



Drukker ontwikkelt technologische app

‘Koppeling met *drukwerk loslaten*’

Jacco van Mierlo hoort met zijn zes man tellende team tot de categorie grafische bedrijven die innoveert. De innovaties hadden tot nu altijd te maken met drukwerk. De nieuwste ontwikkeling, een technologische app, heeft daar niets meer mee te maken.

✦ Het basisassortiment van de ‘traditionele’ business van de drukkerij in het Brabantse Heeze bestaat uit krasloten, allerlei soorten labels en speciale verpakkingen. Daarnaast ontwikkelde de ondernemer in zijn drukkerij duurzame oplossingen die leuk communiceren, zoals visitekaartjes van boombast, en andere slimme oplossingen, zoals stickers zonder lijm. ‘Ik vind het leuk om nieuwe producten te ontwikkelen. Die stickers zonder lijm werken met wat ik noem een “nanozuignaptechnologie”. Je moet de structuur zien als een spons met allemaal kleine gaatjes. Die

innovatie leverde ons klanten op met bekende namen als Atag, Brabantia, Grohe en Puma. Onlangs produceerden we baliematjes voor een grote supermarkt. In de winkel gaan er vier weken producten overheen, dan trek je het er af. Je hoeft ‘t niet eens schoon te maken.’

Polsbandje

De innovatie van de lijmloze sticker kwam voort uit een samenwerking in een IPC-project (Innovatie Prestatie Contracten). ‘In 2009 schreven we een innovatieplan met onze twee

adviseurs, met als doel om meer te innoveren. Zo’n IPC-project was een mooie gelegenheid. Wij deden mee in een netwerk van bedrijven met grotendeels een grafisch inslag.’ De basis voor de nieuwe App-activiteit lag ook bij zo’n IPC-project. Daar ontmoette Van Mierlo Miguel Delcour, waarmee hij de interesse voor RFID (Radio Frequency Identification, identificatie met radiogolven) en NFC (Near Field Communication) deelde. Die kennismaking resulteerde eind 2012 in het oprichten van de gezamenlijke onderneming Firm2Find. Het eerste product, een elektronisch commu-



Optie in App2Find: Met je camera op je mobiel scan je om je heen naar bekenden. Zo zie je waar iemand zich bevindt.

Serie over
verandering

Wordt u App-maker of printfabriek?

De redactie van *Graficus* vat het idee op om een serie te maken over grafische bedrijven in verandering. Transformeer uw onderneming van drukkerij naar printfabriek of wordt u van drukker naar App-fabrikant? Of maakt uw bedrijf een compleet andere transitie door? Laat het ons weten via redactie@graficus.nl.

nicerend festivalbandje, kwam als een van de 103 (!) ideeën voort uit een brainstormsessie met zijn personeel. 'Het idee was een polsbandje met een chipje waarmee je in de Efteling de kinderen terug kon vinden. We hebben

'De teller staat nu op 279.277 downloads'

bijna driekwart jaar gezocht en gebeld, tot en met NXP en Philips. Het idee was goed, maar nog niet perfect. Wil je zo'n festivalbandje laten werken, dan moet je namelijk de hele Efteling volhangen met RFID-readers.'

Bier halen

Het festival- of polsbandje was een product waarbij de machinerie van de drukkerij nog een rol zou spelen. 'Die koppeling werd losgelaten bij het nieuwe idee. Miguel en ik bedachten dat een GPS-signaal ideaal zou zijn en maakten in 2012 een platform met de naam App2Find.'

Via die App kun je iemand lokaliseren op basis van een GPS-signaal. Dat kan bijvoorbeeld met een groep vrienden die zich via de App inschrijven en elkaar volgen. Van Mierlo: 'Kijk,

de teller staat nu op 279.277 downloads en hij draait gewoon door. Er wordt nu wereldwijd gedownload. Onder meer door mensen die met elkaar naar een festival gaan, maar elkaar niet willen kwijtraken. Zij downloaden de App en zetten de "update" op bijvoorbeeld vijf minuten. Dan weet je waar je vrienden zijn gebleven als je even bier gaat halen.' Er zit nog een leuke optie in de App. 'Dat is de AR-functie (*augmented reality*; red.). Als je die inschakelt, opent de telefoon de camera. Volgens scant en signaleert hij in de richting waarin je hem houdt welke bekenden van jou zich daar bevinden. Je ziet een icoontje met naam, afstand en wanneer de persoon voor het laatst heeft ingelogd.'

