

# Reclamefilm beweegt mee

Een vliegveld of een winkelcentrum lijkt de ideale omgeving om de reiziger of “shopper” eens flink met reclame te bestoken. Met statische reclameborden of -zuilen gaat dat dan ook prima. Maar filmpjes -commercials- van enkele tientallen seconden, daar heeft de drukke mens geen tijd voor. Hij of zij is onderweg en altijd in beweging. Totdat dr.ir. Xiaogang Mao uit Eindhoven daar een slimme oplossing op bedacht. **Waarom niet de commercial met de mensen mee laten bewegen?**

‘Het idee is eigenlijk afkomstig van mijn vrouw’, vertelt de Chinees, die aan de TU Eindhoven (TU/e) afgestudeerd en gepromoveerd is. ‘Zij werkte in Deventer en zat elke dag in de trein. Na een tijdje begon ze steeds hetzelfde landschap wel wat saai te vinden en begon ze ze zich af te vragen of er op een of andere manier geen filmpjes vertoond konden worden.’ In het daglicht is dat natuurlijk lastig, maar in een donkere tunnel zou het kunnen. Zo kwam Mao op zijn

idee van Syncmovie. Op een lange muur waar mensen langskomen wordt een (reclame)filmpje geprojecteerd dat met de snelheid van de mensen meebeweegt. Op grote schaal bleken beamers hier erg geschikt voor. Mao liet een patentonderzoek uitvoeren waaruit bleek dat hij niet werd gehinderd door bestaande octrooien. Mao richtte HowTech op in augustus 2005, hoewel het idee stamt uit 2004. Met de steun van familie en vrienden zette hij de onzekere stap. Inmiddels draait

het eerste pilotproject in de G-pier op Schiphol. Terugkijkend vindt Mao dat het financieren van zijn onderneming het moeilijkst was. ‘Je hebt de eerste een, twee jaar geen inkomen. Wij hebben geluk gehad met het pilotproject op Schiphol, maar we zijn nog steeds op zoek naar investeerders.’ De Chinees, die ook flink met eigen geld in de onderneming zit, is vol lof over de hulp die hij vanuit de TU/e kreeg. Vanuit de startersclub Incubator3+ kreeg hij een lening en verder kon men hem daar

Naam:  
dr.ir. Xiaogang Mao  
Wat:  
filmpjes die met reiziger meebewegen  
Waar:  
Eindhoven  
Info:  
[www.HowTech.nl](http://www.HowTech.nl)



*Xiaogang Mao: ‘Als je zelf niet overtuigd bent van je product, kun je investeerders nooit overtuigen om ook in te stappen.’*

*Foto: Jim Heirbaut*

helpen met coaching en het opbouwen van een netwerk. Ook met de universiteit zelf werkt HowTech nog steeds samen op het technisch inhoudelijke vlak. Op Schiphol zijn al commercials te zien van bedrijven als Fortis, Nokia en SeeBuyFly. In de toekomst moet er op de wand op Schiphol ook “real time” informatie komen te staan, zoals de weers-

verwachting of vluchtinformatie. Mao: ‘We nemen één stapje tegelijk. Eerst moet het systeem uittentreure getest worden, zodat het betrouwbaar werkt. In een volgende versie kunnen we dan ook films vanuit ons kantoor in Eindhoven gaan uploaden. En dan op naar de Olympische Spelen in 2008 in Beijing!’

*Jim Heirbaut*