

10 jaar YachtFocus Magazine

Deze maand viert YachtFocus Magazine een vrolijk jubileum. Op exact 20 mei 2004 kwam de eerste uitgave uit. Toen nog slechts een ruime zestig pagina's dik en met een tweemaandelijks verspreiding in plaats van elke maand. Het vormgeven en verdelen van de pakketten gebeurde vanuit huis, de verspreiding met de eigen auto. Inmiddels pakken we het een stuk professioneler aan en volgende maand komt het jubileumnummer van ons maandblad uit. Tijd voor een feestje, maar ook een mooi moment om terug te kijken op een veelbewogen geschiedenis. Uitgever Jan-Pieter Oosting kijkt enigszins verbaasd terug hoe soepel de groei ging: "Het was helemaal niet de bedoeling om een botenblad uit te geven."

Foto: E.J. Bruinekool
Fotografie en Tekst Hilversum



Uitgever Jan-Pieter Oosting met één van de eerste uitgaven van YachtFocus Magazine.

De oorsprong van YachtFocus vinden we niet direct in de bladenwereld, maar op het beeldscherm. In 2001 richtte Jan-Pieter Oosting WorldYacht BV op, een softwarehuis voor de botenbranche. In 2003 volgden de botensite YachtFocus.com en het bijbehorende systeem waarin jachtmakelaars de bootgegevens gemakkelijk kunnen bijhouden. "We wilden dit systeem laten aansluiten op de destijds marktleidende

Vliegende start met lage tarieven

Speerpunten werden de vormgeving en de betaalbare advertentietarieven. Oosting: "In Nederland was nog geen botenadverteentieblad op glad tijdschriftpapier, daarmee konden we ons onderscheiden. Nu we niet hoefden samen te werken met de bestaande bladen, waren we ook vrij in de tariefstelling. Het was voor ons de uitdaging om een zo mooi mogelijk blad met een zo goed mogelijk bereik uit te geven, dit tegen een zo laag mogelijk tarief. Bij dat concept waren zowel wij als uitgeverij, als de lezers, als de adverteerende jachtmakelaars gebaat. Dat vraagt om vindingrijkheid. Handmatig opmaken is duur. Omdat YachtFocus de rubrieken met fotoadvertenties geheel automatisch drukbaar genereerde, konden de kosten omlaag. De keuze om de hele oplage gratis te verspreiden hielp enorm voor het bereik. Overigens zijn we wel in losse verkoop maar dan samen met de Waterkampioen van ANWB."

In de jaren rond de eeuwwisseling startten tientallen nieuwe jachtmakelaardijen. Vooral de 'vrije' jachtmakelaars, niet aan-

botenbladen," vertelt Oosting, "maar die toonden weinig interesse. Als we aansluiting op botenbladen wensten, moesten we zelf een magazine beginnen, werd ons medegegeeld. En dat advies hebben we opgevolgd." YachtFocus Magazine werd zo het toonaangevende botenblad met de meeste pagina's bedrijfsadvertenties en de bijbehorende botensite YachtFocus.com is de grootste Nederlandse botensite met gebruikt aanbod met een vraagprijs vanaf € 5.000.



De luxe YachtFocus-tas is gewild op botenbeurzen.

De eerste deelname aan de HISWA in de RAI, meteen al met het aanbod van jachtmakelaars op beurswanden.



gesloten bij een brancheorganisatie, waren in 2004 onder de indruk van het luxe papier en de lage tarieven wat leidde tot een vliegende start. Bedrijven als Skips-handel Stavoren, Prins van Oranje, De Haer Nautique en Huender Watersport behoorden tot de eersten die YachtFocus ontdekten en doen nog steeds elk nummer mee. De HISWA Makelaars ontdekten de voordelen later ook. For Sail Yacht-brokers beet het spits af, gevolgd door Marcel Borgmann, die tegenwoordig Sea Independent leidt, en door Kempers Watersport. In 2006 besloten de zeven Schepenkring-makelaars mee te doen. Vanaf dat moment mocht YachtFocus ook hun bedrijfsblad verzorgen. Dat betekende een doorbraak binnen de kringen van de NBMS, de Nederlandse Bond voor Makelaars in Schepen van de gecertificeerde jachtmakelaars waar Schepenkring invloedrijk is. De tarieven zijn al die jaren onveranderd de laagste van alle watersportbladen gebleven.

