21 OKTOBER 2018

INNOVATIE, VERSIE 1.0

Inhoud

Inleiding 2
E-Sports 2
Wie is onze doelgroep? 4
Financiën 4
Juridische organisatie 4
Techniek 4
Organisatorisch 5
Inkleding 5

Inleiding

Innovatie is voor de lange termijn noodzakelijk en de enige manier om te overleven in een wereld waarin we meerdere generaties dienen aan te spreken. Daarbij verandert de wereld voortdurend waarbij de sport geen uitzondering is. Er is meer concurrentie wat betreft vrijetijdsbestedingen en dat hebben de 'millenials', die zijn opgegroeid met Internet en "zoeken" als hun uitgangspunt genomen bij hun keuze. Hier zal Unitas zich in eerste instantie volledig richten op de E-Sports waarbij de gekozen techniek een link heeft naar de E-Sports.

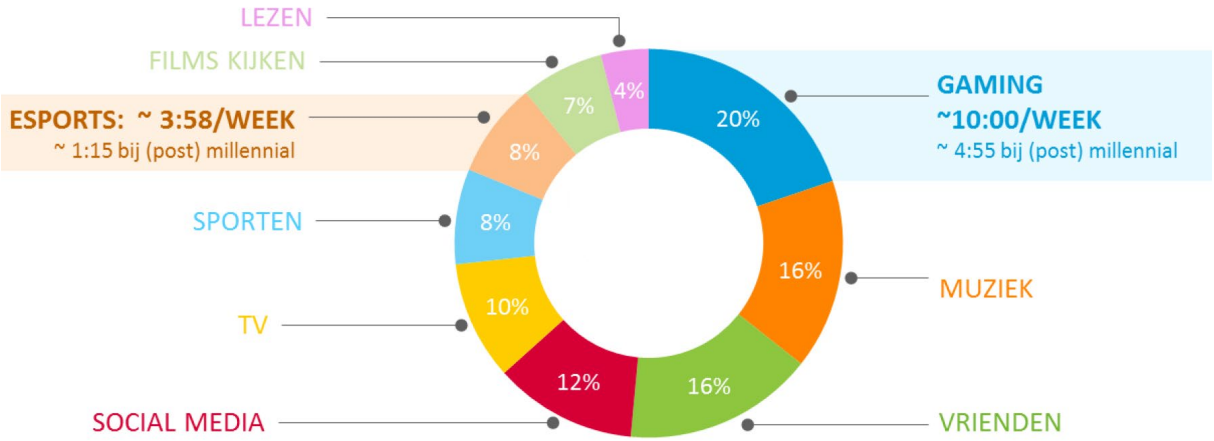
In het traditionele voetbal is het zo dat de 'generatie Y' snel wordt afgeleid. Het biedt uitkomst voor het moment maar na een wedstrijd is de individualistische en solistische levensstijl van de generatie Y weer snel opgepakt. Technologie speelt hierbij een grote factor. Technologie is iets wat de nieuwe generatie aanspreekt. Het is een eenvoudige manier om permanent met iedereen in verbinding te staan, snel geamuseerd te zijn en snel informatie te delen. Onze doelgroepen zijn hiermee opgegroeid en dit is inmiddels een belangrijk onderdeel geworden van hun leven. Om deze generatiekloof inzichtelijk te maken is er onderzoek gedaan naar het gebruik van social media. Op de Olympische spelen besteedden de atleten gemiddeld 21 uur per week aan social media, hun trainers 4-5 uur per week. Alleen dat al is een bewijs dat als we willen veranderen Unitas mee zal moeten bewegen met de moderne tijd.

E-Sports

E-Sports en vooral FIFA is het gesprek van de dag op social media en in de wandelgangen. Ook hier is dit online prima mogelijk waardoor onze doelgroep niet buitenshuis moet om toch tegen zijn/haar vrienden te kunnen spelen. Echter biedt dit geen platform waar ze hun resultaten kunnen meten met anderen of op een andere wijze kunnen delen. Hierin kan Unitas een bijzondere rol spelen die op dit moment (nog) uniek is in het amateurvoetbal.

FIFA bestaat al sinds 1998 en is sindsdien in populariteit en mogelijkheden gegroeid. Het is inmiddels een echte gemeenschap geworden, met zowel een tak op amateur- als op professioneel niveau. In Nederland staat dit nog in de kinderschoenen al wordt hier wel middels de E-divisie en televisieprogramma's steeds meer aandacht aan besteed. In de Verenigde Staten en in Europese landen als Spanje, Engeland en vooral Duitsland is dit al een gigantisch tijdverdrijf waar veel jongeren hun vrije tijd mee doorbrengen.

