

Scoren op het digitale veld

Wat zijn de mogelijkheden van voetbalbeelden op internet?

Jeroen Steeman, 0014001
j.steeman@students.uu.nl

dinsdag 27 april 2004

Nota voor Televisie en Populaire Cultuur: Mediavoetbal, Communicatie- en informatiewetenschappen, Faculteit der Letteren, Universiteit Utrecht

Inhoud

Inhoud	2
Inleiding	3
Onderzoeksvraag	3
Hoofdstukindeling	3
Hoofdstuk 1 – Wie mag wat uitzenden?	4
Eredivisie NV	4
Internet	4
Hoofdstuk 2 – Voetbalprogramma's op televisie	5
Terminologie	5
Direct voetbal	5
Indirect voetbal	5
Hoofdstuk 3 – Voetbalbeelden uitzenden op internet	7
Yeahronimo	7
NEC – Willem II	7
(Nog) geen succes	7
Andere initiatieven	8
NAC op maandag	8
Feyenoord WebTV	8
Hoofdstuk 4 – De theorie wijst de weg	10
Koets zonder paard	10
Remediation	10
Kenmerken	10
Children of Chaos	10
Hoofdstuk 5 – Internet en voetbal in scoringspositie?	12
Live voetbal	12
Samenvattingen	12
Indirect voetbal	13
Hoofdstuk 6 – Conclusies	14
Live voetbal	14
Kosten	14
Verder onderzoek	14
Literatuur	15
Boeken en artikelen	15
Gesprekken	15
Websites	15
Andere referenties	15

Inleiding

Er is op televisie een enorme aandacht voor voetbal. Programmamakers proberen de kijkers binnen te halen met veel verschillende programma's over voetbal. Zo is er naast de live verslagen van voetbal en de bekende samenvattingen van Studio Sport en SBS6 nog een heel scala aan programma's over voetbal. Er zijn praatprogramma's in de trant van Voetbal Insite, maar ook programma's over voetbalvrouwen. Eén van de eerste reallife-soaps is zelfs gemaakt rondom een voetballer, de Belgische ex-voetballer Jean-Marie Pfaff.

Naast de aandacht die op televisie wordt gegeven aan voetbal gaat ook het internet een steeds grotere rol spelen voor de voetbalclubs. Het internet is een uitstekende mogelijkheid voor de clubs om rechtstreeks met hun supporters te kunnen communiceren, zonder tussenkomst van andere media en dus met meer zeggenschap over de inhoud van de boodschap. Er worden al enkele experimenten uitgevoerd om voetbalwedstrijden live via internet uit te zenden.

Onderzoeksvraag

Deze nota maakt een oriënterende inventarisatie van de mogelijkheden van voetbalclubs om beelden van hun eigen voetbal via internetvideo uit te zenden. De onderzoeksvraag luidt: *Biedt het online uitzenden van voetbal nieuwe mogelijkheden voor de voetbalclubs in Nederland?* Aan de hand van huidige televisieprogramma's over voetbal – in het bijzonder de Holland Casino Eredivisie – en de eerste experimenten met voetbalbeelden op internet zal ik proberen om via bestaande televisie- en internettheorieën tot concrete ideeën te komen om voetbal op internet verder uit te werken. Om tot een goede inventarisatie te komen zal het proces in een aantal stappen worden onderverdeeld.

Hoofdstukindeling

In het eerste hoofdstuk schets ik de huidige situatie van de voetbalclubs in de Holland Casino Eredivisie rondom de rechten voor het uitzenden van voetbal, zowel op televisie als via internet. Het tweede hoofdstuk beschrijft de verschillende vormen van voetbal zoals ze op televisie worden uitgezonden. Het zal een overzicht geven van praatprogramma's, achtergrondverhalen en samenvattingen over voetbal.

Het derde hoofdstuk beschrijft hoe de voetbalclubs nu omgaan met het uitzenden van voetbalbeelden via internet. In dit hoofdstuk komt aan bod of de huidige 'programma's' zoals ze op internet worden uitgezonden succesvol zijn.

In hoofdstuk vier zal ik proberen om aan de hand van televisie- en internettheorieën te verklaren waarom de 'programma's' wel of niet succesvol zijn. Deze theorieën kunnen ook een aanzet geven tot nieuwe ideeën over voetbalbeelden op internet.

In combinatie met de huidige televisieprogramma's en de theorieën over televisie en internet probeer ik in het vijfde hoofdstuk tot een uitwerking te komen van voorbeelden. Deze voorbeelden moeten uitmonden in concrete programmaformats.

Het zesde hoofdstuk geeft de conclusie van deze nota met aanbevelingen voor toekomstig onderzoek.

Hoofdstuk I – Wie mag wat uitzenden?

Eredivisie NV

De Nederlandse clubs zijn 'eigenaar' van de wedstrijden die hun teams thuis spelen. Zij kunnen de rechten op het uitzenden van wedstrijden verkopen aan mediaorganisaties, die de wedstrijden op hun beurt uitzenden. De achttien clubs uit de Holland Casino Eredivisie hebben zich georganiseerd in de Eredivisie NV (ENV). Dat is een naamloze vennootschap waarin alle achttien clubs aandeelhouder zijn. De ENV behartigt namens de clubs de belangen en probeert collectief de uitzendrechten te verkopen. De opbrengsten worden eerlijk verdeeld onder de achttien aandeelhouders. Door middel van de sterke organisatiestructuur hebben de individuele clubs meer te zeggen over wat er gedaan wordt met hun rechten en ze zijn zo ook in staat om er een hogere prijs voor te krijgen.

