

Rabobank speelde met vuur

Banken gebruiken de sport om zich te profileren, met alle risico's van dien. Sponsoring is het middel bij uitstek voor banken om zich te onderscheiden en daarmee het imago zichtbaar te maken. De uitstraling van Michael Boogerd paste uitstekend bij de uitstraling van Jochem in de TV reclame. De Rabobank gebruikt de professionele wielersport intensief en begeeft zich daarmee in een risicovolle sport zoals is gebleken met de affaire rond het dopinggebruik van Armstrong.

De bonuscultuur heeft bij banken geleid tot risicovol gedrag. Winsten op korte termijn gaan blijkbaar boven het belang van de onderneming op lange termijn. Het gedrag van partijen om het eigenbelang te laten domineren boven het algemeen belang noem je moral hazard (moreel risico). Je neemt uit eigenbelang meer risico's dan dat verantwoordelijk is omdat je weet dat de consequenties van dit gedrag pas veel later blijken of afgewenteld worden op anderen. We kunnen immers de banken niet failliet laten gaan omdat daarmee onze hele economie in gevaar komt. Daarom hebben de bankbestuurders in het verleden veel meer risico genomen dan dat verantwoordelijk was om daarmee bonusuitkeringen te kunnen verdienen. De klant en de gemeenschap zijn uiteindelijk de dupe van dit gedrag. Om dit alles te verbergen gebruiken banken de sport als dekmantel. Met de emoties van de sport probeer je het saaie bankproduct een smoel te geven en leidt je de aandacht van iedere klant af. Risicovolle beleggingen, bonussen en woekerpolissen krijgen in de financiële sector door de sport ineens een heel ander gezicht. Echter financiële zaken zijn heel serieus en als bank behoort je daar degelijk en vertrouwelijk mee om te gaan. Dus wil een bank ook niet geconfronteerd worden met dopingschandalen.



Opvallend is dat in Nederland banken de gulste sponsors zijn bij risicovolle sporten. De risico's zitten daarbij vooral in ongelukken maar ook in dopinggebruik. De Rabobank kwam in 2007 in ernstige problemen toen men zich afvroeg of dat de bank afwist van de trainingen van Rasmussen in de Dolomieten. Dit is onbeantwoord gebleven maar feit is wel geweest dat de Rabobank wist dat hij zich niet aan zijn afspraken hield en nam daarmee hoge risico's door erg lang te wachten met de beslissing om hem uit de Tour te halen. Wellicht was het beter geweest om de hele ploeg uit de Tour te halen om daarmee de risico's van imagobeschadiging te verkleinen. Het schandaal heeft de Rabobank toch geen windeieren gelegd want de hele affaire heeft de gemoederen een hele tijd beziggehouden in de publiciteit. Voor hetzelfde geld was bij negatieve publiciteit betreffende mogelijke kennis of zelfs betrokkenheid van de Rabobank, de betrouwbaarheid en daarmee het imago van de bank ernstig en duurzaam beschadigd.

De affaire rond Armstrong laat zien dat het mogelijk is om vele jaren lang structureel doping te gebruiken in een ploeg zonder dat dit wordt opgemerkt. Armstrong heeft altijd grondig iedere bewering over dopinggebruik ontkend en pas nu blijkt dat er zelfs sprake was van een heel dopingsysteem. Leipheimer heeft in de ploeg van Armstrong gefietst en is overgestapt naar de Raboploeg. Hij erkent ook in zijn Rabo tijd Epo te hebben gebruikt. Volgens zijn bewering werd die hem toegediend op zijn verzoek door de ploegarts. Als dat zo is dan moet de ploegleider dat hebben geweten en dan is het logisch om te veronderstellen dat er meer ploegleden Epo kregen. Gebleken is uit de nauwkeurige rapporten van het Amerikaanse onderzoeksbureau dat er tijdens het Armstrong regime verbazingwekkend vaak moest worden geïmproviseerd met het dopinggebruik omdat er onverwachte gebeurtenissen plaats vonden. Ik kan me daarbij voorstellen dat een bus met relaties van de hoofdsponsor onaangekondigd de locatie van de fietsers bezoekt en plots geconfronteerd wordt met vreemd gedrag van de arts en de renners. Welke taferelen hebben er plaatsgevonden en hoe dicht is dit binnen het waarnemingsvermogen van de sponsor gekomen? In hoeverre is het dopinggebruik dus bekend bij de Rabobank? Een bank van wie je aanneemt dat degelijkheid en eerlijkheid de belangrijkste aspecten vormen in het beleid.

In hoeverre speelt moral hazard nu een rol in het gedrag van de bestuurders. Terughoudendheid bij sportsponsoring in risicovolle topsport is immers het credo. De risico's voor imagobeschadiging zijn in de wielrennerij immers al heel lang veel te groot. Ze wegen niet op tegen de voordelen van de aandacht voor het sponsorschap. Bestuurders weten echter ook dat grotere winsten kunnen leiden tot meer prestige en hogere beloningen. De effecten van de strategie op lange termijn blijven ongewis of zijn straks niet meer verklaarbaar. De gevolgen van grote calamiteiten worden altijd gedekt door de overheid. Gevolg van dit alles is dat bestuurders in de bancaire sector steeds en opnieuw weer te grote risico's nemen. Een sponsorverbod in de topsport voor banken zoals die er ook is voor reclame over

rookwaren, alcohol en medicijnen, zou een oplossing geven om dit gedrag te stoppen. Promotie komt daarmee weer terug bij zijn essentie: het product. Kinderen laat je niet met vuur spelen!

Drs. Paul van Kempen

Publicaties hierover in het Brabants Dagblad in oktober 2009 en op 16 oktober 2012. Uiteindelijk pas op 19 oktober 2012 stopte de Rabobank met sponsoring van de professionele wielerploeg. Het is daarmee een voorbeeld van verkeerd toegepaste synergie. Dat zal uiteindelijk altijd falen, synergie moet immers kloppen en dus logisch zijn. Wanneer effecten van het gedrag niet overeenstemmen met de missie van het bedrijf, ontstaat er discrepantie. De effectiviteit dient altijd te worden beoordeeld tegen het licht van duurzaamheid en loyaliteit met de belangrijkste stakeholders. Die geven immers de onderneming zijn bestaansrecht. Korte termijn winsten gebaseerd op bonussystemen en op louter risicovol gedrag buiten de kernactiviteiten, doorkruist het bestaansrecht van een organisatie op lange termijn. Dat geldt niet alleen voor een bank maar ook voor een sportvereniging!

