

WIE PAKT DE KANSEN?

Vanaf 1 januari 2015 wordt het mogelijk om met een vergunning online kansspelen aan te bieden in Nederland. Daarmee komt de markt vrij voor nieuwe aanbieders van online sportwedden. Wat die ontwikkeling betekent voor sport en sponsoring kwam aan de orde tijdens de *Gaming in Holland Conference* in juni.

De gevolgen van het vrijkomen van de markt voor online sportwedden was onderwerp van een paneldiscussie tijdens de *Gaming in Holland Conference*. Het panel bestond uit Chris Woerts (directeur CWO Consultancy), Bart Cordemeijer (managing director BD Sport Europe) en Simon Pilkington (product manager betting bij Perform). Gespreksleider was Bob van Oosterhout (Triple Double).

Het was duidelijk dat de panelleden de nieuwe bedrijven met veel enthousiasme zien komen. Naast het te verwachten marketingpotentieel spreekt vooral de kans dat online gaming de fanexperience van de sportfan zal versterken erg aan. 'We hebben als sportmarketeers en sponsor-

professionals een doel en dat is de sport dichter bij de fan brengen', zo opende Van Oosterhout de bijeenkomst. 'Sportwedden is een instrument dat die extra beleving van sport kan creëren en de fan nog meer bij zijn sport kan betrekken.'

Zilvervloot

Hoewel het panel denkt dat de nieuwe mogelijkheden en de nieuwe partijen die de Nederlandse markt gaan betreden veel voordeel gaan brengen voor de sportorganisaties in Nederland en daarmee voor de nodige impact gaan zorgen, deden de panelleden ook hun best om (te) hoge verwachtingen te temperen. 'De zilvervloot gaat niet binnenvaren', werd regelmatig als waarschuwing uitgesproken. Er zijn zelfs mensen die bang zijn dat door de komst van de nieuwe partijen de inkomsten van bijvoorbeeld De Lotto gaan dalen, waardoor er juist minder geld naar de Nederlandse sport gaat. In mei werd al duidelijk dat NOC*NSF moet bezuinigen omdat de bijdrage van De Lotto in 2012 met 43,8 miljoen euro ruim lager was dan het bedrag dat een jaar eerder werd overgemaakt: 59,1 miljoen. Naar verwachting zal de afdracht van De Lotto de komende jaren onder de 45 miljoen euro blijven.

Voorals Woerts was duidelijk in zijn mening over De Lotto/Toto. 'In de jaren zestig en zeventig was iedereen op sport aan het wedden via het Toto-formulier. Die markt is helemaal verloren gegaan. Als je ziet hoe men met de Toto is omgegaan hebben ze de mindere inkomsten helemaal aan zichzelf te wijten. Als er straks meer concurrentie komt zal De Lotto nieuwe initiatieven moeten ontwikkelen die weer voor groei



Bart Cordemeijer: 'Live betting gaat ook hier veel voorkomen. Je zit waar de actie is. Dichterbij kun je niet komen'



Bob van Oosterhout: 'Sportweden is een instrument dat een extra beleving van sport kan creëren en de fan nog meer bij zijn sport kan betrekken'

kunnen zorgen. Een markt die zo gemonopoliseerd is als in Nederland verhindert nieuwe initiatieven en is slecht voor de ontwikkelingen. Het open gaan van de markt geeft juist nieuwe mogelijkheden voor alle partijen, sport en sportwedbedrijven.'

Ook Bart Cordemeijer van BD Sport Europe, een 50/50 joint venture tussen BD Sport Group en Van Dooren Advies die sport en sportweden samen wil brengen, denkt dat het totale bedrag dat in sport wordt geïnvesteerd zal

'SPORTCLUBS EN -ORGANISATIES ZIJN TE PASSIEF'

groeien en dat iedereen daar van gaat profiteren. 'Hoe de verdeling gaat worden tussen wat de verschillende partijen gaan bijdragen en de huidige aanbieders weet ik niet', reageerde Cordemeijer. 'Maar de nieuwe partijen zorgen voor nieuwe ontwikkelingen zoals streaming, mobile en sponsoring. En als er een meer competitieve markt is moet je meer doen aan advertising en nieuwe spelvormen om de consument aan je te binden.'

