



* Het Nieuwsblad/Vlaamse Ardennen - Gentse Rand, Het Nieuwsblad/Oostende-Westhoek, Het Nieuwsblad/Antwerpen, Het Nieuwsblad/Brussel-Noordrand, Het Nieuwsblad/Kortrijk-Waregem-Menen, Het Nieuwsblad/Limburg, Het Nieuwsblad/Meetjesland - Leiestreek, Het Nieuwsblad/Pajottenland, Het Nieuwsblad/Mechelen-Lier, Het Nieuwsblad/Leuven-Hageland, Het Nieuwsblad/Roeselare-Tielt-Izegem, Het Nieuwsblad/Kempen, Het Nieuwsblad/Waasland, Het Nieuwsblad/Dender, Het Nieuwsblad/Aan Gent gebonden, Het Nieuwsblad/Brugge-Oostkust

De bokser versus de kooivechter. De kamp tussen Floyd Mayweather en Conor McGregor dit weekend is nu al de meest gehypte sportwedstrijd van het jaar. Sport? Neen, zeggen kenners, spannend zal het gevecht niet worden. Wel is The Money Fight een indrukwekkende geldmachine, slim op poten gezet door een uitgekende promocampagne. Of hoe een rondje (bek)vechten meer dan één miljard dollar in het laatje brengt.

Strooien met bankbiljetten, scheldtirades en genoeg blingbling om een klein land van eten te voorzien: anything goes wanneer je - alweer - de boksmatch van de eeuw promoot. Drie dagen voor hun gevecht, gepland voor zondagmorgen onze tijd, keken de Amerikaanse bokslgende Floyd Mayweather (40) en de Ierse kooivechter Conor McGregor (29) elkaar een laatste keer in de ogen op een alweer een druk bijgewoonde persconferentie. Die ontmoeting was spannender dan de kamp zelf zal verlopen, als we de kenners mogen geloven. Zij geven McGregor geen schijn van kans. Het zal hem worst wezen. Dit is geen sportevenement, wel een geldfabriek du jamais vu.

“Het gaat hier om de poen, niet om het boksen”, zegt de Belgische ex-bokskampioen Freddy De Kerpel. “McGregor wéét dat hij niet opgewassen is tegen Mayweather, die nog geen enkele van zijn 49 kampen heeft verloren. Een goeie bokser kweek je in acht jaar, niet in acht weken. Maar het commerciële succes van deze match vind ik fantastisch. Wat een briljant idee: boksen is al een miljoenenbusiness, maar als je daar MMA (mixed martial arts, nvdr.) bij haalt, zit je op een goudmijn. Mayweather en McGregor spelen dat spelletje fantastisch mee. Die McGregor heeft in zijn leven nog geen professionele boksmatch gevochten, maar voor dat geld zou ik me ook tegen de grond laten slaan.”

Gesponsorde badjas

Theater dus. Goed gespeeld toneel om zo veel mogelijk publiciteit te winnen. In juli trokken de twee kemphanen op een promotour met vier stops: Los Angeles, Toronto, New York en Londen. Daar klopten Mayweather en McGregor zichzelf op de borst, deelden ze om ter scherpst sneren uit en hengelden ze naar iedere cameraflits.

“Dat zie je vaker bij boksmatches, maar dit vond ik van een ander niveau”, zegt Wim Lagae, sporteconoom van de KU Leuven. “Een kunstmatige marketingstrategie, enkel en alleen om money, money, money in het laatje te brengen. Want dat soort opvoeringen levert extra kaartjes, gratis reclame en sponsordeals op. Het biermerk Corona bijvoorbeeld legde al 10 miljoen euro neer, alleen maar voor de vloersticker in de ring.”

Ook Mayweather springt slim om met sponsors. Om zijn outfit te mogen leveren, schoven enkele merken hem 21 miljoen euro toe: 1 miljoen voor zijn badjas, 3 miljoen voor een polsbandje, zelfs 2,5 miljoen voor het hoofdkussentje in zijn hoek. En dat is maar een knabbel van de 339 miljoen euro die hij in totaal kan opstrijken.

McGregors loonfiche wordt geschat op 107 miljoen euro. Door zijn tijdelijke transfer naar de bokswereld verdient de kooivechter een veelvoud van wat hij in het Ultimate Fighting Championship verdient. “MMA is enorm populair bij jongeren”, zegt De Kerpel. “Die maken nu kennis met boksen, bij het oudere publiek gebeurt het omgekeerde. Een win-winsituatie voor de bonden en wedstrijdorganisatoren. Zij pikken ook een dikke graankorrel mee.”

Boksen is business

Meer kijkers, dat betekent nog meer inkomsten. Wereldwijd kan de match enkel gevolgd worden via pay-per-view, waarbij je per uitzending betaalt. Bij ons kan dat via de website Eleven Sports, waar je 20 euro betaalt. In de States loopt dat op tot 85 euro. “Pay-per-view zit in de lift, zeker bij boksmatches”, legt Lagae uit. “Omdat de sporters zelf die contracten onderhandelen, krijgen zij een grote brok van de uitzendrechten. Verwacht wordt dat het vorige recordaantal kijkers - 4,5 miljoen voor Mayweather tegen Manny Pacquiao - verbroken wordt. Reken maar uit, als ze 5 miljoen kijkers halen. Die opbrengsten zijn de belangrijkste speler in de totaalsom. Dit gevecht kan gemakkelijk één miljard dollar ophalen.”

Niet toevallig wordt de kamp The Money Fight genoemd. Zondag om 5 uur Belgische tijd beginnen Mayweather en McGregor eraan. Locatie: de T-Mobile Arena in Las Vegas, de stad waar alles een prijs heeft. Een standaardzitje kost bijna 2.000 euro. Zelfs voor de slechtste plekjes in de zaal - half verscholen achter een pijler - vragen ticketverdelers een goeie 1.500 euro. Wie op de eerste rij met z'n neus op de actie wil zitten, legt 80.000 euro neer. Staan al op de gastenlijst: Angelina Jolie, Beyoncé en Jay-Z, P. Diddy, Mark Wahlberg en Justin Bieber. Die laatste krijgt naar verluidt zelfs een kamer aangeboden in de MGM Grand, die Mayweather volledig voor zichzelf en zijn Money Team heeft afgehuurd. Iedereen die van tel is, wil erbij zijn.

Want ze zijn het waard

“Dure kaartjes? Ja”, zegt De Kerpel. “Maar niet té duur. Boksen is business, hé, dat is vraag en aanbod. Als mensen bereid zijn zulke bedragen te betalen, dan verdienen die kerels dat. En het blijven topsporters. Ook al zijn ze niet tegen elkaar opgewassen, het wordt een spektakel. Dat ze hun bekendheid en ego gebruiken om hun zakken nog wat meer te vullen, is niet meer dan normaal. Of ik ga

kijken? Neen, de match start te laat en de winnaar kan me gestolen worden. Enkel het extrasportieve telt: dit is de beste reclame die de bokswereld zich kon dromen.”

Dennis Van Goethem

Copyright © 2017 Corelio. Alle rechten voorbehouden