

Karakteristik af 'idrættens virtuelle arenaer'

Forandret kommunikation i idrætten – socialt og organisatorisk

Martin Hedal

Idrættens Analyseinstitut
Februar 2010



SportPeople



sportzLife
your sport

endomondo
FREE HOUR ENDORPHINS

wexer
WORLD OF EXERCISE

seek4
fitness.net

TRAININGPARTNER.DK
sammen træner vi mere

Baggrund

Idrættens Analyseinstituts (Idan) har i begyndelsen af 2010 taget initiativ til projektet 'Idrættens virtuelle arenaer'.

Det sker som en udløber af Idans permanente projekt 'Idrættens Iværksættere', der bl.a. i en rapport af samme navn fra februar 2009 tegner et billede af en særlig sektor af innovative danske iværksættervirksomheder, som via teknologi spiller en aktiv rolle i udviklingen af (dansk) sport og motion.

Rapporten viser bl.a., hvor stor en rolle teknologien spiller i idrættens udvikling. Artiklen 'Sport og teknologi – en evig balance'¹ fra juni 2009 opsummerer endvidere, hvordan idrætten altid har været under kraftig påvirkning af teknologien.

Parløbet mellem idræt og teknologi vil fortsætte, og ud fra ovennævnte analyser kombineret med Idans efterfølgende monitorering og formidling om nye idrætsiværksættere tegner sig et interessant billede af en eksplosiv udvikling, hvor idrætten i højere og højere grad integreres med internettet helt ned på udøverniveau.

¹ Download artiklen her:

http://www.idan.dk/Nyheder/~/_media/PdfWord/Pdf2008/Sport%20og%20teknologi%20%20%20en%20evig%20balance%20FINAL.ashx

Særligt interessant har det været at følge, hvordan 2008 og 2009 har budt på et stort dansk boom af webbaserede sociale og kommunikative medier målrettet idrættens verden. Idan analyserer og perspektiverer denne udvikling i projektet 'Idrættens virtuelle arenaer'.

Det er formålet med denne artikel at udkrystallisere, hvad og hvem de danske 'virtuelle idrætsarenaer' er, og hvad de helt præcist kan bidrage med. Det empiriske grundlag for artiklen er kvalitative interviews med arenaerne og indholdsanalyser af de enkelte arenaer.

Definition på 'idrættens virtuelle arenaer'

Projektet 'Idrættens virtuelle arenaer' er stærkt eksplorativt med inddragelse af en række forskellige empiriske metoder og med en generelt åben tilgang. Det er et nyt felt i sig selv og derfor naturligvis også et nyt analysefelt. Som afgrænsning af feltet anvender vi følgende definition:

'Idrættens virtuelle arenaer' er i denne sammenhæng offentligt tilgængelige, internetbaserede kommunikations- og socialiseringsværktøjer samlet på særlige websites ('arenaer') målrettet individer, fællesskaber og/eller organisationer inden for et bredt felt i idrætten. Arenaerne er gratis eller forholdsvis billige at anvende for den enkelte bruger og dækker hver især flere forskellige idrætsdiscipliner/motionsformer.

Softwareløsninger og systemer med primær fokus på håndtering af 'klassisk' foreningsadministration – herunder økonomi og medlemsadministration – falder altså ikke inden for definitionen². Det er de forholdsvis nye *kommunikationsformer* og -potentialer, der er fokus på i projektet.

Af definitionen fremgår det, at...

... arenaerne skal være fuldt offentligt tilgængelige, så alle kan 'oprette sig'.

... arenaerne skal tilføje noget nyt til det kommunikative og ikke mindst sociale område inden for sport og motion på nettet. Derudover kan de sagtens inkludere andre medier som eksempelvis mobilteknologi.

... arenaerne fokuserer på den brede idræt uden som udgangspunkt at 'tage idrætspolitisk parti'. Det udelukker naturligvis ikke, at arenaerne kan indgå aftaler med foreninger, kommuner og idrætsorganisationer samtidig med, at de henvender sig til alle typer idrætsfællesskaber. Det udelukker heller ikke, at eliteidrætten kan anvende arenaerne.

... økonomi må ikke for det enkelte individ være en begrænsning for at anvende en arena. Dette udelukker dog ikke, at en forening, kommune eller idrætsorganisation betaler for anvendelsen eller udviklingen af arenaen.

