

Doe als Amerika: bescherm de sport tegen de markt

We betalen steeds meer om naar voetbal te kijken, maar de wedstrijden worden steeds minder spannend. Als we niets doen is in de Europese voetbalcompetitie straks nog slechts plaats voor een klein aantal grote clubs, net als in de Amerikaanse Superliga, waarschuwt Tsjalle van der Burg. Als we dan toch de Amerikanen achterna gaan, laten we dan ook kijken wat de Verenigde Staten doen om kleine clubs te steunen.

TSJALLE VAN DER BURG

Voetbalclubs zijn van oorsprong verenigingen die als doel hebben mensen plezier te geven. Hoewel sommige clubs na de komst van het profvoetbal een andere organisatievorm kregen, zoals die van de stichting, bleven ook de profclubs lange tijd een sociaal doel nastreven. Tot 1980 was geen enkele Europese club gericht op financiële winst. Het zal voor sommige aanhangers van de kapitalistische economie met op winst gerichte bedrijven misschien moeilijk te geloven zijn, maar het plezier dat miljoenen mensen voor 1980 aan het voetbal ontleenden, is volledig te danken geweest aan de non-profitsector.

In Amerika was honkbal lange tijd de populairste sport. Hier waren de meeste clubs vanaf het begin eigendom van ondernemers. Een ondernemer heeft het liefst zo weinig mogelijk concurrenten, want dan kan hij veel verkopen, tegen hoge prijzen. De clubs die in de

negentiende eeuw aan de nationale competitie meededen spraken daarom af dat nieuwe clubs alleen mochten toetreden als de aanwezige deelnemers daarmee instemden. Hierdoor kwamen er later nog maar weinig teams bij. Degradatie was onmogelijk. Dit model bestaat ook tegenwoordig nog. De *Major League Baseball* telt dertig clubs die veel verdienen aan het exclusieve recht op deelname aan de topcompetitie. In Amerika staat de ondernemer centraal.

Het Amerikaanse honkbal en het Europese voetbal bestonden in 1960 beide iets meer dan een eeuw. Het voetbal presteerde het best. Het trok veel meer mensen naar het stadion dan het honkbal. En de kaartjes waren vijf keer zo goedkoop. Dat wil niet zeggen dat het honkbal zonder ondernemers beter af was geweest. Het Amerikaanse sportmodel paste goed bij de Amerikaanse cultuur, en doet dat nog steeds. Er zijn in Amerika relatief weinig amateursportverenigingen. Scholen en universiteiten zijn wel actief, maar wie een baan heeft en in het weekend wil honkballen, vindt vaak geen club.

55

Over de auteur Tsjalle van der Burg is verbonden aan de Universiteit Twente

Hij kan wel naar de commerciële sportschool. Dat is de Amerikaanse cultuur. En daarom waren er ook ondernemers nodig om het honkbal van de grond te krijgen.

Het Europese sportmodel paste weer goed bij de Europese cultuur. Hier was het normaal dat iemand die wilde voetballen naar een amateurclub kon. Jonge spelers kwamen daar eerst onder de hoede van een jeugdtrainer. Moest zo'n man dan veel betalen om een profwedstrijd te zien, waarin misschien wel een van zijn vroegere pupillen meedeed? Het voetbal is groot geworden dankzij vrijwilligers. Het was dus alleen maar redelijk dat de kaartjes goedkoop waren. In heel Europa weerspiegelden lage prijzen en volle stadions een cultuur van een zekere saamhorigheid. Europeanen hebben van oorsprong meer gemeen dan ze zelf soms denken.

AMERIKAANSE TOESTANDEN IN EUROPA

De laatste vijftig jaar is het Europese voetbal sterk veranderd. In 1960 waren de inkomsten nog vooral gebaseerd op stadionbezoek. Elke grote stad had minimaal één club met een flink stadion — vaak zelfs meer dan één. Die stadions zaten redelijk vol, ook als een club even wat minder goed speelde. Clubs uit andere steden vormden geen alternatief, en binnen een stad veranderde je niet zomaar van club. Er waren dus veel clubs met stabiele en ongeveer vergelijkbare inkomsten. Mede hierdoor bleven de verschillen op het veld beperkt. In de meeste landen waren er flink wat clubs die kans maakten op het landskampioenschap. In Nederland werden tussen 1955 en 1965 zeven clubs kampioen: Rapid JC, Ajax, DOS, Sparta, Feyenoord, PSV en DWS.

56

Tegenwoordig staat televisie centraal. Clubs krijgen veel geld voor hun uitzendrechten, vooral als ze veel kijkers trekken. Anders dan bij stadions, bestaan er geen fysieke grenzen meer: ook als miljoenen mensen kijken heeft iedereen goed beeld. De sponsorbijdragen zijn sterk afhankelijk van het aantal kijkers, en dat wordt vooral bepaald door de sportieve resultaten. Promotie naar

de eredivisie verhoogt de kijkcijfers, Europees voetbal nog meer. Winnen levert geld op.