Media

Als het over de sporten en clubs gaat die gaan profiteren van de nieuwe situatie staat natuurlijk voetbal bovenaan. Daarnaast is ook tennis prima geschikt omdat daar dag in dag uit wedstrijden zijn en het een sport is met veel logische momenten om op te wedden. Partijen die zeker ook zullen gaan profiteren van de nieuwe situatie zijn media-partijen als Sport1 en FOX. Maar ook *Voetbal In-*

ternational wordt door Woerts als een belangrijke partij gezien. 'VI heeft een unieke positie want ze hebben de content, media, een directe band met de voetbalfan. Content is ook hier king.'

Over live betting in voetbalstadions waren de meningen verdeeld. Woerts gelooft er niet zo in. Alleen al niet omdat sportweden online gebeurt en er nergens in Nederland in de stadions goede wiferverbindingen zijn.

Cordemeijer denkt dat er in stadions wel dege-lijk off- en online betting zal plaatsvinden. Een kleine weddenschap verhoogt de beleving van de voetbalfan. Vooral als er goede wiferverbindingen in de Nederlandse stadions komen, gaat live betting ook hier veel voorkomen. 'Je zit waar de actie is. Dichterbij kun je niet komen.'

Businessmodellen

Wat betreft de toekomstige businessmodellen zal er volgens Woerts een grote variëteit aan samenwerkingsverbanden en concepten te zien zijn. 'Er zal veel creativiteit gevraagd worden van de rechtheouders. De zilvervloot was er wel een aantal jaren geleden in Frankrijk en Spanje. Maar ook de sportwedbedrijven zijn slimmer geworden in hun bestedingspatroon. De return om voor veel geld als shirtsponsor bij een grote club te staan is te klein. Wat betreft sponsoring door sportwedbedrijven is het duidelijk dat daar meer realiteitszin is gekomen. Er wordt nu veel meer gekeken naar de effectiviteit van de investeringen. Ook wat betreft sponsoring. Voor tientallen miljoenen euro's op shirts gaan staan zul je niet meer zien. Dat is geld verspillen. Je moet veel meer kijken naar wat er wel werkt en gezamenlijke activatieprogramma's starten. Het gaat om de fanbase en waar de interesses van fans liggen en of ze bereid zijn geld uit te geven. Feyenoord en FC Twente hebben een kleinere fanbase dan

Weden op basketbal

Vanaf begin dit jaar kunnen mensen die willen wedden op sport geld inzetten op wedstrijden uit de Nederlandse basketbalcompetitie. De inkomsten daaruit moeten het basketbal een financiële impuls geven. BD Sport Europe heeft daarvoor contracten gesloten met de Federatie Eredivisie Basketbal (FEB). Om de plannen mogelijk te maken, worden vanaf begin januari 2013 al de thuiswedstrijden via streaming video live op internet gebracht.

Basketbalfans hebben daar alle wedstrijden in de afgelopen maanden kunnen zien. Tijdens de *Play-off Finale* is voor het eerst met succes de streaming doorgezet aan een Europese aanbieder van sportweddenschappen.

Jeroen van Veen (FEB): 'Het wordt steeds moeilijker om sponsorgeld uit de markt te halen. Basketbal wordt commercieel interessanter als er van alle wedstrijden beelden beschikbaar komen.'

Bart Cordemeijer van Van Dooren Advies en directeur van BD Sport Europe: 'De inkomsten die wij genereren worden in eerste instantie geïnvesteerd in betere opnamefaciliteiten. Hoe beter de beelden, des te hoger de kans op meer aandacht van sportliefhebbers en een positieve impuls voor de basketbalsport.' Volgens Cordemeijer kan het bij succes in het basketbal ook bij andere Nederlandse sporten hard gaan. 'Wij verwachten dat het de komende maanden snel gaat, ook met andere zaalsporten en competities. De online operator is tevreden en praat nu al met ons over een vervolg vanaf oktober en het nieuwe seizoen. De Nederlandse markt is in beweging en is zeer interessant voor buitenlandse gokbedrijven. De ervaring leert dat de online wedomzetten vervijf- tot vertienvoudigen als er live beelden van wedstrijden beschikbaar komen.'

