# Volwassenheid en weblognetwerken

Sinds 1999 zijn bloggers langzaam maar zeker het web aan het veroveren. Wereldwijd komt er meer persaandacht voor weblogs en de mogelijkheden van het internet. In Nederland blijft die aandacht voor weblogs eveneens niet langer uit. Wat velen gaan zien is dat het internet meer is dan een verzameling commerciële websites en “silo’s met informatie” waar je heen surft als je informatie zoekt. Het web is langzaam maar zeker aan het transformeren van een informatiemedium naar een communicatiemedium voor de massa. Bloggers zagen deze trend, bewust of onbewust, al langer aankomen want zij wisten niet beter dan dat ze zelf ook iets op het web konden publiceren. De komst van de term Web 2.0 heeft de weblogs volwassen gemaakt en de omstandigheden geschapen waarin weblognetwerken en andere online diensten goed konden gedijen.

Het begrip Web 2.0 staat voor “het web als een platform”. De platformgedachte is gebaseerd op de businessmodellen van bedrijven als Google. In de softwarewereld is het gewoonte om reguliere updates te geven op de software. Die kon je kopen of downloaden en zelf installeren. Maar door de groeiende technische mogelijkheden krijgt het web ook mogelijkheden die voorheen alleen lokaal door software werden gedaan. Emaildiensten als Hotmail en GMail bewegen meer naar een interactieve omgeving waar het lijkt alsof je op je desktop werkt in plaats van een browser. Deze services worden constant geupdate met nieuwe versies, zonder dat je daar als eindgebruiker iets aan hoeft te doen. Het web evolueert in een actiever communicatieplatform waar de gebruiker zelf participeert in plaats van alleen informatie consumeren. De term doet vermoeden dat het hier om een nieuw web gaat, wat na Web 1.0 komt maar zo werkte het niet. Het gaat hier om langzame technische en sociale ontwikkelingen die leiden tot nieuwe mogelijkheden om te communiceren, participeren en publiceren. Doordat het internet een groter aandeel in het zakelijke en publieke leven krijgt komt er meer behoefte om het web voor meer interactie in te zetten. De onderliggende techniek van het web maakt die wens mogelijk, de programmeertalen worden meer volwassen, de internetsnelheden gaan omhoog zodat multimedia interessanter wordt en er komen meer apparaten naast een PC om mee online te gaan. Telefoons krijgen internetmogelijkheden en er zit een groei in de markt van PDA’s en handhelds. Maar het zijn vooral de gebruikers die voorop komen te staan. Maar Web 2.0 staat vooral voor een socialer en interactiever web. Gebruiikers hebben zelf meer de controle over de data op een website, kunnen er mee interacteren maar beter nog, ze kunnen met elkaar interacteren. De gebruiker kan in controle zijn over de informatie op het web in plaats van de passieve consument die ze voorheen waren. Zo kunnen gebruikers zelf makkelijk en zonder uitgebreide kennis van HTML en programmeren zelf informatie en data toevoegen aan het web. Foto’s kunnen worden geupload op sites als Flickr, Picasa en Photobucket. Youtube zorgt voor een explosie aan online homevideo’s en er ontstaan nieuwe virtuele vriendennetwerken. In Nederland kennen we in Hyves, opgericht in 2004 door Raymond Spanjar, Koen Kam en Floris Rost van Tonningen. Op dit vriendennetwerk komen veel mogelijkheden om verhalen met elkaar te delen via foto’s, krabbels en een weblog. De populariteit van Hyves zorgt voor een enorme toename van nieuwe weblogs op dat netwerk. Daarnaast zien meer ontwikkelaars en ondernemers de mogelijkheden van Web 2.0 en de weblogs. Er ontstaan meer weblognetwerken waar je zonder enige kennis van HTML je eigen weblog kunt bijhouden. Weblogsoftware die je zelf moest installeren kende ook een sprong voorwaarts. Door de toegenomen technische en multimediale mogelijkheden werd het makkelijker om je eigen weblog bij te houden, je had minder kennis van HTML nodig. Zoals een aantal webloggers van het eerste uur in de interviews ook aangeven: Wij moesten het zelf allemaal uitzoeken en uitproberen, maar nu krijg je een goed werkend en aantrekkelijk gevuld weblog bijna op een presenteerblaadje aangereikt. De weblognetwerken die in Nederland ontstaan kennen twee stromingen. Enerzijds zien we weblognetwerken waar je zelf een weblog kunt aanmaken en aan de slag kunt. Door bij het aanmaken van een blog een categorie te kiezen kun je in het netwerk makkelijker gelijkgezinde weblogs vinden via thematisch ingerichte portaalpagina’s. Een voorbeeld hiervan is Web-log.nl van Sanoma Digital (voorheen Ilse Media) Anderzijds zien we weblognetwerken opstaan die gericht mensen bij elkaar zoeken om een netwerk van thematische blogs op te zetten en deze nauw met elkaar te verbinden. In de Verenigde Staten is dit succesvol gedaan door Nick Denton’s Gawker Media (met weblogs als Lifehacker, Gizmodo en io9) en Jason Calacani’s Weblogs, Inc. (Engadget en The unofficial Apple Weblog). Nederlandse ondernemers zagen een gat in de markt om dit ook hier op te zetten en te exploiteren. De twee bekendste netwerken in Nederland zijn Blogo van Stephan Fellinger en Blog.nl van Ayalon en Ben Blog.

