

DE TIJD

13:23 - 22 november 2012

Rabobank wierp een heilzame, donkere schaduw over het wielrennen

Sinds Rabobank een maand geleden aankondigde te stoppen met wielersponsoring, wordt het sportief wielernieuws weggedrumd door ethische charters, dopinghotlines, onafhankelijke onderzoekscommissie en outingen van (ex)-renners. Een constante in de vele ontwikkelingen is dat de naam Rabobank zelden valt. Nochtans, en het kan cynisch klinken, heeft Rabobank voor de wielersector nooit meer betekend dan nu. Komt er eindelijk meer aandacht voor kwalitatief management in de sport?

Door Wim Lagae, hoofddocent sportmarketing aan Thomas More Antwerpen – KULeuven.

Verzekeringsbedrijf Aegon maakte vorige week bekend dat het na het voetbalseizoen 2013-'14 de shirt- en hoofdsponsoring van Ajax stopzet. Dit nieuws kwam niet als een verrassing. Eind vorig jaar, toen het gerommel in de bestuurskamer van Ajax maar bleef aanhouden, ging immers al het gerucht dat Aegon het sinds 2008 lopende contract van tien à twaalf miljoen euro per jaar met Ajax wou verbreken. Wél verrassend was de beslissing van Rabobank een maand geleden om 17 jaar wielersponsoring te beëindigen. De bankdirectie had immers eerst vrij sereen gereageerd toen het explosieve dopingdossier van Lance Armstrong op het internet gegooid werd. Na weer een dopingrel speelde binnen Rabobank wel eens de gedachte om te stoppen met wielersponsoring, maar dit 'waren gevallen uit het verleden' en 'we denken meteen aan al die prachtige dingen die we ook doen in het land'.

Hadden we trouwe sponsor Rabobank reeds bij het wielerveubilair gerekend? De coöperatieve bank had immers nog een lopend sponsoringcontract tot 2016 en stond synoniem voor indrukwekkende ploegvoorstellingen en vipactivatie, leuke top topicals, verzorgde huisstijl, het medium rabosport.nl, story telling via competitief en recreatief fietsen en maatschappelijk verantwoord sponsoren. Zo wordt in de discussie te vlug vergeten dat Rabobank zijn exitstrategie correct zal financieren en de genereuze werking en contracten voor het 'witte merkenteam' tot eind 2013 zal honoreren. Ook Aegon communiceerde dat het in 2014-'16 nog partner, op lager niveau, blijft bij Ajax. Net zoals het partnership Aegon-Ajax was het Rabo-wielersplan een schoolvoorbeeld van activeren van sponsoring.

Antidopingbeleid

Verrassing maakte vlug plaats voor begrip. Rabobank was een vermoeide en moedeloze sponsor. Had het management van de coöperatieve bank zich al die jaren niet uitgesloofd voor een strikt en geloofwaardig antidopingbeleid? Wie herinnert zich nog de zaak Erik Dekker? Toen in 1998 bij Dekker een te hoge hematocrietwaarde gemeten werd, stond het hele Rabo Wielersplan op z'n kop. Een indrukwekkende batterij professoren kwam met de verklaring: een stuwbandje had te strak om de arm gezeten...

Was het ook niet ongezien om Rasmussen, de gedoodverfde winnaar van de Tour 2007, vier dagen voor de Champs Elysées uit de wedstrijd te halen? Rabobank zag zich tot deze historische ingreep genoodzaakt om het imago van betrouwbare en brandschone bank zo min mogelijk te schenden. Dit Raboverleden blijft trouwens het heden inhalen, want net nu vinden voor het gerechtshof in Arnhem de ondervragingen van het 'manage-

ment' van het Rabowielerteam én van de bankdirectie plaats in het kader van de schadevergoeding van 5,8 miljoen euro die Rasmussen eist omdat hij onterecht uit de Tour van 2007 werd gehaald en op staande voet ontslagen. Kan het absurder?

Erkenning

Sinds de aankondiging van de exit van Rabobank wordt sportief wielernieuws weggedruimd door ethische charters, doping-hotlines, onafhankelijke onderzoekscommissies en dopingoutingen van (ex-)renners. Een constante in die vele reacties is dat zelden het woord Rabobank valt. De merknaam Rabobank lijkt zelfs taboe. Enerzijds zit de schrik voor een besmettingseffect er diep in. Anderzijds is het statement aangekomen dat er 'binnen afzienbare tijd' geen garantie is voor een eerlijke, aan de top verziekte, wielersport. Het klinkt cynisch, maar Rabobank heeft voor de wielersport nooit méér betekend dan door zijn exit uit het wielrennen af te kondigen. Als postume erkenning van het belang van het Rabo-wielerplan kan dit tellen.

Uit het verhaal van Rabobank en Aegon leren we dat in de groeiende topsportbusiness de managementkwalificaties onvoldoende gevolgd zijn. Nog teveel regeren ervaringsdeskundigen met veel sportverleden, maar met helaas weinig kennis van missie, visie, SWOT-analyse, preventieve crisiscommunicatie of strategische planning. Op veel echelons in de topsport is dan ook externe managementondersteuning nodig. Niet oude sportieve rekeningen vereffenen, wél samenwerken en vlug schakelen moet de boodschap zijn.

Leekens

Topsport kan trouwens een puntje zuigen aan de kwaliteitszorg op het vlak van management in de recreatieve sport. Daar worden kwalificaties opgelegd aan managers, zelfs op lagere echelons. Om bijvoorbeeld als gesubsidieerd sportfunctionaris te worden benoemd in de kleinste Vlaamse gemeente, zijn diploma's en bijscholingen noodzakelijk.

En de weinige managers pur sang die al een plaats verwierven in de sportwereld, dreigen de pedalen te verliezen bij de emoties die topsport teweegbrengt. Het paniekvoetbal bij de trainerssoap met Georges Leekens in Club Brugge is een andere illustratie van de complexiteit van sportmanagement. Opgejaagd door emoties én de drang om zo vlug mogelijk opnieuw wedstrijden te winnen, verliezen zelfs door de wol geverfde onderhandelaars in de sport de pedalen. Hoe frustrerend moet het zijn voor een succesvolle ondernemer als Bart Verhaeghe om nauwelijks greep te krijgen op de onzekere sportresultaten? Wie stelde ook weer dat sport verkopen oneindig veel complexer is dan zeep verkopen?

Copyright © De Tijd

Dit krantenartikel is enkel beschikbaar voor De Tijd Digitaal of De Tijd Compleet abonnees