

Inge Derom, Vrije Universiteit Brussel

“Het is uiterst belangrijk om de Ronde van Vlaanderen te verankeren in de stad Antwerpen”

De Scheldeprijs die tot meerdere eer en glorie van de afscheidnemende volksheld Tom Boonen een jaartje in Mol start in plaats van in de Antwerpse Koenstad, dat kon de Vlaamse wielervolksheld afgelopen zomer gemakkelijk doorgeslikt krijgen. Maar *Vlaanderens Mooiste* die de Brugse Grote Markt verlaat en voortaan datzelfde Antwerpen als startplaats verkiest ...? Nee, het deed de gemoederen rond de Ronde van Vlaanderen wederom hoog opslaan.

AUTEUR: MARKO HEIJL

De Ronde heeft iets sacraals, en daar mag je nu eenmaal niet aan raken. Dat was al zo toen eigenaar Flanders Classics besliste om vanaf 2012 de Muur van Geraardsbergen te schrappen, waarna topman Wouter Vandenhoute en koersdirecteur Wim Van Herreweghe in de media met pek en veren werden ingesmeerd. Een vergelijkbare verantwoordiging maakte zich deze zomer van de Vlaamse wielersupporter meester nadat Flanders Classics op 17 juni afkondigde de vertrekplaats van haar paradepaardje van Brugge naar Antwerpen te verhuizen. De rationele argumenten – zoals: een koers die financieel niet leefbaar is, verdwijnt – verliezen het in het daaropvolgende debat steevast van traditie, emotie en innovatiefobie. De boosheid van de traditionalisten roept nu eenmaal harder dan de meer doordachte, boekhoudkundige en academische tegenargumenten. Compensatie in de vorm van de

geliefde Muur van Geraardsbergen, die op het nieuwe parcours opnieuw kan worden opgenomen, kon de wielervolkswede amper temperen.

Het was echter zeker niet de eerste keer dat de startplaats van de Ronde van de ene Vlaamse stad naar de andere verhuisde. Zo startte *Vlaanderens Mooiste*, ontstaan in 1913, pas sinds 1998 in Brugge. De voorganger als startplaats was Sint-Niklaas, met de grootste marktplaats van het land heel goed uitgerust om het megacircus te ontvangen, maar qua uitstraling en grandeur uiteraard niet vergelijkbaar met het werelderfgoed dat 'Brugge die Scone' te bieden heeft. Eerder startte de Ronde ook al op wisselende locaties in het Gentse. Dus zo verrassend – laat staan choquerend – was die zoveelste verhuis toch niet? We vroegen het aan Inge Derom van de Vrije Universiteit Brussel, die

in haar doctoraatsonderzoek aan de Universiteit van British Columbia (in Vancouver, Canada) het concept 'event leveraging' toepaste op de Ronde van Vlaanderen. Inge Derom: "Ik was helemaal niet verrast door deze verhuis. Ik ben zelfs opgetogen, want als onderzoeker en wielervolksheld ben ik ervan overtuigd dat steden meer moeten en kunnen doen met het sterkste sportmerk van Vlaanderen."

Wat exact zouden ze er mee moeten en kunnen doen?

"Met dit 'moeten en kunnen' verwijs ik naar wat binnen sportmanagement 'event leveraging' genoemd wordt. *Event leveraging* werd allereerst toegepast op mega-events, zoals de Olympische Spelen, waarbij verschillende actoren het evenement gebruikten als hefboom om lokale en nationale voordelen te realise-

ren. Deze voordelen zijn veelal economisch, aangezien het aantrekken van toeristen en potentiële investeerders die monetaire middelen achterlaten in de regio, centraal staat. De organisatie van mega-events botst echter op kritiek van verschillende maatschappelijke groepen die het niet langer tolereren dat de organisatie van deze evenementen hand in hand gaat met bezuinigingen op vlak van huisvesting, onderwijs, recreatie en gezondheidszorg. Als reactie op die kritiek van verschillende maatschappelijke groepen omvat *event leveraging* niet langer enkel economische maar ook sociale voordelen. Hoewel evenementen nu gebruikt worden als hefboom om sociale ambities te realiseren – denk maar aan de campagne 'Inspire a Generation' tijdens de Olympische Spelen in 2012 met de ambitie om meer jongeren aan te moedigen om te sporten –, mag men niet blind zijn voor het feit dat sociale ambities vaak onderliggende economische en politieke doelstellingen bevatten.



De start van Vlaanderens Mooiste in Brugge, (voltooid?) verleden tijd.

