

Als Knack-abonnee kunt u maandelijks 10 gratis artikelen van Trends en andere zustersites van Knack lezen.

De wielersport leeft boven haar stand

Alain Mouton Redacteur bij Trends

04/04/16 om 15:23 - Bijgewerkt om 16:43

Beleeft het wielrennen een hoogconjunctuur? Wedstrijden als de Ronde van Vlaanderen en Parijs-Roubaix blijven het grote publiek lokken. De budgetten van de ploegen stijgen al jaren, ondanks de dopingschandalen en de economische crisis. Maar sporteconomen waarschuwen: door het vele manna van de wielermecenassen is 'de koers' overgewaardeerd en dreigt een zeepbel.



DAAM VAN REETH EN WIM LAGAE "In andere sporten wordt elke euro tien keer omgedraaid. In de wielersport blijven de budgetten stijgen." © jonas lampens

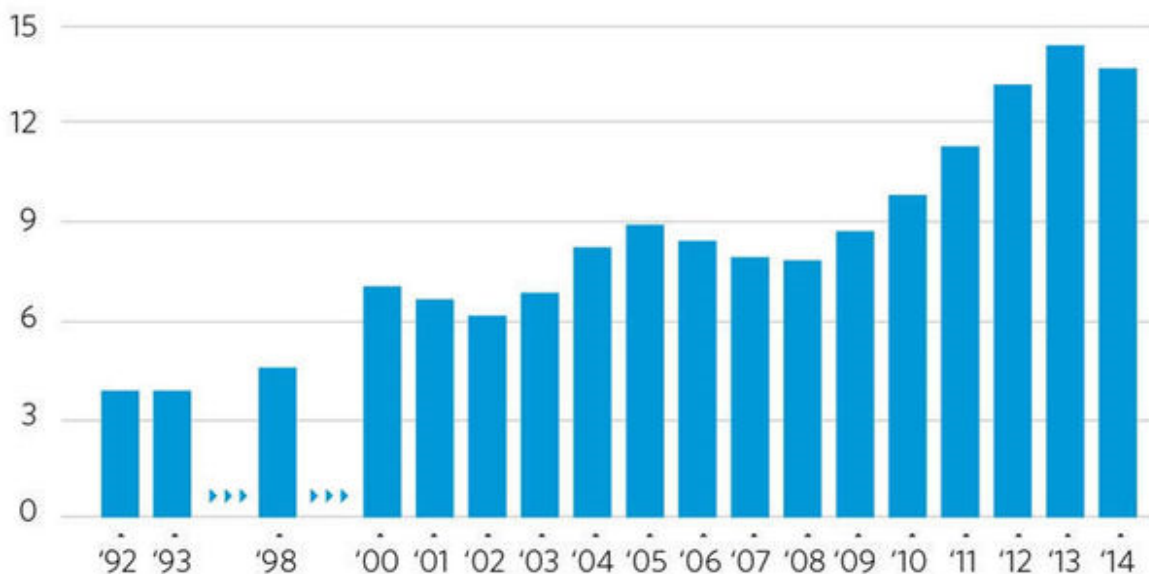
Vorige zondag de Ronde van Vlaanderen, komende zondag Parijs-Roubaix en over twee weken Luik-Bastenaken-Luik. Het zijn hoogdagen voor de wielersport. De sport lijkt almaar gezonder te worden. De dopingverhalen zijn al een paar jaren naar de achtergrond verdwenen en de sport is en blijft een miljoenenbusiness. De budgetten van de wielersportploegen zijn hoger dan ooit. Exacte cijfers delen de wielersportploegen zelden mee. Maar studies tonen aan dat er in de wielersport almaar meer geld omgaat. Ernst & Young berekende in 2012 dat de veertig professionele wielersportploegen op World Tour-niveau en Procontinentaal niveau een gezamenlijk budget van 321 miljoen euro vertegenwoordigen. Dat is gemiddeld 8 miljoen euro per ploeg.

De beste tien wielerteams ter wereld konden in 2014 rekenen op een jaarbudget van 13,8 miljoen euro. Nu zou dat al rond de 15 miljoen euro schommelen. Vijf jaar geleden bedroegen de budgetten nog geen 10 miljoen euro per ploeg. De middelen waarover een wielerteam beschikt zijn vooral de voorbije vijf jaar toegenomen. De financiële crisis en de daaropvolgende recessie hebben amper of geen negatief effect gehad (zie grafiek *Evolutie gemiddeld budget grootste tien wielerploegen*). Er vloeit dus meer en meer geld naar de koers en dat voor een sport die wel globaler wordt, maar slechts in een beperkt aantal Europese landen (Benelux, Frankrijk, Italië, Spanje en Groot-Brittannië) écht populair is.

