

VISSSENDE YOUTUBERS

OP PAD MET DWFISHINGTEAM

De broers Wietse (21) en Tjitte van der Schee (18) en Daniël Tiedink (21) hebben al bijna 15.000 abonnees en twee miljoen views op hun YouTube-kanaal DWFishingteam. Het drietal legt op humoristische wijze hun karper-avonturen vast en dat werkt. Hoe ze zo succesvol zijn geworden en wat dit voor gevolgen heeft? We vroegen het tijdens een vlogsessie in Den Hoorn.

TEKST: JUSTIN BURGGRAAF
FOTOGRAFIE: FRANK VAN DER BURG





DWFishing-
team: vissen
vangen en lol
maken!

Wie denkt dat je met zoveel volgers en views bakken met geld verdient, komt bedrogen uit. Althans, dat blijkt na aankomst bij het kampement van de drie fanatieke karpervissers. Geen dure voerboot, grote auto en exclusieve handgebouwde hengels voor deze YouTubers. Ze varen hun lijnen uit met een knaloranje, leuke opblaasboot en de spullen gaan mee in een fietskar. Van de zes hengels van het drietal hebben er vier een afgebroken top. “We zijn nogal onhandig en lomp, dus er breekt nog weleens wat”, zegt Daniël lachend. Dat is volgens Tjitte één van de redenen van hun succes: “We laten ook de ongelukjes en mislukkingen zien. Dat vinden mensen vaak het leukst. Het hoeft er niet allemaal gelikt en perfect eruit te zien.”

ZEIKNAT

Die ongelukjes moet je soms ook een beetje opzoeken. Bij het uitvaren van de lijnen bedenken ze dat Tjitte een snoekduik moet maken in de boot. Hij twijfelt even. Het water

is begin april nog ijskoud en hij heeft geen extra set-je droge kleren bij zich. “Kom op man, dat wordt sowieso vet”, praten zijn maten op hem in. “Oké, oké, alles voor de likes”, knipoogt hij. Zijn actie slaagt wonder boven wonder, dus daarna moet broer Wietse een nóg grotere duik maken. Terwijl Daniël op de grond ligt voor het beste actieshot, duwt Tjitte de boot stiekem nog net iets verder van de kant. Hilariteit alom als Wietse enkele seconden later zeiknat in het nét niet omgeslagen bootje ligt.

VIS = VIDEO

“Nou maar hopen dat we wat vangen, anders ben ik voor niks nat geworden”, zegt Wietse als zijn lijnen eenmaal inliggen. Ze publiceren alleen een video als ze ook echt wat vangen, legt hij uit. “Alle gekheid eromheen vindt de kijker leuk, maar ze willen uiteindelijk wel vis zien. Anders krijg je maar weinig views”, voegt Tjitte toe. Dat hebben ze in zes jaar vloggen wel geleerd. Eind 2013 – toen vloggen nog geen algemeen bekend werkwoord was – besloten schoolvrienden Daniël en

Wietse dat het leuk zou zijn om visfilmpjes te maken. Zonder enige kennis en plan legden ze hun avonturen vast. Kanaal DWFishingteam was geboren. Enkele maanden later haakte broer Tjitte aan.

