

Deel 1: het begin



Rosie Zheng - Je herinnert je vast nog wel het spannende moment dat je Hyves had aangemaakt en dat je zag dat je al een vriend had: Raymond Spanjar. Deze jongeman stuurde je ook nog eens een aardig bericht via de chat en hij had een dansende banaan naast zijn naam staan. Op het moment zelf had je het misschien (of gewoon ik) niet helemaal door dat deze man daadwerkelijk bestond en ook nog eens één van de drie oprichters van Hyves was! Samen met Koen Kam en Floris Rost van Tonningen richtte hij op 22 september 2004 de Nederlandse sociaalnetwerksite op die menig hart deed kloppen.

De transformatie

Op 22 september 2004 zaten de drie jongemannen op een terrasje in het Vondelpark. Ze hadden het over hun bedrijfje Startphone.com dat al weer drie maanden bestond. Met deze site konden smartphonegebruikers (van bijvoorbeeld een Blackberry 7730, Motorola A1000 en Nokia 6630) hun foto's en favoriete mobiele sites delen en goedkoper sms'en. Het startkapitaal hadden ze verkregen met hun beleggerswebsite IEX.nl. Ze hadden al een tijdje in gedachte om Startphone te transformeren in een sociaalnetwerksite aangezien deze erg in opkomst waren in de Verenigde Staten. Na wat discussies, drankjes, en geklets kwamen de mannen op de naam Hyves. Het plan was definitief. Ze veranderen Startphone in Hyves en met succes! Vanaf 2005 verdubbelde het ledenaantal bijna wekelijks...

De naam

De naam was gebaseerd op het Engelse beehives wat bijenkorven betekent. In plaats van Hives werd er gekozen voor Hyves omdat Hives geassocieerd kon worden met de ziekte hiv. Daarnaast is hives de Engelse benaming voor netelroos. Het beeld van een bijenkorf is dan misschien toch iets toepasselijker voor een sociaalnetwerksite. Hyves kreeg later een lemma in de Van Dale: Hyven (hyvede, gehyved): communiceren via het digitale vriendennetwerk Hyves.

Ledenwerving

Liep het in 2004 ook al zo gesmeerd? Het antwoord is nee. De eerste leden waren voornamelijk familieleden en vrienden van de drie jongemannen. Ze wilden wel graag wat meer leden en besloten om de strategie uit het boek The Tipping Point van Malcolm Gladwell. Volgens hem zouden trends zich verspreiden door mensen met veel contacten, ook wel "connectors" genoemd. De ex-corpsballen hadden veel connecties bij Amsterdamse studentenverenigingen en besloten dan ook om een aantal connectors uit te nodigen op het Hyves kantoor. Dit bleek een succes te zijn: begin december 2004 had Hyves 3000 leden. De eerste stap tot uitbreiding was gezet. Dit was nog niet genoeg voor de mannen. Ze waren hongerig naar meer. Eind 2004 werd er dan ook een functie geïmplementeerd waarmee leden hun Hotmail contacten in één keer konden toevoegen. Deze mannen hadden deze functie niet zelf bedacht maar hadden dit overgenomen van het Amerikaanse Hi5. Hoe dan ook, dit was de beslissende stap waarmee Hyves één van de populairste sociaalnetwerksites in Nederland werd.

Technische problemen

Omdat het aantal leden exponentieel groeide, kreeg Hyves te maken met heel wat technische problemen. Het was soms zo ernstig dat de site een paar uur uit de lucht was. De oplossing hiervoor waren het kopen van meerdere servers. Gelukkig had mede-oprichter Floris een aardige oom die hier wel mee wilde helpen. Hij investeerde in de site die begin 2005 op 1 miljoen euro werd gewaardeerd. In maart 2004 had Hyves 100.000 leden en eind juli 2004 waren al meer dan 1 miljoen mensen lid. Dit was nog maar het begin...

Internationalisering, of toch niet?

