



Tekst SANDER SCHIMMELPENNINCK
Beeld MARTIJN GIJSBERTSEN

RAAMWERK

ADD MY WINDOW MAAKT VAN ELKE RUIT EEN RECLAMEBORD.

Het idee voor Add My Window ontstond een jaar geleden. Ik zat de krant te lezen en zag op één pagina twee berichten staan die mij opvielen. Het eerste was een bericht over de afschaffing van de basisbeurs en de boze reacties van studenten, het tweede stukje ging over de nog immer grote financiële problemen van kleine ondernemers.' In een opwelling bedacht Roderick Adang een bedrijfje dat zou kunnen helpen het leed voor beide partijen te verzachten: Add My Window. 'Het concept is eigenlijk heel simpel: wij bemiddelen tussen iemand die zijn raam wil verhuren voor reclame-uitingen en adverteerders. Zo kan die armlastige student met minimale inspanning zijn budget aanvullen en hebben kleine ondernemers de mogelijkheid om gericht en voor een zacht prijsje te adverteren.'

RODERICK ADANG

(22) Studeert retail & small business management in Den Haag **Startte** al op de middelbare school zijn eerste onderneming **Ontwikkelde** een speciale raamfolie waardoor de bewoner gewoon naar buiten kan kijken, terwijl aan de buitenkant alleen de advertentie is te zien

Hoe werkt dat in de praktijk? 'Als wij een nieuwe aanmelding krijgen, controleren we of het raam geschikt is, sturen onze mensen langs en plaatsen het op onze site. Daar is een kaart van Nederland te zien met per stad de ramen, ingedeeld in A-, B- en C-locaties. Klanten kunnen een locatie selecteren. Op dit moment vormen kleine lokale ondernemers de grootste groep adverteerders, maar we zien ook steeds meer grotere, landelijke bedrijven. In die markt blijft ons USP dat de klant zelf zijn locatie – raam voor raam en tegen een zachte prijs – kan uitzoeken.' En hoe zacht is dat prijsje dan? 'Wij zijn zo'n veertig procent voordeliger dan grote jongens als JCDecaux. Als je op een A-locatie in eenabri adverteert, betaal je bij traditionele

bedrijven zeshonderd euro per maand, exclusief productie. Wij bieden een raam op een A-locatie, inclusief productie en onderhoud, voor driehonderd euro per maand, waarvan gemiddeld 150 euro naar de verhuurder gaat.' Dat is snel verdiend, maar wat als je op driehoog woont, of je huisbaas niet instemt met het beplakken van zijn ramen? 'Tja, dan heb je helaas pech. Voor maximaal bereik dienen ramen op straatniveau te zijn. Uitzonderingen daarop kunnen pleinen of marktlocaties zijn. Daarom sturen we teams op pad die voor ons de ramen ter plaatse checken. Elke situatie is weer anders en soms kan een raam op een verdieping toch veel aandacht trekken. Maar je ontkomt niet aan toestemming van de huisbaas, zoals ook in onze algemene voorwaarden staat. Dat leidt soms tot conflicten, maar als er gratis geld te verdienen valt komen mensen er vaak wel uit met elkaar.'

Met zijn unieke concept bedient Add My Window nu nog alleen Nederland, terwijl het product eenvoudig internationaal is weg te zetten. 'We zijn geheel zelf gefinancierd en dat is wel zo prettig. Eventuele groei gaat wat mij betreft dus geleidelijk. We willen eerst groot worden in Nederland en daarvoor moeten we de strijd aangaan met de traditionele buitenmedia en enkele kleinere spelers die de markt voor leegstaande winkelpanden bedienen. Maar het is waar: op onze eigen specifieke markt hebben we nu wereldwijd eigenlijk geen concurrentie. Zodra we heel Nederland hebben afgedekt, zouden we dan ook graag in België en Duitsland aan de slag willen.'