LOL EN VISSSEN

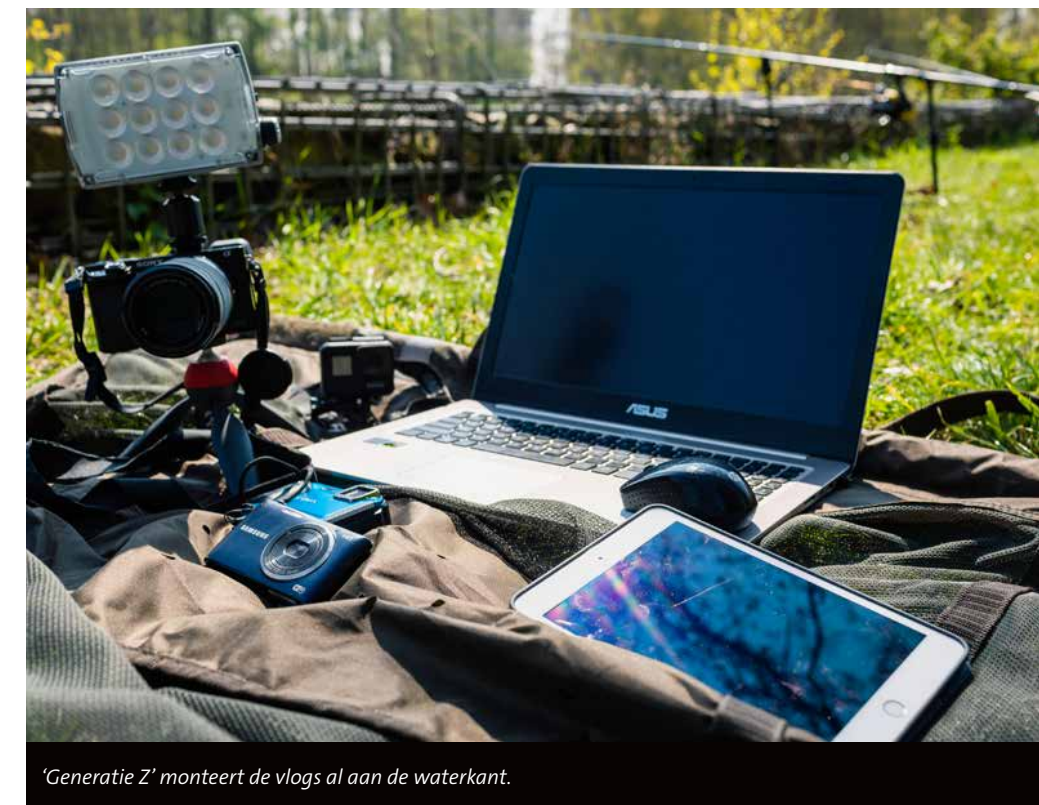
Hoewel de heren daarna op datzelfde YouTube urenlang filmpjes keken waarin wordt uitgelegd hoe je het maximale uit het platform haalt, is er in de basis weinig veranderd. Daniël: “We doen eigenlijk nog steeds hetzelfde: vissen vangen en lol maken.” Hun camera is in de loop der jaren wat geüpgraded, maar verder houden ze alles lekker eenvoudig. “Er zijn misschien gasten die mooiere beelden schieten dan wij, maar veel kijkers vinden dat helemaal niet belangrijk. Het gaat om het entertainment en de dikke karpers die voorbij komen. Zodra je in de titel ‘grote karper’ of iets van ‘30-ponder’ zet, krijg je meer views. Die moeten vervolgens natuurlijk wel echt in de video zitten, anders haken mensen alsnog snel af”, legt Tjitte uit hoe het op YouTube werkt.

BURGERTIJD

Nadat ze helemaal zijn geïnstalleerd gaat de vlogcamera weer even aan. “De hengels liggen in, burgertijd”, zegt Wietse met een grote grijns. Trouwe kijkers weten: geen video zonder diepvriesburgers. “Ook dat vinden mensen leuk. Regelmatig horen we tijdens het vissen ineens achter ons: ‘Yo gasten, burger-tijd!’”, zegt Tjitte. Noem het toeval, maar kort daarna fietst er een trouwe kijker langs die ze meteen herkent. Even een selfie en praatje, dat hoort ook bij het leven van een bekende YouTube-visser. “Op de gekste momenten word je herkend. Tijdens werk, op vakantie, met uitgaan. En vrouwen vinden het altijd erg interessant als je zegt hoeveel volgers je hebt. Tot je erbij meldt dat het over vissen gaat, dan haken ze snel af”, lacht Daniël.

ALLE LEEFTIJDSCATEGORIËN

Hun trouwe fanbase omvat alle leeftijdscategorieën. Wietse: “Je zou verwachten dat het alleen jonge gasten zijn aangezien de jeugd bijna alleen maar op YouTube zit. Maar omdat we alles kunnen monitoren



‘Generatie Z’ monteert de vlogs al aan de waterkant.



