

Inhoud

Opinie

Walter Van Steenbrugge.....	2
Trudo Dejonghe.....	13
Wim Lagae.....	29
Hans Vandeweghe.....	32

Dossier sociale media

Een poppoll van de Vlaamse sportfederaties.....	14
Interview met Michaël Opgenhaffen.....	18
Vijf tips voor een hoger bereik.....	19

Beleid & management

Interview met Koen De Brabander.....	1
De BeNeLiga als duurzaam toekomstmodel.....	20
Bonden tegen het licht: de Vlaamse Judofederatie.....	24

Psychologie

Interview met Rudy Heylen.....	10
--------------------------------	----

Wetenschap & onderzoek

De rol van sport in een traject naar werk.....	22
--	----

Geschiedenis

De reclamekaravaan in de Tour.....	32
------------------------------------	----

Varia

Transgenders in de sport.....	8
The American Way.....	30

Edito



Sponsorwervingstsunami

Clubs, bonden, individuele atleten, sportevenementen, allemaal hebben ze één ding nodig om hun sport, of het nu op professioneel of op amateurniveau is, te beoefenen of organiseren: middelen. Lees: geld. Helaas: clubs hebben te maken met stijgende kosten tegenover dalende barinkomsten door BOB-controles en witte kassa's, bonden met verarmende clubs en dus een minder vermogende basis, evenementen zijn sowieso altijd een financiële struggle.

Maar gelukkig is er voor allen dat magische toverwoord: sponsoring!

Welwillende sponsors – het onderscheid met mecenassen of *sugar daddy's* wordt gemakshalve meestal niet gemaakt – dienen het gat dicht te rijden tussen de dalende inkomsten en de stijgende uitgaven. Over waarom die dat zouden doen lijkt enige kritische reflectie wel aan de orde, *but never spoil a good story with details*: sport is een kwestie van ambitie en van *believen* en dus dient vol *believe* een ambitieus sponsorwervingsplan op poten te worden gezet. Vlotte jongens – zelden zijn het meisjes – van het type dat ijskasten kan slijten op de Noordpool worden op pad gestuurd om het ambitieuze sponsorobjectief te halen. En natuurlijk wordt er een wervende e-mailing uitgestuurd vol prachtige visibiliteitscijfers en jarennegentigsponsorclichés, naar een mailbestand dat nog ergens in een lade werd teruggevonden op een cd-rom met 'Trends 5000' op de inlay. 5000 contacten ... Het sponsormanna zal met bakken uit de hemel vallen!

Maar helaas. De duizenden sponsormanagers, marketingdirecteuren en andere zogezegd gouden contacten op de cd-rom krijgen dagelijks meerdere standaard sponsorwervingsmails in hun mailbox en vinden die doorgaans enkel vervelend tijdverlies. De gladde verkoopsjongens bellen zich een ongeluk, maar geraken zelden voorbij de receptioniste. Dat alles heeft te maken met het simpele gegeven dat de vraag naar sponsorgeld oneindig veel groter is dan het aanbod. Meer nog: de vraag stijgt nog steeds en het aanbod verkleint. Een soort chronische sponsorwervingstsunami in een overbeviste vijver.

Hoezo, die prachtige marketingtool genaamd sponsoring groeit toch nog steeds? Jawel hoor, sport sponsoring groeit wereldwijd al decennialang en doet dat vandaag de dag nog steeds. In 2017 zal volgens IEG wereldwijd 62,8 miljard dollar naar sponsoring gaan, waarvan zo'n 70 procent of 44 miljard naar de sport. Wat een mondiale groei van 4,5 procent betekent. Maar die groei komt grotendeels op conto van andere continenten. In heel wat 'nieuwe' economieën daar groeit de sport, groeit de marketing en groeit ook hun optelsom. Maar bij ons? In België heeft het daar allerminst de schijn van. Harde cijfers bestaan er niet. Dat heeft op de eerste plaats te maken met een eeuwenoude cultuur van zwart geld, waar per definitie dus geen harde cijfers van worden bijgehouden. Daarnaast is er onze gewoonte om preuts te doen over lonen (vraag een Amerikaan wat hij verdient en hij zal je dat graag vertellen, vraag het een Vlaming en je bent een onbeleefde boer). En ten slotte is er geen instantie die de wel aanwezige sponsorcijfers optelt in een steekhoudend jaartotaal. Maar officiële sponsorcijfers of niet, gelooft u me vrij: ze stijgen niet. Meer nog: in onze best mogelijke benchmark Nederland zakt het totaal geïnvesteerde bedrag in sport sponsoring nu al een paar jaar op rij.

En toch blijven talloze sportactoren naïef geloven dat het extra budget van sponsoring zal moeten komen en onder het motto 'een rondvliegende kraai vangt altijd wel iets' tijd en geld investeren in een aandoenlijk naïeve sponsorwerving. In plaats van op de sponsormarkt in te zetten, zouden ze beter de consumentenmarkt laten spelen. Consumenten spenderen talloze miljarden aan andere – en in se dus concurrentiële – leisure-activiteiten als reizen, videogames, wellness, bioscoop, drank en andere genotsmiddelen. Waarom is het dan zo verkeerd die consument een faire, realistische en marktgedreven bijdrage aan te rekenen voor actieve of passieve sportconsumptie? Ja, dat is misschien erg onpopulair om te zeggen, laat staan om te doen. Maar het is zeker een beter financieel management dan rooskleurige sponsorinkomsten te budgetteren om op het eind van het jaar met een teleurstelling én rode cijfers achter te blijven.

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 september 2017.

Hoofredactie

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

Eindredactie

Benedict Vanclooster

Met redactionele bijdragen van:

Ernst Bouwes, Bregt Brosens, Tessa Commers, Jeroen Dejonckere, Trudo Dejonghe, Marko Heijl, Wim Lagae, Marc Theeboom, Jasper Truyens, 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