Selve udtrykket 'idrættens virtuelle arenaer' kan virke mere eller mindre præcist for den enkelte. Betydningen af ordet 'virtuelt' hænger for mange sammen med internettet, og en arena dækker for de fleste over et sted, man mødes om sport og underholdning (oprindeligt den romerske

² Det gælder bl.a. systemet foreningspakken.dk, der tidligere blev udbudt i et samarbejde mellem DGI og DIF, men hvor driften nu er overgået til udvikleren af systemet, Maconomy.

arena). Det er den simple forklaring på, hvorfor valget er faldet på udtrykket 'idrættens virtuelle arenaer'.

Mere filosofisk og lingvistisk kan man diskutere, *hvor* 'virtuel' en internetbaseret organisations- og socialiseringsplatform er. I samme åndedrag kan det virke omsonst at skelne mellem noget 'virtuelt' og noget 'virkeligt'. Eksempelvis kan man påstå, at meget af den virkelighed, vi opfatter som 'virkelig' i virkeligheden er 'virtuel', da den ikke er naturgiven. Det er dog ikke formålet med denne artikel eller hele projektet at diskutere selve forståelsen af begrebet virtualitet i dybden.

Arenaerne har flere fællestreæk, men fokuserer alligevel forskelligt hver især. Det kan bedst illustreres ved nedenstående forskellige karakteristika:

- **Individet kontra fællesskabet:** It-værktøjerne kan både være orienteret mod individet og fællesskabet, og brugerne kan ofte selv vælge, om de vil deltage i sociale sammenhænge (på nettet eller i virkeligheden) eller anvende værktøjet til eget brug. It-værktøjerne håndterer samtidig meget forskellige idrætsgrene lige fra holdidrætsgrene, der skal dyrkes i fællesskab med andre, til eksempelvis cykling, der i træningsmæssig sammenhæng kan dyrkes alene.
- **Organiseret kontra selvorganiseret:** Nogle værktøjer henvender sig mest til den 'klassiske' organiserede idræt, mens andre går direkte efter den selvorganiserede idræt, som organiserer sig via den virtuelle arena eller bruger arenaen som organisations- og socialiseringsværktøj til et allerede eksisterende idrætsfællesskab.
- **Sociale kontra strukturelle værktøjer:** Arenaerne har både sociale og strukturelle værktøjer indbygget. Balancen mellem sociale og strukturelle værktøjer er forskellig fra arena til arena. De strukturelle værktøjer dækker over alt fra avancerede (masse)kommunikationsløsninger til eksempelvis individuel træningsplanlægning.
- **Internettets kontra 'virkelighedens' fællesskaber:** It-værktøjerne lægger i forskellig grad op til, at socialiseringen skal ske 'i virkeligheden' eller i det virtuelle rum på nettet (se figur 1)

Figur 1: De virtuelle arenaer kan virke begge veje på de sociale fællesskaber på nettet og i 'virkeligheden', og fællesskaberne kan naturligvis også stå for sig selv.



- **Reklamer kontra brugerbetaling:** Arenaernes indtægtskilder er forskellige. Reklame- og sponsorindtægter, skræddersyede løsninger til virksomheder og organisationer, licensbetalinger og mikro- eller VIP-kundebetalinger er typiske ingredienser i forretningsmodellerne, og arenaerne griber ofte de kommercielle potentialer forskelligt an.
- **Spontanitet kontra planlægning:** For den enkelte idrætsudøver eller bruger kan det enkelte it-værktøj lægge op til både spontane handlinger (eksempelvis en løbetur, der efterfølgende kan registreres, eller et svar på et forumindlæg) eller planlagte handlinger (eksempelvis deltagelse i et arrangement).
- **Underholdning kontra administration:** Brugerne af arenaerne kan foretage underholdende (eksempelvis sociale) handlinger af uformel karakter og/eller administrative handlinger af en mere formel karakter (eksempelvis udsendelse af klubinformation)

- **Brugergenereret kontra kontrolleret indhold:** Arenaerne rummer i varieret grad muligheder for, at brugerne selv leverer indholdet og deler det med andre. Nogle arenaer kontrollerer omvendt selv større eller mindre dele af indholdet.
- **Åbent kontra lukket:** Arenaerne rummer muligheder for både at lukke eller åbne profiler, klubber, fora, kalendere, informationstavler mv. for offentligheden.
- **Internationalt kontra nationalt:** Arenaerne satser både nationalt (sprogversioneringer) og internationalt (dækker i princippet hele verden)
- **Før, under og efter aktivitet:** Arenaerne fokuserer i forskellig grad på services forbundet med eksempelvis planlægning før, formidling under og statistik efter en idrætsaktivitet.