‘ALS BEKENDE YOUTUBE-VISSER WORD JE OOK REGELMATIG HERKEND’

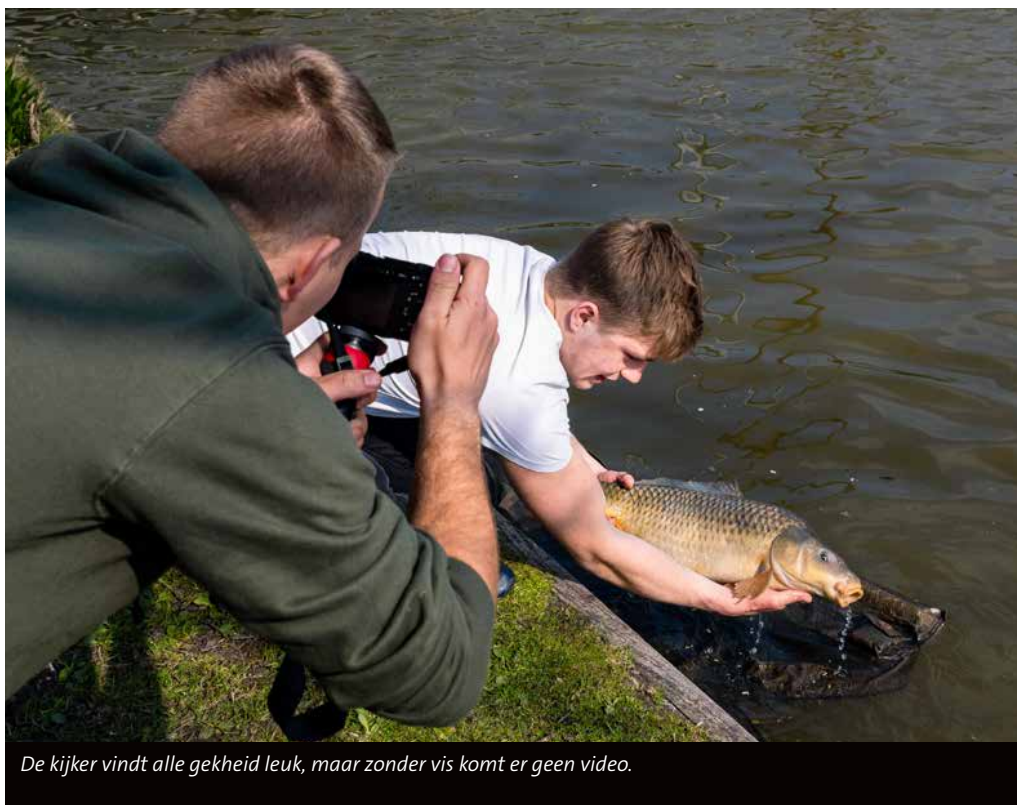
weten we dat er ook veel oudere kijkers zijn. Al zijn de fanatiekste fans wel vaak jong.” Diezelfde fans sturen dagelijks bovendien veel privéberichten met uiteenlopende vragen. “We proberen iedereen netjes te antwoorden, maar daar gaat veel tijd in zitten. Alles bij elkaar zijn we gerust anderhalf uur per dag kwijt aan ons kanaal.” Het monteren doen ze alle drie, afwisselend. Tjitte: “Wietse en ik studeren sinds dit jaar aan de Hogeschool Rotterdam, dus als we het erg druk hebben kan Daniël meer doen. Zo verdelen we het een beetje.”

FILMEN, FILMEN!

