



De competitie in uitzendrechten

Auteur(s):

Koning, R.H.

De auteur is als KNAW-onderzoeker werkzaam aan de Faculteit der Economische Wetenschappen en Econometrie van de Vrije Universiteit en het Tinbergen Instituut. Peter Hopstaken en Geert Ridder waren behulpzaam in de gedachtevorming.

Verschenen in:

ESB, 82e jaargang, nr. 4098, pagina 229, 19 maart 1997

Rubriek:**Trefwoord(en):**

sport

Nu er meerdere vragers naar uitzendrechten van voetbalwedstrijden zijn, zijn er goede redenen om het monopolie van de KNVB te doorbreken.

Na het debacle van Sport7 moeten de uitzendrechten voor het Nederlandse voetbal opnieuw verhandeld worden. De huidige situatie verschilt sterk ten opzichte van die van een aantal jaren geleden. Tot het midden van de jaren tachtig was er precies één aanbieder van uitzendrechten (de KNVB) en er was precies één vrager naar uitzendrechten (de NOS). Alle uitzendrechten (eredivisie, eerste divisie, wedstrijden Nederlands elftal) werden collectief verhandeld. Deze situatie is veranderd sinds de opkomst van commerciële televisie in Nederland eind jaren tachtig: de uitzendrechten van thuiswedstrijden en sommige vriendschappelijke wedstrijden van het Nederlands elftal werden nu gekocht door RTL4, RTL5, en later Veronica. De markt voor uitzendrechten veranderde van een markt met één vragende partij en één aanbieder naar een markt met meerdere vragende partijen en één aanbieder.

Uiteraard hebben deze veranderingen geleid tot hogere prijzen voor de uitzendrechten: de uitzendrechten van de eredivisie waren in 1985 nog f 1,75 mln waard, dit bedrag steeg vervolgens tot f 6 mln in 1990, f 11,5 mln in 1992, en f 17 mln voor de seizoenen 1993/94 tot en met 1995/96¹. Begin 1996 kocht Sport7 de rechten voor circa f 140 mln per jaar, waarbij moet worden opgemerkt dat dat bedrag werd neergegeld voor een veel uitgebreider pakket dan de uitzendrechten van de eredivisie alleen.

Met de recente uitspraak van de rechter waarin de uitzendrechten van voetbalwedstrijden in beginsel aan de thuishandelende club worden toegekend, is de situatie weer veranderd: momenteel worden de uitzendrechten verhandeld op een markt waar in principe meerdere aanbieders zijn (alle individuele voetbalclubs en de KNVB voor de thuiswedstrijden van het Nederlands elftal) en meerdere vragers (de NOS, RTL5, Veronica, en SBS6). De minister heeft echter toegestaan dat de samenvattingen collectief worden verkocht. De uitspraak van de rechter heeft grote financiële gevolgen: nu zal blijken dat uitzendrechten van verschillende clubs verschillend worden gewaardeerd op de markt.

Het ligt voor de hand dat een meerderheid van de clubs heeft geprobeerd om de 'oude' situatie te herstellen door de uitzendrechten over te dragen aan de KNVB. Echter, uit angst voor prijsopdrijving, heeft de minister van Economische Zaken dit verboden. Hij moet ongetwijfeld aan Adam Smith hebben gedacht toen hij de Tweede Kamer schreef "Ik hecht er aan duidelijk te stellen dat het vanzelfsprekend niet mijn bedoeling is om op enigerlei wijze het publiek tv-voetbal te onthouden. Integendeel. Ik ben wel van mening dat het in het belang van de consument is te voorkomen dat tv-voetbal onnodig duur wordt door prijsopdrijving via kartelconstructies"². In dit artikel zullen we bekijken hoe de economische theorie deze beslissing kan verklaren.

Het gevaar van kartelvorming

Als de clubs de uitzendrechten collectief zouden verkopen, zou de prijs niet alleen de maatschappelijke schaarste van de uitzendrechten reflecteren, maar ook de marktmacht van de verkopende partij tegenover de verschillende biedende partijen. Het is onwaarschijnlijk dat een dergelijke prijsvorming leidt tot een efficiënte allocatie van middelen: er is slechts een zwak verband tussen de inzet van middelen en de opbrengsten die met die middelen worden behaald.

In het algemeen zullen bedrijven in een oligopolide marktform willen samenspannen omdat op die wijze een hogere gezamenlijke winst kan worden behaald. Een gevaar hiervan is echter dat innovaties in de bedrijfstak langzaam worden doorgevoerd en dat de overwinsten neerslaan in hoge spelerssalaries die niet buitengewoon talentvolle jonge voetballers er toe brengen een carrière als profvoetballer na te jagen terwijl hun comparatieve voordeel elders ligt³.

De consumenten aan de andere kant worden gedwongen onnodig veel te betalen voor de voetbalbeelden. Op dit ogenblik betalen de kijkers niet direct te veel, aangezien de meeste uitzendrechten zijn terechtgekomen bij de publieke omroep en deels worden betaald uit de omroepbijdrage. De kijker betaalt wel indirect te veel, aangezien de publieke omroep nu minder geld kan besteden aan andere programma's.

