

Livestreamprimeur in de NFL



Sport Voetbalmagazine - 01 Apr. 2015

Pagina 95

Primeur volgend seizoen in de NFL, de Americanfootballcompetitie: de wedstrijd Buffalo Bills - Jacksonville Jaguars (een van de drie duels in het Londense Wembleystadion) zal op zondag 25 oktober in de VS, behalve in de thuissteden van de respectieve clubs, uitsluitend via livestream op het internet te bekijken zijn. Geen nationale tv-verslaggeving op CBS, Fox of ESPN dus, maar op een digitaal platform, al zoekt de NFL wel nog een distributeur (YouTube, Facebook...).

Volgens Hans Schroeder, vicepresident mediastrategie, een belangrijke test: "We zullen de reacties van de fans onderzoeken, dan bepalen of we in de toekomst nog meer matches via livestream zullen aanbieden en bekijken welke niet-traditionele media belangstelling tonen. Interessant aan deze partij is alleszins het tijdstip (15.30 uur Europese tijd), met oog op nieuwe markten als Europa en ook Azië, waar de wedstrijd 's avonds uitgezonden zal worden."

Een experiment dus, maar het lijkt weinig twijfel dat de NFL in zijn zoektocht naar (nog) meer inkomsten binnen afzienbare tijd zo'n lucratieve digital only -deal zal afsluiten. "Dit bevestigt het groeiende belang van sociale mediaplatformen die de klassieke media steeds meer verdrrukken", zegt Wim Lagae, sportmarketeer aan de KULeuven. "Eerder een evolutie dan een revolutie, waarbij de internetrechten alsmaar duurder verkocht zullen worden en de convergentie met de 'gewone' tv-rechten zal stijgen. Het baanbrekende hier is dat zo'n NFL-wedstrijd spectaculair en populair, en dus een kijkcijferkanon is. In tegenstelling tot bijvoorbeeld de Ironman triatlon in Hawaï die je ook louter via livestream kunt bekijken, maar alleen een nichemarkt aanspreekt. Cruciaal wordt wel de kwaliteit van de uitzending en het kijkcomfort. Voor wie nog niet over een digitale internet-tv beschikt, is er immers een groot verschil tussen een match op een breedbeeldscherm bekijken of op een laptop, tablet of smartphone."

Aan aandacht zal het dit NFL-duel alvast niet ontbreken. De NFL plant een grote marketingcampagne om zo veel mogelijk digitale kijkers te lokken. Om hun engagement te verhogen wordt ook gedacht aan een eenmalige Fantasy Footballwedstrijd, de razend populaire Americanfootballversie van de Gouden 11 waarbij fans zelf een fictieve ploeg kunnen samenstellen. Dat moet nog meer geld in het laatje brengen, al is die kassa nu al goed gevuld want door de huidige tv-deal verdelen de 32 NFL-teams over zes jaar ruim negen miljard euro.

DOOR JONAS CRETEUR

Copyright © 2015 Roularta Media Group. Alle rechten voorbehouden