

door: Hans Slender

De hoogste voetbalcompetitie van Nederland is dit jaar ongekend spannend. Elke week een andere koploper en een grote groep clubs die kans maken om een weekend later die positie te bekleden. Het Nederlands publiek is echter verdeeld. Een deel van de supporters geniet van de spanning aan kop. Maar de critici spreken van nivellering en een 'Mickey Mouse-competitie'. Deze laatste mening wordt mede gevoed door slechte resultaten van Nederlandse clubs in Europees verband. Is de huidige situatie een vloek of een zegen? En in hoeverre is dit de toekomst van het Nederlandse voetbal?

Sporteconomen over de hele wereld onderzoeken waarom competities verlopen zoals zij verlopen en wat verklarende factoren zijn voor sportief succes. Met name in de Amerikaanse competities wordt er ook gestuurd op deze kennis. Het uitgangspunt in de Amerikaanse leagues is dat spannende wedstrijden en competities meer publiek trekken (Fort, 2006; Zimbalist, 2002). Er worden dan ook veel maatregelen genomen om het competitief evenwicht te vergroten (zie kader). Uiteindelijk leiden deze maatregelen tot spannender competities met als doel de winst van de clubeigenaren te maximaliseren.

Maatregelen competitief evenwicht (Dejonge, 2007):

- *Draft systeem*: slecht presterende clubs mogen als eerste talenten kiezen.
- *Revenu sharing*: grote clubs delen toegang, merchandise en televisierechten.
- *Luxury tax*: grote clubs betalen aan kleine clubs als zij te veel dure spelers hebben.
- *Salary cap*: salarisplafond waardoor grote clubs niet alle toptalenten kunnen kopen.
- *Play-offs*: zorgt voor minder voorspelbare uitkomst van de competitie.

Europa

Terwijl er in de liberale Verenigde Staten door het nastreven van competitief evenwicht loyaliteit ontstaat tussen clubs, is in Europa juist het omgekeerde het geval. In het nastreven van sportieve doelstellingen ontstaat er een ongekende competitiedrang, waardoor er van samenwerking tussen clubs nauwelijks sprake is. Het enige dat in Europa gedeeld wordt zijn de televisierechten. Dit vooral omdat het lastig is een eigenaar van deze rechten aan te wijzen is. Toch zijn er ook hier grote verschillen tussen competities. In Engeland en Duitsland worden de televisie-inkomsten relatief evenwichtig verdeeld. In Spanje zie je echter dat Barcelona en Real Madrid een veelvoud krijgen ten opzichte van de concurrentie. Wat de laatste jaren grote gevolgen heeft gehad voor de spanning in de Spaanse competitie (Aabakken, 2013; Andreff & Bourg, 2006; Peeters, 2012).

Omdat het competitief evenwicht in Europa niet *gemanaged* wordt, zie je vaak dezelfde clubs komen boven drijven. De beste voorspeller van sportieve successen is nog steeds de hoogte van de begroting van een club. Omdat de markt voor voetbaltalent erg transparant is, zullen de beste spelers altijd terecht komen bij de clubs met het hoogste budget. Met een competitie-opzet waarin alle clubs twee keer tegen elkaar spelen, zal de ranglijst der begrotingen dan ook veel overeenkomsten vertonen met de eindstand, zeker op iets langere termijn (Kuper & Szymanski, 2002).

Op korte termijn kan met een handige deal nog wel eens een sportief sprongetje gemaakt worden. FC Twente heeft de afgelopen jaren ‘overgepresteerd’, oftewel beter gepresteerd dan de begroting doet vermoeden, met name door goed transferbeleid. Op langere termijn blijkt talent lastig vast te houden met een relatief lage begroting en komt er vaak een terugslag. Toch kiezen veel clubbestuurders voor het aantrekken van extra talent in de hoop net in de opwaartse spiraal van sportieve successen en daarmee van meer financiële middelen terecht te komen. Als de successen dan tegenvallen loopt de club het risico in financiële problemen te komen met een mogelijk neerwaarts sportief effect als gevolg. Een club als Feyenoord heeft daardoor enkele jaren onder het niveau gespeeld van wat de club op basis van hun potentieel zou moeten kunnen halen.

De fan

Hoe kan het dat ondanks de relatief voorspelbare voetbalcompetities in Europa de populariteit van de sport alleen maar toeneemt? Sporteconoom Ruud Koning (2005) maakt dit duidelijk door onderscheid te maken tussen absolute en relatieve competitie. Absolute competitie gaat erom of de beste wint, relatieve competitie gaat om de spanning en het competitief evenwicht. Terwijl in de Verenigde Staten bezoekers vooral komen om vermaakt te worden en een spannende wedstrijd te zien, blijkt uit onderzoek dat Europeanen vooral naar het stadion komen om de eigen club te zien winnen. Zelfs de neutrale voetballiefhebber blijkt weinig op te hebben met competitief evenwicht (Forrest & Simmons, 2002). Wij zien liever een fantastisch Barcelona thuis met 5-0 winnen, dan een minder Barcelona dat een spannende wedstrijd nipt met 2-1 wint.

