

DE GROTE AMERIKAANSE SPORTSHOW

Meld je aan voor onze nieuwsbrief om op de hoogte te blijven van
de nieuwste boeken van Ambo|Anthos uitgevers via
www.amboanthos.nl/nieuwsbrief.

KOEN VAN DER VELDEN

***DE GROTE
AMERIKAANSE
SPORTSHOW***

***DE EXTRAVAGANTE
SPORTINDUSTRIE IN DE
VERENIGDE STATEN***

Ambo|Anthos
Amsterdam

ISBN 978 90 263 7105 9

ISBN 978 90 263 7106 6 (e-book)

© 2026 Koen van der Velden

Alle rechten voorbehouden. Tekst- en datamining zijn niet toegestaan

Omslagontwerp Studio Rubio

Omslagillustratie © Michael Flippo

Foto auteur © Dirk-Jan van Dijk

Ambo|Anthos uitgevers vindt het belangrijk om op milieuvriendelijke en verantwoorde wijze met natuurlijke bronnen om te gaan. Bij de productie van het papieren boek van deze titel is daarom gebruikgemaakt van papier waarvan het zeker is dat de productie niet tot bosvernietiging heeft geleid.

Verspreiding voor België:

Veen Bosch & Keuning uitgevers nv, Antwerpen

Voor mijn vader

INTRODUCTIE

In de catacomben van het Memorial Coliseum in Los Angeles controleert Bill Suitor nog een laatste keer of er voldoende waterstofperoxide in de twee tanks op zijn rug zit. Onder zijn jetpack, een soort futuristische rugzak met aan de onderkant een paar kleine raketten, draagt hij het tenue van een Americanfootballspeler, op zijn hoofd een helm.

Buiten het zicht van de 62.000 toeschouwers op de tribune heeft de tweeëntwintigjarige Suitor zich heen voor heen in een enorme schuimrubberen football gewurmd. Die zal even later als een soort Paard van Troje, met Suitor in de buik, het veld worden opgereden. De Amerikaan zet zijn helm recht, trekt zijn riemen nog eens goed aan en luistert naar het gegil van de mensen op de tribunes. Nog even en hij kan tevoorschijn komen.

Het is 15 januari 1967, een warme wintermiddag in Los Angeles. De temperatuur schommelt rond de 22 graden. Goed nieuws voor Suitor: het is windstil.

De mannen en vrouwen op de tribune van het Memorial Coliseum hebben hun beste zondagskloffie uit de kast getrokken. Luchtige maatkpakken. Zonnebrillen. Kleurrijke rokken. Een zee van hoedjes. Hollywood zet vandaag zijn beste beentje voor.

Groot is het contrast met het schouwspel op het veld, waar 22 zwoegende, in dikke lagen beschermende kleding gehulde mannen met grof geweld vechten om een ovale bal. Gaandeweg de wedstrijd raken hun pakjes steeds iets meer besmeurd.

Het is een belangrijke dag voor het American football, een sport die

op weg is de populairste van de Verenigde Staten te worden. Voor het eerst spelen de kampioenen uit de National Football League (NFL) en de jongere American Football League (AFL) tegen elkaar, in een wedstrijd waar volgens de organisatoren de wereldtitel op het spel staat. De Green Bay Packers vertegenwoordigen de sterkere NFL, de Kansas City Chiefs de AFL. De competities hebben afgesproken om te gaan fuseren, een feit dat wordt gevierd met de eerste NFL-AFL World Championship Game, zoals de wedstrijd officieel heet.

In een brief aan NFL-baas Pete Rozelle heeft Lamar Hunt, de steenrijke eigenaar van de Chiefs, een week voor de wedstrijd nog een alternatieve naam opgeworpen: de Super Bowl. Hunt was op het idee gekomen toen hij zijn zoontje zag spelen met een 'Super Ball', een glitterende stuiterbal die volgens de makers van het speelgoed wel zes keer hoger opstuit dan gewone exemplaren. Maar Rozelle heeft zijn twijfels over de naam, en in zijn brief geeft ook Hunt zelf toe: 'Dit kan duidelijk nog beter.'

