

Wat zegt het besluit van Belfius om te stoppen met sponsoring van voetbal: “Het kan een vlucht vooruit zijn”



De staatsbank Belfius stopt met de sponsoring van voetbal. Het gaat de sponsorcontracten met Club Brugge en Anderlecht niet meer verlengen. Die zien zo samen miljoenen aan sponsoring wegvallen. Investeren in een andere sport, hockey, is geen probleem.

Eline VandeGehuchte

Vrijdag 5 augustus 2022 om 21:53

“We hebben besloten om de contracten op hun einddatum niet te verlengen, dat is een keuze in kader van de sponsoringstrategie van Belfius”, bevestigt woordvoerder Ulrike Pomme van de bank-verzekeraar het nieuws. “We stoppen natuurlijk niet onmiddellijk, de sponsoring gaat nog even door. [Voor Club Brugge nog een jaar en voor Anderlecht nog twee jaar, tot eind 2024](#). We hebben beide clubs snel op de hoogte gebracht van deze beslissing om hen voldoende tijd te geven om op zoek te gaan naar nieuwe sponsors.” Opmerkelijk: CEO Marc Raisière liet verstaan dat “sporten die Belfius voldoende opbrengen, wel nog gesponsord zullen worden. Hockey, bijvoorbeeld”.

Of het publiek dat naast het hockeyveld staat misschien meer baat heeft bij sponsoring van Candriam, dat de beleggingsportefeuille van vermogende Belfiusklanten beheert? Daar wil de bank-verzekeraar niet dieper op ingaan. “De beslissing heeft met strategie en kostenvermindering te maken”, zegt Pomme. “In het hockey gaat het ook om kleinere budgetten, niet te vergelijken met voetbal.”

Naweeën Propere Handen

Een veilige keuze voor de Belgische bank, vindt Jos Verschueren, programmadirecteur sportmanagement aan de VUB. “Hockey is gewoon heel erg *okay*”, zegt hij. Anders dan in de recente geschiedenis van het voetbal.

Want hoewel het al even achter ons lijkt, zindert ‘operatie Propere Handen’ toch nog na in de voetbalwereld. Het grootschalig onderzoek naar fraude en witwaspraktijken zal wellicht in het najaar voor de rechtbank verder uitgeklaard worden. “Het is toch wat in spanning afwachten wat die rechtszaak zal teweegbrengen”, zegt Verschueren. “Het kan goed zijn dat Belfius de vlucht vooruit wil nemen. Als de bank op het moment van de uitspraak zo goed als voetbalvrij is, krijgt het ook niet met de naweeën te maken.”

Tegelijkertijd is Belfius tevreden van de partnerships die het al had met andere sporten, zoals met het hockey. “Het is een kwestie van sympathie. Zowel op het niveau van amateurs als op nationaal vlak. Het is gewoon zo dat je met hockey momenteel weinig verkeer kan doen. Het is een immens populaire sport.” En dat heeft Belfius ook goed begrepen. “Belfius is bij uitstek een team Belgium-verhaal. Wat dat betreft is hockey dus een veilige keuze voor een Belgische bank.”

Geen buitenspel

In 2024 zal de sport ook te bewonderen zijn op de Olympische Spelen in Parijs. “Ook dat kan nuttig zijn voor Belfius.” De Olympische Spelen moeten natuurlijk neutraal zijn, lees: sponsoring op de shirts is verboden. “Maar als sponsor kan je wel inzetten op de ondersteuning van de clubs en bijvoorbeeld vip-arrangementen voor de liefhebbers.” Volgens Verschueren is het hockeyminnend publiek mogelijk ook een betere match met Candriam. “Dexia (*hernoemd naar Belfius in 2012, red.*) plakte misschien beter bij een voetbalminnend Brugge. Ik weet niet of we als gewone sterveling, zeg maar, zo snel botsen op een Candriam.”

Anderzijds is hockey gezien de stijgende populariteit, onder meer door de successen van de Red Lions en de Red Panthers, geen nichesport meer. Het hockeyminnend publiek wordt steeds breder. “Met de budgetten die Belfius kan investeren, kan het ook veel meer doen voor de hele scene dan enkel visibiliteit op de shirts of *boarding*. Bij het hockey kunnen ze inzetten op jeugdkampen, begeleiding, steun aan scheidsrechters,... Het wordt iets laagdrempeliger op die manier. Dat is net waar Belfius ook naar toe wil, inzetten op ‘iedereen’. En niemand buitenspel zetten.”

Dat alles maakt dat de sponsoring van hockey een betere *return on investment* oplevert dan het voetbal. “Het hoeft hier niet louter over financieel gewin te gaan, ook de visibiliteit in de media, de sympathie van het publiek, de betrokkenheid en maatschappelijke relevantie spelen een rol.”

https://www.nieuwsblad.be/cnt/dmf20220805_97183929?