



► Column Wim Lagae ◀

# SPONSORBOOGSTUTTER



*Is any publicity good publicity?* Het antwoord zal nee geweest zijn bij het Japanse fietsonderdelenmerk Shimano. Tijdens de Ronde van Vlaanderen was het drieste optreden van twee neutrale Shimanowagens hét gespreksonderwerp. Shimano is sinds jaar en dag in veel wielervedstrijden prominent aanwezig met neutrale wagens, die renners met pech depanneren indien hun ploegauto niet in de buurt is. Eerst maaide een Shimanowagen de Nieuw-Zeelandse Trekrenner Jesse Sergent onderuit in de kopgroep, een uur later reed een Shimanocollega in op de ploegauto van FDJ, waardoor Sébastien Chavanel ten val kwam. Op sociale media waarde onmiddellijk een nieuw verkeersbordje met 'Warning: Shimano' rond. Ander gespreksonderwerp tijdens de lange en voor-spelbare eerste koersuren was het net niet inzakken

van de sponsorboog van Topsport Vlaanderen. Drie dagen later, tijdens de finale van de Scheldeprijs, begaf de sponsorboog van KBC het ook al bijna. Een twaalftal scouts uit het Antwerpse redde het gezicht van de Scheldeprijs, want opnieuw zou de schade niet te overzien geweest zijn. Het kopgroepje en het peloton raakten nipt onder de sponsorboog van bankverzekeraar (!) KBC door. Op elkaars schouders hielden de scouts, die in de buurt van hun lokaal hun jaarlijks feestje hielden, de boog overeind. De inzakkende sponsorbogen zijn geen *accident de parcours*, want vier weken eerder begaf de aankomstboog het eerst wel en uiteindelijk gelukkig nipt niet (enkele seconden voor de aankomst van een sprintend peloton van meer dan honderd renners kreeg men de elektriciteit weer aan de praat) aan het eind van de

Omloop van het Waasland voor profrenners en bijna-profrenners in de Belgisch-Nederlandse grensgemeente Stekene. Dit voorval ten gevolge van een elektriciteitspanne kreeg nauwelijks weerklank, want zelfs in Vlaanderen krijgt het wegwielrennen aan de basis weinig *exposure* en moet het harken om de eindjes aan elkaar te knopen.

Na de incidenten in de Ronde van Vlaanderen en de Scheldeprijs besliste organisator Flanders Classics om een week later tijdens de Brabantse Pijl alle sponsorbogen te weren en te vervangen door banners langs de kant van de weg. Als compromis zou nog wel de laatste kilometer aangeduid worden door een sponsorboog. Bij die opblaasbare boog werden nu ook voldoende mensen geplaatst om het zaakje constant in de gaten te houden. Enkele dagen later nog meer commotie in en rond het peloton. Zowel tijdens de Ronde van Vlaanderen voor beloften als tijdens Parijs-Roubaix één dag later glipten renners enkele seconden voor de aanstormende (snel)trein door de neergelaten slagbomen. Het leek wel Russische roulette voor gevorderden. Als antwoord op dit probleem willen Vlaamse organisatoren federale politie posteren aan

overwegen om de renners uit hun koersroes te halen en te dwingen te stoppen. Zonder politie, maar ook signaalgevers, *délégués*, motards en andere bestuurders van wagens en bussen kan men de koers vergeten. Nu komen de sponsorboogstutters ten wielertonele. Door de wegeninfrastructuur op maat van Koning Auto kreunen wielersorganisatoren in de Lage Landen onder de sociaaleconomische misère. Uitgaven swingen de pan uit, want rotondes en bloembakken moeten gedemonteerd en start- en aankomstzones anders ingericht. Daarenboven is er het toenemende *not in my backyard*-protest van lokale winkels, ondernemingen en omwonenden. Het wielrennen dankt zijn mythisch karakter ook aan het feit dat de koers zich op uiteenlopende parcoursen van stad tot stad afspeelt. Paradoxaal genoeg dreigt die wegeninfrastructuur het wegwielrennen te zullen sandwichen. Illustreren de inzakkende sponsorbogen niet treffend hoe de complexe organisatie van een verkeersvrije openbare weg juist ademruimte en zuurstof wegzuigt uit wielersorganisaties?

*Prof. Wim Lagae is sportmarketeer aan de KU Leuven.*