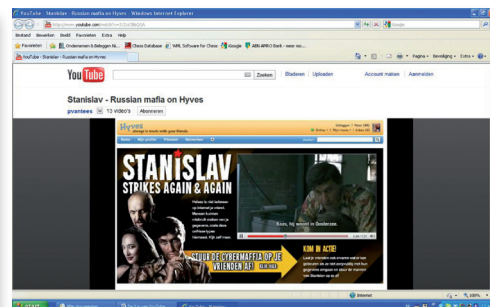
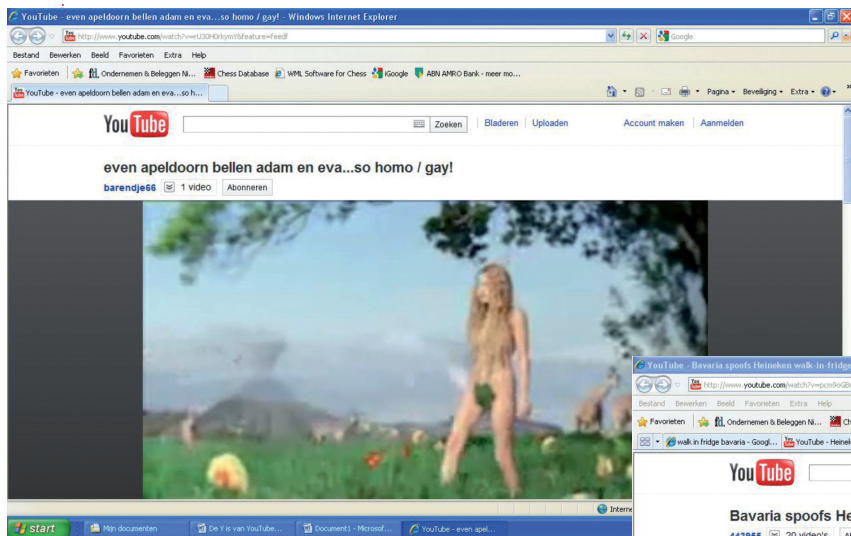


tekst Marcel Kalmeijer*

DE Y VAN YOUTUBE



Volgens de Abu, de branchevereniging voor uitzendorganisaties, werd het eerste 'rondstuurfilmpje' al in 1961 ontwikkeld. Jan Schouten rijdt met zijn brommer door Nederland om zijn boodschap te verkondigen. Een viral *avant la lettre*, wil men doen geloven. Sinds 2005 kennen we echter pas het inmiddels niet meer weg te denken YouTube-filmpje. Een heerlijk domein om je als reclamemaker lekker uit te leven. Maar ook broedplaats voor de user generated content: de amateur of semi-prof die ook een leuk filmpje denkt te kunnen maken. Op YouTube is er geen beperkende spotlengte en geen GRP-politie. Er kan iets extra's aan een bestaande tv-commercial worden toegevoegd of een andere variant worden gemaakt. Bovendien kunnen we de kijker in verwarring achterlaten: is dit nou echt of is het een *spoof*? Heineken's *Walk in fridge*

werd bijna vijf miljoen keer bekeken, maar alle spoofs bij elkaar leveren veel meer views op. Zo zijn de deskundigen er nog steeds niet uit of het Adam en Eva-filmpje van Centraal Beheer nu wel of niet door DDB gemaakt is. Een goed gewaardeerde tv-commercial is lang niet altijd een goed bekeken *joetjoepje*. Gouden Loekie-winnaars scoren vaak maar matig. Een YouTube-hit wordt meestal geboren vanuit de drang om anderen te laten delen in een bijzonder filmpje. De meeste buzz komt - zo luidt het recept - tot stand door het inzetten van de drie g's: grof, geil en grappig. Dat zijn maar zelden de ingrediënten die een adverteerder in zijn commercial wil. Toch zijn er geslaagde voorbeelden die ook zonder de drie g's geschiedenis schreven, zoals de viral movie met Jan Marijnissen en de Stanislav-actie.

Het ReclameArsenaal heeft nog geen categorie Virals. Die mag er van mij snel komen. En maak maar meteen veel ruimte in het archief. Want met dit nog jonge medium lijkt het beste nog te moeten komen. *We ain't seen nothing yet!*

*Marcel Kalmeijer is hoofd marketing & communicatie Tempo-Team.

In 26 afleveringen krijgen even zoveel mensen de kans om via de rijke wereld van www.reclamearsenaal.nl te kijken naar de historie. Elke aflevering komt een nieuwe letter aan bod. Deze rubriek wordt samengesteld door Kees Sterrenburg.

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ **Y**