



Samen D’RAN, de belofte aan supporters en sponsors

Wat stonden we te feesten na het laatste fluitsignaal tegen Go Ahead Eagles. Tranen van spanning, geluk en blijdschap dwarrelden over onze wangen. Iedereen was plots met iedereen bevriend. We schrijven het jaar 2010. Het Eredivisieschap volgde en warempel we bleven er ook gewoon in, zonder nacompetitie. En toch ging het mis.....heel erg mis.

Het is een lang proces geweest om te achterhalen waar de negatieve spiraal haar intrede heeft gedaan. We kunnen constateren dat er, in de structurele druk om de zogenaamde ‘kampioen van het rechterrijtje in de Eredivisie’ te worden, grote fouten zijn gemaakt. De focus was verkeerd. Er was een vorm van ‘koker-kijken’. We waren drukker met krampachtig overleven, praten over een nieuw stadion en vergaten onze belangrijkste levensader, te weten vasthouden aan onze unieke identiteit en de binding met onze supporters en sponsors. Let op, iedereen deed het met de beste bedoeling, maar er was geen duidelijke visie. Waarom doen wij wat we doen en op welke manier doen wij dat. De club probeerde in een neergaande economische markt, met kunst en vliegwerk en incidenteel ad hoc beleid, te overleven. Uiteraard speelde een op de loer liggende slechte financiële situatie en de daarbij behorende noodzakelijke reorganisatie, dus banenverlies, mee. Er werden spelers gehaald uit alle windstreken, die veel geld kostten en niets hebben opgeleverd. Door een te brede en onduidelijke visie en missie zijn er trainers aangetrokken die, achteraf gezien (koe/kont om maar in Superboerentermen te blijven), niet de juiste match hadden met onze regio en ons DNA.

We denken dat iedereen het beste met de club voorhad, maar door de druk en de stress van alledag werd men blind voor de harde realiteit. De Graafschap dwaalde steeds meer af van wat het ooit was. Een voetbalbolwerk, diep geworteld in de Achterhoekse samenleving. Een club waar een woord een woord was, waar het soms hard werd gespeeld, maar nooit op de man. Waar spelers speelden die de plaggen uit de grond kopten en waar trainers respect hadden voor de trotse gevoelens van de Achterhoeker. Een club waar de supporters zorgden voor de beste sfeer van Nederland. En nee, het voetbal was niet altijd goed, maar de intentie, herkenning en binding waren er. Men was trots op De Graafschap.

Waar kwam de omslag?

De club is wakker geschud door de vele zorgen van supporters en sponsoren. De teruglopende bezoekersaantallen en de kleiner wordende business club maakten pijnlijk duidelijk dat er veel minder binding is, dan pakweg drie seizoenen geleden. Er waren een aantal incidenten waarbij De Graafschap anders had moeten handelen. We lopen er niet voor weg. Maar het is net als in een huwelijk, in de waan van alledag stuur je te laat bij. Daarvoor onze excuses aan iedereen die de club een warm hart toedraagt.

De (nieuwe) leden van de Raad van Commissarissen (RvC) opperden veel frisse ideeën. Er kwam input van de business club, de Anhangersraad was kritisch en adviseerde. De besturen van de vereniging en supportersvereniging kwamen met kritiek, maar ook met waardevolle suggesties. Zelfs individuele supporters en sponsoren dachten openlijk mee, met allemaal maar één doel: er moet een andere wind gaan waaien. En dus gaan we met ons allen keihard werken aan de club waar iedere Achterhoeker trots op kan zijn.

In het verleden is al vaker gezegd dat men ging bouwen aan iets nieuws en waren er diverse nieuwe ideeën. Dus waarom zou men er nu wel in moeten geloven?

De 'nieuwe' RvC, het dagelijks bestuur en enkele pijlers van de club zijn al maanden bezig om te evalueren en te analyseren. Men is uniform tot de conclusie gekomen dat het roer om moet. Men heeft elkaar de spiegel voorgehouden er zijn op een aantal posities andere mensen gekomen. Er kwamen discussies op gang en uiteindelijk was er een gemene deler bij alle geleidingen van de club, zoals de vereniging, de Anhangersraad en het bestuur van de Business Club. De investeerders werden uiteraard ook gehoord, zij waren direct enthousiast over de nieuw te varen koers.

Door de vele gesprekken en evaluaties werd duidelijk dat wij nu niet zijn wie we willen zijn en dat we niet doen wat we daarvoor eigenlijk zouden moeten doen. Het te vaak missen van concrete middellange- en korte termijndoelen en hoe deze te realiseren heeft de club geen goed gedaan. Iedereen die betrokken is met De Graafschap moet trots zijn op de club. Maar wat is dat precies en wat moeten we daarvoor doen, hoe ziet de tijdslijn met acties er dan uit? Dus werd duidelijk, de visie en de missie van de club moeten veel specifieker vastgelegd worden. Ook moeten de kernwaarden duidelijker omschreven worden, waarbij de woorden samen en supporter- en sponsorgericht niet mogen ontbreken. Tijdens de vele sessies ontstond er in onze ogen iets moois. Iedereen wilde vooruit en herkende het unieke karakter van onze club, streek en supporters.

Wat gaan we doen?

