


The American Way

Onzekere toekomst voor succesvolle NHL



John Erskine van de Washington Capitals in gevecht met NHL-ster Sidney Crosby (Pittsburgh Penguins) tijdens de play-offs om de Stanley Cup in mei 2009, in het Verizon Center in Washington.



Amerika begint men midden april met de nacompetitie, die pas eindigt in juni met de finale om de Stanley Cup.

Het is voor ijshockeyfans elk jaar weer een rare ervaring. Als de zon aan kracht wint en de lente lekker op gang is, begint in de National Hockey League (NHL) het echte werk pas met de altijd spectaculaire play-offs. De grote Europese ijshockeycompetities (Duitsland, Zweden, Tsjechië) hebben de ontknoping dan al enkele weken achter de rug, maar in Noord-

Het gaat weer goed met de NHL. De league is enkele jaren geleden door een diep dal gegaan. Toen in september 2004 de 'Collective Bargaining Agreement' (een soort cao) tussen de clubs en de spelersvakbond afliep, slaagden beide partijen er niet in overeenstemming te bereiken over een nieuwe afspraak. NHL-commissioner Gerry Bettman zegde de spelersvakbond de wacht aan en schortte de aanvang van het nieuwe seizoen op. Het zou uiteindelijk 310 dagen duren voor men het eens werd over een nieuwe afspraak. Intussen was het seizoen 2004-2005 verstreken zonder dat er ook maar één wedstrijd gespeeld was. In de sterk competitieve Noord-Amerikaanse sportmarkt kwam dat de league duur te staan. Toen de NHL in oktober 2005 weer begon, had de sport flink aan populariteit ingeboet. De *diehards* zorgden weliswaar al snel weer voor volle stadions, maar de gemiddelde sportliefhebber liet de sport links liggen. Dit leidde ertoe dat sportzender ESPN besloot ijshockey te schrappen uit zijn programmering. De NHL resteerde slechts een magere deal met NBC, waarbij de league niet zoals gebruikelijk een lumpsumbedrag ontving, maar een aandeel van vijftig procent in de reclame-inkomsten die NBC met zijn ijshockeyprogramma's wist te realiseren. Inmiddels heeft de NHL een aanvullend contract met mediabedrijf Versus ter waarde van circa 70 miljoen dollar per jaar.

Toeschouwerrecords

Ijshockey heeft de weg naar boven echter weer gevonden,

vooral dankzij de snelgroeïende populariteit van twee jonge super-talenten. Sidney Crosby, spelend voor de Pittsburgh Penguins, en Alexander Ovechkin van de Washington Capitals vullen met hun weergaloze spel vrijwel dagelijks de highlights-overzichten. Beide spelers lijken in de voetsporen te kunnen treden van grootheden als Wayne Gretzky en Mario Lemieux. De league spint in elk geval garen bij de hype rond deze tovenaars. Het huidige seizoen leverde (in de reguliere competitie) voor het vierde jaar op rij een toeschouwerrecord op. Maar liefst 21,5 miljoen mensen bezochten de afgelopen maanden één van de 1.230 NHL-wedstrijden, goed voor een gemiddelde van 17.460 toeschouwers per wedstrijd. De Chicago Blackhawks voerden de ranglijst aan met een gemiddelde van 21.783 bezoekers. Zeven van de dertig teams speelden al hun veertig thuiswedstrijden voor een uitverkocht huis, zes andere waren zo goed als uitverkocht. Ook bij de vier wedstrijden die de NHL dit seizoen in Europa speelde (twee keer Ottawa Senators versus Pittsburgh Penguins in Stockholm, en twee keer New York Rangers versus Tampa Bay Lightning in Praag), was er geen stoeltje meer vrij.

Het succes van de NHL blijkt ook uit de toegenomen waarde van de NHL-franchises. Het blad *Forbes* becijferde dat in het seizoen 2007-2008 de Toronto Maple Leafs voor het derde achtereenvolgende jaar het meest waardevolle team waren. De club is naar schatting 448 miljoen dollar waard. De New York Rangers kwamen op de tweede plek met een waarde van 411 miljoen dollar. De eige-

naar van de Maple Leafs, het leraar-pensioenfonds van Ontario, voorziet tot 2011 een stijging van de inkomsten uit kaartverkoop van dertig procent tot 166 miljoen dollar. De winst zal dat jaar naar verwachting 105 miljoen dollar bedragen. In de drie jaar dat ze de lijst aanvoeren, hebben de Maple Leafs overigens geen enkele keer de play-offs gehaald.

Sportzender ESPN besloot ijshockey te schrappen uit zijn programmering; de NHL resteerde slechts een magere deal met NBC

Wedstrijden in de buitenlucht

De NHL is zich bewust van zijn positie op de Noord-Amerikaanse sportmarkt. Ijshockey is het kleinste jongetje van de klas, op flinke afstand van basketbal (NBA), honkbal (MLB) en American football (NFL). Er moet dus hard worden gewerkt om de fans aan de sport te binden en ze de portemonnee te laten trekken. De NHL is daarom voortdurend op zoek naar aansprekende innovaties. Zo heeft de populariteit van de sport een stevige impuls gekregen door het organiseren van enkele wedstrijden in de buitenlucht. Met deze *outdoor games* grijpt de NHL terug op de historie van de sport en creëert ze tegelijk een modern

mega-evenement, met toeschouwersaantallen (en kijkcijfers!) die elke reguliere wedstrijd ver overtreffen.