***We dachten nooit al te moeilijk en zochten naar de beste en snelste oplossingen***

Naam: Joris Leermakers

Naam: Web-log.nl

Ik wist niet goed wat weblogs waren tot ik er een keer iets over hoorde op de radio, begin 2003. Ik had wel eens wat over het nieuwe online fenomeen gelezen maar kende het nog niet zo goed. Ik was toen nog programmeur bij Creactive en het leek me wel leuk om in mijn eigen tijd een weblogsysteem te maken. Nu ben ik zelf niet een enorme schrijver. Het systeem was niet voor mezelf, maar ik bedacht een manier zodat anderen snel en zonder installatie van software een weblog konden beginnen.

In die tijd was er in Nederland nog niets vergelijkbaars met wat ik wilde maken. Natuurlijk was Blogger er al wel en wat andere Amerikaanse systemen, maar er was niets van Nederlandse bodem. Ik kende de weblogsoftware Pivot maar dat moest je ook zelf installeren op een server. Ik dacht dat er wel interesse zou zijn bij een paar honderd mensen om zonder enige kennis van HTML en protocollen als FTP hun eigen verhalen online te zetten. In de avonduren begon ik te werken aan web-log. De keuze voor die naam was heel simpel, het domein weblog.nl was al bezet en web-log.nl nog niet.

Terwijl ik het systeem maakte heb ik eigenlijk niet naar bestaande systemen gekeken uit het buitenland. Ik had mijn eigen idee wat een blog moest zijn en dat maakte ik. Een week later, op 5 april 2003 was de weblogtool af en mijn vriendin Aukje was de eerste die het gebruikte. Ze maakte haar eigen weblog aan en begon te schrijven over de alledaagse dingen in ons leven. Gewoon om te testen hoe het werkte en op die manier nog wat bugs eruit te halen. Op de een of andere manier kwamen er meteen wat mensen op de site om een eigen weblog aan te maken. Zo groeide het bezoek eigenlijk elke dag.

Ik had niet het idee om er echt geld mee te verdienen, ik deed het vooral voor de lol en ik vond het leuk om de reacties van mensen te zien en te lezen en zo het systeem uit te bouwen. Vanaf dag 1 had ik een forum geïnstalleerd en ik liet me vooral door die mensen leiden wat er beter of anders zou moeten, zoals betere moderatie en beveiliging van hun weblogs.

