



Sociale netwerken veranderen óók het sporten

Hoe digitale innovatie het verenigingsleven buitenspel zet

Het is vast herkenbaar: de digitale revolutie heeft weinig onderdelen van ons leven onverlet gelaten. We doen online boodschappen, beleggen in bitcoins, vinden al swipend onze levenspartner, Netflix & chillen ons een ongeluk, zetten met onze iPhone de verwarming nog een graadje lager of zetten via onze stem de Hue lamp een tikkeltje feller. Alleen in de manier hoe we fysiek sport beoefenen, is nog weinig écht veranderd. Mede doordat, net als in de mediawereld, huidige sportorganisaties en -besturen zich maar moeilijk kunnen transformeren naar de nieuwe realiteit en veranderende consumentenwensen. De Nederlandse start-up Scala Sports pakt die handschoen succesvol op.

In veel sporten zie je namelijk een gigantische terugloop in mensen die zich aansluiten bij een vereniging. Tennis is daar een goed voorbeeld van. Had de tweede sport van Nederland

in 2009 nog dik 700.000 geregistreerde leden, tegenwoordig schommelt dit aantal rond de 550.000. Terwijl meer dan een miljoen Nederlanders frequent tegen een balletje slaan. Een

verval dat sommige broadcasters misschien herkennen. De bond, de KNLTB, wijt het in haar eigen strategisch plan aan het feit dat mensen onder de 35 door individualisering zelf

Van links naar rechts: Leon Haverkamp, Edwin Valent en Bart van Monsjou.

“We willen via Scala uiteindelijk een wereldwijde online rating”

willen bepalen waar, wanneer en hoe ze tennissen. Daar past een 'ouderwetse' vereniging niet meer bij. En doordat er dus amper jonge aanwas is, zie je de sociale rol van de vereniging ook steeds verder afnemen. Treffende en correcte conclusies, dunkt mij. Maar wat is de oplossing? 'Actievere en krachtigere verenigingen creëren'. Oh jee.

Tennis via app

In het gat dat tennissers zich niet meer zozeer aan een club willen verbinden, is de Amsterdamse digitale start up Scala Sports gesprongen. Twee passievolle ondernemers die begin 2017 hun goede baan opzegden om hun droom na te jagen: tennis via een mobiele app toegankelijk maken voor iedereen. Deze twee ondernemers zijn Bart van Monsjou en Leon Haverkamp. Waarbij Van Monsjou degene is die zelf twee jaar professioneel de sport beoefende; op de officiële wereldranglijst van de ATP heeft hij nog op nummer 685 gestaan. Van Monsjou: "Maar op een gegeven moment voel je dat 't hem toch niet gaat worden, haha. Ik had gelukkig meer alternatieven." Na de Vrije Universiteit te heb-

ben afgerond, ging Van Monsjou aan de slag bij Deloitte. Daar leerde hij collega Leon Haverkamp kennen. Naast een fanatiek schaker was Haverkamp ook tennisser. Hij trok op zijn beurt rond zijn achttiende naar Amerika voor een jaartje college tennis. Was daarna wel een beetje klaar met tennissen, maar toen hij voor de zakelijke dienstverlener in London terechtkwam, haalde hij zijn rackets weer uit de mottenballen.

Toen merkte hij dat het toch moeilijk was een balletje te slaan zonder lid te worden van een club. Van Monsjou, die gestationeerd was in Zwitserland, had bij terugkomst een soortgelijke ervaring. Haverkamp kwam met het idee om hiervoor een app te ontwikkelen waarmee dit euvel beslecht zou moeten worden. Van Monsjou: "Je miste gewoon een middel waarmee je overal kunt tennissen, wanneer en met wie je wilde. Waar je ook zit."

Fulltime

Vervolgens besloten Bart en Leon samen een maand vrij te nemen om te onderzoeken of zo'n app echt kans van slagen zou hebben. Door onder andere interviews te doen langs de plaatselijke tennisbaan zorgde dit alleen maar voor meer overtuiging. In maart 2017 zegden ze vervolgens hun baan op en werd Scala Sports geboren. Haverkamp: "We hebben ervoor gekozen om er gelijk vol in te gaan. Zoiets moet je namelijk niet half maar fulltime doen. Daardoor hadden we na drie maanden de eerste versie van de app al live".



Edwin Valent is een ervaren media executive en eigenaar van Bruut Productions, dat zich specialiseert in innovatie en digitale transformaties (van strategie tot implementatie) binnen de internationale media-, sport- en entertainmentindustrie. Meer info via

WWW.BRUUTPRODUCTIONS.COM

Dientengevolge zaten binnen no-time 7.000 'jonge' tennisspelers in hun community. En zijn het dus vooral mensen tussen de 18 en 40 jaar die op deze manier een tegenstander, toernooi of onderlinge competitie vinden. Van de wedstrijden die vervolgens via Scala worden gespeeld, worden de resultaten in de app bijgehouden. Daardoor is een heuse eigen Scala-rating in het leven geroepen. Een universele rating in plaats van de bondsrating die weer per land verschilt. Dat maakt het vinden van de juiste partner over de grens in de toekomst weer makkelijker, want je weet precies zijn of haar niveau. Haverkamp: "We willen via Scala uiteindelijk een wereldwijde online rating".

