

# 'Een schaalbaar concept'

DININGCITY.COM BEGON ALS EEN STUDENTIKOOS IDEE en groeide uit tot de grootste reserveringsite voor restaurants van Nederland. Met een franchisemodel wordt ook de rest van de wereld veroverd.

**J**eroen van den Brink was nog tweedeaarsstudent Bedrijfseconomie toen hij een goede inval kreeg: een website waarop restaurants zichzelf kunnen aanbieden. In ruil daarvoor betalen ze een vast bedrag voor een abonnement. Het waren de begindagen van het internet, en zoiets bestond in Nederland nog niet. Zijn vrienden verklaarden Van den Brink voor gek: 'Internet, dat is voor nerds, niemand gebruikt dat om een restaurant te zoeken.' Van den Brink was eigenwijs en zette door. Hij kon een beetje programmeren en knutselde een eenvoudige voorbeeldwebsite in elkaar.

Vervolgens moest hij gaan acquireren. Iemand adviseerde de kersverse internetondernemer om eens langs te gaan bij Joop Braakhekke ('Die zit ergens in een garage'). Van den Brink: 'Ik zal het nooit vergeten. Het was een warme dag, 4 augustus 1998. Ik arriveerde op de fiets, in korte broek en op slippers, bij Le Garage. Ik legde Joop mijn idee uit, over mensen die via de digitale snelweg vanuit heel de wereld kunnen reserveren bij zijn restaurant. Joop begreep er niks van. Internet, digitale snelweg? Daar had hij nog nooit van gehoord. Hij gebruikte alleen een fax.'

Van den Brink legde het allemaal nog

een keer uit en wist Braakhekke te overtuigen. De eerste klant was binnen. Braakhekke stuurde hem door naar het Amstelhotel ('Zeg maar dat ik zeg dat ze mee moeten doen'). Daar hadden ze ook geen internet, maar de directeur was net terug van een reis naar de Verenigde Staten, waar men hoog opgaf over de mogelijkheden van het nieuwe medium. Ook het Amstelhotel deed mee.

Zo veroverde Van den Brink klant na klant. Heel wat Amsterdamse restaurateurs hoorden van hem voor het eerst over het bestaan van het wereldwijde web. Bij sommige restaurants sloot Van den Brink hoogstpersoonlijk de computer aan. Na een paar jaar kon hij 125 Amsterdamse restaurants tot zijn klantenkring rekenen. Van den Brink: 'Mijn studie liep ten einde en ik moest kiezen of ik door zou gaan met DiningCity of iets anders zou gaan doen. Ik besloot er voor te gaan.'

De rest is geschiedenis. Met een franchisemodel kon Van den Brink het concept snel nationaal en internationaal uitrollen. DiningCity is op dit moment actief in dertien landen en zevenentwintig steden. Er werken (de franchises meegerekend) 70 mensen. In 2008 draaide DiningCity een omzet van 3,2 miljoen. De

laatste jaren haalde DiningCity duizelingwekkende groeipercentages van meer dan 250 procent. En dat is volgens Van den Brink pas het begin. Hij verwacht dat de groei de komende jaren zal doorzetten, mede dankzij de immens succesvolle Nationale Restaurant Week (een initiatief van DiningCity) en het nieuwe 'realtime' reserveringssysteem Seatme (door Van den Brink met bravoure gepresenteerd als 'de grootste verandering in 50 jaar' en 'de toekomst van de horeca'). In 2006 stelde Van den Brink zich ten doel om binnen vijf jaar te groeien naar aanwezigheid in vijftig steden. Hij zit nog steeds op koers: 'Als we dat verwezenlijken, en we kunnen al onze producten en diensten inzetten, dan hebben we een megagroed bedrijf.'