

**de Volkskrant - 16 juni 2012 zaterdag**

## **Zelfxprss; Interview David Karp**

Door Madelon Meester  
V Opening; Blz. 2

Van de beeldenblogger Tumblr komt een Nederlandse versie. Oprichter David Karp (25, miljonair) was hier om zijn succes toe te lichten. Door Madelon Meester Foto Joost van den Broek

Een afbeelding van zangeres Beyoncé in een Spidermanpak, lachend kijkt ze weg van de camera, haar lippen rood gestift. Een volgende foto laat zien hoe ze is ingegraven op het strand. In het zand zijn de contouren van een zeemeermin gemaakt. Daarnaast een afbeelding van een bord waarop zo'n dertig kersen liggen. Het volgende beeld toont datzelfde bord, met nog slechts tien kersen en een hoopje afgekloven pitten.

Het zijn zomaar wat foto's op de persoonlijke Tumblrpagina van Beyoncé. Bezoekers van de site worden verwelkomd met de woorden: 'This is my life, today, over the years through my eyes. My family, my travels, my love. This is where I share with you. This will continue to grow as I do. Love Beyoncé.'

Het is het type zelfexpressie waar het David Karp (25), oprichter van de blogsite Tumblr, om te doen is. 'De bloggers laten op hun pagina zien hoe het is om door hun ogen te kijken. Ze tonen een bepaald deel van hun identiteit waar ze trots op zijn en maken met video's, afbeeldingen en teksten hun interesses kenbaar.' Opvallend is dat Karp met Tumblr vooral een toevluchtsoord voor kunstenaars en ontwerpers wil bieden. Een medium waarop zij zich creatief kunnen uitdrukken.

Karp is in Nederland voor de lancering van de Nederlandse versie van zijn site. Hij praat razendsnel, zijn ogen daarbij veel en langdurig sluitend en de mouwen van zijn trui over zijn handen trekkend. Hij draagt de outfit waarin iedere zichzelf respecterende internetmiljonair zich tegenwoordig lijkt te hullen: grijze hoodie, blauwe broek en witte sneakers.

Vier jaar geleden, op 21-jarige leeftijd, zette de New Yorker Karp Tumblr op. Al ver daarvoor was hij geïnteresseerd geraakt in het bouwen van websites. Zo maakte hij al op zijn 11de, met het boekje HTML for dummies in de hand, sites voor de lokale bakker, de speelgoedwinkel en de drogist om de hoek. Op zijn 19de had hij zijn eigen bedrijf in het maken van websites: Da-

vidville. Anders dan de sites die hij altijd in opdracht maakte, bouwde Karp Tumblr voor zichzelf. Iets wat hij als een 'egoïstisch project' omschrijft.

Hij wilde namelijk bloggen simpel gezegd: een online dagboek bijhouden zoals zijn helden John Gruber en Jason Calacanis dat doen. Maar van het lege tekstvak op de blogsites raakte hij in paniek. 'Ik kan niet schrijven, maar heb genoeg dingen die ik wil delen.' En dus besloot Karp op zijn slaapkamertje zijn eigen 'microblog' te bouwen. Een site waarop je je kunt uitdrukken met video's, afbeeldingen, quotes, korte teksten en geluid, in plaats van met lange lappen tekst. Met een druk op de knop heb je een nieuwe blogpost.

'Fokking simpel'

Precies die eenvoud is volgens Nalden, Nederlands bekendste professionele blogger, de reden achter de populariteit van Tumblr. 'Het is fokking simpel en daarom wordt het door alle leeftijden en communities gebruikt.' David Nieborg, onderzoeker nieuwe media aan de Universiteit van Amsterdam, ziet dit ook als een van de grootste successen. 'Mensen zijn vaak een beetje lui of hebben niet de tijd en creativiteit om een blog bij te houden. Met 'microblogs' als Tumblr en Twitter heb je binnen een minuut een nieuwe blogpost.'