De vraag is dan: wat heeft de Ronde van Vlaanderen met *event leveraging* te maken? Wel, heel veel en dit dankzij onder andere de Ronde van Vlaanderen Cyclo, het Centrum Ronde van Vlaanderen in Oudenaarde en de campagne 'Ronde 100' van Toerisme Vlaanderen. Wielersport is namelijk veel meer dan een sportief spektakel. Wielerevenementen tonen een uniek decor, een aantal belangrijke attracties van de gaststad en -regio. Het imago en de aantrekkingskracht van de organiserende steden worden steeds belangrijker, zeker aangezien deze ook tot op zekere hoogte de internationale status van het evenement beïnvloeden. Voor wie eraan twijfelt: de Ronde van Vlaanderen is een internationaal evenement met miljoenen kijkers wereldwijd. De organisator heeft in het verleden steeds aantrekkelijke start- en finishlocaties geselecteerd. Het decor is uiteraard een belangrijk element om toeristen aan te trekken, die de sleutel vormen tot een mo-

Lees verder op pagina 35

Brengt 2016 eindelijk verlossing voor de Chicago Cubs?

Als de voortekenen niet bedriegen, zou het MLB-seizoen 2016 (baseball) weleens een heel bijzonder slot kunnen krijgen. De Chicago Cubs zijn momenteel met afstand de beste ploeg en worden door velen gezien als de grote favoriet voor de World Series. Dat zou een historische prestatie zijn. De laatste titel van de Cubs dateert namelijk van 1908! Geen enkele professionele sportorganisatie wacht al zo lang op een titel. Sterker nog, de andere drie grote sportleagues bestonden nog niet eens toen de Cubs hun laatste titel behaalden.

AUTEUR: PIETER VERHOOGT



Billy Sianis en zijn geit worden de toegang ontzegd tot het stadion. Een beslissing die de club volgens velen vele decennia de winst kostte.

De Chicago Cubs zijn een iconische honkbalorganisatie. Het team stond in 1876 als de Chicago White Stockings aan de basis van de National League en is sinds 1903 actief onder de naam Chicago Cubs. De naam White Stockings werd later gebruikt door een ander team uit Chicago, uitkomend in de rivaliserende American League: de Chicago White Sox.

Wrigley-tijdperk

Aan het begin van de twintigste eeuw waren de Cubs een ijzersterke organisatie. Zo wonnen ze in 1906 maar liefst 116 van de 154 wedstrijden en was het team, na verlies in 1906, in 1907 én 1908 de beste in de World Series.

In 1916 werd kauwgomondernemer Bill Wrigley de nieuwe eigenaar van de Cubs. De familie Wrigley zou tot 1981 aan het hoofd staan van de Cubs-organisatie. Hun naam leeft voort in Wrigley Field, het prachtige uit 1916 daterende monumentale stadion met de door klimop overwoekerde muren waar de Cubs nog steeds hun thuiswedstrijden spelen.

Onder Wrigley zat het de Cubs sportief niet mee. Met de komst van meer teams waren topklasseringen geen zekerheid meer. Soms eindigden de Cubs nog wel als eerste in hun divisie, maar in de play-offs werd de ploeg meestal snel uitgeschakeld.

Bijzondere bezoeker

Een nationale titel bleef sinds 1908 buiten bereik. Het laatste optreden in de World Series was in 1945. De eerste drie wedstrijden tegen de Detroit Tigers werden in Detroit gespeeld. De Cubs wonnen er twee. De vierde wedstrijd, in Chicago, staat bij Cubs-fans in het geheugen gegrift. Niet zozeer vanwege de uitslag, maar vooral vanwege een bijzonder voorval voorafgaand aan de wedstrijd.

Ene Billy Sianis was naar Wrigley Field gekomen met twee toegangskaartjes in zijn zak: één voor zichzelf en één voor zijn geit. Nadat de twee een tijdje door het stadion hadden

gewandeld, werd Sianis door de Cubs-organisatie dringend verzocht (vanwege stankoverlast) het stadion te verlaten. Terwijl hij werd weggeleid, sprak de woedende Sianis de historische woorden: *"The Cubs, they ain't gonna win no more."* De vloek bleek direct effectief. De Cubs verloren de wedstrijd én de World Series en werden sindsdien, zelfs met heel sterke selecties, nooit meer kampioen. Deze uitspraak is de geschiedenis ingegaan als *'The curse of the Billy Goat'*.