Of dit het verdienmodel is. 'Nee, hier hebben we nog niets mee verdiend. Dat hebben we enkele maanden geprobeerd, maar daar kon je nog geen kop koffie van betalen. We bieden het wereldwijd in negen talen gratis aan.'

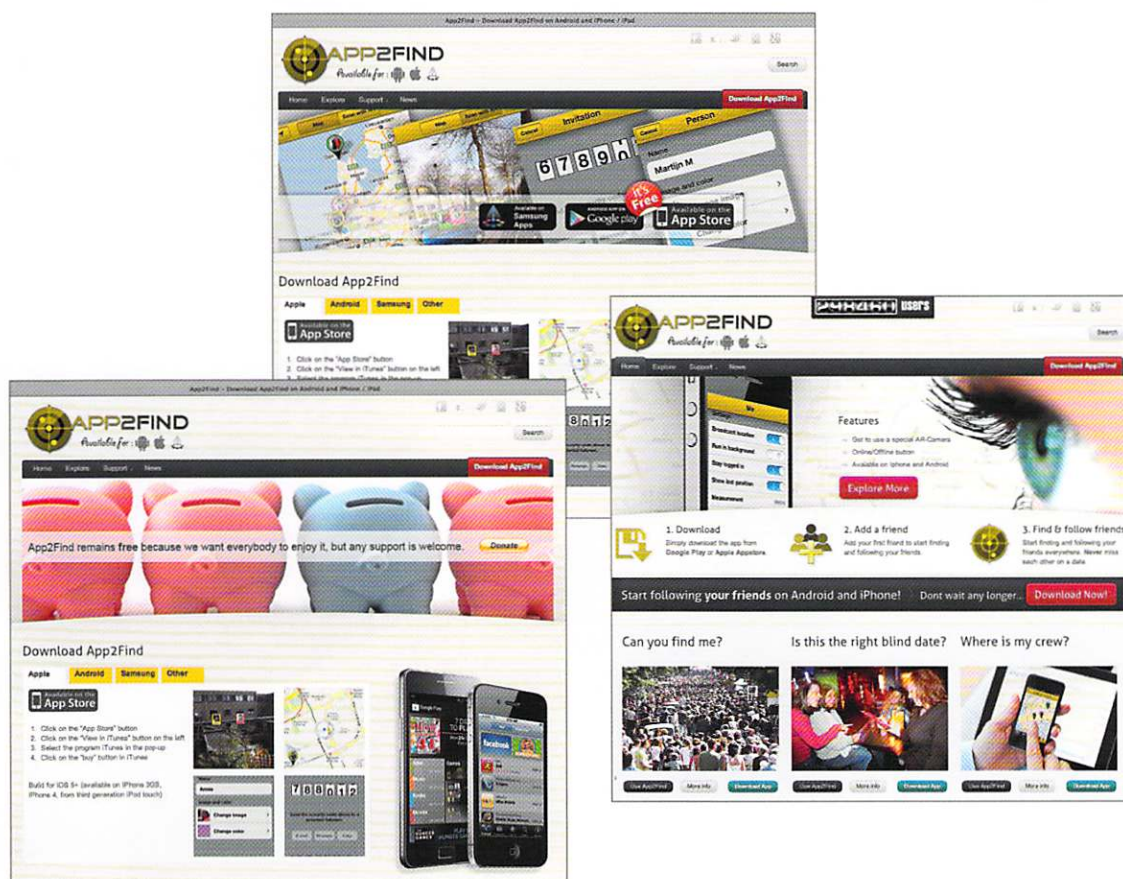
Kinderen terugvinden

Waar Van Mierlo en Delcour wel geld mee denken te verdienen, is de module Tool2Find. Hierbij wordt de App gekoppeld aan een polsband, hanger of clip. Van Mierlo toont

een prototype dat qua formaat en stevigheid aan een gemiddeld polshorloge doet denken. 'Hierbij is de clip het verdienmodel. Daar wordt voor betaald.'



