

Project	World League Live			
Vakgebied	Fanbeleving	Club	FC Utrecht	Door Sonny van Kranenburg (Campagne Marketeer Strategie en Innovatie) en Lotte Nozeman (KNVB Expertise)

FC Utrecht heeft in samenwerking met Proxy42 en haar innovatiepartners als eerste BVO in Nederland een eigen mobiele game gelanceerd: World League Live. In deze gratis game kun je scoren met FC Utrecht in een virtuele wereld. Je speelt wedstrijden in een FC-Utrecht omgeving met FC-Utrecht spelers. Bovendien biedt de game de kans om je tegenstanders live te zien door middel van een 5G-verbinding.

Hoe is de game tot stand gekomen?

Eind 2020 richtte de club het FC Utrecht Innovatieplatform op met als doel zich door te ontwikkelen, zowel binnen als buiten de lijnen. Dit in samenwerking met partners uit het bedrijfsleven, kennisinstellingen en overheidsinstellingen. Zo kwam FC Utrecht in contact met het Italiaanse bedrijf Proxy42, gespecialiseerd in (mobiele) games. Een interessante match waarin de club de mogelijkheid zag om vooral de interactie met de jongere fans te vergroten. Sonny van Kranenburg, campagne marketeer strategie en innovatie bij FC Utrecht vertelt: *"De spanningsboog van jongeren neemt af en Esports en korte spellen worden steeds populairder. Met World League Live spelen we in op de behoefte van deze jongere fans."*

Naast Proxy42 haakte FC Utrecht ook andere innovatiepartners aan om een test op het gebied van mobiele spellen op te zetten. Na een succesvol testevent met een kleine groep supporters van de club werd besloten om de game definitief te ontwikkelen met als resultaat het uitbrengen van World League Live in december 2021.

Voor wie is World League Live?

De game is voor iedereen beschikbaar, maar vooral jongeren spelen op dit moment het spel. Dit sluit aan bij de verwachting vanuit FC Utrecht. Door het faciliteren van een kort interactief spel speelt de club in op de behoefte van de jongeren en behoudt daardoor interactie met deze groep fans. Zeker ten tijde van corona, waarin stadionbezoek niet altijd mogelijk is, is het belangrijk om aansluiting te houden met deze groep. Maar ook voor oudere generaties

ziet van Kranenburg mogelijkheden binnen het spel. De basis van het spel staat, en nu is het aan FC Utrecht en haar partners om het verder te innoveren waarmee de club niet uitsluit dat het ook voor oudere generaties steeds interessanter wordt om het spel te spelen.



Avatars van Bart Ramselaar, Tasos Douvikas en Mike van der Hoorn uit het eerste elftal

Wat zijn de commerciële kansen?

De game biedt FC Utrecht verschillende commerciële kansen. Zo verdient de club aan iedere gespeelde wedstrijd van het spel, maar ook verschillende functies in de game kunnen inkomsten opleveren. Van Kranenburg: *"Er zijn digitale reclameborden in de game. Zo kunnen partners direct in contact komen met een specifieke doelgroep net zoals op het echte veld."* Bovendien zijn er plannen om een winkel toe te voegen aan het spel waarin spelers tegen betaling artikelen of een boost voor hun team kunnen kopen. Deze verdiensten kunnen weer worden geïnvesteerd om het spel nog groter te maken en daarmee een groter publiek te bereiken.

Daarnaast kan het spel als middel worden gebruikt voor en tijdens activiteiten. Zo kan de game onderdeel zijn van evenementen in het stadion rondom wedstrijden of tijdens evenementen van de Junior Tigers Kidsclub of Jonge Garde. Maar ook integratie van de game tijdens wijkbezoeken in Utrecht of in de regio behoort tot de mogelijkheden. Bovendien hebben vier spelers van het eerste elftal een eigen avatar in het spel. Met hen start binnenkort het concept 'play with the stars' waarin spelers van de game de kans krijgen om het live tegen een van deze vier spelers op te nemen. Allemaal activiteiten en gelegenheden die

