



Tour heeft het moeilijk op de VRT: was het de hitte, het WK voetbal of is er meer aan de hand?

BRUSSEL Voor de Belgische tv-kijker was de Ronde van Frankrijk van dit jaar een grand cru editie. Maar dat vertaalt zich niet in hogere kijkcijfers. Toch niet op tv, want het mobiele dataverbruik piekte wel.

Tom De Leur

27 juli 2026 om 20:55

Een Chinees die Gong Jun heet en de bel voor de laatste ronde laat rinkelen tijdens de slotetappe van de Ronde van Frankrijk: het is een raadsel waarom VRT-commentatoren Renaat Schotte en José De Cauwer er zondagavond niet uitgebreider op in gingen. Al was het maar om een grap te maken over de naam 'Gong'. Want opmerkelijk was het wel: Gong Jun, ook wel bekend als Simon Gong, die de bel mocht rinkelen tijdens een van de drukst bekeken momenten van de Tour. Geen schande dat u Gong Jun (33) niet kent. De man is acteur en ambassadeur van horlogemerkt Tissot en vooral bekend in Azië. Op Instagram heeft hij 1,4 miljoen volgers. In een filmpje dat hij zondag postte, is te zien hoe hij naar de finish op de Champs Élysées stapt en terugwandelt, een grijns op het gezicht. Wat moet je anders, als Chinese acteur in Parijs?

Een Chinese meneer die bij geen enkele Europeaan een bel doet rinkelen die een bel doet rinkelen: Jos Verschueren vindt het ironisch. Verschueren is programmadirecteur sportmanagement aan de VUB. “Wat is er ouder en antieker dan het rinkelen van een bel”, vraagt hij zich af, “en precies dát laat je dan over een influencer.” Verschueren weet ook wel wat erachter zit: het ASO, de organisator van de Ronde van Frankrijk, wil de populariteit van de wielervedstrijd opkrikken in Azië. “Maar wielrennen is geen wereldsport”, zegt Verschueren, “de populariteit gaat van Denemarken tot Frankrijk en Spanje. Griekenland mag je al vergeten.”

Gelukkig is er het wielergekke België. Nergens kijken ze meer naar de Tour. Zeker met Merlier, Philipsen en Evenepoel die de prijzen pakken. Maar op tv heeft de Tour het niet gemakkelijk. Dit jaar haalden de rechtstreekse uitzendingen op VRT1, op VRT MAX en Sporza.be gemiddeld 418.040 kijkers. Dan zijn er minder dan vorig jaar, toen er gemiddeld 503.914 mensen keken. En minder dan 2024, met een gemiddelde van 458.892 kijkers. In 2025 was er wel geen WK of EK voetbal.

Sporteconoom Daam Van Reeth (KU Leuven) becijferde het vorige week al in *Knack*: de Tour heeft het moeilijk op de Vlaamse televisie. In de eerste vijftien ritten lag het gemiddelde zo’n vijfde lager dan het gemiddelde in de eerste vijftien etappes van de vijf voorgaande Rondes. Daarmee behoort Vlaanderen tot de regio’s waar de terugval het grootst is. Frankrijk ging er licht op vooruit, mogelijk door de populariteit van de 19-jarige renner Paul Seixas die vierde werd. Italië en Nederland boeren 16 procent achteruit, Wallonië 14 procent, Duitsland 8 procent. Spanje blijft stabiel, mogelijk door de start van de Ronde in Barcelona.



**“Toen ik 18 was, keek ik naar elke Tourrit.
Van begin tot einde. Maar toen was er geen
Youtube, geen Instagram, geen Tiktok, geen
Netflix”**

Marko Heijl

Docent sportmanagement aan de VUB

Vlaanderen presteert dus minder goed dan de omliggende regio’s en landen. Waarom dat zo is, is niet helemaal duidelijk. Je zat met hete julimaanden, maar dat geldt voor alle landen en bovendien was het bij momenten zo heet dat binnen tv kijken aantrekkelijker was dan buiten braden. Er was een beetje concurrentie van het WK voetbal, maar er was amper sprake van overlapping en ook dat gold voor andere landen.

Misschien ligt de uitleg gewoon bij het klassieke live tv-kijken: dat doen we steeds minder. Hoewel: het marktaandeel van de Tour op tv lag dit jaar amper lager dan dat van 2024. Dat wil zeggen dat er in verhouding bijna evenveel naar de Tour is gekeken als in 2024. Maar toch haken jonge kijkers af, ziet ook Marko Heijl. Hij is docent sportmanagement aan de VUB én sponsor-manager van Soudal, dat het Soudal Quick-Step Pro Cycling wielerteam sponsort. "Toen ik 18 was, keek ik naar elke Tourrit. Van begin tot einde. Maar toen was er geen Youtube, geen Instagram, geen Tiktok, geen Netflix. Dat is het grote probleem: de concurrentie voor de tv-zenders. Die is gewoon gigantisch."

Op die manier is er misschien hoop voor de Tour. Want er wordt ook veel koers gekeken op gsm's en laptops. Proximus noteerde grote pieken in verbruik van mobiele data, in België én in het buitenland. De Alpenrit van zaterdag: 22 procent meer in eigen land, 44 procent meer in het buitenland. De rit van Remco Evenepoel op de nationale feestdag: 28 en 30 procent meer dataverbruik in binnen- en buitenland. Ook Orange zag het dataverbruik pieken, vooral op Alpe d'Huez (+ 23 procent) en dankzij het 'Remco-effect' op 19 en 21 juli met een meerverbruik van 16 en 18 procent.

Volgens marketeer Marko Heijl moeten de organisatoren van de Tour niet wanhopen: "Wat ze verliezen via de tv, winnen ze misschien een beetje via sociale media en mobiel verbruik. Ze moeten wel stoppen met dat verhaal dat de Tour in 190 landen wordt bekeken door 2,8 miljard mensen. Dat is boerenbedrog. Ik denk dat 400 miljoen realistischer is. Hoe ze het wielrennen populairder kunnen maken bij jongeren? Da's een uitdaging. Er is een stap gezet met vrouwenwielrennen, maar er is één probleem: dat trekt op tv hetzelfde publiek als mannenwielrennen. Met name: witte, oudere mannen zoals ik."

Volgens Jos Verschueren had sporteconoom Daam Van Reeth gelijk toen hij zei dat wielrennen "een sport van de jaren vijftig blijft". "Maar daarom moet je de jonge kijker niet opgeven. Kijk naar wat Wout van Aert doet met zijn speciale gsm-abonnement: wedden dat je daar jonge mensen mee aantrekt?"