

Joost Broerse: "Met eigen mensen en continuïteit op het personele vlak zullen we de band met onze klanten verder versterken."

34

JOOST BROERSE NIEUWE COMMERCIEEL DIRECTEUR BIJ FC UTRECHT

"MOOI OM WEER TERUG TE ZIJN"

Tien jaar na zijn afscheid als speler is Joost Broerse terug in Stadion Galgenwaard. Als Commercieel Directeur staat hij samen met Jordy Zuidam (Directeur Voetbalzaken), Paulo Steverink (Directeur Financiën/Operations) en de Raad van Commissarissen aan het roer van FC Utrecht. "Mijn wortels liggen hier. Het is een prachtige club met enorme potentie."

TEKST: HANS HAJÉE
FOTOGRAFIE: FRANK ZILVER

Maar liefst achttien jaar was Joost Broerse profvoetballer. Een afwisselende carrière met hoogte- en dieptepunten, degradaties en kampioenschappen. "De bekerwinst met FC Utrecht in 2004 was voor mij een memorabel moment. Aansluitend wonnen we ook de Johan Cruyffschaal van Ajax. Trots ben ik verder op de plaatsing voor de Champions League met APOEL Nicosia. Een poule met Chelsea, FC Porto en Atletico Madrid leverde onvergetelijke wedstrijden op. Ook de bekerwinst met PEC Zwolle blijft bij: 5-1 tegen Ajax."

IN HET DIEPE

Nadat Broerse in 2015 stopte bij PEC Zwolle, ging hij bij deze club aan de slag als commercieel directeur. "De beleidsmatige kant van het voetbal heeft me altijd geïnteresseerd. Als speler volgde ik opleidingen in management, marketing en communicatie. Toen spelersvakbond VVCS een HBO Ondernemerschap en Sportmanagement introduceerde, schreef ik me direct in. Mijn afstudeerpresentatie hield ik via Skype vanuit Cyprus. Ondanks de theoretische bagage was het voor Zwolle zeker een gok om mij in het diepe te gooien. Ik ben erg blij met de kans die ik er kreeg."

AMATEUR WORDT PROFESSIONAL

Wat waren zijn belangrijkste ervaringen in een destijds voor Broerse nieuwe functie? "In het begin wil je alles zelf doen. Al snel begreep ik dat een goed team om je heen cruciaal is, net als op het veld. Andere les: de voetbalwereld is opportunistisch. Emoties spelen een grote rol. Daarom is het belangrijk het hoofd koel te houden en je eigen plan te trekken."

Is een achtergrond als voetballer een voordeel in een commerciële functie? "Vind ik wel. De voetballerij is toch een wereld op zich. Het helpt als je uit ervaring weet hoe die in elkaar zit. Verder kom je soms wat gemakkelijker in contact omdat mensen je nog kennen als voetballer. Aan de andere kant; zeker bij grotere organisaties moet je je daardoor juist extra bewijzen." Dat Broerse daar prima in slaagde, blijkt uit de woorden van een belangrijke sponsor bij zijn afscheid in Zwolle: "In een nieuwe rol kwam je binnen als amateur maar vertrekt als professional".

JOCHIE UIT DE BILT

Deze zomer kreeg Broerse het aanbod om Commercieel Directeur te worden bij FC Utrecht. "Tijd om lang te twijfelen had ik niet. Maar het was een lastige keuze. Ik had

mijn commitment aan Zwolle gegeven en bij deze club kreeg ik de mogelijkheid om mij te ontwikkelen." Maar de lokroep uit Stadion Galgenwaard bleek te sterk. "Mijn wortels liggen hier. Als jochie uit De Bilt zat ik vroeger op de tribune. En Utrecht is een prachtige club met enorme potentie."

VOLUIT ACHTER DE CLUB

Broerse vertrok in 2008 als speler bij de FC. Een jaar later volgde de overname door Frans van Seumeren. "Een belangrijke verandering, echt een zegen voor de club. Sindsdien heeft de organisatie grote stappen gemaakt. Op alle gebieden is de professionaliteit toegenomen. Dat zie je terug op het veld. Drie jaar achter elkaar in de top vijf waarmee de club substantieel beter presteert dan op basis van het budget verwacht mag worden. Een prestatie van formaat."