De Graafschap doet een belofte aan haar supporters en sponsors:

'De Graafschap wordt de Achterhoekse trots'

We gaan weer terug naar de roots. Onze identiteit oppoetsen, duidelijke normen en waarden, hard werken, niet piepen en recht voor zijn raap. We willen zorgen voor spektakel en beleving. Dat betekent trainers en voetballers die bij ons passen. Die trots zijn op waar we vandaan komen en wie we zijn, 'Superboeren'. Veel regionale en hard werkende spelers die zich met hun leeuwenhart inzetten om onze belofte waar te maken. Binnen de club werken medewerkers en vrijwilligers die De Graafschap zien als hun lifestyle en niet komen voor het grote geld. We worden weer de angstgegner. Tegenstanders vrezen onze kolkende Vijverberg. Dus: geen gelul maar poetsen, attamottamotta. De binding met onze achterban moet weer zo sterk worden als weleer. Samen zijn wij De Graafschap. De Graafschap is van ons allemaal. Oftewel: **De Graafschap is de Achterhoekse trots** (visie) "De club was al langer zoekende, dat merkte je aan alles. Het was een intensieve periode waar we doorheen zijn gegaan. Maar toch merkten we al snel dat we de gemene deler te pakken hadden. Ook de technische staf kan zich helemaal vinden in bovengenoemde opsomming. Je moet hier eerst willen werken en dan komt het voetbal. Laat maar zien waar we vandaan komen en wie we zijn", aldus trainer Jan Vreman, die na dertig jaar Superboer zijn het klappen van de zweep kent.

We gaan dit bereiken door een voetbalclub te zijn op eredivisieniveau met het beste en grootste regionale zakenplatform. Een club die zorgt voor spektakel en saamhorigheid voor supporters en ondernemers. (missie)

Een visie en missie die dus niet gebaseerd zijn op een plek op de ranglijst, maar wel in de overtuiging dat, als de hele Achterhoek weer trots is op, zich onvoorwaardelijk herkent in en bindt aan De Graafschap, we dan simpelweg op het hoogste niveau thuis horen en daar ook weer komen.

Kernwaarden:

Trots, D'RAN, eerlijk, samen en genieten

Pijlers van de club: De Graafschap bestaat uit zes pijlers. Deze hebben de volgende labeling van alle operationele en strategische doelstellingen die aansluiten op de nieuwe visie, missie en kernwaarden:

Toelichting op labeling doelstellingen: *om voetbal op Eredivisieniveau in de Achterhoek mogelijk te maken, alsmede de overige facetten zoals genoemd onder missie en visie te realiseren.*

Voetbal: winst door strijd, passie en inzet

Commercie: juist product, inlossen klantwens en converteren van onze belofte naar een bijdrage om voetbal op eredivisieniveau in de Achterhoek mogelijk te maken, alsmede de overige facetten zoals genoemd onder Missie om de Visie te realiseren

Communicatie: borging van DNA, binding tussen club en haar stakeholders

Financieel: juist, volledig, tijdig registreren, analyseren, adviseren tot en met realiseren actie

Horeca: beste gastheer van de regio

Stadion: bieden van een zorgeloos verblijf tijdens wedstrijden en evenementen, optimale faciliteiten en diensten

Bovenstaande pijlers hebben hun hoofddoelstellingen vertaald in operationele doelstellingen die duidelijk meetbaar zijn. We gaan dit de komende periode uitrollen.

Er komt een intensieve samenwerking tussen de club en de diverse organen. Er zijn voornemens om de organen in een zogenaamde "koepel" onder te brengen, zodat de communicatie/dialogo tussen de directie en de besturen van de business club, de Anhangersraad, De Vereniging, SV Superboeren etc nog meer gestroomlijnd en effectief wordt. De commerciële afdeling gaat de samenwerking met het bestuur van de business club intensiveren.

Onze belofte en de manier waarop we die gaan waarmaken wordt door alle geldingen van de club gedragen en uitgevoerd. Samen zijn we verantwoordelijk voor deze mooie club. De grootste in volume zullen we niet worden, maar wel de grootste in daden en gedrag. De grote G staat niet alleen op het shirt of aan de gevel van het stadion, maar zit in ons hart.

Samenvatting:

Visie: De Graafschap is de Achterhoekse trots.

Missie: De voetbalclub op Eredivisieniveau die zorgt voor spektakel en saamhorigheid voor supporters en ondernemers met het grootste regionale zakenplatform.

- Regionale spelers
- Karakter, onvoorwaardelijke inzet
- Zakelijk platform
- Spektakel (op het veld, maar ook in en rond het stadion)
- Verbondenheid door een transparant, open en betrokken omgeving op alle niveaus, waarin vertrouwen, respect en toegankelijkheid de boventoon voert

Kernwaarden:

- Trots
- Eerlijk
- D'RAN
- Samen
- Genieten

Doelstellingen:

- Spelen op Eredivisieniveau in combinatie met het bieden van spektakel
- Samenwerken in lijn en één zijn met visie en missie
- Het hebben van het grootste en beste regionale zakelijke platform
- Het hebben van maatschappelijke binding in de regio

Randvoorwaarden:

- Het hebben van een effectief en efficiënt werkende interne organisatie
- Het hebben van een altijd positieve cash-flow