

Voetbal

Een blik op hoe de coronacrisis
de voetbaleconomie zal
dwingen tot verandering

sport PAGINA E10-11

‘Snellere, slankere en lenigere clubs’

De inkomsten per seizoen in het Europese clubvoetbal stegen in tien jaar met zo'n 13 miljard. Nu er niet wordt gevoetbald, in ieder geval niet in volle stadions, wacht de sector een economische herschikking.

Door onze redacteur
Steven Verseput

AMSTERDAM. De sector die in het vorige decennium ongebreideld groeide, probeert nu vanuit stilstand te overleven. De voetbalwereld wacht een ingrijpende economische herschikking als gevolg van de coronacrisis. „Deze economische schok gaat het voetbalbestel dwingen anders te denken”, zegt Wim Lagae, sporteconoom aan de Katholieke Universiteit Leuven.

Aangejaagd door mediagelden steeg het totaal aan inkomsten bij Europese clubs in bijna tien jaar van 15,7 miljard euro per seizoen naar 28,4 miljard in 2018, rapporteerde Deloitte. Mediaconcerns boden tegen elkaar op voor de tv-rechten. In de markt ontstond „veel vertrouwen en overmoed”, zegt Lagae. „Daardoor kreeg je de casinokapitalistische uitwassen, met een losgeslagen transfermarkt en hoge vergoedingen voor spelers en makelaars.”

Sommigen stellen dat de financiële bubbel van het voetbal nu is geknapt. Maar als zo'n bubbel al bestond, was die betrekkelijk in omvang. Afgezet tegen de wereldeconomie (86.000 miljard dollar in 2018), is de mondiale economische relevantie van voetbal nihil. Het gaat om zo'n 0,1 procent, schat Pieter Nieuwenhuis van Hypercube, dat clubs en bonden adviseert. „De relatieve financiële betekenis van voetbal is veel kleiner dan de aandacht die het krijgt.”

Experts verwachten over de gehele Europese lijn grofweg een halvering van de inkomsten. Die zouden daarmee terugvallen naar het niveau van rond 2010. Clubs gaan failliet, maar dat aantal zal relatief meevallen, zegt Nieuwenhuis. „De *shake-out* in voetballand zal niet zo groot zijn als daarbuiten.” Clubs zijn het vliegwieltje waar de sector op draait, die in leven in houden is van belang voor de hele bedrijfstak.

Dat neemt niet weg dat de kwetsbaarheid van de sector nu ondubbelzinnig aan het licht komt. „Velen wijzen naar corona”, zegt Simon Chadwick, hoogleraar Euraziatische sportindustrie aan de Business School in Lyon. „Maar het enige dat corona heeft gedaan, is het blootleggen van de zwaktes van clubs. Het zijn veel minder duurzame organisaties dan velen van ons dachten.”

Hij wijst op de analogie van deze crisis. „Hoe had bijna voetbal zich de afgelopen twee decennia heeft ontwikkeld, is bijna een virus op zichzelf: financieel kwetsbaar, armoedig leiderschap, slecht gemanaged.” Clubs moeten nu, onder druk, hun businessmodel aanpassen, zegt Chadwick. „Ze moeten sneller, slanker en leniger worden.”

Een blik op hoe de coronacrisis de voetbaleconomie zal dwingen tot verandering.

Reserves: buffers bouwen

Een ontwrichtende crisis van deze omvang had bijna niemand kunnen voorzien, laat staan op voorbereiden. Wel is het zo dat de meeste clubs in de vette jaren niet of nauwelijks financiële buffers opbouwden om eventuele tegenvallers op te kunnen vangen. „In hoogconjunctuur is nagelaten

een stootkussen aan te leggen”, zegt Lagae. Een van de uitzonderingen is Ajax, met een eigen vermogen van 262 miljoen.

„Een voetbalclub probeert altijd maximaal te presteren zonder dood te gaan”, zegt Nieuwenhuis. „Doordat je die strategie volgt, hoopt er nooit kapitaal op. Want als je dat geld nog had, zou je dat op het veld zetten.” Daarnaast drukken clubs de winstcijfers om te voorkomen dat geld via de belasting wegvloeit. Winst bij clubs laat zich uitdrukken in prijzen - niet in geld.