'HET MARKETING- POTENTIEEL LIGT TUSSEN DE 25 EN 30 MILJOEN EURO'

Ajax, maar die is wel meer bereid om geld uit te geven voor van de club. Ook sportwedbedrijven moeten kijken welke clubs de voor hen meest interessante fanbase heeft.'

Woerts vreest dat te veel clubs zich rijk rekenen met de openstelling van de markt en op extra sponsorinkomsten rekenen. Hij wist ook te melden dat Ajax, een van de weinige shirts van grote clubs dat in 2015 vrij is, twijfelt of het wel een sportwedbedrijf op het shirt moet zetten omdat het misschien niet bij de club past.

Cordemeijer: 'In België zien we dat de sportwedbedrijven zich daar zijn gaan richten op exposure en geloofwaardigheid. Bedrijven als Unibet en Bwin gaan partnerships aan met voetbalclubs op een zeer professionele manier op basis van

conversieratio's en roi-onderzoek. Het gaat om de *user experience* en hoe je dat kunt integreren.'

Behalve sponsorinkomsten is een tweede inkomstenstroom de online streaming-integratie. Cordemeijer is betrokken bij een experiment met de Federatie Eredivisie Basketbal (FEB) die dat model voor basketbal onderzoekt (zie kader). Key daarbij is dat de clubs zelf de mediarechten hebben die ze kunnen vermarkten.

Marketingpotentieel

Als er dan toch gegokt moet worden: Van Oosterhout vroeg de panelleden naar hun inschatting hoe groot het marketingpotentieel wordt dat de nieuwe situatie met zich mee zal brengen. De meningen waren verdeeld. Belangrijke

POTENTIËLE SPONSORS

Welke sportwedbedrijven zouden de Nederlandse markt willen veroveren als de markt in 2015 open gaat en zijn dus de potentiële nieuwe sponsors?

888.com

888 Holdings heeft verschillende wedwebsites onder de 888-vlag, waaronder 888.sport. Het bedrijf is in 1997 opgericht en staat genoteerd aan de FTSE 250 Index. De opbrengst bedroeg in 2012 375,8 miljoen dollar. 888.com was shirtsponsor van Middlesbrough Football Club. Later was men ook shirtsponsor van Sevilla. In 2011 was 888.com sponsor van de 888.com Premier League Darts.

Bet365

De Bet365 Group is een van de grootste online wedbedrijven met meer dan 7 miljoen klanten in 200 landen. Het bedrijf heeft een omzet van 646 miljoen pond. In juli 2012 tekende het bedrijf een driejarig shirtsponsorcontract met Stoke City FC, de voetbalclub in de stad waar het bedrijf gevestigd is. In Duitsland werd Bet365 onlangs uitgeroepen tot de beste voetbalwedaanbieder.

BetClic

BetClic is onderdeel van de Betclie Everest Group. Het bedrijf was van 2010 tot en met 2012 shirtsponsor van Juventus. Verder was het bedrijf als sponsor betrokken bij de clubs Olympique de Marseille, Olympique Lyonnais, RCD Mallorca en Montpellier. In Portugal was men partner bij 28 voetbalclubs. Ook



Chris Woerts: 'Voor tientallen miljoenen euro's op shirts gaan staan zul je niet meer zien'

wordt in Frankrijk het amateurvoetbal ondersteund. Inmiddels worden 1.500 Franse clubs gesponsord. Buiten voetbal heeft BetClic verbintenissen in rugby, handbal, Formule 1 en volleybal.

Betfair

Betfair is opgericht in 1999 en is een van de grootste sportwedoperators in de Engelse markt met sportwed- en gamingproducten voor bijna 1 miljoen klanten in meer dan 100 landen. Het bedrijf heeft een omzet van 389,7 miljoen pond. In het verleden was Betfair shirtsponsor van Fulham. In juli 2012 tekende Betfair een overeenkomst met British Racing (paardensport). Het partnership garandeert tenminste 40 miljoen pond voor de sport over een periode van 5 jaar. Betfair werd dit jaar naamgevend hoofdsponsor van het WK Snooker.

betFIRST

betFIRST is actief in België en wordt beheerd door het bedrijf Sagevas. De site van betFIRST

is ook beschikbaar in het Nederlands. Begin dit jaar sloten SV Zulte Waregem en betFIRST een sponsorovereenkomst voor 2,5 jaar. betFIRST zal op verschillende manieren zichtbaar zijn op de mediakanalen van de club en in het stadion. Eerder ondertekenden betFIRST en Sporting Lokeren een langetermijnsamenwerkingsverband.

