

# Persoonlijk tijdschrift voor de vrouw

01-11-2011 13:29

Wat haar interesse ook is, het profiel van de vrouw bepaalt de inhoud van het blad. Of ze kinderen heeft, de leeftijd van de kinderen of haarzelf, in welke fase van haar leven ze zich bevindt. Alle elementen om het interessant te maken voor de lezeres, worden aangewend.

Is dit dan het nieuwe uitgeven? In Zweden heeft een uitgever inmiddels een vrouwenblad met 200 varianten op de markt gezet. Zover willen ze B the One nog niet gaan. Door het invullen van een vragenlijst over haarzelf op internet wordt een profiel samengesteld. Aan de hand daarvan ontvang de vrouw één van de 32 varianten van het blad. Maar als het kostentechnisch haalbaar is het blad geheel digitaal te produceren, wordt het blad geheel op het persoonlijke profiel van de lezeres samengesteld. Zelfs met een eigen foto op de cover.

De techniek is er, maar wat is de consument bereid te betalen voor zo'n blad? Wat zullen de inkomsten zijn uit advertenties? Een grote adverteerder heeft als interesse getoond en kan profielgerelateerde advertenties aanleveren. Als het aan Barbara de Roos en haar team ligt komt de site deze maand online. Niet lang daarna zal het eerste blad bij haar op de mat vallen. Want ondanks alle online magazines, wil de vrouw nog steeds lekker kunnen bladeren. Dat is goed nieuws voor printers.

<http://www.btheone.nl>

David Huijzer