Adam Curry heeft in de begindagen nog meegeholpen door het hosten van de RSS feeds. Ik had dat niet ingebouwd en hij wilde dat wel graag zodat hij in zijn feedreader onze weblogs kon bijhouden. Hij was helemaal weg van RSS en wilde het graag ondersteunen. Dus hij stelde wat serverruimte beschikbaar om RSS feeds te kunnen hosten. Dat was maar heel kort want we gingen al snel over op een nieuwe server omgeving. In augustus liep ik namelijk tegen de grens van mijn server aan, we zaten toen al over de 2000 weblogs. Eind december 2003 zaten we tegen de 10.000 weblogs die we hostten. Curry heeft toen een oproep op zijn blog geplaatst dat ik hulp nodig had. Binnen een uur had ik Nils Rooijmans van Ilse Media aan de lijn. Ik had al meer partijen gesproken maar ik vond Ilse het meest interessant omdat ze al een uitgever waren. Ik had wel het idee dat het in de toekomst interessante mogelijkheden zou gaan bieden. In september 2003 hebben het nieuwd officieel naar buiten gebracht, Ilse Media zou gaan sponsoren met twee servers en een systeembeheerder. Maar half 2004 hebben ze alles overgenomen en kwam ik in dienst van de uitgever. Binnen een jaar was het dus van een zolderkamerproject naar een service bij de uitgever geworden. Bij het éénjarig bestaan hadden we meer dan 35.000 weblogs geregistreerd. Het aantal pageviews ligt dan op ongeveer 17 miljoen per maand, waarvan ongeveer 2 miljoen op de portal. Nog wat andere cijfers uit die tijd: In april 2004 werden er per dag gemiddeld meer dan 200 weblogs aangemaakt, 2800 logs geschreven en 8000 reacties gegeven.

Ondertussen was ik samen met Michiel Houben bezig de service verder uit te breiden. Michiel was vooral bezig met de zakelijke kant van de weblogs, ik hield me bezig met techniek. Later kwam Kim Swagemakers er nog bij voor de marketing, maar in het begin waren we met z'n tweeën.

Ik was dus in mijn eentje verantwoordelijk voor de techniek, dat was soms wel eens lastig. Er gingen wel eens wat dingen mis en dan was ik de enige die het kon oplossen. Nu kreeg ik in de begindagen al wel nachtelijke telefoontjes van advocaten omdat die iets op een weblog hadden gelezen wat er niet op hoorde, maar met zo'n groot netwerk was het toch wel andere koek.

We begonnen gelijktijdig met GeenStijl en vele andere weblogs en er werd altijd wat denigrerend gedaan over bloggers die op web-log schreven. Ik heb me daar nooit zo druk over gemaakt. Ik vond het wel apart dat er zo'n verschil was tussen die soorten blogs en dat het zo speelde. Maar het was een andere soort schrijvers. Bij Web-log kwamen de mensen die wel een weblog bij wilden houden maar geen zin hadden in allerlei technische randzaken. De inhoud van de weblogs was wezenlijk anders. Het zijn meer de huis-, tuin- en keukenlogs die op Web-log de toon bepaalden. We hadden een paar marketingblogs die er wel uitsprongen zoals Petra de Boevere als het Meisje van de Slijterij, Albert Treur met zijn mediaweblog Venturo en Mediacourant.nl. Een ander populair blog is Het Legioen van Feyenoord met zo’n 150.000 pageviews per maand.

We zijn echt verschillend van Blogo en Blog.nl. Die netwerken zijn op een andere manier opgezet. Wij zijn vooral gegroeid met de individuele blogs en later met de portalsites. Daarnaast hebben we een aantal leuke samenwerkingen gehad met titels van Sanoma, waar Ilse Media onderdeel van uitmaakte. Zo hebben we voor Margriet en Viva de weblogs opgezet. Ik kreeg een mailtje van Sanne Walvisch, de verantwoordelijke bij Viva voor de website, ze wilde iets met weblogs doen. Dat mailtje kwam bij Michiel binnen en een paar uur later hadden ze een eigen weblogomgeving staan en konden ze aan de slag. We dachten nooit al te moeilijk en zochten naar de beste en snelste oplossingen voor die titels.

We wilden eigenlijk een social network zijn zoals Hyves is geworden. Bij Ilse hadden ze dat voor ogen maar dat is niet echt uit de verf gekomen. We hebben toen nog WIEonline.nl overgenomen in augustus 2004, daar probeerden we het community idee te starten. Maar dat bleek toch moeilijk te zijn, omdat er zoveel soorten blogs zijn en er veel kleine groepjes bloggers waren die elkaar kennen. Er was niet echt een grote gemene deler. We konden er geen goed model om heen bouwen dus we hebben WIE Online gelaten voor wat het is.

Ondertussen gebruikt Web-log niet meer mijn software maar zijn ze overgestapt op Typepad van Six Apart. Ik begon het als een hobbyproject met een paar honderd gebruikers voor ogen. Nu is Web-log het grootste weblognetwerk van Nederland. Dan moet je wel de juiste software hebben die dat aankan.