Voor een club is de situatie nu als volgt. Om de supporters te plezieren, moet het elftal winnen. Daarvoor zijn goede spelers nodig. Die kosten veel geld. Om geld te verdienen, moet de club veel winnen. Dat is weer een extra reden om veel aan spelers uit te geven. Maar als het elftal door omstandigheden vaak verliest, leidt dat binnen enkele jaren tot een sterke inkomstendaling. En dat vermindert weer de kansen om goede spelers te contracteren. Zo kan snel een vicieuze cirkel ontstaan. Veel clubs hebben hierdoor de aansluiting met de top verloren. Steeds minder clubs kunnen nog kampioen worden, en de spanning in de competities daalt. Sommige clubs weigeren hun positie te accepteren, en geven te veel aan spelers uit. Overheidsgeld moet dan redding brengen.

Natuurlijk zijn er uitzonderingen. Zo zijn AZ en FC Twente recentelijk kampioen van Nederland geworden. Ze hebben daarmee voorlopig de hegemonie van PSV en Ajax (en Feyenoord) doorbroken. De eredivisie is momenteel dan ook redelijk spannend. Maar wie over een perio-

Er is nog maar een klein aantal clubs dat een reële kans heeft om de Champions League te winnen

de van vijftig jaar naar het hele Europese voetbal kijkt, ziet dat het beeld van een afname van de spanning in grote lijnen wel degelijk klopt. Er is nog maar een klein aantal clubs dat een reële kans heeft om de Champions League te winnen. En in Engeland eindigen Manchester United, Chelsea and Arsenal al sinds 2005 steevast bij de bovenste vier. Zoiets was vijftig jaar geleden ondenkbaar.

Voetbalclubs worden steeds meer commerciële bedrijven. De inkomsten zijn, mede door de televisie, sinds 1960 met meer dan een factor tien gestegen. Dat lijkt mooi. Toch zijn

er nauwelijks clubs die winst maken, terwijl er wel veel clubs in de rode cijfers zitten. Clubs wenden hun hogere inkomsten namelijk vooral aan om zeer hoge salarissen te betalen aan de spelers, waarbij ze flink tegen elkaar opbieden.

Geld is cruciaal geworden. Daarom moeten de toegangskaartjes wel duurder gemaakt worden. In landen waar betaaltelevisie al belangrijk is, ontkomen clubs er niet aan hun wedstrijden achter de decoder te laten plaatsen — anders blijven ze achter bij de concurrenten. Sommige clubs zijn naar de beurs gegaan om geld op te halen, andere clubs krijgen langs een andere weg commerciële eigenaars. Het begint allemaal steeds meer op Amerika te lijken.

Naarmate de sportieve verschillen groter worden, stijgt ook de kans op een competitie naar Amerikaans model: de 'Superliga'. Hierin spelen de dertig of zestig grootste Europese clubs, waaronder Ajax, Feyenoord en mogelijk psv. Deze clubs spelen niet langer in een nationale competitie. Voor Twente en Heerenveen resteert een uitgeklee Eredivisie. De supporters zullen dit niet leuk vinden. Ook die van Ajax niet, want dat wordt nooit meer landskampioen en speelt meestal in de middenmoot van de Superliga.

Al met al betalen liefhebbers en belastingbetalers steeds meer voor een product dat niet beter wordt. En als het voetbal aan de markt wordt overgelaten, zal de ontwikkeling naar een Amerikaanse topcompetitie steeds verder gaan. Dit hoeft echter niet te zo te gaan: de Europese Unie zou ook kunnen ingrijpen.

AMERIKAANSE OPLOSSINGEN

Tot nu toe heeft de Europese Unie vooral de vrije markt over landsgrenzen heen bevorderd — ook in het voetbalbeleid. Zo stimuleerde het Bosman-arrest het vrije verkeer van voetballers, wat de competities minder spannend maakte.

Maar de EU zou ook de keuze kunnen maken om de door hebzuchtige bankiers werkloos geworden Spaanse bouwvakker tegemoet te komen, die nu twaalf euro betaalt om Real

Madrid-Barcelona op televisie te kunnen zien. Om te beginnen kunnen alle voetbalbeelden weer gratis worden om naar te kijken, bijvoorbeeld via een Europees coderingsverbod. De inkomstenderving kan door clubs opgevangen worden door de spelers minder te betalen.

Verder zou een progressieve Europese voetbalheffing ingevoerd kunnen worden over het bedrag dat een club aan spelers uitgeeft — Heracles wordt aangeslagen voor een ton,

We betalen steeds meer voor een product dat niet beter wordt

Chelsea voor tachtig miljoen. De opbrengst van de heffing kan ten goede komen aan sociale projecten van profclubs en aan amateurclubs. Zo komt het voetbal terug bij haar sociale, Europese oorsprong. En als sommige clubs desondanks toch nog een Superliga zouden willen starten, dan kan de Europese Unie dat ook gewoonweg verbieden.

