



## The American Way

# Groot, groter, grootst

## De Super Bowl ontleed



Door Pieter Verhoogt

In Europa worden we met EK's, WK's, World Cups en olympische kwalificatietoernooien klaargestoomd voor een sportzomer die z'n climax beleeft rond het EK voetbal in Oostenrijk en Zwitserland en de Olympische Spelen in Peking. Hoe anders is de situatie in Noord-Amerika.

Uiteraard kijken ook veel Amerikaanse sportliefhebbers uit naar de Zomerspelen. Maar hét sportieve hoogtepunt ligt voor Amerika aan het begin van het jaar. In het eerste weekend van februari om precies te zijn, als de jaarlijkse Super Bowl plaatsvindt. De finale om het kampioenschap van de National Football League (NFL) is een evenement van ongekende omvang. Sport en entertainment vloeien dat weekend samen tot wat door velen wordt gezien als *the greatest show on earth*.

Ondanks tarieven van rond de 2 miljoen euro voor een spotje van dertig seconden staan bedrijven in de rij voor de zestig beschikbare spotjes

Het is voor Europeanen moeilijk te bevatten hoe groot de Super Bowl is. Het is veel meer dan een sportevenement. De Super Bowl is een soort nationale feestdag waarop mensen samen met buren en vrienden feesten, eten en toelevan naar de wedstrijd alsof het de jaarwisseling betreft. De wedstrijd zelf is het hoogtepunt van een American football-seizoen en wordt ingeleid met de

finales van de universiteitscompetities en de play-offs, waarin de beste acht NFL-teams uitmaken wie het in de finale tegen elkaar mogen opnemen. Dit jaar waren het de New England Patriots en de New York Giants die elkaar in Glendale (Arizona) bestreden. De New York Giants zegevierden met 17-14.

### Historie

De eerste Super Bowl werd gespeeld in 1967. De jaarlijkse kampioenswedstrijd was één van de uitkomsten van de fusieonderhandelingen tussen de National Football League en zijn voornaamste concurrent, de American Football League (AFL). Sinds de oprichting van de NFL in 1920 had de league diverse rivaliserende competities zien opkomen en ten onder zien gaan. De AFL, ontstaan in 1960, bleek vanaf het begin redelijk succesvol in de strijd om spelers en fans. Na enkele jaren van intensieve concurrentie maakten de twee competities op 8 juni 1966 bekend te gaan fuseren. Het idee was om de winnaars van beide leagues jaarlijks tegen elkaar te laten strijden om de titel 'World Champion of Football'. De wedstrijd zou 'The Big One' gaan heten, maar AFL-grondlegger en Kansas City Chiefs-eigenaar Lamar Hunt stelde gekscherend voor de term Super Bowl te hanteren. Hij baseerde zich daarbij enerzijds op Super Ball, het favoriete spel van zijn zoon, en anderzijds op de finalewedstrijden van het football-seizoen van de universiteiten, die bekendstaan als *bowling games*.

De eerste vier jaar was de fusie nog geen feit en was er eigenlijk sprake van een AFL-NFL World Championship. In de beginjaren vreesde men dat de dominantie van de ervaren NFL-teams de fusie onder druk zou zetten. De eerste twee jaren ging de titel dan ook naar het NFL-team van de Green Bay Packers. Maar het derde jaar bracht één van de grootste verrassingen in de sportgeschiedenis. Het AFL-team van de New York Jets versloeg de favoriet; de Baltimore Colts. En in het vierde jaar was het opnieuw de AFL die zegevierde. De Kansas City Chiefs versloegen in New Orleans de Minnesota Vikings. Na de fusie

programma's in de geschiedenis van Amerika zijn allemaal Super Bowl-wedstrijden. Bovenaan de lijst staat Super Bowl XXX (1996). Maar liefst 138,5 miljoen Amerikanen keken toen naar de wedstrijd tussen de Dallas Cowboys en de Pittsburgh Steelers. De gemiddelde *rating* voor *prime time*-programma's op de vier grote Amerikaanse televisienetwerken is 6,5. Super Bowl XL (2006) kwam tot een *rating* van 41,6. Dat betekent dat bijna een volledige dag (23,88 uur) aan *prime time*-programma's nodig is om een vergelijkbaar publiek te bereiken. De slechtst bekeken Super Bowl sinds 1990, die van 1998, realiseerde een *rating* van 40,2. Een cijfer dat vrijwel onhaalbaar is voor elke andere tv-show, maar is overtroffen door de overige zestien Super Bowls in die periode. Opvallend is ook dat in 2007 meer vrouwen naar de Super Bowl keken (40 miljoen) dan naar de uitreiking van de Oscars (38,9 miljoen).

De Super Bowl is dus een geweldig platform voor adverteerders om in één keer grote groepen consumenten te bereiken. De uitzendingen van de Super Bowl – die rouleren tussen de grote netwerken – zijn dan ook hét commercialhoogtepunt van het jaar. Ondanks tarieven van rond de 2 miljoen euro voor een recla-



Op 3 februari jongstleden wonnen de New York Giants in een overvol stadion en met miljoenen tv-kijkers als getuigen van de New England Patriots.

kgren de eerste vier kampioenswedstrijden met terugwerkende kracht de titels Super Bowls I tot en met IV.

