

# Wielrennen is koopje voor sponsors in tanende kijksport



De Tijd - 10 Okt. 2018  
Pagina 4

*De West-Vlaamse ramenmultinational Deceuninck stapt in het internationale wielrennen om zichzelf in de vier windstreken te promoten. Maar er zijn valkuilen.*

De succesvolle wielbrigade van manager Patrick Lefevere heet vanaf volgend seizoen Deceuninck-QuickStep. Lefevere moest op zoek naar een nieuwe sponsor nadat de Tsjechische miljardair en geldschietster Zdenek Bakala de geldkraan had dichtgedraaid. Hij zag het niet meer zitten om boven op het vaste bedrag op te blijven draaien voor de verdoken kosten die een professioneel wielerteam met zich meebrengt. Een hoofdsponsor is contractueel verplicht om eventuele tekorten, bijvoorbeeld omdat een groot aantal bonussen aan de renners moet worden betaald, aan te vullen. Bakala blijft met 70 procent van de aandelen wel eigenaar van het bedrijf achter het team, een kmo met 23 profrenners en een 50-tal werknemers. Hij beslist over een eventuele verkoop.

Quick-Step is met een budget van naar verluidt 18 miljoen euro - bijna drie keer minder dan het grootste team Sky - een powerhouse van het internationale wielrennen. QuickStep won dit jaar 70 wedstrijden, waarvan de helft in de WorldTour, de champions league van het wielrennen. Het nummer twee op de zegelijst van de 18 World Tour-teams is Sky (41). Daarvan zijn er 19 op World Tour-niveau. Sky won wel de Tour, dat de rest van het circuit overschaduwde. Quick-Step is zo goed dat het als enige team ook onder een andere naam dan die van de sponsor bekendstaat. De Wolvenroedel - onlangs nog wereldkampioen ploegentijdrit op de weg - wordt door het team gebruikt voor marketing.

Met het afhaken van Bakala pakten zich donderwolven samen boven de succesploeg. Anders dan bij voetbalclubs puren wielploegen amper geld uit tv-rechten of commerciële activiteiten, waardoor ze financieel wankel zijn. Het afhaken van één sponsor kan teams doen omvallen, zoals dit jaar met het BMC van de overleden geldschietster Andy Rihs gebeurde. Daartegenover staat dat de kloof tussen de lonen van veelwinnende wereldtoppers, sporadische winnaars en pure knechten stijgt. Tientallen toppers kunnen lonen tot 2 à 3 miljoen euro vragen, terwijl naast hen jongens voor 1.500 euro per maand fietsen.

Door het verlies van de Tsjechische centen zag het er naar uit dat Lefevere zijn beste renners niet meer kon betalen en in het budget moest knippen. Door de financiële twijfel moest hij met spijt in het hart Niki Terpstra laten gaan, omdat die te veel vroeg. Ook het klimtalent Laurens De Plus vertrok. Er is onzekerheid over het jonge sprintwonder Fernando Gaviria en over het supertalent Enric Mas die het hof worden gemaakt door rijkere teams.

Lefevere vond zijn nieuwe sponsor om de hoek. De West-Vlaamse ramenmultinational Deceuninck uit Hooglede tekende een sponsorcontract voor drie seizoenen met Lefevere, die hoofdkwartier houdt in Wevelgem. Deceuninck keert na eerdere sponsoravonturen langs de internationale poort terug. Het bedrijf stelt dat het zijn naambekendheid in het buitenland wil versterken. Deceuninck boekt 92 procent van zijn omzet in het buitenland.

'Wielrennen is geen mondiale sport, maar in veel landen populair', stelt Wim Lagae, sporteconoom aan de KU Leuven. Bovendien is sponsoring in de kmo wielrennen een koopje in vergelijking met die in de multinational voetbal. Met een budget van enkele miljoenen - peanuts voor Deceuninck - krijgt het bedrijf bakken reclame via media en tv. Want teamnaam is bedrijfsnaam in het wielrennen, een extra troef tegenover het voetbal. 'Ook voor Deceuninck, dat vooral aan andere bedrijven verkoopt, is het belangrijk dat een belletje rinkelt als je de naam hoort', aldus Lagae.

Maar er zijn ook valkuilen. Het wielrennen is een commercieel drama dat vastzit in een verlamdende machtsstrijd tussen rivaliserende clans. Dat vertaalt zich in een afkalvende status. Het wielrennen was nooit een grote wereldsport, maar wereldwijd zakken de kijkcijfers. Bovendien vergrijsst het tv-publiek, want jongeren kijken niet. Het wielrennen staat ook nergens in commercialisering via de sociale media. Deceuninck koppelt zijn wagon dan ook een beetje aan een gammele boemeltrein. Buiten Vlaanderen kan het rendement wel eens tegenvallen.

## DRIES BERVOET EN JENS CARDINAELS

Copyright © 2018 Mediafin. Alle rechten voorbehouden