



The American Way

“There is no business like college sports business”

De commerciële amateursport van de NCAA

De Nederlandse turner Epke Zonderland behoort tot de absolute wereldtop. Toch kreeg hij onlangs te horen dat hij niet welkom was in het turnteam van de Amerikaanse Penn State University. Vond men hem niet goed genoeg? Nee, verre van dat. Maar men twijfelde of Zonderland wel een echte amateur was. Een opmerkelijke afwijzing van een universiteit waarvan de *athletic department* jaarlijks ruim 90 miljoen dollar genereert, en die haar football-coach een jaarsalaris van ruim 1 miljoen dollar betaalt. Tijd voor een kijkje in de ‘big business of college sports’



Door Pieter Verhoogt

Wie de Noord-Amerikaanse sportmarkt door een economische bril bekijkt, ziet in eerste instantie de dominantie van drie grote sportleagues. De NFL (American football) is de onbetwiste nummer één, MLB (honkbal) en NBA (basketbal) vechten om de tweede plaats. De vierde plek, op ruime afstand, is traditioneel voor de NHL (ijshockey), maar volgens sommigen inmiddels voor NASCAR (autoracen). In tweede instantie valt op dat in dit rijtje ook de NCAA thuisheert, het overkoepelend orgaan van de Amerikaanse studentensport. Hoewel de wereld van sportende studenten te boek staat als pure amateursport, gaan in dit uiterst populaire segment van de sportmarkt bedragen om die niet onderdoen voor de grote professionele sportleagues.

Gerommel

De NCAA (spreek uit ‘N-C-double A’) is in 1906 opgericht als de Intercollegiate Athletics Association of the United States (IAAUS). Nadat de zoon van de toenmalige president Theodore Roosevelt tijdens een football-wedstrijd op Harvard zijn sleutelbeen brak, werd het de president duidelijk hoeveel zware en zelfs dodelijke blessures er voorkwamen in het *college football*. Hij bracht daarop de presidenten van enkele toonaangevende universiteiten bij elkaar om via regelgeving de veiligheid van de studentensport te verbeteren. Hieruit ontstond de IAAUS, die in 1910 zijn naam zou wijzigen in NCAA.

In de jaren twintig was het aantal bij de NCAA aangesloten universiteiten flink toegenomen en had de organisatie haar *scope* verbreed van alleen football tot vrijwel alle aangeboden *college-sporten*. De NCAA ontwikkelde zich zo tot een nationale koepel boven de traditionele regionale *conferences*, sportleagues waarin zo’n acht tot twaalf universiteiten zich op vrijwillige basis hadden verenigd en gedurende het jaar in diverse sporten tegen elkaar uitkwamen. In 1922 hield de NCAA zijn eerste nationale kampioenschappen (atletiek). In de volgende decennia ontwikkelde ze zich tot dé centrale organisatie voor alle universiteitssporten en -competities.

Maar intern rommelde het behoorlijk. Sommige universiteiten zagen in sportieve prestaties een middel om zich te profileren in de competitieve Amerikaanse onderwijsmarkt. Kampioenschappen leverden naamsbekendheid op en zorgden voor een ‘winnersimage’. Dit leidde tot het ontstaan van ‘sportuniversiteiten’, die met aanzienlijke sportbudgetten en optimale faciliteiten de kans op sportief succes probeerden te vergroten. De oplopende krachtsverschillen binnen de NCAA leidden tot continue spanning.

De verschuiving van de macht richting de universiteiten en *conferences* – in combinatie met de toenemende concurrentie op de televisiemarkt – zorgde ervoor dat *college-sporten* vanaf de jaren negentig te maken kregen met een enorme inkomstenstijging

Eigen tv-contracten

In 1973 besloot de NCAA daarom een gelaagd competitie-model te introduceren. De drie divisies werden simpelweg I, II en III genoemd. Divisie III was voor universiteiten met beperkte sportieve ambities en budgetten, divisie I voor de meest competitieve instellingen. De spanningen bleven echter bestaan. Vooral de universiteiten die financieel fors inzetten op American football (dé *college-sport*) waren van mening dat “big time football” een speciale status verdiende. Een heet hangijzer hierbij was het televisiebeleid van de NCAA. De koepel sloot eigenhandig de nationale televisiecontracten en stond bovendien een maximum van twee tv-wedstrijden per universiteit toe.