Op dit moment heeft de ENV contracten lopen met de NOS voor het uitzenden van samenvattingen van elke wedstrijd uit de eredivisie. Daarnaast liep er tot 2004 een contract met Canal+. In 2002 bepaalde de Nederlandse Mededingingsautoriteit (NMa) dat de samenwerking van de achttien clubs in de ENV voor de verkoop van live-rechten niet toegestaan is omdat het een vorm van oneerlijke concurrentie is. Vanaf het seizoen 2003/2004 hebben de clubs daarom individueel hun rechten moeten verkopen aan Canal+.

Canal+ mag nu alle wedstrijden van Ajax, Feyenoord en PSV live uitzenden, zowel uit als thuis. In de contracten staan ook additionele zaken over bijvoorbeeld hoe vaak de sponsors in beeld komen. De ENV heeft regelmatig overleg met de NOS en Canal+ over de inhoud, de organisaties houden echter wel journalistieke vrijheid. Ze mogen zelf bepalen wat ze het interessantst vinden.



Het logo van de Holland Casino Eredivisie

Internet

Met de verkoop van zowel de rechten op de samenvattingen van alle clubs en de live verslagen, blijft er nog een categorie rechten over; de rechten op het uitzenden van live verslagen van de kleine clubs. Een aantal van deze clubs heeft in de vorm van een experiment haar rechten verkocht aan Yeahronimo, een contentprovider op het internet.

Logischerwijs mogen de thuiswedstrijden van deze clubs tegen Ajax, Feyenoord en PSV niet uitgezonden worden, Canal+ heeft daar al de rechten van. In hoofdstuk drie zal uitgebreider aan bod komen hoe de Nederlandse clubs omgaan met het uitzenden van voetbalbeelden via het internet.

De inbreng van de individuele clubs is hier een stuk groter, omdat ze zelf 'persoonlijk' contact hebben met het bedrijf dat hun voetbal uitzendt.

De algemeen directeur van NEC Nijmegen, Alex Tielbeke vertelde in een gesprek dat men ervoor moet oppassen om internet als een enorme nieuwe bron van inkomsten moet zien. Het is namelijk de vraag of de extra inkomsten die clubs halen uit hen online uitzenden van voetbalwedstrijden niet ten koste gaan van andere inkomsten. Zo kan het aantal kijkers naar de samenvattingen van de NOS dalen en daarmee daalt dus ook de prijs die de NOS voor de rechten wilt neerleggen. In een ander geval zou het er ook voor kunnen zorgen dat er minder supporters naar het stadion komen omdat ze liever vanuit hun luie stoel naar voetbal willen kijken.

Hoofdstuk 2 – Voetbalprogramma's op televisie

Terminologie

Bij het bespreken van voetbalbeelden maak ik een hoofdonderscheid tussen twee genres. Aan de ene kant het *directe voetbal*, programma's die als hoofdonderdeel direct voetbal laten zien. In deze categorie vallen de live verslagen door Canal+ en samenvattingen van wedstrijden door de NOS. Aan de andere kant zijn er veel televisieprogramma's die geen puur voetbal brengen, maar meer achtergrondinformatie geven. In de categorie van het *indirecte voetbal*, kunnen we verschillende gradaties onderscheiden. Sommige programma's staan redelijk dicht bij het directe voetbal, zoals *Studio Voetbal*. Andere programma's komen slechts zijdelings in aanraking met voetbal, zoals *Voetbalvrouwen*.

De termen *direct* en *indirect voetbal* zal ik verder in mijn nota als bekend veronderstellen.

Direct voetbal

Elke zondagavond zit menig Nederlander op de bank met zijn bord op schoot te kijken naar *Studio Sport* van de NOS. Van zeven tot acht zendt de NOS de samenvattingen uit van de wedstrijden uit de Holland Casino Eredivisie. De productieafdeling van de NOS zorgt dat de beelden uit de stadions worden doorgegeven en dat er een mooie samenvatting van de wedstrijd wordt gemaakt, inclusief commentaar en visuele effecten zoals de opstelling van beide teams. Het voordeel van de kijker is dat hij deze wedstrijden zonder extra kosten kan bekijken. De Nederlandse publieke omroep is immers in heel Nederland kosteloos via de ether te ontvangen en zit in elk standaard kabelpakket.

Het aantal kijkers van een doorsnee uitzending van *Studio Sport* op zondagavond (28 maart 2004) bedroeg maar liefst 3,1 miljoen, met een kijkdichtheid van 54%. Dat betekent dat meer dan de helft van alle televisiekijkers in Nederland op dat moment *Studio Sport* aan had staan. Mede door de hoge kijkcijfers zijn de reclameblokken om *Studio Sport* heen veel geld waard, waardoor de omroep ook weer meer aan rechten kan betalen aan de ENV en dus aan de voetbalclubs.

De Holland Casino Eredivisie is echter ook nog op een andere manier te bekijken, via de betaalzender Canal+. Deze zender heeft de rechten gekocht op alle wedstrijden van Ajax, Feyenoord en PSV. Hier verdienen ook de andere clubs aan mee omdat de uitwedstrijden van de grote drie clubs thuiswedstrijden zijn voor de kleine clubs en daarmee ook de rechten voor die wedstrijd bezitten. Voor de aansluitkosten van € 44,- via de kabel, of € 28,- via de satelliet en een maandelijks bedrag van € 26,80 krijgt een kijker de apparatuur om het signaal van Canal+ dat via de kabel of satelliet binnenkomt, te decoderen. Naast het voetbal heeft de kijker dan nog een scala aan films te bekijken die door hetzelfde Canal+ worden uitgezonden. Canal+ heeft zelfs via de KNVB weten te regelen dat Ajax, Feyenoord en PSV nooit tegelijkertijd spelen, zodat alle wedstrijden uitgezonden kunnen worden. Dit op de laatste speelronde na, dan moeten namelijk alle wedstrijden uit de Holland Casino Eredivisie tegelijkertijd gespeeld worden.