Voetballers zullen door deze maatregelen minder verdienen, maar velen zullen nog steeds miljonair kunnen worden. En de spelers van Heracles, die sowieso nooit miljonair zullen worden maar wel een bijzonder goed belegde boterham hebben, verliezen hooguit een paar procent van hun salaris.

Uiteraard moeten de maatregelen ruim van tevoren worden aangekondigd, zodat clubs de tijd krijgen het bedrag dat zij aan spelers uitgeven geleidelijk te verlagen. Ambitieuze bestuurders die dit niet kunnen opbrengen, zullen hun club in financiële nood kunnen brengen. Daarom moet de UEFA de clubs een strenge begrotingsdiscipline opleggen, met sancties als puntenaftrek en uitsluiting van de Europese voetbalcompetitie. Mocht dit niet in voldoende mate gebeuren, dan moet Europa de benodigde discipline van bovenaf afdwingen. Het profvoetbal is de belastingbetaler dan nooit meer tot last.

Een utopie? Laten we eens naar Amerika kijken. De Verenigde Staten zijn bij uitstek

het land van de vrije markt. Toch vinden de Amerikanen dat de markt juist bij hun grote teamsporten — honkbal, basketbal en American football — niet goed werkt. De markt vergroot de verschillen, en maakt competities saai. En dus leggen de Amerikanen de markt aan banden. Zo kent het honkbal een 'luxury tax': een heffing voor rijke clubs waarvan de opbrengst naar armere clubs gaat. Die progressieve voetbalheffing is dus minder utopistisch dan misschien gedacht. (En over de bestemming van de opbrengst valt te praten.)

Amerika kent nog meer maatregelen om de sport spannend te houden, zoals een streng transfersysteem en de *rookie draft* — hierbij mogen de clubs die laag eindigen de beste jonge talenten kiezen (de jonge profs mogen zelf dus niet bepalen wie hun werkgever wordt).

Deze maatregelen, en enkele andere, staan haaks op de wetten die de concurrentie en het vrije verkeer van werknemers bevorderen. Geen probleem voor de Amerikanen. Ze hebben het honkbal gewoon buiten de mededingingswet geplaatst. Niks geen Bosman-arrest. Als het erom gaat de sport spannend te houden hebben Amerikanen meer daadkracht dan Europeanen.

Om de voorgestelde maatregelen door te voeren, zal Europa zich tegen de rijke voetbalclubs en tegen hun eigenaren moeten keren, en tegen mediamagnaten als Berlusconi en Murdoch. Makkelijk is dat niet; ondernemers hebben in Brussel een sterke lobby. Toch kunnen politieke partijen deze maatregelen op z'n minst op de agenda zetten. Dat kan via de clubhuizen van amateurclubs, de tribunes van profclubs, het Europees Parlement en de Europese verkiezingen (die best eens wat leuker mogen worden). En vervolgens zal Europa in elk geval gedwongen zijn om te laten zien waar het staat. Is Europa van de mensen, of van de ondernemers?

En wie denkt dat het aanpakken van de

toenemende commercialisering in het voetbal een hopeloze zaak is, zou nog eens goed naar de finale van de Champions League van 2007 moeten kijken. Liverpool verloor die finale met 2-1; het elftal had zich te pletter gevochten. Maar toen het elftal na de wedstrijd naar de eigen supporters liep om hen te bedanken voor de steun, kwam het mooiste moment van de avond. De supporters bedankten hun elftal op grootse wijze. Het elftal had gevochten, en de achterban niet in de steek gelaten. Dat is de betekenis van het clublied van Liverpool uit de jaren zestig: *You'll never walk alone*. En dat is wat al die politici van tegenwoordig, die vooral resultaten willen, vergeten lijken te zijn.

Elke voetballiefhebber weet dat het slecht gaat met het voetbal. En daarom zal elke politicus die het voetbal echt wil helpen, en zich daarbij mogelijk te pletter loopt tegen de macht in Europa, altijd op de sympathie van de liefhebbers kunnen rekenen. Want ook al wint hij niet, ook al boekt hij geen resultaat, hij geeft de mensen wel het gevoel dat er voor hen gevochten wordt. En misschien is dat wel veel meer waard dan een half procentje koopkracht erbij.

Trouwens, Liverpool stond ook in 2004 in de finale van de Champions League. Bij rust stond het elftal met 3-0 achter. De tegenstander was oppermachtig, de situatie was hopeloos. Maar de jongens besloten nog harder te gaan vechten. En ze maakten, wonder boven wonder, de achterstand goed, en wonnen na verlenging en strafschoppen. Wie echt voor iets gaat, kan soms veel bereiken.

Laat het gevecht om het voetbal beginnen.

Onlangs verscheen van de hand van Tsjalle van der Burg het boek 'Een kleine economie van het voetbal'. Over de progressieve voetbalheffing publiceerde hij — samen met professor Aloys Prinz van de Universiteit van Münster — in Scottish Journal of Political Economy.