De onvrede kwam in 1977 tot een uitbarsting. Enkele toonaangevende sportuniversiteiten richtten de College Football Association (CFA) op en dreigden de NCAA te verlaten wanneer zij niet meer autonomie kregen. De NCAA kwam de CFA enigszins tegemoet, maar liet veel zaken ongemoeid. Daaronder ook de door de CFA bekritiseerde lopende afspraken over de televisie-inkomsten en de gelijke verdeling daarvan onder alle aangesloten instellingen. Uit onvrede over

deze gang van zaken sloot de CFA in 1980 een eigen televisiecontract met NBC. De NCAA reageerde furieus en dreigde de CFA-leden uit te sluiten van alle sportcompetities. De CFA daagde daarop de NCAA voor de rechter. Die oordeelde in 1984 in het nadeel van de NCAA en opende daarmee de deur voor individuele universiteiten en *conferences* om hun eigen televisiecontracten af te sluiten, wat sindsdien ook de gebruikelijke gang van zaken is in het *college football*.

The business of college sports

De verschuiving van de macht richting de universiteiten en *conferences* – in combinatie met de toenemende concurrentie op de televisiemarkt – zorgde ervoor dat *college-sporten* vanaf de jaren negentig te maken kregen met een enorme inkomstenstijging. Het werd *big business*. Zo sloot de sterke Southeastern Conference (SEC), met traditionele *powerhouses* als de University of Florida, Ole Miss, LSU en Alabama, in augustus 2008 een vijftienjarig contract met ESPN voor maar liefst 2,25 miljard dollar. Dit betekent voor de twaalf aangesloten universiteiten een jaarlijkse inkomstenbron van 15 tot 17 miljoen dollar. In alle andere NCAA-sporten is nog steeds sprake van collectieve nationale tv-contracten, waarvan de opbrengsten worden verdeeld onder alle aangesloten universiteiten. Het basketbal is daarbij in feite de enige inkomstenbron. Maar wel een goede. Het in 2002 tussen de NCAA en CBS afgesloten elfjarige contract levert de koepel en de aangesloten leden een bedrag op van maar liefst 6 miljard dollar.

Naast mediacontracten vormen ook ticketverkoop, merchandising, sponsoring en vooral donaties belangrijke inkomstenbronnen voor de universiteiten. De populariteit van het *college football* is enorm. Topuniversiteiten beschikken over enorme stadions die bij thuiswedstrijden vrijwel zonder uitzondering flink gevuld zijn. Een extreem voorbeeld, maar de laatste keer dat de University of Michigan tijdens één van haar thuiswedstrijden minder dan 100.000 toeschouwers trok, was op 25 oktober 1975! De Michigan Wolverines hebben bij hun thuiswedstrijden in ‘The Big House’ een bezoekersgemiddelde van 106.500 per wedstrijd. Net als de University of Tennessee overigens. In 1999 trokken de NCAA Division I football-wedstrijden in totaal 39,5 miljoen toeschouwers. Dat was meer dan de Engelse Premier League, First, Second en Third division bij elkaar (38 miljoen). Nog een bizar voorbeeld. Op 21 april 2007 zat er een recordaantal van 92.000 fans in het Bryant-Denny Stadium van de Universi-



FOTO: ANP PHOTO

ty of Alabama. Zij kwamen kijken naar de laatste training van hun Crimson Tide en de nieuwe topcoach Nick Saban, die voor een jaarsalaris van 4 miljoen dollar was weggevoerd uit de NFL. Enkele dagen later ontvingen de Ohio State Buckeyes bij hun laatste training 72.000 toeschouwers.

