

Amsterdams ondernemersduo maakt naam met informatiekaartjes

Minicards wijzen toerist de weg

DOOR PETER DE LANCA

AMSTERDAM - Het idee van Minicards is even luminair als simpel. De drie ontwerpen informatiekaartjes ter grootte van een creditkaart wijzen toeristen wereldwijd de weg naar restaurants, musea en allerlei oorden van vermaak.

De kaartjes hebben een gastje en hangen knagig aan een dieplijp. Zo krijgt de bezoeker van bijvoorbeeld Kopenhagen of Boedapest in één oogopslag een overzicht van de highlights van de stad.

Om flyers voor zijn fietsverhuurbedrijf MacLike te verspreiden kwam Arnold Gruppen (48) veel over de vloer bij hotels in Amsterdam. De sterddig berg toeristenfolders op menige halle zette hem aan het denken. En leuzenstormend met Rick Blom (41), met wie hij in een muziekbandje speelde, bedacht hij een nieuw concept: een kaartje met een gastje.

„Aanvankelijk dachten we al-

leen aan Amsterdam, maar het gaat om een internationale markt”, zegt Gruppen. „Als franchiseformule gaat Minicards inmiddels de hele wereld over.” Het innovatieve concept is verkocht aan licentieemers in circa zeventig steden, waaronder New York, Londen en Madrid, met ruim 3000 outlets - van jeugdherbergen tot vijfsterren hotels - en ruim 1000 adverteerders zoals het Prado museum, Hard Rock Café, Vrijheidskruis, Van Gogh Museum en Galeries.

Van moer af aan was in vooral Oost-Europa het enthousiasme groot voor Minicards. „De zin om te ondernemen is daar heel groot. Mensen willen kans maken op de opkomende economieën. Toerisme speelt daarbij een belangrijke rol”, zegt Blom. „De zon heeft nu ook het licht gezien. In Bangkok is een Nederlandse vrouw franchisee. Duidelijk Minicards heeft te de stad helemaal leren kennen en is te voor haar echt gaan leven.”

De rommelige zolderkamer waar sinds 2000 energiek werd gewerkt aan het uitrollen van Minicards, is inmiddels vervuld voor een knap gedeelte met de Amsterdamse Pijp. Op de plek waar voorheen twee winkels waren gevestigd, zeelt het gastvrije hoofdkwartier van Minicards. De inrichting is strak, functioneel en sobber. De enige laar is een knalrode knuffelwand. „Kamers we even tegen aanbarsten als we in een dichte zinter”, zegt Gruppen lachend. Aan de wanden hangen daitrendende minicards. Blijkbaar is een indrukwekkende landkaart met alle continenten ter wereld. Geleukende vlaggetjes geven de expansie van Minicards weer, van Toronto tot Tasmanië.

Arnold Gruppen heeft zich als ondernemer onder bewezen. De geïmigreerde bus-student uit Amsterdam werd fietsenmaker en richtte MacLike op, het grootste fietsverhuurbedrijf ter wereld. Rick Blom heeft een journalistieke achtergrond. Na zijn studie geschiedenis werkte de geboren Zaankanner negen jaar voor Nieuwe Revu. Aan schrijven komt hij nauwelijks nog toe, al werkt hij in zijn vrije tijd aan een boek over de Eerste Wereldoorlog.

Om het echaansteles kopiëren van het succesvolle concept tegen te gaan heeft Minicards in tal van landen de rechten aangelegd. Wereldwijd werken zo'n honderdvijftig mensen aan de ontwikkeling van het kaartjes-systeem. Blom: „Vorig jaar hadden we een meeting in Boedapest. Daar hebben we met toen achtig man drie dagen over de kaartjes zitten praten. En geloof me, dat was geen saasie bedoeling met zoveel ondernemers



Rick Blom (links) en Arnold Gruppen tonen enkele Minicards, toeristische informatiekaartjes ter grootte van een creditkaart.

FOTO: DEBBIE VAN DER LAAN/PHOTOGRAF

bij elkaar.” Er wordt ook volop aan de toekomst gewerkt. „We gaan Minicards combineren met mobiel internet waarop adverteerders straks hun actuele aanbod of nieuw kunnen geven”, zegt Gruppen. „In Hongarije wordt het systeem reeds toegepast in spotheken om in-

formatie over recreatieve activiteiten te geven. Ook in Nederland gaan we op die ontwikkeling inzetten.”

Een kijkje in de boeken van het miljoenenbedrijf wordt niet gegeven. Beoogde groei cijfers heeft het duo ook niet echt in het hoofd. Voor investeringen

heeft in elk geval geen beroep te worden gedaan op de bank. „We financieren de groei uit eigen zak. Net zoals we de trademarks, patenen en modelrechten zelf hebben betaald”, aldus Blom. „We bieden een niche-product maar wel in een groeiende markt.” Beiden benadrukken

dat ze een goed belegde betrouwen aan de kleurrijke kaartjes verdienen. En het - mogelijk - grote geld op termijn? „Dat zullen de kinderen straks wel opmaken”, zegt Gruppen lachend.

Meer informatie over Minicards: www.minicards.com



Een waaier van Minicards, die toeristen wegwijzen maken in zo'n zeventig steden in de wereld.