

'Velon is (noodzakelijk) gepeuter in de marge'



Sport Voetbalmagazine - 03 Dec. 2014

Pagina 68

Met trots kondigden elf WorldTourteams, waaronder Lotto-Soudal en Etixx-Quick-Step, vorige week aan dat ze zich verenigen in Velon, een joint venture die, naast de klassieke sponsorgelden, extra inkomsten hoopt te genereren en zich in eerste instantie richt op technologische innovaties: fietscamera's, een app waarmee je de positie van je favoriete renner kunt volgen, conversaties met ploegleiders en gegevens van renners (wattages, snelheden...) real time in beeld brengen...

Wim Lagae, sportmarketeer aan de KU Leuven, deelt echter het grote enthousiasme niet. "Goed dat die teams zich op het digitale platform willen begeven, dat had zelfs al veel eerder moeten gebeuren. Anderzijds is het niet meer dan - weliswaar noodzakelijk - gepeuter in de marge. De échte problemen worden immers niet aangepakt: de nog steeds sluimerende dopingperceptie (Astana) en vooral het gebrek aan spankracht. Bijna alle vlakke ritten verlopen volgens hetzelfde scenario: vroege vlucht, controle peloton, massasprint. Zelfs klassiekers als Luik-Bastenaken-Luik ontploffen pas op de slothelling. De uren daarvoor zijn oersaai en met fietscameraatjes alleen zal je dat niet oplossen. Het product op z'ich moet je aantrekkelijker maken: met kortere ritten en kleinere teams zodat de wedstrijd minder gecontroleerd kan worden, met meer toppers in dezelfde koersen door een meer evenwichtige kalender en een duidelijker competitieformat. Dán pas zal je de zappende jongeren van vandaag lokken, want zij willen gebald spektakel zien. Niet toevallig was BMX op de Olympische Spelen van 2012 wereldwijd de best bekeken wielersportdiscipline.

"Het wegwielrennen daarentegen kampt met een tanende interesse. De kijkcijfers van de Tour daalden de jongste vijf jaar zelfs met twintig procent. Ook het WK op de weg werd opvallend minder bekeken. In ons koersgekke land miskijken we ons nog altijd op de populariteit van de wielersport. Zelfs voor een monument als de Ronde van Vlaanderen zitten wereldwijd slechts vijf à zeven miljoen fans voor de tv, voor een gemiddelde Tourrit acht à tien miljoen. Véeel minder dan de opgeblazen cijfers waarmee organisatoren en teams altijd uitpakken. Daarenboven heeft het wielrennen een vrij oud publiek dat sowieso al minder bezig is met digitale en sociale media. Laat staan dat zij daarvoor zullen betalen. Grote vetpotten zal Velon met die technologische snufjes en apps dus niet creëren, mede door de hoge opstartkosten. Het betaalmodel is trouwens nog heel vaag. Zonder een grote mediagroep wordt het heel moeilijk. Daarom hoop ik dat Sky in dit project investeert.

"Ook Tourorganisator ASO moet meewillen, maar die blokt als conservatieve monopolist alle vernieuwingen af. Wat ben je dan met fietscamera's in de Tour Down Under of de Ronde van Zwitserland als die niet te zien zijn in de alles dominerende Tour?"

"Hoe geloofwaardig ben je ook als maar elf van de zeventien WorldTourteams deel uitmaken van Velon? Zonder de Franse ploegen en ook zonder Movistar, Astana en Katjoesja, naast Team Sky en Etixx-Quick-Step toch de teams met de grootste budgetten - alsof Anderlecht en Club Brugge geen lid zouden zijn van de ProLeague..."

"Een lovenswaardig initiatief dus, maar een breuklijn in de popularisering van het wielrennen? In geen geval", besluit Lagae.

DOOR JONAS CRETEUR

Copyright © 2015 Roularta Media Group. Alle rechten voorbehouden