Ondanks sportbudgetten van tussen de 70 en 100 miljoen dollar slaagt slechts een handvol universiteiten erin over het volledige sportaanbod een plus te genereren en zo vanuit de *athletic department* andere faculteiten te subsidiëren

Booster clubs

Waar het gaat om merchandising-inkomsten wordt de toon gezet door de universiteit van Texas. De Longhorns verdienen jaarlijks ruim 8 miljoen dollar aan de verkoop van spullen met hun logo erop. De meest opvallende inkomstenbron is echter de enorme stroom aan donaties die universiteiten jaarlijks mogen ontvangen van met name bemiddelde alumni. Het is een typisch Amerikaanse eigenschap om ruimhartig de knip te trekken voor universiteiten in het algemeen, en hun *athletic department* in het bijzonder. ‘Booster clubs’, organisaties bestaand uit ‘vrienden van’ die zich richten op het genereren van ad-

ditionele geldstromen, bezorgen universiteiten jaarlijks honderden miljoenen aan extra inkomsten. Wie met een Europese *mindset* een wandeling maakt over het sportcomplex van een gerenommeerde sportuniversiteit, staat versteld van de omvang en kwaliteit van de beschikbare accommodaties. Hebben we het hier over amateursport? Over studentensport? Een bezoek aan een aansprekende sportuniversiteit, zoals de University of Michigan, geeft een aardig idee van de hoogwaardige sportinfrastructuur. Dat kan ook via het web (kijk op www.mgoblue.com/facilities). Op zo’n sportcomplex zijn straten, velden en hallen vernoemd naar de gulle geldschietters die met hun donaties van honderdduizenden of miljoenen dollars de aanleg of renovatie mogelijk hebben gemaakt. De University of Florida (‘the Gators’) mag via de Gator Boosters jaarlijks 35 tot 40 miljoen dollar incasseren. Het merendeel van dat bedrag komt uit de jaarlijkse contributie die de 13.000 leden van de Boosters betalen (minimaal vijftig dollar). Maar wie echt wat wil betekenen, sluit zich aan bij de Bull Gators. De kosten? Een kleine 20.000 dollar per jaar. Veel geld? De Bull Gators hebben inmiddels ruim 900 leden!

De grote sportuniversiteiten werken met sportbudgetten van tussen de 70 en 100 miljoen dollar. Koploper is Ohio State University. In 2006 werkte de *athletic department* aldaar met een budget van 105 miljoen dollar. Tabel 1 bevat een overzicht van de top tien. Football en basketbal zijn de enige sporten die inkomsten genereren. De overige 22 onder NCAA-vlag georganiseerde sporten kosten vooral geld en worden mede in stand gehouden met de football- en basketbalinkomsten. Slechts



De Ohio State Buckeyes betreden het veld van Ohio Stadium (Columbus, Ohio) voor hun wedstrijd tegen de Michigan Wolverines. Op college football komen enorme aantallen bezoekers af.

een handvol universiteiten slaagt erin over het volledige sportaanbod een plus te genereren en zo vanuit de *athletic department* andere faculteiten te subsidiëren. In de meeste gevallen moet er echter geld bij. Veel geld, want in de moordende concurrentiestrijd om de beste *high school*-talenten zijn het vooral de kwaliteit van de faciliteiten en de *coaching staff* waarmee potentiële rekruten kunnen worden geïmponeerd.

In de keiharde concurrentiestrijd gaan coaches en rekruteerders tot het uiterste om talenten zo ver te krijgen een *letter of intent* te tekenen

Recruiting

Als iets bepalend is voor sportief succes in de NCAA, is het wel de rekrutering. De kunst om jonge sporttalenten te beïnvloeden bij het maken van hun universiteitskeuze is van cruciaal belang voor het succes van een universiteit en de houdbaarheid van een hoofdcoach. Waar kleinere universiteiten zich in hun zoektocht naar talent concentreren op de eigen staat of regio, zoeken de grote football- en basketbaluniversiteiten het hele land af naar toekomstige topspelers. Daarbij gaat het niet zozeer om het ontdekken van nieuwe talenten – die zijn via de media en speciale rekruteringsbedrijven bij iedereen bekend – maar vooral om het verkrijgen van een voorkeurspositie ten opzichte van de concurrentie. Jonge talenten krijgen tegen

het eind van hun *high school*-carrière aanbiedingen van diverse universiteiten. Die aanbiedingen mogen volgens de strenge regels van de NCAA niet meer omvatten dan een *full scholarship*: de kosten van studie, kost en inwoning.