Het verslag van de wedstrijden zelf is op zich goed te vergelijken met de andere voetbalwedstrijden die live op televisie gebracht worden zoals interlandvoetbal of Europees voetbal. Voor en na de wedstrijd en tijdens te rust geven oud-voetballers en -trainers hun commentaar op de wedstrijd.

Indirect voetbal

Naast deze twee voorbeelden van direct voetbal wordt de kijker menigmaal overspoeld met andere televisieprogramma's die in meer of mindere mate over (eredivisie-)voetbal gaan. Een zoektocht door de televisiegids geeft een grote variëteit aan sportprogramma's. We kunnen een onderscheid maken in hoeverre deze programma's afstaan van het directe voetbal.

♦ **Voetbalnieuws**

Naast de uitzendingen van *Studio Sport* verzorgt de sportredactie van de NOS ook de uitzendingen van het *Sportjournaal*. Dit programma wordt door de weeks elke dag om zeven uur 's avonds en om half elf uitgezonden. In het *Sportjournaal* komt allerlei sportnieuws aan bod, dus ook over spelers en clubs uit de Holland Casino Eredivisie. Daarnaast worden de samenvattingen van doorde weekse eredivisiewedstrijden in het *Sportjournaal* uitgezonden.

- ♦ **Praatprogramma's**

Na het Sportjournaal volgt doorgaans een uitzending van Studio Sport. In tegenstelling tot zondag om zeven uur 's avonds speelt dit programma zich niet af in een studio met een nieuwsdesk, maar in een huiskamerachtige setting met luxe banken. De uitzending gaat meestal dieper in op een aantal sporters en hun prestaties. De sporters worden vaak ook uitgenodigd in de studio.

Op zondagavond ziet de invulling van de late uitzending van Studio Sport er ander uit. Onder de noemer Studio Voetbal neemt een presentator aan de hand van twee vaste gasten en een speler of trainer uit de eredivisie de wedstrijden van de afgelopen week door.

Hetzelfde gebeurt bij het voetbalprogramma *Voetbal Insite* van RTL5. Een presentator, een aantal vaste gasten en een speler of trainer nemen de afgelopen voetbalweek door. Omdat RTL5 geen rechten heeft op de voetbalbeelden, kan ze ook geen samenvattingen laten zien. RTL5 heeft echter wel de rechten op een aantal buitenlandse voetbalcompetities en de discussies gaan daarom ook vaak over bijvoorbeeld het Engelse voetbal.

- ♦ **Overige programma's**

Tenslotte kunnen we een derde categorie onderscheiden; programma's die maar zijdelings over voetbal gaan. In maart 2004 probeerde de zender Net5 het met het programma Voetbalvrouwen, waarin de vrouwen van voetballers een kijkje geven in het huis waarin ze wonen en en passant vertellen ze over zichzelf en over hun relatie met hun man of vriend. Het programma scoorde de eerste uitzendingen goed qua kijkcijfers (1,3 miljoen, aandeel van 8,5%), maar deze liepen in de latere afleveringen sterk terug.

Een ander voorbeeld komt van de Vlaamse commerciële omroep VTM. De productiemaatschappij van Paul Jambers volgde in 2002 enkele maanden het leven van oudvoetballer Jean-Marie Pfaff en zijn familie in de reallife-soap *De Pfaffs*. In België werd de serie een enorm succes en ook in Nederland kon de serie rekenen op een groot aantal kijkers. De serie was één van de eerste reallife-soaps, ruim voor de eerste Nederlandse versies met Patty Brard en de familie Adams.

Deze opsomming van programma's laat zien dat er veel aandacht is voor voetbal op televisie. Voetbalprogramma's, en dan in het bijzonder die over de Holland Casino Eredivisie kunnen stevast rekenen op een groot publiek.

Hoofdstuk 3 – Voetbalbeelden uitzenden op internet

Zoals ik in het eerste hoofdstuk heb geschreven, zijn er nog maar acht clubs die de live verslagen van hun wedstrijden op internet aanbieden. Dit doen ze in samenwerking met Yeahronimo, een aanbieder van muziek via internet. De supporters van AZ, FC Groningen, SC Heerenveen, FC Utrecht, Vitesse, NEC, Roda JC en ADO Den Haag kunnen de verrichtingen van hun clubs live via internet volgen. Yeahronimo is in principe alleen de organisatie die de distributie van de wedstrijd verzorgt. Het achterliggende bedrijf dat de productie verzorgt is WK Producties in Hilversum. Deze organisatie is gespecialiseerd in het produceren van sportwedstrijden en verzorgt ook de sportuitzendingen van Canal + en het sportkanaal van UPC.

Yeahronimo

Om wedstrijden uit de Holland Casino Eredivisie live te kunnen zien, moet je jezelf eerst als gebruiker eerst aanmelden op de website van Yeahronimo. Na het ingeven wat je naam en enkele persoonlijke gegevens wordt er voor je een inlognaam en wachtwoord aangemaakt. Wanneer je inlogt met deze gebruikersnaam ziet Yeahronimo er uit als iedere andere webwinkel, alleen nu zijn er geen concrete producten te koop, maar muziek en sportwedstrijden.

Achter de wedstrijden die Yeahronimo aanbiedt staat een winkelwagentje. Als je hierop klikt dan plaats je de wedstrijd in het winkelwagentje en kun je gaan afrekenen. Afrekenen kan op verschillende manieren gebeuren, met een creditcard, maar ook met het groeiende aantal online betaalmethoden zoals Way2pay en Wallie. Als je hebt betaald dan krijg je een link naar een zogenaamde licentie. Pas als je deze licentie hebt gedownload, dan krijg je te toestemming om de livestream van het voetbal in Windows Mediaplayer af te spelen. Deze licentie kun je meteen na het aanschaffen van de wedstrijd downloaden. Je krijgt in totaal twee licenties. Eén licentie dient als reserve voor het geval dat er tijdens het downloaden iets mis gaat.

