

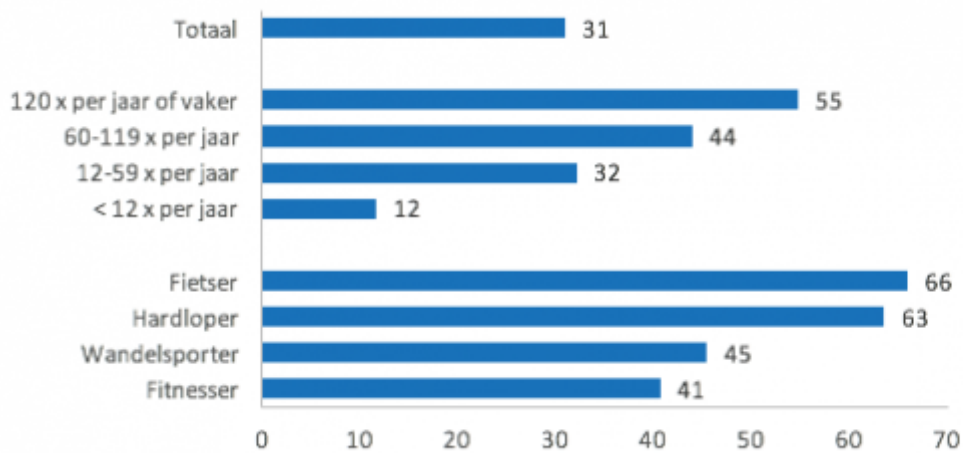
# De toekomst van sportapps: one size fits one

06/03/2017 - [PAUL HOVER](#)

Eén op de drie Nederlanders – 4,1 miljoen personen van 16 jaar of ouder – gebruikt elektronische hulpmiddelen zoals apps, activity trackers en smartwatches bij sport en bewegen. Onder frequente sporters is dat aandeel hoger dan onder degenen die minder vaak sporten: van de fanatiekelingen gebruikt meer dan de helft een elektronisch hulpmiddel.

Fietsers (66%) en hardlopers (63%) gaan aan kop wat betreft het gebruik van elektronische hulpmiddelen (figuur 1). Mannen (35%) gebruiken iets vaker dan vrouwen (27%) een app of ander hulpmiddel en hoger opgeleiden (46%) ruim twee keer zo vaak als lager opgeleiden (22%).

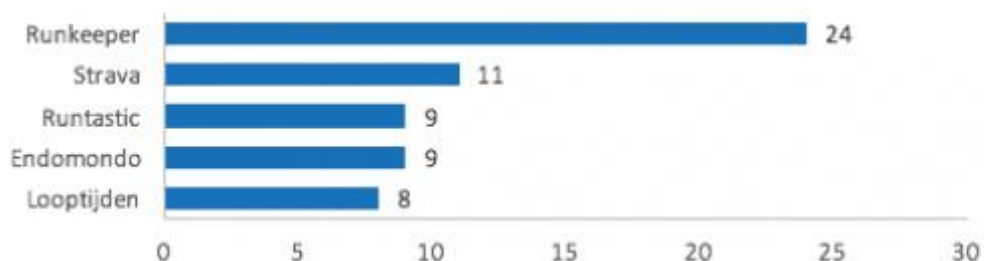
**Figuur 1: Gebruik elektronische hulpmiddelen voor sporten en bewegen in 2016, Nederlandse bevolking 16-80 jaar, in procenten**



## Runkeeper loopt voorop

Het aanbod van sport- en beweegapps is groot en groeit met de dag. Welke apps vinden in Nederland de meeste aftrek? Runkeeper (24%) is de onbetwiste marktleider, op afstand gevolgd door Strava (11%), Runtastic en Endomondo (beiden 9%) en Looptijden (8%) (figuur 2).

**Figuur 2: Gebruik apps voor sporten en bewegen in 2016, Nederlandse bevolking 16-80 jaar die een app hebben gebruikt, in procenten**



Veel apps zijn gratis, in die zin dat er niet in geld voor betaald hoeft te worden. Er wordt door de gebruiker echter wel op een andere manier waarde overgedragen aan de commerciële eigenaren: namelijk door het al dan niet bewust delen van persoonlijke data door de gebruiker. Deze data, die zich vaak niet beperkt tot de data die met de betreffende app wordt verzameld maar bijvoorbeeld ook het online zoekgedrag, zijn in de ogen van gebruikers een 'bijproduct' maar vormen een goudmijn voor sportmarketeers.

Traditionele marktsegmentaties op basis van socio-demografische variabelen hebben enigszins aan kracht ingeboet, gegevens over feitelijk gedrag (sportbeoefening, online zoekgedrag, online aankopen e.d.) vormen tegenwoordig dé *touchpoints* waarbij marketeers waarde voor sportconsumenten kunnen creëren.