De *recruiting*-regels van de koepel gaan ver. In zijn streven ook universiteiten met kleinere sportbudgetten een kans te geven, heeft de NCAA gedetailleerde voorschriften opgesteld voor het contact tussen universiteiten en hun potentiële rekruten. Zo ligt vast hoe vaak, hoe lang en vanaf wanneer persoonlijk contact tussen coach en rekrut is toegestaan en hoe ver men mag gaan bij het in de watten leggen van een speler en zijn familie. Overtreding van deze regels leidt onherroepelijk tot sancties tegen de universiteit en de *coaching staff*. In de keiharde concurrentiestrijd gaan coaches en hun rekruteerders echter tot het uiterste in hun pogingen om talenten zo ver te krijgen een *letter of intent* (LOI) te tekenen, een toezegging om zich na het behalen van hun *high school*-diploma bij de betreffende universiteit aan te melden.

Domino-effect

De periode vlak voor de deadline waarop de LOI's bij de NCAA binnen moeten zijn, is voor de *coaching staff* vaak de zwaarste van het seizoen. Topuniversiteiten mikken jaarlijks op enkele tientallen nieuwe talenten. In een soort effectenbeursfeer trachten zij in te spelen op de continue stroom van berichten over spelers die hun definitieve keuze voor een bepaalde universiteit hebben gemaakt. Sommigen veranderen op het laatste moment nog van gedachten, wat een domino-effect heeft bij de rekruteerders. Alternatieven worden afgewogen, kansen worden ingeschat, namen vallen af, en eerder afgeschreven

talenten blijken ineens toch nog beschikbaar. Eindeloos worden video's bekeken en wordt er gebeld met scouts, spelers, *high school*-coaches en andere informanten om er zeker van te zijn dat het beschikbare aantal *scholarships* optimaal wordt ingezet. Coaches vliegen kriskras door het land om met een laatste charmeoffensief twijfelaars over de streep te trekken. Diverse universiteiten beschikken mede hiervoor over privévliegtuigen. De University of Tennessee gaf de afgelopen drie jaar gemiddeld 1,5 miljoen euro per jaar uit aan het *recruiting*-proces. In college-sporten is de strijd om talenten minstens zo belangrijk als de strijd om de bal.

In college-sporten is de strijd om talenten minstens zo belangrijk als de strijd om de bal

Ook gedurende het seizoen dienen coaches en studenten zich aan strenge NCAA-richtlijnen te houden. Zo dienen studenten een minimumaantal vakken te volgen en moeten hun cijfers boven een bepaald minimum blijven. Indien zij hieraan niet voldoen, verliezen zij vrijwel direct hun speelgerechtigdheid. Ook het aantal gezamenlijke trainingssuren is aan een maximum gebonden. Hoewel de NCAA beweert dat deze regels bedoeld zijn om de sportieve gelijkheid tussen de instellingen te bevorderen, is een prettig bijkomend effect dat zij voor alle instellingen een kostenbeperkende werking hebben.