Nieuwe eigenaren

In 1981, na een relatie van 65 jaar, verkocht de Wrigley-familie de Cubs en Wrigley Field voor 20,5 miljoen dollar aan de *Chicago Tribune*. Het mediabedrijf deed de club en het stadion in 2007 weer in de verkoop. Geïnteresseerde partijen konden een bid uitbrengen. Het beste bod was van de familie Ricketts en na lange onderhandelingen werd de deal in 2009 afgerond. Vader Joe (internetondernemer) en zoon Tom (bankier) betaalden 845 miljoen dollar voor de Cubs, Wrigley Field, een aandeel van 25 procent in SportsNet Chicago en een stuk land nabij het stadion. Het Cubs-aandeel in de deal werd becijferd op 700 miljoen dollar.

De aankoop was een prima investering, gezien het feit dat de Ricketts enkele jaren later een minderheidsaandeel doorverkochten voor ruim 2 miljard dollar. Momenteel worden de Cubs door het zakenblad *Forbes* gewaardeerd op circa 2,2 miljard dollar.

Een nieuw plan en de juiste man

Na een laatste plaats in hun Central Division in 2006 presteerden de Cubs in 2007 en 2008 opmerkelijk goed. Twee jaar op rij won het team zelfs de divisietitel. De World Series bleven echter steeds een brug te ver. In 2011 eindigde het seizoen weer traditioneel ondermaats, met 71 overwinningen en 91 nederlagen. De Cubs behoren bij de top drie van teams met de meeste nederlagen ooit.

"THE CUBS, THEY AIN'T GONNA WIN NO MORE"

Billy Sianis

De nieuwe eigenaren concludeerden dat het tijd was voor drastische maatregelen. Zij werden gegrepen door het *Moneyball*-virus (*Sabermetrics*) dat het professionele honkbal enkele jaren eerder was binnengeslopen aan de hand van data-analist Bill James en Oakland A's-manager Billy Beane. Kort na afloop van het seizoen 2011 maakten de Cubs bekend dat zij volgens een nieuwe visie wilden gaan werken. Als belangrijke eerste stap werd Theo Epstein aangesteld (vijf jaar, achttien miljoen dollar) als de nieuwe 'President of Baseball Operations'.

Met Epstein haalden de Cubs de koning van de *Sabermetrics*-revolutie in huis. In 2002 was hij als jongste *general manager* ooit (28 jaar) door de Red Sox aangesteld om de club vanuit zijn visie naar de titel te leiden. De Red Sox stonden toen al 84 jaar droog. Twee jaar later, in 2004, wonnen de BoSox de World Series.

Epstein maakte bij de Cubs een radicale keuze. Waar decennialang (tevergeefs) was ingezet op het aantrekken van ervaren sterspelers, koos Epstein voor het opsporen en opleiden van jonge talentvolle spelers. Data-analyses vormden de leidraad bij het identificeren van de gewenste talenten en

DATA-ANALYSES VORMDEN DE LEIDRAAD BIJ HET IDENTIFICEREN VAN DE GEWENSTE TALENTEN EN STERSPELERS WERDEN INGEZET ALS RUILMIDDEL OM DE TALENTEN NAAR CHICAGO TE HALEN

sterspelers werden ingezet als ruilmiddel om de talenten naar Chicago te halen.

Stijgende lijn

Epstein was duidelijk en open naar de fans: het zou minimaal drie tot vijf jaar duren voor deze aanpak succes zou opleveren. Ze moesten dus nog even geduld hebben. In 2012 verloren de Cubs 101 van hun 161 wedstrijden.

Aan de hand van Epstein hebben de Cubs de afgelopen jaren een prachtige verzameling toptalenten bijeengebracht. Een belangrijke volgende stap was het vastleggen in 2014 van manager Joe Maddon. Maddon wordt alom geroemd om zijn kwaliteiten, vooral

waar het de opleiding en begeleiding van jonge spelers betreft. Daarnaast werd de pitcherstaf versterkt met het aantrekken van sterspeler Jon Lester (zes jaar, 155 miljoen dollar). Ook de talentvolle Dominicaans-Nederlandse werper Pedro Strop maakt sinds 2013 deel uit van de selectie.

In 2015 werd duidelijk zichtbaar dat de Cubs de stijgende lijn te pakken hadden. Aan het eind van het seizoen hadden diverse spelers een topseizoen gehad en haalde het team zelfs de finale van de National League. Voor het eerst in twaalf jaar hadden de Cubs een kans zich te kwalificeren voor de World Series. Zover kwam het echter niet. De New

York Mets bleken te sterk en versperden de weg naar de World Series.

2016, jaar van de Cubs?

