

# Verstappen qua merkwaarde nog geen kampioen

Max Verstappen is sinds zondag 's werelds snelste Formule 1-coureur. Maar wat marktwaarde betreft heeft hij nog een flinke inhaalslag te maken ten opzichte van zijn grote concurrent Lewis Hamilton. Forbes schat de jaarlijkse inkomstenstroom van Verstappen op \$42,5 mln (€37,6 mln) per jaar, waarvan \$1 mln uit sponsorinkomsten. Hamilton is volgens het zakenblad goed voor jaarlijks \$70 mln (€61,9 mln), waarvan \$12 mln uit sponsoring.

→ PAGINA 23



# In merkwaarde is Max Verstappen nog geen wereldkampioen

➔ **Sponsornamen nog niet van het niveau van Hamilton**

➔ Wereldtitel biedt de kans voor een grote inhaalslag

➔ Verstappen moet dan wel internationaal merk worden

Achmed Majid  
Amsterdam

Wie denkt dat Verstappen de eerste dagen na het behalen van zijn spectaculaire wereldtitel achterover kan zakken en in de zon kan 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', zei manager Raymond Vermeulen gisteren. Donderdag volgt de officiële prijsuitreiking van de autosportbond FIA in Parijs.

Ooit werkte Vermeulen als verzekeringsagent bij een Limburgs assurantie-kantoor, maar inmiddels behartigt hij al jarenlang de zakelijke belangen van de kersverse wereldkampioen. Sponsor-aanbiedingen 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.'

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 supermarkttuwbater Jumbo springt in het oog. Voorafgaand aan de Grand Prix in Abu Dhabi publiceerde de keten 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



**Max Verstappen poseert als kersverse wereldkampioen.**

FOTO: MARK THOMPSON/GETTY

Dankzij de wereldtitel kan Verstappen in potentie nu 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 meer zaken naar buiten te brengen.' Daarmee doet Klomp op maatschappelijk engagement als diversiteit en de rechten voor lhbt'ers. Zo reed de Brit in de laatste Grand Prix van dit seizoen met een regenbooghelm op.

Sporteconoom Thomas Peeters, van de Erasmus Universiteit Rotterdam, stelt eveneens 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 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, die levert ongeveer €1 mln op.' 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.

worden voor andere sponsors, 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 tweedehandsauto's, tot de grotere sponsors.

Hoewel genoemde bedrijven bepaald geen kleine spelers zijn, vallen ze in het niet bij de namen die Lewis Hamilton aan zich bindt, zoals elektronicafabrikant Sony en modebedrijf Tommy Hilfiger. Forbes schat de jaarlijkse inkom-

stenstroom van Verstappen op \$42,5 mln (€37,6 mln). 'Slechts' \$1 mln daarvan wordt met sponsorinkomsten binnengehaald. Ter vergelijking: Hamilton is volgens het Amerikaanse zakenblad goed voor een jaarlijks salaris van \$70 mln (€61,9 mln), waarvan \$12 mln uit sponsoring afkomstig.

€38 mln

**De geschatte jaarlijkse inkomsten van Verstappen**

BRON: FORBES