## Met welke app sport jij?

De cijfers laten zien dat de *appification* van de samenleving ook doorwerkt in de sport en heeft geresulteerd in een miljardenbusiness. Deze ontwikkeling heeft de afgelopen tien tot twintig jaar plaatsgevonden. Eind jaren '90 trainde een fanatieke duursporter met band om de borst – eerst bevochtigen voor gebruik! – en met hartslagmeter om de pols nog op een vooruitstrevende manier. Gebruiksvriendelijke mobiele telefoons, laat staan smartphones, waren er al wel maar vonden nog nauwelijks aftrek. De eerste mobiele telefoons, die rond de millenniumwisseling de massamarkt bereikten konden sporters weliswaar meenemen, maar ze waren groot van formaat en de functies van de bellende bakstenen waren beperkt tot bellen, sms'en en 'Snake'. Het zou nog jaren duren alvorens de smartphone zou worden geïntroduceerd die ook van waarde voor de sport zou blijken te zijn.

De technologie in de sport heeft een vlucht genomen waardoor de *quantified self* ontwikkeling – waarbij technologie en sensoren een belangrijke rol in het dagelijks leven krijgen - niet meer is weg te denken. Smartphones zijn in de sportpraktijk geen uitzondering meer, zeker bij fervente duursporters niet, wat ook geldt voor het gebruik van apps en wearables zoals activity trackers en smartwatches.

Met de introductie van de optische hartslagmeter werd de borstband overbodig en ook teamsporters worden tegenwoordig uitgerust met sensoren tussen de schouderbladen of om de enkel waardoor metingen plaats kunnen vinden, wat onmogelijk was in de tijd dat er alleen via smartphones gemeten konden worden; die mochten immers het veld niet op. Bovendien zijn er nieuwe functionaliteiten van apps en wearables ontwikkeld: ze kunnen ook sporters motiveren, adviseren, met elkaar in contact brengen en ze pogen gebruikers te coachen naar een gezonde levensstijl.



Kenmerkend aan de ontwikkeling van apps is dat er voor tal van sporttakken specialistische apps op de markt zijn gebracht. Hardlopen met Evy behoort in Nederland tot de meest bekende apps. De Vlaamse radio- en televisiepresentatrice Evy Gruyaert - *hup met de beentjes, ik ben fier op je!* - werd het gezicht en de stem van het trainingsprogramma voor hardlopers Start 2 run.

## "DE APPIFICATION VAN DE SAMENLEVING WERKT OOK DOOR IN DE SPORT EN HEEFT GERESULTEERD IN EEN MILJARDENBUSINESS"

Ook voor golfers zijn er apps met informatie over de baan, ontspanningsoefeningen en tips voor de clubkeuze. En dankzij een sensor op de club kunnen ook swingtips gegeven worden. MyFitnessPal ondersteunt gebruikers bij een gezonde levensstijl waarbij calorieën worden geïnventariseerd en gelijkgestemden met elkaar in contact worden gebracht.

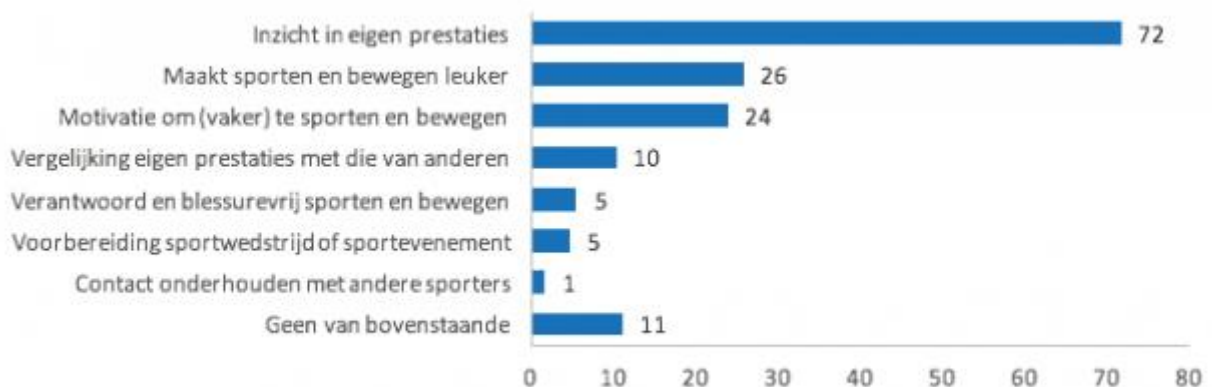
Zeker voor de sportadepten anno 2017 geldt dat zij hun sportvrienden en -vriendinnen vaak niet meer zullen vragen óf zij een app - of ander hulpmiddel - gebruiken, maar welke.

ZIE OOK: [Verbinden is het nieuwe sleutelwoord in de fitnessbranche](#)

### Apps: voor inzicht in eigen prestaties

Met een grote trits aan functionaliteiten die apps bieden ontstaat de vraag welke van die opties de belangrijkste redenen zijn om met een sportapp aan de slag te gaan. Sportapps blijken met name gebruikt te worden om inzicht te krijgen in eigen prestaties (72%) (figuur 3). Voor ongeveer een kwart maakt het sporten en bewegen leuker en voor eveneens een kwart geldt een app als motivator.

