

De Graaf: 'We werken bijvoorbeeld sinds enkele jaren principieel niet meer voor klimaat-verwoestende bedrijven. Medewerkers hoeven zich bij ons niet in te spannen voor bedrijven of politieke partijen waar ze niet achter staan. Dus werken we niet voor oliegi-ganten, tabaksproducenten of vervu-lende chemiebedrijven. We onderzoeken dat zelf. Zo hadden we een prospect over de vloer die piepschuim voor de opslag van vis bepleitte – en daar een animatie over wilde maken. Piepschuim als verpakking zou volgens hem duurzamer zijn dan papier. Ik kon echter geen bewijs vinden dat dat ook echt zo is. Die opdracht hebben we dus afgeslagen.'

Abbas: 'We focussen op zes branches die impact hebben op het verbeteren van de wereld voor de volgende generaties. Die sectoren – het lijstje hebben we samen met onze medewerkers opgesteld – zijn het onderwijs, de zorg, duurzame energie, eerlijke voedingsmiddelen, innovatieve technologie en goede doelen. Voor klanten in die sectoren brengen we de wereld van morgen in beeld. Zo maken we bijvoorbeeld interactieve video's voor scholen, die nu geen open dag kunnen houden. Met deze video's kan de kijker zelf kiezen in welke lessen hij of zij zich wil verdiepen. Deze films worden zeer hoog gewaardeerd, door zowel ouders als leerlingen.'

Waar staat Phil & Flo over tien jaar?

De Graaf: 'Dan hebben we honderd man in dienst en draaien we een omzet van 10 miljoen euro. We hebben onlangs een hernieuwd routeplan opgesteld voor de groei van ons bedrijf. Het mooie is: als digitale studio hebben wij onze ontwikkeling goed in analysesystemen bijgehouden. We weten bijvoorbeeld op welk deel van onze advertenties wordt doorgedrukt. We hebben daarom goed in kaart hoe ons bedrijf er over tien jaar uitziet. We willen dan een mooi kantoor met een eigen filmstudio hebben, waarin we de mooiste videoproductions en animatiefilms kunnen maken voor de leukste Europese klanten.'

Abbas: 'En we zijn dan de leukste werkgever van Nederland met een vierdaagse werkweek. Daar lopen we nog het meest warm voor. We willen de wereld beter achterlaten voor de volgende generatie, voor onze kinderen. Daarom hebben we ons bedrijf Phil & Flo genoemd.'