

‘Dat papieren ding heet een tijdschrift’



‘Dat papieren ding heet een tijdschrift’

Populaire YouTuber Dylan Haegens heeft eigen magazine

Door: Marloes de Moor

De Chantal, Linda en Wendy. ‘Voor me moeder!’ zal menig puber zeggen en verder *swipen*. ‘Maar nu heb je ook gewoon de *Dylan*,’ antwoordt YouTube-sensatie Dylan Haegens (26). Met twee miljoen volgers in zijn kielzog zag uitgeverij Hearst Magazines wel brood in een *personality*-tijdschrift over de YouTuber. ‘Kinderen willen ook wel eens wat anders dan internet.’

‘Voor iedereen die bijna alleen YouTube kijkt of *Fortnite* speelt: het papieren ding dat jij nu in handen hebt, waar groot mijn gezicht en naam op de voorkant staan, dat heet dus een tijdschrift,’ schrijft YouTuber Dylan Haegens in het voorwoord van zijn eigen magazine. En daar slaat hij de spijker op de twijfelende kop, want: print? Zitten kinderen van acht tot vijftien jaar nog wel op een papieren tijdschrift te wachten?

Sanne Groot Koerkamp, die samen met Dylan Haegens en zijn vriendin Marit Brugman de hoofdredactie doet, denkt van wel. “Dylan maakte al een stripboek over zichzelf en zijn vrienden. Dat was erg populair onder zijn doelgroep. We concludeerden daaruit dat kinderen best bereid zijn om een papieren blad te lezen. Zij willen ook wel eens iets anders dan internet. Een tijdschrift heeft toch iets magisch. Bovendien vinden ouders het prettig als hun kind leest en niet de hele dag op internet zit. En zij zijn uiteindelijk toch degenen die het tijdschrift betalen.”



En dat gebeurde. Groot Koerkamp is tevreden met de resultaten tot nu toe. “De losse verkoop gaat goed. Daarover hebben we niets te klagen. Het aantal abonnees blijft spannend. Dat kan beter. We gaan daar komende tijd nog meer op focussen.”

De *Dylan* verschijnt tien keer per maand in een oplage van 55.000.

Personality

Bij Hearst Magazines ging een lichtje branden toen brandmanager Ilka Scheurs Dylan Haegens inhuurde voor de promotie van *Quest Junior*, de kindervariant van *Quest*. “Kinderen werden helemaal gek toen ze Dylan zagen. Het was alsof Michael Jackson aan kwam lopen. Dat zette ons aan het denken. Er bestaan al veel *personality*-magazines over sterren, maar nog niet over YouTubers. Het zou een heel goed idee zijn om een blad met Dylan te maken. Hij heeft al een eigen doelgroep en is

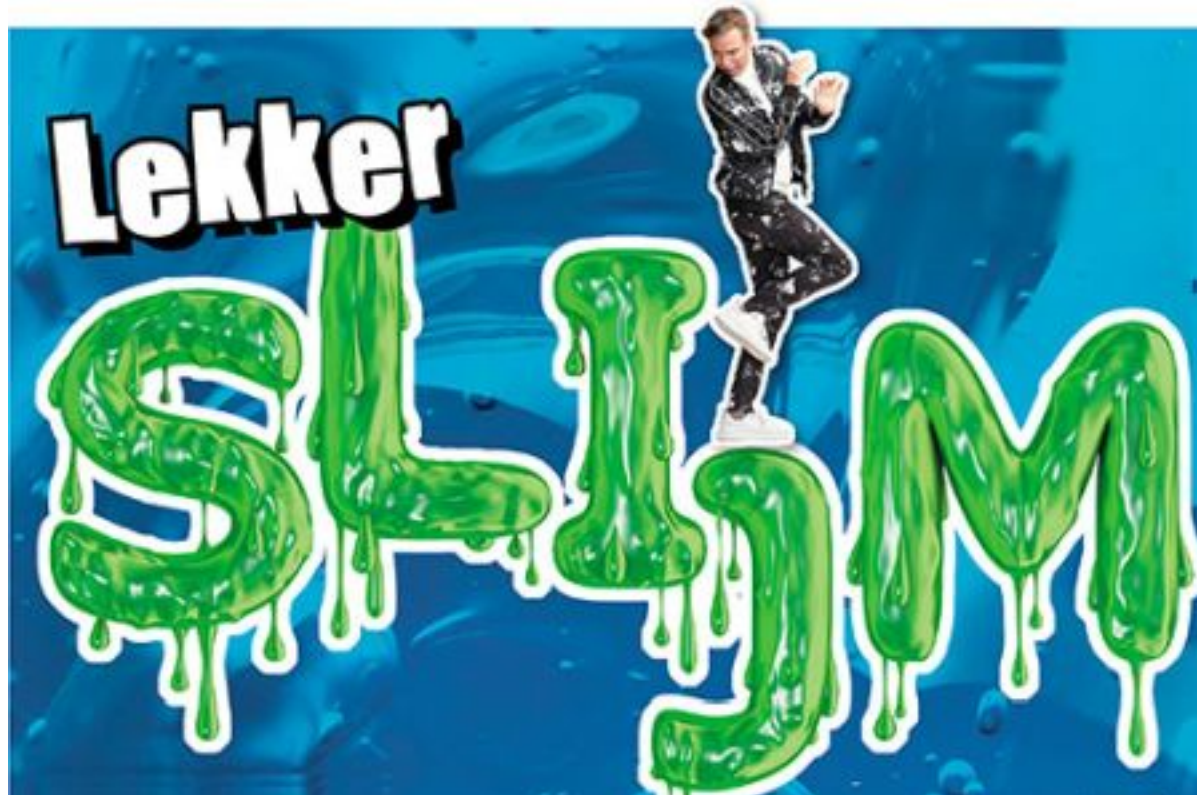
mateloos populair. Twee miljoen kinderen weten hem te vinden via zijn YouTube-kanaal en Instagram.”

