



## The American Way

# World Wrestling Entertainment: sportief showspektakel

## Eén familie houdt professioneel worstelen in commerciële greep

Sport en entertainment – er is geen sport waar deze twee elementen zo zijn verweven als in het Noord-Amerikaans professioneel worstelen. Voor buitenstaanders is het een bizar en onbegrijpelijk fenomeen. Grote, sterke kerels verkleed als cowboy, Tarzan of Chippendale, die elkaar met veel bombarie in een boksring te lijf gaan.



Door Pieter Verhoogt

Spelregels lijken niet te bestaan. Slaan, schoppen, kopstoten en verwurgingen zijn toegestaan, evenals het gebruik van knuppels, stoelen, brandblussers en andere zaken die van pas komen in een lijf-aan-lijfgevecht. En dit alles voor uitpuilende tribunes met duizenden uitzinnige toeschouwers en miljoenen televisiekijkers.

Welkom in de wereld van World Wrestling Entertainment (WWE), een van de meest commerciële sportcompetities ter wereld, gerund door de gelijknamige sportonderneming WWE Inc. Hoe je ook oordeelt over de competitie, één ding moet je het management van WWE nageven: ze zijn erin geslaagd een enigszins obscure sport te ontwikkelen tot een geweldig mediaspektakel. Het is show, show en nog eens show. Alles is strak geregiseerd volgens gedetailleerde scripts en verhaallijnen. Van de types die de worstelaars spelen tot de hitsige interviews waarin opponenten al weken voorafgaand aan een gevecht de onderlinge spanning opbouwen. Van de licht- en geluidshow bij de entree van de worstelaars in de ring tot de zorgvuldig geplande gevechten waarin de atleten met indrukwekkende technieken de strijd met elkaar aanbinden, maar waarbij vooraf al vaststaat hoe het gevecht gaat verlopen en wie er zegeviert. Het publiek vindt het fantastisch en laat de kassa bij WWE flink rinkelen. Worstelen is een miljardenbusiness.

Slaan, schoppen, kopstoten en verwurgingen zijn toegestaan, evenals het gebruik van knuppels, stoelen, brandblussers en andere zaken die van pas komen in een lijf-aan-lijfgevecht

### Hoe het allemaal begon

WWE Inc. is een media-, sport- en entertainmentbedrijf dat zich specialiseert in het organiseren en exploiteren van worstel-

nementen. De belangrijkste inkomstenstromen genereert het bedrijf met de verkoop van televisieprogramma's en video's en het verlenen van licenties voor WWE-merchandising. In 2007 haalde de onderneming, waar naast de worstelaars 560 mensen werkzaam zijn, een omzet van 486 miljoen dollar. De nettowinst in dat jaar bedroeg 52 miljoen dollar. De onderneming is beursgenoteerd en heeft een waarde van circa 1,3 miljard dollar. WWE Inc. wordt sinds de oprichting gerund door de McMahon-familie, die nog altijd ongeveer zeventig procent van de aandelen bezit.

Vince junior haalde zich de woede van de worstelwereld op de hals met het besluit om WWF-televisieprogramma's ook buiten het traditionele WWF-gebied uit te zenden

Het bedrijf heeft zijn roots in het begin van de vorige eeuw. Roderick McMahon begon in 1926 met het organiseren van bokswedstrijden in Madison Square Garden in New York. Hij ontmoette daar de professionele worstelaar Raymond Mondt. Hij had een nieuwe vorm van worstelen ontwikkeld, die hij 'Slam Bang Western Style Wrestling' noemde. Mondt en McMahon richtten samen een promotiebureau op onder de naam Capitol Wrestling Corporation (CWC). In 1953 nam zoon Vince J. McMahon het werk van zijn vader over. De jonge McMahon bleek een commercieel genie en de CWC ontwikkelde zich tot de grootste worstelpromotor in het noordoosten van Amerika. Eind jaren zestig nam Mondt afscheid van het bedrijf en de worstelcompetitie. Daarmee begon de alleenheerschappij van de McMahon-familie, die de sport tot op de dag van vandaag in zijn commerciële greep houdt.

In de jaren tachtig raakte de worstelsport in een stroomversnelling. Dat gold ook voor het bedrijf van McMahon, dat verder ging onder de naam World Wrestling Federation (WWF). De sport kwam onder die naam via de zender Sky Sport ook in Nederland op de buis. En er volgde opnieuw een generatiewisseling. In 1982 droeg Vince J. McMahon



Hulk Hogan was jarenlang het symbool van de rebelse World Wrestling Foundation en was de commerciële kurk waar het bedrijf op dreef.

