

# Hoe sterk is de eenzame wielersponsor?



De Standaard/Economie - 22 Sep. 2018  
Pagina 14

*Terwijl de vetpotten in de Champions League elk jaar groter worden, lijkt de geldstroom naar het wielrennen steeds verder op te drogen. Zelfs een topper als Patrick Lefevere van Quick-Step moet, kromgebogen tegen de wind, de komende weken nog trekken en sleuren om het budget rond te krijgen.*

Nico Tanghe

Brussel68 zeges in één wielersportjaar en toch te weinig sponsorgeld. Zoals zo vaak al rond deze tijd trok manager Patrick Lefevere van Quick-Step de voorbije weken publiek aan de alarmbel. En zoals altijd levert dat in de gespecialiseerde media en sportkranten titels op die overlopen van verbazing. De stelling van Lefevere is inmiddels bekend. In 'een wereld zonder geld' moet hij telkens weer op zoek naar miljoenen euro's. En dat blijkt elke keer moeilijker.

Gezocht: 4 of 5 miljoen

Om het voortbestaan van zijn wielploeg aan de top te garanderen heeft Lefevere vandaag nog altijd 4 of 5 miljoen euro nodig. Waarom? Hoofdsponsor Quick-Step heeft na 20 jaar beslist een stap terug te zetten. Het bekende merk van laminaatvloeren blijft hoogstens als tweede sponsor. En dus moet de succesvolste ploegleider van het moment alweer met de schaal rondgaan.

'De zoektocht naar een nieuwe hoofdsponsor gaat onverminderd voort', zucht hij aan de telefoon. 'Er zijn meerdere pistes, maar ik wacht momenteel op de beslissing van de marketingafdelingen van de betrokken bedrijven. Wanneer mijn deadline is? Eergisteren.'

De voornaamste verklaring voor die continue zoektocht naar vers geld moet gezocht worden bij het amateuristische zakenmodel van de wielersport. Luc Versele, voorzitter van Crelan (het vroegere Landbouwkrediet, red.) en al sinds 2008 actief als sponsor in het profwielrennen, kan daarover meespreken. 'Het probleem? Je kan als wielploeg geen langlopende franchise kopen, zoals in andere sporten. Ploegen krijgen meestal maar licenties voor twee of drie jaar. Renners krijgen contracten van één of twee jaar.'

Bovendien zijn de inkomsten in het voetbal in hoge mate afhankelijk van één inkomstenbron: sponsorgelden. Je kunt als professionele wielploeg niet meesnoepen van lucratieve tv-contracten of hoge transferbedragen incasseren, zoals dat wel kan in het voetbal. Daar is de inkomstenstroom breder en dus veel groter.

De cijfers spreken boekdelen. 'In Engeland krijgt zelfs de laatste van de competitie elk jaar 120 miljoen tv-geld. Wij krijgen als topploeg in het wielrennen elk jaar welgeteld 48.000 euro', maakt Lefevere de vergelijking pijnlijk concreet. Het enige wat je in het voetbal niet krijgt, is startgeld. Maar ook dat gaat volgens Lefevere om peanuts. 'Op een jaarbudget van 20 miljoen euro krijg ik met Quick-Step ongeveer 800.000 euro startgeld en dan ben ik met mijn ploeg nog een grootverdiener.'

Het gevolg daarvan is dat zelfs de topploegen in het wielrennen extreem afhankelijk blijven van kortlopende sponsorcontracten. En die lijken steeds moeilijker te vinden. Ploegen die failliet gaan en verdwijnen, zijn daardoor een terugkerend verhaal in de wielersport. De voorbije jaren sneuvelden topteam als IAM Cycling, Tinkoff, Vacansoleil, Euskaltel en het Amerikaanse HTC-Columbia door financiële moeilijkheden.

Al betekent dat niet dat er geen geld circuleert in het wielrennen. Na 2008 zijn de budgetten van de grote wielerteams verdubbeld, berekende de Leuvense sporteconoom Wim Lagae samen met zijn collega Daam Van Reeth twee jaar geleden in een KU Leuvenstudie.

Dat lijkt paradoxaal. Ondanks enkele sterke marketingtroeven - laagdrempelig, voor televisie makkelijk te programmeren in de daluren, veel potentieel voor stads- en regiomarketing - zapt de sportconsument steeds vaker weg van het wielrennen. Maar dat weerhield grote sponsors er niet van geld in de sport te pompen, gaande van Sky en de Tsjech Zdenek Bakala (de mecenas van Lefevere, red.) tot ploegen uit het Midden-Oosten gefinancierd met overheidsgeld.

Het kernprobleem, zo stelt de Leuvense studie, is dat de wielersport daardoor almaar afhankelijker wordt van steenrijke mecenasen en oligarchen, die de gewone sponsors steeds meer uit de markt duwen. De lonen in het topwielrennen liggen voor hen veel te hoog in verhouding tot de commerciële impact van de sport. Waardoor de wielersport wordt scheefgetrokken.

