

VISIE OP TOEKOMST FC GRONINGEN



13 januari 2019

Voorwoord

In januari 2018 verscheen er een interview met Hans Nijland in Voetbal International waarin hij aangaf dat FC Groningen meer kapitaal moest vergaren om nog aan te kunnen sluiten bij clubs als Vitesse, AZ en FC Utrecht. De komst van een investeerder in de toekomst sloot hij niet uit.

Naar aanleiding van deze uitspraken is in maart 2018 een beleidsmiddag georganiseerd door de club en supporters over de verschillende vormen van investeringen die er mogelijk zijn. Tijdens deze bijeenkomst werd duidelijk dat men (de aanwezigen in de zaal) unaniem tegen de verkoop van meer dan 50% van de club was. Nijland benoemde dat dat ook niet aan de orde was en noemde Bayern München een goed voorbeeld.

Na deze beleidsmiddag bleef het lang stil rondom dit thema. Achter de schermen heeft zich echter een werkgroep geformeerd waarin alle supportersgeledingen en een aantal sponsors zich hebben verenigd om te kijken hoe men de club kan helpen de neerwaartse spiraal waarin ze zit om te buigen in combinatie met het vergroten van inspraak binnen de club en mogelijk verkoop van de aandelen.

Nu zowel Hans Nijland als Ron Jans beiden hebben aangegeven te vertrekken als respectievelijk Algemeen Directeur en Technisch Manager moet de RvC op zoek naar twee nieuwe directeuren (ondertussen is duidelijk dat de functie van Technisch Manager een Technisch Directeur wordt). Bovendien heeft de RvC ook aangegeven te kijken naar de structuur van de club.

Middels dit rapport willen wij, supporters, sponsors, betrokkenen, een integraal advies uitbrengen naar de RvC. Kijk niet alleen naar de directiestructuur, maar ook naar de gehele organisatie, het eigendom van de club en ook de samenstelling van de RvC zelf. Op deze manier denk wij dat de club een enorme stap voorwaarts kan maken.

Een opmerking vooraf: in dit rapport wordt gesproken over supporters en sponsors. Dit omdat soms er een duidelijk andere rol voor beide is. Maar in de basis worden sponsors ook als supporters gezien. Wanneer niet expliciet sponsors genoemd wordt maar supporters, dan worden supporters incl. sponsors bedoelt.

“Ons FC Groningen”

1. Aanleiding

1.1. Concurrentiepositie

De laatste seizoenen heeft FC Groningen steeds meer moeite aan te haken bij de overige subtopclubs. De laatste 5 seizoenen werd FC Groningen respectievelijk 5, 7, 8, 7, 12 en op dit moment (winterstop 2018/19) staat de club 15^e. Het puntenaantal was respectievelijk 51, 46, 50, 43, 38 en nu staat de club op 15 punten uit 17 wedstrijden. Hierin is een duidelijk dalende trend waar te nemen.

Naast de puur cijfermatige prestaties leeft onder supporters al een aantal seizoenen dat het voetbal steeds minder aantrekkelijk wordt. Dit kan met de resultaten te maken hebben, maar de laatste jaren is er, ook los van winst of verlies, te weinig amusement geboden.

In Nederland zien we dat PSV en Ajax een klasse apart zijn geworden, zowel prestatief als financieel. Deze clubs te willen bijhouden is totaal irreëel. Ook Feyenoord is een club die, als ze het goed doen, financieel niet bij te houden is.

Uit een onderzoek van Hypercube blijkt FC Groningen wat potentieel betreft (gebaseerd op achterland, concurrentie, mogelijke sponsors en nog veel meer variabelen) de 5^e ploeg van Nederland kan worden. Hieruit blijkt dat de club zwaar onder presteert en niet aan de verwachtingen voldoet. In een onlangs gehouden benchmark wordt FC Groningen vergeleken met de volgende clubs: Heerenveen, PEC Zwolle, Vitesse, AZ, FC Utrecht, FC Twente en NAC Breda. Deze clubs zijn min of meer vergelijkbaar met onze club. Binnen deze clubs moet FC Groningen zich weer gaan onderscheiden. Doet de club het boven verwachting kan ze dus 4^e worden, presteert de club zwaar ondermaats dan eindigt ze misschien op plek 11 of lager.