NEC – Willem II

Om te zien hoe een online uitzending van een voetbalwedstrijd werkt, heb ik online gekeken naar de wedstrijd van NEC tegen Willem II van vrijdagavond, 2 april 2003. Vanaf een half uur voor de aanvang voor de wedstrijd komt de livestream beschikbaar. Deze kun je dus alleen bekijken met de juiste licentie. Ongeveer vanaf tien minuten voor het begin wat de wedstrijd komen er live beelden uit stadion De Goffert in Nijmegen, we hebben verbinding! Het beeld is niet van hoe kwaliteit maar toch acceptabel. De wedstrijd wordt verslagen vanuit Hilversum door ex-NEC-speler Emiel van Eijkeren. Hij geeft vlak voor de aftrap de opstellingen van beide teams en geeft een korte analyse van de prestaties van beide teams van afgelopen weken.

De verbinding van de livestream wordt tijdens de wedstrijd af en toe slechter. Een aantal keren valt de verbinding zelfs helemaal stil. De enige oplossing is om de verbinding te stoppen en opnieuw op te starten. Helaas heb ik dankzij deze problemen een doelpunt moeten missen. (Uit de samenvatting van de NOS van die avond bleek dat dit doelpunt het mooiste van de avond zou zijn.)

De regie is goed verzorgd. Na doelpunten of grote kansen wordt een herhaling getoond en in de rust in na de wedstrijd krijgen de kijkers een korte samenvatting voorgeschoteld. Interessant is het feit dat onze commentator Van Eijkeren ons tijdens de rust 'even verlaat', waarschijnlijk om een kopje koffie te drinken.

Opvallend tijdens de wedstrijd is dat er geen gebruik wordt gemaakt van grafische mogelijkheden. Van televisie zijn we gewend dat regelmatig te tijd of de stand in beeld komt, deze zaken ontbreken bij de uitzending op internet.

Samenvattend kan ik aan de hand van mijn persoonlijke ervaringen zeggen dat de online uitzending acceptabel is, maar dat de prijs van €4,95 te hoog is voor de geboden kwaliteit.

(Nog) geen succes

De Geassocieerde Persdiensten brachten in december 2003 een artikel uit naar aanleiding van het tegenvallende resultaat van Yeahronimo. Het blijkt dat de wedstrijden er weinig kijkers trekken. Gemiddeld maken ongeveer 110 mensen gebruik van de online uitzendingen van Yeahronimo. Aan het begin van het seizoen rekende het mediabedrijf op een gemiddelde van 400 kijkers per wedstrijd. De

directeur van de sportafdeling van Yeahronimo, Roelant Oltmans geeft in het artikel toe dat de cijfers ronduit tegenvallen. Toch houdt hij vertrouwen in de toekomst. Uit het artikel:

“Maar er zit wel een stijgende lijn in dat aantal [kijkers, JS]. Bovendien merken we dat mensen terugkomen als ze één keer een wedstrijd bij ons hebben gezien.” (...) “Als je begint mag er wel eventjes geld bij, maar je moet wel perspectief blijven zien. Dat is er ook wel. De kijkcijfers nemen toch heel langzaam toe en er zijn steeds meer ADSL-aansluitingen. Bovendien krijgen we heel weinig technische klachten. Als je de juiste apparatuur hebt, kun je de wedstrijd gewoon goed volgen.”

Mijn persoonlijke ervaring met het liveverslag van Willem II spreekt echter de opmerkingen van Oltmans tegen. De computer die ik gebruikte is een van de snelste op dit moment en maakt gebruik van een breedbandverbinding via de kabel. Toch stokte het beeld regelmatig en liep de stream een keer ‘vast’.

Andere initiatieven

Naast het uitzenden van de live verslagen van voetbalwedstrijden zijn er enkele clubs die meer voetbalbeelden laten zien op hun website. Op NAC Breda na doen ze dat allen via KPN Webcast en Switchpoint. KPN Webcast is een dochterbedrijf van KPN dat gespecialiseerd is in het online uitzenden van allerhande gebeurtenissen. De clubs Ajax, Feyenoord, FC Groningen, Willem II en NEC bieden samenvattingen van hun thuiswedstrijden aan via KPN Webcast. Het opvragen van een samenvatting kost €1,15, de betaling gaat via Switchpoint, het betaalsysteem van KPN. Door middel van het versturen van een sms'je, ontvang je een sms'je terug met daarin een toegangscode. Deze code geeft je toegang tot de samenvatting. Tot mijn grote teleurstelling bleek deze samenvatting gewoon de standaard samenvatting te zijn van Studio Sport van de NOS! Zelf het logo van Nederland 2 was in de bovenhoek nog gewoon zichtbaar. De videobeelden worden uitgezonden in een nieuw venster in de standaard internetbrowser. De gebruiker heeft geen mogelijkheden om het beeld aan te passen aan zijn eigen wensen, waar dat wel kan als het beeld in het mediaprogramma zelf kan worden afgespeeld. De grote clubs Ajax en Feyenoord bieden naast de samenvattingen, meer direct voetbal aan. Ajax geeft de bezoekers de mogelijkheid om de doelpunten individueel te zien. Feyenoord laat kijkers meekijken via webcams, biedt samenvattingen en biedt supporters een kijk in het archief van Feyenoord. Al deze beelden zijn alleen tegen betaling te zien.

