

'Bij de topsport laten we de commerciële druk nu wel erg oplopen'

Interview Jan-Willem van der Roest (Universiteit Utrecht)

Op de volgende Olympische Spelen, in 2024, is breakdance een nieuwkomer en dat is grotendeels te danken aan het commerciële Red Bull. Is dat een probleem? 'Er is een spagaat tussen publiek belang en entertainmentwaarde.'

MARCEL VAN LIESHOUT

Bij twee van de nieuwe olympische sporten in Tokio, skateboarden en klimmen, speelt het energiedrankje Red Bull een grote rol. Niet zozeer als sponsor maar als organisator van evenementen. Het bedrijf heeft een scherp oog voor welke bewegingsvorm populair is onder jongeren, volgt de jeugdcultuur – zeker de 'urban culture' – en organiseert vervolgens evenementen. Zo kan een bezigheid ineens uitgroeien tot een – al dan niet olympische – sport.

Bij in elk geval een van de nieuwe olympische sporten in Parijs (2024) is het vooral onder de jeugd zo populaire Oostenrijkse energiedrankje wederom betrokken: breakdance. Het belangrijkste breakdance-evenement als 'sport' – er bestaat ook een WK breakdancing – is de finale van de Red Bull BC One in Salzburg.

Waarom is acrobatisch dansen wél een olympische sport en korfbal niet? 'Wat wordt toegevoegd aan het olympisch programma is vaak mede de uitkomst van politieke druk en machtsspelletjes binnen de sportwereld zelf', zegt Jan-Willem van der Roest (35) van de vakgroep Sport en Society van de Universiteit Utrecht. Hij is bestuurs- en organisatiewetenschapper en was zelf voetballer, scheidsrechter en clubbestuurder in het amateurvoetbal.



NIEUWE SPORT BIJ DE LAATSTE SPELEN: KLIMMEN. HIER BROOKE RABOUTOU UIT DE VS IN DE VROUWENFINALE. FOTO EPA

Terug- en vooruitblikkend op de Spelen: hoe wordt 'iets' uiteindelijk sport? Is lichaamsbeweging een voorwaarde?

'Een sport kan uit lichaamsbeweging voortkomen, ja. Turnen bijvoorbeeld heeft zich vanuit de Duitse lichaamscultuur in de 19de eeuw ontwikkeld tot sport. Een andere ontwikkeling is vanuit de commercie. Ook in de 19de eeuw gingen herbergiers en andere uitbaters evenementen organiseren, boksen bijvoorbeeld.

'Over de precieze definitie van sport is veel discussie. Een voorwaarde voor de sporten die we op televisie zien is dat je competitie hebt, wedstrijden, kortom een organisatie. Dan heet het sport. Belangrijk is ook dat er consensus is over de spelregels. Daar heb je een bond voor nodig. Je zou kunnen zeggen: als iets is geïnstitutionaliseerd, is het sport.'

U wijst erop dat Red Bull een grote rol speelt in het 'maken' van nieuwe sporten. Wordt sport commercieel gedreven?

'Dat is te zwaar uitgedrukt. De sportwereld zit wel in een spagaat. De overheid hoort zich ermee te bemoeien want er is een publiek belang om sport te stimuleren: het is goed voor je gezondheid, je haalt er inspiratie uit. Ondertussen wordt de commercie steeds belangrijker. De spagaat is dat enerzijds dat publiek belang moet worden gewaarborgd – sport moet ook veilig en fair zijn – en aan de andere kant is er een entertainmentwaarde. De commercie wil van sport spektakel maken.'

Hoe wordt iets een olympische sport?

'Veel nieuwe sporten zijn bedoeld om jongeren aan te spreken. Ze komen ook wel voort uit de urban cultuur. Skateboarden bijvoorbeeld. Wat je vaak hoort over die nieuwe sporten is dat deze bestaande sporten snel zullen voorbijstreven in populariteit. Daarbij wordt een link gelegd met de individualisering. Dat is een hardnekkige mythe, of beter: totale onzin. In ons land hebben sporten zoals voetbal en hockey nog steeds veruit de meeste aanwas.'

Waar komt Red Bull om de hoek kijken?

'Dat bedrijf oriënteert zich op een groot aantal sporten. Red Bull gaat verder dan simpele sportsponsoring. Het bedrijf organiseert zelf evenementen, die niet per definitie zijn bedoeld als sport. Maar als je dat op den duur institutionaliseert, heb je sport. Ze hebben Crashed Ice georganiseerd: op schaatsen in een ijshockeypak een steile ijsbaan vol hindernissen af.

'De reactie van sportbonden is interessant. Die zien zoiets als concurrentie, want zij hebben het monopolie in sport. Op een gegeven moment gaan ze dan zelf ook maar iets nieuws organiseren. Zo is dat drie tegen drie basketbal ontstaan dat nu ook voor het eerst olympisch was.'

Waar liggen mogelijkheden met het oog op Parijs? Moeten we in Nederland zelf sporten gaan ontwikkelen, al dan niet met hulp van Red Bull?

'Welke nieuwe sporten er in Parijs worden toegevoegd is allang bepaald. Door het IOC. Maar je ziet dat wat zo'n bedrijf als Red Bull teweegbrengt, de sport vernieuwt. Planksurfen is een goed voorbeeld. In Parijs krijgen we foilen. De boards krijgen een soort vlieg-vin en de sporters vliegen dan veel harder over het water. De atleten hebben hier trouwens zelf ook zeggenschap in gehad.

'Ik vind het wel belangrijk dat de overheid zich inspant om de publieke waarden van de sport te behouden. Bij de topsport laten we de commerciële druk nu wel erg oplopen. Je kan veel zeggen van Red Bull, maar niet dat ze een gezond product maken.

'De volgende Spelen zijn in Parijs en juist in Frankrijk doet de overheid er wel wat aan om de publieke belangen te bewaken. Daar wordt om de zoveel jaar een soort tender uitgeschreven wie de voetbalcompetitie mag organiseren. Natuurlijk wint de Franse voetbalbond dat. Daar hebben de sportbonden het exclusieve recht om Franse kampioenschappen in hun sport te organiseren. De overheid verankert op zo'n manier het publieke belang van sport. Een beetje tegenwicht bieden aan de commercialisering kan geen kwaad. Onze overheid voert nauwelijks sportbeleid, die volgt gewoon het NOCNSF.'
