



ACHTERHOEK PROFITEERT VAN PROMOTIE DE GRAAFSCHAP NAAR EREDIVISIE

DE NEUTRALE ONTMOETINGSPLEK

Bij de supporters, relaties en binnen eigen gelederen kon de vreugde niet op, toen De Graafschap na de overwinning op Almere City promoveerde naar de Eredivisie van het betaald voetbal. Volgens algemeen directeur Hans Martijn Ostendorp staat die topprestatie niet op zichzelf: de hele Achterhoek zal er de vruchten van plukken en dat begint zich nu al af te tekenen.

TEKST: AART VAN DER HAAGEN
FOTOGRAFIE: DE GRAAFSCHAP MEDIA

Als leek zou je misschien geneigd zijn te zeggen: 'Bemoedigend, zo'n sportieve promotie, maar dan vooral voor De Graafschap zelf.' Dat blijkt een behoorlijke onderschatting van de realiteit, getuige de heldere visie die de algemeen directeur van Doetinchems ambitieuze voetbalclub formuleert. "Doetinchem, nee, de gehele Achterhoek heeft er baat bij dat we terugkeren op het hoogste niveau. We ontmoeten aansprekender tegenstanders, wat de aantrekkingskracht van de wedstrijden vergroot en dus vollere tribunes zal opleveren. Dat merken we nu al: de laatste weken was het alle hens aan dek om te kunnen voldoen aan de enorm stijgende vraag naar seizoens- en businesskaarten.

Ondernemers overal uit de Achterhoek en ver daarbuiten, tot in de Betuwe en Twente, tonen belangstelling om zich aan ons en aan elkaar te verbinden. Ze ontdekken en erkennen stadion De Vijverberg als een aantrekkelijke ontmoetingsplaats die het zakenleven overstijgt, aangezien ook overheden, maatschappelijke organisaties en onderwijsinstellingen elkaar hier treffen."

SMARTHUB

Dit laatste sluit naadloos aan bij de missie die De Graafschap uitdraagt: de sociaal-maatschappelijke verankering in de regio verstevigen. Om dat tastbaar te maken, geeft Ostendorp enkele voorbeelden. "We

kennen natuurlijk SmartHub Achterhoek, een initiatief om hoogopgeleide jongeren naar Oost-Gelderland te trekken. Een rol die wij daarin zouden kunnen vervullen, is een spelersbus naar de Randstad sturen, daar Achterhoekse studenten ophalen en hen een fantastische avond bezorgen, met een wedstrijd, een hapje en een drankje en presentaties van bedrijven die interessante stageplaatsen aanbieden. Binnen onze grote, groeiende businessclub met momenteel zo'n 300 leden vragen we ook aandacht voor mensen met een afstand tot de arbeidsmarkt, in samenwerking met organisaties als het UWV, het Werkgeversservicepunt en sociale werkvoorzieningen. Binnen dat netwerk

komen antwoorden op vragen als 'waar liggen uitdagingen?' en 'wat betekent het om deze mensen aan het werk te hebben in je bedrijf?' Presentaties en het tonen van concrete voorbeelden bieden veel verheldering."

UITHANGBORD

Ostendorp spreekt van een heel hecht netwerk, waarin ook overheden en andere publieke organisaties zich goed thuisvoelen. "Ze beschouwen De Vijverberg als een neutrale ontmoetingsplek met een informeel karakter, waaraan de sportieve activiteiten ten grondslag liggen. Dat opent absoluut deuren. De burgemeester van Doetinchem omschreef De Graafschap laatst als 'het uithangbord van de Achterhoek'. Natuurlijk zullen we het voetbaltechnisch lastiger krijgen, met sterke tegenstanders, maar het gaat erom dat wij strijd, saamhorigheid en enthousiasme laten zien. Precies de dingen die deze regio zo kenmerken. De mensen herkennen zich daarin, wat wel blijkt uit het feit dat ze na een wedstrijd graag lang willen blijven. Dat beperkt zich, op ondernemersniveau, niet alleen tot voetballiefhebbers. Die vormen de ene categorie sponsors. De andere categorie kiest strategisch voor een connectie met De Graafschap, wil vanuit maatschappelijke betrokkenheid de bedrijfsnaam aan ons verbinden. Al die mensen voelen zich hier opgetogen en inspireren elkaar."

HERENBOERENLOUNGE

De Graafschap, een club van korte lijnen en zonder poeha. "Skyboxen, die passen niet zo bij ons", meent Ostendorp. "We staan vooral bekend als een club die rust op vele schouders, die zijn bestaansrecht ontleent aan het feit dat we hem allemaal samen dragen. De burgemeester, de hoofdsponsor, de voorzitter van de raad van commissarissen, iedereen loopt hier rond en iedereen is gelijk aan elkaar. Typisch Achterhoek, typisch De Graafschap, die sfeer." Een bijzonder initiatief, opgestart in 2018, betreft de Herenboerenlounge in de bestuurskamer. "Daar komt een groep ondernemers samen die met hun sponsoring een maatschappelijk doel wil dienen, iets dat wij ten volle ondersteunen. Ze zullen jaarlijks met elkaar bepalen welke bestemming hun gelden krijgen. Nu is dat de Special Olympics, het sportevenement hier in de regio voor mensen met een beperking."

OPWAARTSE SPIRAAL

Eén vraag resteert nog: wat doet de promotie naar de Eredivisie met De Graafschap zelf? "Wij beginnen nu al te merken dat de belangstelling voor sponsoring aantrekt", aldus de algemeen directeur. "Daarnaast maken we aanspraak op significant grotere mediagelden, zoals de KNVB die verstrekt. Dat loopt richting de twee miljoen euro

extra per jaar en dat gebruiken we, naast sociaal-maatschappelijke doelen, om te bouwen aan de structuur van de club. Als we investeren in ons elftal, staan we sterker in de competitie en trekt dat weer nieuwe partners aan, waarmee je kunt zeggen dat we ons dan in een opwaartse spiraal bevinden. Tribunes vol, businessclub vol; fantastisch. Daarbij blijft het zaak om verstandige keuzes te maken, teneinde onze positie in de Eredivisie te handhaven. In dat kader verdient onze financieel directeur Raymond Enting heel veel credits. Hij pakt zijn rol erg goed op en functioneert echt als de stille kracht, waar in het voetbal meestal de technisch en sportief managers in de schijnwerpers staan. We ervaren hem als een belangrijk architect van rust en stabiliteit binnen de club, binnen onze compacte organisatie met korte lijnen. Wat ik vooral zo mooi vind om te zien, is de enorme toewijding van de mensen binnen ons team. Dat maakte direct na mijn aanstelling, een jaar geleden, een diepe indruk op mij. Ook daar ligt een overeenkomst tussen De Graafschap en de regio."

www.degraafschap.nl