Dit seizoen lijken de Cubs nog beter. Vanaf de eerste week van de competitie heeft de club verreweg het hoogste winstpercentage van de Major League en staat zij fier aan kop in de Central Division. De verwachtingen zijn hooggespannen. Niet alleen in Chicago. Ook de experts van *Sports Illustrated* zien de Cubs de finale halen. Mochten de Cubs inderdaad tot in de World Series geraken, dan zal heel sportminnend Amerika meeleven met de ploeg uit Chicago die vanwege een geit al ruim een eeuw wacht op haar volgende titel. ■

Vervolg van pagina 33

gelijke economische hefboomwerking rond het evenement. Een internationaal publiek biedt tevens ook de mogelijkheid om toeristische campagnes strategisch te koppelen aan het evenement, bijvoorbeeld 'Beleef je eigen Ronde van Vlaanderen', dat het fietstoerisme in de Vlaamse Ardennen promoot tot ver buiten de landsgrenzen."

Vandaar dat Brugge indertijd al graag de fakkel overnam van Sint-Niklaas?

"In Brugge was het de toenmalige burgemeester die bereid was om een aanzienlijke financiële inspanning te leveren om de stad te promoten en om er het imago van een levendige en jonge cultuurstad te creëren. Het was dan ook geen verrassing dat Brugge geselecteerd werd als nieuwe startstad van de Ronde van Vlaanderen vanaf 1998, aangezien Sint-Niklaas op geen enkele manier kon concurreren met de internationale uitstraling van Brugge. Niet alleen de start van de Ronde van Vlaanderen werd gebruikt als middel ter stadspromotie, maar ook andere evenementen zoals de organisatie van het Europees kampioenschap voetbal in 2000 en de organisatie van de Europese culturele hoofdstad in 2002. Wanneer we echter de *event leveraging* evalueren, zijn de resultaten voor de organisatie van de Ronde van Vlaanderen in Brugge eerder teleurstellend."



Wat deden ze fout?

"Mijn onderzoek toont allereerst aan dat *event leveraging* geen automatisch proces is. Het organiseren van een sportevenement leidt niet sowieso tot positieve voordelen voor een gaststad of -regio. Het evenement biedt wel de mogelijkheid aan verschillende actoren om initiatieven op te zetten die men strategisch kan en moet linken aan het evenement. Deze initiatieven kunnen op hun beurt socio-economische voordelen bieden. Uit mijn onderzoek blijkt dat, indien men succesvol wil zijn in *event leveraging*, men proactief een duurzame link moet proberen te creëren tussen de context van de gaststad en de eigenschappen van het evenement. Dit kan bijvoorbeeld door het ergoed, de geschiedenis en de cultuur van de Ronde van Vlaanderen centraal te positioneren binnen het internationale imago van de stad. Hoewel de start van de Ronde

"HET ORGANISEREN VAN EEN SPORTEVENEMENT LEIDT NIET SOWIESO TOT POSITIEVE VOORDELEN VOOR EEN GASTSTAD OF -REGIO"

Inge Derom

van Vlaanderen altijd een groot aantal toeschouwers naar Brugge bracht, is de Ronde van Vlaanderen niet diep verankerd in de stad. Dit in tegenstelling tot de inspanningen en resultaten in Oudenaarde, waar de Ronde van Vlaanderen prominent aanwezig is het hele jaar door en waar de geschiedenis en vroegere winnaars op grote schaal gevierd worden."

Wat raadt u de stad Antwerpen aan?

"De verantwoordelijken binnen de stad raad ik aan om allereerst verschillende actoren samen te brengen – zoals Flanders Classics, overheidsinstanties, lokale sportverenigingen maar ook niet-sportverenigingen zoals scholen en ondernemingen – om te bepalen welke socio-economische doelstellingen men wil bereiken met de organisatie van de Ronde van Vlaanderen. Deze doelstellingen moeten ver-

volgens gekoppeld worden aan een patroon van investeringen, niet alleen op financieel vlak, voor de realisatie van gemeenschappelijke initiatieven. Het is uiterst belangrijk om de Ronde van Vlaanderen te verankeren in de stad Antwerpen en in de lokale gemeenschap door middel van allerlei sociale initiatieven in de aanloop naar het evenement. Ook de ontwikkeling van duurzame fiets- of andere infrastructuur, indien mogelijk, is een meerwaarde. Antwerpen heeft zich al kunnen voorbereiden op de komst van de Ronde van Vlaanderen door in 2015 een etappe van de Ronde van Frankrijk te organiseren. Met de organisatie van 'Antwerpen Tourt' stond de stad toen een weekend lang in het teken van 's werelds bekendste rittenwedstrijd. Indien dit enthousiasme structureel verder wordt uitgebouwd rond de Ronde van Vlaanderen, staan er de inwoners van Antwerpen nog mooie opportuniteiten te wachten." ■