Ijshockey is het kleinste jongetje van de klas, op flinke afstand van basketbal (NBA), honkbal (MLB) en American football (NFL)

Op 1 januari 2008 vond in een besneeuwd New York de 'NHL Winter Classic 2008' plaats. Dankzij een goal van Sidney Crosby versloegen de Pittsburgh Penguins de Buffalo Sabres voor de ogen van 72.000 dolenthousiaste fans. Een jaar later kwamen op nieuwjaarsdag bijna 41.000 mensen naar het honkbalstadion Wrigley Field van de Chicago Cubs, dat voor de gelegenheid was omgebouwd tot ijshockeystadion. De strijd ging tussen twee aartsrivalen, de Chicago Blackhawks en de Detroit Red Wings. De ploeg uit Detroit, de stad die zichzelf ziet als 'Hockeytown USA', zegevierde met 6-4.

Databasemarketing

Daarnaast tracht de NHL, net als de overige profleagues, voordeel te behalen uit de mogelijkheden van nieuwe media. Recent maakte de league bekend dat door databasemarketing het aantal kijkers naar 'NHL Gamecenter' – het deel van de website www.nhl.com waar tegen betaling live wedstrijden kunnen worden bekeken – met vijftig procent is toegenomen. In de eerste vijf dagen van de play-offs verdiende de NHL op deze manier 100.000 dollar, tegenover 40.000 in 2008. Hoewel het nog om marginale bedragen gaat, ziet de NHL de groei als een bewijs dat ze er met gerichte acties in slaagt verloren fans terug te winnen.

Tijdens de play-offs heeft de league dit jaar voor het eerst een dagelijkse *pre-game show* op zijn website. De show is onderdeel van een groter programma met de naam 'thePORTAL', dat speciaal voor de play-offs is ontwikkeld en wedstrijd-informatie, statistieken en live persconferenties aanbiedt. De NHL gebruikt 'thePORTAL' om fans aan te moedigen play-off-wedstrijden tegelijkertijd op televisie én via internet te volgen. Om dit kijkgedrag te stimuleren biedt ze bijvoorbeeld de mogelijkheid om via internet mee te kijken met de scheidsrechters wanneer deze tijdens de wedstrijd een discutabele goal op video terugkijken. Ook kunnen de fans via 'thePORTAL' live-beelden bekijken vanuit de NHL-videoruimte, en naar interviews luisteren met officials die de betreffende goals commentariëren.

Dun ijs

De NHL heeft de afgelopen jaren dus grote stappen voorwaarts gezet. Maar het succes is gebouwd op dun ijs en de toekomst van de league is onzeker. De recente recessie lijkt de sport hard te raken. Harder dan de andere sporten. Dat zit 'm allereerst in het ontbreken van een goed tv-contract. Waar de NFL jaarlijks 2,2 miljard dollar aan mediaopbrengsten incasseert, en ook de NBA en MLB stevige tv-deals hebben, genereert de NHL uit zijn contracten met NBC en Versus slechts bescheiden inkomsten. Daardoor blijven ook de totale inkomsten van de league achter. De NFL, MLB en NBA zetten jaarlijks respectievelijk 6,5 miljard, 6 miljard en 3,5 miljard dollar om; de NHL komt niet verder dan een magere 2,5 miljard. Het ijshockey is daardoor gevoeliger voor financiële tegenvallers.

Daarnaast heeft de NHL te maken met een aantal traditioneel zwakke ijshockeymarkten. Florida, Arizona, Texas en Californië huisvesten zeven NHL-teams met structurele bestaansproblemen. En ook de sterke Canadese ijshockeymarkt – de zes Canadese teams maakten vorig seizoen samen 150 miljoen dollar winst – staat onder druk door de val van de Canadese dollar ten opzichte van de Amerikaanse dollar. Daardoor verschuift het zwaartepunt van de league naar de minder sterke Amerikaanse markt. Tot slot heeft de league te kampen met meer eigenaarswisselingen dan de andere sportleagues, wat de continuïteit niet ten goede komt.

De spanning en sensatie van de play-offs kunnen niet verhullen dat de NHL een onzekere tijd tegemoet gaat

De spanning en sensatie van de play-offs kunnen dus niet verhullen dat de NHL een onzekere tijd tegemoet gaat. Is de populariteit van Crosby en Ovechkin sterk genoeg om de recessie te weerstaan en verdere groei te realiseren, of leidt de huidige crisis tot een nieuwe sportieve en economische terugval? De tijd zal het leren. Nu eerst genieten van de finale van de Stanley Cup! ●

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