

Groots idee, kleine kaartjes

Het oogt altijd een beetje lullig. Probeer je tijdens je stedentrip door te gaan voor een hippe *local*, sta je in plaats daarvan te hannesen met je kaart en reisgids. Minicards laten de vertwijfelde toerist zien waarheen de weg leidt.

tekst Nicole Weidema

Arnold Gruppen en Rick Blom leerden elkaar kennen in een bandje. Het leidde niet tot eeuwige muzikale roem. Maar als er Grammy's werden uitgereikt voor toeristische informatie, zouden ze een goede kans maken. Met de Minicards, een display met kaartjes ter grootte van een creditcard, waarop adverteerders zichzelf presenteren, veroveren Gruppen en Blom de wereld. 'Vorig jaar hebben we 158 aanvragen gehad van franchisers, dit jaar alleen al 21', vertelt Blom. Typisch gevalletje van *first we take Amsterdam, than we take the world*. Een aanvalsplan is voor deze opmars niet eens nodig.

Mac Bike

Gruppen: 'We zoeken niet actief naar franchisers. Het zijn mensen die het zien, er enthousiast over raken en via onze website contact met ons zoeken.' Nu werken er wereldwijd al zo'n 150 man aan de verdere ontwikkeling van het systeem.

Gruppen heeft als oprichter van de Amsterdamse fietsverhuurder MacBike zijn ondernemerszin al eerder bewezen. Maar een goed idee moet altijd aan de man worden gebracht. En als je jarenlang met je flyers de hotels langs gaat en ziet hoe die in een slordige stapel op een balie worden gekwakt, dan ga je nadenken over hoe een en ander beter kan. En dan helpt het als je een vriend hebt die er ook niet vies van is om plannen te smeden. Zes jaar geleden bleek het kaartje met het gaatje het



Rick Blom (links) en Arnold Gruppen: 'We zijn begonnen met honderd displays, nu zijn dat er bijna drieduizend'

van de adverteerders kiest er elk jaar weer voor het contract met Minicards te prolongeren. Blom: 'In het begin zijn we actief op pad gegaan om adverteerders te werven. Dat is nu niet meer nodig, mensen zien de kaartjes overal hangen en benaderen ons spontaan. We richten ons op reizigers en dat is een voor adverteerders interessante groep: reizigers.' Gruppen: 'De Minicards zijn ook niet echt reclame. Mensen beschouwen de minicards

ren van websites. De site www.worldhotlinks.com biedt een zoekmachine voor toeristenplaatsen en www.minicards.com en www.dagjeamsterdam.nl zullen niet echt nadere toelichting nodig hebben. Worldhotlinks wordt nog dit jaar toegankelijk gemaakt voor mobiel internet: overal ter wereld wordt straks informatie ingevuld door adverteerders die toegang krijgen tot hun deel van de site. Gruppen: 'Als informatiebron wordt het nog veel uitgebreider dan het nu is en vooral: actueel. Reisgidsen worden eens in de paar jaar gedrukt, hiermee kan de informatie desnoods per dag worden geactualiseerd.' Blom en Gruppen verwachten veel van mobiel internet. Blom: 'Mobiel internet heeft voor reizigers absoluut zijn nut.'

'Mensen beschouwen de minicards niet als hinderlijk, maar als welkome informatie die ze onder ogen krijgen wanneer nodig'

ei van Columbus. Binnen acht maanden hadden Gruppen en Blom genoeg adverteerders gewonnen om te kunnen leven van hun nieuwe bedrijf. Blom: 'We zijn begonnen met honderd displays in Amsterdam, nu zijn dat er bijna drieduizend wereldwijd.'

Het idee is simpel: hotels plaatsen gratis de displays met minicards. Op de kaartjes staan musea, restaurants, theaters en toeristische attracties, vaak met een kortingsactie of een aanbieding. De eerste adverteerders waren - uiteraard - MacBike, Artis en het Amsterdams Historisch Museum. Zij

niet als hinderlijk, maar als welkome informatie die ze onder ogen krijgen op het moment dat ze die nodig hebben.' Blom: 'Hoteliers zien het als het leveren van extra service, en met de vele kortingen een cadeautje aan de gasten.'

Nu zowel adverteerders als franchisers zich spontaan aanmelden - onlangs tekenden Blom en Gruppen nog contracten die de gepatenteerde Minicards naar New York, Parijs en Londen brengen - kunnen de oprichters zich op uitbreiding van het imperium richten. Nieuwe initiatieven zijn onder andere klantcontactprogramma's via direct

Imperium

Een imperium leid je niet vanuit een zolderkamer, dus zijn Blom en Gruppen vorig jaar verhuisd naar een fraai kantoor in de Amsterdamse Pijp. Aan de muur, naast heel veel Minicards, een grote kaart van de wereld, met daarop alle plekken waar de kaartjes te vinden zijn. Blom: 'In Nederland zijn we nu marktleider op het gebied van toeristische informatie en binnenkort zijn we dat in heel Europa. Dit is een groeiende markt. Het aantal reizigers is hoger dan ooit en groeiende: allemaal mensen die de tijd hebben