

Koop eens een stukje wielploeg



De Morgen - 19 Sep. 2016
Pagina 14

De woordspeling ligt voor de hand: bij Lotto-Soudal rijden ze nu ook de aandelenkoers. Want de wielploeg van de Nationale Loterij geeft fans de kans om vanaf 50 euro een beetje eigenaar te worden. Niet iedereen gelooft in deze 'crowdfunding'. 'Maar wij denken dat we een groepsgevoel kunnen creëren', zegt de Loterij.

275.000 euro, minimaal: dat wil de Nationale Loterij verzamelen via Captains of Cycling. Dat is veel en tegelijk weinig geld. Want ze moeten daarvoor minstens 5.000 mensen vinden die elk 50 euro willen betalen voor een 'aandeel' in wielploeg Lotto-Soudal. Maar op een totaal ploegbudget van zo'n 15 miljoen euro, maakt het weinig verschil.

Crowdfunding is dus niét het juiste woord en Wim Lagae, sportmarketeer aan de KU Leuven, wijst er ook op dat dat in het wielrennen ook niet meteen garant staat voor succes. "Vacansoleil-DCM heeft het ooit geprobeerd en dat werd een flop. En toen Rabobank stopte heeft men het ook geprobeerd bij Team Blanco en later Belkin. Maar het kost te veel mensen en middelen om dat echt te doen slagen. Alleen Euskaltel kon het ooit. Maar waarvoor? 275.000 euro is 1,8 procent van het budget van zo'n ploeg. Volgens mij wil Lotto dit doen om een draagvlak te creëren, meer dan om geld binnen te halen."

Daar doet Kiki Vervloessem, woordvoester van de Nationale Loterij, niet geheimzinnig over. "Het is inderdaad niet de bedoeling om een financieel gat te vullen. Maar er bestaat al lang een discussie over het solo-eigenaarschap van de Loterij over de ploeg. Onlangs werd de vraag nog gesteld in de Franstalige pers. Dit project is een antwoord daarop."

Lionel Messi

Concreet zijn er vier mogelijkheden: je koopt een aandeel van 50 euro, vijf ter waarde van 250, twintig voor samen 1.000 euro of honderd aandelen voor 5.000 euro. Afhankelijk van waar je voor tekent, krijg je iets in return. Gaande van korting in de officiële ploegshop tot pakketten met kans op aanwezigheid in de Tour. Maar ook krijgt wie een aandeel koopt, een stem in de algemene vergadering. En alle intekenaars krijgen samen één vertegenwoordiger in de raad van bestuur. "Je wordt lid van de coöperatieve", zegt Vervloessem. "En dus kun je inderdaad invloed hebben op de toekomst van de ploeg."

Dat is natuurlijk relatief. En vanaf de zijlijn gaan mensen nu toekijken hoe dat loopt. Een wielploeg is geen voetbalteam. De tienduizenden socio's van Barcelona zijn voor Barça, ook als Lionel Messi daar verdwijnt. Als Tiesj Benoot bij Lotto-Soudal vertrekt, verhuizen zijn supporters mee. "Jezelf met een wielerteam identificeren is moeilijk", zegt Wim Lagae.

Ook Rik De Veirman, managing director van marketingbureau A New Agency World ziet dat zo. "Maar we zijn wel al jaren op zoek naar nieuwe businessmodellen voor het wielrennen", zegt hij. "Op dit moment ben je in het wielrennen voor inkomsten enkel afhankelijk van sponsors. Maar in het voetbal kun je aan een sponsor voor 5.000 euro een loge of boardingreclame bieden. In het wielrennen ben je daar niks mee. Misschien dat die aandelen voor zulke sponsors wél een idee zijn. Dus ik vind de denkoefening van de Loterij wel interessant. Alleen zal het me benieuwen in hoeverre de gewone wielerman erin zal meegaan. Gaat de consument die voor André Greipel is, Lotto-Soudal steunen. En stél nog dat ze 275.000 euro binnenhalen, wat betekent dat dan? Dat is het salaris van één goeie renner. Maar een verschil maakt het niet. Voor Lotto is het wel de kans om 5.000 contacten te krijgen van mensen waarvan ze weten dat ze in de koers geïnteresseerd zijn."

Volgens Kiki Vervloessem werd in april al een website gelanceerd waar geïnteresseerden zich konden melden. Die lokte zo'n vijfhonderd kandidaten. En nee, zegt ze nog eens, het gaat hem niet over geld binnenhalen. "Meer dan dat willen we een groepsgevoel creëren en we denken dat dat via die aandelen kan." Iemand: "Wellicht doen ze het om een draagvlak te creëren voor het geld dat ze al bijna 30 jaar in het wielrennen stoppen. Als ze 5.000 mensen vinden, dan rechtvaardigen ze bijna dat het al dat geld waard is."

Foto op de ploegbus

Patrick Lefevre, CEO van de Etixx-QuickStep-ploeg en dus concurrent van Lotto-Soudal, zal met veel interesse kijken wat er gebeurt. Hij gelooft wél dat ploegen fans hebben en in 2010 zat Lefevre aan iets als crowdfunding te denken. "Het idee was om aandeelhouders voor renners te zoeken en de namen van die mensen dan in de foto van die renner te verwerken op de ploegbus of de auto", zegt Lefevre. "We hebben een paar formules uitgedacht, voor verschillende bedragen. Maar uiteindelijk zijn we er niet aan begonnen. Het zou te veel inspanningen en te veel personeel vragen om dat goed rond te krijgen."

In ieder geval: de koers naar de aandelen is begonnen.

RIK VAN PUYMBROECK

Copyright © 2016 De Persgroep Publishing. Alle rechten voorbehouden