

Markten

Bel 20
4.060,20

+0,52%

Euro Stoxx 50
4.129,25

+0,21%

Dow Jones
35.462,78

+1,06%

Euro in dollar
1,1419

-0,20%

Rend. olo 10 Jaar
0,65%

+5 basisptn

Goud \$/ounce
1.813,55

+0,49%

Van bijna failliet naar monstergroei: 'Corona heeft alles enorm versneld'

De Antwerpse oordopjesmaker Loop heeft er twee dolle jaren op zitten. Aan het begin van de coronacrisis ging de start-up ei zo na over de kop, om enkele maanden later uit zijn voegen te barsten. 'Zoveel mensen beseffen niet dat hun problemen het gevolg zijn van lawaai.'

WIM DE PRETER

Oordopjes als fashion statement? Het klinkt misschien vreemd, maar als banale gebruiksvoorwerpen als koptelefoons of ski-helmen hip kunnen zijn, waarom dan geen oordopjes? Al vijf jaar zijn de Antwerpenaars Maarten Bodewes en Dimitri O op een missie om te bewijzen dat het kan. De coronacrisis zette hen, tegen alle verwachtingen in, op de juiste weg.

De twee vrienden, die elkaar al kennen van op de schoolbanken, droomden er al langer van een bedrijfje op te richten. Toen ze tijdens een van hun vele feestjes gehoorschade opliepen en op zoek gingen naar trendy oordopjes, vonden ze niets waarmee ze zich publiek durfden te vertonen. 'Het is moeilijk iemand te verleiden als je rondloopt met twee fluo 'tjopen' in je oren.'

Gehoorgang

Het idee voor Loop was geboren. De naam van het bedrijf verwijst naar de kenmerkende ringvorm van de oordopjes, die bedoeld is om de functie van de gehoorgang na te bootsen. Het idee achter de dopjes is dat ze niet alle geluid blokkeren, maar wel het geluidsniveau verminderen zonder kwaliteitsverlies. Het duo maakte de dopjes in trendy kleurtjes en mikte resoluut op een publiek van concertgangers en feestbeesten, zoals zichzelf.

De Belgische uitvinding sloeg aan. In 2019 kreeg Loop een positieve recensie in de Amerikaanse krant The New York Times en kwam de verkoop op gang. De oprichters trokken twee keer naar de techbeurs CES in Las Vegas. Zowel de Amerikaanse drogisterijketen CVS als de Europese elektronica keten Media Markt nam de dopjes op in haar assortiment. Een omzet van 5 miljoen euro in 2020 leek binnen bereik.

100

In twee jaar tijd wil Loop van 5 naar 100 werknemers groeien.

En toen kwam Covid-19. 'Plots waren er geen concerten en feesten meer. Onze winkelkanalen gingen dicht, en Amazon.com verkocht enkele maanden lang alleen nog essentiële items. We hadden alleen nog onze eigen webshop. De verkoop kelderde van 100.000 naar 30.000 euro per maand.'

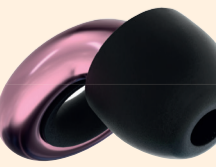
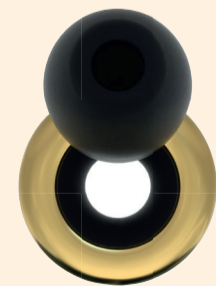
Terwijl het schrikbeeld van een lege kassa opdoemde, gingen O en Bodewes op zoek naar alternatieve markten voor hun product. 'We zijn zowel bij onszelf als bij onze klanten nagegaan hoe ze onze oordopjes gebruikten. Al snel werd duidelijk

Toen we financiering kregen, hadden we nog voor drie dagen geld.

Dimitri O
Medeoprichter
Loop



Maarten Bodewes en Dimitri O, de oprichters van Loop. 'Met twee fluo 'tjopen' in je oren ga je niemand verleiden.' RV



De oordopjes van Loop.

dat ze voor velen een middel zijn om beter te focussen, bijvoorbeeld om thuis te werken met jonge kinderen. We ontdekten ook dat er vraag was naar verbeterde oordopjes om te slapen. Voor die markt hebben we een nieuw type ontwikkeld, de Quiet. Ze dempen tot 27 decibel en zijn gemaakt van afwasbare siliconen.'

Geldschieters

Een geluk bij een ongeluk was dat Loop al vergevorderde gesprekken had lopen met geldschieters, waaronder het Akiles-fonds van Immoweb-oprichter Christophe Rousseaux. 'Zij oordeelden dat de coronacrisis de waarde van ons product niet had aangetast en waren overtuigd van de nieuwe toepassingen. In juli 2020 hebben we onze financiering gekregen. We hadden toen nog geld voor drie dagen', vertelt O.

Enkele weken na die bijna-doodervaring werd duidelijk dat Loop de juiste keuzes had gemaakt. Eind 2020 verbrandde het bedrijf geen cash meer. In 2021 vervoldigde de omzet naar ruim 12 miljoen euro en mocht Loop 2 miljoen euro nettowinst in de boeken schrijven. De dopjes, die verkocht worden in drie varianten en vier maten, hebben al bijna een half miljoen gebruikers gevonden in alle delen van de wereld. Op het Amazon-platform klommen ze op tot het populairste product in

De essentie

- > Loop, dat trendy en kwalitatieve oordopjes maakt, verloor door de coronacrisis het grootste deel van zijn afzetmarkt.
- > Het Antwerpse bedrijf maakte razendsnel de switch naar alternatieve markten voor zijn product en groeit nu nog harder dan tevoren.
- > Vijf jaar na de start hoopt de scale-up op een omzet van 50 miljoen euro uit te komen.

zijn categorie. Alle verkoop gebeurt nu online, telkens voor de helft via Amazon en de eigen website.

Hoofdpijn

Dit jaar hopen de oprichters naar een omzet van 50 miljoen euro te groeien en 2 miljoen mensen te overtuigen. 'Oordopjes hebben een reputatieprobleem: men wil er niet mee gezien worden. Dat willen we doorbreken. Zoveel mensen beseffen

nog niet dat problemen als hoofdpijn of vermoeidheid het gevolg zijn van lawaai-ervuiling.'

Medewerkers vinden om die groei te ondersteunen is de grootste uitdaging. 'We zijn in een jaar van 5 naar 25 werknemers gegaan en willen er over een jaar minstens 100 hebben. We hebben vooral productontwikkelaars en digitale marketeers nodig. Omdat België goed is voor minder dan 1 procent van onze verkoop is het bedrijf hier niet zo bekend. We gaan daarom meer investeren in hr-ondersteuning en employer branding', klinkt het.

Met zo'n indrukwekkende groei kan het niet anders dan dat Loop kandidaat-overnemers aan de deur krijgt. 'Daar gaan we vandaag niet op in. We willen eerst zelf doorgroeien', zegt Bodewes. 'Intern spreken we van 'mission unicorn', waarmee we bedoelen dat ons bedrijf het potentieel heeft om tot een miljardenwaardering te groeien. Dat is geen doel op zich, maar we denken dat het kan als we het zo goed blijven doen.'

Het duo bestudeert hoe het zijn markt kan uitbreiden naar 'actieve producten', zoals oordopjes met noise canceling (het elektronisch wegfilteren van storend geluid). 'Dit is misschien nog niet het moment, maar het zou een logische volgende stap zijn.'