Hvem er 'idrættens virtuelle arenaer'?

Idan har ud fra egen research inviteret otte danske arenaer, som alle har accepteret invitationen til at deltage i projektet:

Seek4fitness.net

Arena365.com

Endomondo.com

Conventus.dk⁴

Trainingpartner.dk

Sportzlife.com

SportPeople.dk³

Wexer.com

Denne artikel er ikke en konkurrentanalyse og sammenligner således ikke direkte de enkelte services og features på tværs af arenaerne.

Uden for definitionen af 'idrættens virtuelle arenaer' kredser en række virksomheder, som også beskæftiger sig med sport og motion via internettet, men som ikke lever op til ovennævnte definition. For interesserede kan det anbefales at læse flere af portrætterne af 'Idrættens Iværksættere' på Idans hjemmeside⁵.

Med den hastige udvikling dukker flere arenaer sandsynligvis op i løbet af 2010 – og måske eksisterer der allerede nogle, som indtil videre ikke har været så synlige i offentligheden.

'Idrættens virtuelle arenaer' er alle lanceret i 2008 eller 2009. Nogle er hobbyprojekter, hvoraf enkelte har udviklet sig til deciderede virksomheder, mens andre er store satsninger i selvstændige virksomheder eller som søsterselskaber til større virksomheder.

De virksomhedsdrevne arenaer har alle større eller mindre internationale ambitioner og er da også bevidste om, hvor stort et volumen, der skal til for, at økonomien kan løbe rundt. De deler en række udfordringer, som de har tilfælles med andre iværksættere i idrætten. De er skitseret i Idans rapport 'Idrættens Iværksættere' fra 2009⁶.

³ SportPeople (tidligere ClubPeople) har som den eneste af arenaerne en formaliseret aftale med DIF og Team Danmarks fælles marketingselskab Sport One Danmark, som indgår som kommerciel partner.

⁴ Conventus har som den eneste af arenaerne en formaliseret samarbejdsaftale med DGI.

⁵ Se <http://www.idan.dk/Home/Nyheder/565portraettersamlet.aspx>

⁶ Bestil eller download rapporten 'Idrættens Iværksættere': <http://www.idan.dk/Nyheder/674Iværksaettere.aspx>

Hvordan bidrager 'idrættens virtuelle arenaer' til kommunikationen?

Nedenstående opstilling er *summen* af funktioner, som de virtuelle arenaer bidrager med kommunikationsmæssigt. De enkelte arenaer uddyber selv sine ydelser i vedhæftede bilag 1.

Det er naturligvis altid vanskeligt at beskrive et område i hastig udvikling, så det skal understreges, at opstillingen er et ikke udtømmende *øjebliksbillede* af arenaernes værktøjer, men suppleret med udviklingspotentialer inspireret af kvalitative interviews med arenaerne og den generelle udvikling på nettet. Udviklingspotentialerne er markeret med kursiv.

En 'bruger' kan i opstillingen være alt fra en motionist eller et medlem af en idrætsforening til en kommune eller en større idrætsorganisation. En bruger kan ikke nødvendigvis få adgang til alle funktioner, da nogle kan være målrettet en bestemt type bruger (eksempelvis et bestyrelsesmedlem i en idrætsforening).

Funktionerne er beskrevet i tilfældig rækkefølge.