'De instapbedragen stijgen elk jaar, zeker aan de top van de piramide bij de ProTour-ploegen en net daaronder', getuigt Versele. 'Dat kan niet elk bedrijf zomaar ophoesten.' Alleen voor continentale wielploegen op een lager niveau is een marktconforme investering nog haalbaar. 'Maar alleen als je er de centen kan uithalen, hé', waarschuwt Versele.

Crelan doet dat vooral door het plaatselijk organiseren van evenementen in zijn netwerk van bankkantoren. Iets wat volgens Versele vooral goed werkt in het veldrijden, waar de coöperatieve bank als sponsor actief is sinds 2000 en met Sven Nys (en nadien Wout van Aert) absolute hoogdagen beleefde. De stap naar het wegwielrennen kwam pas later.

Sven Vanmeirhaeghe, commercieel verantwoordelijke bij Veranda's Willems, zit op dezelfde lijn. 'De sleutelvraag voor ons wordt meer en meer: voor welke bedragen is zo'n investering als sponsor nog te verantwoorden? Een renner in een ploeg als de onze is niet meer tevreden met een loon van 30.000 euro per jaar. Hij wil minstens 40.000 euro. En als hij begint te presteren 80.000 euro.'

Overleven zonder topper

Crelan en Veranda's Willems zijn beide sponsor van Sniper Cycling, de wegploeg van Wout van Aert. Of beter, de ex-ploeg van Van Aert. Omdat eind dit jaar het contract met hoofdsponsor Veranda's Willems afloopt, bleek een fusie met de Nederlandse continentale ploeg Roompot de enige optie om financieel te overleven. Maar dat was buiten Van Aert gerekend. Hij ontbond deze week 'om dringende redenen' eenzijdig zijn contract.

Een forse streep door de plannen van Crelan. Topman Versele koppelde zijn engagement als sponsor openlijk aan een verlengd verblijf van Van Aert, het uithangbord van de ploeg. 'Of wij doorgaan als sponsor in het wegwielrennen? Zonder absolute topper in de ploeg lijkt me dat moeilijk en gaan we zien of we ons geld niet beter elders kunnen investeren', dreigde Versele begin deze week.

Of het zover komt, hangt wellicht af van de uitspraak van de arbeidsrechtbank. Een voorzichtige Versele houdt desgevraagd alvast nog een slag om de arm. 'We zijn uiteraard ontgoocheld. We gaan nu de komende dagen met de andere sponsors de zaak bespreken. Daarna gaan we de tijd nemen om te bekijken of we nog verder gaan als sponsor.' Bij Veranda's Willems, eveneens al tien jaar actief als wielersponsor, klinken gelijkaardige twijfels. 'Bij Sniper Cycling stopt het. Er is te veel gebeurd. Er liggen wel nog vier of vijf opportuniteiten op tafel om elders sponsor te worden, die we nu overwegen.'

#### Nieuwe Ecclestone

De enige oplossing om het wielrennen leefbaar te houden, is een grondige modernisering van de sport. Maar dat is makkelijker gezegd dan gedaan. Want het wielrennen staat allesbehalve open voor nieuwe zakenmodellen. Het is een vastgeroeste traditiesport, historisch versnipperd en met een groot managementdeficit.

Aan ideeën is er nochtans geen gebrek. Het rapport van Lagae stelt onder meer een drastische kalenderhervorming voor en het invoeren van nieuwe formats, zoals kortere wedstrijden met kleinere teams. En ook de Tsjech Bakala en Wouter Vandenhaute lanceerden in het verleden verdienstelijke voorstellen om de wielersport te moderniseren.

Maar telkens botste dat op een 'non' van ASO, de Franse Tour-organisator, die als een ware monopolist twee derde van de wielersport blijft beheersen. 'Eigenlijk zouden de wielerploegen moeten kunnen meeprofiteren van de tv-contracten, zodat hun commercieel zakenmodel stabiel wordt. Maar dat soort inkomsten wordt al jaren koppig afgeschermd door één organisatie (ASO, red.), die alles blijft leegmelken', ziet Versele daar het grootste probleem. Lefevere beaamt dat. 'Het wordt elk jaar erger. Ze kopen alle andere wielersportorganisaties op.'

Geen wonder dat Lefevere al enkele jaren roept dat het wielrennen een charismatische figuur als gewezen Formule 1-baas Bernie Ecclestone nodig heeft. Iemand die iedereen in de sport verenigt en daardoor het zakenmodel van het wielrennen grondig kan moderniseren. Gegadigden kunnen zich vanaf morgen melden.

#### Nico Tanghe

Copyright © 2018 Mediahuis. Alle rechten voorbehouden