

Antwerpen, Limburg, Oost-Vlaanderen, Vlaams-Brabant/Brussel, West-Vlaanderen

Van Lance-strong over Live-strong tot Lie-strong

Het Usada-rapport over Lance Armstrong is als een splinterbom terechtgekomen. Niet alleen op de directe betrokkenen, ook op het wielrennen als sport en - niet te vergeten, aldus Wim Lagae en Daam Van Reeth - als business. Getuige de beslissing van Nike gisteren.



Op 3 februari 2012 heeft het triumviraat Lance Armstrong-Johan Bruyneel-Michele Ferrari ongetwijfeld een voortreffelijke fles wijn gekraakt. Openbaar aanklager Jeff Novitzky van de Amerikaanse Food and Drug Administration kondigde toen aan dat het strafrechtelijk onderzoek naar financiële en andere malversaties in het US Postal wielerteam werd stopgezet. Het leek Armstrongs grote gelijk te bevestigen dat Floyd Landis en Tyler Hamilton hem alleen maar uit frustratie van dopinggebruik beschuldigd hadden.

Maar Usada, het Amerikaanse antidopingagentschap, bleef zich in de zaak-Armstrong vastbijten. Dit resulteerde in een indrukwekkend onderzoeks dossier. Usada-LA leest als een maffiathriller, waarin bedriegen de kortste weg is naar geld en roem.

Wat zijn de economische gevolgen?

Wie wil nog sponsoren?

De imagoschade is gigantisch. Het beeld van wielrennen als dé dopingsport wordt opnieuw bevestigd. De enorme vooruitgang in de dopingjacht de afgelopen jaren, dankzij biologisch paspoort, whereabouts enno needle policy, wordt tenietgedaan. De vele bonafide wielrenners die al jaren gebroodroofd werden door geprepareerde collega's, krijgen er voor jaren weer een onterecht junk-imago bovenop. De reconstructie leert trouwens dat dokter Ferrari alleen interesse had voor een mooi procent op het jaarloon van grootverdieners. Zo ontving hij alleen al van Armstrong meer dan 1 miljoen dollar aan 'erelonen'. Gemiddelde en kleinverdieners (het merendeel van het wielerpeloton dus) daarentegen blijken gewoon geen toegang te hebben tot het concurrentieel voordeel van de gesofisticeerde dopingtechnologie.

Voor een sector die nagenoeg volledig afhankelijk is van sponsorende merken - die naambekendheid en/of een imago transfer zoeken - kan dit georganiseerde bedrog tellen. De topteams moeten al jaren miljoenen dichtfietsen via mecenaat. Welke marketingdirecteur zal zich nu nog met topwielrennen willen associëren? Zal RadioShack niet vlug de exit zoeken uit deze sponsornachtmerrie?

Money, honey

Een regen aan economische claims komt eraan. Verzekeringsmaatschappij SCA Promotions en de Britse krant The Sunday Times, die destijds processen verloren van Armstrong omdat hij 'onterecht' van dopinggebruik werd beschuldigd, overwegen juridische stappen. Deze terugvorderingen, ook van prijzengeld, zouden al minstens 10 miljoen euro bedragen.

Ook van andere gedupeerden, zoals gokkantoren, worden claims verwacht. Grijpt de openbare aanklager van de Food and Drug Administration het dossier straks aan om alsnog te bewijzen dat met de sponsoring van US Postal onrechtmatig gebruik gemaakt is van overheidsgeld? Belangrijk kunnen ook de gevolgen zijn van nieuwe rechtszaken tegen Armstrong vanwege meineden die hij heeft afgelegd.

Voor Nike en Livestrong, het uithangbord van de Lance Armstrong Foundation, zullen de gevolgen enorm zijn. De Foundation verzamelde in 15 jaar tijd ruim 400 miljoen dollar aan fondsen, waardoor ze veel impact heeft in de kankerbestrijding. De vraag rijst of Livestrong ook een instrument was in Armstrongs perfide pr-strategie. Het imagooverlies voor Livestrong is nu al immens.

Ook de marketeers van Nike zitten met de handen in het haar. Eind 1996 lanceerde Nike de wielrij '10//2', refererend aan 2 oktober 1996, de dag waarop Armstrong te horen kreeg dat hij kanker had. Het marketingverhaal wil dat die dag 'zijn leven veranderd heeft'. Van elk verkocht item 10//2 gaat 1 dollar naar Livestrong. Onmiddellijk na Usada-LA kondigde Nike verrassend aan dat het partnership met Armstrong bleef doorgaan. Geconfronteerd met de omvang van de bewijslast werd het contract gisteren toch stopgezet. Nike voelt zich meer dan een decennium bedrogen door Armstrong. De vele assertieve reclamefilmmpjes blijken een en al Lie strong. Hoe ver kan je gaan in het belazeren van sponsors? Om kankerpatiënten te blijven verenigen en inspireren, blijft Nike wel Livestrong steunen.

Wie redt het wielrennen?

Een onafhankelijke waarheidscommissie kan het wielrennen redden. Die moet de rol van teammanagers, wielersartsen én UCI na Festina 1998 heel grondig onderzoeken. Topteams verwierven immers pas een UCI-licentie na de ethische screening van hun antidopingbeleid. Was dit dan vooral lippendienst om de sponsors te paaien? Het zou de dopingstrijd enorm vooruithelpen mochten bonafide teammanagers en -artsen rechtstaan en hun collega's die de boel belazer(d)en, in kaart brengen.

Alleen zo kan de ontmaskering van twee decennia leugens op termijn een loutering teweegbrengen.