



INTERVIEW

Smart lighting breekt door. Innr geeft obligatielening uit via NPEX-effectenbeurs
[FABRIKANT VAN SLIMME LAMPEN INNR BREEKT INTERNATIONAAL DOOR](#)

„Consumenten ontdekken massaal het gemak en de mogelijkheden van slimme verlichting”, zeggen Jeroen Dalderop en Rob Timmer, de grondleggers van Innr. „Slimme verlichting brengt sfeer, is energiezuinig en helpt een huis veiliger maken.”

De ondernemers van Innr maken deel uit van een revolutionaire omwenteling op het gebied van verlichting. Toen Innr vijf jaar geleden van start ging, waren de slimme lampen die via het internet te bedienen zijn nog nauwelijks in een huiskamer te vinden. Inmiddels is dat wel anders. In de VS en Duitsland heeft al bijna 20 procent van de huishoudens één of meer slimme lampen in huis. En dat worden er snel meer.

Kortom, Innr groeit. En voor groei is kapitaal nodig. Daarom geeft Innr vanaf 17 oktober 2018 via de NPEX-effectenbeurs een obligatie uit met een looptijd van 5 jaar tegen een rente van 8,25 procent. Maximaal hoopt Innr €2 miljoen op te halen.

Connected

Dalderop en Timmer zijn gepokt en gemazeld bij Philips. Daar zagen zij de revolutie van de *connected* lampen aankomen. Maar ze meenden ook dat het sneller, wendbaarder en slimmer kon. Dus kozen ze hun eigen weg en startten ze met Innr een eigen lijn lampen: minder duur dan de lampen van bekende merken, maar van vergelijkbare kwaliteit.

Met de ontwikkeling van de markt ontdekten de twee ook iets anders. Waar verlichting altijd het domein was van bouwmarkten en speciaalzaken, zagen ze dat de slimme lampen voornamelijk hun weg vonden via webwinkels. Dalderop: „Toen we dat doorhadden zijn we ons volledig gaan richten op het optimaliseren van de verkoop via webwinkels. En dat is een vak apart, maar als je het spel eenmaal snapt, kun je de verkopen real time optimaliseren.”

Bij Innr hebben ze veel geleerd van de verkopen via Amazon in het Verenigd Koninkrijk en Duitsland. „Natuurlijk verkopen we ook via de in Nederland bekendere kanalen zoals CoolBlue en Bol.com, maar je ziet dat de verkooptools die Amazon aanreikt ons in staat stellen te leren op welke manier we onze lampen het best kunnen verkopen. Die kennis zetten we dan ook weer in bij de andere kanalen, voor zover mogelijk”, zegt Timmer.

Innr was al actief in Nederland, het Verenigd Koninkrijk en Duitsland. In het eerste kwartaal van 2019 moet de stap worden gemaakt naar Frankrijk, Italië en richting de 350 miljoen consumenten in de Noord-Amerikaanse markt.



Alexa

In de Verenigde Staten en Canada loopt de markt voorop bij het omarmen van slimme speakers met spraakgestuurde assistenten zoals Google Home en Amazon Alexa. Timmer: „Wat je ziet is dat als een dergelijk apparaat eenmaal in huis is, consumenten ook snel overgaan tot het slimmer maken van de woning. Dat betekent ook de aanschaf van slimme verlichting die via de assistenten kan worden aangestuurd. En daarom is dit hét moment om de Amerikaanse markt te betreden.”

Maar voor een stap naar de VS is geld nodig. „Technisch zitten de lampen net even anders in elkaar. We hebben andere verpakkingen nodig. Ook moeten we nieuwe uitingen maken voor de advertenties. Een deel van de obligatielening zetten we in om in de VS te kunnen groeien”, zegt Dalderop.

Een ander deel van het geld dat via de beleggers van NPEX wordt opgehaald gaat naar productontwikkeling. „Nu de slimme verlichting wordt omarmd, komt er ook ruimte voor nieuwe armaturen, waarbij in feite de verlichting volledig geïntegreerd is. Dit biedt nieuwe mogelijkheden voor plaatsing en maakt het mogelijk de sfeer in huis nog beter af te stellen door middel van licht. Wij zien dit als enorme groeimarkt.”

De ondernemers van Innr sluiten hun ogen niet voor concurrentie in de markt. „Het feit dat er grote partijen, zoals Philips en Ikea ook actief zijn in de smart lighting is voor ons juist een kans. Lampen van Innr zijn compatibel met alle belangrijke platformen en werken dus samen met de slimme verlichting van andere partijen. Dat maakt dat de markt alleen maar groter wordt. Zeker als consumenten ontdekken dat ons product minder duur is, maar minstens zo goed van kwaliteit.”

Dit interview is vrij van rechten te gebruiken en vrij te citeren.