Kaartjes voor de wedstrijd tussen Green Bay en Kansas City zijn voor maximaal twaalf dollar per stuk over de toonbank gegaan. Storm liep het niet bij de verkooppunten. In het Coliseum, een imposant, klassiek bouwwerk dat rechtstreeks uit het Romeinse Rijk lijkt weggetakeld, zijn nog zeker 30.000 lege stoeltjes te zien. Beter doet de partij het op televisie. Twee van de drie Amerikaanse tv-kanalen, NBC en CBS, zenden de finale live uit; gezamenlijk trekken ze ongeveer vijftig miljoen kijkers.

Tijdens de vele onderbrekingen in het spel krijgen de Amerikanen reclames voor McDonald's, Budweiser en Ford voorgeschoteld. In een spotje van bandenfabrikant Goodyear staat een hulpeloze vrouw met autopech langs een verlaten, donkere landweg. 'Deze lekke band heeft een man nodig,' dondert de voice-over. 'Als die er niet is, dan zal Goodyear er zijn.' De reclameboodschap van een minuut heeft het bedrijf tussen de 70.000 en 85.000 dollar gekost.

In de pauze van de wedstrijd verschijnt Suitor in beeld. Hij is onderdeel van een show die de organisatoren *Super Sounds and Sights* hebben genoemd. De voorstelling moet ervoor zorgen dat het publiek niet afhaakt, want erg spannend is de wedstrijd tussen de Chiefs en de veel sterkere Packers niet.

Om het geheel in goede banen te leiden, is de entertainmentbaas van Disneyland ingehuurd. Die heeft alles uit de kast getrokken, zo blijkt al snel. Een enkele trompettist opent het spektakel, waarna honderden muzikanten in twee fanfares, *marching bands* van de universiteiten van Arizona en Grambling State, het veld op komen. Een koor met tweehonderd leden zingt terwijl honderden witte duiven worden losgelaten. Ook drijven tienduizend kleurrijke ballonnen langzaam naar het luchtruim boven Los Angeles.

Maar Suitor steelt de show. Zijn moment is aangebroken.

Met zijn jetpack omgebonden stapt hij langzaam uit de schuimrubberen football. Aan de andere kant van de middenlijn doet zijn collega Robert Courter hetzelfde, uit een andere bal. Op het shirt van Suitor zijn de letters NFL te lezen, op dat van Courter AFL. ‘Woohooooo,’ klinkt het vanaf de tribunes als de twee mannen zich, met flinke rookpluimen aan hun enkels, als twee menselijke spaceshuttles van de grasmat lanceren.

Voor Suitor is het zijn eerste grote publieke optreden. Later krijgt hij de bijnaam Mr. Jetpack en mag hij opdraven als stuntdubbel voor Sean Connery in een Bondfilm. Zijn Super Bowl-act zal hij herhalen bij de openingsceremonie van de Olympische Spelen van 1984, ook dan in het Memorial Coliseum. Maar dit is zijn grote doorbraak.

Van American football weet de student architectuur weinig. De sport interesseert hem niet. Twee jaar eerder is hij door Bell Aerosystems, ontwikkelaar van de jetpack, gevraagd om testpiloot te worden. Het gebeurt in opdracht van het Amerikaanse leger, dat iemand zoekt zonder vliegervaring en met een leeftijd om in dienst te mogen. Suitor is het proefkonijn dat moet bewijzen dat de jetpack voor militaire doeleinden valt te gebruiken. In werkelijkheid zal het ding niet veel meer worden dan een curiositeit in de geschiedenis van de Amerikaanse ruimtevaart, een peperdure circusact, maar in Los Angeles maakt de jetpack grote indruk. De vs beleven het hoogtepunt van het ruimtevaarttijdperk, de Space Age waarin NASA ongekende populariteit geniet en het volk droomt van een toekomst waarin niets meer onmogelijk is – een mens op de maan, of wie weet zelfs vliegende auto's. Ook de jetpack spreekt tot de verbeelding. Veel Amerikanen zien zichzelf al zwevend naar hun werk gaan.

Om het optreden geheim te houden, wordt in Los Angeles afgezien van een generale repetitie. Wel maakt Sutor een week voor de footballwedstrijd een oefenvlucht in Disneyland, even verderop in de stad. Oprichter Walt Disney komt hoogstpersoonlijk kijken. Ook hij is onder de indruk.