De kracht van concurrentie tussen clubs

De situatie waar elke club verantwoordelijk is voor de verkoop van de eigen uitzendrechten heeft een aantal voordelen. In de eerste plaats wordt er een directe link gelegd tussen prestatie (of aantrekkelijkheid van het voetbalspel) en de prijs die de tv-rechten zullen opbrengen. Het is niet langer mogelijk om als een grauw team in de grijze middenmoot mee te spelen en toch een aanzienlijke vergoeding voor tv-beelden te ontvangen.

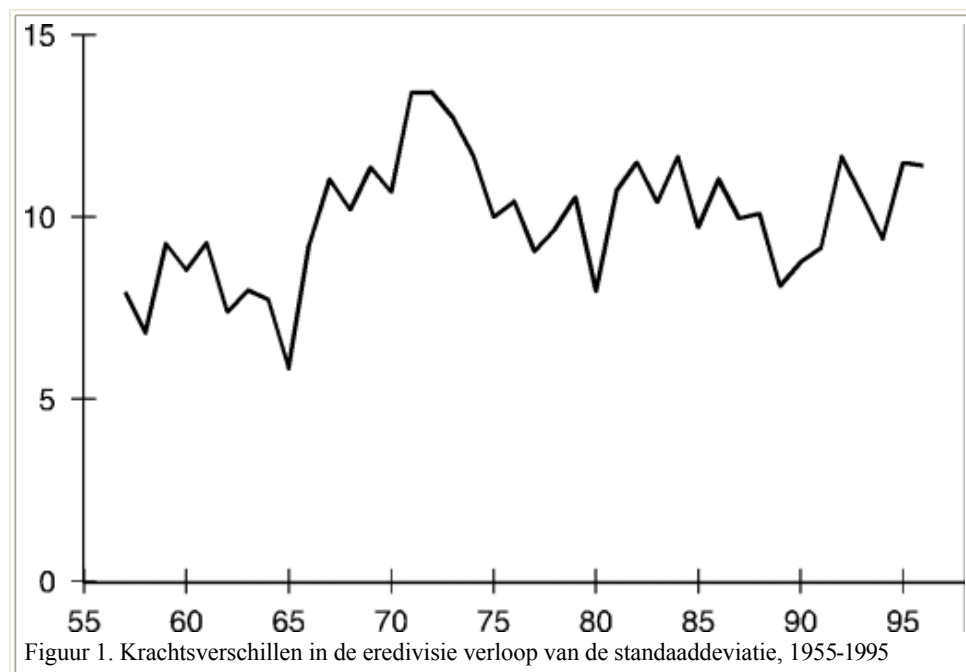
Een tweede voordeel is de mogelijkheid die ontstaat om beelden van regionale clubs te verkopen aan regionale tv-stations. Niet elke club in het betaalde voetbal heeft een landelijke uitstraling. Sterker nog, economische theorie suggereert dat er in markten die worden gekenmerkt door collectieve consumptie en lage kosten van reproductie ruimte is voor slechts een paar toppers, die hoge prijzen kunnen vragen voor hun product ⁴. Dit betekent niet dat de uitzendrechten van 'kleine' clubs niets waard zijn: zij spelen immers thuiswedstrijden tegen de 'grote' clubs. De topclubs daaren-tegen zullen aanmerkelijk hogere inkomsten moeten hebben als zij in kwalitatief opzicht willen concurreren op Europees niveau. Indien Europees succes leidt tot meer vraag naar het voetbal in het algemeen, profiteren ook clubs die niet deelnemen aan Europese toernooien daar van. Clubs met een meer regionale uitstraling zijn allicht gebaat bij de mogelijkheid om hun beelden (deels) te verkopen aan regionale TV-stations.

Een derde voordeel van decentrale verkoop van uitzendrechten is dat tv-beelden nu een stuk gemakkelijker kunnen worden ingezet bij een actief supportersbeleid ⁵. In plaats van een bezoek aan een wedstrijd zouden supporters van een uit spelende ploeg de wedstrijd in het eigen stadion op een videoscherm moeten kunnen volgen; een fraai voorbeeld van product-innovatie.

Evenwicht in de Nederlandse eredivisie

Een van de consequenties van de interventie van de minister zal kunnen zijn dat de 'grote' clubs hun uitzend-rechten voor veel meer geld kunnen verkopen dan de 'kleine' clubs, zodat de verschillen toenemen ⁶. De relevante vraag is echter niet of de rijke clubs nu rijker worden en de arme clubs armer, maar of de krachtsverhoudingen tussen de clubs toenemen. Het is overigens interessant om op te merken dat deze discussie niet voor het eerst wordt gevoerd. Eind jaren zeventig en begin jaren tachtig werd dezelfde discussie gevoerd naar aanleiding van de invoering van de shirtreclame. Met name het PvdA Tweede-Kamerlid Worrel heeft geprobeerd invoering van de shirtreclame tegen te houden, juist vanwege de angst voor een toenemende denivellering van de krachtsverhoudingen. Maar zijn de krachtsverhoudingen na invoering van de shirtreclame in 1982/83 ook werkelijk veranderd?

