

# Er wordt steeds vaker grof geld betaald voor attributen van topsporters, en daar zijn meerdere redenen voor

Vandaag om 03:00

Veilingrecord in sportwereld: truitje van honkballegende verkocht voor 24 miljoen



Veilingrecord in sportwereld: truitje van honkballegende verkocht voor 24 miljoen — © AP

**Een honkbaltruitje van Babe Ruth haalde 24 miljoen op bij een veiling**

**in Dallas. De markt van de sportverzamelobjecten kent een wel heel hoge vlucht de jongste jaren. "Het is wat de zot er voor betaalt", zeggen experts. Al lijkt de lat bij ons lager te liggen.**

Een biedingsstrijd van meer dan zes uur voor het shirt van honkbalspeler Babe Ruth wierp vruchten af: het truitje bracht 24,12 miljoen dollar op. Daarmee is het de meest waardevolle sport-memorabilia. Tot voor 2022 steeg geen enkel sportverzamelobject boven de drempel van 10 miljoen dollar uit. Het shirt in de kleuren van de New York Yankees dateert van 1932. Ruth droeg het tijdens een wedstrijd tegen de Chicago Club. Babe Ruth zou de Amerikaanse Eddy Merckx kunnen zijn. Een sporticoon, dus. Attributen gelinkt aan de atleet pronken daarom meermaals in het lijstje van duurst verkochte sport-memorabilia. Een kaart waarop een afbeelding van hem staat, bracht vorig jaar 7,2 miljoen dollar op. Zijn knuppel werd twee jaar terug geveild voor 1,7 miljoen dollar.

Babe Ruth — © Getty Images

## **Duurste memorabilia uit de sportgeschiedenis**

Het is duidelijk dat de jongste jaren grof geld betaald wordt voor sportartikelen. Sporteconoom Matteo Balliau (UAntwerpen) ziet enkele verklaringen. De eerste: nostalgie. "Het gaat vaak om unieke stuks waar een herinnering uit het verleden aan vast hangt. Het truitje van Maradona dat 9,3 miljoen opbracht, katapulteert fans terug naar de Wereldbeker in 1986. Verzamelaars zagen die grote sportprestatie op televisie of in een stadion. Komt er zoiets op de markt dan is het dé kans om de pure emotie fysiek bij je te hebben."

Al moet je er veel geld voor neertellen. "Het is wat de zot er voor wil geven", zegt Jos Verschuere, programmadirecteur sportmanagement VUB. "Sport leeft en items verzamelen wordt bijna een cultuur. Sommigen leven daar echt voor. Daar kunnen bedrijven van profiteren: sportnostalgie is sportindustrie. In Amerika is die industrie een tikkeltje gekker. Honkbal bijvoorbeeld is daar ongezien populair. De waarde van prentjes met honkballers op afgebeeld, wordt er in beurzen gequoteerd. Om maar te

zeggen dat het daar om buitensporige investeringen draait."

Waar enkele jaren terug NFT's een opflakking kenden, lijkt het of fans terug naar tastbare items grijpen. Wout van Aert bracht drie jaar terug NFT's uit. Zijn drie digitale kunstwerken leverden in totaal 47.000 euro op. "Die markt is niet echt doorgebroken. Je leest er niets meer over in de vakpers", aldus Verschueren. "Fans snakken liever naar een ingekaderd frame en staren ernaar als ware het een openhaard."

"Het truitje dat Jean-Marie Pfaff van Maradona heeft daalt in waarde, want er staat een persoonlijke tekst op"

Sporteconoom Matteo Balliau

Vaak is het aanbod schaars waardoor de prijs stijgt, zegt Balliau nog: "Bij de zeer unieke shirts van topsterren zijn de prijzen exponentieel. De Argentijn Marcelo Ordás wou het truitje van Maradona bemachtigen. Hij legde daarvoor samen met enkele bedrijven: hun plan was om het shirt tentoon te stellen in Madrid. Maar een Arabier zou *last minute* het bod van Ordás overtroffen hebben. Voor sommige superrijken maakt een miljoen meer relatief weinig uit."

## **In Europa willen ze gedragen voetbalshirts**

Al merken Verschueren en Balliau op dat de markt voor 'de gewone man' ook toegankelijk wordt. In Europa geen honkbal wat de klok slaat, maar voetbaltruitjes. De markt gaat uit zijn dak. "De website Match Worn Shirt opgericht door twee Nederlandse broers is daar het voorbeeld van", aldus Balliau. "Dat is een online veilinghuis voor voetbalshirts waar je gedragen en gesigioneerde shirts vindt." Mede-eigenaar Tijmen Zonderwijk verklapt dat het duurste truitje dat ze verkochten eentje van Messi was. De koper telde er 60.000 euro voor neer. Via een samenwerking met PSG konden de broers het gedragen shirt bemachtigen en verkopen. Verschueren kent een Brits bedrijf gespecialiseerd in het inkaderen van voetbalshirt met speciaal glaswerk. "Het toont hoe die industrie leeft. Voetbaltruitjes verkopen als zoetje broodjes."

Al lijkt dat bij het Maradona-truitje van Jean-Marie Pfaff niet het geval. Het startbod waar Pfaff op hoopte, bedroeg 700.000 dollar en het iconisch truitje werd zelf geschat op 1,1 miljoen euro, maar hij kon het deze zomer niet van de hand doen. Volgens Balliauw niet verwonderlijk, aangezien er een persoonlijke tekst opstaat voor Jean-Marie. "Daarmee daalt de waarde, net als wanneer meerdere spelers een shirt tekenen. De reden: je kan zo moeilijker verifiëren of het wel echt is. Bovendien bestaan er meerdere gedragen truitjes van Maradona op een wereldbeker, wat het minder uniek maakt."