

Inhoud

Opinie

Walter Van Steenbrugge.....	2
Trudo Dejonghe: voetbal.....	11
Wim Lagae: wielrennen.....	19
Hans Vandeweghe.....	40

Beleid & management

Interview met Jacques Rogge.....	1
Interview met Sylvia Barlag.....	12
Tien jaar UCI WorldTour.....	14
Best practices voor een lokaal seniorenbeleid.....	22
WK korfbal.....	26
HR-managementbureau Kapito.....	37

Sponsoring & marketing

De zeven hoofdzonden van sportsponsoring.....	10
---	----

Recht & fiscaliteit

Aanpak van ongeregelheden tijdens sportwedstrijden.....	20
Sportinfrastructuur in het kader van PPS-projecten.....	28

Wetenschap & onderzoek

Het verband tussen topsportsucces en breedtesport.....	30
--	----

Ethiek

Panathlon.....	33
----------------	----

Geschiedenis

De vuurdoop.....	40
------------------	----

Varia

Uit de boekenkast van Hans Vandeweghe.....	34
The American Way.....	38

Edito



Tot wederzijdse zelfontplooiing

Ooit meegemaakt toen ik in Cagliari een lezing over sportmarketing gaf voor de International School Sport Federation (ISF). Een Roemeense sportfunctionaris, een oud-olympiër in – ik vermoed – een werpnummer, stond op, wees met gespierde arm mijn richting uit en galmde in gebrekkig Engels door het auditorium: "It's you that is killing sports."

Daar had ik even niet van terug en dan doel ik zowel op de inhoud van haar woorden als op haar imposante verschijning.

"Excuse me?"

"It is marketing that is bringing all the shit into sports!"

Oké, dat verhaal dus. Wat volgde, was een halfslachtige discussie die er nooit een werd, niet eens zozeer door haar gebrekkig Engels als wel door het hoge idiotiegehalte van haar beschuldiging. Heeft de marketing en al het geld dat ze in de sport injecteert, werkelijk gezorgd voor alle 'shit'? De grootste 'sportshit', als we dezelfde Jacques Rogge van de pagina's hierna in een interview van enkele jaren geleden mogen geloven, vertaalt zich in doping en match fixing. Maar doping en vals spelen in de sport bestonden al bij de Grieken, en ook toen die sport in meer hedendaagse tijden nog een pure amateurstatus had en dus van al dat *shitty* (marketing)geld 'gespaard' bleef. Diezelfde Rogge stelt in zijn memoires uit 2008 dat zonder marketing de Olympische Spelen simpelweg niet meer zouden bestaan, doelend op hoe Coca-Cola en McDonald's na de financieel desastreuze Spelen van Montreal '76 het olympisme van een gewisse dood hebben gered. De baas van 's werelds grootste sportevenement werd uitgerekend diezelfde zomer bijgetreden door Jean-Marie Leblanc, de baas van 's werelds grootste *jaarlijkse* sportevenement, de Tour de France. In diens memoires: zonder sponsors zou de Tour niet kunnen overleven.

Zonder marketing verloor de sport haar grootste juwelen, gaande van de Olympische Spelen over de Tour tot WK's en EK's voetbal, F1, Wimbledon, de Super Bowl en ga zo maar door. Afgelopen ermee, *Schluss*. En Bolt, Ronaldo en Sjarapova overdag achter de lopende band voor ze 's avonds na gedane arbeid nog wat konden gaan bijtrainen. Lees: zonder dat marketinggeld zou er simpelweg geen topsport meer zijn waarin al die 'shit' zo welig kan tieren. Of moet de overheid ervoor betalen? Die 'shit' (DDR, USSR, Cuba ...) hebben we ondertussen al wel gehad.

Het huwelijk tussen sport en marketing is er een van geven en nemen, van rechten en plichten. In de juridische definitie van het huwelijk staat in de laatste alinea: 'tot wederzijdse zelfontplooiing'. Opdat je er allebei beter van wordt dus. Zo is het ook in het huwelijk tussen de sport en de marketing. De ene geeft een platform, de andere geld. En ze worden er allebei beter van.

Als je dat 'shitty' marketinggeld al iets kan verwijten, is het dat het zich zo oneerlijk laat verdelen, waardoor wanverhoudingen ontstaan. Of dat er een chronisch tekort aan is. De vraag naar sponsor-geld is oneindig veel groter dan het aanbod, waardoor de doorsnee sponsor- of marketingmanager dagelijks gestalkt wordt door een nooit aflatende horzelzwerm van sponsorwervers. Sponsorwerver is misschien wel de meest beklagenswaardige hondenstiel op aarde. Noodgedwongen. Vraag maar na op talloze sportevenementen, -clubs en -bonden.

We hadden geen themanummer in gedachten, maar blijkbaar lopen die marketing en dat geld als rode draad door deze *Sport en strategie*. Het WK korfbal vindt steeds moeilijker sponsors. Tot waar mag marketing de eigenheid van sport beïnvloeden, vraagt Panathlon zich iets verderop af. De zeven hoofdzonden van de sportsponsoring, de olympische geldstromen bij Jacques Rogge, Nike en Moneyball in de boekenkast van Hans Vandeweghe, wielwedstrijden met een manco aan (sponsor) inkomsten die dus verdwijnen bij Wim Lagae, de discutabele financiële huishouding bij de KBVB van de hand van Trudo Dejonghe, de WorldTour, de Amerikaanse sportmarkt van Pieter Verhoogt ... En toch: geen themanummer. Maar gewoon de dagelijkse realiteit van de hedendaagse sport, beste Roemeense mevrouw.

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 begin juni 2015.

Hoofredactie

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

Eindredactie

Benedict Vanclooster

Met redactionele bijdragen van:

Veerle De Bosscher, Stein De Maeijer, Jens De Rycke, Trudo Dejonghe, Sven Demeulemeester, Marko Heijl, Wim Lagae, Friso Schotanus, Chris Schwartz, Frank Van de Winkel, Sarah Van Dingenen, Walter Van Steenbrugge, Benedict Vanclooster, Hans Vandeweghe, Stijn Vastmans, 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

Ivo Koschak - www.ikgraphicdesign.com

Druk

PreVision, Eindhoven

Lidmaatschap Sport & Strategie

De prijs van een jaarabonnement op Sport & Strategie editie Vlaanderen bedraagt € 98. Indien u zich nu aanmeldt, kunt u profiteren van een aantrekkelijk introductietarief. U betaalt slechts € 49,50! Bedragen zijn excl. 6% btw maar incl. verzend- en administratiekosten.

© 2015 Arko Sports Media BVBA

Niets uit deze uitgave mag worden veelevoudigd, 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