1.2 Begroting

Als we naar het seizoen 2008/09 (totaal 403 miljoen) kijken dan zien we dat er in het Nederlandse voetballandschap niet veel verschuivingen zijn wat betreft begrotingen. In 2008 had FC Groningen de 7^e begroting van de eredivisie:

Ajax 65 miljoen euro

PSV 63

Feyenoord 45,9

Heerenveen 28

AZ 28

FC Twente 28

FC Groningen 16,7

FC Utrecht 16,5

Vitesse 15,3

NAC 13,5

NEC 12,7
Willem II 12,5
Roda JC 12
ADO Den Haag 12
Sparta 10,5
De Graafschap 9,8
Heracles 8,5
Volendam 5,1
(bron: Algemeen Dagblad 30-7-2008)

In het huidige seizoen 2018/19 (432 miljoen) zijn dit de volgende bedragen:

Ajax 90 miljoen euro
PSV 73
Feyenoord 67
Vitesse 27
AZ 24
FC Utrecht 19
Heerenveen 18
FC Groningen 16
ADO Den Haag 15
PEC Zwolle 13
NAC Breda 13
Heracles 12
Willem II 11
De Graafschap 8
VVV-Venlo 7
Excelsior 7
Fortuna Sittard 6
FC Emmen 6
(bron: Voetbal International 9-8-2018)

In deze 10 jaar is FC Groningen 1 plaatsje gezakt. Opvallend is dat gezegd wordt dat Vitesse AZ en FC Utrecht veel meer geld kunnen uitgeven, maar dat 10 jaar geleden de verschillen met Heerenveen, AZ en FC Twente veel groter waren.

Het totale budget van de 18 clubs in de eredivisie is 29 miljoen hoger. Echter, daarvan nemen Ajax, PSV en Feyenoord 56,1 miljoen voor hun rekening. Van de overige 15 clubs in de eredivisie is dus per saldo het budget 27,1 miljoen gedaald! Als we die vergelijken met FC Groningen dan waren er in 2008 2 clubs met 8 miljoen minder dan FC Groningen, nu zijn dat er 5.

De begrotingen in bovenstaande tabellen zijn bruto-begrotingen. Ze geven een redelijk inzicht in wat clubs te besteden hebben. Nog interessanter is uiteraard het budget dat er voor spelerssalarissen is. Dit bepaalt welke spelers je uiteindelijk kunt halen. Een club zonder jeugdopleiding en met kunstgras zal een hoger percentage van zijn budget aan salarissen

kunnen besteden dan een club met veel opleidings- en huisvestingskosten. Dit zijn beleidskeuzes die gemaakt moeten worden.

We hebben niet de salarisbudgetten van andere clubs, maar zien wel een trend binnen FC Groningen zelf. Op basis van de jaarrekeningen van 2008/09 tot en met 2017/18 zien we de netto omzet in die tijd van 16,7 miljoen naar 16,1 miljoen is gedaald (2017 tov 2008: 96%). De totale personeelskosten zijn gedaald van 11,1 miljoen naar 9,8 miljoen (2017 tov 2008: 88%). Maar kijken we naar de onderverdeling in de soorten personeelskosten, dan zien we:

	2008/09	2016/17	2017/18	%
- Salarissen selectie plus Jong FC Groningen	7,7	5,9	4,9	76,8
- Technische & medische staf	1,7	2,2	2,3	135,3
- Kantoorpersoneel	1,7	2,4	2,5	147,1

De laatste twee zijn in 2017 tov 2008 dus met respectievelijk 35,3% en 47,1% gestegen, echter het budget voor spelerssalarissen is fors gedaald.

