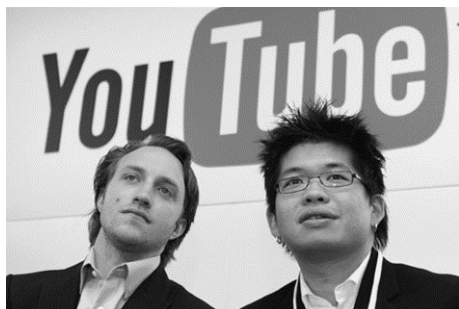


# Der Clip-Milliardär



Wie *YouTube*-Chef Chad Hurley die Videoplattform profitabel machen will – und warum er sie jetzt auf den Fernsehschirm bringt

(1) Der Fernseher spielt im Privatleben von Chad Hurley keine Rolle mehr. „Ich verbringe eigentlich den ganzen Tag mit meinem Computer“, sagt der Chef der Internet-Videoplattform *YouTube*. Manchmal schaue er sich in seiner Freizeit noch Sport-sendungen im Fernsehen an. Meist dient ihm der Apparat aber nur als Hintergrundberieselung, während er auf seinem Laptop E-Mails abrufen. Lieber klickt sich Hurley auch nach Feierabend durch das schier unerschöpfliche *YouTube*-Angebot.

(2) In jeder Minute schicken Menschen 15 Stunden Videomaterial an *YouTube*. Im Monat entspricht das der Länge von 400 000 Spielfilmen. Die Internet-Plattform hat die Gewohnheiten von Millionen Menschen umgekrempelt – und das Leben von Chad Hurley dazu. Im Februar 2005 gründeten er und zwei Freunde die Online-Sammelstelle für Bewegtbilder. Innerhalb von Monaten explodierte die Zahl der Nutzer, die selbst gedrehte Kurzfilme in Ruckelqualität und Fernsehmitschnitte zu *YouTube* hochluden und abriefen. Im Oktober 2006 machte Hurley das Geschäft seines Lebens. Er verkaufte *YouTube* für 1,65 Milliarden Dollar an den Suchmaschinenkonzern *Google*

und strich für seinen Anteil ein Aktienpaket ein, das fast 350 Millionen Dollar wert war. Er blieb Chef von *YouTube*, nun als Angestellter bei *Google*.

(3) Der Herr über Milliarden Clips trägt Jeans und Dreitagebart, dazu ein helles Hemd und ein dunkles Sakko. Der 31-Jährige ist auf Einladung des *Focus*-Verlegers Hubert Burda zu dessen Digitalkonferenz *Digital Life Design* nach München gekommen. Dort erzählte er vergangene Woche im Gespräch mit *Focus*, warum er sich beruflich doch für Fernseher interessiert: „Unser Ziel ist es, mit *YouTube* auf jedem Bildschirm vertreten zu sein. Unsere Nutzer sollen die Freiheit haben, über ihren Computer, ihr Mobiltelefon, die Spielkonsole oder den Fernseher auf unsere Plattform zugreifen zu können.“ *YouTube* verhandelt mit Unternehmen wie *Sony* und *Panasonic*. Im Januar stellten die großen TV-Geräteproduzenten Prototypen mit Internet-Anschluss vor.

(4) Hurley attackiert die klassischen Fernsehkanäle in ihrer Domäne. Dabei kommt er einigen von ihnen bereits im Internet in die Quere – zum Beispiel *RTL*. Der Kölner Sender zeigt seit zwei Wochen eine neue

Staffel der Castingshow *Deutschland sucht den Superstar (DSDS)*.

70 *YouTube* hat er angewiesen, alle hochgeladenen *DSDS*-Mitschnitte umgehend zu entfernen. *RTL* will die Internet-Zuschauer lieber zur eigenen Videoplattform *clipfish.de* lotsen.

75 **(5)** Die Entscheidung von *RTL* sei nicht unbedingt typisch, findet Hurley. In den USA und Großbritannien habe *YouTube* sogar eine Vereinbarung mit *FremantleMedia* geschlossen, dem internationalen Produzenten der Show. „Dort können unsere Nutzer ganz offiziell Clips aus Sendungen von *FremantleMedia* auf *YouTube* sehen“, sagt er.