Van internet naar drukwerk

2006 was ook het jaar waarin de nog steeds succesvolle samenwerking met de Waterkampioen van ANWB begon. De Waterkampioen wilde haar abonnees de mogelijkheid bieden om zelfstandig de boot te verkopen via haar veelbezochte website ANWBwatersport.nl. Dat mocht het softwarehuisdeel van YachtFocus verzorgen. Een jaar later werd dit gevolgd door 'Waterkampioen 2eHands',

een rubriek in de Waterkampioen waarin particuliere verkopers en bedrijven hun fotoadvertenties kunnen doorplaatsen. Vanaf dat moment konden de particuliere verkopers ook rechtstreeks in YachtFocus Magazine adverteren, dat inmiddels circa tweehonderd pagina's dik was. Oosting: "Steeds is het een software-ontwikkeling die positieve gevolgen heeft voor het blad. In weerwil van het beeld dat uitgevers van drukwerk naar online bewegen, is het bij ons juist omgekeerd." Twee jaar na de ANWB gaven de HISWA Makelaars aan YachtFocus de opdracht om hun gezamenlijke site HISWAmakelaar.nl te bouwen. Dat leidde tot zoveel vertrouwen dat alle HISWA Makelaars op de site van YachtFocus adverteren en velen ook in het blad. Eind 2013 besloot HISWA Vereniging om het gebruikte botenaanbod van al haar leden op hiswa.nl te adverteren, eveneens gebruik makend van de software van YachtFocus. In april van dit jaar ontvingen we ook de opdracht de presentatie van de nieuwbouwboten van dealers en importeurs aangesloten bij HISWA te verzorgen. Oosting: "Dat aanbod komt grotendeels ook op YachtFocus.com, waarmee onze site groeit en ons blad hopelijk ook steeds beter in beeld komt."

Vooruitblik

Naast YachtFocus Magazine geeft het bedrijf ook GodeVaert Magazine uit. Dit blad heeft ze ruim een jaar geleden overgeno-

men en maakt sindsdien een groeiperiode door van sloepenblad naar glossy lifestyle magazine voor iedereen die geniet van recreëren op en aan het water. Ook wordt een Engelstalig exportboek voor Nederlandse jachtbouwers - de 'Quality-Boats Holland Guide' - verzorgd, dat een uitkomst blijkt voor een branche die het steeds meer van de internationale markt moet hebben. Het boek wordt verspreid op internationale beurzen, waarheen ook YachtFocus Magazine wordt meegenomen. Oosting: "De verspreiding verschuift naar het buitenland en dat versterkt het bestaansrecht in een uitdagende tijd voor gedrukte media. Gelukkig hebben we een *business model* op internet dat ons tevens in staat stelt om leuke bladen te doen groeien. Vorig jaar steeg de omzet en produceerden we méér dan 3.000 pagina's drukwerk, een toename van 23% ten opzichte van het jaar daarvoor. We zullen zien waar dit eindigt; ik houd niet van koffiedik kijken. Laat ons maar 'gewoon' hoog bereik, mooie kwaliteit en lage tarieven blijven bieden, want dat bleek een goed principe van ons eerste nummer tot dit 115^e nummer, bijna 10 jaar later."

In het volgende nummer van YachtFocus Magazine, het juninummer 116, schrijft de uitgever een beschouwing over de markt voor gebruikte boten met tips hoe u anno 2014 snel en goed een boot kunt kopen of verkopen.