Ontwikkeling salariskosten selectie plus Jong FC Groningen (bron: jaarrekeningen FC Groningen):

2008/09	7.699.523
2009/10	7.598.774
2010/11	7.189.713
2011/12	5.986.694
2012/13	6.694.748
2013/14	6.047.554
2014/15	5.698.627
2015/16	5.691.286
2016/17	5.916.058
2017/18	4.905.502

Wat betreft de salariskosten van spelers kunnen we zeggen dat die rechtstreeks gekoppeld zijn aan de kwaliteit en leeftijd van de selectie. We zien hier dan ook een (mogelijk) lineair verband tussen de mindere salariskosten en de afnemende prestaties. Een beleidskeuze die gemaakt is.

Conclusie: De concurrentiepositie op basis van bruto begrotingen van FC Groningen in 2018 is beter dan in 2008. Echter is het fors dalende salarisbudget voor de selecties erg zorgelijk, want daardoor neemt ook de kwaliteit van de selectie af. De noodzaak tot het verkopen van de club is niet aanwezig. Er zal echter veel meer gekeken moeten worden naar waar het geld wordt uitgegeven.

1.3 Toeschouwersaantallen

Wanneer we naar de gemiddelde toeschouwersaantallen kijken van FC Groningen zien we ook hier een dalende trend vanaf het seizoen 2015/16 (seizoen na de bekerwinst). Daarbij dient opgemerkt te worden dat de no-show hierin niet is meegerekend. Werkelijk aantal mensen is lager dan opgegeven.

<i>Seizoen 2011/12:</i>	<i>22.000</i>
<i>Seizoen 2012/13:</i>	<i>20.695</i>
<i>Seizoen 2013/14:</i>	<i>19.897</i>
<i>Seizoen 2014/15:</i>	<i>20.192</i>
<i>Seizoen 2015/16:</i>	<i>20.874</i>
<i>Seizoen 2016/17:</i>	<i>19.535</i>
<i>Seizoen 2017/18:</i>	<i>18.609</i>
<i>Seizoen 2018/17:</i>	<i>17.749 (na 8 thuiswedstrijden)</i>

(bron: jaarrekeningen FC Groningen)

Kijken we naar de clubs die afgelopen drie seizoenen constant in de eredivisie hebben gespeeld zien we het volgende patroon (bron: NOS 24-9-2018).

Gemiddeld aantal toeschouwers per thuiswedstrijd

	2018/19 (NA 6 SPEELRONDEN)	2017/18	2016/17
Ajax	52.518	52.036	49.620
Feyenoord	45.000	45.588	47.500
PSV	33.800	33.289	33.724
sc Heerenveen	17.760	20.341	22.183
FC Utrecht	16.661	18.971	18.276
FC Groningen	16.138	18.613	19.549
Vitesse	15.563	16.112	15.703
AZ	14.454	14.791	14.855
PEC Zwolle	13.527	13.049	12.914
ADO Den Haag	12.481	11.537	11.343
Willem II	11.790	12.421	12.294

	2018/19 (NA 6 SPEELRONDEN)	2017/18	2016/17
Heracles Almelo	10.568	10.580	11.109
Excelsior	4.066	4.160	4.069

Hier valt op dat vooral de subtoppers zoals Heerenveen, FC Utrecht, FC Groningen, Vitesse en in mindere mate AZ en Willem II last hebben van teruglopende toeschouwersaantallen. Precies de groep waarmee FC Groningen vergeleken kan worden. De clubs waarmee FC Groningen volgens de directie de aansluiting mee verliest (Vitesse, AZ en FC Utrecht) kampen ook met teruglopende belangstelling.

Conclusie: Clubs die meer geld hebben zorgen niet voor meer binding met hun publiek.