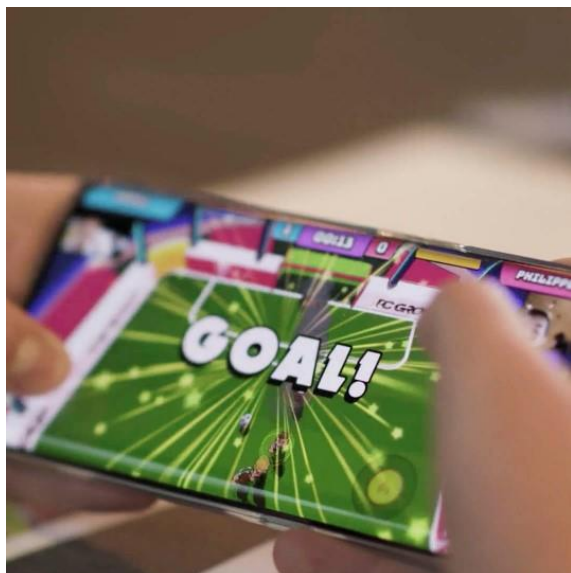
naast extra zichtbaarheid ook zorgen voor toenemende contentmogelijkheden.

Verder is de game een mooi uithangbord voor het FC Utrecht innovatieplatform. Voor deze innovatie werkt de club samen met Proxy42, The Valley, Nominow, T-Mobile, OPPO en RTL Group. Deze innovatiepartners zijn ook partner van de club en dragen allemaal vanuit hun eigen expertise bij aan de game. Een extra toegevoegde waarde aan het partnership, waarbij ook buiten de traditionele lijnen wordt gedacht. Daarnaast zorgen de innovatiepartners er mede voor dat de kosten voor het ontwikkelen van de game gedekt zijn.

Wat levert data op?

Naast verschillende commerciële kansen, zorgt de game ook voor een uitbreiding van de database van de club. Voor het spelen van de game is het noodzakelijk een profiel aan te maken, waardoor FC Utrecht een nieuwe datastroom voor zichzelf heeft gecreëerd.

De spelers van de game zijn in twee groepen te onderscheiden. Enerzijds spelers van het spel die nog niet bekend zijn bij FC Utrecht. Anderzijds fans van de club die daarnaast ook de game zijn gaan spelen. Dit biedt de club verschillende mogelijkheden. Zo kan de club fans van de game benaderen en proberen deze ook als fan van FC Utrecht aan zich te binden, maar ook om bestaande fans in hun behoefte te voorzien.



Wat zijn de leerpunten en toekomstvisie?

Tijdens de ontwikkeling van het spel heeft van Kranenburg al van alles geleerd. Een positieve ervaring ziet hij in de wijze waarop het eerste elftal bij deze campagne is betrokken. "Doordat

de spelers echt betrokken zijn vanaf het begin, merk je dat ze ook sneller bereid zijn om wat extra's te doen voor de promotie van de game."

Naast betrokkenheid van de spelers is door het spel ook het besef gekomen hoeveel toekomst er ligt in het ontwikkelen van mobiele spellen. De focus binnen het voetbal ligt nog vaak op FIFA en Esports, waarmee BVO's soms uit het oog verliezen hoeveel terrein er valt te winnen op het gebied van korte, interactieve spellen voor mobiele telefoons.

Hoe de toekomst er exact uit gaat zien weet van Kranenburg nog niet, maar dat past ook wel bij de filosofie van het innovatieplatform. Van Kranenburg: "We willen leren door te doen. We hebben de game laten debuten en nu moet hij zichzelf gaan bewijzen." Maar een ding is zeker. Binnen FC Utrecht barst het nog van de innovatieve ideeën om het spel verder uit te breiden. De komende tijd zal gebruikt worden om ideeën als 'play with the stars' verder te integreren in de game.

Wil je de game zelf spelen? Downloaden kan via [World League Live! Soccer](#).

Voor vragen over World League Live, neem contact op met KNVB Expertise via expertise@knvb.nl.

TIPS:

- **Onderzoek met je partners waar je elkaar kunt versterken buiten de lijnen van het voetbalveld.**
- **Probeer in te spelen op de behoefte naar korte, interactieve (mobiele) spellen van de jongere generatie.**
- **Betrek spelers van het eerste elftal in een vroeg stadium om samen een succes te maken van een nieuw initiatief.**

Iedere club heeft goede voorbeelden. Wat is de Good Practice van jouw club? Neem contact op met KNVB Expertise en deel jouw goede voorbeeld met je collega's in het betaald voetbal!