Bwin

Bwin is net als PartyPoker onderdeel van Bwin Party Digital Entertainment en heeft naar eigen zeggen het grootste aanbod aan sportwedenschappen. De inkomsten bedroegen in 2012 768,9 miljoen euro. Bwin had en heeft een zeer uitgebreid sponsorportfolio en was voor tientallen miljoenen shirtsponsor bij een aantal topclubs. Bwin sponsorde van 2007 tot en met dit seizoen Real Madrid. Verder was Bwin hoofdsponsor van AC Milan (tot 2010) en partner bij clubs als Torino en Werder Bremen.

De Franse club Olympique de Marseille sloot dit jaar een deal met Bwin in plaats van Betclie als officiële

factor daarbij is natuurlijk hoeveel licenties er straks vergeven gaan worden. In het voorstel van Teeven c.s. staat overigens geen maximum. Woerts schat dat er 7 tot 10 miljoen euro per licentie marketinggeld per jaar vrijkomt. Daarbij denkt hij dat er in het begin zo'n tien tot twaalf operators actief gaan worden, waarvan ook weer een deel zal verdwijnen. 'Uiteindelijk zullen er maar vier of vijf grote bedrijven overblijven.' Ook Simon Pilkington is die mening toegedaan. 'Ik schat dat zo'n twintig bedrijven een poging gaan doen, waarvan er na verloop van tijd, drie tot vijf jaar, vier of vijf grote overblijven. Zij gaan 80 procent van de omzet halen en een tiental kleintjes verdelen de rest.' Cordemeijer is voorzichtiger wat betreft het to-

tal marketingpotentieel: 'Je weet natuurlijk niet welke *dark horse* zich nog aanbiedt. Gezien de ervaringen in andere landen denk ik dat zo'n 20 procent van de shirtsponsoringinkomsten in de Eredivisie uit sportwedbedrijven zal komen. Dat betekent zo'n 7,5 miljoen euro in totaal. Andere inkomsten komen uit streaming. Wij schatten in dat het marketingpotentieel tussen de 25 en 30 miljoen euro ligt.'

Huiswerk

Als afsluiting van het debat werd aan de panelleden nog een laatste tip gevraagd om in 2015 succesvol de nieuwe marktsituatie te betreden. Volgens Woerts zijn de sportclubs- en organisaties te passief. Opmerkelijk was dat er geen enkele club

of sportbond bij de discussie aanwezig was. 'Ze wachten tot (en verwachten dat) de aanbieders naar hen komen. Maar zo werkt het niet. Je moet nu voorbereid zijn op wat er over 1,5 jaar gebeurt om het meeste uit een deal te halen. Doe je huiswerk. Verzamel en bescherm al je data.' Cordemeijer sloot zich bij Woerts aan. 'Laat je informeren. Leer van de sportorganisaties die al verder zijn dan wij hier in Nederland. Praat met ze. Kijk welke concepten bij jouw club passen. Je hebt nu de kans om vooruit te lopen op de troepen en de beste deals er uit te halen.'

wedpartner. In oktober 2010 werd Bwin voor drie jaar naamgevend sponsor van de Portugese League Cup: de Bwin Cup. Eerder was men naamsponsor van de hoogste divisie in Portugal (BwinLiga). Ook de Serie B in Italië had van 2010 tot en met 2012 de naam van het sportwedbedrijf: Serie Bwin. In 2012 werd Bwin de officiële online gaming partner van Manchester United. Bwin is ook actief in basketbal en werkt samen met de FIBA (European en World Basketball Championships) en de Euroleague Basketball. In motorsport is Bwin sponsor van de MotoGP series.