1.4 Seizoenkaarten

FC Groningen kent een fors dalende trend in de verkoop van seizoenkaarten

Aantal verkochte seizoenkaarten per seizoen (bron jaarrekening 2017/18):

2011/12	16.186
2012/13	14.564
2013/14	12.729
2014/15	12.598
2015/16	14.016
2016/17	12.167
2017/18	10.342

We zien alleen een opleving in het seizoen na de bekerwinst. De seizoenkaart verkoop voor het huidige seizoen 2018/19 kent een dieptepunt van minder dan 10.000 kaarten. Het verlies in seizoenkaarten wordt, zoals eerder gezien, niet gecompenseerd door losse kaartverkoop.

Conclusie: FC Groningen is veel supporters aan het verliezen

1.5 Bedrijfsresultaat en transfers

FC Groningen heeft de afgelopen jaren een fors negatief bedrijfsresultaat op de begroting (m.u.v. het seizoen na de bekerwinst). Zie tabel hieronder (bedragen in miljoenen) (bron: jaarrekeningen FC Groningen)

	<i>Bedrijfsresultaat</i>	<i>Transferresultaat</i>	<i>Netto resultaat</i>
2013/14	-1,3	0,6	-0,6
2014/15	-1,1	2,9	1,4
2015/16	2,5	2,25	3,6
2016/17	-0,5	-1,4	-1,4
2017/18	-1,9	2,7	0,64

Het verwachte begrotingstekort voor seizoen 2018/19 is 3 miljoen. Dit betekent dat de club risico's neemt op vermindering van het eigen vermogen en jaarlijks spelers **moet** verkopen. De onderhandelingspositie bij moeten verkopen is te allen tijde zwakker dan wanneer een club **kan** verkopen. Bovendien wordt de kwaliteit van de selectie door het moeten verkopen in combinatie met het lagere salarisbudget steeds minder. We zien ook dat FC Groningen steeds meer spelers gaat huren.

Conclusie: door het constante negatieve bedrijfsresultaat moet FC Groningen verkopen om te zorgen dat het eigen vermogen niet daalt. Hieraan zit een groot risico en bovendien neemt kwaliteit van de selectie af.

1.6 *Waardering stadionbezoek*

Ieder jaar wordt door de KNVB de waardering van het stadionbezoek door supporters gemeten. Clubs kunnen met elkaar vergeleken worden en binnen clubs kan gezien worden op welke onderdelen de club het beter of slechter heeft gedaan dan voorgaand jaar. Onderdelen zijn bv. veiligheid, prijs, catering etc. Als we na het totale waarderingcijfer van FC Groningen kijken van de laatste jaren, zien we hier een fors dalende trend.

Waardering stadionbezoek FC Groningen in %

2013/14	94%
2014/15	96% (bekerwinst)
2015/16	95%
2016/17	91%
2017/18	88%

(bron: jaarrekening FC Groningen 2017/18)

Conclusie: de steeds minder wordende aantallen supporters in het stadion waarderen hun bezoek ook nog eens steeds lager. Dat zal ongetwijfeld ook met de uitslagen en de daaraan gekoppelde stand op de ranglijst te maken hebben.

1.7 Overige aanleidingen

Hierboven zijn een aantal aanleidingen op basis van harde cijfers gegeven om tot dit adviesrapport te komen. Daarnaast zijn er nog meer redenen om dit rapport op te stellen.

Hans Nijland en Ron Jans hebben aangegeven aan het einde van het seizoen 2018/2019 te vertrekken. Dit is dus HET moment om de club te herstructureren voor de toekomst. Wanneer alleen maar poppetjes vervangen worden zal de club de dalende trend niet snel kunnen keren. Aangezien het proces van het zoeken van opvolgers in januari 2019 begint is het erg belangrijk eerst de gewenste structuur aan te geven. Daar moet vervolgens een directie bij gezocht worden die dit handen en voeten kan geven.

