



# NIEUWSBRIEF

Panathlon International Brussel vzw | Waterkluiskaai 17, Sint Amandsberg | tel. 09/218 91 27

## Woordje van de voorzitter

“Wij snellen naar het einde van deze hete zomer met een vaart die ons vooruit stuwt naar de nodige afkoeling.

Na de succesvolle uitstap naar Gent, onder impuls van Paul, Sabine en Maurice, sluiten wij het voorjaar met grote tevredenheid af. Onze eerste twee bijeenkomsten kregen een “super” quotatie met Paul Standaert en Trudo Dejonghe. Beide sprekers illustreerden hun lezing met een mooie en overzichtelijke power point, die indien nodig op vraag aan de leden kan bezorgd worden .

Het najaar staat spreekwoordelijk voor de deur en wij mogen hopen dat dit een schitterende seizoens finale mag worden. De 1ste afspraak is op dinsdag 15 oktober 2019 met als gastspreker de heer C. Impens (van Golazo).”

Met sportieve groeten,

Voorzitter Panathlon International Brussel

Jos Vanlerberghe



## Panathlon bijeenkomst 19/03/2019 - Serwir

*“De Panathlon Barometer”*

Deze presentatie werd ons verzorgd door Paul Standaert, bestuurder van Panathlon International. Wegens de afwezigheid van onze verslaggever kunnen we u geen overzicht geven doch wel de Powerpoint presentatie consulteren. Die zal apart naar al onze clubleden worden opgestuurd.



# Panathlon bijeenkomst 14/05/2019- Serwir

*“Het hedendaagse voetbal: een consument georiënteerde dienst in een economisch MODERNE omgeving”*

We mogen van geluk spreken dat “Marc van St. Niklaas” aanwezig was op deze lezing want de gevraagde laptop was niet aanwezig, maar onze “redder in nood” is vliegensvlug zijn persoonlijke laptop gaan halen zodat onze gastspreker toch zijn lezing kon brengen! Beste Marc, onze welgemeende dank daarvoor!!

Ondertussen hadden alle aanwezigen een gezellige babbel met een verkwikkend aperitief en konden onze hongerige maagjes reeds een beetje gestild worden met een smakelijk lentevoorgerecht van Mangalica ham met gemarineerde asperges.

Prof. De Jonghe, die doceert aan de KUL en ook aan de Hogeschool voor Sportmanagement in Brugge, opende zijn lezing met de toestand van het voetbal in de jaren '90. Toen was er eigenlijk zo goed als niets qua structuur, administratie enz. Zelfs de clublogo's tonen dit: vroeger keek de “Indiaan” van AA Gent naar links (= achteruit) en droeg hij “oude veren” terwijl hij nu naar rechts (= vooruit) kijkt, en heeft hij mooi gestileerde veren. Bij Club Brugge staat nu op het logo: “No Sweat, No Glory”, enz.

De evolutie naar de professionele ploegsport is een zeer groot totaalpakket geworden met een economisch perspectief: de input van arbeid (de atleten, managers, trainers) verbonden aan kapitaal (het sportveld, infrastructuur, budget, uitrusting) produceren samen met een ander team een (eind)product – de wedstrijd – dat eigenlijk verkocht wordt aan de consument (de toeschouwers, de media, de kijkers) in een afgesloten stadion.

Eigenlijk is de sportcompetitie een “samenwerkende competitie” om een “gemeenschappelijk product” te produceren, waarvan de eigenaar in feite “de liga” is, vb. Jupiler Pro League.

## DNA TOPVOETBAL

Het DNA van topvoetbal zit in “emo-diensten”, de belevenissen- en entertainmentsector, het “Wij tegen Zij” waarbij de identiteitsvorming bijna een religie is (vb. Barcelona versus Real Madrid, Club versus Cercle,...)

Op het vlak van de inkomstenbronnen is nu de ticketverkoop niet meer de belangrijkste bron maar wel TV naast merchandising en “wereldmarkt”. Hierbij is de nieuwste trend, en de toekomst, het Oosten!

