

THE AMERICAN WAY

De Amerikaanse sportmarkt in facts and figures – deel 1

De magie van data en grafieken

Een karakteristieke eigenschap van de Amerikaanse sportwereld is het veelvuldig gebruik van statistieken. Veel meer dan wij gewend zijn, speelt data-analyse een rol bij het evalueren van sportieve prestaties van spelers en teams. Daarnaast spelen cijfers, tabellen en grafieken een belangrijke rol bij het zo aansprekend mogelijk informeren van televisiekijkers en krantenlezers. The American Way kan hierin niet achterblijven! Daarom hier het eerste deel van de Amerikaanse sportmarkt in facts and figures.



PIETER VERHOOGT

In oktober vorig jaar verscheen op de Amerikaanse (nieuws)website Vox een artikel van journalist Joseph Stromberg. In dit artikel laat Stromberg aan de hand van veertig grafieken zijn licht schijnen over diverse aspecten van de Amerikaanse sportwereld. Na overleg met Stromberg en Vox gaven beide partijen groen licht voor het gebruik van het artikel in The American Way. Met veel genoegen neem ik u daarom mee op een tochtje sportieve datamining.

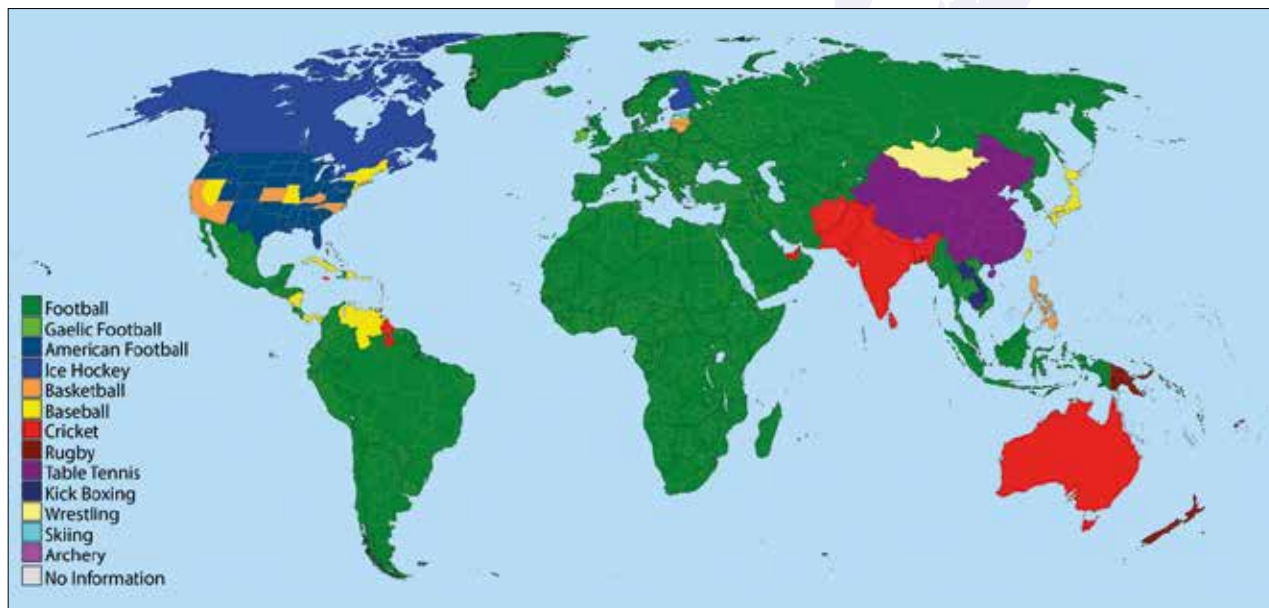
Amerikanen en hun sporten

Hoewel voetbal wereldwijd verreweg de populairste sport is, staat soccer in Noord-Amerika nog niet eens in de top drie. In Canada voert ijshockey de boventoon. In de Verenigde Staten wordt de lijst aangevoerd door hun eigen football, waarbij het opvallend genoeg vooral gaat om gooien, vangen en rennen en slechts een paar spelers soms mogen schoppen. American football wordt in de rest van de wereld nauwelijks gespeeld. Ook de sporten op nummer twee en drie, honkbal en basketbal, hebben wereldwijd hun zwaartepunt in Amerika. Een sportieve Asterix zou zeggen: "Rare jongens, die Amerikanen."

