

Inhoud

Opinie	
Walter Van Steenbrugge.....	2
Trudo Dejonghe.....	7
Wim Lagae.....	23
Hans Vandeweghe.....	32
Beleed & management	
Interview met Bart Verhaeghe.....	1
Tendensen in lokaal sportbeleid.....	10
Nabeschuiving WK voetbal 2018.....	14
Het scharnierjaar 1968.....	18
Bonden tegen het licht: Vlaamse Snelschaatsbond.....	24
Sportieve 'employer branding'.....	28
Wetenschap & onderzoek	
Zijn de Rode Duivels rolmodellen.....	16
Economie	
Stefan Szymanski over het Europese voetbal.....	22
Onderwijs	
Interview met Paul Van Den Bosch.....	8
Geschiedenis	
De kermisallures van het worstelen.....	32
Varia	
The American Way.....	30

Edito



O tempora, o mores

Zo de tijd, zo de zeden. Ook de sportzeden zijn sinds de wedergeboorte van de sport in het Engeland van de negentiende eeuw sterk geëvolueerd. Trainen bijvoorbeeld werd in die tijd als bijzonder onsportief beschouwd. Het gaf de getrainde sporter tijdens de wedstrijd immers een voordeel en was allerminst fair play. In het kader van *good sportmanship* deed je dat als gentleman dus niet.

Zo mogelijk viel geld nog moeilijker te rijmen met de gedachte van moreel hoogstaande sportbeleving. Sport diende als frivolus tijdverdrijf voor de happy few, als beschaafde krachtmeting in de betere kringen, in het beste geval ter staling van de jeugd aan de colleges van Eton en Cambridge. Dat noble concept diende te allen tijde ver weg te worden gehouden van de vervuilende werking van geld. Sporten die daar een uitzondering op maakten, zoals baanwielrennen of baseball in de VS en wegwielrennen in Europa, waren entertainment voor het plebs. Viervoudig olympisch kampioen Jesse Owens, de Usain Bolt van de jaren dertig, mocht op basis van een vreemd soort invulling van de olympische eed en op straffe van inleveren van zijn medailles geen dollarcent verdienen aan zijn sportieve talent. Zijn leven was een armoedig brokkenparcours. Voetballers als Raymond Braine en Dis Bastin werden in de tijd van Owens uit de nationale ploeg gegooid, omdat ze hun voetbalkwaliteiten te gelde wilden maken via het verbinden van hun naam aan een café. Sport was een beetje als seks: uiteraard waren ze allebei prima. Maar wie er geld aan verdiende, was een hoer.

Maar ook die sportzeden evolueerden. Usain Bolt is multimiljonair, profvoetballers verbinden hun naam ongeneeerd aan alles waar munt uit te slaan valt. Professionele tennismiljonairs zijn sinds 1988 welkom op de Olympische Spelen, het laatste zagezegde anti-sportmiljonairbation. De traditionele non-profitsportclub wordt steeds meer vervangen door commerciële aanbieders van fitness, yoga en *city runs*. Het loonbriefje van Floyd 'Money' Mayweather... Geld verdienen aan sport, niks mis meer mee.

Trainen en geld waren dus ooit des duivels, doping kon dan weer wel. Hoe zwaarder het spul, hoe meer van de sporter kon worden gezegd dat hij er écht wel alles voor over had en dus zijn sport alle eer aandeed. Sinds een halve eeuw zijn ook de zeden en regels ten aanzien van doping langzaam veranderd, van compleet oké over 'hoort er nu eenmaal bij' en omerta, tot 'kan echt niet meer'. Welke middelen nu precies mogen en welke andere weer niet, zal onder invloed van de vaart der dingen, voortschrijdende inzichten en de medische wetenschap blijven evolueren, net als de houding tegenover doping in het algemeen. Het is van doping in de publieke perceptie maar een klein bruggetje: Team Sky moderniseerde, verwetenschappelijke en 'verangelsaksiseerde' de vastgeroeste wielerkro-dillencultuur. De ploeg kwam met nieuwe trainingsmethodes, voedingsleer, design outfits, Jaguars, sciencificationachtige teambussen, koers-Engels als '*marginal gains*' en computergestuurd fietsen op de wattagemeter. Met een tsunami van rochels, urine en verwensingen tot gevolg. Over afzienbare tijd zal er op hen teruggekeken worden als baanbrekende vernieuwers die de nieuwe norm hebben gezet. Ook dat is veranderende sportcultuur.