De vlucht van Sutor en Courter in het Memorial Coliseum duurt ongeveer twintig seconden, maar zal heel wat langer blijven hangen in het collectieve geheugen van het Amerikaanse volk. De twee piloten vliegen wat rondjes op een meter of vijftwintig boven het veld, landen rond de middenlijn en schudden elkaar onder luid applaus de hand. De *halftime show* van de eerste Super Bowl (Hunt zou met terugwerkende kracht zijn zin krijgen) is een doorslaand succes.

De Packers winnen zoals verwacht van de Chiefs, maar wat er op het veld is gebeurd lijkt in nabesprekingen ondergeschikt aan het spektakel om de wedstrijd heen. Het is de architecten van de Amerikaanse sport niet ontgaan. Bij hen daalt het besef steeds meer in: een extra portie vermaak kan geen kwaad.

Bijna een halve eeuw na de vlucht van Sutor neem ik in mijn nieuwe woon- en standplaats New York, waar ik als sportverslaggever ga werken, thuis op de bank plaats voor mijn eerste Super Bowl op Amerikaanse bodem. Om goed in te burgeren heb ik wat snacks gehaald. Het is een paar uur voor de wedstrijd, maar op televisie is de voorbeschouwing van zendgemachtigde CBS al begonnen. Van American football weet ik nog maar weinig als de Denver Broncos en Carolina Panthers op zondag 7 februari 2016 op het punt staan de vijftigste Super Bowl te spelen. In Nederland heb ik weleens wat flarden van het spektakel voorbij zien komen. Een enkele poging om ervoor wakker te blijven, tenminste tot de *halftime show*, liep op niets uit.

Met Amerikaanse sport ben ik in Nederland vooral bekend geraakt via het basketbal uit de National Basketball Association (NBA), dat ik als kind op vhs-bandjes bekeek. Ik raakte betoverd door de sierlijke kunsten van Michael Jordan, een charismatische megaster die in zijn Nikes van het beeldscherm sprong en mij en mijn generatiegenoten moeiteloos, als een stukje tape, om zijn vinger wist te winden. 'Be like Mike,' zo ging het liedje uit een commercial voor een sportdrink waar-

in hij de hoofdrol speelde. Ik vatte het letterlijk op en tekende met stift het logo van zijn club, de Chicago Bulls, op een wit hemdje van de Hema. In de achtertuin van mijn ouderlijk huis kon ik de basketbal met behulp van een houten schans door een aan een grote naaldboom gemonteerde basket dunken. In m'n hemdje en dus *like Mike*; voor mijn gevoel kwam ik aardig in de buurt.

Maar nu ik mijn eerste volledige Super Bowl live te zien krijg, weet ik niet wat me te wachten staat. Veel meer dan sport alleen, zo wordt me al snel duidelijk.

Sinds het optreden van Suitor is er veel veranderd. Op die ene wintermiddag in Los Angeles in 1967 werd in zekere zin de aanzet gegeven tot de onwrikbare, door commercie aangedreven symbiose tussen sport en entertainment die in de vs nu de norm is. Tijdens de Super Bowl is die in de meest onversneden vorm te aanschouwen. Het 'gouden jubileum' van de moeder aller Amerikaanse sportwedstrijden, jaarlijks met afstand het best bekeken televisieprogramma van het land, wordt in de winter van 2016 gevierd in het Levi's Stadium in Santa Clara, Californië, op een uur of vijf rijden van het oude Memorial Coliseum. Kaartjes kosten dit keer minimaal 2500 dollar. Thuis voor de televisie zullen 111 miljoen mensen meekijken. Om 15.30 uur, de aangekondigde aanvangstijd van de wedstrijd, zit ook ik klaar voor de aftrap. Maar het zal nog even duren voordat de bal in het spel wordt gebracht: het voorprogramma is net begonnen.

Op mijn televisie speelt gitarist Carlos Santana de openingstone van tv-zender CBS. 'Welcome to America's greatest spectacle,' zegt een commentator voor er wordt doorgeschakeld naar een door Hollywood-regisseur Ron Howard in elkaar gedraaid filmpje vol archiefmateriaal van NFL-legenden. De voice-over, een plechtige, diepe mannenstem die in het Nederlands op de lachspieren zou werken, heeft het over wilskracht en doorzettingsvermogen. Oude wedstrijdbeelden komen in slow motion voorbij. Een van de legenden verhaalt over de droom die hij wist te verwezenlijken: spelen in de Super Bowl.