GEMIDDELD BUDGET GROOTSTE TIEN WIELERPLOEGEN

in miljoen euro, 1992-2014

Bron: The Economics of professional road cycling



© The Economics of professional road cycling

In het boek *The Economics of Professional Road Cycling* - met de Vlaamse sporteconomen Daam Van Reeth als leading editor en zijn collega Wim Lagae (beiden KU Leuven) als een van de auteurs - wordt 2010 als een keerpunt gezien. De rijkste ploegen tot dan toe, Rabobank en T-Mobile, beschikten over een budget van 10 tot 15 miljoen euro.

Wielerploegen _ die hun geld voor meer dan 90 procent uit sponsoring halen - kunnen sindsdien rekenen op nieuwe bedrijven die met grote kapitalen de sport zijn binnengestapt. Zij brachten een kapitaal van 15 tot 20 miljoen euro aan: Katjoesja, Sky, Radioshack (in 2010) en BMC (sinds 2011). Momenteel is Sky de rijkste wielerploeg met een budget boven de 30 miljoen euro. BMC, Katjoesha en Ettix-Quickstep komen boven 20 miljoen euro uit. De andere Belgische World Tour-ploeg, Lotto-Soudal, zou over een budget van 15 miljoen euro beschikken.

"Sinds de intrede van een bedrijf als Sky in het peloton wordt de financiële lat heel hoog gelegd", zegt Daam Van Reeth. "Het budget van die ploeg is dubbel zo groot als dat van andere ploegen." "Je zou kunnen denken dat dopingschandalen op de sport gewogen hebben. Zoals negatief nieuws weegt op beursaandelen", vult Wim Lagae aan. "Grote sponsors zoals Mapei, Rabobank en Deutsche Telekom zijn wegens de dopingschandalen uit de sport vertrokken. De ploegen, met de renners en de logistieke, organisatorische en technische entourage, werden door nieuwe sponsors overgenomen."

Met dank aan de suikeroompjes

Om te kunnen concurreren met die nieuwe sponsors hadden ploegen zoals Ettix-QuickStep de voorbije jaren extra middelen nodig. Die vonden ze bij individuele mecenasen, de zogenoemde *sugar daddies*. Steenrijke wielersporters die, zonder shirtsponsor te zijn, miljoenen in nieuwe ploegen pompen. Zoals de Tsjechische zakenman Zdenek Bakala dat al een aantal jaren doet met Ettix-QuickStep. Sommige mecenasen startten een eigen ploeg. De ploeg Saxo Bank werd in 2012 ondersteund door de Russische oligarch Oleg Tinkov. Eind 2013 kocht hij de ploegleider Bjarne Riis uit voor 6 miljoen euro en maakt er zijn eigen team van, Tinkoff (met wereldkampioen Peter Sagan). Op een bepaald moment toonde zelfs de Formule 1-rijder Fernando Alonso interesse voor de wielersport, maar daar kwam niets van in huis.

Vorig jaar werden zeven van de zeventien World Tour-teams deels of geheel gefinancierd door *sugar daddies*: Ettix-QuickStep (toen nog Omega Pharma QuickStep, Zdenek Bakala), BMC (Andy Rijs), Orica GreenEDGE (Gerry Ryan), Katjoesja (Igor Makarov), Tinkoff-Saxo (Oleg Tinkov) en IAM Cycling (Michel Thétaz).

De stijgende budgetten en de aantrekkingskracht bij weldoeners zouden erop moeten wijzen dat wielrennen een kerngezonde sport is. Maar Daam van Reeth en Wim Lagae waarschuwen voor misplaatste euforie. De mecenasen hebben in eerste instantie een crisis in het wielrennen vermeden. Ze zijn geen garantie voor een duurzame financiële gezondheid van de sport.

De gemiddelde budgetten van de beste tien teams stegen van 3,9 miljoen euro in 1992 tot 13,8 miljoen euro in 2014. Dat is een gemiddelde jaarlijkse stijging van bijna 6 procent. Een stuk hoger dan de langetermijninflatie in westerse landen (2 à 3 procent). "Dat mist toch enige economische logica", zegt Van Reeth. "Dat betekent dat sommige ploegen jaarlijks 5 tot 10 procent van hun budget moesten optrekken om voeling te houden met de rijkste teams. Dat is op termijn moeilijk houdbaar."