Van de 1 miljoen mensen die in juli 2004 lid waren, was het grootste gedeelte niet-nederlands. De 1 miljoen bestond maar voor 350.000 uit Nederlanders. Doordat de site nu ook werd vertaald naar Engels, Duits, Frans, Spaans en Italiaans, was er een toestroom van mensen uit andere landen. Voornamelijk Peru was erg geïnteresseerd in Hyves en nam met zijn 233.676 leden zo'n ¼ van in van alle leden in juli 2004. Waarom Peru? Daar weet niemand nog echt het antwoord op en blijft tot nu toe nog een mysterie. Naast Peru kreeg Hyves ook bekendheid in Amerika, Spanje, Engeland en Pakistan. Aan de ene kant was dit goed nieuws omdat dit dus betekende dat Hyves enorm groeide maar aan de andere kant bracht het ook slecht nieuws met zich mee. Zo resulteerde dit in zeer trage Hyves pagina's en een enorme hoeveelheid aan spam. Hyves vond dat dit niet langer kon en besloot om half mei mensen vanuit het Midden-Oosten te blokkeren. Raymond zegt hierover zelf dat het de meest politiek incorrecte maatregel ooit is van een sociaal netwerk maar dat ze geen andere keus hadden. Volgens Raymond was dit de enige oplossing om het verkeer weer aan te kunnen en de spam te kunnen weren.

Deel 2: van 10 miljoen naar 0 vrienden

The Hyves logo is displayed in a light blue, stylized font. A small, cartoonish banana character with a face and arms is positioned above the 'y' in 'Hyves', appearing to be climbing or hanging from a dark, vine-like structure that extends from the top right of the frame.

Florine de Geus - Op 2 december 2013 hebben we afscheid genomen van Hyves zoals wij ons de site allemaal kunnen herinneren. De dansende bananen en krabbels zijn inmiddels vervangen door Farmville-achtige browsergames, en de gemiddelde leeftijd van de gebruikers is met zo'n 40 jaar verhoogd. Het einde van het krabbeltijdperk is niet zomaar uit de lucht komen vallen. In dit stuk zullen wij proberen te achterhalen wat nou precies heeft geleid tot het einde van het Hyves-tijdperk.

TMG en de media

Wanneer gevraagd wordt wie of wat verantwoordelijk was voor de ondergang van Hyves, wijzen de meeste vingers meestal in de richting van de Telegraaf Media Groep (TMG), en niet zonder goede reden. Vlak voor zijn pensioen tekende de topman van TMG, Ad Swartjes, de overname van Hyves. Zijn woorden? 'Ik teken wel voor TMG, als men over een paar jaar vraagt welke gek deze deal getekend heeft, ben ik toch al weg'. Toch is het niet helemaal de schuld van TMG, maar speelde er meerdere factoren mee in de tenondergang van Hyves. Zo heeft ook de Nederlandse media een grote rol gespeeld. De overname van Hyves door TMG heeft namelijk een deuk in het imago van de website geslagen. Waar het nieuws eerst nog over nieuw verbroken records wat betreft gebruikersaantallen en winststijgingen ging, werden er na de overname steeds meer termen als 'miskoop' in de rondte geslingerd. TMG werd daarnaast neergezet als grote boze wolf die er vandoor zou gaan met de gegevens van alle Hyves-gebruikers. Uit privacyoverwegingen hebben veel gebruikers toen hun account verwijderd en zijn ze overgestapt naar Facebook. Ze moesten eens weten.

Facebook

De opkomst van Facebook is overigens sowieso een grote factor geweest in de ondergang van Hyves. Hoewel ze bijzonder lang weerstand hebben kunnen bieden tegen het steeds sneller groeiende Amerikaanse platform, werd in augustus 2011 toch bekend dat Hyves wat betreft Nederlandse bezoekers toch is ingehaald door Facebook. Steeds meer Nederlanders begonnen door te krijgen dat je op Facebook niet alleen kunt lezen waar Jan-Peter Balkenende en Jan Smit zoal mee bezig zijn, maar ook wat Barack Obama, Lady Gaga en de rest van de wereld te melden hebben.

Niet alleen het feit dat het mogelijk was om bijna iedereen ter wereld te bereiken via Facebook heeft uiteindelijk voor de overwinning van Facebook op Hyves gezorgd. Een andere grote reden dat men uiteindelijk overgestapt is naar Facebook heeft te maken gehad met het feit dat Hyves niet meer als 'cool' werd gezien. Waar Hyves ooit was begonnen als sociaal netwerk binnen de wat hipper kringen, hadden inmiddels je ouders en grootouders een account.