De eerste onderbreking in de uitzending biedt ruimte aan een van de vele reclameblokken van de namiddag. Acteur Christopher Walken prijst met zijn karakteristieke, dansende stemgeluid een auto aan. Wil-

lem Dafoe, een andere bekende uit Hollywood, heeft zich in een jurk van Marilyn Monroe gestoken om Snickers-repen aan de man te brengen. In bijna elk reclamespotje komt een *celebrity* opdraven. De filmpjes van dertig seconden hebben de bedrijven erachter ongeveer vijf miljoen dollar gekost, een veelvoud van de prijs in 1967.

Terug in Santa Clara staat popzangeres Lady Gaga in een felrood glitterpak klaar om het volkslied ten gehore te brengen. Een groep militairen trekt voor de gelegenheid een gigantische Amerikaanse vlag over het veld. Terwijl Lady Gaga zingt, schakelt de regie naar een legerbasis in Afghanistan, waar Amerikaanse soldaten in een donkergroene tent in de houding staan. De beelden zijn ook in het stadion te zien en zorgen voor luid applaus en gejoel. Na de laatste klanken van het volkslied vliegen zes straaljagers laag over het stadion heen. Bij een enkele speler rolt een traan over zijn wang.

De wedstrijd kan beginnen, maar niet voordat de twee finalisten, begeleid door luide rockmuziek en door een haag van cheerleaders en vuurwerkkanonnen, uit de catacomben zijn gestormd. Als de Carolina Panthers tevoorschijn komen, begint sterbasketballer Stephen Curry, gehuld in de kleuren van zijn lievelingsclub uit North Carolina, in een hoek van het veld op een grote trommel te slaan. 'Let's goooooo,' schreeuwt hij na zijn laatste klap.

Thuis op de bank denk ik hetzelfde: vooruit ermee.

De voorpret mag er zijn, maar helaas valt de finale zelf enigszins tegen. Veel gebeurt er niet in de eerste helft. Vooral de verdediging van de Denver Broncos blinkt uit, maar veel spektakel levert dat niet op. Nee, dan de halftime show. Op de tribunes in Santa Clara blijft iedereen zitten als de laatste seconden van de eerste helft zijn weggetikt. Na een lang reclameblok (een op hol geslagen kudde worstjes in een spotje voor ketchup) en een korte analyse (Denver heeft zijn zaken goed op orde), staat er plotseling een groot podium op het veld. Door de groep gillende fans die eropaf is gerend, is er bijna geen grasspriet meer te zien. Het publiek op de tribune houdt gekleurde bordjes omhoog, waardoor er een mozaïek van een grote papieren zon verschijnt.

De show, *powered by Pepsi*, begint met een optreden van hoofdact Coldplay. De band verzorgt het muzikale intermezzo samen met zanger Bruno Mars, popkoningin Beyoncé is het toetje. Tijdens een

medley van hun nummers verschijnen beelden van historische Super Bowl-optredens op het grote scherm in het stadion. Michael Jackson in 1993 in Pasadena. Prince in de stromende regen van Miami in 2007. Bruce Springsteen twee jaar daarna in Tampa. Alleen de groten der aarde worden gevraagd voor het belangrijkste sportevenement van het jaar. Voor de muzikanten is het een grote eer. Ook zij dromen van spelen tijdens de hoogmis van het American football.

De Super Bowl is bijna twee uur onderweg, maar de tweede helft moet nog beginnen. Bij mij in New York is het inmiddels donker en ook in Santa Clara zal het niet lang duren voordat het begint te schemeren. Er is nog een halfuur zuivere speeltijd te gaan, twee kwarten van vijftien minuten. In de praktijk komt het neer op een kleine twee uur.

In mijn eerste zeven maanden in de vs heb ik geleerd dat kijken naar Amerikaanse sport het nodige geduld vergt. Wedstrijden van de populairste sporten, American football, honkbal, basketbal en, op enige afstand, ijshockey, duren vaak langer dan drie uur. Soms ga ik ver na middernacht naar bed omdat ik een aan de westkust gespeelde NBA-partij wil afkijken. Een wedstrijd uit de NFL kan zomaar een hele zondagmiddag opslokken.

