

Mismanagement kan tot nieuwe wielercrisis leiden.

Na de donkerste wielervinter ooit strijkt het wielercircus vandaag voor de Omloop Het Nieuwsblad neer in Gent. Ondanks alle schandalen wordt het opnieuw op de koppen lopen op het Sint-Pietersplein. Vanuit management- oogpunt is het echter niet meteen 'business as usual'.



Wim Lagae Hoofddocent sportmarketing aan de KU Leuven en Thomas More Antwerpen Het All American Icon Lance Armstrong oversteeg het wielrennen. Merken stonden in de rij om zich te associëren met de ex-kankerpatiënt, die zich ontpopte tot de zevenvoudige Tourwinnaar. De performer Armstrong was ook het enige gezicht van Livestrong en de 80 miljoen gele armbandjes. Helaas werd de enige wereldster die het wielrennen gekend heeft, door het verpletterende rapport van het Amerikaanse antidopingagentschap Usada ontmaskerd. De imagoschade na zijn biecht bij Oprah Winfrey, die er kwam na jarenlang ontkennen, is gigantisch. Oprah's show werd door 30 miljoen kijkers gevolgd, een veelvoud van het aantal voor een Alpenrit of de Ronde van Vlaanderen. Weinigen zijn vertrouwd met de nuances van topsport en stellen alle wielrenners meer dan ooit gelijk met leugenachtige junks. Een week na het Armstrongrapport zette Rabobank bruusk een punt achter 17 jaar wielersponsoring. Voor het Blanco Pro Cycling Team, de sponsorloze erfgenaam van Rabobank, wordt het een helse uitdaging om een merk van het kaliber van Rabobank - zowel qua omvang, imago, sportief budget als betrokkenheid - te overtuigen van de kracht van wielersponsoring. Het blijft onvergeeflijk dat topmerken als Rabobank en eerder T-Mobile uit het wielrennen weggeduwd werden en zelfs contractueel verplicht om samen meer dan 40 miljoen euro te betalen om niets meer met het wielrennen te maken te hebben.

Mecenassen

Vandaag fietsen vooral mecenassen vele miljoenen euro's dicht: Zdenek Bakala (Omega Pharma-QuickStep), Flavio Becca (RadioShack-Leopard), Andy Rihs (BMC), Gerry Ryan (Orica-GreenEdge), Igor Makarov (Katusha) en Oleg Tinkoff (Saxo-Tinkoff). Een wankele situatie voor de topteams, die meer dan ooit afhankelijk zijn van de dure hobby van één persoon. Bovendien verhinderen de supportersmiljoenen van de mecenassen dat de dopingsmurrie economisch gevoeld wordt en er nieuwe mechanismen in beweging komen. De intrede van de mecenassen lijkt integendeel zelfs voor een ongezonde, opwaartse loondruk te zorgen, waardoor de klassieke hoofd- en cosponsors - merken als QuickStep, Omega Pharma, Lotto en de fietsenconstructeurs - de budgettaire wedloop moeilijker kunnen volgen. Verontrustend is ook dat, op de interessante hervormingsplannen van Zdenek Bakala en zijn wielercopain Bessel Kok na, de mecenassen niet wakker lijken te liggen van de wielerstormen. Als supporters engageren ze zich vooral op teamniveau, en niet op sectorniveau. De stilte uit hun hoek is ronduit stuitend.

Protectionisme

Ook op organisatorisch vlak is protectionisme troef. ASO, de organisator van de Tour, is veruit de sterkste partij in wielerland en de enige die veel geld verdient met het organiseren van wielervedstrijden. De Franse mediagroep vertegenwoordigt in economisch opzicht ongeveer twee derde van het wielerverjaar. Vanuit die sterke positie vecht ASO helaas voor het status-quo, waardoor het zijn aanzienlijke inkomsten uit televisierechten - al weet niemand precies hoeveel - kan blijven verdelen onder zijn aandeelhouders. Als arrogante monopolist slaagt ASO er stevast en gemakkelijk in de 19 opvallend zwak georganiseerde topteams, die een budget van ongeveer 300 miljoen euro vertegenwoordigen, aan flarden te fietsen en de internationale wielervederatie UCI wandelen te sturen. Nu het wielervhuis in brand staat, dreigt de sport een zware prijs te betalen voor het feit dat de vele miljoenen euro's niet gevolgd zijn door investeringen in managementkwalificaties, regulering en gedragscodes. Mismanagement kenmerkt ook veel wielerteams. Logistiek en organisatorisch steekt een wielervploeg complex in elkaar. Op het niveau van het teammanagement is er in vergelijking met andere sporten een ongeziene inteelt van ex-sporters. De jongste weken

werd het gild van de teammanagers 'versterkt' met de besmette ex-renners Viatcheslav Ekimov (Katusha) én Alexandre Vinokourov (Astana). Niet één teammanager heeft zich kritisch uitgelaten over het soortelijk gewicht van hun 'collega-managers', ook niet toen het duo prompt een aanvraag indiende om toe te treden tot... de Beweging voor een Geloofwaardige Wielersport.

Maatpakmanagers

Tijdens hun actieve carrière functioneren renners in een darwinistische omgeving: 'kill' or 'be killed' is hét wielradagium. Wanneer zij, gespeend van managementvorming, zichzelf enkele dagen na hun actieve carrière uitroepen tot (maatpak)managers, moeten we toch niet schrikken dat ze opnieuw in termen van 'eigen team eerst' denken in plaats van een sectorvisie te ontwikkelen en te verdedigen? Een globaal antidopingplan opstellen staat laag op hun prioriteitenlijstje. Daarenboven leven veel managers, vanwege het zwakke financieringsmodel achter hun team, met een enorme paranoia en schermen ze hun contacten met hun sponsors en mecenasen af tegenover de concurrerende teams. Weinig economische bedrijfstakken worstelen met zo'n gigantisch management- en beleidsprobleem als de wielersector. Om uit de impasse te geraken en de val van het wielrennen te stoppen, is het belangrijkste redmiddel het sectorniveau structureel versterken. Alles lijkt voorlopig echter bij het oude te blijven en helaas domineert de vrees dat we alweer aan het aftellen zijn naar een volgende wielercrisis, waar media en publiek zich opnieuw likkebaardend op zullen storten.