

Dossier: Belg geeft massaal veel geld uit tijdens Duivels-gekte



VRT © 2015

VR 09/10/2015 - 13:02 UPDATE: VR 09/10/2015 - 13:03

De Rode Duivels kunnen zich morgen met een zege tegen Andorra kwalificeren voor het EK 2016. Als dat gebeurt, komt de marketingmachine rond de nationale ploeg ook meteen weer op gang. Sporza onderzocht wat de economische impact is van het succes van de Duivels.

Waar is de tijd dat in België met gefronste wenkbrauwen gekeken werd naar de Oranje-gekte tijdens een groot voetbaltoernooi? In Nederland is onderzocht dat 100 miljoen euro gespenseerd wordt aan supportersartikelen tijdens een WK of EK.



De horeca verdient in de weken van zo'n toernooi 400 miljoen euro en supermarkten draaien elke wedstrijd van Oranje zo'n 10 miljoen euro extra omzet door de verkoop van drank en voedsel.

Hoe zit dat in België? "Openbaarheid van dat soort cijfers is in België niet evident. Het is zoals vragen naar het salaris van de Belg. Dat doe je niet of het wordt niet gezegd", zegt Jos Verschuere, directeur sportmanagement aan de VUB. Exacte cijfers zijn dus moeilijk te achterhalen, maar er zijn voldoende aanwijzingen.

"In Nederland gaan onderzoekers ervan uit dat **supermarkten** 10 miljoen euro extra omzet draaien per wedstrijd. Op wat dat cijfer gebaseerd is, weet ik niet", zegt Verschuere. "Maar als ik de denkoefening maak, zou dat bedrag hoger kunnen liggen. Stel dat elke Belg 1 euro extra uitgeeft, dan zit je snel aan 11 miljoen euro. En 1 euro lijkt me eerder weinig."

Die bedenking wordt ondersteund door de jaarcijfers van Carrefour, een officiële partner van de Rode Duivels. Officieel wil het bedrijf geen verkoopcijfers prijsgeven, maar als beursgenoteerd bedrijf zijn de kwartaalcijfers wel openbaar.

Tijdens het afgelopen WK steeg de verkoop van Carrefour in Europa met 1,9 %. In België was de groei nog een stuk groter: 3,8%. In het jaarcijfer rapport staat ook expliciet dat die cijfers onder meer te danken zijn aan de acties verbonden aan het WK voetbal.

Valt België zonder bier als de Rode Duivels het EK winnen?

Wie zich de taferelen in veel Belgische steden en dorpen herinnert tijdens het WK in Brazilië, zal niet verbaasd zijn dat ook de **horeca** gouden zaken doet tijdens een EK of WK.

"Pas na een WK of EK beseffen mensen dat ze hun bestedingsplafond overschreden hebben."

"De duizenden mensen die daar aanwezig zijn, geven veel meer uit dan de thuiskijker, die chips eet en bier drinkt", zegt Jos Verschueren. "Ik denk dat mensen op zulke momenten hun uitgaveplafond overschrijden en achteraf pas beseffen hoe goed ze geleefd hebben tijdens het EK of WK."

"Uit goede bron weten we dat als België op het WK nog één ronde verder geraakt was, voorbij Argentinië, dan zou ons land zonder Jupiler hebben gezeten. De productie zou dan niet hebben kunnen volgen. Al wil men dat bij Jupiler liever niet gezegd hebben." De woordvoerder van brouwerijgroep AB Inbev ontkent dat verhaal wel uitdrukkelijk. Exacte cijfers over de geproduceerde volumes en verkoopcijfers wil het bedrijf niet vrijgeven.

Belg geeft gemiddeld 12 euro uit aan supportersartikelen

Als de Rode Duivels morgen mathematische zekerheid hebben over EK-deelname zal de verkoop van supportersartikelen ook weer de lucht in schieten.

"Alle Belgen samen gaven 132 miljoen euro uit aan supportersartikelen. Eerder weinig in vergelijking met Rusland en Argentinië."

Volgens een berekening van bank en verzekeraar ING geeft de Belg gemiddeld 12 euro per persoon uit aan supportersartikelen. In totaal goed voor 132 miljoen euro. Een enorm bedrag, maar eerder weinig in vergelijking tot andere landen. Koplopers zijn de Argentijnen en Russen, die bereid zijn om 50 euro uit te geven.

Een mogelijke verklaring voor dat grote verschil is de vele gadgets die door bedrijven in België worden uitgedeeld. De bedrijven betalen dus een deel van de attributen van de fans. Een gemiddelde van 20 euro per persoon of 220 miljoen euro voor het ganse land, lijkt dicht bij de waarheid te liggen.

Enkele cijfers die Carrefour wel wil prijs geven over verkochte supportersartikelen, geven een idee van de omvang. De supermarkt verkocht 2 miljoen poppetjes van de Rode Duivels en liet in 2015, een jaar zonder groot toernooi, 108 miljoen spaarkaarten van voetballers drukken.

"Misschien geven de mensen niet méér geld uit, maar wel anders"

Sportmarketeer Wim Lagae van de KU Leuven maakt wel een belangrijke bedenking bij de economische impact van de Rode Duivels. "Elke euro kan je maar een keer uitgeven."

"Het kan dat mensen niet meer uitgeven, maar hun geld wel op een andere manier uitgeven. Zo kan het bijvoorbeeld dat mensen in de aanloop naar het EK de aankoop van een vaatwasmachine uitstellen en dat geld gebruiken om een nieuwe tv te kopen. Cafés worden dan misschien druk bezocht, maar restaurants en bioscopen veel minder."