In het wetenschappelijk onderzoek van Nielsen omtrent E-Sports in Nederland staat de volgende presentatie van de vrijetijdsbesteding van de jongeren. Hieruit blijkt dat E-Sports een activiteit is die inmiddels minstens zo groot is als de traditionele sportbeoefening.



Unitas kan voorzien in 32% van de vrijetijdsbesteding van jongeren mits we inspelen op hun interesses te weten: “Vrienden, E-Sports en Sporten”.

Om dicht bij onze kern te blijven gebruiken we het voetbalspel FIFA om hierin te voorzien. Dit is veruit het belangrijkste en meest populaire E-Sport van het moment. Belangrijk is dit te blijven monitoren. Zodra dit wijzigt moeten we hier direct in mee gaan of meerdere spellen aan gaan bieden.

Nadelen

Buiten alle voordelen van de techniek zit er altijd een groot kenmerkend nadeel aan de technische oplossingen en de E-Sports. Niks of niemand vervangt menselijk contact. Menselijk contact is voor Unitas als vereniging essentieel om haar bestaansrecht te behouden. Het is voor Unitas één van de ‘lifelines’ waarmee we jeugd kunnen bewegen naar het clubhuis te komen. Onze leden kunnen nieuwe contacten op doen met mensen waar ze normaal niets mee van doen hebben. E-Sporters zitten immers zowel in de selecties als ook in de recreatieve teams. Zo kan het zijn dat een hele goede E-Sporter in de E8 zit en een zekere status krijgt door zijn FIFA spel en zo in contact kan komen met een speler uit de D1. Hierin zit voor Unitas de verbindende factor.

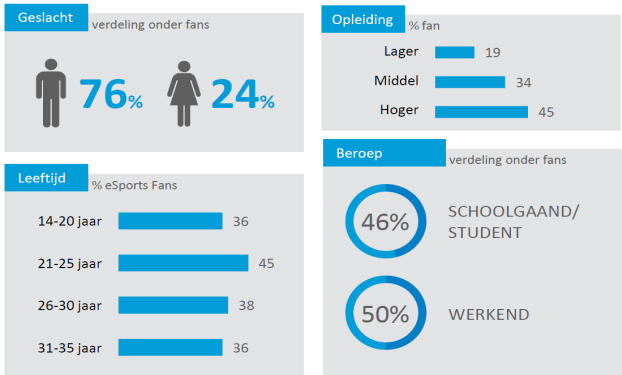
Plan de campagne

Unitas als amateurvoetbalvereniging zal in beginsel hierin voorop lopen. Dit geeft zowel kansen als uitdagingen. We zullen een interne competitie moeten maken met een aansprekende prijs voor de Unitas kampioen (bijvoorbeeld deelname aan een Internationaal toernooi). Unitas streeft er echter naar binnen 5 jaar hierin hetzelfde principe te hanteren als de traditionele competitie door diverse niveaus te creëren met diverse competities (zowel 1 vs 1 en 2 vs 2).

Unitas dient met het invoeren en handhaven van een E-Sports omgeving rekening te houden met de communicatie richting de doelgroep. De doelgroep wil enkel partners die zich echt conformeren met de E-Sports. Fysieke zichtbaarheid en sponsoring is daarbij van belang.

Belangrijk hierbij is een echte E-Room waarbij we echt iets extra’s bieden in vergelijking met de thuissituatie. Bijvoorbeeld door mooie schermen, “Player-seats”, werkende controllers etc. Er mag niets in de weg staan, spelers moeten zich kunnen concentreren op het spel. Unitas moet daarom streven naar een echte Unitas E-Sportsroom. Hiervoor zijn inmiddels diverse partners gevonden.

Wie is onze doelgroep?



E-Sporters zijn doorgaans hoogopgeleide mannen van alle leeftijden. De manier om deze mensen te benaderen is d.m.v. social media, vloggen en door informatie vanuit de directe omgeving.

Financiën

Unitas streeft er naar voorop te blijven lopen omtrent de E-Sports. Hier zullen we dan ook in moeten investeren door met de nieuwste technieken te kunnen spelen. Er dient jaarlijks budget vrij gemaakt te worden om te vernieuwen met in ieder geval de meest recente FIFA-editie. Daarbij dienen er meerdere Playstations 4 aangeschaft te worden. Ook hiervoor dient gereserveerd te worden voor een eventuele toekomstige Playstation 5.

Hierin is het dus van belang dat er een terugverdien model in zit. 89% van de E-sporters beoefend zelf de traditionele sport waarmee hij/zij de E-Sport beoefend. Hier is dus ook andersom een manier voor binding bij onze jongste generatie. Uitdaging is hier partners bij te vinden en eventueel een kleine contributie te vragen.