In Nederland ben ik gewend geraakt aan een ander soort consumptie van sport. Niet alleen korter (een voetbalwedstrijd is na twee keer drie kwartier en een korte onderbreking voorbij), maar ook droger en zonder aanmaakmiddelen. Bij ons wordt sport in pure vorm opgediend. Tijdens de rust van voetbalwedstrijden uit de Eredivisie mogen jeugdspelertjes afronden op doel, speelt een dj een deuntje of treedt er hooguit een keer een volkszanger op. Maar in de vs is het extra vermaak onlosmakelijk met sport verbonden.

Uithijgend van de halftime show vraag ik me af waarom de Amerikaanse sport zo opzichtig met slingers wordt behangen. Heeft het volk aan sport alleen niet genoeg? Is het aanlengen met entertainment nodig om de mensen bij de les te houden of is het bedoeld om een zo breed mogelijk publiek te trekken? Om sponsors een kapstok te bieden om hun waar voor de consument te etaleren? Ik stel me voor hoe er in Nederland zou worden gereageerd op een halftime show bij pakweg de bekerfinale van het voetbal en vermoed dat het de Nuchtere Hollan-

der slecht zou bevallen. Laat staan een *dance cam* waarmee sportfans in Amerikaanse stadions zich zonder enige terughoudendheid laten verleiden tot een dansje op het grote videoscherm. (Toen ik in het najaar van 2015 voor het eerst een basketbalwedstrijd van de Brooklyn Nets bezocht, was ik nog enigszins bezorgd geweest: wat als de camera straks op mij gericht werd? Wegduiken, besloot ik, maar uiteindelijk bleek dat niet nodig. Genoeg anderen wilden maar wat graag in beeld verschijnen.)

De Super Bowl van 2016 wordt met 24-10 gewonnen door de Denver Broncos. Als de laatste seconden van de wedstrijd klok zijn weggetikt, spuiten vrachtladingen gele confetti de lucht in. Aanvoerder Peyton Manning zet een petje met clublogo en het woord CHAMPION op zijn hoofd. Te midden van een kluitje camera's, verslaggevers, coaches, teamgenoten en vrienden wordt hij door een verslaggeefster van CBS gevraagd naar hoe hij het succes zal gaan vieren. 'Veel Budweiser drinken,' antwoordt Manning, voor hij God, 'the man upstairs', bedankt. Met zijn opzichtige promotie van het biermerk wijkt Manning af van het gebruikelijke script voor de winnende aanvoerder. Het is de bedoeling dat die uitschreeuwt dat hij naar Disneyland mag. Daar wordt de kampioen traditiegetrouw geëerd met een parade met Mickey, Minnie, Pluto, Donald Duck en andere Disneyfiguren. Veel Budweiser wordt er doorgaans niet gedronken.

Op het podium mag niet een speler van de Broncos, maar de vrouw van de zieke clubeigenaar Pat Bowlen de kampioenstrofee als eerste vasthouden. Ze bedankt de fans en verdwijnt vervolgens naar de achtergrond. Drie jaar later zullen de steenrijke Bowlens, groot geworden in het onroerend goed en de oliehandel, de Broncos voor dan een recordbedrag van 4,65 miljard dollar verkopen. De Amerikaanse sport- en entertainmentindustrie is bovenal een lucratieve, zal ik ontdekken in de tien jaar die ik in New York zal blijven wonen.

Ook weet ik na een tijdje dat de Super Bowl wat betreft aanvullend vermaak slechts het topje van de ijsberg is. Bij elke sport en in elke wedstrijd, of het nu tussen middelbarescholieren of profs gaat, wordt het volk niet alleen vermaakt met het spel, maar krijgt het daarnaast een extra portie entertainment voorgeschoteld. De soms adembene-

meende kunsten van 's werelds beste sporters staan nog altijd centraal, zoals het hoort, maar de toeters en bellen horen er net zo goed bij.