Facebook zat daarentegen, in ieder geval voor Nederlandse begrippen, nog wel in deze 'coole' fase. De website zag er daarnaast strakker uit in tegenstelling tot het wat kinderachtige design van Hyves. Met een redesign in 2009 hebben ze geprobeerd om tegemoet te komen aan de kritieken op deze layout, maar zonder al te veel succes.

Nieuwe doelgroep, nieuw succes?

Met de explosieve groei van Hyves werd ook het soort gebruikers steeds diverser. Toen de website voor het eerst naamsbekendheid kreeg, bestond de demografie vooral uit hoogopgeleide dertigers. Tegen de tijd van de overname door TMG eind 2010 waren de soorten gebruikers echter zo uiteenlopend dat het niet helemaal duidelijk meer was voor wie de site nou eigenlijk bedoeld was. Dit heeft er voor een groot deel mee te maken dat Hyves tot aan de overname geen marketingafdeling had. Pas toen deze werd opgezet, werd besloten wat de doelgroep van Hyves zou moeten zijn. Vastgesteld werd dat dit kinderen van 12 tot 14 zouden worden. Met deze nieuwe doelgroep zou Hyves nieuwe successen moeten boeken. Er werden mobiele apps ontwikkeld en nieuwe functies werden aangekondigd, zoals Hyves Games en Hyves Afrekenen.

De nieuwe ontwikkelingen mochten echter niet baten. Hoewel Hyves men wilde laten doen geloven dat haar gebruikers steeds jonger worden, blijkt het tegenovergestelde waar. Het aantal jonge gebruikers mag dan wel gestegen zijn, maar uit cijfers van Hyves zelf bleek dat het aantal bezoeken van gebruikers van 50 jaar en ouder van 4 miljoen naar zo'n 60 miljoen per maand is gestegen. Het totale ledenaantal is vanaf 2011 zelfs afgenomen. Het is duidelijk dat Hyves zich in een neerwaartse spiraal bevindt.

Er werden nog een aantal pogingen gedaan om Hyves te redden. Zo is er een poging gedaan om het platform meer gericht op nieuws en andere actualiteiten te maken. Dat moest ook wel, want het begon akelig stil te worden als enkel een vriendennetwerk. De nieuwsdienst Nu & Straks werd geïntroduceerd, in de hoop dat dit zou leiden tot online discussies. Ook werden Eredivisie Voor spellen en de Hyves Hitradio in het platform geïmplementeerd. Daarnaast wilde TMG de informatie van Hyvers gaan gebruiken om zo andere Telegraaf-websites te personaliseren. De doorgevoerde veranderingen mochten allemaal niet baten en TMG geeft Hyves in augustus 2013 een ultimatum: ze hebben nog tot het einde van het jaar om zichzelf te bewijzen. Het schip is echter al zo ver gezonken dat het verdomde moeilijk blijkt te zijn om het weer boven water te krijgen om het gat te dichten. Op 2 december 2013 zou de stekker definitief uit Hyves getrokken worden. Gebruikers kregen voor die tijd de kans om hun profiel te downloaden.

En verder?

Wie na 2 december 2013 probeerde om hyves.nl te bezoeken werd doorverwezen naar hyvesgames.nl. De accounts van actieve Hyves-gamers werden omgezet naar Hyves Games-accounts. De rest van de accounts zijn verwijderd. Sinds de controversies rondom Facebook in 2018 en de bijbehorende oproep van Arjen Lubach om massaal ons Facebook-account op te zeggen zijn er meerdere Hyves-klonen op het toneel verschenen. Helaas hebben geen van deze websites het langer dan een maand volgehouden. Of er ooit weer een nationaal sociaal medium zal ontstaan met dezelfde proporties als Hyves is zeer betwifelbaar. Tot die tijd zullen we met goede herinneren terugkijken op de website die voor velen van ons ook een groot deel van onze jeugd heeft uitgemaakt.