Verder valt op dat de mobiliteit van de fans de afgelopen twintig jaar enorm is toegenomen, net als de toegang van topvoetbal via (betaal)televisie. De voetballiefhebber die kwalitatief hoogstaand voetbal wil zien zoekt het steeds hoger op. Terwijl een Jupiler League club twintig jaar geleden een regionale functie had, zie je tegenwoordig de regionale fans wat verder reizen naar een eredivisieclub. Ajax, Feyenoord en PSV trekken zelfs steeds meer bezoekers uit het hele land. Maar daarmee zitten zij niet safe. Met de toenemende mobiliteit wordt het bezoeken van een Engelse, Duitse of Spaanse wedstrijd steeds eenvoudiger. Of mensen gaan meer kiezen voor een absolute topwedstrijd op televisie in plaats van een Eredivisie wedstrijd in het stadion. Momenteel zijn veel Jupiler League clubs door deze ontwikkeling in zwaar weer, maar dit kan de Eredivisie op termijn ook bedreigen.

Champions League en financial fair play

De grootte van de thuismarkt van een club is een belangrijke voorspeller van de mogelijkheden die een club heeft om financiële middelen te genereren (Dejonghe, 2007). In een grote stad is het eenvoudiger een goed draaiende voetbalclub te runnen dan op het platteland. Dit effect wordt versterkt doordat goed presterende clubs ook nog eens een groter geografisch gebied weten te bereiken.

Voor de minder presterende club bestaat de thuismarkt vaak uit de eigen gemeente of een deel van de provincie, voor een topclub is dit het hele land of soms zelfs internationaal. De thuismarkt van Helmond Sport loopt in een kleine straal om Helmond. FC Groningen bereikt

de hele provincie Groningen. Ajax heeft Nederland als thuismarkt. Maar deze thuismarkt maakt concurreren met Bayern München nog steeds onmogelijk, want de thuismarkt van Bayern bestaat uit 80 miljoen inwoners, waarbij de Duitsers minimaal net zo gek van voetbal zijn als Nederlanders. Clubs als Manchester United en Barcelona weten zelfs de markt te vergroten tot in Azië en de Verenigde Staten.

Grote steden uit grote landen zijn uiteindelijk vanzelf komen bovendrijven (Koning, 2009). Dit effect is door de oprichting van de Champions League echter versterkt. Door verdeling van televisiegelden ook nog eens te koppelen aan de grootte van de thuismarkt, de zogenaamde *market pool*, zijn de verschillen alleen nog maar groter geworden (Solberg & Gratton, 2004). De topclubs uit de grootste vijf landen hebben een kleinere kans om deelname mis te lopen, verdienen meer televisie-inkomsten en zijn vanuit hun thuismarkt en nationale competities toch al sterker.

Kansloze missie dus voor Nederland en België. Daarbij zorgt de huidige nivellering in de Eredivisie ervoor dat de Nederlandse traditionele topclubs vaker dan hun Europese concurrenten de Champions League mislopen, waarmee het gat naar de Europese top steeds groter wordt. De grote internationale topclubs zullen op deze manier alleen maar groter worden. Door Dejonghe (2009) wordt dit het mattheüseffect genoemd: 'zij die al veel hebben, krijgen meer en zij die niet hebben wordt ontnomen wat ze verdienen'. Ook als de absolute topclubs in Europa zich netjes aan de financial fair play regels gaan houden, verandert er niks aan deze situatie.

Het risico dat het publiek de Champions League minder interessant gaat vinden als elk jaar dezelfde acht clubs om de prijzen strijden is aanwezig. De UEFA is ondertussen echter onmachtig tegenover de grootste clubs om maatregelen te nemen die het competitief evenwicht echt versterken. Er is namelijk altijd de reële dreiging van de Europese topclubs om buiten de UEFA om een eigen competitie te starten. Voorlopig laten berekeningen zien dat het financieel nog niet aantrekkelijk is voor de G14 om een Europese competitie te starten. Alleen clubs uit kleinere landen, zoals Nederland, zouden hier financieel voordeel van ondervinden. De kans dat zij uitgenodigd zouden worden voor een dergelijke competitie is echter klein (Solberg & Gratton, 2004).

De kans dat de spanning in de Champions League door de UEFA daadwerkelijk teruggebracht gaat worden is klein, het beleid van *financial fair play* zal niet tot grote verschuivingen leiden. Een club als [Real Madrid](#) wordt vaak aangehaald als een club met grote schulden. Maar de ongeveer € 150 miljoen schuld met voldoende eigen vermogen resulteert nog steeds in een solvabiliteit die gezond is. Daarbij komt dat zij al enkele jaren winst maken en een begroting hebben van rond de € 500 miljoen. Dit soort vermogende clubs worden in de media vaak neergezet als potentiële probleemgevallen voor de *Financial Fair Play*-regeling, maar dat is ongegrond. Het zijn met name de clubs met suikersooms die potentieel gevaar lopen, maar het gros van de Europese topclubs zal niet schrikken van de maatregelen van Platini.