Uitgebreide voorbereiding

Aan de samenwerking ging acht maanden onderhandelen vooraf. Hearst Magazines wilde goede afspraken maken met Dylan en zijn vriendin Marit, die zijn management doet. “Bijvoorbeeld over zijn *royalties*, hoeveel uur hij erin steekt, wie wat doet enzovoorts. Toen dat eenmaal vastlag, ging het snel en konden we aan de slag met het eerste nummer. Inmiddels zijn we alweer met de derde editie bezig,” vertelt Groot Koerkamp.

Slijm en tostitaart

In de Dylan lezen kinderen bijvoorbeeld nieuwtjes over YouTube, games, films, leuke weetjes, een interview met Dylan’s moeder Helga (kop: Je moeder!), verhalen over hoe je slijm of tostitaart maakt of hoe je een *Fortnite*-dansje doet, een interview met een jongen die gameverslaafd is of een kijkje achter de schermen bij de opname van een videoclip van Studio Gangster. In de door Jordi Peters getekende strip Finn’s Faalkanaal volgen de lezers een jongen die een eigen YouTube-kanaal begint en daarbij zijn ouders tot waanzin drijft. Experimenteerexpert en YouTuber Boy legt in zijn eigen rubriek Boys Lifehacks uit hoe je zelf een telefoonspeaker maakt. (en dat kan heel *old school* met lege wc-rollen, twee papieren bekertjes, pen, potlood en hobbymes). Opvallend is dat ook de traditionele horoscoop niet ontbreekt. Alleen zegt Dylan daar eerlijk bij: ‘Wat staat je deze maand te wachten? Geen idee! Daarom hier wat geklets in de ruimte. Wie weet klopt het toevallig.’



Heb ik dat?

Een belangrijk, serieuzer onderdeel binnen het tijdschrift is de interviewreeks 'Heb ik dat?!' waarin een kind vertelt over psychische problemen als een gameverslaving, autisme of onzekerheid. Bij het interview staan ook tips, adressen voor hulp en een zelftest.

Marit beantwoordt in haar probleemrubriek Vraag 't Marit vragen als 'Wat als je bang bent voor 12+ films en je bent al 12?' en 'Hoe moet je verkering vragen?'

"Dylan en Marit hechten hier veel waarde aan. Zij lanceerden eerder de stichting Durf te Vragen die zich inzet voor jongeren met psychische problemen. Dylan had zelf vroeger last van angststoornissen. Marit kampte met anorexia en schreef daar een boek over. Ze weten dus waarover ze praten en willen daarom graag andere kinderen helpen bij hun problemen."

Het laat zien hoe nauw betrokken Dylan en Marit zijn bij het tijdschrift. "Elke tekst en foto leggen we eerst aan hen voor. We brainstormen veel en maken samen plannen over de inhoud," vertelt Groot Koerkamp.

De *Dylan* sluit op de laatste bladzijde af met een vrolijk weerbericht voor de volgende maand: 'Lekker weertje. Er is kans op vruchtenhagel, maar ook op pure chocovlokken.'

26 januari ligt de nieuwste *Dylan* in de winkel met daarin onder meer de top tien domste versiertrucs, 'zo wordt een game gemaakt' en een 'superromantische fotoshoot' met YouTube-stelletjes.

Trend?

Of met de *Dylan* een trend onder andere vloggers is gezet, betwijfelt Groot Koerkamp. "Ik denk dat veel vloggers het ambiëren, maar zo gemakkelijk is het niet. Een tijdschrift starten is heel kostbaar. Wij zijn een jaar bezig geweest met de voorbereiding. Niet veel uitgevers zullen het aandurven. Alleen YouTubers die zichzelf heel serieus nemen en bereid zijn er veel energie in te steken, maken een kans. Je moet geen eendagsvlieg zijn. Het is echt iets voor de lange termijn."