

Max Verstappen is qua merkwaarde nog geen wereldkampioen

Het Financieele Dagblad, 13 december 2021

Max Verstappen is op de racebaan 's werelds snelste Formule 1-coureur, zo bewees hij zondag op het Yas Marina Circuit in Abu Dhabi. Maar in marktwaarde heeft hij nog een flinke inhaalslag te maken ten opzichte van zijn grote concurrent Lewis Hamilton.

Wie denkt dat Verstappen de eerste dagen na het behalen van zijn spectaculaire wereldtitel achterover kan zakken en in de zon uitrusten, heeft het mis. 'Vanochtend nam hij een podcast op met onze sponsor CarNext, morgen staat er opnieuw een sponsorevenement op het programma in Abu Dhabi, en woensdag vliegen we naar de Red Bull Racing-fabriek in Engeland om alle werknemers daar persoonlijk te bedanken voor de wereldtitel. Donderdag volgt de officiële prijsuitreiking in Parijs', zegt manager Raymond Vermeulen.

Hij werkte ooit als verzekeringsagent bij een Limburgs assurantiëkantoor, maar behartigt inmiddels al jarenlang de zakelijke belangen van de kersverse wereldkampioen. Sponsoraanbiedingen stromen binnen, maar team-Verstappen neemt niet zomaar alles aan. 'Wij zijn op zoek naar langdurige partnerships. Korte samenwerkingen op sociale media met vreemde merken doen we niet.'

Red Bull en Jumbo

Wie de Instagram-pagina van Verstappen bekijkt ziet inderdaad dat de overgrote meerderheid van de foto's verband houdt met het racen. De getoonde reclame-uitingen zijn onlosmakelijk verbonden aan Verstappen en Red Bull, het energiedrankbedrijf dat zijn Formule 1-team sponsort. Ook Jumbo springt in het oog. Voorafgaand aan de Grand Prix in Abu Dhabi publiceerde de supermarktketen een filmpje waarin ceo Frits van Eerd zich tot Max richt en hem succes wenst.

Het bedrijf hoeft op korte termijn in elk geval niet te vrezen om ingeruild te worden, zo valt uit de woorden van Vermeulen op te maken. 'Frits is al vanaf dag één betrokken bij het team van Max. Wij waarderen die loyaliteit enorm en we hebben de reis in de autosport samen doorgemaakt.' Naast Red Bull en Jumbo behoren ook kabelbedrijf Ziggo en CarNext, een platform voor handel in tweedehands auto's, tot de grotere sponsors.

Inhaalslag Verstappen

Hoewel genoemde bedrijven bepaald geen kleine spelers zijn, vallen ze in het niet bij de namen die Hamilton aan zich bindt, zoals elektronicafabrikant Sony en modebedrijf Tommy Hilfiger. Forbes schat de jaarlijkse inkomstenstroom van Verstappen op \$42,5 mln (€37,6 mln) per jaar. 'Slechts' \$1 mln daarvan wordt met sponsorinkomsten binnen gehaald. Ter vergelijking: Hamilton is volgens het Amerikaanse zakenblad goed voor een jaarlijks salaris van \$70 mln (€61,9 mln), waarvan \$12 mln uit sponsoring voortvloeit.

Maar dankzij de wereldtitel kan Verstappen in potentie een grote inhaalslag maken wat betreft marktwaarde, denkt sportmarketeer Guido Klomp van Triple Double. 'Ik denk zeker dat hij op termijn meer internationale bedrijven aan zal weten te trekken. Je moet niet vergeten dat Verstappen niet proactief bezig is het met neerzetten van een merk, zoals Hamilton dat wel doet. Hamilton durft op sociale media wat meer naar buiten te brengen.' Daarmee doelt Klomp op maatschappelijke zaken als

diversiteit en de rechten voor lhbt'ers. Zo reed de Brit in de laatste Grand Prix's van dit seizoen met een regenbooghelm op.

'\$5 mln voor de wereldtitel'

Sporteconoom Thomas Peeters, van de Erasmus Universiteit Rotterdam, stelt ook vast dat Hamilton zich meer profileert. 'Sponsorinkomsten gaan vooral over naamsbekendheid. Alles wat daaraan bijdraagt helpt. Zelfs de relaties van Hamilton met bekende vrouwen die besproken worden in roddelbladen.' Om de kloof te dichten moet Verstappen een globaal merk worden, denkt Peeters. 'Maar dat is moeilijker omdat de Nederlandse markt niet zo groot is.'

Desondanks hoeft Verstappen niet op een houtje te bijten. 'Hij heeft een jaarlijks vast salaris, dat inmiddels wel in de buurt komt van het niveau waarop Hamilton ook zit', legt Klomp uit, die denkt dat de voor Hamilton geschatte inkomsten van Forbes wat aan de hoge kant zijn.

'Het vaste bedrag dat Verstappen bij Red Bull verdient, zal rond de enkele tientallen miljoenen op jaarbasis liggen. Dan is er nog een bonusstructuur, waarbij geld uitgekeerd wordt op basis van zijn plek in het eindklassement. Die bonus geldt voor zowel titel wereldkampioen als een teamprijs. 'De individuele prijs heeft hij gewonnen, de teamprijs ging dit jaar naar Mercedes, daarmee loopt Verstappen ongeveer \$1 mln mis.' Klomp schat op basis van 'de gangbare bonussen in de F1' in dat de 24-jarige Nederlander \$5 mln (€4,4 mln) heeft verdiend als bonus voor het winnen van de wereldtitel.

Correctie: in een eerdere versie van dit artikel stond vermeld dat de teamprijs die dit jaar naar Mercedes gaat hen ongeveer €1 mln oplevert, volgens Guido Klomp. Dat klopt niet: \$1 mln is het bedrag dat Max Verstappen ongeveer misloopt door het niet winnen van de teamprijs.