Jacco van Mierlo presenteerde eind november op Packaging Innovations wenskaarten met een inktcapsule. Wanneer je die kapot maakt, wordt de boodschap voor de ontvanger zichtbaar.



Apps bouwen is weliswaar innovatief, maar daarmee nog niet meteen lucratief: App2Find is 280.000 keer gedownload, 'maar van de inkomsten kon je nog geen kop koffie betalen'.

De ontwikkeling gebeurt in teamverband. 'In Zoetermeer werkt Miguel Delcour met een IT'er en we werken voor Tool2Find ook met een developer in Shanghai. Die module kun je bijvoorbeeld bij je kind, je demente moeder of een huisdier omhangen of in je auto stoppen.

'We zoeken het vooral in slim drukwerk'

Vervolgens kun je na allerlei privacy-instellingen verbinding maken met je iPhone, Android of PC. Via die App zie je waar deze mensen of dingen zich bevinden. Voor dit soort producten is wereldwijd een grote markt.'

Virtueel hek om je huis

'Er liggen kansen in de private markt, zoals voor middelen om kinderen terug te vinden, en in bijvoorbeeld de zorgmarkt voor controle op dementerenden of mensen die langer thuis willen blijven wonen. Bovendien komt er zelfs een Geofence-functie in. Je kunt dan virtueel een hek ergens omheen zetten. Bijvoorbeeld

om je huis. Als er dan iemand in- of uitgaat krijg je daarvan een melding. Voor ouderen zit er bijvoorbeeld ook valdetectie en een versnellingsmeter in. We zijn nu een beveiligde "tunnel" aan het bouwen voor alle data die tussen jouw mobiele device en het bandje gaan communiceren. Dat moet volgens een beveiligd ITCP-protocol.'

Verpakkingen

Van Mierlo ontwikkelt daarnaast samen met klanten zogeheten *sustainable packaging*. 'Wij zetten bij kunststof materialen steeds duurzamere afbreekbare of composteerbare varianten in.' Om een voorbeeld gevraagd, beschrijft de ondernemer een recente vraag van een klant, zonder de naam en het echte product te noemen. 'Het gaat om een handvat voor de verpakking van een verwarmd supermarktproduct. Het materiaal, de drukking en de belijming moeten *foodproved* en temperatuurbestendig zijn.' Ook in een andere richting ziet de ondernemer kansen. 'We zijn voor een grote speler in de sportmarkt bezig om hun verpakkingen duurzamer te maken. Ook de plastics

die daarbij komen kijken, zijn we aan het spuitgieten van gecertificeerd composteerbare biopolymeren. Ook dit kan een nieuw bedrijf worden.'

Blijven drukken

De kansen in deze nieuwe markt betekent niet dat er geen interesse en aandacht voor de drukkerij is. 'Ik moet mijn geld nog steeds verdienen met Drukwerk van Mierlo. We zijn nu weer bezig met drukwerkinnovaties, opnieuw in duurzaamheid. Er is echt vraag naar duurzame verpakkingen.' Van Mierlo presenteerde eind november op het evenement Packaging Innovations ook een innovatie die voor verpakkingen toepasbaar kan zijn. 'Daar was veel belangstelling voor. Het drukwerk bevat een in te drukken clipje met inktcapsuletje. Als je er op drukt, verspreidt de inkt zich en verschijnt tekst of beeld. We hebben ook al iets bedacht waardoor het niet vooraf al breekt. Bij drukwerk zoeken we het vooral in slim drukwerk. We blijven drukken.' Ondertussen staat de App2Find-teller op 279.284. ☛