In dit boek maak ik een ontdekkingsreis door het uitgestrekte Amerikaanse sportlandschap, dat zo anders is dan het onze. Luidruchtiger, soms bombastisch en geschapen door de almachtige dollar, maar ook oneindig interessant. Van dichtbij zie ik hoe de grootste sporters van het land, LeBron James, Serena Williams, Kobe Bryant, Tom Brady en anderen, zich in het Amerikaanse sporttheater profileren als ware showmannen en -vrouwen, die precies weten wat het volk wil en hun status ten volle uitbuiten. Ze zijn *larger than life*, soms wandelende merken met de allure van Hollywoodsterren. De nuchterheid die we in Nederland graag zien bij onze sporters is in de Amerikaanse sport ver te zoeken. Glamour, uitbundigheid en zelfs borstklopperij worden getolereerd, zo niet aangemoedigd.

In veel opzichten gaat het er in de Amerikaanse sport anders aan toe dan we in Nederland gewend zijn. Clubs en hun steenrijke eigenaren moeten opereren onder een salarisplafond, en de slechtste teams mogen zich het volgende seizoen als eerste versterken – allemaal omwille van de competitieve balans. 'Sport is hier een socialistisch eiland in een oceaan van kapitalisme,' zou de inmiddels overleden voetbalschrijver Grant Wahl me eens uitleggen.

Een ander Amerikaans gebruik: journalisten mogen vlak na een wedstrijd toetreden tot de kleedkamer, in onze sportcultuur een heiligdom, streng verboden voor indringers, maar in de vs een plek om vragen te stellen. Zo sta ik ineens in een kluitje journalisten op een paar meter afstand van een half ontblote LeBron James, die de traditie net als zijn collega's schoorvoetend tolereert.

Alleen voor Lionel Messi wordt een uitzondering gemaakt. Het voetbal in de vs krijgt in de zomer van 2023 een duw in de rug als de Argentijnse grootmeester in de nadagen van zijn carrière bij Inter Miami gaat spelen. Hij wordt het gezicht van de Major League Soccer (MLS), maar is een uithangbord dat het liefst ergens achter in een vergeten schuur was blijven staan. Spreken doet Messi zelden, laat staan in de kleedkamer met journalisten. Na een wedstrijd van de kleine wereldkampioen in New Jersey wacht ik in een tent vol verslaggevers op een

persconferentie die er nooit zal komen. De teleurstelling is voelbaar als coach Tata Martino door de deuropening stapt. Als ster die eigenlijk helemaal geen ster wil zijn, valt Messi in zijn nieuwe thuisland behoorlijk uit de toon. Maar in New Jersey zie ik hoe hij de Amerikaanse voetballiefhebbers compleet in vervoering weet te brengen.

Door de komst van Messi, maar vooral door het WK van 2026 staat het voetbal in Amerika meer dan ooit in de schijnwerpers. In mijn stad New York ontdek ik hoe de sport onder de Amerikaanse bevolking leeft en sinds de jaren zeventig en tachtig, de tijd van de North American Soccer League, met Crujff, Pelé en Best, tot wasdom is gekomen. Ik stel me voor hoe het wereldkampioenschap door de Amerikanen beleefd zal worden; worden ook de voetballers straks bedolven onder de stortvloed aan entertainment of blijft de oorspronkelijke aard van het spelletje intact?

In het stadje Bristol, in de staat Connecticut, leer ik hoe de televisie de Amerikaanse sport veranderde en in Syracuse, New York, krijg ik een rondleiding door de wondere wereld van de universiteitssport, de levensader van de Amerikaanse topcompetities waar ik me in dit boek grotendeels op toespits. Ik zie hoe de onstuitbare, door miljarden aangedreven Amerikaanse sportindustrie tijdens de coronacrisis piepend tot stilstand komt en hoe sporters in hetzelfde jaar vooraan lopen in de Black Lives Matter-protesten.

In stadions door het hele land ontdek ik hoe de Amerikanen hun sportwedstrijden beleven. Voor mij in eerste instantie vreemde gebruiken worden na een tijdje gewoon. Ook ik word geacht te gaan staan tijdens het volkslied, dat voorafgaand aan elke wedstrijd wordt gespeeld. Petjes moeten uit respect af. Vaak klinkt bij wedstrijden het luidste applaus als een veteraan uit het leger tijdens een time-out in het zonnetje wordt gezet. Sinds de aanslagen van 9/11 viert het patriottisme hoogtij rond sportevenementen.