Een blog bijhouden zonder er al te veel moeite voor te hoeven doen dus, het is immens populair. Volgens blogzoekmachine Technorati worden er 400 miljoen tweets per dag verzonden en gaan er op Tumblr dagelijks zo'n 70 miljoen berichten de deur uit. Binnen vier jaar tijd is Karps 'egoïstische project' opgepakt door zo'n 54 miljoen mensen en heeft de site 17 miljard pageviews per maand. Vooral het afgelopen jaar is Tumblr snel gegroeid: kon Tumblr het begin 2011 nog met 17 personeelsleden klaren, nu heeft het bedrijf 106 medewerkers in dienst.

Maar is Tumblr wel een blog of toch eerder een socialmediasite als Facebook en Twitter, waarbij interactie tussen de gebruikers het voornaamste doel is? Karp wijst liever op de verschillen met social media, maar volgens kenners kun je Tumblr wel tot de laatste categorie rekenen. Nieborg ziet de 'social features' van de webpagina zelfs als belangrijkste succesfactor. 'Tumblers clusteren rond onderwerpen, waardoor er online communities ontstaan. Dit clusteren neemt een nog grotere vlucht door de 'reblog-functie' (een bericht van een ander overnemen op je eigen blog, red.)' Liefhebbers van bijvoorbeeld katten, games of Jay-Z rebloggen elkaars berichten en

kunnen in de lijst met rebloggers gelijkgestemden vinden.

De mogelijkheid tot een 'open blog', een blog waarop iedereen berichten kan posten, draagt ook bij aan dit ontstaan van communities en zet soms zelfs hele bewegingen op de been. Zo ligt de Tumblr-pagina 'We are the 99 percent' ten grondslag aan de Occupy-beweging. Tumblr-gebruikers plaatsen foto's van zichzelf met een tekst in hun handen over hun economische situatie. Het resultaat is een site met duizenden teksten als: 'I am a 53-year old carpenter I've had very little work for three years. Have not been able to put any dollar in my retirement fund. We are the 99 percent.' Tijdens de hoogtijdagen van de beweging kwamen er tweehonderd foto's per dag binnen.

Toch ziet Karp vooral verschillen met socialmediasites. 'De meeste sociale netwerksites zijn gebouwd rond bestaande relaties. Bij Tumblr zijn die sociale contacten er nog niet en ontstaan ze veel later', zegt hij. 'Bij Tumblr is communicatie dan ook niet het hoogste goed, het consumeren van verschillende typen media is het belangrijkste. Gebruikers attenderen elkaar op de mooie, inspirerende dingen die zij hebben beleefd op het web.'

#### Meer visuele beleving

Die 'mooie, inspirerende dingen' laten zich het best vatten in beeld. Het past in de trend van een steeds meer visuele beleving van het web. Sociale netwerksites doen er alles aan om mee te gaan in die ontwikkeling. Zo betaalde Facebook twee maanden geleden een bedrag van 1 miljard dollar voor Instagram, een applicatie waarmee je foto's van je mobiele telefoon kunt bewerken en met je vrienden kunt delen. Een enorm bedrag voor een bedrijf zonder inkomsten.

De snelle groei van de blogsite Pinterest, de site die het snelst de mijlpaal van 10 miljoen bezoekers haalde, onderschrijft deze ontwikkeling ook. Het is de eerste blog waarop je enkel foto's kunt plaatsen. Volgens **Nieborg** is die visuele beleving niet zozeer een verschuiving in behoeften 'Televisie was altijd al populairder dan de krant' maar worden de middelen om afbeeldingen te delen steeds beter.

Ondanks het beeldende karakter van Pinterest ziet Karp die site niet als een concurrent. 'Nieuwe diensten proberen we zo goed mogelijk in te bedden. Net zoals we Twitter en Facebook hebben omarmd' (berichten op Tumblr kunnen met een click ook op deze pagina's worden geplaatst, red.).

