

E-Messenger verandert naam, zet in op mobiel

16 juni 2006 - Door Erwin Boogert

De Nederlandse webchatsite E-Messenger verandert zijn naam in eBuddy.com om een breder, internationaal publiek aan te spreken, dan de huidige 29 miljoen. EBuddy overweegt durfkapitaal aan te nemen voor verdere internationale expansie en doorontwikkeling van zijn mobiele toepassingen.

"We krijgen er dagelijks tussen de 50.000 en 70.000 nieuwe gebruikers bij", zegt commercieel directeur Jan-Joost Rueb van het Nederlandse eMessenger. "Er zijn maar weinig bedrijven die organisch zo snel groeien. Ja, Skype. Die krijgen er dagelijks 250.000 gebruikers bij." Vandaag maakt Ruebs bedrijf bekend afscheid te nemen van de 2 jaar oude naam eMessenger om door te gaan onder de naam eBuddy.com.

Maandag lanceert het bedrijf zijn nieuwe merk tijdens het reclamefestival Cannes Lions in Frankrijk.

eBuddy is een website waar internetters in kunnen loggen op de chatdiensten van MSN, AOL en Yahoo. Een lokale client is niet nodig. Op de site geven ze hun inlognaam en wachtwoord op en krijgen vervolgens hun vriendenlijst te zien.

"Op Nederlandse scholen hebben we een marktaandeel van 90 procent, omdat je daar geen losse software mag installeren. De site wordt in het algemeen gebruikt door chatters die niet thuis achter hun machine zitten maar wel willen kletsen. Die dienst bieden wij. Sinds kort hebben we MSN Messenger met een geavanceerde Ajax-schil er overheen en komen er binnenkort tabbladen met nuttige commerciële verwijzingen", zoals al gebruikelijk in MSN Messenger.

Het bedrijf bewaart de inlognamen om te kunnen meten hoe vaak de gebruikers waar vandaan inloggen. De informatie die eBuddy op die wijze verzamelt, wordt gebruikt voor marketingdoeleinden. Wachtwoorden worden niet bewaard, IP-adressen wel.

Tot op heden schreven 29 miljoen gebruikers zich in voor de webdienst, van wie 2,7 miljoen Nederlanders. Maandelijks loggen er 450.000 unieke Nederlandse gebruikers in en 4 miljoen gebruikers wereldwijd. Rueb: "Gemiddeld loggen onze Nederlandse gebruikers 7,5 keer per maand in via de site. Een sitesessie duurt 40 minuten. Dat wisselt nogal per land. Dat is leuk om te zien. In China, bijvoorbeeld, duurt een gemiddelde sessie 90 minuten." Van blokkades of censuur in China heeft eBuddy volgens eigen zeggen nog geen last.

Volgens schattingen van marktonderzoeker Radicati Group is het aantal chatters eind 2007 gegroeid tot 1,4 miljard. Rueb: "En de advertentiemarkt groeit internationaal jaarlijks tot 30 procent. Wij zitten op het snijvlak tussen chatters en adverteerders."

eBuddy plaatst advertenties op de site en in het chatvenster en werkt daartoe samen met 20 mediabureaus uit de hele wereld. "In maart 2006 realiseerden we 725 miljoen bannerimpressies. Veertig procent van de chatters zit in Europa. Zij zorgen voor 60 procent van de omzet. In Brazilië, waar bijvoorbeeld ook Orkut heel groot is, hebben we tussen de 5 à 6 miljoen gebruikers. Dat is zo'n 35 procent van ons totaal, maar ze zorgen voor 5 procent van de omzet. In de VS zit 15 procent van onze gebruikers", aldus de directeur over de mondiale verdeling van gebruikers en omzet.

Hoeveel omzet eBuddy realiseert per jaar, houdt Jan-Joost Rueb voor zich. "Maar het is meer dan een miljoen per jaar. En we zijn winstgevend." Er staat 15 man personeel op de loonlijst, een aantal dat binnenkort nog moet verdubbelen.

Veel concurrenten heeft het chatbedrijf niet. Wel is er het in oktober 2005 gestarte Amerikaanse bedrijf Meebo, gefinancierd met geld van de vooraanstaande durfkapitalist

Sequoia Capital. Volgens schattingen bedraagt die investering tegen de 4 miljoen dollar. Rueb: "Ik heb ze pas geleden gesproken, informeel. Wij zijn twee keer groter dan Meebo." Hij beseft zich dat hij, om internationaal te kunnen groeien, extra financiering nodig heeft. "Ik heb daar in Londen en Silicon Valley veel gesprekken over gehad met durfkapitalisten. Over twee maanden maken we bekend hoe we op dat punt verder gaan. We hebben verscheidene financieringsalternatieven, niet enkel durfkapitaal."

De eerste uitbreiding staat al voor de deur. E-Messenger annex eBuddy heeft op Schiphol nu 100 servers staan voor alle gebruikers gezamenlijk. Om het Noord- en Zuid-Amerikaanse publiek sneller te bedienen, zoekt het bedrijf nu hostinglocaties in de Verenigde Staten.

Rueb: "De komende tijd willen we meer nieuwe gebruikers verwerven en onze bestaande gebruikers langer online te laten blijven. Voor dat laatste zullen we dus meer functies aan de applicatie toe moeten voegen. Je kunt denken aan foto's of een wereldwijd sociaal netwerk."

De combinatie chat en sociale netwerken is een logische, maar toch bieden sites als Hyves of Friendster die functie niet. Het Amerikaanse MySpace biedt sinds begin mei wel een eigen instant messaging-programma. Het gaat hierbij om een downloadbaar programma, niet een webchatdienst.

Jan-Joost Rueb: "We zijn in gesprek met 4 grote sociale netwerken. Zij willen webchat aan hun sites toe te voegen. Zij zoeken die uitbreiding en wij hebben de infrastructuur daarvoor. Die willen we hen onder white label gaan verkopen, de licenties op het gebruik althans." Namen van zijn gesprekspartner houdt de directeur voor zich.

Behalve commercieel georiënteerde tabbladen in eBuddy is het bedrijf ook van plan een uniforme log-in te maken voor alle afzonderlijke chatnetwerken op onze site. Ook een functie waarmee een gebruiker al zijn chataccounts in één keer aan kan zetten, staat op de agenda. "Maar ik verwacht veel van mobiel chatten. Dat kan nu al via onze WAP- en mobiele webpagina's. Dat is inderdaad een lastige omgeving om technisch goed voet aan de grond te krijgen. Maar we zien nu al, dat er maandelijks 1 miljoen gebruikers mobiel inloggen van de 3 miljoen geregistreerde mobiele gebruikers."