Figur 2: Oversigt over funktioner i 'idrættens virtuelle arenaer'

Overskrift for funktion	Beskrivelse og bidrag til kommunikationen
Individuel profil	Den enkelte bruger har sit eget login og en profil, hvor man selv opdaterer sine personlige data (demografiske data, træningsspecifikke data osv.). De data vil således også være opdaterede, når de indgår i et fællesskab. En bruger kan evt. være tildelt 'særstatus' som ekspert, træner, leder, VIP osv. og derigennem have flere brugerrettigheder end andre. Brugeren har sin egen personlige opsætning med foretrukne funktioner og fællesskaber fremhævet.
Venner	Brugeren har 'venner', som man kender det fra Facebook og mange andre sociale medier. Vennerne kan bruges bl.a. til at dele informationer og holde kontakt uden for 'virkelighedens verden'.
Fora/chatfunktioner	Brugeren har mulighed for at deltage i en række forskellige fora og chatrooms om særlige interesseområder. De kan både være lokale, regionale, nationale og internationale, store som små, offentlige (åbne) som private (lukkede) og sports- som ikke sportsorienterede.
Grupper og fællesskaber	Brugere kan oprette og deltage i grupper. En gruppe kan eksempelvis være en klub, en fansammenslutning, en virksomhed, en idrætsorganisation eller et uformelt idrætsfællesskab. Grupper kan være hierarkisk opbygget med undergrupper, så de modsvarer organisatoriske opbygninger i 'virkelighedens verden'. Gruppen kan have sit eget ansigt på en særskilt side på nettet eller integreret på en eksisterende hjemmeside.

Søgning efter (trænings)kammerater	Ud fra forskellige data og kriterier kan brugeren finde ligesindede til eksempelvis fælles træning.
Konkurrencer/udfordringer	Brugere kan konkurrere mod hinanden individuelt eller i hold – baseret på virkelige idrætsaktiviteter. Et eksempel er en konkurrence mellem to virksomheder i, hvem der løber længst i løbet af en måned.
Registrering af data	Brugerne har mulighed for at registrere en række træningsdata, se statistik og dele data med andre via arenaen eller andre sociale medier. Træningsdata kan fx komme fra målinger via pulsmåler.
GPS-måling (via mobilen)	Brugere kan måle distanceidræt med GPS-teknologi (eksempelvis fra egen mobil med indbygget GPS). Disse kan også foregå i realtid, så de får et live-formidlingsformål til andre interesserede.
Internationalt og nationalt sprog	Arenaen går på tværs af landegrænser, så brugeren kan bl.a. socialisere sig internationalt. Via sprogversioneringer kan brugeren imidlertid også tilgå indhold på sit modersmål.
Eventsystem	Brugerne kan tilmelde sig og selv stå for events via arenaen. Både før, under og efter kan arenaen være centrum for fælles aktiviteter omkring, formidling af og administration af eventen.
Deling af filer, øvelser mv.	Brugerne kan dele mødereferater, øvelser, oplevelser, billeder og meget andet med hinanden i særskilte fællesskaber eller med alle brugere.
Ekspertråd	Brugere kan rådføre sig med (evt. selvudnævnte) eksperter via fora, film, artikler, interviews mv.
Målrettede e-mails	Brugere (evt. kun brugere, der har fået tildelt særstatus i bestemte fællesskaber) kan sende e-mails og lign. beskeder til en bestemt gruppe. Det kan for eksempel være indkaldelse til en kamp. Brugere kan også selv indstille, hvornår de skal modtage e-mails, hvis der sker nyt i arenaen.
Sms-kommunikation	Der er mulighed for sms (også ved små påmindelser om træningstider mv.) præcis som ovennævnte e-mailmuligheder.
Integration med andre websites	Brugeren kan integrere login og enkeltdele af funktionerne på eksterne websites. Dermed kan selve arenaen få et mere skjult/usynligt liv for nogle brugere.
Ruteplanlægning og -deling	Brugere kan planlægge træningsruter og dele ruterne med andre brugere.
Diverse økonomifunktioner	Ikke beskrevet i detaljen, da det falder uden for fokus i projektet. Økonomifunktionerne indebærer bl.a. betaling (eksempelvis kontingent) via kreditkort.
Billetsystem	Brugere kan sælge eller købe billetter til arrangementer via arenaens billetsystem. Billetten printes hjemme og kan indeholde eksempelvis sponsorlogoer.