In 2003 startten ook andere weblogdiensten als punt.nl, 20six.nl en de betaalde hostingdienst Blogspot.nl. Blogspot.nl was een webhostingbedrijf dat zich speciaal richt op webloggers. Een opvallende naam, omdat Blogger.com wereldwijd de naam Blogspot.com voert voor de gehoste weblogs van haar klanten. Blogspot.nl heeft geen banden met Blogger, sterker nog, op de betaalde webdienst kun je standaard de concurrerende weblogsoftware Greymatter gebruiken of weblogsoftware naar eigen keuze installeren. Blogspot is vooral een hostingprovider die als extra service de weblogsoftware voor je installeert[[1]](#endnote-1). Daarna ben je zelf aangewezen op de configuratie en vormgeving van je weblog. 20six start vlak na Web-log en is opgezet door een aantal internetondernemers. Vanaf de eerste dag blonk 20six niet direct uit in gebruikersvriendelijkheid. Er ontbraken basisfunctionaliteiten die voor een weblog wel aanwezig zouden moeten zijn zoals leesbare URL’s en open reactiemogelijkheden. Tevens zorgde de Algemene Voorwaarden voor wat opgetrokken wenkbrauwen, aangezien het de eigenaars van 20six het recht zou geven om naar eigen inzicht redactionele wijzigingen en links aan te brengen op de weblogs…[[2]](#endnote-2) De weblogdienst Punt.nl is evenals 20six en Web-log een alternatief voor het zelf installeren en configureren van je weblog. Met een paar klikken staat je eigen weblog klaar en kun je aan de slag.

Opvallend bij de weblogdiensten is dat direct het commerciële belang voorop staat. Het tekent de veranderende cultuur in de blogosphere. Aangetrokken door de (over) positieve berichten uit de Verenigde Staten denken velen dat in Nederland een snelle slag is te slaan met weblogs. Al snel zou blijken dat je een lange adem moet hebben om het vol te houden. Joris heeft met Web-log een mooie partner in Ilse Media gevonden waarmee continuïteit gegarandeerd werd. 20Six is nog steeds actief evenals weblogdienst punt.nl. Blogspot is intussen overgegaan in een andere hostingprovider.

Begin maart 2005 starten de originele oprichters van Dutch Cowboys een eerste weblognetwerk: Webloco. Ze beginnen met drie domeinen: Moeders, Sport en Shoppen. Op alledrie de domeinen zetten ze een redacteur en ze gaan vol goede moed aan de slag. Al snel blijkt dat de ondernemers het te druk hebben met andere zaken. Paul Aelen is druk bij Traffic4U, Henk de Hooge is bij Dutch Cowboys vol in de versnelling en het was niet op te brengen om een netwerk bij te houden. Stephan Fellinger was toen al betrokken bij de Dutch Cowboys als schrijver en hij had de smaak goed te pakken met het bloggen en alles wat er om heen gebeurt. Hij besluit de virtuele boedel van Webloco over te nemen en gaat aan de slag met Blogo. Een paar maanden later, op 23 juni 2005 start Blogo officieel en bij de tweede Business Blogmeeting zal Stephan zijn weblognetwerk presenteren. Het weblognetwerk van Blogo is sterk geïnspireerd door de dan al goedlopende WeblogsInc.com en Gawker.com.

***Rondom weblogs hoort de cultuur van persoonlijk, openheid, samenwerken en met je lezers de dialoog aan gaan.***

Naam: Stephan Fellinger

Weblog: blogo.nl & mede-oprichter SpinAwards

We zijn in juni 2005 met Blogo begonnen als eerste blog uitgeverij van Nederland. Ik was gevraagd door Henk de Hooge om te schrijven voor Dutchcowboys.nl. Daar werd ik zo enthousiast van, dat ik ging nadenken over een netwerk van weblogs over diverse onderwerpen. In eerste instantie met Henk samen, maar hij is doorgegaan met Dutch Cowboys.

Het internet is oorspronkelijk ontwikkeld door en voor mannen, dat is de reden waarom er van oorsprong meer sites zijn voor mannen dan voor vrouwen. Vergelijk het met de mobiele telefoon. Die is bedacht door mannen en was typisch een mannengadget. Maar vrouwen zijn de ultieme communicatiewezens. Je ziet dus dat vrouwen zich steeds meer roeren binnen online media. Met de opkomst van meer social media, zullen de vrouwelijke (lees sociale) eigenschappen op internet alleen maar belangrijker worden. Je op vrouwen richten is in mijn ogen een logische en vooral leuke stap.