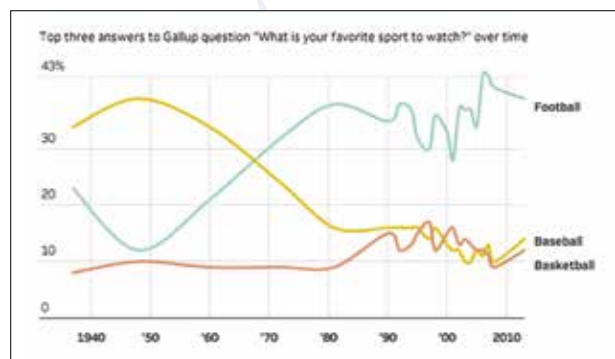
Het gevecht om de sportfan

Sinds 1937 vraagt marktonderzoeksbureau Gallup Amerikanen naar welke sport zij het liefst kijken. Decennialang was de positie van honkbal onaantastbaar. In deze periode kreeg de sport zijn bijnaam als 'the national pastime'. In de jaren vijftig zette echter de daling in. Belangrijkste oorzaak hiervoor was de groeiende populariteit van American football. Als jongste van de drie (professionele) sporten kwam zij later tot ontwikkeling. Eind jaren zestig maakte de sport grote sprongen. Zo fuseerden de twee grootste bestaande leagues tot de huidige NFL en vond in 1967 de eerste editie van de Super Bowl plaats. De sport verdreef honkbal als meest populaire sport en heeft die positie sindsdien vast in handen. Bijna twee derde van alle Amerikanen geeft aan regelmatig football-wedstrijden te kijken. NFL-wedstrijden zijn stijf uitverkocht en de uitzendingen van NFL-wedstrijden worden in de regel beter bekeken dan de afsluitende wedstrijd van de World Series.

FIGUUR 1 DE MEEST POPULAIRE SPORTEN WERELDWIJD.



FIGUUR 2. DE DRIE MEEST GEGEVEN ANTWOORDEN OP DE VRAAG 'NAAR WELKE SPORT KIJK JE HET LIEFST?' IN DE HISTORIE VAN HET GALLUP-ONDERZOEK.



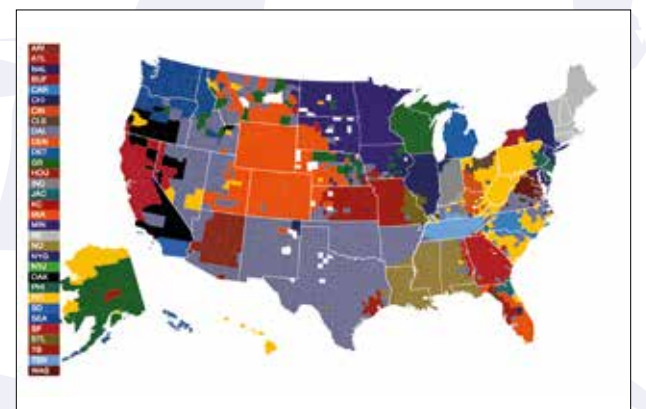
Bron: Gallup.

The United States of Football

Begin 2013 hadden ruim 35 miljoen Amerikanen op Facebook een NFL-team geliked.

Met deze informatie is inzichtelijk gemaakt in welke regio's fans van de verschillende teams dominant aanwezig zijn. Duidelijk is te zien dat sommige teams (bijvoorbeeld Houston Texans, Jacksonville Jaguars) slechts een fanbase hebben die beperkt is tot de eigen regio. Het betreft vooral relatief jonge teams die moeite hebben om zich een positie te veroveren in markten die traditioneel beheerst werden door andere organisaties. Het zijn vooral de oudere teams, zoals de Pittsburgh Steelers en de Dallas Cowboys, die een vaste, uitgestrekte schare fans hebben.

FIGUUR 3 WAAR ZITTEN WELKE FANS?



Bron: Sean J. Taylor.

Football op televisie

NFL-wedstrijden op televisie zijn in de regel goed voor hoge kijkcijfers. Reden voor Stromberg om na te gaan wat men zoal ziet tijdens een drie uur durende live-uitzending.

Zijn bevindingen waren opmerkelijk. De acties van de spelers op het veld namen bij elkaar slechts 8,3 procent van de zendtijd voor hun rekening. Het grootste deel van de uitzending bestond uit beelden van spelers die op de volgende actie stonden te wachten (35,5%), commercials (24,5%) of herhalingen (10,7%).