Ik zie de commercie in dikke klodders van de Amerikaanse sport druipen. Elk hoekje van het stadion, elke seconde op televisie is verkocht aan sponsors; alleen de shirtjes van spelers blijven op de een of andere manier vrijwel brandschoon. Op zoek naar de geldschietters achter de Amerikaanse clubs kom ik uit bij een clubje miljardairs, oude witte mannen, die hun teams zien als statussymbolen en speel-

tjes waarmee ze doen wat ze willen. Omdat ze maar moeilijk verzadigd raken, verleggen ze hun aandacht de laatste jaren steeds meer naar andere delen van de wereld. Naar Europa, onder meer. Bij mijn terugkeer in Nederland zie ik hoe de Amerikaanse sportbeleving ook bij ons langzaam maar zeker voet aan de grond krijgt.

Soms verbaas ik me over de absurde vormen die het entertainment in de Amerikaanse stadions kan aannemen. De talloze huwelijksaanzoeken op de tribune zijn nog tot daaraan toe (het zijn riskante ondernemingen die kunnen uitlopen op een ongemakkelijke rit naar huis), maar tamelijk bizar is de kruiprace tussen een paar baby's die ik bij een basketbalwedstrijd tijdens een onderbreking in het spel meemaak. De ene ouder duwt de baby midden op de speelvloer uit de startblokken, de andere probeert de kruiper aan de overkant met armgebaren en lieve woordjes zo snel mogelijk naar zich toe te krijgen. Het volk kan er geen genoeg van krijgen. Een andere keer mag een fan in een glazen windturbine een minuut lang zo veel mogelijk dollarbiljetten uit de lucht graaien – een treffende metafoor voor de op kapitalisme gestoelde, voor velen onbereikbare Amerikaanse droom. Een toeschouwer die de bal vanaf de middenlijn door de ring schiet, gaat met een auto naar huis.

Op de perstribune betrap ik mezelf geregeld op een glimlach als een fan zich volledig laat gaan op het grote videoscherm of in de mailing wordt genomen door een mascotte. Het vermaak is vaak simpel maar doeltreffend. Als de T-shirtkanonnen tevoorschijn komen, tuimelen supporters op de tribunes over elkaar heen om een van de gratis souvenirs te vangen. Dat hun favoriete team ondertussen stevig aan het verliezen is, lijkt voor even niet uit te maken. De Amerikaanse sportfans kunnen op hun manier bloedfanatiek zijn, velen houden wel degelijk van hun clubs, maar tegelijk beleven ze het stadionbezoek als een gezellig uitje, vaak met het hele gezin.

Nee, de manier waarop de Amerikanen hun sport aankleden is niet voor iedereen weggelegd. De een zal genieten van het showelement en de strakke regie waarmee een wedstrijd wordt volgepropt met aanvullend vermaak. Anderen zullen de Amerikaanse stijl *over the top* vinden. Lawaaiig en afleidend van de hoofdzaak, de sport zelf. Max Verstappen behoort tot de laatste categorie, zoveel wordt me duidelijk bij de

eerste Grand Prix van Las Vegas, waar de Amerikaanse voorliefde voor entertainment uitmondt in een week lange, soms letterlijk oogverblindende show die zelfs in de vs zijn gelijke niet kent. Verstappen vindt het helemaal niets, en iedereen mag het weten.

Ook van mij mag het soms best een onsje minder. Bij een ijshockeywedstrijd in Las Vegas, de zelfbenoemde entertainementhoofdstad van het land die zich ook op sportgebied razendsnel ontwikkelt, tril ik op de perstribune bijna van mijn klapstoeltje als de volumeknop bij de introductie van de spelers volledig wordt opengedraaid. Ik voel de bas in mijn maag en ga na afloop trillend van de adrenaline terug naar mijn hotel.

In de vs zal ik tot op zekere hoogte gaan houden van de vrolijke, energieke Amerikaanse sportbeleving met al zijn eigenaardigheden, maar soms kan die ook overweldigend zijn. Na een bezoek aan het stadion voelt de uitgang soms als een bevrijding. Eenmaal thuis merk je pas hoeveel energie de vele prikkels je hebben gekost, maar toch keer je na een tijdje weer terug.

Het is een van de lessen waarmee ik na tien jaar zal thuiskomen: saai is het nooit in de Grote Amerikaanse sportshow.

