

Hoe de koers sponsors verliest aan de cross



Onze openbare omroep moet besparen, ook op sport. Hierbij één zekerheid: het veldrijden zal ontsnappen. De VRT bezit met een twintigtal rechtstreekse veldrituitzendingen het leeuwendeel van de uitzendrechten. Zowel de kampioenschappen, de Wereldbekerwedstrijden, de Bpost Bank veldritten als een paar Soudal Classics zitten in haar portfolio. Concurrent en commerciële zender VIER zendt de veldritten van de Hans Grohe Superprestige uit, als ook een paar Soudal Classics. VIER kijkt niet op een euro, want investeert in de peperdure captatie van de avondveldritten (meerkost: telkens 150.000 euro) van Mol en Diegem.

Terwijl de jongste decennia het veldritaanbod op tv toenam, stegen met de kijkcijfers ook de toeschouwersaantallen. Hierdoor is veldrijden uitgegroeid tot een aantrekkelijk communicatieplatform voor sponsors. We tellen diverse professioneel georganiseerde veldritteams. Een pionier in de professionalisering van veldritsponsoring was verzekeraar Fidea, die vandaag nog meedraait als cosponsor van Telenet. Binnen

Crelan zijn ze razend enthousiast over hun uithangbord Sven Nys, waarvoor ze met plezier een team van meer dan twintig wegrenners dumpten. De bank BKCP en de gereedschapsproducent Powerplus zijn de naamsponsors van het team rond Mathieu Van der Poel. Sunweb vakanties en Napoleon Games sponsoren een ploeg met Kevin Pauwels als kopman. In dit gebetonneerde landschap van de teams heeft het team rond coming man Wout Van Aert met sponsors Vastgoedservice en Golden Palace nog een plaats weten te veroveren. Een eervolle vermelding tot slot gaat naar Corendon-KwadrO, dat – niet onbelangrijk! – wat buitenlands pigment aan de cross toevoegt en met de broers Sweeck ook inzet op beloftevolle jongeren.

Ook organisatoren drummen om een plaatsje. Op de gebetonneerde veldritkalender vond de A-cross van Kruikebeke – een van de weinige niet-televisiecrossen – nog een gaatje. Met een verbazend gemak sloegen ze sponsors aan de haak, haalden ze makkelijk 9.000 betalende toeschouwers en brachten ze alle vippakketten vlot aan de man. Dit in schril contrast met de Omloop van de Vlaamse Scheldeboorden, een 1.1-wegwedstrijd met aankomst in Kruikebeke, die jaren heeft geknokt om een budget van 100.000 euro rond te krijgen en vandaag niet meer bestaat. Ook daar kan je niet om heen: de kalender van het wegwielrennen aan de basis neemt voortdurend af, die van de cross zit eivol. Het wordt in het veldrijden echter meer en meer een delicate evenwichtsoefening om alle sponsors te bedienen. Bpost Bank zet in op naamsponsoring van de gelijknamige trofee en innovaties als bonificaties en een tijdsklassement. De vorige title sponsor, Gazet van Antwerpen,

is nu presenting partner. We tellen ook 11 main partners. Last but not least hebben we nog lokale sponsors én een vleugje citymarketing met de organiserende steden. Extra bochten en gepersonaliseerde hindernissen worden in het parcours ingelast om de zichtbaarheid van het sponsorelton te optimaliseren. De interviews met de protagonisten, keurig opgefrist in een kraaknet teampak, vinden steevast plaats tegen de achtergrond van een drukke sponsor wall. Welkom in het postmoderne sportmarketinglandschap! Het wegwielrennen aan de basis kan helaas niet het sterke economische model van de cross voorleggen. Een sponsor in het veldrijden heeft de garantie op één uur prominente exposure op nationale televisie. In het wegwielrennen is dat veel complexer, ook door de problematiek van het organiseren van sport op de openbare weg. En dus ziet de onderlaag van het wegwielrennen Vlaamse sponsors kiezen voor het veldrijden. Naamsponsoring van een topteam in het veldrijden wordt geraamd tussen de 400.000 en 800.000 euro. Voor dit bedrag ben je slechts vierde sponsor en vijfde wiel aan de wagen van een topteam op de weg. Telenet bijvoorbeeld was in 2013 in het wegwielrennen vierde sponsor bij het Lotto Belisol team, maar ging hier niet mee verder omdat het meer naamsbekendheid en impact haalde met kleinschalige promo-acties als naamsponsor van hun veldritteam. En zo verliest het wegwielrennen potentiële sponsors aan de cross. ■

Prof. Wim Lagae is sportmarketeer aan KU Leuven (Campus Antwerpen en Faculteit Bewegings- en Revalidatiewetenschappen) en gastdocent UGent