"De internationale sponsorbudgetten stabiliseren nochtans in alle sporten of gaan licht achteruit", stipt Lagae aan. "Dat is niet onlogisch, gezien de financiële crisis van 2008 en de gevolgen ervan. Nu heb je de geopolitieke onrust. Dat weegt op de marketingbudgetten. Elke euro wordt tien keer omgedraaid. Maar in het wielrennen is er nog altijd een stijging."

Vooral de rennerslonen stijgen

Zou het niet kunnen dat meer kapitaal naar de wielersport vloeit door het stijgend aantal koersdagen en tv-uitzendingen, waardoor sponsors meer in beeld komen? Lagae: "Als de openbare zenders meer wielersportwedstrijden uitzenden, zou dat inderdaad meer bedrijven als sponsor naar de koers lokken. Maar dat is nu net niet gebeurd. Een topklassieker als Milaan-Sanremo wordt in Spanje en Frankrijk uitgezonden door kleine zenders. Soms zelfs door betaalzenders. Je bereikt slechts een kleine groep kijkers. De *return on investment* is beperkt." Een wedstrijd als de Ronde van Frankrijk haalt 20 tot 25 miljoen kijkers per rit, een Ronde van Vlaanderen en Parijs-Roubaix tussen 5 en 7 miljoen, maar de Ronde van Zwitserland haalt minder dan 1 miljoen kijkers.

Ook het argument dat de sport verder geïnternationaliseerd is - wedstrijden in Turkije en Argentinië zijn geen curiosum meer - en er dus meer transport- en accommodatiekosten zijn voor de ploegen, verklaart de gestegen budgetten niet, zeggen de sporteconomen. Wielrennen blijft een Europese sport. Volgens Van Reeth en Lagae zijn die extra middelen voor de wielersportploegen vooral naar de lonen van de renners gevloeid. Dat een renner 5 miljoen euro per jaar verdient, was aan het begin van het decennium ondenkbaar. "Eind

vorig jaar kwam wereldkampioen Peter Sagan vrij op transfermarkt. Russische oligarchen, onder wie Tinkov en Makarov, openden de jacht op de renner", vertelt Lagae. "De manager van Sagan speelde die tegen elkaar uit. Het resultaat is dat de Slowaak kan rekenen op een salaris van meer dan 4 miljoen euro. Verloopt die ratrace nog marktconform?" Van Reeth: "Het is zoals de Champions League in het voetbal: je hebt een vijftal topteams die zich meerdere toppers kunnen veroorloven. De andere ploegen moeten het met één kampioen stellen."

De minder kapitaalkrachtige ploegen hebben het almaar moeilijker om in die ratrace mee te gaan. Het Nederlandse Lotto-Jumbo moest naar verluidt hard vechten om de West-Vlaming Sep Vanmarcke, nochtans een subtopper, aan boord te houden. De diepe zakken van de mecenasen hebben tot gevolg dat het voor kleinere sponsors zeer moeilijk wordt in de wielersport te stappen, stellen de sporteconomen vast. Hier dreigt een *crowding-out*-effect. Wim Lagae: "Benelux-sponsors als DCM, Belisol en Vacansoleil hebben in het verleden 30 tot 50 procent van hun marketingbudget moeten aanspreken om een ploeg te financieren. Terwijl dat voor een mediareus als Sky amper 1 procent is van het marketingbudget."

Barst de zeepbel?

Het lijkt er dus op dat in het wielrennen een financiële zeepbel is ontstaan. De vraag is wat er gebeurt als een of meerdere suikeroompjes uit de sport stappen. Zal de zeepbel barsten? Momenteel is dat niet aan de orde. Integendeel. In februari deed het verhaal de ronde dat ex-Tourwinnaar en ex-ploegleider Bjarne Riis weldra terugkeert in het wielerpeloton. Volgens de Deense krant Ekstrabladet zou hij aan een nieuw profteam werken, dat als Bahrain Cycling Team door het leven zou gaan. Geld zou hij halen van een lokale prins. Dat maakte de Russische oligarchen in het wielrennen, zoals Oleg Tinkov, nerveus. Tegen de miljoenen uit de Golfstaten zouden zelfs zij niet op kunnen. Over het project van Riis is de voorbije weken amper iets gehoord. Maar de intrede van een nieuwe *sugar daddy* zal misschien nog meer marktverstoring zijn. Waardoor de zeepbel nog groter wordt en de schok achteraf pijnlijker zal worden voor de sport.



Versturen via e-mail

Advertentie 