Major League Soccer

Na een reeks vruchteloze pogingen lijkt voetbal (soccer) nu echt een vaste positie op de Amerikaanse sportmarkt te hebben veroverd. Major League Soccer (MLS) bestaat inmiddels uit twintig teams (zeventien Ameri-

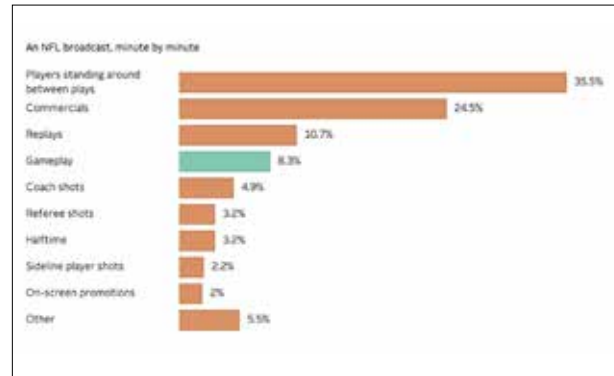
kaanse en drie Canadese). Dit aantal zal de komende jaren verder toenemen met nieuwkomers in onder andere Atlanta en Miami.

MLS-wedstrijden trekken inmiddels gemiddeld 18.000 toeschouwers, iets boven het gemiddelde van de NBA en de NHL. MLS drijft op een aantal sterke eigenaren die de groeipotentie van de sport onderkennen (de traditionele leagues kunnen eigenlijk alleen in het buitenland nog significant groeien) en bereid zijn gezamenlijk te



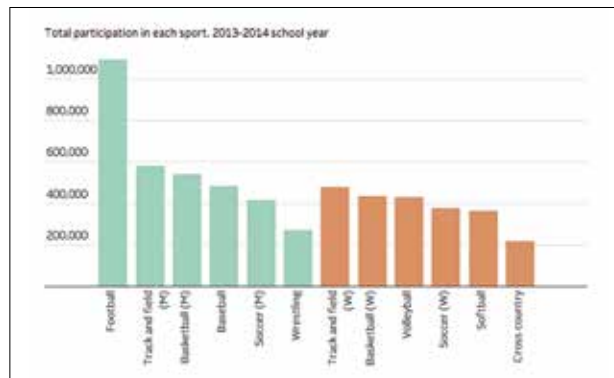
investeren in verdere ontwikkeling van de soccer-fanbase. Een fanbase die in belangrijke mate drijft op de grote latinogemeenschap en de sterke groei van soccer als highschoolsport, waar naast meisjes nu ook jongens massaal voor de sport kiezen. De kaart maakt duidelijk dat er nog genoeg regio's (markten) zijn waar nieuwe teams zich een positie kunnen veroveren.

FIGUUR 4 WAT ZIE JE ALS JE OP TELEVISIE KIJKT NAAR VAN EEN NFL-WEDSTRIJD?



Bron: Bill Turianski.

FIGUUR 6 DE POPULARITEIT VAN DIVERSE HIGHSCHOOL (TEAM)SPORTEN ONDER JONGENS EN MEISJES.



Bron: National Federation of State High School Associations.

FIGUUR 5 HET PROFESSIONELE SOCCER-LANDSCHAP IN DE VERENIGDE STATEN, CANADA EN DE CARAÏBEN.



Bron: Joseph Stromberg, Cincinnati Bengals vs. New England Patriots, 6 oktober 2014.

Populairste highschoolsporten

Schoolsport is een prominent onderdeel van de Amerikaanse sportmarkt. Figuur 6 geeft inzicht in de populariteit van diverse highschool(team)sporten onder jongens (groen) en meisjes (oranje).

De dominantie van football is naast de populariteit van de sport ook terug te voeren op de omvang van de teams (football-teams kunnen bestaan uit zestig tot honderd spelers). Highschoolsporten worden traditioneel gedomineerd door jongens. De achterstand van meisjes is flink teruggebracht sinds een gerechtelijke uitspraak in 1972 ('Title IX'), die scholen verbod in hun aanbod onderscheid te maken tussen jongens en meisjes. De noodzaak om het sportaanbod voor meisjes uit te breiden, was een belangrijke reden voor het jarenlange succes van soccer als meisjessport. Overigens is het aantal jongens in highschoolsporten (4,5 miljoen) nog steeds groter dan het aantal meisjes (3,3 miljoen). ●

Pieter Verhoogt is directeur van sporteconomisch adviesbureau Sport2B (www.sport2b.nl). Hij is tevens gastdocent sporteconomie aan de Hogeschool van Arnhem en Nijmegen.