85 **(6)** An 11 mit dem klassischen Fernsehen glaubt Hurley nicht: „Wir bieten den Sendern alle Möglichkeiten: Wir entfernen ihre Inhalte, falls sie das wünschen. Sie können 90 sie aber auch bei *YouTube* lassen, um damit ihr Programm bekannter zu machen. Die Sender können mit den hochgeladenen Clips sogar Geld verdienen, indem wir sie an unseren 95 Werbe-Einnahmen beteiligen.“

**(7)** *YouTube* experimentiert mit verschiedenen Werbeformen. „Ich glaube, dass es nicht die eine

Lösung gibt“, meint der Plattform-

100 Chef. „Wir werden uns bei *YouTube* sicher viel mehr der Werbung im klassischen Fernsehen annähern, als es sonst im Internet üblich ist.“

**(8)** Die zweitwichtigste Such-  
105 maschine in den USA heißt *YouTube*. Die Zahlen der Marktforscher von *ComScore* überraschen: Die Video-suche auf Hurleys Seite überholte vergangenes Jahr *Yahoo* bei der  
110 Zahl der Anfragen (Platz eins: *Google*). „*YouTube* ist längst nicht mehr nur eine Plattform für lustige Unterhaltungsclips“, erklärt Hurley das Phänomen. „Bei uns kann man in  
115 Videokursen fast alles lernen – zum Beispiel wie man eine Krawatte bindet oder sein Auto repariert.“ Professoren schickten Mitschnitte von Vorlesungen.

120 **(9)** Der *YouTube*-Boss hat früher auch selbst Privatvideos hochgeladen, die er allerdings nur für ausgesuchte Freunde freischaltete. „Wenn ich nicht der Gründer von  
125 *YouTube* wäre, hätte ich sie vielleicht sogar öffentlich gemacht“, sagt der Vater von zwei Kindern. „Aber so möchte ich mein Leben eigentlich nicht mit dem Rest der Welt teilen.“

*Focus*

## Tekst 3 Der Clip-Milliardär

---

- 1p 8 Chad Hurley kijkt privé liever naar *YouTube*-filmpjes dan naar de tv. Waarvoor gebruikt hij volgens alinea 1 de tv nog wel? Noem **twee** dingen.
- 1p 9 „Er verkaupte ... bei *Google*.“ (Zeile 31-38) ist in Bezug auf den vorangehenden Satz eine  
A Konkretisierung.  
B Schlussfolgerung.  
C Steigerung.
- 2p 10 Geef van elk van de onderstaande beweringen aan of deze juist of onjuist is volgens de alinea's 3, 4 en 5.  
1 *YouTube*-filmpjes zullen in de toekomst alleen op computers te zien zijn.  
2 *Sony* en *Panasonic* weigeren met *YouTube* samen te werken.  
3 *DSDS* heeft van *YouTube* geëist dat fragmenten uit *DSDS*-afleveringen verwijderd worden.  
4 Buiten Duitsland heeft *YouTube* een overeenkomst met een tv-producent.  
Noteer het nummer van elke bewering, gevolgd door 'juist' of 'onjuist'.
- 1p 11 Welche Ergänzung passt in die Lücke in Zeile 85?  
A eine Zusammenarbeit  
B einen Kompromiss  
C einen Konflikt
- 1p 12 „Ich glaube, dass es nicht die eine Lösung gibt“ (Zeile 97-99) Welches Wort muss beim Vorlesen dieses Satzes **auf jeden Fall** betont werden?  
A ich  
B glaube  
C eine  
D Lösung
- 1p 13 „*YouTube* ist längst nicht mehr nur eine Plattform für lustige Unterhaltungsclips“ (Zeile 111-113), sondern auch ein Sammelbecken für  
A Chats.  
B Downloads.  
C Instructiefilme.  
D Raubkopien.

- 1p 14 Den Ton des Textes kann man charakterisieren als
- A ironisch.
  - B kritisch.
  - C sachlich.

---

**Bronvermelding**

*Een opsomming van de in dit examen gebruikte bronnen, zoals teksten en afbeeldingen, is te vinden in het bij dit examen behorende correctievoorschrift, dat na afloop van het examen wordt gepubliceerd.*