

Tricot

Het huwelijk tussen wielersport en sponsors is van oudsher intens. Dat moet ook wel. Waar in het voetbal ook inkomsten uit ticketverkoop en televisierechten worden gebeurd, hangt een wielerploeg voor 80 à 90 procent af van sponsorinkomsten. Zonder sponsors dus geen professionele wielerploegen. Vrij vertaald: André, Jelle en de Jurgens moeten overdag eerst nog gaan werken voor ze 's avonds na gedane arbeid de nodige trainingskilometers kunnen afmaken. Geen optie dus voor de veeleisende wielersport.

Tegenover hun zo broodnodige financiële inbreng verwachten sponsors dan wel dat ze op het truitje mee mogen rijden. In het zwartwitte verleden van de wielersport betekende dat: één truitje, één sponsor. U kent ze wel, de grofkorrelig vergeelde wielerkiekkjes uit vooroorlogse jaren met die prachtige retrotruitjes. De mooiste der sporten reed rond in de mooiste outfits.

Maar gaandeweg de tweede helft van de twintigste eeuw bleek één sponsor veelal niet meer voldoende om een hele profstructuur financieel te stutten. De oplossing was duidelijk: 'multinational of multisponsoring'. Ofwel één puissant rijke sponsor vinden, ofwel met meerdere sponsors op hetzelfde truitje gaan staan. Veelal werd het dat laatste. In de jaren tachtig werd zo de serene esthetiek van de wielernostalgische truitjes van weleer geofferd op het hakblok van de economische realiteit. De wielersport toerde voortaan rond in schreeuwelijke reclameamalgamen met elfendertig sponsors erop gepuzzeld. En laat nu net in die periode de Lotto in de wielersport zijn gestapt. De gevolgen waren, tja, oordeelt u zelf maar...

Maar dat lijkt voltooïd verleden tijd! Bij de Nationale Loterij ziet de hele marketingcommunicatie er patent en eigentijds uit sinds het bedrijf het parastatale statuut uit en de eenentwintigste eeuw in is gestapt. En bij medesponsor Belisol heeft men beroepshalve sowieso bijzonder veel voeling met esthetiek, niet geheel onbelangrijk voor een producent van ramen en deuren in een land waar naast de sacrale wielersport de baksteen in de maag een andere volkskarakteristiek is. Mooie ramen verdienen dito truitjes, zelfs met meerdere sponsors erop..

En het resultaat mag niet alleen gezien worden, het zál ook gezien worden als onze renners de sportieve beloftes op de vorige pagina's inlossen. De Lotto Belisol truitjes zijn zo mooi geworden dat ze inspireren tot al even mooie prestaties, getuige wat Greipel liet zien Down Under en in Oman.

column door Marko Heijl

