



*Een tweet van Cristiano Ronaldo is vaak meer waard dan een goal van de Portugese superster. Dat berekende het onlineplatform Hookit. Dat schat de commerciële waarde voor zijn talrijke sponsors op 1,3 miljoen euro per post op de sociale media. En dat terwijl 'CR7' vorig jaar een salaris van 46 miljoen euro opstreek bij Real Madrid, omgerekend 'amper' 1,1 miljoen euro per gemaakt doelpunt. "Lionel Messi is alleen een icoon op het veld, Ronaldo is dat ook ernaast", zegt Tomas Van Den Spiegel, co-eigenaar van Sporthouse Group.*

Het onlineplatform Hookit is gespecialiseerd in het schatten van sponsorships op sociale media. Het berekende dat tussen juni 2016 en juni 2017 een post op de sociale media van Cristiano Ronaldo de waarde had van 1,3 miljoen euro. Concreet: als u met uw bedrijf een post wil plaatsen die een even groot bereik heeft als eentje van CR7, telt u daar dus al snel een dik miljoen voor neer.

Wie daar de cijfers van Forbes naast legt, komt tot een opvallende vaststelling. Het zakentijdschrift berekende dat Ronaldo in diezelfde periode bij Real Madrid een salaris van 46 miljoen euro opstreek. In die twaalf maanden scoorde de Portugees 42 keer, wat neerkomt op 1,1 miljoen euro per goal. De waarde van één doelpunt ligt dus 200.000 euro lager dan die van een van zijn posts op sociale media.

Weinigen gegeven

"Zowel online als offline is Ronaldo enorm veel waard", zegt Tomas Van Den Spiegel, co-eigenaar van Sporthouse Group. Dat bedrijf beheert de activiteiten op sociale media van heel wat professionele sporters. "Het is zeldzaam dat een individu een ploeg overstijgt op het vlak van sponsorwaarde. Lionel Messi van Barcelona is bijvoorbeeld alleen een icoon op het veld, Ronaldo is dat ook naast het veld. Dat is wat hem zo waardevol maakt voor de sponsors."

Wim Lagae, sporteconoom aan de KU Leuven, treedt Van Den Spiegel bij. "Ronaldo is bijzonder goed op het veld, maar buiten het veld is hij nog beter. Het is echt fenomenaal hoe al die sponsors binnenhaalt. Dat is aan weinigen besteed. Slechts een tiental sporters in deze wereld kunnen dat." Die sponsors worden uiteraard gretig in het uitstalraam gezet. Zo promoot Ronaldo op Twitter, Instagram en Facebook maar al te graag de producten van pakweg voedingsproducent Herbalife of bagageproducent American Tourister.

De Portugese superster mag in 2017 dan wel 25 miljoen euro uit allerhande sponsordeals gehaald hebben - gaande van entertainmentbedrijven tot shampooproducenten -, Lagae denkt niet dat die inkomsten zijn salaris ooit zullen overstijgen. "Door zijn deal met Nike kan hij bijvoorbeeld geen tweede grote sportmerk inlijven. Volgens mij is hij dus al maximaal gesponsord, maar vergis je niet: hoewel hij al wat ouder wordt (Ronaldo is 33, nvdv.), is hij dat geld waard." Dat vindt ook Van Den Spiegel: "Sociale media blijven nog steeds aan populariteit winnen, hé."

Sport boven social

Toch stellen beide heren zich wel vragen over de exacte waarde van een post op sociale media. "Niet elke tweet of elke post van Ronaldo op sociale media is even waardevol", vindt Van Den Spiegel. "Bij dat bedrag van 1,3 miljoen euro kan je dus ook vraagtekens plaatsen. Je kan eigenlijk moeilijk stellen dat een doelpunt van hem minder waard is dan een tweet. Want zonder zijn uitzonderlijke sportieve prestaties, zouden zijn tweets zelfs helemaal niets waard zijn."

Valerie VAN AVERMAET

Copyright © 2018 Concentra. Alle rechten voorbehouden