In landen om ons heen zien we een aantal hele goede voorbeelden van clubs die bloeien en gezond blijven (niet altijd een logische combinatie). Kijken we naar **Duitsland** dan zien we een grote bloeiende voetbalbedrijfstad. Basis hiervan is gelegen in de zogenaamde 50+1 regel en de grote inspraak van supporters. Daardoor neemt de supportersbetrokkenheid toe en zitten stadions in Duitsland in alle liga's zo goed als vol. In **Engeland** zie je in het Championship, League 1 en League 2 dat de clubs waar supporters grote inspraak hebben door middel van een trust of zelfs eigenaar zijn van de club, deze clubs op zowel sportief als financieel gebied het beter doen dan clubs met een eigenaar die het alleen voor het zeggen heeft.

Een andere reden om dit rapport ongevraagd te schrijven is dat de supporters niet betrokken worden in het interne onderzoek dat binnen FC Groningen heeft plaats gevonden. Er is nadrukkelijk aangegeven dat wij ook graag met het bureau om tafel wilden aangezien wij ook vaak met de organisatie van de club te maken hebben en daar ook iets van vinden. Helaas is aan dit verzoek geen gehoor gegeven. Terwijl wij dit als een van de belangrijkste stakeholders erg belangrijk vinden.

Conclusie: FC Groningen heeft een herstructurering nodig waarin veel meer (supporters)inspraak plaats vindt om de neerwaartse spiraal om te buigen. Daartoe volgen op alle niveaus (eigendom, RvC, directie en organisatie) in het volgende hoofdstuk aanbevelingen.

2. Aanbevelingen

2.1 Organisatie en pijnpunten

Uit het voorgaande blijkt dat de concurrentiepositie t.o.v. de directe concurrenten niet verslechterd is qua financiën maar dat het geld niet meer gaat naar waar het om draait: voetbal in het stadion.

- de organisatie is “topzwaar” geworden. Op kantoor zijn vele functies toegevoegd en zijn de (salaris)kosten flink omhoog gegaan. Door de grootte van de organisatie, wordt ook de indruk gewekt dat diverse afdelingen langs elkaar werken i.p.v. samen te werken aan een gezamenlijk doel. Zowel binnen als ook buiten de organisatie wordt dit momenteel ervaren.

- Doordat de kosten veelal ook in “kantoorpersoneel” zitten, is er (veel) minder budget voor de spelers van de eerste selectie, waardoor ook direct de kwaliteit van de selectie afneemt. Dit is terug te zien op de ranglijst.

- de afgelopen jaren is er getracht om via de commerciële afdeling meer geld te genereren. Beter zou zijn om eerst te zorgen dat de organisatie weer “strak” wordt, waardoor kosten lager zullen zijn. Dit zal ook direct de druk op zowel de trainer en selectie als ook op de commerciële afdeling doen afnemen. Dit zal een positief effect hebben op de mensen en de kwaliteit van het werk.

- Als de kosten lager zijn, kan er meer geïnvesteerd worden in de kwaliteit van de selectie. Dit zal, normaal gesproken, ook inhouden dat er weer betere resultaten geboekt worden. Betere resultaten zullen ook leiden tot meer inkomsten.

- De focus van de hele organisatie moet op het voetbal komen te liggen.