Het belangrijkste waarin Tumblr zich onderscheidt van andere sociale netwerken is volgens Karp de doelgroep die ze aantrekken. 'Ons succes hebben we te danken aan creators. Ooit richtte Apple zich op creatieve mensen, nu zijn er naast Tumblr nog maar weinig bedrijven die dat

doen. Ik wilde de ultieme tool creëren voor creatieve expressie.'

Zo kan Tumblr voor kunstenaars en ontwerpers als online galerie werken. Ze kunnen zich aanmelden bij kunstenaarscommunities als Eat, Sleep, Draw afgelopen februari goed voor 63 duizend bezoekers en zo aan een groot publiek hun werk tonen en verkopen.

Dat Tumblr geliefd is bij kunstenaars en ontwerpers is iets wat Karp graag uitdraagt. 'Ik voel me verbonden met die doelgroep en reken mezelf er ook toe.' Volgens Karp gebeurt het geregeld dat kunstenaars door Tumblr geïnspireerd raken door elkaars werk, en de samenwerking met elkaar aangaan. Ook op een andere manier is Tumblr volgens Karp een walhalla voor creatievelingen. 'Via Tumblr hebben we goede designers gevonden die mooie ontwerpen voor de site ontwikkelen.'

Die designs kunnen door bloggers worden gekocht zodat hun site er anders uit ziet dan blogs met de veelgebruikte standaard Tumblr-sjablonen. Volgens Karp krijgen ontwerpers hiermee honderdduizend cheques per maand binnen. 'We hebben ontwerpers die hun baan hebben opgezegd om volledig voor ons te werken.'

#### Ook porno

Omdat Tumblr een vrijplaats zou moeten zijn voor kunstenaars, keerde Karp zich lange tijd tegen advertenties. Maar de 106 medewerkers moeten toch worden betaald. Dus staan er op Tumblr-radar, de startpagina met de populairste berichten, nu ook advertenties. Het is omstreven in een gemeenschap die zou moeten draaien om creativiteit en zelfexpressie. Toch leidt het volgens Karp tot weinig problemen. 'Creatieve adverteerders zien Tumblr als een goed medium.'

Als voorbeeld noemt Karp de manier waarop de film *The Hunger Games* reclame maakte. 'Tumblr heeft een grote fashion community en dus werd er bij de film een modesite gelanceerd: Capitol Couture, verwijzend naar de futuristische stad Capitol in de film. Door creaties van onder anderen Jean Paul Gaultier en John Galliano werd de site, en daarmee de film, opgepikt door de modewereld.

Creativiteit en zelfexpressie dus, dat is hoe Karp Tumblr graag neerzet. Dat Tumblr ook een geliefd medium voor porno is, zo'n 5 procent van de Tumblr-pagina's zijn pornosites, is een onderwerp dat hij niet snel ter sprake brengt. Zou hij de pornosites liever van Tumblr zien verdwijnen? 'Dat niet', antwoordt Karp. 'Tumblr is een plek voor alle ideeën, discussies, media en creaties. Gebruikers mogen creëren wat ze willen. Ook porno.'

'Ik wilde de ultieme tool creëren voor creatieve expressie'

Tumblr is niet alleen een geliefd medium voor 'creators', maar ook voor geek humor: humor geliefd onder com-

puternerds. Een van de populairste blogs van vorig jaar was die waarop de inmiddels overleden Noord-Koreaanse leider Kim Jong-il naar dingen kijkt, met onderschriften als: 'Looking at bottles of juice', 'looking at pigs', 'looking at solar panels'. Toen de site op zijn populairst was, werd hij driehonderdduizend keer per

dag bekeken. Na de dood van Kim Jong-il verscheen een soortgelijke site over zijn zoon: 'Kim Jong-un looking at things'. Een Nederlandse parodie is de Tumblr-pagina: 'Rutte lacht om iets: [ruttelachtomiets.tumblr.com](http://ruttelachtomiets.tumblr.com)