Booking af haltid	Brugere (med særlige rettigheder, fx en idrætsleder) kan booke tid til at benytte en idrætshal eller andre faciliteter.
Kalender(deling)	En gruppe (fx et idrætsfællesskab eller en familie) eller en bruger kan danne sig et overblik over (idræts)aktiviteter i kalenderen og evt. dele den med andre for eksempelvis at koordinere fælles træning.
Datomatch	Et idrætsfællesskab kan koordinere tidspunkter for eksempelvis udvalgmøder, så maksimal mødedeltagelse sikres.
Medlems- og gruppestatistik	En bruger (evt. med særlige rettigheder) kan via brugeres indtastede data trække statistik ud for en gruppe og skabe undergrupperinger ud fra udvalgte kriterier (fx udtræk af en gruppe under 18 år).
Skræddersyede træningsprogrammer	En bruger kan ud fra indtastede data danne sit eget skræddersyede trænings- og kostprogram og forfølge specifikke træningsmål.
Opslagstavle	En bruger kan læse og oprette noter på særlige opslagstavler, der vedrører brugeren.
Nyhedsabonnement	En bruger kan via arenaen abonnere på bestemte idrætsrelaterede nyheder fra et eller flere interessefelter. En bruger med særlige rettigheder kan administrere nyheder og nyhedsbreve til bestemte grupper.
Forældrefunktion	Forældre kan administrere børns deltagelse i arenaen, indtil de er store nok til at gøre det selv.
Reklamer	En gruppe eller bruger kan frikøbe reklameplads og selv lægge sine annoncører og sponsorer ind.
Blogs	Brugeren kan oprette og læse blogs og andre former for subjektiv formidling.
Turneringsadministration	Brugeren kan følge eller administrere en turnering i flere forskellige idrætsgrene.
Produktsalg	En bruger kan købe (træningsrelaterede) produkter.
Afstemninger	Brugeren kan deltage i og oprette afstemninger (fx 'kampens spiller')
Udviklingspotentialer	
Brugernes web-tv	<i>Brugerne kan selv uploade/live-streame web-tv-indslag til platformen og integrere det med arenaens andre muligheder – i princippet kan dannes et 'idrættens YouTube' med både on-demand- og live-tv.</i>
Integration af spil	<i>Spil forstået som både computerspil og bookmaking. Computerspil</i>

	<i>kan evt. indgå i kombination med udøvelse (fx som managerspil baseret på virkelige hændelser).</i>
Fuld integration af faciliteter	<i>Booking af faciliteter integreres helt ned på brugerniveau, så brugere (idrætsudøvere) får større fleksibilitet og kan tilmelde sig idrætsaktiviteter uden bindinger til bestemte tidspunkter og discipliner. Det indebærer også ad hoc-tilmeldinger til holddiscipliner. Kommunale it-værktøjer, databaser og hjemmesider kan endvidere integreres med arenaen – eksempelvis oversigter over idrætsfaciliteter i kommunen.</i>
Detailanalyser	<i>Dataanalyser, der rækker ud over alm. træningsstatistik og også inkluderer idrætsgrene med mange deltagere. Også strategiske værktøjer til før en idrætsbegivenhed.</i>
Funktioner fra andre platforme	<i>Flere idrætsrelaterede funktioner kan integreres i arenaerne i samarbejde med eksterne samarbejdspartnere.</i>
Webparaply for den brede idræt	<i>Arenaen som central indgang til den brede idræt på nettet. Skaber fuldt overblik over alle relevante idrætsrelaterede oplysninger, services og nyheder, der er tilgængelige på nettet.</i>
Støtteapparat	<i>Funktioner til opnåelse af offentlig eller privat økonomisk støtte som idrætsfællesskab organiseret via arenaen.</i>
Mere virtualisering	<i>Bevægelse imod integration af flere virtuelle elementer. Eksempelvis en større grad af animering af virkelige hændelser, så mennesker på hver sin side af jorden kan løbe mod hinanden i et virtuelt rum. Se figur 3 nedenfor.</i>

Figur 3: 'Virtualiseringen' af idrætten via teknologi (grov skitsering). Måske vil de virtuelle arenaer bevæge sig længere mod højre de kommende år – evt. i samarbejde med andre idrætsiværksættere.



