

1 miljard kijkers per maand voor doe-het-zelf tv

Schattige katjes, onhandige medemensen en gekke reclameclips: op z'n tiende verjaardag blijft YouTube de video's uitspuwen in industriële hoeveelheden: elk uur komt er 300 uur extra materiaal op. Les één: het kanaal leerde ons vooral hoe we het zelf (beter) kunnen doen.

SOFIE COEN

Meer dan 1 miljard unieke bezoekers per maand: zo populair is YouTube. We kunnen ons het leven zónder nauwelijks nog voorstellen. "Geheim van het succes? Bij YouTube draait alles rond de gebruiker en wat hij met video kan doen", zegt social media-expert en socioloog Ben Caudron (50). "De website was ook vanaf het begin heel goed in het aanraden van nieuwe video's op basis van je kijkgedrag. Op een avond één onnozel filmpje kijken, mondt snel uit in honderden video's verslinden. En achteraf heb je het gevoel dat je je geamuseerd hebt. De productievoorwaarden om een filmpje te maken, liggen zo laag dat we allemaal de onnozelse dingen online kunnen zetten. En iedereen lijkt het nog fantastisch te vinden ook." Denk maar aan 'niezende baby panda' (217 miljoen keer bekeken) of 'baby Charlie bijt in de vinger van zijn broertje' (820 miljoen keer bekeken).

"Dankzij YouTube is iedereen cameraman geworden", zegt Caudron. "YouTube kwam op het perfecte moment: de technologische middelen waren er, en de samenleving was er klaar voor." De website belichaamt de doe-het-zelfcultuur, vindt Caudron. "We spelen zelf mediaatje. We plaatsen niet noodzakelijk een video op YouTube omdat hij zo geweldig is, maar wel omdat we er appreciatie voor willen."

Facebook loert om hoek

"Het leuke is dat je geen tv-programma meer nodig hebt om een publiek te krijgen", zegt social media-expert Hannes Coudenys (33). "Ik heb daar mijn fans dankzij mijn eigen kanaal 'Coudenys'." Daarop post hij korte reportages en filmpjes die hij zelf maakt. "Ik heb al telefoon gekregen van tv-makers om er iets mee te doen. YouTube maakt nieuwe sterren. Denk maar aan Justin Bieber, hij is bekend geworden dankzij z'n YouTube-video's."

Wat de toekomst brengt voor de videowebsite, is moeilijk te voorspellen. Caudron: "Ik denk wel dat ze nog eventjes zal meegaan, tenzij Facebook er echt in slaagt om ze overbodig te maken. Momenteel heeft Facebook nog geen eigen videokanaal, maar dat komt nog."

Probleem is dat YouTube er niet in slaagt rendabel te zijn. Het verdient miljarden aan reclame, maar worstelt ook met hoge uitgaven. Gelukkig heeft het een grote speler achter zich: Google, eigenaar sinds 2006. "Zolang Google het bedrijf blijft steunen, zit dat wel snor", zegt Caudron.

Bekijk de Belgische top 10 op www.hln.be/youtube