Nederlandse clubs kunnen zich al met al beter gaan richten op de Europa League, waar vooral

Portugese clubs hebben aangetoond dat succes voor clubs uit een kleine thuismarkt nog steeds mogelijk is. De inkomensverschillen tussen de grootste groep deelnemers aan de Europa League zijn veel kleiner (UEFA, 2011). Daarbij komt dat sommige grote clubs niet met de sterkste opstelling aantreden in deze competitie. Hierdoor is wel het prestige van de Europa League enorm gedaald de laatste jaren, wat afstraalt op toeschouwersaantallen en televisiekijkers.

Mickey Mouse League

Het grootste probleem waar de Nederlandse topclubs tegenaan lopen zijn de verwachtingen van de fans. Door de Europese ambities zijn Ajax, PSV en Feyenoord om beurten in financiële problemen geraakt. Zij hebben de vaderlandse subtop steeds dichterbij zien komen. Incidenteel kan deze subtop zelfs succes hebben, zoals AZ en FC Twente al hebben laten zien. Omdat gebleken is dat daadwerkelijk veel verdienen aan het opleiden van spelers erg lastig is, kan het gat met de Europese top niet gedicht worden. Ondanks dat door een grotere thuismarkt Ajax, PSV en Feyenoord op de lange termijn de beste kansen houden om binnen Nederland succes te hebben, blijft zal de huidige situatie - waarbij een groot aantal clubs dichterbij elkaar is komen te staan - niet snel veranderen.

Moeten wij ons nu ergeren aan de nivellering van de Eredivisie, of moeten wij deze spanning koesteren? Met de huidige opzet van Europese en nationale competities zal er weinig veranderen en lijkt het lijkt verstandig om inderdaad een Mickey Mouse League te creëren. Wat van Disney geleerd kan worden is het creëren van een optimale beleving voor de bezoeker. Betrek de lokale community bij de club en maak van voetbal een fantastisch dagje uit. De koppeling die veel BVO's op dit moment maken naar maatschappelijke projecten en de breedtesport (Meer dan Voetbal) heeft toekomst. Het organiseren van activiteiten rondom de wedstrijd en sfeer verhogende acties kunnen er voor zorgen dat niet alleen de kwaliteit van de wedstrijd de fanbeleving bepaalt, maar dat ook bij een mindere wedstrijd de bezoeker met een tevreden gevoel naar huis gaat.

Wellicht zien wij in Nederland niet meer voetbal van het hoogste internationaal niveau, maar we kunnen er wel een leuk uitje voor het hele gezin van maken. Op termijn zullen de BVO's in Nederland op een dergelijk manier hun bestaansrecht opnieuw uit moeten vinden.

Bronnen:

- Aabakken, G.L. (2013). [The Bundesliga TV Rights and their Place in Europe.](#)
- Andreff, W., & Bourg, J. F. (2006). Broadcasting rights and competition in European football. *The economics of sport and the media*, 37-70.
- Dejonghe, T. (2007). *Sport en economie: een aftrap*. Nieuwegein: Arko Sports Media.
- Forrest, D. & Simmons, R. (2002). Outcome uncertainty and attendance demand in sport: the case of English soccer. *Journal of the Royal Statistical Society*, 51 (2): 229-241.
- Fort, R.D. (2003). *Sports economics*. Upper Saddle River, NJ: Prentice Hall.
- Koning, R.H. (2005). *Economie van de sport. Rede uitgesproken op 22 maart 2005*. Groningen: Rijksuniversiteit
- Koning, R.H. (2009). Sport and measurement of competition. *De Economist*, 157(2): 229-

249.

- Kuper, S., & Szymanski, S. (2012). *Soccernomics*. Nation Books.
- Peeters, T. (2012). Media revenue sharing as a coordination device in sports leagues. *International Journal of Industrial Organization*, 30 (2): 153-163.
- UEFA (2011). *The European Club Licensing Benchmarking Report*.
- Solberg, H.A. & Gratton, C. (2004). Would European soccer clubs benefit from playing in a Super League? *Soccer & Society*, 5 (1): 61-81.
- Zimbalist, A.S. (2002). Competitive Balance in Sports Leagues: An Introduction. *Journal of Sports Economics*, 3 (2): 111-121.

Hans Slender is bedrijfskundige en werkzaam als docent/onderzoeker aan het Instituut voor Sportstudies en het Lectoraat Praktijkgerichte Sportwetenschap (Hanzehogeschool Groningen). De komende periode verzorgt hij (wederom) een module sporteconomie aan studenten van de opleiding Sport, Gezondheid en Management.