We zien dus een duidelijke overgang van een SSSL-model (Spectators – Subsidie – Sponsors – Local) naar een MCMMG-model (Media – Corporation – Merchandising – Market – Global). In het DNA van topvoetbal zien we ook de



“Winmaximalisatie” versus de “WinStmaximalisatie” waarbij in het financiële management de ratio versus de emotie speelt. Belangrijke factoren hierbij zijn de druk van de supporters, van de media, de sponsors. Dat kan leiden tot kortetermijnvisie waarbij emotie boven ratio komt met negatieve eindresultaten (vb. degradatie) tot gevolg.

Statistisch gezien is er op lange termijn een verband tussen loonmassa en sportieve prestaties, wat resulteert in een zoektocht naar (meer) inkomsten. Er is een duidelijke cumulatieve causatie tussen de “Markt” (= de potentiële toeschouwers of consumenten) die toeneemt bij uitbreiding van het geografisch bedieningsgebied waardoor meer sponsoring komt waardoor het budget stijgt wat betere spelers oplevert waardoor meer succes ontstaat (hogere plaats op de rangschikking) wat weer resulteert in een groter geografisch bedieningsgebied waardoor weer meer “Markt” enz.



Dit vertaalt zich duidelijk in een gigantisch verschil in marktpotentieel tussen België en andere landen zoals b.v. Engeland waar o.a. de Tv-rechten al voor astronomische verschillen zorgt (vb. 80.000.000 euro t.o. 2 miljard euro).

België beschikt dus slechts over een bijzonder kleine “productmarkt”. (cfr. de uiteenzetting van Mr. VERSCHUEREN Michael van 2018) Statistisch is er trouwens een fenomenale stijging van de inkomsten in Engeland t.o. alle andere grote voetballanden in de

afgelopen 5 jaar: Premier League brengt meer dan dubbel op!

Wanneer men marktgeoriënteerd kijkt, zal op lange termijn de stad altijd winnen omdat daar veel meer mogelijkheden te vinden zijn. Een voorbeeld daarvan is in Duitsland Leipzig wat nu een topploeg wordt/is omdat Leipzig marktgericht zeer interessant is. (o.a. DHL,...)

Aansluitend kregen wij de gelegenheid om vragen te stellen i.v.m. dit eerste deel en die werden dan ook in overvloed afgevuurd: o.a. omtrent het “onverantwoord”, waanzinnige financiële avontuur waarin sommige bestuurders hun club dompelen; i.v.m. de astronomische bedragen die betaald worden; i.v.m. veiligheidsmaatregelen, enz....

Dit alles leidde tot een geanimeerde, gefundeerde en leerzame discussie over zowat alle elementen die meespelen bij topsport en leidde ons ook naar het reeds vernoemde “Oosten”, want eens er financiële problemen zijn komt de “Chinees” tevoorschijn!

Ondertussen mochten wij genieten van een heerlijk, sappig en mals rundsmedaillon met gebakken asperges, hemelse roze pepersaus en aardappel-rösti, vergezeld van een lekker glas rode wijn!

In het 2<sup>de</sup> deel van zijn betoog, lichte prof. De Jonghe voornamelijk het consument georiënteerde stadion toe. Aan de hand van een aantal beelden van hopeloos verouderde stadions toonde hij hoe het zeker niet moet en niet kan. Engeland heeft hier het voortouw genomen en de nieuw opgerichte commissie in 1989 kwam in 1991 met een nieuwe moderne structuur met als voornaamste items: geen hekkens meer rond het terrein, genummerde tickets en zitplaatsen, naast ook strenge straffen voor hooligans en overtreders van de regels,

enz. Dit alles leidde tot bijna een verdubbeling van het toeschouwersaantal! Niet enkel de veiligheid maar ook de catering werd aanzienlijk beter. We spreken hier van het “Noveltyeffect” dat voor een upgrading zorgt van het aangeboden product. Enig gevaar hierbij is wel het “Honeymooneffect” waarbij opportunistisch veel te grote, te luxueuze, eigenlijk overdreven nutteloze tribunes, zelfs stadions, werden gebouwd – de “Witte Olifanten” – zoals ze genoemd worden. Belangrijk is REALITEITSZIN.

