

Op een Minicard de wereld over



Wereldwijd worden Minicards in meer dan 75 regio's en landen gebruikt, er staan displays in ruim 3500 hotels en het aantal adverteerders schommelt rond de 1250. Het succes van een eenvoudig idee.

DE KRACHT VAN DE MEESTE succesvolle innovaties is de eenvoud. Het concept van het Amsterdamse Minicards is er het bewijs van. Jaren geleden was Arnold Gruppen actief als verhuurder van fietsen, en regelmatig legde hij zijn brochures neer in de lobby's van hotels. Het viel hem op hoe onoverzichtelijk de informatievoorziening daar was. Folders overlappen elkaar in het rek en door de verschillen in formaat en uitvoering maakt het geheel een rommelige en ontgegangelijke indruk. Feit is in ieder geval dat bezoekers er maar weinig gebruik van maakten.

Dat moet anders kunnen, dacht Gruppen en hij ontwikkelde tijdens een creatief intermezzo in een café met muziekvriend en oud-journalist Rick Blom het basisidee voor Minicards: een hangstelsel voor toeristische informatie op creditcardformaat. 'Kleine kaartjes die zo in je portefeuille stopt, zodat je je als toerist niet meer hoeft te gooieren met een stapel brochures en een plattegrond. In ons gepatenteerde hangstelsel zijn alle kaartjes goed zichtbaar en wordt het display een kleurrijk en ordelijk meubelstuk dat past bij de uitstraling van het meest luxe hotel,' vertelt Gruppen.

Medevenoot Rick Blom vult aan: 'Maar ook voor de adverteerders is onze oplossing aantrekkelijk. Tegen lage kosten hebben ze een groter bereik. Van een Minicards-display wordt meer gebruik gemaakt dan van andere systemen. En door het handige zakformaat zijn kortingsacties ook succesvoller; mensen willen ons kaartje wel even bewaren om het in ruil voor een aardigheid in te leveren bij de adverteerder. Die kan zo ook nog eens direct zijn respons meten.'

Nichemarkt

In de nichemarkt die de laatste jaren is ontstaan rond het ontsluiten van toeristische informatie, geldt het zeven jaar geleden opgerichte Minicards als modelvoorbeeld. In het recent betrokken kantoor in De Pijp is een metershoge wereldkaart geprojecteerd, waarop met vlaggetjes is aangegeven in welke landen Minicards worden verkocht en waar men bezig is om een franchisesysteem op te zetten. Wereldwijd worden Minicards in meer dan 75 regio's en landen gebruikt, er staan displays in ruim 3500 hotels en het aantal adverteerders schommelt rond de 1250. Al die activiteiten brachten vorig jaar ruim 1,5 miljoen euro binnen, en gezien het feit dat de oprichters een paar jaar geleden zelf de fiets moesten pakken om de rekken aan te vullen en de drukker van het eerste uur lang in onzekerheid verkeerde of hij ooit zou worden betaald, mag dat als een prestatie van formaat worden beschouwd. Maar voor het zover was, dienden Gruppen en Blom de nodige aanloopproblemen het hoofd te bieden. Zo werd Minicards in een vroeg stadium geconfronteerd met de noodzaak om wereldwijd het modelrecht op het ontwerp van het hangstelsel te registreren. Een dure en tijdrovende aangelegenheid, die hun toch al afnemende investeringskapitaal (lees: spaargeld) verder uitholde. 'We hebben het financieel alleen kunnen opbrengen omdat sommige landen er jaren over deden om ons een rekening te sturen voor registratie ter plekke. Zo konden we de betalingen een beetje spreiden. In totaal heeft het ons meer dan honderdduizend euro gekost, maar in die beginfase was het een noodzakelijke investering. 'Nu we zijn uitgegroeid tot een soort A-merk in onze niche, neemt het belang ervan overigens af. Pas nog kwam iemand bij ons die toefat dat hij er lang over had getwijfeld of hij ons systeem in zijn eigen land zou kopiëren.

Wenen

De groei van Minicards raakte in een stroomversnelling toen een hotelgast uit Wenen zo enthousiast werd over de informatiekaartjes dat hij Gruppen en Blom benaderde om hun product in Oostenrijk te vertegenwoordigen. Dat was het begin van een franchisenetwerk dat zich uitstrekt tot Rusland en Australië. 'Het systeem verkoopt zich eigenlijk zelf. We hebben nog nooit op een merchandisingbeurs gestaan. Onze partners benaderen ons omdat ze enthousiast zijn over de mogelijkheden, en dat is de beste garantie voor succes. Jaarlijks geven we zo'n twaalf nieuwe licenties uit. Volgende maand zijn we eregast bij een lancering in New York. Toch niet gek voor twee Amsterdamse muzikanten.' Terwijl de zaken dus crescendo lopen in De Pijp, zijn Gruppen en Blom alweer druk bezig met nieuwe toepassingsmogelijkheden. 'Op het moment loopt een proef in Hongarije waar displays worden neergezet bij apothekers. De kaartjes bevatten gegevens over medicijnen die zonder recept kunnen worden aangeschaft. De eerste resultaten zijn zo hoopgevend, dat we nu ook in gesprek gaan met partijen in de Nederlandse zorg.'

Een ander initiatief is de ontwikkeling van de website worldhotlinks.com ter ondersteuning van het eigen systeem. 'Dat is een extra laag onder de informatie die we via de kaartjes distribueren. Adverteerders krijgen straks een eigen pagina waar ze aanvullende informatie op kwijt kunnen. Gebruikers kunnen via dat elektronische platform bijvoorbeeld reserveren in een restaurant dat ze via Minicards hebben leren kennen. Zo bouw je verder aan een echt communicatieplatform.'

Voor meer informatie:

www.minicards.nl



Startersdag Kamer van Koophandel

Op zaterdag 3 november 2007 van 10.00-16.00 uur vindt de jaarlijkse Startersdag plaats van de Kamer van Koophandel. Deze wordt gehouden in de Passenger Terminal Amsterdam. Economische Zaken Amsterdam verzorgt drie seminars over starten in de horeca. Het evenement bestaat verder uit een informatiemarkt, presentaties en gesprekken met specialisten. Daarnaast zijn er praktijkonderdelen zoals speedcoaching, een netwerkcafé, de branchehoek en een advertentiewand. Deelnemende organisaties zijn onder meer enkele banken, de belastingdienst, accountants, adviesorganisaties, gemeenten, juristen en automatiserders. Deelname aan de dag is gratis.

Voor meer informatie:

www.kvk.nl/startersdagamsterdam