

WIELERTEAMS LATEN GELD LIGGEN

Dat het volk weer rijen dik stond afgelopen zondag op de Muur van Geraardsbergen en straks in het bos van Wallers, doet vermoeden dat wielrennen big business is. Vergeet het, zegt **WIM LAGAE**.

Dwangarbeiders met een fiets



WIM LAGAE

Wie? Hoofddocent sportmarketing aan Lessius en KU Leuven.

Wat? Wielrennen moet commerciëler worden.

Waarom? Behalve voor de toppers is wielrennen nog altijd een soort dwangarbeid voor een hongerloon.

Is het ook u ook opgevallen dat vijfsterrenfavoriet én smaakmaker van de Ronde van Vlaanderen, de Zwitser Fabian Cancellara, afgelopen zondag merkloos over de Vlaamse kasseien denderde? De naam die zijn truitje sierde, Leopard (voorheen Team Luxemburg), is immers geen consumentenmerk. Het is slechts een voorlopige naam van een topwielerteam dat wacht op een grote sponsor.

Toen vorige zomer de succesvolle Luxemburgse zakenman Flavio Becca wereldtoppers als Cancellara en de broers Fränk en Andy Schleck bij elkaar kocht, hoopte het teammanagement dat topmerken elkaar zouden verdringen en zich suf zouden bieden om titelsponsor van zijn team te worden. Het liep even anders.

Stel dat Sylvain Chavanel tussen de Valkenberg en de Muur in het zog van het beest van Bern de tijd en rust had om diens ultrasting te bestuderen, dan kon hij misschien nog net de piepkleine lettertjes van de merknamen van framemark en cosponsor Trek, kledingsponsor Craft of het logo van Mercedes lezen. Dé uitdaging voor een manager van een wielerteam bestaat er echter in om een titelsponsor van het kaliber van Rabobank of Movistar te overtuigen van de kracht van een wielersplatform. Nevensponsors aan boord halen is relatief gemakkelijk. Geen beter medium voor product placement dan een topwielerspog. Een fietsmerk leeft immers van de sterk groeiende recreantenmarkt. Nochtans kunnen ze slechts uitzonderlijke topteam schragen zoals Cervélo in 2009 en 2010 en BMC vandaag. Ook Bob Stapleton, manager van het in 2010 meest succesvolle HTC-Columbia met sprinter Cavendish, slaagde er niet in om sponsor Columbia volwaardig te vervangen. Highroad is net als Leopard een tijdelijke naam.

Doping

Omdat andere inkomstenbronnen dan sponsoring zeer beperkt blijven, moeten teammanagers knokken voor elke euro om hun budget sluitend te krijgen. De miljoenen die zouden rondgaan in het wielerpeloton zijn trouwens kleiner dan je zou denken. Logisch, want wielerteams hebben geen eigen stadion en de tv-rechten zijn klein en versnipperd. Het budget van de rijkste teams als Rabobank of Sky is vergelijkbaar met subtoppers in het Belgische eerste klassevoetbal, in Europa slechts een dwergcompetitie. De tophonderd in het wielrennen verdient (zeer) goed, vergelijkbaar met de best betaalde Belgische eerste klassevoetballers. Tegelijk is de loonspanning in het wie-



Fabian Cancellara bij de start van de Ronde: zoek de sponsors. © Yorick Janssens/big

lerpeloton vrij groot, want veel profrenners fietsen voor een minimumloon. Samen met de gevaarlijke en zware werkomstandigheden rechtvaardigt dit de status van moderne dwangarbeiders van de sport.

Het wielrennen heeft af te rekenen met een gigantisch imago probleem. Vergelijkbaar met andere duur- en krachtsporten zijn vooral de rondetoppers gedurende de jongste vijftien jaar door doping in opspraak gekomen. Het wielrennen heeft daarom de enkelband van de whereabouts en de chaperons terecht verdiend. Dank zij deze repressieve omgeving is slechts een kleinere groep valspelers nog bereid om enorme risico's te nemen. Haaks op de omerta van het verleden is er een consensus gegroeid dat de zware dopingjongens eruit moeten. Toch slaagt de wielersport er niet in om deze verbeteringen bij de publieke opinie ingang te doen vinden. Het dopingperceptiespook lijkt onontbeerbaar. In tegenstelling tot bij andere topsporten, die ook met vervuiling en problemen kampen, is er weinig ruimte voor nuances en is alle sereniteit zoek. Dopingzondaars, vals positieven, slachtoffers

van vervuilde supplementen/doktersvoorschriften/niet-gevaldeerde testen, ten onrechte beschuldigen en zware dopingjongens worden over één kam geschoren. In welke categorie plaatst u de volgende alfabetisch gerangschikte gevallen: Lance Armstrong, Alberto Contador, Iljo Keisse, Floyd Landis, Björn Leukemans, Riccardo Ricco? Zal de afwikkeling van de zaak-Contador even lang duren en nazinderen als de zaak-Valverde? En de zaak-Armstrong? Ook in 2011 zullen (vermeende) wielerdopingzaken uitvergroot worden. Welke moedige sponsoringmanager van merken durft nog tegen het spook van de dopingperceptie in te gaan?

Het is hoog tijd dat de communicatie over het dopingprobleem professioneel aangepakt wordt. Waarom krijgt de UCI niet uitgelegd dat haar dopingaanpak een voorbeeld is voor andere topsporten?

Tegelijk is er dringend nood aan een nieuw economisch model. Waar blijven de pilootprojecten op het vlak van ticketing en fanbeleving? Wanneer krijgt de economische belangengroep van de wielerteams vorm? Hoe kan de taart van de tv- en marketingrechten groter worden? Hoe lang nog zullen de acteurs, de teams en renners, lijdzaam toezien dat de tv-rechten van de Tour de France naar aandeelhouders van de organisator gaan?

Toch zijn er hoopgevende ontwikkelingen. Er is de sterke groei van de wielersport in nieuwe wielersportlanden, vooral buiten Europa. Die mondialisering is grotendeels een gevolg van de hervormingen doorgevoerd door voormalig UCI-voorzitter Hein Verbruggen. Meer en meer werken managers van buiten de sport zich in het wielrennen in. Wouter Vandenhaute, van Woestijnvis, springt hierbij het meest in het oog. Is de opname van de Ronde van Vlaanderen in de Flanders Classics is een opstap naar een ruimere hervormingsmodel van de wielersport? Krijgt het wielrennen zijn broodnodige, nieuwe elan?



'Prins Laurent: politieke feeling van een 15-jarige puber. Als een olifant in een porseleinwinkel.'

Kamerlid **WOUTER DE VRIENDT** (Groen!) vat het even samen (op Twitter).

Waarom krijgt de UCI niet uitgelegd dat haar dopingaanpak een voorbeeld is voor andere topsporten?