NAC op maandag

De enige twee clubs in Nederland die ook indirect voetbal uitzenden zijn Feyenoord en NAC Breda. NAC biedt als enige voetbalclub uit de Holland Casino Eredivisie samenvattingen van haar wedstrijden gratis aan. Onder de noemer *NAC op maandag* maakt de productiemaatschappij TV&Co elke maandag een programma over NAC van ongeveer tien minuten. In eerste instantie wordt dit programma gemaakt voor de regionale omroepen uit de regio Breda. Ook andere regionale omroepen maken vaak programma's over de voetbalclubs uit de regio. Opvallend aan NAC op maandag is echter dat de afleveringen van NAC op maandag ook via de website van NAC zijn te bekijken. Het programma duurt elke week ongeveer tien minuten en het geeft een uitgebreide samenvatting van de wedstrijd uit het weekend ervoor, gecombineerd met commentaar van een speler van NAC of iemand die op een andere manier iets met NAC te maken heeft. De productie van het programma ziet er erg eenvoudig, maar degelijk uit. Het programma wordt gemaakt met één camera. De beelden van de wedstrijd die het programma laten zien, zijn door TV&Co overgenomen van de NOS.

Feyenoord WebTV

Tenslotte zal ik een nadere blik werpen op Feyenoord WebTV. Feyenoord geeft de bezoeker van haar site een overweldigend aanbod aan video's, opgesplitst in drie 'kanalen'. Het eerste kanaal is voor iedereen gratis toegankelijk en biedt toegang tot het 'videonieuws' en een webcam van het trainingsveld. Videonieuws heb ik expres tussen aanhalingstekens gezet omdat het niet echt gaat om het laatste nieuws, maar meer om videobeelden uit het archief van Feyenoord die nu gratis te zien zijn.

Het tweede kanaal is voor € 7,50 per maand te bekijken. Het biedt samenvattingen van de thuiswedstrijden met exclusief commentaar van spelers (dus vergelijkbaar met NAC op maandag), maar ook webcams van de trainingsvelden en uit het stadion. Daarnaast wordt het tweede kanaal om 'live events' uit te zenden. Hierbij moeten we denken aan de persconferenties aan het einde van de wedstrijd en speciale gebeurtenissen zoals het voorstellen van nieuwe spelers. Daarnaast kunnen geabonneerden de afleveringen van *FeyenoordTV* terugzien, deze zijn eerder uitgezonden op RTL5. Tenslotte is kanaal drie een mogelijkheid voor kijkers die geen abonnement hebben op kanaal twee om toch 'live events' te volgen.

De productie van *FeyenoordTV* en *Feyenoord WebTV* gebeurt compleet binnenshuis. Feyenoord heeft een cameraman in dienst die alle activiteiten volgt, daarnaast hangen er het stadion en op de trainingsvelden in totaal zes webcams. Daarnaast biedt Feyenoord de mogelijkheid om alle wedstrijden van Feyenoord via webradio live te volgen. Een commentator geeft twee keer driekwartier het verslag van de wedstrijd, zowel uit als thuis. Deze service trekt elke keer een paar honderd luisteraars.

De nieuwe media afdeling van Feyenoord is kosten neutraal. Dat betekent dat de afdeling geen winst maakt, maar ook geen verlies. In vroegere tijden bood Feyenoord de streams gratis aan, maar Edward van Wonderen, verantwoordelijk voor de nieuwe media binnen Feyenoord, vertelt dat de kosten te hoog opliepen.

Hoofdstuk 4 – De theorie wijst de weg

Koets zonder paard

De tegenvallende resultaten van Yeahronimo zijn voor mediawetenschappers vrij makkelijk te verklaren. De uitzendingen van voetbalwedstrijden via het internet lijden aan het *horseless carriage-syndrome*. Het syndroom staat voor de nijging om nieuwe media (de auto) te verklaren aan de hand van oude media (paard en wagen). De voetbalwedstrijden via Yeahronimo zijn hier een uitstekend voorbeeld van, ze worden op internet precies op dezelfde manier uitgezonden als op televisie. Hierbij worden de verschillen tussen de beide media volstrekt genegeerd.

Dit hoofdstuk zal proberen om aan de hand van de kenmerken van internet juist de voordelen van dit specifieke medium (video op internet) op te sommen. Op deze manier kan er dan gekeken worden naar nieuwe ideeën over het online uitzenden van voetbal.

Remediation

Het principe van het horseless carriage-syndrome vormt een basis voor de theorie over *remediation* van Bulter en Grusin (1999). Zij stellen dat nieuwe media onderdelen en constructies van oude media overnemen. Hierin is een schaal te definiëren van *immediacy* tot *hypermediacy*. *Immediacy*, letterlijk vertaald in ‘onmiddellijkheid’, beschrijft het direct overnemen van kenmerken van oude media door nieuwe media. De uitzendingen van Yeahronimo zijn hier een uitgelezen voorbeeld van omdat ze probeert om een livestream er in alle opzichten net zo uit te laten zien als een live voetbalverslag op televisie.

Lijnrecht tegenover *immediacy* staat *hypermediacy*. In het geval van *hypermediacy* probeert een medium juist zo veel mogelijk van haar eigen mogelijkheden te gebruiken. Deze specifieke mogelijkheden komen in verschillende wetenschappelijke artikelen naar voren.

Kenmerken

Aan de hand van de Nederlandse wetenschappers De Mul (1997) en Raessens (2002) kan ik twee karakteristieken van de nieuwe media onderscheiden. In mijn uitleg zal ik ze vooral toespitsen op video op internet.

♦ **Multimedialiteit**

Nu de internetverbindingen steeds sneller worden, krijgt het multimediale karakter van internet steeds meer aandacht. Bewegend beeld en geluid worden steeds meer – al dan niet tegen betaling – aangeboden. Hierbij vergeet men vaak het feit dat het internet juist een enorme boost heeft gegeven aan geschreven teksten. In tegenstelling tot wat de verwachtingen waren, is de hoeveelheid geschreven tekst alleen maar toegenomen.

