

YouTube laat puberteit achter op VEED Awards

YouTube-kijkend, -minnend en -makend Nederland stond al weken te popelen, maar dit weekend was het zover. Het terrein van de Westergasfabriek in Amsterdam was voor het derde jaar op rij decor voor het VEED Festival. Bij uitverkochte meet-and-greets ontmoetten fans hun favoriete youtubers en in de avond werden de beste videomakers bekroond tijdens een grote awardshow. Een hele happening die ieder jaar veelomvattender en professioneler wordt.



Foto: ANP/Remko de Waal

Op de foto met youtuber Mert tijdens VEED

Oscars voor youtubers

Dat de YouTube-industrie steeds omvangrijker wordt, is aan alles te merken. Brachten in het eerste jaar nog geen 50.000 fans hun stem uit voor de VEED Awards, dit jaar werd er maar liefst 750.000 keer gestemd. De VEED Awards zijn daarmee dus eigenlijk de Oscars voor Nederlandse youtubers, georganiseerd door en voor Nederlandse youtubers. Het festival was dit jaar over meerdere dagen uitgesmeerd en tijdens de fandag konden kijkers op verschillende locaties van alles beleven. 'Voor de toekomst is een awardshow in de Ziggo Dome een mooi doel, ik denk dat het kan,' zegt Mert Ugurdiken, medeorganisator van het festival en tevens youtuber.

Volwassen

VEED werd enkele jaren geleden op touw gezet door een groepje youtubers. 'Zij vonden het belangrijk dat Nederland een goed evenement kreeg rond YouTube. We zijn ze gaan helpen met het opzetten van dit festival. Het is dus echt vanuit de youtubers zelf gekomen,' zegt Omar Kbiri, medeorganisator van VEED. Voor Ugurdiken, zelf met bijna 400.000 abonnees geen onverdienstelijk youtuber, is het bijzonder om te zien dat VEED volwassen is geworden. 'Het is supertof. Ik heb zelf net twee meet-and-greets gehad en dat blijft magisch. Het is misschien wel vetter dan ik had verwacht.'

's Avonds werden in de Gashouder de VEED Awards uitgereikt. StukTV (1,4 miljoen abonnees) was een van de grote winnaars, maar ook Tim Hofman (die razend populair is met YouTube-kanaal #BOOS) ging niet met lege handen naar huis; hij won de RTL Boulevard-award voor beste BN'er. Televisie en YouTube gaan tegenwoordig hand in hand. 'Ik geloof dat er een soort kruisbestuiving moet plaatsvinden, daar ben ik nu bij de NPO heel erg mee bezig,' aldus Hofman. 'Het ouderwetse medialandschap met radio en televisie bestaat niet meer. Het is nu radio, televisie en internet.' Boulevardpresentator Luuk Ikink mocht de award aan Hofman uitreiken en ziet ook dat er dingen veranderen. 'Het is een interessante wereld: YouTube is nu geen puber meer, het platform wordt zo langzamerhand volwassen.'

Snel gegroeid

De online videowereld is relatief jong: sinds ongeveer vijf jaar is het maken van een online video of vlog pas populair. In die korte tijd zijn sommige youtubers enorm bekend geworden; het hebben van honderdduizenden en zelfs miljoenen abonnees is niet ongebruikelijk. YouTube fungeert daarbij als de

belangrijkste plek voor online video's. Het platform besloot onlangs om strikter te worden voor de gemeenschap van videomakers. Er is een drempel opgeworpen: pas nadat je kanaal 10.000 weergaven heeft gehad, ga je geld verdienen aan je producties.

45 De meningen verschillen over of de maatregel gaat werken. 'Dit kan heel lastig worden voor jonge youtubers, die net beginnen,' zegt Jonatan de Boer van Onlane, een talentenbureau dat videomakers begeleidt. 'Ik denk dat het goed is om het kaf van het koren te scheiden,' zegt Hank Green. 'Je hebt vrij snel 10.000 weergaven en als je dat niet haalt, is het de vraag hoe goed je bent. YouTube moet iets doen.' Toch kunnen slechts zo'n vijftig makers in Nederland zichzelf ermee bedruipen, schat Omar Kbiri. 'Maar dat aantal zal snel groeien, denk ik.'

50 **Productieteams**

Natuurlijk zijn er nog youtubers die op hun zolderkamer filmpjes in elkaar knutselen, maar achter de grote kanalen zitten steeds vaker hele productieteams. Daar kan superster Dylan Haegens, die naar huis ging met twee VEED Awards, over meepraten. De Limburger heeft 55 1,2 miljoen abonnees en werkt met een team van negen man. 'Het wordt iedere dag groter. Op dit moment halen we met onze kanalen iedere maand twintig miljoen weergaven, het is ongelooflijk.' Online video heeft volgens Haegens dan ook de toekomst. 'Mensen die televisie kijken gaan iedere dag dood en mensen die YouTube kijken worden iedere dag 60 opnieuw geboren, om het een beetje luguber te zeggen.'

Ondanks de miljoenen views en duimpjes omhoog is Haegens als een kind zo blij met zijn gewonnen awards. 'De views zijn leuk, maar het winnen van zo'n award is toch extra speciaal.' De prijzen worden dan ook ieder jaar belangrijker. 'Voor mensen die met zoveel passie en overgave dingen maken is het belangrijk dat ze erkend worden, je ziet dat ze daar veel plezier uithalen,' aldus Kbiri. 65 'We hadden dit jaar trouwens meer stemmen dan de Televizier-Ring,' voegt hij er graag nog even aan toe.



Volgend jaar

70 Dat VEED ook volgend jaar weer groter en beter zal zijn, is duidelijk. 'We hopen op een mooie en kwalitatieve manier te mogen groeien. We doen het uiteindelijk voor de makers,' besluit de trotse organisator na een lange, maar geslaagde dag.

Naar: <http://www.metronieuws.nl/nieuws/showbizz/2017/04/youtube-laet-pubertijd-achter-op-veed-awards>, www.nos.nl.