Maar bij Blogo zijn er niet alleen vrouwenblogs. Een site als hobby.blogo.nl gaat over zaken als knippen, plakken, knutselen. Eigenlijk een grote onbekende in de Nederlandse blogosfeer. Maar op hobby.blogo.nl komen juist niet de standaard weblogbezoekers. Ik vind het bijzonder dat we alleen al met dat blog, voor een a-typische blogdoelgroep, in december meer dan 400.000 unieke bezoekers halen. Rondom Sinterklaas is de site erg populair voor de surprise-ideeën . Onze bezoekers komen omdat ze daar vinden wat ze zoeken, niet omdat het een blog is.

Ik ben daar wel trots op, dat we een publiek trekken op onze weblogs dat juist niet het typische weblogpubliek is. En dat we met minimale middelen, maximaal plezier en resultaat halen.

Ondanks dat we niet een typisch weblogpubliek trekken, ben ik wel blij met de pioniers die dit allemaal mogelijk hebben gemaakt. Vooral Wim de Bie met Bieslog maakte veel indruk op mij. Hij was veel later dan pioniers als Tonie, Remco en Alt0169 en je kon niet reageren, iets wat ik een enorm gemis vond en waardoor het voor mij puur gezien geen weblog was.Maar zijn persoonlijke kijk op de wereld zorgde ervoor dat ik hem dagelijks bezocht. Ik zag het als het vervolg op zijn vroegere bescheurkalenders! Heel bijzonder was dat Wim de Bie zichzelf eigenlijk opnieuw uitvond. Hij kwam uit de traditionele mediawereld, maar omarmde het internet. Het is niet vreemd dat hij bij de VPRO zat. Een organisatie die een grote bijdrage heeft geleverd aan internet in Nederland.

GeenStijl heeft gezorgd dat weblogs bekend zijn geworden bij het grote publiek. Wel jammer dat voor veel mensen weblogs daarom synoniem zijn voor shockblogs. Het is niet voor niks dat blogs door GeenStijl, in traditionele media bekend staan als "schreeuwers", terwijl bloggers vaak veel meer van het luisteren zijn en de dialoog aangaan. GeenStijl heeft dus gezorgd voor bekend worden van het begrip, maar heeft de Nederlandse blogosfeer daarmee gelijk in een bepaalde hoek gezet.

Rondom weblogs hoort de cultuur van persoonlijk, openheid, samenwerken en met je lezers de dialoog aan gaan. Qua cultuur vind ik de shocklogs daarom juist veel minder echte weblogs. Eigenlijk zijn shocklogs veel meer zoals massamedia, veel schreeuwen.

Blogs blijven zich ontwikkelen. Ze groeien mee binnen ontwikkelingen als bijvoorbeeld social media en nieuwe technische mogelijkheden. Video neemt nu een veel belangrijkere plek in dan tijdens de begindagen van de weblogs. En Twitter zie ik niet als een bedreiging van weblogs, zoals sommige wel zeggen. Met de komst van microbloggen hebben we juist weer een prachtige aanjager van de blogosfeer. Weblogs zijn een blijvertje en zullen de komende jaren meegroeien met het internet.

In 2005 kreeg Marco Derksen van Marketingfacts een telefoontje. Hij dacht eerst dat hij voor de gek werd gehouden toen hij de naam hoorde aan de andere kant van de lijn.[[3]](#endnote-3) Dhr. Blog? Maar het was toch werkelijk zo. De familie Blog had in 2000 het domein blog.nl al geregistreerd, als familienaam. Marco was toen al een bekende naam op het gebied van businessbloggen en vader Ben en zoon Ayalon wilde eens bespreken hoe ze met het domein wat meer konden doen dan alleen een eigen weblog bijhouden.

***Weblogs waren de eerste kanalen waar het nieuws sneller kwam dan de oude media kon publiceren***

Naam: Ayalon Blog

Website: Blog.nl

Op het domein blog.nl begon ik samen met wat vrienden in 2003 een klein weblogje in Pivot over wat ons zoal bezighield in die tijd. Toen het woord *blog* in 2004 woord van het jaar werd, zijn we ons gaan oriënteren om wat professioneels ermee te gaan doen. In de tijd kreeg ik erg veel verzoeken uit de hele wereld om de naam blog.nl over te nemen. Ik had wel het idee dat er flink wat potentie in het webloggen zou zitten.

