



STARTVÆKST

Hver uge bringer Børsen VækstDanmark et portræt af en ung iværksættervirksomhed. Ugens Iværksætter deler ud af sine erfaringer med iværksætterlivet til gavn for andre iværksættere. Portrættet laves i samarbejde med iværksætterportalen www.startvaekst.dk, der er et samarbejde mellem Erhvervs- og Byggestyrelsen, ASE og dagbladet Børsen.

Bo Lauenborg nyder ofte søen ved Frederiksborg Slot i Hillerød. Han er iværksætter og tidligere kok og coach. Lige nu gælder det lancering af Stepnote.dk i England. Et site i dur med dating.dk, hvor musikere kan finde en musikundervisning.
Foto: Jesper Langhoff

Musikundervisningens datingportal

Stepnote.dk er musikundervisningens svar på en formidlingservice, hvor undervisere og elever bliver matchet ud fra særlige kvalifikationskriterier. Konceptet har netop gjort sit indtog i udlandet

AF LOUISE KASTBERG

Jagten på en guitarlærer til Bo Lauenborg blev for snart fire år siden startskuddet til en unik iværksætteridé. I dag formidler han og partneren David Djarnel kvalificeret kontakt mellem 150 af landets dygtigste musikundervisere og elever via portalen Stepnote.dk – og konceptet er netop blevet lanceret i England.

De mødte hinanden på en arbejdsplads og var med det samme klar over, at de svingede så godt professionelt, at de ville starte noget sammen.

»David er saxofonist og en garvet musikunderviser og jeg er coach. Derfor lavede vi et koncept i personlig udvikling for musikere. Vi prøvede at sælge det, men det gik ikke,« fortæller 35-årige Bo Lauenborg, der oprindeligt er uddannet kok og senere coach.

En sommerdag i 2004 sad de i hans baggård på Østerbro og diskuterede, hvad de så skulle finde på.

»Jeg havde i noget tid søgt efter en guitarlærer. Men det var umuligt at finde nogen på nettet. Og dem, jeg fandt frem til, var ofte ikke til at komme i kontakt med, fordi oplysningerne var forældet. Pludselig var idéen der,« forklarer Bo Lauenborg.

De to gik straks i gang med at lave research og fandt hurtigt frem til, at der ikke eksisterede

noget tilsvarende på det danske marked.

»Vi var begge totalt IT-mongoler og havde ikke et hak forstand på at lave hjemmesider. Men jeg købte et gør det selv-hæfte og bankede noget op på en weekend. Den lignede noget, der var løgn. Vi fik dog lavet en formular for undervisere og en for elever, hvor de kunne indtaste deres kvalifikationskrav. Derefter kontaktede vi konservatorierne og diverse musikforhandlere. Inden for 14 dage havde vi skaffet omkring 40 undervisere i Århus og København,« siger Bo Lauenborg.

Alt automatiseret

Det hele foregik manuelt, hvor David Djarnel besvarede e-mails fra undervisere og elever og matchede dem. Konceptet er, at både underviser og elev betaler et gebyr for formidlingen af kontakten – og i begyndelsen foregik også den del manuelt via bankoverførsler. I dag er det hele automatiseret.

»Efter to måneder havde vi lavet 15 match. Så var vi i gang. Senere fik vi en ven til at lave et automatiseret og bedre system. Nu har vi en tredje version af portalen, som blev lavet i forbindelse med lanceringen i England i december sidste år,« fortæller han.

Det engelske marked har været en stor udfordring for de to

iværksættere, som har indgået et partnerskab med en dansk og en engelsk iværksætter bosat i London for at have tæt føling med det engelske musikliv og markedsvilkår.

Engelsk tilpasning

»Vi har erfaret, at vi er nødt til at lave om på vores engelske koncept. Brugere forstår simpelthen ikke, at de ikke kan få kontaktoplysningerne med det samme. Samtidig er der et hav af engelske hjemmesider med lister over musikundervisere, som er ganske gratis, men meget uoverskuelige,« fortæller Bo Lauenborg.

Derfor er de i gang med at tilpasse det, så undervisere i stedet betaler et tilmeldingsgebyr og derefter kan modtage kontaktoplysninger fra elever gratis – og eleverne betaler ikke noget.

»Det er stadig unikt, fordi vi har ramt en forretningsidé, hvor vi har alle kontaktdata i et lukket system i vores database, som ingen kan kopiere. Det forhindrer, at musikunderviserne modtager en masse spam, som er et stort problem ved mange af de engelske lister,« siger Bo Lauenborg.

Englænderne har taget godt imod portalen, som allerede har omkring 350 musikundervisere i systemet. Målet er 5000 inden årets udgang.

Et kæmpe marked

»Rent økonomisk ser vi den engelske portal som et pilotprojekt i 2008, som vi ikke kommer til at tjene penge på. Det er et kæmpe marked og en helt anden udfordring end i Danmark. Men det dejlige ved en hjemmeside er, at der ikke er de store

driftsomkostninger,« siger Bo Lauenborg, der siden januar så småt har kunnet høste økonomisk gevinst af det danske projekt.

Løn i år

»I år har David og jeg tilsammen hævet omkring 15-20.000 kr. i løn til os selv. Vi vil selvfølgelig gerne have noget udbytte, men vi trækker ikke bare penge ud af selskabet. Så er det sjovere at investere dem i at udvide og udvikle virksomheden. Og vi har begge en indkomst ved siden af, så Stepnote er en ekstra bonus,« siger han.

I 2007 havde Stepnote.dk en omsætning på 300.000 kr. og stort set ikke noget overskud, da næsten alle pengene blev brugt på markedsføring og søgemaskineoptimering.

»Men det havde vi heller ikke regnet med. Vi forventer en helt anden omsætning i 2008, for nu er platformen på plads. Hver gang der er et match og begge parter har betalt for formidlingen, skal vi bare klikke på en knap, og så skal vi stort set ikke gøre mere,« fortæller han. Så nu er fokus primært rettet mod markedsføring.

De to iværksættere har samtidig øjnet et forretningspotentiale i den unikke gruppe af brugere, som portalen henvender sig til. Derfor udbyder de også musik- og teambuildingkurser, events, undervisningsmateriale og annoncering af alt inden for musik på portalen. Næste skridt bliver at udbrede konceptet til Canada, Portugal og Polen, hvor de allerede er i gang med at søge lokale samarbejdspartnere.

Stepnotes iværksættertip

- Find din egen specialitet eller vinkel på det, du ønsker at sælge – ellers drukner du i mængden.
- Tro blindt på dit projekt og ignorer forsmåede mennesker, der giver dig negativ energi – ofte kommer fordommene fra personer, som aldrig selv har levet deres drømme.
- Hold dig til en start til et skrabet koncept eller produkt og test det af på det virkelige marked – kom væk fra hypoteserne.
- Brug så få penge som muligt indtil du når frem til et professionelt koncept – der er ikke noget dummere end at bruge hundredtusindvis af kroner på et koncept, som ikke holder vand.
- Skab og brug dit netværk af andre selvstændige og iværksættere – lav en masse lokumsaftaler og byttehandler så du får så meget gratis hjælp som muligt.
- Husk at koble af – en udbrændt iværksætter er lig med en rød bundlinje.