Juridische organisatie

Voor de E-Sports zal een eigen Unitas entiteit worden opgericht sv E-Nitas. sv E-nitas schrijft de E-Sports volledig toe aan de kantine waardoor alle financiële transacties Btw-plichtig zullen zijn. Het bestuur van sv E-Nitas zal worden gekoppeld aan het Unitas bestuur en zal ook het pand in beheer hebben waarin de E-Sports activiteiten plaatsvinden. Dit betekend dat de voorzitter van Unitas ook de voorzitter zal zijn van sv E-nitas en zal met het aftreden bij Unitas ook niet meer de voorzitter kunnen zijn van sv E-nitas. Zo ook de penningmeester en secretaris.

Techniek

Met de techniek kunnen we kijken naar zowel blessurepreventie, meetapparatuur, voetbal-apps alsmede nieuwe materialen waarmee we Unitas interessant kunnen maken (denk aan SmartGoals, camera's en analysesystemen). Technieken en zichtbare resultaten zijn voor de nieuwe doelgroep belangrijk om zich te meten aan hun eigen beeld van zichzelf. Een voorbeeld is bijvoorbeeld korte oefeningen uit de E-sports te laten doen in real life. Ze meten dan zichzelf direct met de FIFA speler waardoor ze een completer en reëler beeld van zichzelf vormen.

Om dit verder uit te werken zal Unitas een benchmark moeten maken. Spelers van Unitas kunnen zichzelf dan meten met diverse persoonlijkheden. Denk hierbij aan Messi, Lozano, een speler van de PSV jeugd van hun eigen leeftijd en een gemiddelde Unitas speler. Een dergelijke benchmark voor keepers hiervoor ook wenselijk zijn. Zodra het zichtbaar is dat men zich nog kan verbeteren op diverse punten en dat ze er "bijna zijn" zal de motivatie hoger zijn om te blijven voetballen.

We zullen de behoefte toetsen van diverse lagen van vereniging en hier op inspelen. Unitas streeft er naar hiervoor een budget per jaar vrij te maken waardoor doorlopend meegegaan kan worden met de moderne tijd. Nieuwe systemen zijn doorgaans duur en eenmaal geïmplementeerd vormen ze een financiële bedreiging voor de club omdat we leren leven met de gekozen systemen. Onze processen worden er afhankelijk van. Unitas zal daarom kritisch zijn op de gemaakte keuzes en een minimum van contracten afsluiten in een abonnementsvorm.

Hierbij zijn we ook afhankelijk van bestaande partners, bijvoorbeeld de club van 75, bestaande sponsoren en nieuwe partners, waar we zelf actief naar op zoek moeten gaan. Belangrijk hiervoor is dat Unitas een plan heeft en een doel wat we met het aangeschafte willen bereiken. Daarbij scheppen we onze eigen behoefte eerst voor we de markt op gaan i.p.v. dat we een product/dienst willen en daar een plan omheen schrijven. Dit zal ook het criterium worden m.b.t. de aanschaf van een product.

Organisatorisch

Ook organisatorisch zal Unitas moeten kijken waar zaken gestandaardiseerd kunnen worden en waar mensen kunnen worden vervangen door techniek. In de nieuwe wereld zijn echte vrijwilligers een uitstervend ras. Mensen willen voortaan een vrijwilligersvergoeding en zijn meer dan eens slechts bereid tot het doen van een minimale inspanning. Hier zullen de nodige investeringen gedaan moeten worden om bestendig te zijn tegen deze verandering en op de toekomst te zijn voorbereid.

Inkleding

Innovatie is enorm arbeidsintensief en stuit vrijwel altijd op sceptici en weerstand. Het is daarom van belang dat Unitas vertrouwen kweekt. Vertrouwen en commitment van de eigen vrijwilligers is van essentieel belang deze ontwikkelingen door te kunnen voeren. Hier zal Unitas een communicatieplan voor schrijven waaruit blijkt dat Unitas luistert en vertrouwd op haar vrijwilligers. Het klimaat voor veranderingen zal door hen moeten worden geschept. Het bestuur van Unitas zal dat klimaat moeten ondersteunen door o.a. de faciliteiten te bieden. Vervanging van vrijwilligers door techniek kan als negatief worden uitgelegd. Het is aan het bestuur dit door een goede communicatie juist te implementeren in de belevingswereld van haar leden. Unitas zal per definitie altijd verbinding moeten uitstralen. Hiervoor is menselijk contact van levensbelang.