Met een domeinnaam als blog.nl moet je iets doen in de weblogwereld. De vorm is lastig, velen adviseerden ons blog.nl een startpagina van alle weblogs in Nederland te maken, in die tijd waren startpagina’s erg hot. We zijn toen gaan onderzoeken hoe we weblogs als professioneel medium konden inzetten. Samen met Ben, mijn vader, zijn we aan de slag gegaan om een weblognetwerk op te zetten. We hadden al ervaring in IT, marketing en management en hebben een ondernemersachtergrond. We zijn begonnen met de gedachte dat er een netwerk van professionele themablogs moest komen. Want die was er nog niet! We hebben vanaf het begin gekozen voor professionele redacteurs met passie voor het thema. Zij schrijven tegen betaling over hun thema.

Op 28 juni 2005 zijn we begonnen met drie themablogs: Amstelveen.blog.nl, voetbal.blog.nl, wielrennen.blog.nl en konden we langzaam maar zeker het netwerk uit gaan breiden.

Wij hebben in september 2005 tijdens de orkaan Rita in Amerika een Nederlander weten te vinden die vanuit Houston over alle zaken in die regio schreef. Daarmee hadden we in Nederland een flinke primeur. Die Rita-blog haalde destijds alle kranten en grote websites in Nederland.

In de tijd dat we begonnen zag je al direct dat weblogs steeds professioneler worden. Je ziet nu minder nieuwe weblogs ontstaan en de bestaande weblogs lijken krachtiger te worden. Het is de professionalisering van een medium waarmee je toch wel wat charme uit de beginfase verliest. Om er nu nog tussen te komen met een eigen blog wordt steeds moeilijker. Ons voordeel is dat we nieuwe blogs inmiddels een gigantische push kunnen geven door ons eigen verkeer. Weblogs zijn allang niet meer marginaal en worden steeds serieuzer genomen.

Vanuit mijn netwerk heb ik regelmatig contact met allerlei weblog eigenaren in Nederland, van de grote shocklogs in ons land tot de kleine niche weblogs. Je moet het tenslotte met elkaar doen, samen sterk en je kan veel van elkaar leren. Van samenwerking is officieel gezien geen sprake, maar we ondersteunen elkaar wel. Het is wel mooi om iets op te bouwen wat na zo’n 4,5 jaar succesvol blijkt. We hebben elke maand 3,5 miljoen unieke bezoekers op het totale netwerk. Ik vind het mooi dat wij zo’n platform hebben weg weten te zetten.

Op dat platform hebben we wel wat spelregels. Zo is er een minimum aan het aantal artikelen per week en de wijze waarop het geplaatst wordt. Wij bemoeien ons niet met de inhoud van de blogs en zorgen verder alleen voor techniek en marketing. Reacties verwijderen we niet, tenzij ze onze huisregels overschrijden zoals racistische opmerkingen. We organiseren elk kwartaal een bijeenkomst met onze bloggers. Dat is altijd een inspirerende bijeenkomst waar we elkaar op hoogte houden van nieuwe online ontwikkelingen en met elkaar tips en truuks delen om nog beter te bloggen.

We hebben een grote groep vaste bloggers op blog.nl, maar we zien wel verloop. Zolang je blogt over een onderwerp dat je aan het hart blijft liggen is erover schrijven geen enkel probleem. Bloggen moet je doen omdat je het leuk vindt en als dat de basisreden is van de posts komt het bijna altijd goed.

In de Blogviews die Marco Derksen op zijn Marketingfacts houdt, interviewt hij de kersverse weblogondernemers Ayalon Blog en Stephan Fellinger. Beiden geven toe dat het op het moment van starten nog geen vetpot is en dat er vooral veel gepionierd wordt. Zowel Stephan als Ayalon genieten van de chemie die er ontstaat als de schrijvers van de blogs bij elkaar komen.