2.2 Directie en organisatie

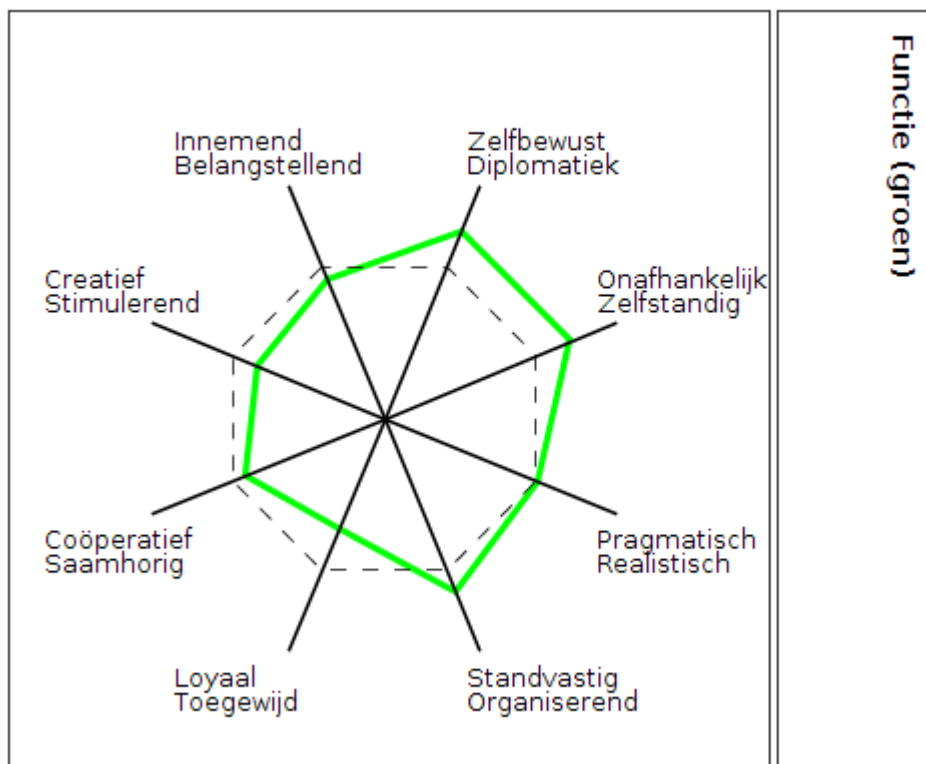
De RvC gaat op zoek naar een nieuwe Algemeen Directeur nu Hans Nijland gaat stoppen. Wat betreft een nieuwe Algemeen directeur zouden we graag een verbinder zien. Iemand die alle geledingen binnen de club dicht bij elkaar brengt, gezien de huidige situatie waarin toeschouwersaantallen teruglopen, de druk op de exploitatie steeds groter wordt en de resultaten tegenvallen. Zoals uit het onderzoek van Hypercube blijkt presteert de club op veel vlakken ondermaats. Juist nu is iemand nodig die alle stakeholders bij elkaar kan brengen. We zouden graag iemand zien met een groen-wit hart. Het is een baan die veel van je vraagt en het helpt dan dat de club je passie is.

Veel processen binnen de club lopen erg traag, dit wordt veroorzaakt doordat op dit moment veel beslissingen via Hans Nijland lopen of moeten lopen. De nieuwe Algemeen Directeur zal iemand moeten zijn die kan delegeren. Daarvoor moet wel de organisatie een andere structuur krijgen. De afgelopen jaren is de nadruk veel op het commerciële vlak komen te liggen met een 2-koppige directie waarbij er een commercieel directeur is en een algemeen directeur met een commerciële inslag. De sport zal veel meer leidend moeten worden.

Daarnaast is in het afgelopen jaar een prachtig Topsport zorgcentrum neergezet. Dit centrum heeft niet alleen een positieve invloed op het sportieve gebeuren, het kan ook een brug zijn naar bedrijven/sponsors. Vanuit de nieuwe organisatie, zal dit ook een duidelijker plek in moeten gaan nemen. Van belang is dan om de stappen in de juiste volgorde te zetten.

1. Hoe zet ik de organisatie neer?
2. Wat voor profielen horen er dan bij de diverse functies?
3. Welke competenties horen er bij de verschillende functies?
4. Welke namen passen bij 2) en 3)?

In dit schrijven zullen we ons vooralsnog beperken tot de organisatie, waarbij we kort hebben aangestipt wat de competenties van de Algemeen Directeur zouden moeten zijn (verbinden, delegeren, vernieuwend, grote lijnen, ondernemer, strategisch). Zie ook bijgevoegd profiel.



