

Vraag nr. 45
van 22 november 2000
van de heer CARL DECALUWE

Sponsoring De Lijn – Basketbalclub Oostende

In het gecoördineerde antwoord op mijn schriftelijke vraag over reclame en sponsoring door Vlaamse openbare instellingen werd vermeld dat De Lijn en haar dochterbedrijf NV Streep ruilakkoorden aangaan, en daarvan werd meteen een overzicht gegeven (*vraag nr. 81 van 18 mei 2000 ; Bulletin van Vragen en Antwoorden nr. 1 van 6 oktober 2000, blz. 108 – red.*).

De Basketbalclub Oostende wordt hierin niet vermeld. Nochtans meen ik te weten dat er een overeenkomst bestaat met de NV Streep voor een bedrag van 5 miljoen frank.

1. Wanneer werd een dergelijke overeenkomst met Basketbalclub Oostende afgesloten en wat waren de modaliteiten ?
2. Wat is de opbrengst – en dit jaarlijks – sinds er een overeenkomst bestaat ?
3. Aan welke criteria moeten sportclubs voldoen om, net zoals Basketbalclub Oostende, aan bod te komen ?
4. Wat is de motivatie voor het afsluiten van een dergelijke overeenkomst ?

Antwoord

1. De ruilovereenkomst werd op 1 juli 1999 afgesloten voor het seizoen 1999-2000. Het gaat om een overeenkomst van mediaruil voor reclame op de voertuigen van de Vlaamse Vervoermaatschappij, met als doel de aanbreng van nieuwe commerciële klanten.

Het gaat met andere woorden niet om een sponsoring.

2. Basketbalclub Oostende heeft voor het seizoen 1999-2000 de nodige reclame opgebracht. Behalve de aanbreng van nieuwe klanten bestond de inbreng van Basketbalclub Oostende voor de NV Streep in :
 - reclame met de vermelding "De Kusttram" op de voorzijde van de spelersshirts ;
 - 51 multivisionpanelen rond het terrein ;

– 10 business seats.

3. De ruilovereenkomst met Basketbalclub Oostende past in de jaarlijks door de Vlaamse Vervoermaatschappij gevoerde Kusttramactie.
4. Het sluiten van een dergelijke overeenkomst wordt gemotiveerd door de aanbreng van nieuwe klanten voor de NV Streep.

Het is een ideale mogelijkheid voor de NV Streep om haar public relations te verzorgen.