

Sporteconoom Pieter Verhoogt over het spel en de knikkers

## ‘Laat je niet inpakken door gehaaide marktpartijen’

**De relatie tussen sport en economie wordt steeds inniger. De sport lijkt steeds meer een reguliere bedrijfstak. Organisaties moeten zich daarom bewust worden van hun economisch krachtenveld, vindt sporteconoom Pieter Verhoogt. “Het gaat om het spel, maar vaker ook om de knikkers. Daarvoor gelden andere wetten.”**

Commercialisering. Volgens sommigen de doodsteek voor de sport. Kijk alleen maar naar de voetbalwereld. Is die niet verpest door bijvoorbeeld al die miljoenensalarissen? Niet per sé, volgens het kleine groepje sporteconomen in ons land. De 35-jarige Pieter Verhoogt is één van hen. Afgestudeerd econoom aan de VU en de SDSU in San Diego en ex-hoofdklasse honkballer bij de Hoofddorp Pioniers. Tot voor kort was hij werkzaam bij KPMG BEA. Sinds kort heeft hij zijn eigen sporteconomisch adviesbureau: Sport, Business en Beleid (Sport2B). “Er gaat tegenwoordig een hoop geld om in de sport. Dat brengt machten en krachten met zich mee die je niet kunt temmen. En die nogal eens botsen met het heersende gevoel van de gezellige sportvereniging. Het is belangrijk dat bonden op tijd dergelijke ontwikkelingen in hun sport signaleren en er op een verstandige wijze mee omgaan. Zonder economische kennis dreigen zij speelbal te worden van gehaaide marktpartijen.”

### Discussies

De steeds grotere economische krachten brengen heel wat discussies los in de verschillende sporten. Kijk naar de financiële steun van gemeenten aan het betaald voetbal of de discussie in de schaatssport over sponsorlogo's. Steeds vaker worden juristen ingeschakeld om economische belangen te verdedigen. Hoe ver gaan we? Kan bijvoorbeeld een judoka, die niet is geselecteerd voor de Olympische Spelen, daar tegen in beroep gaan, omdat ze in haar werk belemmerd is? “De bond bepaalt wie

wordt uitgezonden”, legt Verhoogt uit. “Dat is haar primaire recht. Je hebt als bond het recht op sportieve gronden te discrimineren. Maar ik zie de macht van de spelers wel toenemen. In de commercieel aantrekkelijke sporten voorzie ik in de toekomst, net als in de Verenigde Staten, een drie-eenheid die beslist over het product. De bond of league, de eigenaren of werkgevers en de sporters, in een vakbond. De spelers zijn in Europa nu echter nog relatief slecht georganiseerd.” Verhoogt noemt de Verenigde Staten als een voorbeeld van sport op puur economische wijze. Het Amerikaanse scenario, waar sportwedstrijden worden stilgelegd voor de commercials op televisie, is nog steeds een schrikbeeld voor de Nederlandse en Europese sportwereld. Het aanpassen van sportregels ten bate van reclame en marketing lijkt uit den boze. “In de Verenigde Staten is sport puur entertainment. Precies zoals daar zal het hier natuurlijk nooit worden. Maar qua economische ontwikkelingen kan je de trends daar wel signaleren.”

### Amerika

In de Verenigde Staten zijn de vier grote sporten, basketbal, honkbal, ijshockey en american football, allemaal commercieel gedreven. Ze worden alle vier aangestuurd door centrale leagues, franchiseorganisaties die samen met de franchisehouders (de clubs) en de spelers de sportieve gedragsregels economisch gezien zo goed mogelijk vaststellen. Van het aantal spelers op het veld tot de steden waar gespeeld wordt. “Clubs in de Verenigde Staten hebben veel minder binding met een stad of gebied”, legt Verhoogt uit. “Ze worden opgezet vanuit economisch oogpunt. Indien het een clubeigenaar en de league uitkomt, kan een club zomaar naar een ander stadion of stad verhuizen. De vier grote leagues weten heel goed waar hun markten zitten. Ze bedienen

die markten met een afgemeten aantal clubs. Ook houden ze een of twee aantrekkelijke markten open, om onderhandelingsmacht te creëren." Alle teams zijn particulier eigendom. Zo heeft Disney bijvoorbeeld een aantal teams in het Californische Anaheim in handen. De enige uitzondering zijn de Green Bay Packers, een american football-team waarvan de aandelen in het bezit zijn van de lokale fans."

Ook de Amerikaanse opleidingsstructuur is heel anders. In de commerciële, gesloten competities promoveren of degraderen niet de clubs, maar spelers. Alle clubs hebben opleidingsteams in regionale leagues, waar ze hun talenten stallen. Verhoogt: "Amerika heeft een vreemde sportstructuur. Buiten het schoolsysteem is er helemaal geen georganiseerde breedtesport. Na high school en de universiteit kun je of doorgaan als professioneel sporter of anders blijven er de door lokale kroegbazen georganiseerde toernooitjes over."