♦ **Interactiviteit**

Deze term moet in de breedst mogelijke zin worden opgevat. In eerste instantie is de gebruiker van internet ook producent. Hij heeft de mogelijkheden om zelf informatie aan te bieden. Het effect van deze eigenschap wordt echter vaak overschat, het produceren van een tekst staat niet gelijk aan het gelezen worden van een tekst. Het effect moet echter ook niet onderschat worden. Er zijn op het internet veel mogelijkheden voor een gebruiker om zijn mening te uiten. Er is een groot aanbod van fora over de meest uiteenlopende onderwerpen. Daarnaast zijn er ook websites die hun lezers aanmoedigen om zelf afbeeldingen te photoshoppen, of om zelf video's in elkaar te zetten.

Children of Chaos

Douglas Ruskoff gaat in zijn boek *Children of Chaos* (1997) een flinke stap verder. Hij beschrijft in het boek de veranderingen die de maatschappij nu ondergaat of zal ondergaan door de opkomst van de nieuwe media. Het feit dat hij dat probeert in een utopische visie is het door velen niet in dank afgenomen. Hij behandelt in zijn boek vooral *screenagers*, kinderen die opgroeien met nieuwe media en ‘oudere media’ die op een nieuwe manier gebruikt worden. Anno 2004 (zeven jaar na uitgave) blijkt Ruskoff het in veel gevallen bij het rechte eind te hebben. Zijn voorspellingen en beschrijvingen sluiten naadloos aan bij de manier waarop vandaag de dag het internet gebruikt wordt.

- ♦ **Videoclips**

De opkomst en het succes van MTV hebben ervoor gezorgd dat de jeugd heel anders omgaat met televisie. Videoclips duren doorgaans maximaal vijf minuten. Door deze korte stijl van verhaallijnen is de aandachtsboog ook veel korter geworden. Zoals bekend is het moeilijk om kinderen ergens hun aandacht lang bij te laten houden.

Dit zien we ook terug bij internetgebruikers. Door de interactiemogelijkheden, waarbij een persoon zelf zijn tempo kan bepalen, neem ook de aandachtsboog af. Een ervaren internetter heeft aan een paar seconden genoeg om te zien of de pagina die hij bezoekt wel interessant genoeg is. Gekoppeld hieraan blijkt ook dat filmpjes die op internet getoond worden zelden langer zijn dan tien minuten.

- ♦ **Multitasken**

De kortere aandachtsboog die internetgebruiker heeft valt samen met het tweede punt in deze opsomming. Rushkoff stelt dat ondanks de kortere aandachtsboog men wel een *breder* aandachtsboog heeft. Hij bespreekt dat kinderen zonder moeite meerdere televisieprogramma's kunnen bijhouden en dat ze erg geen probleem mee hebben als de televisie aanstaat terwijl ze hun huiswerk maken. Een persoon is dus in staat om meer dingen tegelijkertijd te volgen. Ook op het internet zien we deze ontwikkeling. Een ervaren internetter kan makkelijk op meerdere pagina's tegelijk zoeken en doet dat vaak ook. Je kunt zelf de proef op de som nemen door te kijken hoeveel schermen er nu openstaan op je computer terwijl je deze nota aan het lezen bent.

- ♦ **Recapitulatie**

Het laatste punt dat ik uit Rushkoff gebruik is de opkomst van de recapitulatie. In het hoofdstuk 'The fall of metaphore and the rise of recapitulation' beschrijft Rushkoff hoe jongeren keken naar *Mellrose Place*. Het valt hem op dat er niet gekeken wordt onder pure stilte waarbij iedereen zoveel mogelijk wilt opnemen. Het is juist gebruikelijk dat alle kijkers tijdens de uitzending commentaar geven op de gebeurtenissen en deze bediscussiëren. De televisiezender nemen op hun beurt deze ontwikkeling weer over. Zo kwam MTV met de *popvideo*. Tijdens het afspelen van een videoclip komt er in tekstballonnen allerlei informatie over de artiest voorbij. De jongste ontwikkeling in Europa is de mogelijkheid om tijdens de clips te sms'en naar een clipzender om daarbij commentaar te geven op de clip of op andere dingen. De clipzender laat deze berichten vervolgens onderin beeld langskomen.

- ♦ **Reallife**

Tenslotte wil ik nog een laatste ontwikkeling bespreken. Hoewel deze niet in Rushkoffs boek wordt besproken, past hij perfect in de manier waarop de jeugdcultuur, met MTV voorop, de 'volwassen' cultuur aanpast.

De trend van reallife is begonnen met programma's als *Big Brother* en MTV's *The Real World*. In deze programma's worden de hoofdpersonen 24 uur per dag gevolgd. Op deze manier worden 'gewone' mensen op slag beroemd bij het grote publiek. In navolging van deze programma's over 'gewone' mensen zijn programma's ontwikkeld waarbij juist 'bekende' mensen centraal staan. Het bekendste voorbeeld hiervan is de televisieserie *The Osbournes* van MTV. In België trok de serie over de oud-voetballer Jean-Marie Pfaff enorme aantallen kijkcijfers, Nederland volgde massaal het leven van volkszanger Frans Bauer.

Een andere trend die zijn oorsprong vindt in de realliferies is de zogenaamde *docusoap*. Hierin wordt het wel een wee van een grote organisatie met camera's gevolgd. In Nederland begon deze trend met een programma over de luchtvaartmaatschappij Easyjet en inmiddels worden er programma's gemaakt van de parkeerpolitie uit Amsterdam tot de Nederlandse Spoorwegen.

Hoofdstuk 5 – Internet en voetbal in scoringspositie?

In dit hoofdstuk zal ik proberen om aan de hand van de theorieën uit het vorige hoofdstuk tot concrete uitwerkingen te komen in relatie tot het uitzenden van voetbalbeelden op internet.