Onder clubbestuurders bestaat angst te veel te bezuinigen op spelerssalaries en transfers, zegt Lagae. Dat zou leiden tot mindere spelers, wat sportief negatief kan uitpakken. „Er zijn voortdurend prikkels in het bestel om te overinvesteren.”

Financieel leunen clubs deels op de waarde van aangekochte spelers. Nu de bedrijfstak onderuitgaat, daalt die spelerswaarde aanzienlijk. Die afhankelijkheid van de grillen van de markt, illustreert het wankele clubmodel. Lagae: „Men zal op lange termijn meer financiële buffers moeten aanleggen. Maar clubs moeten nu eerst door die moeilijke transitie komen.”

Transfermarkt: soberheid

De transfermarkt zal deze zomer sober zijn, na jaren waarin de afkoopsummen ongekende hoogtes bereikten. Verwachte transferopbrengsten zijn reeds verdampt. In de vijf grootste Europese competities daalt de transferwaarde met ruim 9 miljard naar 23,4 miljard, een afname van 28 procent, analyseerde de Zwitserse onderzoeksgroep CIES Football Observatory eind maart.

Zo halveert de verwachte transferwaarde van Manchester United-speler Paul Pogba tot 35 miljoen euro. In een andere analyse, van transfermarkt.nl, wordt geschat dat de waarde van de gewilde Ajax-middenvelder Donny van de Beek afneemt van 55 naar 44 miljoen.

De devaluering is extra nadelig voor België en Nederland, die het als exportlanden moeten hebben van transfers naar kapitaalcrachtige competities. „Clubs als Ajax en Club Brugge hadden zich al rijk gerekend op de nieuwe lucratieve zomertransfermarkt”, zegt Lagae.

Alleen de „*happy few*” zullen zich nog grote transfersommen kunnen permitteren, verwacht Nieuwenhuis. „Nieuwe rijken zullen opstaan. Het voetbal is nou eenmaal het speeltje van de miljardairs.” Nu de markt bloedt, is dit ook een periode om clubs relatief goedkoop over te nemen.

Trends die worden verwacht: kleinere selecties, een toename van huurconstructies, transferdeals met gesloten beurzen en een belangrijker rol voor jeugdopleidingen - als levensader van de club. En: bijna failliete clubs zullen hun beste spelers tegen lage prijzen moeten verkopen, waar de clubs met genoeg cash van kunnen profiteren, schrijft kenner Simon Kuiper op de site van ESPN.

De waardedaling van de selecties heeft grote financiële consequenties. Vaak wordt het operationele verlies gecompenseerd met een positief transferresultaat. Zo ook bij Ajax. Algemeen directeur Edwin van de Sar zei onlangs dat zij structureel

Frenkie de Jong

(links) ging zomer 2019 van Ajax naar FC Barcelona voor 75 miljoen euro, **Cristiano Ronaldo** in 2018 voor 100 miljoen van Real Madrid naar Juventus.



De twee duurste spelers in de historie: **Kylian Mbappé** (links, 145 miljoen euro) en **Neymar** (222 miljoen), beiden van Paris Saint-Germain.

meer uitgeven dan dat er binnenkomt. „Voor de coronacrisis stevenden we daarom al af op een verlies.” Dat verlies wordt nu groter, omdat alles stilstaat. Het probleem is dat Ajax dit waarschijnlijk niet meer kan corrigeren met lucratieve transfers, nu de geest uit de markt is.

Salarissen: iedereen levert in

De oude voetbaleconomie was: lonen, lonen, lonen. Het spelersbudget (salarishuis), neemt doorgaans dertig tot zestig procent van de begroting in. Nu de kosten drastisch omlaag moeten, wordt daar al eerste op bezuinigd.

„De spelerssalaries gaan minstens met 30 procent terug”, zegt Nieuwenhuis. „Een speler kan zeggen: dan ga ik weg. Maar dan zal de buurman hem vertellen: dacht je dat wij dat probleem niet had-

den?” Iedereen zal zijn verlies moeten nemen. Men onderschat hoe groot het bloedbad is

Wim Lagae
Sporteconoom

den?” De ruimte om te besparen zit met name aan de bovenkant van de markt - op het tweede of derde niveau zijn de salarissen relatief laag.

