



VVV-VENLO

UITDAGINGEN ÓP EN NAAST HET VELD

Dat het lastige tijden zijn, weten we inmiddels allemaal. Waar het voor voetbalclub VVV-Venlo normaal gesproken op het veld vechten is voor ieder punt, is het dat nu ook op zakelijk gebied. Commercieel Manager Niels Mulders van Eredivisionist VVV-Venlo schetst de situatie.

41

“Bijzondere tijden, dat zijn het zeker”, trapt Niels af. “Daar waar het seizoen halverwege september begon mét beperkt publiek, spelen we nu op wedstrijddagen in een leeg Covebo Stadion - De Koel -. Het is beide lastig, zowel óp als naast het veld. Met beperkt publiek voelt het voor onze afdeling namelijk als ‘moeten kiezen’ tussen relaties. Maar als ik de wedstrijden nu zie, snak ik weer naar die tijd.” Daarnaast is het voor Mulders en zijn team moeilijk om in deze tijd in contact te komen met (potentiële) relaties. “Normaal gesproken zien we bijna al onze partners (ruim 400 stuks) elke twee weken in ons ‘eigen huis’. We trekken er met z’n allen enorm hard aan op alle mogelijke manieren en proberen op creatieve wijze toch ons ding te doen. Maar dat blijft erg lastig.”

Mulders vertelt trots: “Alhoewel het seizoen vorig jaar abrupt is geëindigd, mogen we terugkijken op een succesvolle zomer waarin veel partners hebben verlengd.” In zijn achterhoofd maakt hij zich echter wel wat zorgen over de toekomst: “Onze partners zijn allemaal ontzettend loyaal, maar dit zal een

keer ophouden ben ik bang. Constant een beroep doen op een hoge mate van loyaliteit vergt veel van onze partners.”

Mulders vervolgt: “Los van het feit dat er nu ook partijen zijn die welvaren bij deze situatie en mogelijk geïnteresseerd zijn, is het lastig. We hebben hen nu simpelweg nauwelijks iets te bieden.” Of er momenteel niet juist interesse is vanuit nieuwe partijen die ondanks de crisis groei doormaken, reageert Mulders opnieuw: “Als je geen stoel of event maar enkel exposure kunt bieden, wordt dat logischerwijs ook een lastig verhaal, te meer omdat de grote exposurerechten reeds verkocht zijn.”

Veel perspectief op versoepelende maatregelen voor het betaald voetbal is er op dit moment niet. Het ziet er dan ook naar uit dat er dit seizoen niet meer in een vol stadion gespeeld zal gaan worden. “De gevolgen voor de langere termijn zijn niet te overzien. Laten we hopen dat het nog enigszins mee gaat vallen en dat ook al onze huidige partners deze crisis zonder al te veel gevolgen doorkomen”, aldus Mulders.

En als je het dan over creatieve ideeën hebt... Om hen een hart onder de riem te steken ging het gehele commerciële team in december, geheel in het kader van de feestdagen en als ware zij de Kerstman, ‘langs de deur’ bij alle partnerbedrijven. Mulders daarover: “Samen met diverse collega’s van VVV-Venlo én de VVV Foundation hebben we in de weken voor kerst een ‘Kerst Drive-by’ georganiseerd. Kerstmuts op, pakketjes in de achterbak én ‘on tour’! We kregen zo ontzettend veel positieve reacties. Het is goed om dit soort dingen te blijven doen, uiteraard alles binnen de coronarichtlijnen. Dát is de kracht van onze club én ons team die we in deze periode moeten benutten.”

Mulders besluit met een positieve boodschap voor het nieuwe jaar: “Ondanks alles kijken wij ontzettend uit naar 2021. Een jaar wat op enig moment toch weer perspectief zal gaan bieden én een jaar waarin we hopelijk meer dan ooit tevoren de kracht van VVV-Venlo weer kunnen benutten!”