Live voetbal

Zoals we in de voorgaande hoofdstukken hebben gezien werkt het niet om de wedstrijdverslagen zoals we die van televisie kennen, zomaar op internet uit te zenden. Men moet juist gebruik maken van de mogelijkheden van het internet ten opzichte van televisie, men moet de hypermedialiteit van internet ten opzichte van televisie en andere media benutten. Deze eigenschappen heb ik in het vorige hoofdstuk besproken.

Om live voetbal succesvol via internet te verslaan moet er een speciale applicatie ontwikkeld worden. Via deze applicatie kunnen supporters de wedstrijden van hun eigen club live volgen. Het moet echter voor een gebruiker ook mogelijk zijn om tijdens de wedstrijd andere dingen op zijn computer te doen. Zo kan iemand verder surfen of een werkstuk typen. De beste oplossing hiervoor is om een combinatie te bieden van geluid en tekst. De wedstrijd kan door een verslaggever beschreven worden, zoals dat nu gebeurt op de radio. Ondertussen geeft het beeldscherm aanvullende informatie over de club, de spelers en hun tegenstanders. Een supporter kan zelf bepalen welke informatie hij wil zien of het scherm minimaliseren en alleen naar het 'radiocommentaar' luisteren. In het geval van een kans, doelpunt of andere opmerkelijke gebeurtenis tijdens de wedstrijd kan de commentator of de regie besluiten om live beelden uit het stadion te laten zien. De gebruiker wordt gewaarschuwd door een *pop-up* en kan een videoschermpje openen. Soms zal een gebruiker een doelpunt live kunnen zien, in andere gevallen kan hij dan de herhaling terugzien. Op deze manier stelt de multimediale eigenschap van internet de gebruiker in staat om te multitasken.

Een andere optie voor de gebruiker kan zijn om te chatten met andere supporters die de wedstrijd van hun club volgen. De fora van NEC openen tijdens een wedstrijd altijd een topic waarbij bezoekers bijna in realtime hun commentaar op de wedstrijd posten, aan de hand van het radiocommentaar wat zij horen. Dit onderdeel zal zeker ook in een dergelijke applicatie ingebouwd moeten worden.

Verstandig lijkt het me hierbij om de supportersgroepen gescheiden te houden om *flame-wars* te vermijden.

Economisch gezien kan een dergelijke applicatie ook interessant zijn. De kosten voor de club zijn relatief laag, als we de ontwikkelkosten niet meerekenen. Faciliteiten voor een radio- en tekstverslag zijn niet duur en er hoeft niet constant een live videoverbinding met de gebruikers te zijn.

Markttechnisch gezien zou deze applicatie een nieuw publiek moeten kunnen aanspreken.

Supporters die niet meegaan naar een uitwedstrijd, of supporters die niet in het stadion aanwezig kunnen zijn bij een thuiswedstrijd volgen de wedstrijden van hun club vaak via radio en teletekst. Dit levert niks op voor de club. Waarschijnlijk is deze supporter wel bereid om een kleine bijdrage te betalen (onder de één euro) om van de applicatie gebruik te kunnen maken. Hij ziet de doelpunten uit de wedstrijd, hoort het verslag van een commentator, kan alle details over de wedstrijd opzoeken en hij kan met zijn medesupporters chatten over de wedstrijd. Tenslotte zou er ook een mogelijkheid moeten zijn voor een sponsor om een advertentie te kunnen plaatsen binnen de applicatie.

Samenvattingen

Een aantal clubs biedt via Webcast van KPN samenvattingen van haar thuiswedstrijden aan. Helaas bleek het hier te gaan om herhalingen van de samenvattingen van Studio Sport. Persoonlijk zou ik hier nooit € 1,15 voor over hebben. Ik denk dat deze samenvattingen een flink stuk in prijs moeten dalen om succesvoller te worden. Daarnaast moet ook de mogelijkheid van reclame niet over het hoofd gezien worden. Clubs zoeken steeds naar meer mogelijkheden om hun sponsor reclameruimte te geven, een kort reclamefilmpje voor een dergelijke samenvatting lijkt me daarvoor ideaal.

Tenslotte kan het voetbalprogramma van NAC, NAC op maandag, een voorbeeld zijn voor de andere voetbalclubs. Het is relaties eenvoudig om een dergelijk programma in elkaar te zetten, al dan niet in samenwerking met een extern productiebedrijf. Een programma van constante kwaliteit dat exclusief op internet wordt aangeboden kan zeker rekenen op een vaste schare supporters en kijkers.

Indirect voetbal

Naast de vormen van direct voetbal denk ik dat er meer aandacht gegeven moet worden aan indirect voetbal. Uit het tweede hoofdstuk blijkt dat ook dit indirecte voetbal enorme aandacht krijgt op televisie. Daarnaast blijkt uit datzelfde hoofdstuk en uit het vorige hoofdstuk dat recapitulatie en reallife op een enorme populariteit kunnen rekenen. Hier liggen enorme mogelijkheden voor de voetbalclubs. Zoals we hebben gezien bij NAC op maandag is het relatief makkelijk om met een kleine digitale camera te volgen wat er gebeurt bij de voetbalclub.

Net zoals bij de vorige paragraaf zal een programma dat een kijkje achter de schermen geeft, exclusief op internet, zeker de vaste schare supporters aantrekken. En deze zijn best bereid om daar een kleine bijdrage voor te betalen. Omdat deze filmpjes alleen op internet uitgezonden worden, moeten ze zeker niet langer zijn dan tien minuten.