Welke elementen zijn belangrijk?

Om consument georiënteerd te zijn moet het stadion goed bereikbaar zijn, een goede zichtbaarheid en een correcte omvang hebben. Een goed voorbeeld is de “Ghelamco”.

Uiteraard is daarbij van groot belang dat er aanwezigheid van marktpotentieel is, dat er multifunctionele infrastructuur is en dat er een “Landmark”-status is. Een voorbeeld is Bayer München dat ver van de stad ligt, vlot bereikbaar is, ruime parkingvoorziening op +/- 800 m afstand (ideale afstand om als supporter “af te koelen”!).

Daarnaast moet het stadion binnen afgestemd zijn op het supporterspotentieel:

- Niet te klein doch ook niet TE groot
- Variabele kleuren van de zitjes (herkenning, comfort, goed indien eens minder volk,..)
- Uitbreidingsmogelijkheden hebben
- Veiligheidsvoorzieningen (brede gangen, veilige trappen, promenade gevoel,...)
- Vrouw- en kindvriendelijk zijn (voorzieningen, opvang, ...)
- Géén atletiekpiste rond het veld (ongezellig, nadelig, ...)
- Winkel-, eet- en drinkgelegenheid, ontmoetingsplaats, ...

Hiermee kan men het gevoel creëren van een familie uitstap, van “ik kan het mij permitteren”. Daarbij speelt ook het “Veblen” effect: goedkope plaatsen en dure plaatsen hebben meer effect dan gemiddelde plaatsen. Bij dit alles speelt ook het profiel van de fan een belangrijke rol en aan de hand daarvan kan een optimale indeling van de tribunes gebeuren. Langs de lange zijde zitten de trouwe, ietwat oudere supporters die een hechte band hebben met de club. Aan de uiteinden heb je “losse verkoop”, supporters die af en toe komen. Achter het doel bevindt zich het “Sfeer vak”: meest fanatieke en trouwe supporters. Daar vlak naast – in de hoeken – zitten de jonge fans die hopen later in het sfeer vak te komen en achter het andere doel bevindt zich het familie vak daar dit ook de goedkopere plaatsen zijn. De “Sportfan” is een deel van het kernproduct, zij vormen “The Side” en die moeten “verwend” worden, zij zijn belangrijk voor de merchandising, zij eren de traditie en zijn “hondstrouw”.





Kinderen zijn een zeer belangrijk item, zij willen graag allerlei prullaria, truitjes, enz. ze zijn een “dankbaar middel” tot verkoop (vb. PSV: de club maakte op het veld een grote P met allemaal kinderen in kinderstoeltjes en: foto onmiddellijk uitverkocht!).

Clubs moeten ook rekening houden met speeltijden en kalender om trouwe fans de mogelijkheid te bieden aanwezig te zijn = de belangen van de media tegen de mogelijkheden van de 12<sup>de</sup> man! (vb. midden de week om 20u30 met verre verplaatsing?!)

Een van de grote gevaren in topvoetbal is momenteel Exogeen Geld. Het gevaar bestaat dat op korte termijn met buitenlands geld een tekort kan opgevuld worden maar bij problemen met de club of om welke reden dan ook, stapt de mecenas gewoon op; het “Icaruseffect”. We spreken hier van een kapitaalintensieve consumentendienst waarbij er een relatie is met de grootte van de markt maar die “kapitaalmensen” zijn en blijven mecenasen! Voorbeelden hiervan: Abramovich (Chelsea), Dietman Hopp (Hoffenheim 1899), Coucke (KV Oostende), Lambrechts (Lokeren), Scheringa (AZ Alkmaar)... Wanneer die mensen opstappen ontstaan grote problemen voor de club!



Tot slot mochten en werden nog heel wat vragen gesteld en ontstond er opnieuw een boeiend vraaggesprek terwijl we nog mochten genieten van een exotische carpaccio van ananas met witte chocoladeschuim en meringue vergezeld van dampende koffie met versnaperingen. Het was alweer een bijzonder aangename en leerrijke avond met een zeer vlotte spreker die ons toch een beetje wegwijs maakte in de gecompliceerde wereld van het topvoetbal, waarvoor onze oprechte dank!