EEN RADICAAL EXPERIMENT

Het is stil in Madison Square Garden, de immense sport- en muziektempel in het hart van Manhattan. Op de perstribune, tegen de nok van het bijna twintigduizend stoeltjes tellende stadion, hoor ik het zoemen van de airconditioning in de buizen boven mijn hoofd. Wie niet beter weet, zou denken dat de basketbalwedstrijd van de New York Knicks tegen de Golden State Warriors op deze zondagmiddag in het voorjaar van 2017 is afgelast. Alleen het langzaam binnendruppelende publiek, opgeklommen uit de ondergrondse van New York, verraad dat er wel degelijk wat te gebeuren staat. De lampen in de zaal, normaliter enigszins gedimd, staan dit keer in hun felste stand aan, waardoor het lijkt alsof het toegestroomde volk zich kan opmaken voor een bingoavond in plaats van een basketbalwedstrijd. Als de spelers van de Knicks de vloer betreden voor hun warming-up, stijgt applaus op, maar de gebruikelijke luide intromuziek ontbreekt. Door de relatieve stilte is de soundtrack van het basketbal, de piepende gympen en de chaotische symfonie van stuiterende ballen, goed hoorbaar, zelfs hoog op de tribune. Bij andere wedstrijden verdrinken de geluiden in de harde hiphop waarmee de opkomst van de thuisploeg gepaard gaat. Maar vandaag is alles anders.

Waarom precies wordt aan de toeschouwers uitgelegd met een tekst op de jumbotron, het enorme vierkante blok met videoschermen dat in 'MSG' en andere basketbalstadions recht boven de middencirkel aan het plafond hangt. Op een zwarte achtergrond staat in witte letters geschreven:

De eerste helft van de wedstrijd zal vandaag zonder muziek, video of in-game entertainment worden gespeeld, zodat je de sport in zijn puurste vorm kunt ervaren. Geniet van de geluiden van het spel.

Alleen de stadionspeaker moet tijdens de eerste helft zijn werk doen. Rustig leest hij de namen en rugnummers van de spelers op, als een docent die 's ochtends controleert of alle leerlingen aanwezig zijn. De organist die bij andere wedstrijden elke aanval van muzikale ondersteuning voorziet, moet even op zijn beurt wachten. Het is dit keer aan het publiek om het ritme van de vaak gebruikte aanmoedigingskreet 'Let's go Knicks!' te vinden. Dat kost hoorbaar enige moeite.

Tijdens onderbrekingen in het spel is slechts het geroezemoes van de toeschouwers te horen. Ook de cheerleaders van de Knicks City Dancers hebben vrijaf, net als de enthousiaste *game crew* die het publiek normaal gesproken vrolijk huppelend en klappend aanspoort om kabaal te maken. Quizzen of spelletjes met fans worden er dit keer niet gespeeld tijdens de time-outs, en op de jumbotron zijn geen geestige filmpjes, hypevideo's met bekende acteurs of dansende supporters te zien. Op de perstribune voel ik de neiging om te fluisteren, alsof ik in een bibliotheek of het Rijksmuseum ben.

Pas als de rust is aangebroken, is alles opeens weer bij het oude in Madison Square Garden. Spotlampen schieten over de tribunes. De organist strekt zijn vingers en zet aan voor zijn eerste noten, de dj is ontwaakt en de jumbotron draait weer op volle toeren. Een op afstand bestuurbare zeppelin met camera die het publiek in het stadion filmt zweeft zachtjes zoemend door de ruimte boven het speelveld, en tijdens een time-out komen ook de danseressen van de Knicks City Dancers tevoorschijn. Stil zal het de rest van de middag niet meer zijn.

Hoe het er normaal gesproken aan toegaat in Madison Square Garden heb ik enkele jaren eerder al ontdekt. In het voorjaar van 2014 maak ik in het stadion kennis met de Amerikaanse sportbeleving. Ik ben op vakantie in New York en heb een kaartje voor de Knicks gekocht. De wedstrijd tegen de Indiana Pacers moet het hoogtepunt van mijn reis worden, zo heb ik van tevoren besloten, hoe indrukwekkend de andere toeristische trekpleisters van de stad ook zullen zijn.