

Inhoud

Opinie

Walter Van Steenbrugge.....	2
Trudo Dejonghe.....	27
Wim Lagae.....	35
Hans Vandeweghe.....	36

Beleid & management

Interview met Wim Van Herreweghe.....	1
Sportinfrastructuurbehoeften in Vlaanderen.....	10
Hanna Mariën over de Belgische Federatie voor Bobslee en Skeleton.....	14
Het management achter Nafi Thiam en Thomas Van der Plaetsen.....	20
Bonden tegen het licht: Wandelsport Vlaanderen.....	28

Recht

Staatssteun in de sport.....	8
------------------------------	---

Marketing

Virtual reality in het basketbal.....	18
Matchday.tv.....	32

Wetenschap & onderzoek

Sport als middel: <i>common sense = common practice?</i>	25
--	----

Geschiedenis

Sporterfoed online.....	36
-------------------------	----

Varia

The American Way.....	34
-----------------------	----

Edito



De preutsheid van sport

De waarde van sport overstijgt in hoge mate die van simpelweg brood en spelen, om maar eens een open deur in te trappen. Talloze verhalen, thesissen, beleidsdocumenten, zeg maar gerust hele bibliotheken zijn volgeschreven over de maatschappelijke waarde, over 'sport als middel'. We doen daar graag aan mee, zo ook deze editie weer in onze rubriek Sport & Wetenschap.

Voetbal is als grootste sport uiteraard ook het grootste platform voor de creatie van maatschappelijke waarde, om als middel te worden ingezet. Dat gaat zowel impliciet als expliciet, zowel 'vanzelf' als met doelgerichte acties. Op een voetbalveld is het vaak rood tegen blauw, maar nooit wit tegen zwart. Noem dat naïef, maar de positieve, verbindende waarde van samen voetballen als wapen tegen racisme is oneindig veel groter dan de negatieve uitwassen zoals spreekkoren met apengeluiden of een misselijkmakende idioot die een banaan het veld op keilt. Alleen haalt dat laatste telkens weer de media, het constructieve verhaal van kinderen die leren samen sporten met kinderen met een andere huidskleur is helaas minder mediatiek. Daarnaast heeft het voetbal ook zijn expliciete, doelgerichte acties om racisme te counteren. De bekendste is de indringende 'No to Racism'-campagne van de UEFA.

En Koning Voetbal lanceert meer sociaal verantwoord moois met maatschappelijke meerwaarde. De Koninklijke Belgische Voetbalbond lanceerde vorige maand in samenwerking met Mister Gay Belgium een actie om holebisexualiteit ook binnen het meer dan eens homofobie verweten voetbalmilieu bespreekbaar te maken. In het buitenland schonk Chelsea FC tijdens een Champions Leaguewedstrijd ooit onbetaalbare visibiliteit op het shirt weg ten gunste van Right To Play, in Nederland deden Ajax en hoofdsponsor Aegon hetzelfde ten voordele van het Fonds Gehandicaptenzorg. Ajaxrivaal Feyenoord mobiliseerde op zijn beurt ooit honderd supporters van zijn legendarische en zo gevreesde Legioen om tijdens Feyenoord-Ajax een hartslagmeter te dragen. De livestreaming van de hoog 'oplaaiende' hartslagen tijdens de klassieker moest de missie van de Hartstichting ondersteunen, waardoor steeds meer slachtoffers van een hartfalen zullen kunnen worden gered. Antwerpsspeler Geoffry Hairemans bond in een pakkend spotje (YouTube): 'Geoffry Hairemans is verslaafd' de strijd aan tegen drugs. Bij Kevin De Bruyne werd, net als bij Kim Gevaert en Jean-Michel Saive, ten bate van de Special Olympics het syndroom van Down op het gelaat gefotoshopt. De baseline 'Verdient De Bruyne nu minder supporters?' moest de waarde van sport voor mentaal gehandicapten onder de aandacht brengen.

Zomaar een greep uit veel maatschappelijk moois vanwege een sport die niet altijd even positief aan goede waarden en zeden wordt gekoppeld. Maar ook dat voetbal schiet als spiegel van de maatschappij weleens zijn doel voorbij. Die maatschappij wordt naar verluidt opnieuw preuts(er) een trend die overigens nog niet tot op Temptation Island is doorgedrongen) en dus ook de voetbalsport. Bij heel wat sportclubs worden de spelers gemotiveerd – soms zelfs verplicht – om samen te douchen. Dat is niet alleen hygiënisch, maar het versterkt ook de onderlinge band. In *De Zevende Dag* van 26 februari was er een reportage over een nieuwe trend in de sport, of beter na de sport. "Een nieuw fenomeen", aldus presentatrice Ihsane Chioua Lekhli. "Blijkbaar houden jongeren in sportclubs hun ondergoed aan onder de douche." Wat volgde was een reportage onder de titel 'Nieuwe preutsheid' waarin jongvolwassen mannen samen onder de douche stonden in, inderdaad, hun onderbroek. In beeld de belofteploeg van een topclub. "Opvallend", aldus de *offscreen voice* die onder de douchende heertjes was gezet, "iedereen houdt zijn onderbroek aan. Sommigen zelfs twee." Waarna in het volgende shot een van de voetballers met grote ogen verklaarde dat bij de eerste ploeg de spelers zonder onderbroek douchten. "Maar dat zijn oudere mannen, dat is een andere generatie!" aldus de jongeman.

Dat in heel wat sportclubs samen douchen wordt gepromoot, is prima. Dat dit blijkbaar in steeds meer clubs gebeurt in onderbroek – of twee! – is natuurlijk vooral lachwekkend. Voetbal als trekker van, naast tonnen maatschappelijke waarde, ook de betere kolder.

MARKO HEIJL

@MarkoHeijl

COLOFON

Sport & Strategie editie Vlaanderen is een uitgave van Arko Sports Media BVBA en verschijnt vier keer per jaar. Het volgende nummer verschijnt juni 2017.

Hoofredactie

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

Eindredactie

Benedict Vanclooster

Met redactionele bijdragen van:

Bregt Brosens, Trudo Dejonghe, Marko Heijl, Wim Lagae, Zeno Nols, Edward Swier, Marc Theeboom, Walter Van Steenbrugge, Benedict Vanclooster, 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.ikgraphicdesign.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

© 2017 Arko Sports Media BVBA

Niets uit deze uitgave mag worden vervoelvoudigd, 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 boekdruk, foto-offset, fotokopie, microfilm of welke andere methode dan ook, zonder schriftelijke toestemming van de uitgever.

ISSN 2295-788X