## Uitstap Panathlon 2019

### *Gent*

Sinds een aantal jaren heeft Panathlon Brussel een mooie traditie opgebouwd door ieder jaar, rond half juni, een daguitstap te plannen.

Dit jaar was, aanvankelijk, Antwerpen “the place to be” doch door onvoorziene omstandigheden kon dit niet doorgaan. Dankzij Sabine en Paul kon de uitstap, gelukkig maar, wel doorgaan en wel in hun stad Gent!

Om het voor alle deelnemers eenvoudig te houden was de plaats van samenkomst de ingang van het Sint-Pietersstation. Makkelijk voor de treinreizigers en parking zat voor hen met de auto... Maar dat laatste – parking bereiken – was niet zo voor de hand liggend! Toen Tiene en ik zaterdag met de wagen vertrokken



werden we onderweg getrakteerd op stevige regenbuien, zelfs echte plensbuien, en eenmaal in Gent was het een ware zoektocht om tot in de autoparking aan het station te komen! Het was ons meteen duidelijk dat bepaalde mensen in Gent liever absoluut géén auto's rond en al zeker niet IN Gent willen... En om dan vanuit de parking het voorportaal van het station te vinden/bereiken was ook geen sinecure! Stad Gent had misschien toch beter eens gekeken hoe men het in Brugge heeft gedaan!



Enkel de trein uit Leuven had een halfuurtje vertraging maar dan was, op onze Maurice na (die was zo verstandig ons op te wachten aan het eerste bezookpunt), ons groepje volledig allen gewapend met paraplu en regenjas.

Sabine en Paul waren onze gastvrouw, gastheer en gids en nog zoveel meer. Verder was er Jos, Heleen en Yves, Patricia en Patrick, Rosette en Jacky, Chris en Marc, en wij natuurlijk.

Eerst was er een ritje met de tram tot aan de Korenmarkt van waar Paul ons als een volleerde

gids, in de striemende regen, de geschiedenis vertelde van “zijn” wondermooie St. Niklaaskerk. Deze kerk is zowat het prototype van een huwelijk tussen “oud” en “nieuw”. Dit imposante gebouw is nl. “geïsoleerd” van de vroegere kleine huisjes die aan en rond de kerk stonden en is nu een indrukwekkend zeer grote kerk met een vierkante stevige toren – een vieringtoren of eigenlijk lantaarntoren – en is een uitstekend voorbeeld van de Schelde gotiek. We hebben zowel het gedeelte bezocht waar nog misdiensten plaats hebben – en dit was het geval – alsook het gedeelte met ingang aan de Korenmarkt. In dit laatste waren allerlei kunstzinnige activiteiten aan de gang, zelf middeleeuwse ambachten en... ridders die hun harnas enz. voorstelden, dit tot plezier van onze “strijdheer” Patrick!

Van de Korenmarkt – met z'n mooi (ex)postgebouw – gingen we richting St. Baafs en dit via de hedendaagse moderne “Stadshal”. De meningen over dit gebouw zijn legio... het is wel zo dat door z'n inplanting men het zicht kwijt is op de geklasseerde gebouwen links van de kathedraal, maar daar tegenover staat dat de ruimte eronder wordt gezien als een unieke, overdekte ontmoetingsplaats voor de Gentenaren en de toeristen...

Wat vandaag de Sint Baafskathedraal is was oorspronkelijk de Sint Janskerk. Het gebouw is uiteraard wereldberoemd door het beroemde retabel “Het Lam Gods” van Jan Van Eyck. Deze kathedraal maakt samen met de Sint Niklaaskerk en het Belfort, deel uit van de “drie torens” of “Gentse torenrij”. Het is een immense kathedraal met een prachtige, eerder merkwaardige, preekstoel in rococostijl, met een grote kooromgang met kapellen waarvan de pilaren telkens uit een andere marmersoort zijn vervaardigd en met een prachtige schilderij van Peter Paul Rubens “De bekering van St. Bavo”. De toren bestaat uit 4 verdiepingen en bevat 7 luidklokken.

