



13. Sport en media

WOW!

Nederlanders kunnen de verrichtingen van Nederlandse (top)sporters volgen via toegankelijke mediabronnen. Sportprestaties worden op een aantrekkelijke en innovatieve wijze weergegeven door Nederlandse media.

HOW?

KANS

Een nieuw verdienmodel voor producenten van sportcontent vanuit een innovatieve mediaindustrie

NOW

- ▶ Sport is content voor de media.
- ▶ Sportverdienmodellen in de topsport zijn afhankelijk van toeschouwers en sponsors. De business circle is sportevenement - media - kijkers - sponsors. Hoe meer kijkers hoe meer euro's.
- ▶ De mediasector is de laatste decennia aan grote veranderingen onderhevig.
- ▶ Snelle veranderingen in technologie, gebruikersgedrag en bedrijfsmodellen creëren een kloof tussen enerzijds wat consumenten verwachten van en willen betalen voor entertainment/ media en anderzijds de manier waarop bedrijven hun aanbod ontwikkelen en distribueren.
- ▶ Wie is aan zet? Een rol is weggelegd voor de gehele sportsector. Van sporters, clubs, competities, bonden tot de koepelorganisaties. Iedereen kan zelf media maken en de rechten exploiteren.

De veranderingen in de mediasector zijn het gevolg van drie langetermijntrends die ook gevolgen hebben voor de sportrechten en dus de financiering van de sport.

- 1 Verandering van het consumentengedrag naar aanleiding van de beschikbaarheid van nieuwe technologie. Bijvoorbeeld: aan de ene kant zijn er platformen die waar de consument advertenties krijgt te zien (social mediabedrijven zoals Google, Facebook en Twitter), aan de andere kant platformen waar consumenten voor betalen (media als Correspondent en Blendle of voor sport: Eurosportplayer, maar ook shoppers bij Amazon met hun Prime dienst).
- 2 Verandering van de businessmodellen van mediabedrijven waarbij de kernfuncties productie, distributie en exploitatie anders worden ingericht. Drie verdienmodellen worden onderscheiden: advertentie-inkomsten, doorgifte-vergoeding (kickback fee van distributeurs als Ziggo en KPN), consumenteninkomsten (bijvoorbeeld abonnement op de Eurosport player).

- 3 Verandering in het aanbod van media door:

- A lagere toetredingsdrempels die zorgen voor een groter en goedkoper aanbod
- B nieuwe toetreders in de vorm van (voornamelijk Amerikaanse) technologiebedrijven
- C concentratie van bestaande mediabedrijven (horizontale, verticale en cross mediale concentratie)

Cijfers over sport in de media

- ▶ In de top vijf van meest bekeken tv programma's van 2017 staat voetbal op plek 1, 2 en 4 (EK vrouwenvoetbal).
- ▶ Kijkintentie sportzomer 2016 gemeten:
 - > 70% volgt minstens één sportevenement; 86% van de Nederlanders weet van minstens 1 van de 5 evenementen (Het EK voetbal, de Tour de France, de EK atletiek, Roland Garros en de Olympische Spelen/ Paralympische Spelen) dat die deze zomer plaatsvinden. 19% is er van op de hoogte dat ze alle vijf plaatsvinden.
 - > 70% van de Nederlanders volgt minstens 1 van de 5 sportevenementen. Dat is een miljoenenpubliek van 9,3 miljoen volwassen Nederlanders. 26% zegt alle 5 de evenementen te gaan volgen (3,5 miljoen).
 - > Onder de volgers zijn mannen in de meerderheid (33% volgt 5 evenementen, 20% van de vrouwen). Kijken naar sport is dus nog steeds meer een 'mannending' dan het zelf sporten (waar mannen en vrouwen elkaar inmiddels aardig in evenwicht houden).
 - > Anders dan zelf aan sport doen, geldt voor sport kijken dat dit toeneemt met de leeftijd. Verder geldt dat sporters en hoger opgeleiden vaker aangeven van plan te zijn de sportevenementen van deze zomer te gaan volgen, dan niet-sporters en lager opgeleiden.
- ▶ Uitzendrechten:
 - > Eurosport betaalde 1,3 miljard voor de uitzendrechten van de Olympische Spelen
 - > Fox: eredivisie voetbal. Zij kochten eind 2013 voor een slordige 1 miljard euro een meerderheidsbelang in Eredivisie Media en Marketing voor een periode van 13 jaar.
 - > De Champions League is live te zien bij Veronica en Ziggo Sport Totaal (de hoogte van de biedingen die zijn uitgebracht op deze kavels worden niet bekend gemaakt).
- ▶ NOS uitgaven aan sport: niet openbaar.