Vroeger stonden gamende jongeren in de beeldcultuur als metafoor voor hangerige couchpotato's. Mogelijk in Parijs 2024 al zullen ze als topatleten tijdens de openingsceremonie mee het stadion binnenstappen. Het is een kwestie van tijd tot op de doorsnee kinderkamer een poster van een gamekampioen in een comfortabele fauteuil naast die van een dribbelende Hazard of een zwevende Courtois komt te hangen.

In *Sport & Strategie Vlaanderen* houden we ook in deze editie de vinger aan de pols van de veranderende zeden in het sportmanagement. In het Amerikaanse basket en baseball wordt het sportieve beleid steeds meer data- en statistiekgedreven (pagina 30), in het Vlaamse onderwijs wordt sport – langzaam aan en eindelijk – erkend als belangrijk (pagina 8). En dan de voetbalbond! Tot ergens eind twintigste eeuw een bastion van onkunde, allergisch voor professionalisme en goed beleid. In ons coververhaal maakt Bart Verhaeghe komaf met dat seniele blunderimago.

Het is misschien maar een kwestie van tijd voor er in de sport ook komaf wordt gemaakt met pakweg homofobie of de ongelijke behandeling van mannelijke en vrouwelijke atleten. Of dat er misschien zelfs iets van *good governance* opduikt bij grote wereldsportbonden!

MARKO HEIJL
@MarkoHeijl

COLOFON

Sport & Strategie editie Vlaanderen is een uitgave van Arko Sports Media BVBA en verschijnt vier keer per jaar. Volgend nummer verschijnt in december 2018.

Hoofredactie

Marko Heijl
E-mail: marko.heijl@sportstrategie.be

Eindredactie

Benedict Vandoooster

Met redactionele bijdragen van:

Ernst Bouwes, Bregt Brosens, Veerle De Bosscher, Sebastiaan De Coca, Jens De Bycke, Trudo Dejonghe, Marko Heijl, Wim Lagae, Walter Van Steenbrugge, Benedict Vandoooster, Hans Vandeweghe, Pieter Verhoogt

Uitgever

Michel van Troost
E-mail: michel.van.troost@sportstrategie.be

Redactie-adres/Lezersservice

Arko Sports Media BVBA
Louizalaan 367
B-1050 Brussel
Tel.: 0032 (0)2 642 00 71
E-mail: info@sportstrategie.be

Story Publishers

P. Van Duyseplein 8
B-9000 Gent
www.storypublishers.be
E-mail: info@storypublishers.be

Adverteren

Voor meer informatie over partnerships en/of adverteren kunt u contact opnemen met Marleen Kessel. Advertorials vallen buiten de verantwoordelijkheid van redactie en uitgever. E-mail: marleen.kessel@sportsmedia.nl

Ontwerp&opmaak

www.itgraphicdesign.com

Druk

PreVision, Eindhoven

Lidmaatschap Sport & Strategie

De prijs van een jaarabonnement op Sport & Strategie editie Vlaanderen bedraagt € 112,50. Indien u zich nu aanmeldt, kunt u profiteren van een aantrekkelijk introductietarief. U betaalt slechts € 59,59! Bedragen zijn excl. 6% btw maar incl. verzend- en administratiekosten

© 2018 Arko Sports Media BVBA

Niets uit deze uitgave mag worden veeveelvoudigd, opgeslagen in een geautomatiseerd gegevensbestand of openbaar gemaakt in enige vorm of op enige wijze, hetzij elektronisch, mechanisch, in fotokopie of anderszins gereproduceerd door middel van boeldruk, foto-offset, fotokopie, microfilm of welke andere methode dan ook, zonder schriftelijke toestemming van de uitgever.

ISSN 2295-788X