

Voetbal kijken in tweevoud

Lab1111 ontwikkelde voor SBS Broadcasting een app die als tweede scherm dient tijdens voetbalwedstrijden. **INTERACTIEF**

SBS Broadcasting zocht naar extra mogelijkheden om kijkers te binden aan voetbalwedstrijden op Veronica. In een eerste pilot tijdens de wedstrijd Nederland – Zweden op 12 oktober kon het publiek al voorzichtig kennismaken met de app. Zo'n 12.000 consumenten raakten getriggerd door een oproep voorafgaand aan de wedstrijd. Zij konden zelf bepalen welke statistieken en herhalingen zij wilden zien en commentaar uitwisselen met vrienden. De app werd na een pitch van SBS Broadcasting ontwikkeld door Lab1111, met behulp van de technische ondersteuning van Angry Bytes. De laatste 'deden' ook de tweetstreams van Zomergasten.

Leuk, zo'n app. Maar wordt er daadwerkelijk gebruik van gemaakt? Derek van Vlucht van Lab1111 denkt van wel. 'Een app die werkt als tweede scherm is *event driven*. Tijdens Zomergasten heeft Angry Bytes al ervaring opgedaan. Bij een wedstrijd van het Nederlands elftal is het bereik veel groter. Als we ervoor zorgen dat een dergelijke app meer toevoegt dan alleen maar fun, en zich bewijst als nuttige toevoeging, dan zal hier zeker gebruik van worden gemaakt.'

Een nadeel is dat de fragmenten uit de wedstrijden slechts beperkte tijd beschikbaar zijn. De app is dus met name interessant tijdens wedstrijden zelf. 'Dat is een rechtenkwestie', zegt Van Vlucht. 'De app komt als het ware tevoorschijn op het moment dat het relevant is.' Maar tijdens zo'n wedstrijd bewijst de voetbal-app zijn nut, daar is Van Vlucht van overtuigd.

LEREN

Ralph Cohen van IceMobile is ook een believer. Met zijn bedrijf ontwikkelde hij de app voor The Voice of Holland, die al ruim 370.000 keer is gedownload. De TVOH-app is in tegenstelling tot de voetbal-app, ook buiten het programma om interessant. 'Daar

LAUNCH

Rondom de voetbalwedstrijden die worden uitgezonden op Veronica wordt het tweede scherm aangeboden op live.veronicatv.nl. De eerstvolgende wedstrijd is Zwitserland-Nederland op vrijdag 11-11-11. Dan zal Veronica de voetbal-app aan het publiek introduceren.



zit voor Veronica de creatieve uitdaging: zorg dat je ook op andere momenten relevant bent. Bijvoorbeeld door voorspellingen te doen voorafgaand aan een wedstrijd. Maar ik snap heel goed dat je ergens moet beginnen. Het is een kwestie van proberen en leren.'

Hein van Es van Fronteer Strategy ziet kansen in het zoeken van partners op het gebied van voetbaldata. 'De achtergrondinfo is nu nog beperkt.' Voor grote wedstrijden zoals die van het EK ziet Van Es de app minder gebruikt worden. 'Men zit dan wel in grote groepen te kijken. De app zal dan voornamelijk de huiskamerscheidsrechter zijn bij een hoop discussies over voetbaltrivia.'

BETALEN

Vraag blijft wat SBS Broadcasting er meer aan heeft dan het binden van kijkers. Er geldt voor vragen is voor Cohen geen optie. 'Nee, eerst kijken, leren en innoveren. De excelsheets er niet te snel bij halen.' Overigens zijn er geen plannen om de app betaald te maken. Veronica-woordvoester Inge Witteman: 'In principe blijft de app gratis. Hij dient puur als toevoeging aan de tv-ervaring.' Wanneer dergelijke apps beschikbaar komen voor meerdere tv-programma's, voorziet Van Es een groeiemarkt voor adverteerders. 'Ik denk dat het een rijk nieuw medium is voor zowel Veronica als de adverteerder. De adverteerder moet dit niet direct terug willen zien in opbrengsten, maar hiermee bestaande campagnes versterken. Of partici-

peren; ik zou het bijvoorbeeld sympathiek vinden als Marktplaats de module verzorgt, waarin te zien is welke clubs de afgelopen jaren de spelers op het veld gekocht/verkocht hebben.'

Cohen: 'Ik kom veel bij grote merken over de vloer. Ik wil ze niet over een kam scheren, maar veel grote merken zijn afwachtend, zeker als het gaat over digitaal en mobiel.' Van Vlucht ziet liever geen platte advertenties, maar zoekt het eerder in sferen die iets toevoegen. 'Communicatie die binnen de context relevant is. Als het een bereiksding wordt, kun je het als medium verkopen. Maar het mag niet ten koste gaan van de gebruikerservaring.'

DIALOOG

Zowel Cohen als Van Es voorzien een grote vlucht voor tweede-scherm-apps. 'GTST, het Journaal, Studio Sport, ze komen er allemaal voor in aanmerking', zegt Cohen. 'Dankzij sociale media ontstaat er steeds meer dialoog. De kijker raakt steeds meer betrokken. Deze markt bestaat in wezen nog niet, maar er gaat heel veel gebeuren.' Van Es gaat alvast een stap verder. 'Ik denk dat het tweede scherm de transitiefase inleidt naar het moment dat er geen "eerste scherm" meer is en we alle content op onze eigen handhelds bekijken. Het zal wel een flink aantal jaren duren voor het zover is, dus is er ruimte genoeg voor de ontwikkeling van innovatieve tweede scherm applicaties.'