

## Hoeveel mensen zijn wanneer waar?

Met Bluemark Innovations geven Frank Groot Rouwen (47) en Roel Schiphorst inzicht in hoe publiek zich beweegt.

### Wat is het idee?

'We hebben sensoren ontwikkeld die wifi- en bluetoothsignalen oppikken. Aan de hand daarvan kunnen we 24 uur per dag en zeven dagen in de week in kaart brengen hoeveel unieke bezoekers in een bepaald gebied zijn. Daarnaast kunnen we laten zien hoe mensen zich binnen een gebied bewegen en hoe lang ze daar zijn. Die informatie kan interessant

zijn voor winkeliers, evenementenorganisaties of veiligheidsdiensten. We gaan dit jaar bijvoorbeeld voor Serious Request in Enschede aan de slag. De politie zal onze informatie gebruiken om live te zien hoe bezoekers zich door de stad bewegen. De gemeente gaat de gegevens gebruiken voor citymarketing. Tot nu toe wordt dit soort dingen altijd gedaan door met de hand te tellen of met camera's. Het eerste is veel minder nauwkeurig en wordt alleen op bepaalde momenten van de dag gedaan. Het tweede is duurder.'

### Hoe kwam u hierop?

'In eerste instantie wilden we een TomTom ontwikkelen voor indoor-



**Naam**  
Frank Groot Rouwen  
**Bedrijf**  
Bluemark Innovations  
**Product**  
Sensoren voor wifi- en bluetoothsignalen  
**Investering**  
200 duizend euro

gebruik. Aangezien telefoons in gebouwen vaak minder goed werken, moesten we zelf sensoren ontwikkelen. Alleen op die manier konden we mensen detecteren, lokaliseren en laten navigeren. Uit gesprekken met marktpartijen bleek dat we onze dienst veel beter op deze manier in de markt konden zetten.'

### Hoe denkt u hiermee geld te gaan verdienen?

'Klanten betalen een vast bedrag per maand en krijgen 24 uur per dag en zeven dagen in de week online toegang tot 'hun' statistieken. Op die manier kunnen ze nagaan of bepaalde acties het verwachte resultaat hebben opgeleverd.'



### Hoe verloopt de financiering?

'Tot nu toe hebben we alles gefinancierd met een subsidie van 200 duizend euro van de technologiestichting STW. Daar kunnen we voorlopig mee vooruit. We proberen het aantal betalende klanten te vergroten en hopen onszelf dan te kunnen bedruipen. Als dat niet lukt, gaan we op zoek naar vreemd kapitaal.'

**Wouter Keuning**

Ook een tech-startup die een gat in de markt denkt te hebben gevonden?  
Mail: w.keuning@volkskrant.nl