Hoofdstuk 6 – Conclusies

Deze nota probeerde om een antwoord te geven op de vraag of het online uitzenden van voetbal nieuwe mogelijkheden biedt. Deze vraag kunnen we zeker met een ja beantwoorden. Sterker nog: in twee gevallen zijn deze al min of meer succesvol uitgevoerd. Het is wel van belang om op te merken dat deze twee gevallen, NAC op maandag en Feyenoord WebTV, geen live voetbal uitzenden maar een combinatie van direct voetbal in de vorm van samenvattingen en indirect voetbal in de vorm van gesprekken met spelers en andere belangrijke personen binnen een club.

Edward van Wonderen merkte in zijn gesprek op dat hij het opvallend vindt dat de nadruk vooral gelegd wordt op het live uitzenden van voetbal via internet. “Men begint altijd met het moeilijkste eerst.” Het zou juist een stuk makkelijker zijn om te beginnen met *on-demand* video, dus niet-live. De productiekosten hiervan liggen een stuk lager en het risico dat men neemt is ook een stuk kleiner. Van Wonderen vertelde dat Feyenoord daarom bewust nog niet bezig is met het live en online uitzenden van voetbal.

De kansen op het gebied van de on-demand video ligt op dit moment vooral in de trant van de reallife-soap en docusoap. Vooral supporters zijn erg geïnteresseerd in het wel en wee van hun club, ze ‘zuigen’ alle informatie op die ze maar kunnen vinden over hun club.

Live voetbal

De tegenvallende resultaten van Yeahronimo laten zien dat internetgebruikers niet zitten te wachten op televisiekijken vanachter hun computer. Verschillende theorieën laten zien dat het medium internet heel anders benaderd moet worden. Om live voetbal op een succesvolle manier te introduceren op internet moet er eerst een nieuwe applicatie ontworpen worden waarbij vooral de kenmerken van internet zoveel mogelijk gebruikt kunnen worden.

Kosten

Zoals eerder is besproken, lukt het Feyenoord om kosten neutraal te opereren op het gebied van WebTV. Edward van Wonderen legde uit dat dit komt door de betalingsvorm. Door middel van een abonnement is er van te voren duidelijk hoe groot het budget is. Hierdoor kunnen ook kleine clubs in staat zijn om bij aanvang van het project de goede investeringen te doen. De voorbeelden van Feyenoord en NAC laten zien dat ook het produceren relatief gezien makkelijk is. Zowel TV&Co als Feyenoord heeft genoeg aan één cameraman. Met de beschikbaarheid van digitale camera's en het niveau van de huidige techniek en computers is het niet moeilijk meer om een filmpje van maximaal tien minuten in elkaar te zetten.

Tenslotte hoeft het aanbieden van video niet te betekenen dat alle supporters zonder computer en (snelle) internetverbinding zich buitengesloten hoeven te voelen. Aan het einde van het seizoen kunnen alle samenvattingen en kijkjes achter de schermen gecombineerd worden op een verzamel-dvd. Het verleden heeft bewezen dat supporters graag een dergelijke samenvatting van het afgelopen seizoen in huis willen hebben, zodat ze deze op een zelf gekozen tijdstip nog eens kunnen bekijken. En daarbij is dat natuurlijk nog een mogelijke extra bron van inkomsten.

Verder onderzoek

Deze nota is in eerste instantie een oriënterend onderzoek geweest om te kijken naar de mogelijkheden van bewegende voetbalbeelden op internet. Een vervolgstudie van dit onderwerp in de vorm van een stage of afstudeerproject zou ideaal zijn. Hierin zou geprobeerd moeten worden om zelf korte filmpjes te maken over het wel en wee binnen een club. Op deze manier kan dan geprobeerd worden om de aanbevelingen uit deze nota in de praktijk te testen.

Literatuur

Boeken en artikelen

- Grusin, Jay David Bolter & Richard. Remediation. Cambridge, MA, VS: The MIT Press, 2000.
- Mul, Jos de. "De Digitalisering Van De Cultuur." 1997.
<http://www.eur.nl/fw/hyper/Artikelen/digitali.htm>: 13 april 2004.
- Raessens, Joost. "Cinema and Beyond." Filosofie in Cyberspace. Ed. Jos de Mul. Kampen: Klement, 2002.
- Rushkoff, Douglas. Children of Chaos. London: Flamingo, 1997.

Gesprekken

- Schreuder, Joep. Producer/presentator TV&Co. Telefonisch gesprek: 13 april 2004.
- Tielbeke, Alex. Algemeen Directeur N.E.C. BV. Persoonlijk gesprek: 31 maart 2004.
- Wonderen, van, Edward. Hoofdverantwoordelijk voor internet en nieuwe media bij Feyenoord.
Telefonisch gesprek: 13 april 2003.

Websites

- "Feyenoord.nl." <http://www.feyenoord.nl>: 13 april 2004.
- "NAC Voetbal." <http://www.nac.nl>: 13 april 2004.
- "NEC-Nijmegen.nl." <http://www.nec-nijmegen.nl>: 13 april 2004.

Andere referenties

- Kijkcijfers.web-log.nl. "CL presteert teleurstellend." 24 maart 2004. <http://www.kijkcijfers.web-log.nl>: 13 maart 2004.
- Nederlandse Mededingingsautoriteit. "NMa: aanbod voetbal op tv onnodig beperkt". 30 juli 2003.
http://www.nmanet.nl/nl/nieuws_en_publicaties/persberichten/03-33.asp: 13 april 2004
- Stichting Kijkonderzoek. "Dagrapport Nederland 2, 28 maart 2003." <http://www.kijkonderzoek.nl>: 31 maart 2004.
- Www.ForzaNEC.nl. "Yeahronimo: Cijfers vallen tegen; NEC-Vitesse was topper." Via Geassocieerde Persdiensten. 29 december 2003. <http://www.forzanec.nl/news.asp?MessID={54DCD110-1F93-47D7-A18F-AF0825ED83E5}>: 13 april 2004.