Der er altså tale om et betydeligt omfang af funktioner (og listen kunne uddybes meget mere), der kan ændre eller bidrage til kommunikationen i både den organiserede og selvorganiserede idrætsverden. Den forbedrede kommunikation skal selvfølgelig gerne tilføre brugerne en række fordele (til venstre i figur 4) – og ikke ulemper (til højre):

Figur 4: Idrættens virtuelle arenaer – pro og contra

Pro	Contra
Effektivisering: Lettere organisering og mindre administrativt timeforbrug for frivillige/selvorganiserede.	Manglende it-kundskaber: Frustrationer for den rutinerede it-bruger.
Udvidet fællesskab: Nye og gamle sociale bånd knyttes og forstærkes. Arenafællesskaber spiller sammen med idrætsfællesskaber i 'virkeligheden'.	Tvunget fællesskab: Man skal være bruger for at være med, og det forventes, at man deltager aktivt. Fællesskaberne i arenaen føles 'kunstige'.
Underholdning: Arenaen giver nye vinkler og oplevelser for den enkelte.	Tidsspilde: Brugeren føler, at han/hun bruger for meget tid på overflødige funktioner.
Motivation: Brugeren motiveres via (forpligtende) fællesskab, konkurrencer, statistik osv.	Irritation: Brugeren demotiveres ved konstant at skulle koble motion med den virtuelle arena.
Fascination: Brugeren fascineres af mulighederne med arenaerne.	Kedsomhed: Brugeren stiller konstant nye krav for at undgå at kede sig.
Overblik: Brugere (evt. med særlige rettigheder) får præcist overblik over specifikke grupper.	Overvågning: Brugere føler sig overvåget af andre brugere og af arenaen selv.
Nye træningsmakker(e): Brugeren kan finde ligesindede, som man kan træne og dele erfaringer med.	Ingen makker: Brugeren har svært ved at finde træningspartnere, fordi antallet af aktive brugere i arenaen ikke er stort nok (endnu).
Modernisering: Teknologien – her de virtuelle arenaer – udvikler og moderniserer idrætten.	Teknofobi: Teknologien ødelægger (glæden ved) den 'ægte' idræt.
Uafhængighed: Brugeren er ikke bundet til den enkelte arena og kan frit skifte til en anden.	Usikkerhed: Brugeren har ikke kontrol med, hvad arenaen foretager sig. Kan et idrætsfællesskab eksempelvis forsvinde, hvis arenaen forsvinder?

Tiden vil vise, om pro er stærkere end contra – især hvis arenaerne i løbet af den nærmeste fremtid skaber et betydeligt antal brugere, der gerne anvender mange af arenaernes funktioner.

Spørgsmålet er, hvilke af funktionerne brugerne rent faktisk anvender, og hvilke der er mere overflødige eller blot for feinschmeckere. Og præcis hvordan og hvornår anvender brugerne de forskellige funktioner? Det vil projektet 'Idrættens virtuelle arenaer' bl.a. dykke dybere ned i via kvalitative og kvantitative analyser.

En bruger vil med meget stor sandsynlighed ikke have otte forskellige logins og passwords, så selv om arenaerne har forskelligt fokus, vil de alene derfor være i konkurrence med hinanden. Samtidig er de i konkurrence med andre (sociale) medier som eksempelvis Facebook og Twitter om brugernes tid. Arenaerne burde imidlertid trods et begrænset volumen (indtil videre) have en fordel ved at være konstrueret specifikt til sport og motion. Læs mere om de enkelte arenaer i

bilag 1, der ligger på Idans hjemmeside⁷. Her uddyber de hver især, hvem de er, og her kan du også læse Idans portrætter af virksomhederne bag arenaerne.

Bidrag til projektet

Denne artikel skaber overblik over 'idrættens virtuelle arenaer'. Beskrivelsen af arenaerne er imidlertid blot den første i en række analyser af de nye sociale og kommunikative værktøjer målrettet idrætten.

Idan formidler løbende analyser, baggrundsartikler, nyheder, kommentarer m.m. på en særlig side på Idan.dk dedikeret til de virtuelle arenaer:

<http://www.idan.dk/Nyheder/809temavirtuellearenaer.aspx>

Hvis du har bidrag eller idéer til 'Idrættens virtuelle arenaer', er du meget velkommen til at kontakte Idan.

⁷ Bilag 1: **<http://www.idan.dk/Nyheder/829portraettervirtuellearenaer.aspx>**