## De volwassenheid nabij

Tien jaar nadat de eerste e-zines in Nederland verschijnen en zo’n zes jaar na de eerste blogs in Nederland zien we dat in 2005 weblogs de kinderfase zijn ontgroeid. Weblogs zijn er in allerlei soorten en maten en het is vrijwel onmogelijk om nog een totaalbeeld te hebben van de blogosphere in Nederland. De komst van weblognetwerken, waar privé weblogs ontstonden achter een wachtwoord en de opkomst van Hyves met hun weblogfunctionaliteit zorgen voor een explosieve groei. Bij Hyves worden maandelijks meer dan 900.000 blogposts geschreven door plusminus 275.000 Hyves-leden. Deze worden maandelijks door 2 miljoen unieke Hyvers bekeken.[[4]](#endnote-4) Bij Web-log.nl zijn van de 300.000 aangemaakte blogs zo’n 150.000 ook echt actief, een groot deel is slapend of inmiddels al niet meer actief te noemen. Maandelijks schrijven de Web-loggers plusminus 90.000 blogposts.

Na 2004 worden weblogs volwassen. Bloggers krijgen meer mogelijkheden om inkomsten te genereren uit hun publicaties en het merk wat ze hebben opgebouwd. Zo besluit Marco Derksen in 2005 om op eigen benen verder te gaan en zijn merk Marketingfacts verder uit te bouwen. De Telegraaf neemt in 2006 een belang van 40% in GeenStijl wat in 2008 naar 100% gaat, Emerce gaat samenwerkingen aan met webloggers en er komt meer media aandacht voor weblogs en webloggers. Met de komst van de weblognetwerken zoals in dit hoofdstuk beschreven stijgt het aantal weblogposts in Nederland, een trend die wereldwijd ook te zien is via de jaarlijkse State of the Blogosphere bij weblogzoekmachine Technorati[[5]](#endnote-5)

Een zoekopdracht op LexisNexis,het wereldwijde zoeksysteem voor kranten- en tijdschriftenartikelen laat ook de groeiende media aandacht van weblogs zien in Nederland. Zoekend op het trefwoord “weblog” in nationale kranten laat het volgende zien

{{Afbeelding Grafiek weblog}}

Een interessante ontwikkeling in het aantal berichten in nationale kranten waar weblogs in worden genoemd. Tot 2004 zien we een langzame groei, in 2005 is het aantal berichten al meer dan verdubbeld. Maar na 2005 zien we bijna een verviervoudiging van het aantal artikelen. Met name de Volkskrant en NRC Handelsblad met nrc.next schrijven de meeste artikelen na 2005 over of gerelateerd aan weblogs. In dit onderzoek is niet gekeken naar de aard van de artikelen en het sentiment. Dit kan voor een vervolgonderzoek een interessant uitgangspunt zijn. Met name de sterke daling in 2009 voor het woord weblogs is interessant om te onderzoeken. Al jaren wordt er geroepen dat weblogs dood zijn en geen betekenis meer hebben in het huidige medialandschap. Is dat nu echt zo? Zijn weblogs in een paar jaar tijd van volwassenheid naar ouderdom en uitsterven gegroeid zonder tegenstribbelen? Ik geloof het niet en met mij vele actieve webloggers die nog dagelijks (her-)starten met hun weblog. Na 2005 zijn weblogs professioneler geworden en een onderdeel van het nieuwe medialandschap wat de technologische ontwikkelingen in Web 2.0 ons hebben gebracht. De tijd en aandacht van zowel lezers als schrijvers op het web moet worden verdeeld onder meer mogelijkheden, waar vaak voor de makkelijke weg wordt gekozen. De geschiedenis van de Nederlandse blogosfeer stopt niet in 2005. Er start dan een nieuw tijdperk in Nederland. Een tijdperk van verdere groei in webpublicaties, verdere professionalisering, een hernieuwde aandacht voor internet startups en de reguliere media die langzaam maar zeker versmelt met de digitale media. Mooie tijden breken aan na 2005, waar ook weblogs nog steeds een rol spelen.

1. http://web.archive.org/web/20040105044729/www.aboutblank.nl/9/interview.htm [↑](#endnote-ref-1)
2. http://punkey.com/pivot/entry.php?id=5778 [↑](#endnote-ref-2)
3. http://www.marketingfacts.nl/berichten/webloguitgeverij\_blognl\_officieel\_van\_start/ [↑](#endnote-ref-3)
4. Yme Bosma in een emailwisseling met de auteur [↑](#endnote-ref-4)
5. http://technorati.com/state-of-the-blogosphere/ [↑](#endnote-ref-5)