

RAVIJN

**PIETER DE WAARD, ALGEMEEN
DIRECTEUR VAN VOETBALCLUB
TELSTAR 1963 NV EN DWARSE
DENKER.**

© JUDITH CAPPON

'Nu veertien jaar geleden mocht ik directeur van betaald voetbalclub Telstar worden, de Witte Leeuwen uit Velsen-Zuid. We spelen in de Champions League, de Kitchen Champions League, ofwel de Keuken Kampioen-divisie. Al snel na mijn aantreden kregen we een nieuwe raad van commissarissen. Samen met hen ontwikkelden we een nieuwe strategie.

Op basis daarvan is Telstar één van de meest besproken en gewaardeerde clubs in het betaald voetbal geworden. Vaak gaat het dan over onze maatschappelijke bijdragen, de laatste tijd zelfs ook over onze sportieve kwaliteit. Maar meestal gaat het over ons DNA; de strijdvaardige, saamhorige en spraakmakende club. Afgezet tegen onze omvang krijgen wij meer waardering en aandacht dan grotere clubs.

Onze strategie is zo simpel, zo normaal en zo logisch dat het mij elke keer weer verbaast dat wij om die reden opvallen en vooroplopen. Door een afspiegeling van de gemiddelde winkelstraat te zijn. Jezelf niet al te serieus nemen. Nieuwe wegen vinden, dwars zijn en omdenken. Dat zijn de heldere uitgangspunten die onze strategie vormen. Zeer ongebruikelijk in de voetballerij. Daar ben je – gespeend van zelfreflectie – een grijze man in dito driedelig en wandelend op platgetreden paden.

Je organisatie een afspiegeling van de gemiddelde winkelstraat laten zijn, is in het betaald voetbal – nog steeds – een unicum. Niet bij ons. We hebben op kantoor meer meiden dan jongens werken, ons managementteam bestaat uit evenveel vrouwen als mannen, we hebben twee gehandicapten in dienst, net als een homoseksueel en collega's met een niet-Nederlandse achtergrond.

Verhoudingsgewijs is ons twitter-account (@Telstar1963NV) een van de grootste en meest gewaardeerde in het voetbal. We zijn niet uitsluitend informatief, we zijn ook ludiek en creatief. Hiermee zijn we trendsetters en andere clubs doen ons nu na. Als alle clubs ja zeggen, zeggen wij regelmatig én beargumenteerd nee. Wel zodanig dat we onze bedrijfstak tot verandering aanzetten.

De gekozen strategie was gewaagd. We staken onze nek uit. Het gevolg is dat wij nu als relatief kleine speler – los van sportief resultaat – enorm veel waardering en aandacht krijgen en in sommige opzichten een gidsclub zijn geworden. Jaren geleden kozen we hier zéér bewust voor, we stuitten op weerstand. We lieten de angst van ons afglijden. We lieten lef zegevieren, want langs de rand van het ravijn groeien de mooiste bloemen. Durft RSM in haar bedrijfstak ook bewust haar eigen pad te kiezen? Ik kan het aanraden!