het eigendom van de WWF over aan zijn zoon Vince K. McMahon. De jongste telg zou het worstelen voor altijd veranderen. Vince junior had al vroeger door dat het bij professioneel worstelen meer om de show gaat dan om sport. Hij voelde zich dan ook niet gebonden aan de regels en gedragscodes van de traditionele worstelwereld. Hij haalde zich de woede van de worstelwereld op de hals met het besluit om WWF-televisieprogramma's ook buiten het traditionele WWF-gebied (Noordoost-Amerika) uit te zenden. Met zijn *coast-to-coast*-aanpak ging hij de rechtstreekse confrontatie aan met andere regionale worstelpromotors. Bovendien gebruikte hij de inkomsten uit televisierechten, advertenties en de verkoop van video's om talentvolle worstelaars weg te

lokken bij de concurrentie. André the Giant, Jimmy 'Superfly' Snuka, Ricky Steamboat, Jesse 'The Body' Ventura en Roddy Piper: één voor één wist hij alle grote namen te bewegen toe te treden tot de WWF. McMahons grootste stunt was het binnenhalen van Hulk Hogan – een van de weinige worstelaars die, dankzij zijn rol in *Rocky III*, landelijke bekendheid genoot. Hogan werd jarenlang het symbool van de rebelse WWF en was de commerciële kurk waar het bedrijf op dreef. Het vrijbuitersimago van de nog jonge WWF werd onderstreept door het feit dat veel van de WWF-programma's in deze periode werden uitgezonden door het eveneens 'wilde' MTV. Men sprak wel van de 'Rock 'n Wrestling Connection'.

### WrestleMania

McMahon had grootse plannen met de WWF. Hij wilde zijn afzetmarkt uitbreiden en niet alleen *diehard* worstelfans aanspreken. De competitie moest een breed publiek bereiken. Onder zijn strakke leiding trok de WWF met zijn evenementen heel Amerika door. Om deze tour te kunnen financieren kwam hij met een revolutionaire idee: *WrestleMania*, een megaworstelevenement dat middels *pay-per-view* was te volgen en dat door McMahon werd aangeprezen als de Superbowl van het worstelen. Om een breed publiek te trekken besteedde McMahon veel aandacht aan de omliggende showelementen. Zo nodigde hij be-

Zie verder pag. 31

## The American Way

Vervolg van pag. 29

roemdheden uit een bijdrage te leveren aan de show, zoals Muhammad Ali, Mr. T (B.A. in de toen populaire televisieshow *The A-Team*) en Cindy Lauper.

De eerste editie van WrestleMania vond plaats in 1985 in Madison Square Garden in New York. Het werd een ongekend succes. Het evenement wordt wel beschouwd als het debuut van wat McMahon "sports entertainment" noemde en vormde het begin van een gouden tijdperk voor de WWE. Worstelen in het algemeen, maar de WWE in het bijzonder, was *hot*. De introductie van het wekelijkse worstelprogramma *Saturday Night's Main Event* op NBC betekende de terugkeer van het worstelen op nationale televisie. En McMahon was er meester in deze belangstelling om te zetten in klinkende munt. Hij was in de groeiperiode niet te beroerd om televisiemaatschappijen te betalen voor het uitzenden van WWE-programma's. Maar tegelijk liet hij alle WWE-programma's toewerken naar het jaarlijkse WrestleMania-mega-evenement, een *pay-per-view*-programma waarvoor kijkers een aparte *fee* moesten betalen. WrestleMania III wordt door velen gezien als het hoogtepunt in de worstelgeschiedenis. Op 29 maart 1987 kwamen ruim 80.000 mensen naar de Pontiac Silverdome in Michigan kijken om te zien hoe Hulk Hogan zijn WWF-titel behield door André The Giant te verslaan.

Midden jaren negentig kwam de WWF in een dal terecht. Er waren beschuldigingen van drugs, doping en seksuele intimidatie. Het plotselinge overlijden van enkele WWF-worstelaars en bekenissen van enkele atleten over hun dopinggebruik stelden de WWF in een kwaad daglicht. De teruglopende populariteit deed de inkomsten sterk afnemen, terwijl rechtszaken en schadeclaims handenvol geld kostten. Bovendien vertrokken diverse worstelaars en hun managers, onder wie Hulk Hogan en Randy Savage, naar concurrerende worstelcompetities. Het voortbestaan van de WWF hing aan een zijden draadje.

### Back in business

Om het tij te keren bedacht McMahon een nieuwe strategie. De WWF werd gewelddadiger. Er werd meer gevloekt en de worstelaars zochten tijdens interviews, promotievideo's en gevechten nadrukkelijk de gedragsgrenzen op. De nieuwe aanpak werkte. Bezoekers en kijkers kwamen terug en in 1999 was WWF *back in business* met de lancering van *SmackDown!*, een wekelijkse worstelprogramma. Hetzelfde jaar bracht McMahon een deel van zijn bedrijf – inmiddels omgedoopt tot World Wrestling Entertainment (WWE) na een juridische strijd met het World Wildlife Fund over de initialen WWF – naar de beurs. WWE boekte ook een ander aan-



sprekend succes. Uitgeput van de harde concurrentiestrijd gooiden de eigenaren van de concurrerende World Championship Wrestling de handdoek in de ring. Voor rond de 7 miljoen dollar verkochten zij hun bedrijf aan McMahon. WWE was nu de grootste worstelpromotor ter wereld. In 2003 nam McMahon ook nog het failliete Extreme Championship Wrestling over.