Net als ze een potje voetballen met een zojuist gevonden bal, piept de beetmelder van Daniël. Geen harde run, maar ze weten meteen wat ze moeten doen. “Filmen, filmen”, schreeuwt Daniël als hij naar zijn hengel sprint. “Vroeger vergaten we dat door de adrenaline nog wel eens”, legt Wietse uit als hij het schepnet uitklapt. “Dan mis je het belangrijkste moment: een piepende beetmelder en drill scoren goed.” Enkele minuten later schuift een

>>

‘VAN DE ZES HENGELS HEBBEN ER VIER EEN AFGEBROKEN TOP’



De kijker vindt alle gekheid leuk, maar zonder vis komt er geen video.

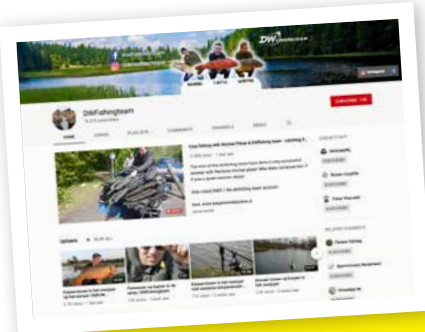
mooie schubkarper in het net. Het is geen monstervis, maar daarvoor zitten ze ook niet aan dit parkwater. “We hopen dat de jeugd ziet dat het niet alleen draait om grote vissen. Karper vangen is gewoon leuk, klein of groot”, zegt Daniël.

DRUK

Na de eerste vis is de druk van de ketel: ze kunnen nu na afloop sowieso een video maken. De druk om te moeten vangen is er soms namelijk wel. Wietse: “Helemaal sinds we hebben besloten om iedere dinsdag een nieuwe video te uploaden. Dan moet je dus wel elke week vis vangen.” Toch is deze regelmaat belangrijk om je abonnees te behouden. “Daarom posten professionele vloggers als Enzo Knol elke dag een video”, weet Tjitte. Groeien doen ze in ieder geval nog steeds en bovendien zien ze nog zat kansen. “Er worden toch iets van 500.000 VISpassen verkocht? Genoeg ruimte voor groei dus”, grijnst Daniël. Daarnaast hebben ze nog een ludieke actie lopen. “Als we dit jaar de 20.000 abonnees halen, gaan we alle drie helemaal kaal met het scheermes.”

VETTE VIDEO

Als de avond valt, wordt het tijd om eten te scoren. Het menu laat zich raden: “Burgertijd!” roepen ze in koor. Terwijl Wietse hamburgers haalt bij de lokale supermarkt, krijgt Daniël weer een run. “Dit lijkt me een brasem.” Om erachter te komen moet hij echter de leuke opblaasboot in, zijn lijn zit vast in een boom. Uiteraard wordt alles gefilmd, ongelukjes scoren immers op YouTube. Als we een uurtje na de brasemvangst de tweede ronde hamburgers hebben verorberd, wensen we de heren succes voor aankomende nacht. Wietse en Daniël vissen die nacht door en gaan in hun bivy de video voor de volgende dag op de meegenomen laptop nog monteren. De volgende middag appen ze dat er uiteindelijk zes vissen op de mat zijn gekomen: “Dat wordt dus weer een vette video!” Benieuwd? Ga dan gauw naar youtube.com/user/DwFishingTeam want daar staat vanaf 23 mei de video online die DWFishingteam tijdens deze VISbladreportage heeft gemaakt. Aanrader! En abonneer je ook meteen even op hun kanaal.



>> YOUTUBE TIPS

Ambities om ook een YouTube-kanaal te starten? DWFishingteam deelt graag wat handigheidjes, waar je als beginnend vlogger op moet letten. Belangrijkste tip: “Probeer onderscheidend te zijn. Momenteel zijn er zoveel gasten die hetzelfde doen. Om op te vallen zul je iets anders dan de rest moeten doen”, zegt Daniël. Wietse vervolgt met een minstens zo belangrijk punt: “Zorg dat je afwisselende beelden schiet. Minutenlang naar hetzelfde shot kijken vinden mensen saai.” Tot slot voegt Tjitte nog toe: “Verdiep je in het systeem van het platform. Zaken als de lengte van je filmpjes en keywords dragen er allemaal aan bij dat je beter wordt gevonden.”



@dwfishingteam