

EEN BROCHURE OP CREDITCARDFORMAAT

Een heel nieuw advertentiemedium dient zich aan, min of meer in de traditie van de Boomerangcards en de minizines. Minicards zijn kaartjes op creditcardformaat met informatie over de adverteerder. Ze hangen aan speciale displays in hotelrecepties en zijn bedoeld voor toeristen in Amsterdam.

April vorig jaar kwam Rick Blom (35) in Praag. Daar zag hij dat er in het hotel waar hij logeerde kleine kaartjes hingen met informatie over leuke winkeltjes, restaurants en allerlei culturele instellingen met achterop een plattegrondje. Blom: 'Het voordeel van dit kleine formaat is dat je het zo in je portemonnee of achterzak stopt en dat je er bovendien niet als zo'n echte toerist uitziet als je even op het plattegrondje kijkt. Ik vond het heel handig en voor zover ik wist bestond zoiets in Nederland niet.' Terug in Nederland bleek het fenomeen inderdaad niet te bestaan, dus Blom besloot dit idee verder uit te werken. Hij benaderde z'n vriend Arnold Gruppen (40), die als kunstvervoerder al ervaring had met het opzetten van een eigen bedrijf. Zelf was Blom redacteur bij Nieuwe Revu, waar hij overigens in z'n vrije tijd nog steeds af en toe voor schrijft.

Meetinstrument

Bedrijven werden aangeschreven, hotels benaderd, computers aangeschaft en eind december 2000 was het dan zover: de kaartjes hingen in 115 hotels in Amsterdam, met 35 adverteerders, waaronder Artis, Holland Casino, het Amsterdams Historisch Museum en de Hortus Botanicus.



Volgens Blom biedt dit nieuwe medium voor zowel adverteerder als hotel voordelen: 'De adverteerder hoeft niets te doen, behalve zijn toestemming geven en wat productinformatie. En natuurlijk de rekening betalen. We bepalen wel gezamenlijk de fotografie. Wij zorgen voor de vormgeving, het drukwerk en de verspreiding. We hebben contact met een vormgeversbedrijf en met een plattegrondbedrijf. Als een

'We worden heel enthousiast ontvangen. Net of je in een warm bad belandt'

adverteerder een brochure moet laten ontwikkelen, komt daar heel wat meer bij kijken.' Veel adverteerders gebruiken de kaartjes tevens als een soort kortingscoupon. Dat wordt ook aangeraden, omdat het zo een extra stimulans biedt om

het kaartje mee te nemen en te gebruiken. Bovendien is het een handig meetinstrument waarmee nu te gaan is of de minicards inderdaad aanzetten tot een bezoek.

De hotels zijn er ook blij mee, want al die folders en brochures liggen vaak verspreid over allerlei bakken en tafels, en die moeten voortdurend herschikt worden om het overzichtelijk te houden. Deze kaartjes hangen keurig aan een display en zien er heel slijk uit. Het voordeel was dat dit fenomeen in het buitenland al veelvuldig wordt gebruikt, zoals in Kopenhagen, Madrid en veel steden in Amerika, zodat het bij veel mensen al bekend was en we niet veel hoofden uit te leggen. Inmiddels zijn we ook al benaderd door nieuwe adverteerders, zoals het Rijksmuseum.'

Kick

Het toeristenseizoen staat voor de deur en dan zal het nut van de minicards zich pas echt moeten gaan bewijzen. Maar Blom is vol goede hoop, want nu al is er een flinke afname: 'Elke drie weken rijden we langs alle hotels om de kaartjes aan te vullen. We worden dan heel enthousiast ontvangen, dat is erg leuk. Net of je in een warm bad belandt. Zo blij zijn ze ermee. Ik heb er dan ook echt zin in om straks als het lente is op m'n fiets door Amsterdam te crossen langs alle hotels. We hebben een speciaal karretje laten maken voor achter de fiets.' Mist hij het schrijven voor Nieuwe Revu niet? Blom: 'Ik schrijf nog af en toe, in m'n vrije tijd. Maar om je eigen min of meer zelfbedachte idee uit te werken en te zien dat het aanslaat, dat geeft echt een enorme kick.'

Rebecca Rijnders