Youmag

11-12-2012 11:59

Het prettige verschil tussen Youmag en alle andere partijen die informatie op een grote hoop vegen en simpelweg op trefwoord publiceren is natuurlijk die laatste stap. Selectie aan de poort en alleen dat publiceren dat echt relevant is en voldoende niveau heeft. En dan ook nog voorzien van een korte samenvatting die de lezer op weg helpt.
Het verdienmodel voor Youmag is natuurlijk, hoe kan het ook anders, grotendeels gebaseerd op advertentie-inkomsten. Maar er is meer, er wordt ook potentieel geld verdiend door de uitgevers van de desbetreffende tijdschriftartikelen. De gedachte is dat Youmag namens de uitgeverijen ook artikelen in print en /of abonnementen op tijdschriften gaat aanbieden. En op die potentiële verdiensten lift Youmag dan ook weer mee.

Ook al zou het allemaal niets worden met het businessmodel van Youmag in de nabije toekomst, een aantal belangrijke stappen is al gezet. In de eerste plaats is de domeinnaam nu al goud waard zou ik denken. Als je dan toch een initiatief met tijdschriften wilt opzetten, dan is het moeilijk een betere naam te verzinnen dan Youmag. In de tweede plaats zijn blijkbaar financiers al zodanig overtuigd van de mogelijkheden dat er al 4 miljoen op tafel ligt. En in de derde plaats heeft Youmag een potentieel gouden formule in handen om uitgevers van informatie te voorzien. Youmag houdt precies bij op welke artikelen wordt geklikt, wat voor soort informatie blijkbaar populair is en bijvoorbeeld of dat afhangt van opmaak (op rode logo's wordt veel meer geklikt dan op anders gekleurde, check het logo van Bousie advocaten ;-)) of woordkeuze.

De ware beauty van het verhaal achter Youmag vind ik echter het volgende. Youmag is in juni (!) van dit jaar gestart en er is nu al 4 miljoen euro (van de benodigde 8 miljoen) opgehaald om het concept uit te rollen naar het Verenigd Koninkrijk en Duitsland. Weet u nog wat u deed in juni van dit jaar? Lag u lui op het strand? Maakte u zich zorgen over uw eigen businessmodel? Deed u wat u de afgelopen 30 jaar al gedaan heeft? Blijkbaar is er vandaag de dag nog steeds de mogelijkheid vanuit het niets een businessmodel uit de grond te stampen dat veelbelovend oogt.

Hans Bousie