Bowls en championships

De rechtszaak die in het college football leidde tot meer autonomie voor de individuele universiteiten en *conferences*, zorgde tegelijk voor een sportief probleem. In tegenstelling tot de andere sporten ontbreekt het in het college football aan een landelijke, door de NCAA georganiseerde play-off om het nationale kampioenschap. De reguliere competitie (twaalf wedstrijden) wordt weliswaar afgesloten met diverse *bowls*, maar dit zijn commerciële toetjes die van oorsprong niet bedoeld zijn om een nationale kampioen aan te wijzen. Dat laatste gebeurde jarenlang op basis van een tweetal *polls* (enquêtes): één onder sportjournalisten en één onder coaches. Zij stelden wekelijks een ranglijst op aan de hand van de uitslagen en kwaliteit van de tegenstanders. Indien beide *polls* aan het einde van het seizoen een andere nummer één opleverden, werden beide topteam tot nationaal kampioen gekroond.

College sports is amateursport. Studenten zijn de spil in een miljardenindustrie, maar krijgen daarvoor zelf maximaal een studiebeurs

De NCAA en een groot deel van het publiek willen graag een play-off om objectief vast te stellen welk team het sterkst is. Maar de sterke *conferences* en de *bowl*-organisatoren weigeren halsstarrig hieraan mee te werken. Als reactie op de NCAA-plannen voor een nationale play-off ontwikkelden zij een alternatieve opzet. Van 1998 tot 2005 vormden de vier toonaangevende *bowls* – de Fiesta Bowl, Orange Bowl, Sugar Bowl en Rose Bowl – de Bowl Championship Series (BCS). Zij bepaalden afwisselend de nationale kampioen. Vanaf 2006 is er sprake van een vijfde *bowl*, de BCS National Championship Game, die afwisselend op de locatie van één van de vier BCS-wedstrijden wordt gehouden, één week na deze BCS-*bowl*. In de BCS National Championship Game strijden de twee beste teams van het seizoen (nog steeds op basis van *polls* en *computer rankings*) met elkaar om de titel.

Naast de vijf BCS-wedstrijden, waarin altijd de kampioenen van de belangrijkste *conferences* uitko-

men, is er een hele serie *bowls* waarin universiteiten op uitnodiging tegen elkaar uitkomen. De afsluitende *bowls* vormen voor universiteiten ook financieel een prettige afsluiting van het seizoen. De vijf BCS-*bowls* hebben jaarlijks elk 17 miljoen dollar te verdelen tussen de winnaar en de verliezer. Voor de overige *bowls* lopen de bedragen uiteen van 300.000 tot 3 miljoen dollar.

Raar contrast

We zouden het bijna vergeten, maar college sports is amateursport. Studenten mogen naast hun studiebeurs geen sportgerelateerde inkomsten hebben. Zij trainen en leven als professionele atleten, beschikken over hypermoderne faciliteiten, reizen met gecharterde vliegtuigen naar uitwedstrijden en spelen hun wedstrijden voor tienduizenden toeschouwers en miljoenen televisiekijkers. Ze zijn de spil in een miljardenindustrie, en krijgen daarvoor zelf maximaal een studiebeurs.

Natuurlijk kunnen ze zich dankzij de geweldige faciliteiten en topcoaches ontwikkelen tot succesvolle atleten. De Big 10 Conference was in Peking vertegenwoordigd door ruim honderd atleten en coaches afkomstig uit 28 verschillende landen en uitkomend in zeventien sporten. Ze waren goed voor dertig medailles, waaronder zestien gouden. En talentvolle basketballers en footballers hebben via hun sportieve schoolprestaties kans op miljoenencontracten in de NFL of de NBA. Maar het blijft een raar contrast, enerzijds het haast maniakale toezicht door de NCAA op de amateurstatus van college-atleten, waarbij het accepteren van een handjevol dollars leidt tot een maandenlange schorsing, en anderzijds de ongebreidelde miljardenbusiness die met deze 'amateursporten' gemoeid is. *There is no business like college sports business.* ●

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

Tabel 1 Inkomsten *athletic department* (in miljoenen dollars).

Universiteit	Inkomsten
Ohio State University	104,7
University of Texas	97,8
University of Virginia	92,7
University of Michigan	85,5
University of Florida	82,4
University of Georgia	79,2
University of Wisconsin	78,9
University of Notre Dame	78,2
Texas A&M University	70,9
Penn State University	70,5