Een indicator van de krachtsverschillen in de eredivisie is de spreiding van het aantal wedstrijdpunten in de rangschikking. Indien alle clubs evenveel punten hebben is het evenwicht in de competitie maximaal, elke club is concurrerend met elke andere club. Aan de andere kant is er de situatie waar de krachtsverschillen groot zijn. In dat geval zal de spreiding van het aantal punten groot zijn. Met behulp van gegevens over de eindrangschikkingen na elk voetbalseizoen gedurende de periode 1956/57 (het begin van het betaalde voetbal in Nederland) tot en met 1995/96 hebben we onderzocht in hoeverre de krachtsverschillen in de Nederlandse competitie zijn afgenomen of toegenomen ⁷. Als maat voor spreiding hebben we de standaard-deviatie van het aantal punten genomen. Uiteraard is dit enigszins arbitrair, maar andere maten voor spreiding die robuuster zijn tegen een paar erg goede of erg slechte clubs leiden kwalitatief tot dezelfde resultaten ⁸. Het verloop van de krachtsverschillen in de eredivisie staat in [figuur 1](#).



Het blijkt duidelijk dat er sprake was van een duidelijke denivellering van de krachtsverschillen vanaf het midden van de jaren zestig tot aan het begin van de jaren zeventig. Nader onderzoek zal moeten uitwijzen of het toeval is dat deze denivellering samenvalt met de aansluiting die Nederlandse clubteams vonden bij de top van Europa (in het seizoen 1968/69 speelde voor het eerst een Nederlands team in een finale om een Europese beker). Vanaf het begin van de jaren zeventig zijn de krachtsverhoudingen weer evenwichtiger geworden en sinds 1975 zijn de krachtsverhoudingen niet duidelijk evenwichtiger geworden noch onevenwichtiger. Met name is duidelijk dat de invoering van de shirtreclame niet heeft geleid tot een denivellering van de krachtsverhoudingen en daarmee tot een minder interessante voetbalcompetitie. Voorshands is er dus geen reden om aan te nemen dat vergelijkbare schok in het betaalde voetbal nu wel zal leiden tot een onevenwichtiger competitie.

Conclusie

In deze bijdrage hebben we de effecten van de interventie van de minister van Economische Zaken besproken, die stelde dat de KNVB niet collectief alle uitzendrechten van het betaalde voetbal mocht verhandelen. Tegenstanders van deze uitspraak zijn bang dat, als de clubs zelfstandig hun uitzendrechten gaan uitbaten, vergaande denivellering van de PTT-Telecompetitie zal volgen. Wij hebben dit argument ontkracht door het evenwicht in de Nederlandse eredivisie te analyseren in de loop van de tijd. Uit deze analyse is niet gebleken dat de afgelopen twintig jaren sprake is geweest van sterke denivellering, terwijl in de jaren tachtig een vergelijkbare schok werd toegebracht door de invoering de shirtreclame. Aan de andere kant hebben we beargumenteerd dat de mogelijkheid om de uitzendrechten zelfstandig uit te baten de clubs grote mogelijkheden biedt

1 Zie ook M. Verkammen en E. Vermeer, *Om het spel en de knikers, 40 jaar betaald voetbal in Nederland*, Mundt Print en Bookmarketing, Bilthoven, 1994.

2 Brief minister van Economische Zaken aan de Voorzitter van de Tweede Kamer, 23-01-1997, kenmerk ES/MW 96082142. Curieus genoeg is in de Verenigde Staten de collectieve verkoop van uitzendrechten van honkbalwedstrijden expliciet bij wet toegestaan, zie G.W. Scully, *The market structure of sports*, University of Chicago Press, Chicago, 1995.

3 Dit wordt uitgebreid betoogd in R.H. Frank en P.J. Cook, *The winner-take-all society*, The Free Press, New York, 1995.

4 Zie S. Rosen, The economics of superstars, *American Economic Review*, 1981, blz. 845-858.

5 Zie P. Hopstaken, Wie uit speelt, laat supporters thuis, *de Volkskrant*, 30 november 1996, blz. 14.

6 Gebaseerd op R.H. Koning, *A simple model to analyse soccer results*, mimeo, 1997.

7 De gegevens zijn betrokken van T. Bootsma, RSSSF en B. Kammenga, Dutch football history from 1954 till 1996; <http://users.bart.nl/~kammenga/soccer/nedhist.htm>

8 Een fundamentele punt van kritiek is dat het behaalde aantal wedstrijdpunten niet alleen wordt bepaald door de krachtsverschillen tussen teams, maar ook door het toeval. Een model waarbij onderliggende kwaliteitsindices van clubs worden geschat en geanalyseerd wordt gepresenteerd in Koning (1997), op.cit. Voor wat betreft de vraag van evenwicht in de competitie leidt die aanpak tot kwalitatief dezelfde resultaten.