

# De Duitse haat-liefde-verhouding met de Tour

Tussen Duitsland en de Tour komt het voorlopig niet goed

[Achtergrond](#) - 9 juli 2008 - Auteur: Jonathan Witteman

(9 juli 2008) De Duitser Stefan Schumacher draagt de gele trui, maar de Duitse media reageren koeltjes. Nergens laat de kater van de dopingschandalen in het wielrennen zich zo moeilijk wegspoelen als in Duitsland.

Het was een opmerkelijke prestatie. Niet absolute specialisten als Fabian Cancellara, Cadel Evans of Denis Mentsjov, maar de Duitser Stefan Schumacher was gisteren met overmacht de beste in de race tegen de klok in het Oost-Franse Cholet. Als enige wist Schumacher de 29,5 kilometer onder de 36 minuten af te leggen, bijna twintig seconden sneller dan de nummers twee en drie.

En dus mocht Schumacher gistermiddag als dertiende Duitser ooit de gele leiderstrui over zijn spichtige schouders trekken. Een Duitser aan kop van La Grande Boucle: tot voor een paar jaar geleden zou het de wielerskoorts in de Duitse media hoog hebben doen oplaaien.

## Besmette gele trui

Maar de Duitse pers lijkt niet echt warm te lopen voor Schumachers overwinning. Daarentegen staan ze uitgebreid stil bij het dopingverleden van de 26-jarige coureur. Waar buitenlandse kranten als *Le Figaro* of het *NRC Handelsblad* met geen woord over Schumachers oude zonden reppen, vormen ze in de Duitse verslagen de hoofdmoot.

'Schaduw over de gele trui', kopt *Der Spiegel*, daarmee verwijzend naar de sporen van amfetamine die afgelopen herfst na een verkeersongeluk in Schumachers bloed werden aangetroffen. Het tijdschrift noemt verder de verhoogde hematocrietwaarden - een mogelijke aanwijzing voor bloeddoping - die afgelopen september bij de renner van de Duitse Gerolsteiner-ploeg werden geconstateerd.

## Onbuigzaam

De kritische, bijna vreugdeloze berichtgeving over de gele trui van Schumacher is exemplarisch voor de harde lijn die de Duitse media de laatste jaren voeren ten aanzien van het wielrennen. De onbuigzaamheid van de Duitse pers is een begrip geworden: in geen enkel ander land binden de kranten zo meedogenloos de strijd

aan tegen dopinggebruik in de sport. De een roemt de Duitse kranten om hun standvastigheid en morele principes. De ander noemt hen roomser dan de paus en dicht hen zelfs inquisitoriale trekjes toe.

Als de Duitse pers inderdaad de inquisitie van de wielersport is, dan is de Berliner Zeitung de Torquemada onder de Duitse kranten. Tijdens de Tour de France van vorig jaar nam de krant de meest extreme positie in: het enige thema waarover de wielersjournalisten nog wensten te berichten, was doping.

“De Tour en doping, de wielersport en de georganiseerde misdaad, dat en niets anders zullen onze onderwerpen zijn tijdens de Tour”, luidde de belofte voor aanvang van de tour van 2007. Aan de sportieve prestaties werden in de dagelijkse column ‘Die Spritztour’ (‘De spuittour’) nauwelijks woorden vuil gemaakt.

### Verdenking

Dit jaar is de berichtgeving in de Berliner Zeitung iets minder draconisch. Maar de achterliggende gedachte is dezelfde gebleven. De berichtgeving over Schumachers gele trui ademt dan ook een sfeer van verdenking. Na een korte beschrijving van zijn zege noteert de krant:

“Het was al een enigszins zonderlinge actie van Schumacher om na de huldinging linea recta in de bus te verdwijnen. Het was een zonderlinge actie voor met name de dopingcontroleurs, die bij deze Tour de opdracht hebben gekregen om etappewinnaars nimmer uit het oog te verliezen, hen overal te volgen tot ze zich aan de dopingcontrole hebben onderworpen. Maar een dopingcontroleur bleek Schumacher nu in ieder geval niet in de bus te zijn gevolgd.”

### Troetelkind Jan Ullrich

Hoe anders was de houding van de Duitse pers een jaar of tien geleden. Wielrennen was in Duitsland altijd een ondergeschoven kindje geweest, totdat een jonge Jan Ullrich in 1996 onverwacht tweede werd in de Tour. Het jaar daarop won Ullrich 's werelds belangrijkste wielervedstrijd zelfs. Een wielericoon was geboren.

De aandacht in de Duitse media was ongekend. Waar het wielrennen voorheen niet verder kwam dan de achterpagina's, beheerste Ullrich en zijn team Deutsche Telekom (later T-Mobile) vanaf nu iedere juli de krantenkoppen. De Tour de France werd *big business* in Duitsland.

### Belangenverstrengeling

De daarmee gemoeide belangen leken soms ten koste te gaan van de

journalistieke onafhankelijkheid. Televisiezender ARD groeide uit tot een van de belangrijkste sponsors van Deutsche Telekom, juist in een periode dat binnen Ullrichs ploeg sprake was van systematisch dopinggebruik.

Met lede ogen zagen de Duitse media dan ook toe hoe de carrière van Jan Ullrich, het Duitse troetelkind van weleer, hopeloos telooring. De van doping verdachte coureur maakte vorig jaar noodgedwongen zijn afscheid bekend van het wielrennen. Het afscheid van Ullrich kwam in een periode dat de een na de andere Duitse oud-coureur opbiechtte jarenlang stelselmatig doping te hebben gebruikt.

Sindsdien bezigt de Duitse pers de toon van de bedrogen, verbitterde echtgenoot. Vorig jaar besloten de zenders ARD en ZDF nog hun verslaggevers naar huis te sturen na weer een dopinggeval: het Duitse wielertalent Patrik Sinkewitz werd uit de Tour gezet wegens testosterongebruik. Daarmee hielden ARD en ZDF zich aan hun voor aanvang van de Tour gedane belofte, de Touruitzendingen onverbiddelijk te zullen stoppen mocht zich een nieuw dopinggeval voordoen.

Geen sponsor

Dit jaar is de Tour de France vooralsnog – er zijn vier etappes verreden – nog niet opgeschrikt door dopingschandalen. De Duitse omroepen ARD en ZDF zenden de ronde voorlopig gewoon uit.

Lang van Schumachers gele trui zullen de zenders waarschijnlijk niet kunnen genieten. Hoewel een veelzijdig coureur, zal Schumacher in de zware bergetappes die in het verschiet liggen waarschijnlijk tekort komen.

Voor zijn ploeg Gerolsteiner is de gele trui van hun kopman desondanks al een bescheiden godsgeschenk. De Duitse renstal zoekt naar een nieuwe geldschieter – hoofdsponsor Gerolsteiner trekt zich eind dit jaar terug uit de wielersport. De dopingschandalen van de afgelopen jaren waren niet het soort reclame waarop de bronwaterfabrikant zat te wachten.

Jonathan Witteman is redacteur van het Duitslandweb.

Afbeeldingen:

[www.flickr.com, adambowie](http://www.flickr.com/adambowie)

[www.flickr.com, fdecomite](http://www.flickr.com/fdecomite)

Artikel:

<https://www.duitslandinstituut.nl/artikel/970/de-duitse-haat-liefde-verhouding-met-de-tour>