In navolging van buitenlandse clubs voeren PSV en Feyenoord nu gesprekken met spelers over het tijdelijk inleveren van salaris - twintig tot dertig procent. Interessant wordt wat marktleider Ajax doet. Dat heeft zijn salarishuis in ruim twee jaar verhoogd van 25 naar 55 miljoen euro, waarbij spelers meerjarige contracten voor 4 tot 5 miljoen per seizoen afsloten. Is dat nu nog houdbaar?

Bij het afsluiten van contracten zal over de hele markt de nieuwe realiteit zichtbaar zijn. „Maar clubs zullen met de handen in het haar zitten over de lopende contracten”, zegt Lagae. „Ik verwacht dat veel clubs door opdrogende inkomsten niet

aan de salarisverplichtingen kunnen voldoen. Iedereen zal zijn verlies moeten nemen, ook spelers. Anders wordt dat een gigantisch probleem. Men onderschat hoe groot het bloedbad is.”

Sponsoring: wees creatief

De sponsoring krijgt enorme klappen. In Nederland vormt die markt bijna veertig procent van de clubinkomsten, in de Europese top ligt dat iets lager. „Ik verwacht dat het tien jaar duurt voordat de sponsormarkt zich hersteld heeft”, zegt Nieuwenhuis.

Afgezien van de problemen bij de betrokken bedrijven, vraagt het sponsormodel ook een andere invulling nu waarschijnlijk tot eind dit jaar zonder publiek wordt gevoetbald, als er al wordt gespeeld. Hoe houd je dan de businessclub draaiende? „Clubs moeten creatief zijn en digitale ontmoetingen aanbieden om sponsors te blijven binden”, zegt sponsoringadviseur Marcel Beerthuizen.

Alternatieven moeten worden bedacht om aantrekkelijk te blijven. Zoals partnerships op basis van wederkerigheid, oppert Beerthuizen. De vergoedingen die sponsors betalen worden lager, het verdieneffect voor de club hoger als er meer van het product of de dienst van de sponsor wordt verkocht. „Pas als fans van de club klant worden bij die partij, krijgt de club een percentage over die omzet of een *fee*.” Zo is de sponsor zeker van rendement op zijn investering. „Om succesvol te zijn, is wel vereist dat je alles van je fan weet. Veel clubs hebben dat niet op orde.”

En clubs moeten anticiperen op het wegvallen van recettes en horeca-inkomsten - in Nederland een kwart van de inkomsten, in de Europese top zo'n vijftien procent. Onder meer Feyenoord gaat bij de begroting uit van duels zonder publiek tot eind 2020. Als dat langer duurt, „wordt de uitdaging wel heel groot”, zei algemeen

directeur Mark Koevermans in het *AD*. Of begin 2021 publiek weer het stadion in mag, is zeer de vraag.

Mediagelden: de wurggreep

Ze hebben elkaar nodig: het voetbal en de betaalsporttelevisie draait op voetbal, het is het anker van hun businessmodel”, zegt Beerthuizen. Tegelijkertijd zijn mediagelden de voornaamste inkomstenbron in de Europese top, bijna zestig procent in de Engelse Premier League - tegen zo'n twintig procent in de eredivisie.

Onderhandelingen in Europese landen tussen competities en mediaconcerns, over de vraag of tv-gelden moeten worden betaald nu er niet wordt gespeeld, verlopen stroef. „Alle partijen in de voetbalte hebben de afgelopen maand hun contracten tegen het licht gehouden, en gestudeerd op de *force majeure*-clausules”, zei Guido Bouw, directeur bij databureau Gracenote Sports, in *Het Financieele Dagblad*. „Iedereen gaat bij elkaar reclameren.”

In Nederland heeft Fox Sports wel de laatste termijn van de in totaal 88 miljoen voor dit seizoen voldaan. In Engeland houden de zendgemachtigden de competitie in een soort wurggreep. Clubs dreigen 861 miljoen euro aan mediagelden van Sky Sports en BT te verliezen wanneer zij dit seizoen niet afmaken. Maar door hun langdurige relatie zullen Sky Sports en de Premier League tot een oplossing komen, denkt Chadwick. „Een bitter, juridisch gevecht zou grote reputatieschade toebrengen aan alle betrokkenen.”

De meer existentiële vraag voor het voetbal is hoe hard mediaconcerns worden geraakt door dalende reclame-inkomsten en abonneeverlies. En of de bestaande miljardencontracten daardoor onder druk komen te staan. Die inkomstenbron is nu meer dan ooit van belang voor de voetbalindustrie.