Al heeft FC Utrecht zich sterk ontwikkeld, de ziel van de club is volgens Broerse onveranderd. "De eigenheid, de typisch Utrechtse sfeer is er nog steeds. Mensen zijn regelmatig kritisch maar als het spannend wordt of bij bijzondere gebeurtenissen schaaft iedereen zich voluit achter de club. Mooi om terug te zijn en daar weer deel van uit te maken."

VOETBAL ALS EXTRA DIMENSIE

Ook zakelijk behoort FC Utrecht bij de top van de Eredivisie. "De afgelopen jaren is fors geïnvesteerd in ruimtes en faciliteiten. Dat zorgt voor een aansprekende entourage voor onze businessclubleden en sponsors. Ook buiten wedstrijddagen worden de ruimtes intensief gebruikt. Vergaderingen, personeelsbijeenkomsten en beurzen; er gebeurt hier van alles. De samenwerking met Maison van den Boer in Galgenwaard Events is daarbij een sterke troef."

Het zakelijke netwerk van FC Utrecht bestaat zowel uit mkb-ondernemers en regionale grote bedrijven als uit landelijke organisaties. "Een mooie, gevarieerde mix," vindt Broerse. Een van zijn belangrijkste doelstellingen als Commercieel Directeur is om het zakelijke fundament van de club verder uit te bouwen. "De skyboxen zijn goed bezet en ook voor de themaboxen bestaat veel animo. Belangrijkste focus voor onze groei ligt bij het regionale midden- en kleinbedrijf." Wat treffen zij in Stadion Galgenwaard? "Een krachtig netwerk in een aansprekende, gastvrije entourage. Voetbal en de emotie die daarbij hoort, zorgt voor een extra dimensie die ook niet-voetballiefhebbers aanspreekt. Het is een verbindende factor die onze businessclub

toegankelijker maakt dan veel andere zakelijke netwerken."

ONTMOETEN EN NETWERKEN

Onderling worden veel zaken gedaan. "Dat faciliteren en stimuleren wij zoveel mogelijk. Onder meer met evenementen waar het elkaar ontmoeten en netwerken centraal staat. Recent was er een businessclubavond waar de nieuwe selectie zich presenteerde met aansluitend een gezamenlijk diner aan lange tafels. Spelers en staf, ondernemers met een skybox en leden met één stoel, iedereen zat door elkaar. Een geanimeerde bijeenkomst. Verder zijn er lunches om elkaar beter te leren kennen, bijvoorbeeld voor nieuwe leden. Ook blazen we het businessclubvoetbal nieuw leven in. Stuk voor stuk gelegenheden om elkaar te treffen en verbindingen aan te gaan."

COMMERCIE IN EIGEN HAND

De afgelopen jaren besteedde FC Utrecht het commerciële traject uit aan Lagardère Sports, een internationaal sportmarketingbureau dat voor meerdere clubs actief is. Per juni 2018 nam FC Utrecht het lokale salesteam over. Lagardère focust zich uitsluitend op nieuwe nationale accounts. "Een belangrijke beslissing waardoor de regie weer volledig bij de club ligt," benadrukt Broerse. "Met eigen mensen en continuïteit op het personele vlak zullen we de band met onze klanten verder versterken. Ook kunnen we nog dichter op het regionale bedrijfsleven zitten om onze commerciële mogelijkheden uit te dragen. Niet alleen in het stadion, ook daarbuiten als we ondernemers ontmoeten tijdens bijeenkomsten en evenementen."

OOK MAATSCHAPPELIJK BETROKKEN

FC Utrecht neemt haar maatschappelijke rol zeer serieus. Thema's als gezondheid en financiële zelfredzaamheid staan daarbij centraal. Zo zet de club spelers als rolmodel in om jongeren te stimuleren, meer te bewegen en gezonder te eten. Ook is er een vak speciaal voor ouderen en organiseert de club Walking Football voor 60-plussers. "En bij elke thuiswedstrijd treffen bestuurders, ondernemers en onze maatschappelijke partners elkaar in de Provincie Lounge," zegt Joost Broerse. "Telkens staat een actueel maatschappelijk thema met regionale impact centraal."