### Commercieel

Een aardig voorbeeld van een commerciële professionele league die in Europa bestaat, is de NFL Europe. Zes american football



### Kleinere bonden

Ook de kleinere bonden staan onder druk van de economische krachten. Waar moet je op letten volgens Verhoogt? Je moet als kleine bond je ogen open houden voor:

- media
- arbeidsrelaties
- competitiestructuren
- overheidsbemoeienis
- commercialisering

Verhoogt: "Zorg dat je de signalen herkent en de taal van de marktpartijen spreekt. Koester de emotie die sport losmaakt, maar steek je kop niet in het zand voor de toenemende economische ratio die in de sportwereld opkomt."

teams, waaronder de Amsterdam Admirals, spelen in de zomer wekelijks tegen elkaar. Inclusief onderbrekingen voor de commercials, aangezien de wedstrijden live in de VS worden uitgezonden. Verhoogt: "Deze competitie is vanuit Amerika opgezet en is eigenlijk economisch zendingswerk. NFL Europe wordt volledig gesubsidieerd door de gezamenlijke Amerikaanse NFL-clubs. Zij willen Europa 'football minded' maken, en op termijn hun investeringen terugverdienen via de verkoop van merchandise (petjes, jassen, etc.) en televisierechten." Ook in echte Europese sporten zijn de commerciële belangen enorm, stelt Verhoogt. Het is niet voor niets dat ex-voorzitter van PSV Harry van Raaij al jarenlang pleit voor het oprichten van een Benelux-liga om enigszins het hoofd te bieden aan de economische grootmachten in het voetbal. Verhoogt wijst ook op de discussie over het vrijgeven van spelers voor interlands door hun clubs. "Een typisch voorbeeld van een sportief-economische belangenafweging."

### Graantje meepikken

Sport en economie kun je niet meer scheiden. Het is volgens Verhoogt dan ook zaak dat je als sportbond je economische krachtenveld goed in de gaten houdt. Verhoogt: "Kijk, niet alle sporten zijn commercieel even interessant. Als sportbond moet je zelf bepalen waar je zit tussen kaatsen en Formule 1. Je moet je afvragen

hoe gevoelig je bent voor economische ontwikkelingen. Er zijn hele nieuwe machten en verhoudingen aan het ontstaan. De vraag is dus als bond hoe je daar mee omgaat."

Sporteconomie is het kijken naar deze economische krachten en staat als werkterrein in ons land nog in de kinderschoenen. Recent is de eerste hoogleraar Sporteconomie aangesteld. Verhoogt: "Sport is een bijzondere sector aangezien geen van de aanbieders (clubs of atleten) alleen een product kunnen maken. Je hebt altijd de concurrentie nodig. Sportief gezien wil je je concurrenten zo ver mogelijk achter je laten, terwijl economisch gezien een spannende competitie meer opbrengsten genereert. Een gezonde sportcompetitie vergt dus solidariteit tussen de grote en kleine clubs. Terwijl ze elkaar sportief gezien naar het leven staan. Dat maakt deze bedrijfstak zo boeiend", aldus Verhoogt. "Opvallend is dat juist in Amerika, het land van de vrije markt en concurrentie, de professionele sport veel aandacht besteedt aan het bewaken van

deze onderlinge solidariteit. De grote, rijke clubs helpen de kleintjes om overeind te blijven. Omdat ze daar economisch gezien baat bij hebben. Een belangrijke beleidsmatige uitdaging voor de nabije toekomst is hoe we die economische solidariteit in de Europese sportwereld, met z'n open en internationale competities, vorm kunnen geven. Dat geldt voor grote en kleine voetbalclubs, maar ook voor populaire en minder populaire sporten."



## Zakelijkheid troef

De Amerikaanse sportwereld wordt gedomineerd door commerciële, winstgedreven sportorganisaties. Clubs met miljoenenomzetten spelen in competities die worden gerund door Leagues, franchise-achtige organisaties die naast sportieve met name commerciële doelstellingen hebben.

Naast de vier major sports en enkele kleinere professionele competities zoals Major League Soccer en de dames basketball league kent Amerika echter nauwelijks centraal georganiseerde sport. Landelijke, door bonden georganiseerde amateurcompetities, zoals wij die in Europa in vrijwel alle sporten kennen, zijn een onbekend fenomeen. Als Amerikanen het hebben over amateursport, dan hebben ze het over de universiteitscompetities. Die zijn er in vrijwel alle sporten. Maar wel weer met een focus op American football, honkbal en basketball. Economische overwegingen spelen daarbij een belangrijke rol. Want ook college sport is big business. Topuniversiteiten hebben sportbudgetten van meer dan 20 miljoen dollar, voornamelijk gefinancierd uit sponsoring, televisiecontracten en kaartverkoop. De universiteit van Notre Dame ontvangt voor de televisierechten van de zes! thuiswedstrijden van haar American footballteam jaarlijks een bedrag van 38 miljoen dollar.

Het is niet verbazingwekkend dat arbeidscontracten in de commerciële en prestatiegerichte Amerikaanse sportwereld zowel voor de atleten, als voor de overige werknemers, buitengewoon zakelijk van karakter zijn. Vaak kortlopend en sterk individueel van karakter.

Opvallende kenmerken van de arbeidsmarkt in de sportsector zijn dat het technisch sportkader dat in Europa bij (amateur)clubs en bonden actief is, in Amerika een gevestigde en gerespecteerde plek heeft in het onderwijsstelsel, terwijl voor de off-the-field banen, die in Europa vooral bij de bonden zitten, in Amerika geldt dat de als bedrijven gerunde clubs de grootste werkgevers zijn.

Bij gebrek aan landelijke amateur sportbonden ontvangt de Amerikaanse sportsector nauwelijks subsidies van de landelijke overheid. Sportstimulering is een zaak van lokale overheden, die hieraan invulling geven door het beschikbaar stellen van infrastructuur (velden, hallen), menskracht (buurtwerkers, competitieleiders) en projectsubsidies.