Deel 3: dit gebeurde er toen

Hyves Games

Lennart Kerkvliet - Na het stopzetten van Hyves bleef alleen de meer populaire Hyves Games, wat verder slechts een matig aftrekkel van Facebook Games was, over. Alle profielen van iedereen die niet actief waren op Hyves Games werden verwijderd om minder servers te hoeven gebruiken. De hoop was dat het nieuwe platform zou kunnen focussen op slechts games en hiermee misschien innovatiever zou kunnen zijn dan de grote concurrent Facebook. Dit bleek helaas niet te werken in de praktijk omdat Facebook een grote troef had die het in kon zetten om verder te groeien; een sociaal netwerk...

Azerion

Hyves Games is zelfs zo impopulair dat de overname door Azerion door niemand is opgemerkt. Het is zelfs zo erg dat de media er geen woord over geschreven heeft. Azerion is een Nederlands mediabedrijf die eigenaar is van enkele game platforms in Europa en van enkele advertentiebureaus. Voor welk bedrag en wanneer de overname heeft plaatsgevonden valt niet terug te vinden, maar het moet niet om veel geld gegaan zijn.

*Bliep

Maar wat moest er nu gebeuren met alle mensen en servers waar TMG (Telegraaf Media Group) nu kwam te zitten na de overname? Hyves was in zijn hoogtepunt in 2010 gestart met het aanbieden van mobiele telefonie. Het idee van deze virtuele provider (Een provider die gebruik maakt van een netwerk van een ander) was om gratis te kunnen bellen en SMS'en met vrienden. Dit liep verder niet heel goed mede dankzij de verminderde populariteit van Hyves, maar de kennis was wel in huis. Een intern binnen Hyves zag de ondergang al op tijd aankomen, en had alvast plannen bedacht voor een nieuwe virtuele provider, om nog wat waarde te creëren binnen het bedrijf. Na een management buy-out ging deze tak zelfstandig verder. Het idee was om zich te onderscheiden in een markt van dure bundels met een makkelijk principe: "één dag online is één halve euro". Deze provider ging *Bliep heten, en draaide op de oude servers van Hyves.

Minder dan een jaar na de lancering had deze provider al meer dan 150.000 abonnees, met als name jongeren als doelgroep. *Bliep ging zelfstandig van TMG en bleef verder groeien. *Bliep opereerde vanuit een groot pand in het centrum van Amsterdam. Met een leger aan werkzame jongeren, een schat aan stickers en een grote aanwezigheid op YouTube werd *Bliep bekender, maar het verdienmodel bleek te weinig op te leveren voor de niche die ze te pakken wisten te krijgen. Eerst veranderde onbepakt naar "onbepakt" 67MB en later veranderde 50 cent veranderde naar 1 euro. *Bliep verkocht

zichzelf na 3 jaar aan Tele2, die nog steeds profijt heeft van de 250.000 klanten die het erbij kreeg. De merknaam *Bliep bestaat overigens nog steeds, maar dan zonder de start-up charme die het ooit had. Het voormalige pand in het centrum van Amsterdam wordt nu gebruikt door Guerrilla Games.

Raymond Spanjar

En wat is er dan gebeurd met de Nederlandse Mark Zuckerberg, Raymond Spanjar? Raymond is op dit moment investeerder. Het geld van de overname door TMG en zijn boek "Van 3 naar 10.000.000 vrienden" (wat overigens hevig werd gepromoot via Hyves met verschillende spelletjes, wat tegenwoordig gezien zou worden als belangenverstrengeling) maakten hem multimiljonair, waar hij toch ontzettend veel geluk mee heeft gehad.

Een nieuwe start

Met de verschillende privacyschandalen van Facebook en andere sociale netwerken bloeit er een vorm van nostalgie op bij verschillende mensen. Verschillende initiatieven zijn gestart waar de programmeurs proberen een Hyves te maken voor de huidige tijd, een bekende daarvan is hyven.nl, die een crowdfunding campagne gestart was. TMG heeft zelfs aangegeven open te staan voor een nieuwe "Hyves" als de winst gedeeld zou worden en er een goed businessmodel achter zou zitten. Dit mocht echter niet baten en Hyves lijkt nu echt dood. Een sociaal netwerk op een kleine schaal als Nederland lijkt niet meer van deze tijd. Maar wie weet, misschien komt er ooit wel weer een charmeus sociaal platform populair door een dansende banaan. Een mens mag hopen.