**Figuur 3: Reden om app voor sport en bewegen te gebruiken, Nederlandse bevolking 16-80 jaar die in 2016 een app voor sporten en bewegen gebruikten, in procenten**



### Apps: niet voor iedereen

Apps behoren niet tot de sportieve standaarduitrusting, je kunt eenvoudig zonder. Sporters die geen app gebruiken, wijzen erop dat het niet aansluit bij hun beleving van sport (31%) (figuur 4). Alhoewel bewijsvoering voor de achtergronden hiervan ontbreekt - daarvoor is aanvullend onderzoek nodig - is het voorstelbaar dat menig sporter geen gebruik maakt van apps omdat het sportmoment bedoeld is om het hoofd leeg te maken en even 'uit te staan' in een samenleving die altijd 'aan staat'. Even weg van registraties als gemiddelde snelheid, afgelegde afstand, weg van kudo's van vrienden die je

online op de voet volgen en even geen pompende beats of Evy of een andere coach die op je inpraat, hoe goed bedoeld ook.

En misschien – voor de buitensporters - wel even meer aandacht voor wat moeder natuur te bieden heeft: tjilpende vogels, het ruisen van de wind, boslucht in je neus en groene vergezichten: een tijdelijke *digital detox*.

**Figuur 4: Redenen om geen sport- of bewegapp te gebruiken, sportende Nederlandse bevolking 16-80 jaar die in 2016 geen app voor sporten en bewegen gebruikten, in procenten**



ZIE OOK: [De tien meest innovatieve fitnessbedrijven van 2016](#)

## De toekomst: one size fits one

Sportapps en andere elektronische hulpmiddelen voor sport voorzien in een behoefte van miljoenen Nederlandse sporters. De technologie vervult een rol in het stimuleren van sporten en bewegen, in het voorkomen van blessures en het vergroten van het sportplezier. Met de kennis- en innovatieagenda sport van het topteam sport (met afgevaardigden uit de sport, wetenschap, bedrijfsleven en overheid) wordt beoogd op deze kansen in te spelen.

**"WAAR HULPMIDDELEN NU VOORAL AANGEVEN WAT GEDAAN IS, ZAL ER IN DE TOEKOMST MEER WORDEN GEADVISEERD OF VOORGESCHREVEN WAT GEDAAN MOET WORDEN"**

Naast de kansen zijn er ook kanttekeningen te plaatsen. Elektronische hulpmiddelen kunnen lang niet alle sporters bekoren. Enerzijds is dat terug te voeren op persoonlijke kenmerken omdat sporters bijvoorbeeld de behoefte hebben om, voor even, los te komen van (technologische) prikkels. Anderzijds is het mogelijk dat de functionaliteiten van het aanbod nog onvoldoende aansluiten op de wensen van sporters en dat er een uitdaging voor ontwikkelaars is om (nog beter) in te spelen op de behoeften van de sporter.

Drie ontwikkelingen zullen volgens experts de toekomst van sportapps en andere elektronische hulpmiddelen voor sport beïnvloeden. Ten eerste: *smart clothing*. De sporthorloges en activity trackers die nu de pols sieren worden in de toekomst vervangen door sensoren die in kleding zijn verwerkt. In plaats van een blik op een (klein) schermpje een blik op de mouw waar informatie grafisch aantrekkelijk wordt getoond. Bovendien registreert die kleding middels sensoren automatisch welke bewegingen en beweegactiviteiten plaatsvinden, invoer is overbodig geworden. Google en Levi's hebben bijvoorbeeld de expertise gebundeld om een *smart jacket* voor fietsers te maken.

Ten tweede: de ontwikkeling van descriptief naar prescriptief. Waar hulpmiddelen nu vooral aangeven wat gedaan is – beschrijven – zal er in de toekomst meer worden geadviseerd of voorgeschreven over wat ten aanzien van sporten (en eten en drinken) in het licht van de persoonlijke doelstellingen gedaan zou moeten worden.

In de derde plaats zullen apps en andere hulpmiddelen (meer) individuele, op maat gesneden informatie aan de sportconsument communiceren waarbij afstand wordt genomen van algemene adviezen en er meer plaats wordt gemaakt voor een *one size fits one* benadering.

*Meer weten over elektronische hulpmiddelen voor sport en bewegen? Klik [hier](#) voor de websheet van het Mulier Instituut.*

*Meer weten over sport en big data? Klik [hier](#) voor het rapport van het Mulier Instituut.*

*Het Mulier Instituut werkt rond het thema apps intensief samen met partners in het onderzoeksproject 'Voor iedereen een app?!' Dit project wordt mede gefinancierd door het Regieorgaan SIA, onderdeel van de Nederlandse Organisatie voor Wetenschappelijk Onderzoek.*

*Deze blog is geschreven in samenwerking met Remko van den Dool (senior onderzoeker Mulier Instituut).*

---

Headerfoto: [Shutterstock.com](#)