Om deze tour te kunnen financieren kwam hij met een revolutionair idee: *WrestleMania*, een megaworstel-evenement dat middels *pay-per-view* was te volgen en dat door McMahon werd aangeprezen als de Superbowl van het worstelen

Door beide overnames was de worstelstal van WWE zo groot geworden, dat besloten werd naast *SmackDown!* een tweede (*Raw*, 2002) en derde (*Extreme Championship Wrestling*, 2006) competitie in het leven te roepen. Bovendien werd door de jaren heen naast *WrestleMania* vier nieuwe mega-events leven ingeblazen: *SummerSlam*, *Survivor Series*, *Cyber Sunday* en

Royal Rumble. Bij deze evenementen treden atleten uit alle competities op.

Midden jaren negentig kwam de WWF in een dal terecht – er waren beschuldigingen van drugs, doping en seksuele intimidatie

De WWE-economie floreert momenteel als nooit tevoren. In het slechte beursjaar 2007 verhoogde het bedrijf zijn dividenduitkering met vijftig procent. WWE kent geen *off-season*. Het bedrijf organiseert 52 weken per jaar worstel-evenementen die samen jaarlijks meer dan 2 miljoen bezoekers trekken. WWE-televisieprogramma's trekken wekelijks meer dan 16 miljoen kijkers. *WrestleMania XXIII* (2007) was goed voor 1,2 miljoen kijkers, die daarvoor allemaal de noodzakelijke *fee* van vijftig dollar betaalden. Per maand bezoeken 17,3 miljoen mensen de website van WWE, een aantal dat rond *WrestleMania* oploopt tot maar liefst 65 miljoen bezoekers per dag. WWE geeft twee tijdschriften uit met een gezamenlijke oplage van 750.000 exemplaren.

### Staande ovatie

Het bedrijf richt zich nadrukkelijk op de internationale markt. Het bedrijf heeft kantoren in Toronto, Londen, Sydney en

Shanghai en verwacht daar binnenkort São Paulo en Tokio aan toe te voegen. WWE-programma's worden inmiddels uitgezonden in 22 talen en 130 landen. In 2006 organiseerde de organisatie een recordaantal van 52 internationale evenementen (buiten Amerika). Waar WWE-evenementen in Amerika gemiddeld 5.000 bezoekers trekken, is dat in het buitenland ruim 9.000. Bovendien is de gemiddelde ticketprijs bij buitenlandse evenementen bijna zeventig dollar, tegen bijna veertig dollar bij gevechten in Amerika. Tijdens de Europese tour in 2007 waren de veertien evenementen in Groot-Brittannië allemaal uitverkocht en goed voor 146.000 bezoekers en een ticketopbrengst van ongeveer 11 miljoen dollar.

Er werd meer gevloekt en de worstelaars zochten tijdens interviews, promotievideo's en gevechten nadrukkelijk de gedragsgrenzen op

Ook de 165 WWE-worstelaars profiteren van het succes. Wie sportieve capaciteiten en acteertalent weet te combineren en het publiek weet te bewerken, kan bij McMahon rekenen op een ruime vergoeding voor de vijftien dagen per maand die worstelaars actief zijn. De mindere

goden ontvangen voor hun inzet circa 100.000 dollar per jaar. Middenmoters kunnen rekenen op 250.000 tot 500.000 dollar en de huidige toppers als Triple H, Ric Flair en The Rock incasseren voor hun gevechten jaarlijks circa 1 miljoen dollar. Daarnaast kunnen velen deze gage nog aanvullen met inkomsten uit royalties voor dvd's, poppetjes, T-shirts, videogames, et cetera.

Wie sportieve capaciteiten en acteertalent weet te combineren en het publiek weet te bewerken, kan bij McMahon rekenen op een ruime vergoeding

Hoewel deskundigen al enkele jaren sceptisch zijn over de toekomst van het worstelen, slaagt de WWE erin een structureel groeipad vast te houden. Van pure worstelsport is al decennialang geen sprake meer en een olympisch optreden zit er voor de WWE-vechters niet in. Maar als het gaat om het combineren van sport en entertainment tot een commercieel te exploiteren product, verdient McMahon en zijn WWE een welgemeende staande ovatie. ●

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

(advertentie)

Nu verkrijgbaar in de serie Professioneel Sportmanagement:



Meer informatie en bestellen: [www.sportsmedia.nl](http://www.sportsmedia.nl)