Via de Paddenhoek – het steegje waar Jacob Van Artevelde werd vermoord – trekken we, onder Paul zijn deskundige leiding, verder naar de “Place d’Armes” zijnde de huidige Kouter,

waar zowat alle grootheden uit de Gentse geschiedenis, waaronder o.a. Napoleon, werden ingehuldigd. Langs de “Handelsbeurs”, vandaag het Concertgebouw, en via het oude Justitiepaleis, dat nog steeds dienstdoet in assisenzaken, kwamen we langs de oevers van de Leie. Daar maakte onze hulpgids Maurice ons attent op een gebouw dat nog de vroegere “Ancien Belgique” was.

Een beetje verder konden we de 3<sup>e</sup> kerk bewonderen nl. de St. Michielskerk die in 1440 in laatgotische stijl werd heropgebouwd en die eigenlijk pas in 1825 werd afgewerkt waarbij de voorziene toren van 130 m nooit is afgewerkt. We konden ook het grote (ex) postgebouw zien waarop heel wat koppen van Europese grootheden prijken. Stilaan bereikten we de vroeger haven waar we naast diverse oude panden zoals het “Cooremetershuys”, nog overblijfselen ontdekten van de piepkleine verbindingen van de oude haven met de Korenmarkt.



Langs de Korenlei – met het in het oog springende Marriotthotel – werden we vergast op fanfaremuziek van de “Tekenterters” (3 mans fanfare) en een antieke “maatjeskar” op wielen, geduwd door burgemeester De Clerck.

Hierna bereikten we ons culinair eindpunt: Korenlei 2! Hier konden we in een uiterst gezellige omgeving en opperbeste stemming met volle teugen genieten van een verfrissend aperitief, een zeer lekkere Ceviche van wijting met krab in een gazpacho van zwarte bonen en een bijzonder smakelijk en origineel hoofdgerecht van Breydelham met estragon en Tierentijn mosterdsaus. Dit alles overgoten met voldoende, heerlijke wijn en gevolgd door een verkwikkende parfait van aardbeien. Tot slot zorgde een aromatische koffie voor een

grandioze afsluiter van alweer een uitermate geslaagde daguitstap!



Als kers op deze “taart” werden ook onze lachspieren heerlijk vertroeteld door de talloze pittige anekdotes en soms bijzonder heerlijke pikante en minder pikante maar toch fel gekruide moppen uit het repertoire van onze “dokter” en onze “juge” van dienst.... Van beiden kunnen we binnenkort een lijvig boekje verwachten met professionele vertellingen!!

Rond 16 u namen we voldaan en enorm tevreden afscheid van elkaar met de plechtige belofte deze fantastische traditie in ere te houden, wie zorgt voor 2020???

Hier nog een kleine noot van de redactie: bij het naar huis rijden met de wagen vanuit de parking aan het station nog een heeeeeeel stuk buitenkant van Gent gezien alvorens op de autostrade te geraken en ter hoogte van Drongen terug een of andere “groene ridder” die zijn

boosheid over de auto uitsprak met een nog laatste plensbui van jewelste! Dit kon ons echter niet meer deren na deze prachtige Panathlon dag en hierbij nog speciaal een woord van dank aan Sabine en Paul voor hun gastvrijheid en kennis van hun stad!!!

### Kalender

#### Ledenvergadering

15 oktober  
10 december

#### Directiecomité

27 augustus  
12 november

### Werkten mee aan deze nieuwsbrief

Jos Vanlerberghe  
Luc Van Landschoot  
Tiene Van Landschoot  
Patrick Van Campenhout  
Patricia Lamberts  
Jelle Vlaeminck

*De Wijnkamer*

Oostenrijkse kwaliteitswijnen  
Wijnbar – Wijnhandel

Kasteelstraat 11, 9200 Dendermonde  
www.dewijnkamer.be  
0478 90 48 40