Dafabet

Dafabet is een Aziatisch online wedbedrijf. Dafabet is de komende twee jaar shirtsponsor van Aston Villa.

Golden Palace

Golden Palace is momenteel een aanbieder van kansspelen in België. In de toekomst wil Golden Palace ook sportwedenschappen aanbieden.

Interwetten

Interwetten wordt wel gezien als de specialist op voetbalwedenschappen. Het bedrijf is opgericht in 1990. Afgelopen jaar werd via Interwetten op meer dan 100.000 verschillende sportevenementen gewed in 70 landen. Meer dan 5.000 evenementen werden live gestreamd.

Sponsoring is belangrijk binnen de marketingactiviteiten van het bedrijf. Interwetten is sponsor van FC Sevilla en het Moto2 championship. Interwetten heeft onder de noemer Interwetten Solidario ook een uitgebreid maatschappelijk programma met de ondersteuning van onder andere Amnesty International en het project Licht ins Dunkel.

Paddy Power

Paddy Power is opgericht in 1988. Offline heeft het een groot aantal sportwedkantoren in Ierland en UK. Online biedt het bedrijf sportwedmogelijkheden,



poker-, bingo- en casinospelen. De omzet bedroeg in 2012 653,8 miljoen euro. Het bedrijf kwam vooral in het nieuws toen op 13 juni 2012, tijdens de UEFA Euro 2012-wedstrijd Denemarken - Portugal, de Deense speler Nicklas Bendtner zijn goal vierde door zijn onderbroek te laten zien met daarop Paddy Power. Bendtner kreeg 100.000 euro boete, die door Paddy Power werd betaald. Bovendien gaf men enkele duizenden replica's van de onderbroek weg via een facebookactie.

Sportingbet

Sportingbet sponsorde tot en met afgelopen seizoen Wolverhampton Wanderers. Eerder was het bedrijf sponsor van Slavia Sofia en Steaua Boekarest. Sportingbet sponsort ook FC Guernsey. In 2012 werd Sportingbet overgenomen door William Hill.

Unibet

Unibet is in Nederland waarschijnlijk de meest bekende en populairste sportwedoperator. Unibet

werd opgericht in 1997. De Unibet Group heeft zijn hoofdzetel in Malta en staat als Unibet Group plc genoteerd op de Scandinavische OMX. De omzet van het bedrijf in 2012 bedroeg 197,2 miljoen euro. Met meer dan 7,3 miljoen klanten in 150 landen is Unibet een van de grootste online gokbedrijven wereldwijd. Naast Scandinavië zijn België en Nederland de belangrijkste markten. In 2005 werd de groep eigenaar van MrBookmaker.com dat hoofdsponsor was van een gelijknamige wielerploeg, die werd omgedoopt in Unibet.com. De wielerploeg kreeg een ProTour-licentie voor 2007, maar raakte in conflict met verschillende wedstrijdorganisatoren over startrecht. Eind 2007 stopte men als ploegsponsor. Unibet is momenteel partner van de Jupiler Pro League. Door dit partnership mag Unibet zich tot juni 2015 exclusief "Official sports betting partner" noemen van de hoogste Belgische voetbalcompetitie. Unibet is ook 'betting partner' bij Standard Luik, Beerschot, FC Antwerp en Cercle Brugge. Andere sportorganisaties die gesponsord worden door Unibet zijn Valencia FC (Spanje), FK Zalgiris (Litouwen), Skonto Riga (Letland), JK Nõmme Kalju (Estland), Ferencvárosi TC (Hongarije). Bovendien is men sponsor van verschillende individuele sporters zoals Kristian Sohlberg (rally), Jean-Baptiste Gonnet (golf), Przemyslaw Saleta (boksen) en Amin Asikainen (boksen).

William Hill

William Hill is een van de oudste (1934) en grootste bookmakers in de UK. De omzet bedraagt 1.93 miljard euro. William Hill was een aantal jaren shirtsponsor van Málaga CF. Het bedrijf ondersteunt ook de jaarlijkse William Hill Sports Book of the Year award. In 2011 werd William Hill titelsponsor van de UK Championship (snooker) en Grand Slam of Darts.