Trainers boeken

Dan natuurlijk de hamvraag: hoe gaan ze hiermee geld verdienen? Van Monsjou: "We maken daarin verschil tussen georganiseerd en ongeorganiseerd spelen. Aanmelden, contacten zoeken en onderlinge wedstrijden spelen via de app zijn gewoon gratis. Voor meer dan honderd clubs in Nederland organiseren we inmiddels ook de interne competitie. Hiervoor vragen we jaarlijks een fee. Voor zelfstandige stadscompetities gaan we binnenkort een kleine bijdrage van de spelers zelf vragen. En waar we veel van verwachten, is dat we ook de mogelijkheid bieden om trainers te boeken in de app. Hiervoor krijgen we een percentage per boeking. Logischerwijs kunnen we dat uiteindelijk voor het boeken van tennisbanen ook gaan doen." ●

BRUUT'S BROADCAST BELEVINGEN

- En dit moet dan vooral internationaal geschaald gaan worden. Haverkamp: "We zijn ondertussen ook actief in London, Dubai en Stockholm. En gaan begin volgend jaar fysiek naar Californië om te proberen daar voet aan de grond te krijgen. Zeker in een land waar zoveel 'public courts' zijn, moeten we snel meters kunnen maken."

Want ook al zijn er internationaal allerlei initiatieven zoals bijvoorbeeld Rovo, Tennisbros, Tennisbuddy, Findaplayer en Deucetennis (waar overigens toptennisser Andy Murray met geld in zit), de Scala mannen zijn overtuigd dat ze een voor-sprong hebben met hun app en die ook kunnen behouden. Haverkamp: "Omdat we voorop lopen moeten we alles nog wel zelf verzinnen. Er is nog geen partij waar we kunnen afkijken of succes kunnen kopiëren. Het perfecte model is nog niet gekraakt. Dat maakt het een mooi uitdaging."

Nieuwe investeringsronde

En nu? Met al de nieuwe (geld generende) functionaliteiten en de internationale uitrol willen ze na de 'angel investors' ronde van vorig jaar binnenkort een nieuwe investeringsronde doen om echt door te pakken. De timing is hiervoor perfect, denkt Van Monsjou: "Door het grote gebruik van dating apps zoals Tinder is het nu meer dan normaal om online mensen te ontmoeten om offline iets mee te gaan doen. Dat heeft gezorgd voor een snelle acceptatie van onze aanpak. Qua timing zitten we dus perfect." Het potentieel van zulke apps is

evident. Hier is een hele dikke parallel te trekken met hoe het werkt bij het consumeren van media en content: jongeren willen zelf bepalen waar, wanneer en hoe ze hun sport beleven. Wat nou lid worden van een club? Deze doelgroep wil geen verplichtingen, maar vrijheid in keuze. Van sport kunnen switchen. Online al de juiste partner vinden. Rekening houdend met eigen werktijden of de plek waar je die week bent.

Dit is een onomkeerbare ontwikkeling. Ergo de wensen worden alleen maar groter omdat het bij andere diensten ook zo werkt. Gevolg is dat sporten die zich hiervoor lenen, compleet anders georganiseerd zullen worden. Je bent niet meer lid van een club, maar van een app. Ik verwacht overigens dat dit niet voor alle sporten gaat werken. Bij hockey en voetbal bijvoorbeeld is er te veel 'omheen' nodig; kleedkamers, gediplomeerde scheidsrechters, vervoer, bespeelbare velden en noem maar op. Niet voor niets dat juist deze twee sporten qua leden stabiel blijven of zelfs licht groeien.

Omarmen

Daar gaat een app (nog) geen levensgrote veranderingen in brengen. Toch zijn hier ook al soortgelijke oplossingen zoals FC Urban. Deze app zorgt ervoor dat je lekker op zondagochtend kunt voetballen zonder clubverplichtingen. Maar bij sporten die voorheen volledig op een vereniging leunden zoals tennis, squash en basketbal zal de komende jaren



Je bent niet meer lid van een club, maar van een app

steeds meer een scheiding te zien zijn tussen jonge mensen die via een (betaalde) app elkaar vinden en de oudere garde die nog jaarlijks contributie betaalt.

Want het is niet dat jongeren niet willen betalen. Bonden zoals de KNLTB moeten daar echt goed op inspelen. Niet door mensen weer lid te maken van een fysieke club, maar door de digitale mogelijkheden te omarmen. Misschien door zelfs (intensiever) samen te gaan werken met zulke initiatieven als Scala. Want voor je het weet, ben je als KNLTB letterlijk en figuurlijk uitgespeeld.

Kijk bijvoorbeeld maar eens naar de relatief nieuwe sport Padel (combinatie van squash & tennis in een glazen kooi) die momenteel Nederland als een heuse sporthype verovert. In deze sport is 'pay and play' de standaard. Je huurt een baan, roept wat vrienden bij elkaar en je kunt starten. Geen vereniging, contributie of club-sores. Gewoon swipen en spelen maar. Het lijkt wel het leven van een gemiddelde Nederlander... ●