### Televisie

De Super Bowl is met afstand het bestbekeken eendaagse sportevenement ter wereld. Beelden van het evenement worden in 250 landen uitgezonden. Het bureau Initiative Sports Future stelt in zijn *ViewerTrack global trends report 2007* vast dat vorig jaar wereldwijd 97 miljoen mensen naar de Super Bowl XLI keken. Daarmee liet het evenement andere (en in meer landen uitgezonden) top-evenementen als de finale van de UEFA Champions League en de finale van de Rugby World Cup achter zich. De Super Bowl is vooral een Amerikaans mediafenomeen. De tien bestbekeken

mespotje van dertig seconden (circa 65.000 euro per seconde) staan bedrijven in de rij voor de zestig beschikbare spotjes. Sinds computergigant Apple in 1984 de toon zette met een Super Bowl-commercial waarin de Macintosh geïntroduceerd werd, zetten alle grote Amerikaanse merken hun beste beentje voor door veelal met een speciaal voor de Super Bowl ontwikkelde reclamespot te komen.

### Economische impact

De Super Bowl wordt door de NFL toegewezen aan een stad. Drie tot vijf jaar van tevoren wordt bekendgemaakt welke steden zich mogen opmaken om in ieder geval één weekend het centrum van Amerika te zijn. De ingediende *bids* worden door de NFL beoordeeld op de kwaliteit

van het stadion, de capaciteit om een grootschalig evenement te kunnen organiseren en de aantrekkelijkheid van de stad voor toeristen, toeschouwers en sponsors. Dit jaar was Glendale de gelukkige. Voor de volgende jaren staan Tampa, Miami en Arlington al klaar om het stokje over te nemen.

De belangrijkste overweging voor steden om zich kandidaat te stellen, is de grote economische impact die aan de Super Bowl wordt toegekend. Naast de enorme media-aandacht zorgen de tienduizenden welgestelde fans – een kaartje kost 400 à 500 euro en op de zwarte markt minstens het vijfvoudige – vips en sponsors die de stad gedurende enkele dagen bevolken, voor een flinke financiële injectie. Gemiddeld is een Super Bowl goed voor circa 20.000 hotelovernachtingen, meestal tegen een veelvoud van de normale tarieven. De NFL en lokale overheden presenteren regelmatig cijfers waaruit blijkt dat de economische voordelen de organisatiekosten ruimschoots overtreffen. Uit verschillende studies in de periode 1994-2006 blijkt dat de vooraf voorspelde economische impact voor de organiserende steden tussen de 175 en 350 miljoen euro lag. Voor het finaleweekend in Glendale voorzagen onderzoekers 73.000 stadionbezoekers, aangevuld met ongeveer 50.000 fans die zonder kaartje de stad zouden aandoen. Gemiddeld blijven deze mensen vier dagen in de stad. Al met al kan Glendale rekenen op een economische impuls van ongeveer 275 miljoen euro.

Een aantal wetenschappers plaatst echter vraagtekens bij de cijfers die, meestal afkomstig uit lobbydocumenten, zijn opgesteld in de aanloop naar *bid*-processen of Super Bowls. Adere (wetenschappelijke) onderzoeken die na het evenement met de werkelijke cijfers rekenen, komen in de regel op veel lagere bedragen uit. Sporteconoom Robert Baade onderzocht de economische impact van Super Bowls in de periode 1970-2001 en stelde vast dat deze op z'n hoogst een kwart is van de door de NFL gepresenteerde cijfers.

Wat de cijfers ook zijn, Super Bowl Sunday is voor Amerika hét sportmoment van het jaar. En heel, héél misschien komt het Amerikaanse volksfeest in 2012 zelfs naar Europa. NFL-vertegenwoordiger Roger Goodell opperde onlangs dat Londen wat hem betreft een kandidaat is om dat jaar de Super Bowl te mogen organiseren. ●

Pieter Verhoogt studeerde economie aan de Vrije Universiteit Amsterdam en International Business aan San Diego State University. Hij is eigenaar van sporteconoom adviesbureau Sport2B ([www.sport2b.nl](http://www.sport2b.nl)) en docent sporteconomie aan de Hogeschool van Arnhem en Nijmegen.

### De Super Bowl Indicator

Amerikanen houden alle mogelijke statistieken bij – uiteraard ook met betrekking tot de Super Bowl. En wat bleek? Wanneer een ploeg die vroeger in de AFL speelde, de Super Bowl won, daalde de effectenbeurs. Was de winnaar afkomstig uit de oude NFL, dan stegen de koersen de rest van het jaar. Deze Super Bowl Indicator heeft het de afgelopen veertig jaar voor tachtig procent bij het rechte eind gehad.

Tabel 1 Economische impact van de Super Bowl door de jaren heen.

Jaar	Super Bowl	Stad	Voorspelde economische impact (in miljoenen euro's)
1994	XXVIII	Atlanta	174
1995	XXIX	Miami	374
1996	XXX	Phoenix	306
1997	XXXI	New Orleans	197
1998	XXXII	San Diego	286
1999	XXXIII	Miami	350
2000	XXXIV	Atlanta	275
2001	XXXV	Tampa	230
2002	XXXVI	New Orleans	279
2003	XXXVII	San Diego	266
2004	XXXVIII	Houston	290
2005	XXXIX	Jacksonville	258
2006	XL	Detroit	320