Met behulp van gedragsanalyses, kan gekeken worden in hoeverre een kandidaat meer of minder binnen het opgestelde profiel past. Dit geldt uiteraard ook voor andere functies binnen de nieuwe organisatie.

Organisatie optie 1

De sport zal weer meer leidend moeten zijn. Daarnaast zal er meer aandacht moeten zijn voor het financiële gedeelte van de organisatie en dient er iemand verantwoordelijk te zijn voor het TSZC. Gezien de koers van de laatste jaren (Talenten op 1) zou een organisatie er zo uit kunnen zien:

Optie 1: 3-koppige directie (sportgericht)

<u>Algemeen directeur</u>	-	<u>Technisch directeur</u>	-	<u>"Ontwikkel directeur"</u>
- Financieel manager		- 1 ^e selectie		- opleiding (tm 23 of tm 19)
- Commercieel man.		- hoofdtrainers		- hoofd opleiding
- Man. Supporterszaken		- hoofd prof-scouting		- Hoofd talentscouting
- Facility manager				- verantwoordelijk TSZC

Faciliterende cultuur		prestatie cultuur		ontwikkel cultuur
	+	"punten pakken"		"ontwikkelen"
		"mouwen opstropen"		"beter maken"
		"identificeren met publiek"		"klaarstomen tal."
		"expertise presteren"		

Doel: meer sport in de directie. Kantoor is ondersteunend aan voetbal en niet leidend.

In 2017 heeft FC Groningen een nieuw beleidsplan opgesteld, o.a. ook na een beleidsmiddag met supporters. Daar werd trots verteld over het Topsport Zorgcentrum en de topsportmentaliteit die er moest komen. Gerard Kemkers zou daarvoor gaan zorgen, tot onze teleurstelling is deze samenwerking om ogenschijnlijk organisatorische redenen voortijdig beëindigd.

Optie 2: 3-koppige directie (functioneel)

Het kan ook een optie zijn om de organisatie anders neer te zetten. Een en ander heeft ook te maken met de competenties van de nieuw te kiezen Algemeen Directeur. Als deze meer commercieel is, is een financieel directeur wenselijk, als de nieuwe algemeen directeur meer financieel geschoold is, kan je kiezen voor een commercieel directeur. Men dient elkaar aan te vullen.

<u>Algemeen directeur</u>	-	<u>Technisch directeur</u>	-	<u>Fin cq Comm directeur</u>
- Fin cq comm. manager		- 1 ^e selectie		- fin cq comm gehele org.
- Facility manager		- hoofdtrainers		
- Man. Supporterszaken		- hoofd scouting		
		- hoofd opleidingen		
		- TSZC		

De keuze voor een Algemeen Directeur en een Technisch Directeur spreken voor zich. Maar aangezien er een jonge technische staf is en de ervaring van Hennie Spijkerman verdwijnt, pleiten wij voor een sterke Technisch Directeur met veel ervaring en een groot netwerk. Deze kan ook het boegbeeld van de club zijn. Wat betreft de Algemeen Directeur zien wij dan een type dat op de achtergrond met de organisatie bezig gaat. Deze reorganiseren, innoveren en professionaliseren door een grote verbindende rol te spelen tussen alle stakeholders.

Wij kunnen ons goed voorstellen dat, gezien het vertrek van Hans Nijland en Ron Jans, er gekozen wordt om de huidig Commercieel Directeur op zijn plek te laten zitten. Indien hij ook vertrekt valt er wel een heel groot gat in de organisatie. Dit is onwenselijk. Maar de nieuwe directie zal veel aandacht moeten besteden aan de financiën, want het financiële beleid raakt alle geledingen binnen de organisatie. Gelet op het (jaarlijks oplopende) operationele tekort is dit een groot aandachtspunt bij FC Groningen. We vinden daarom dat deze functie van bovengemiddeld belang is en ook cruciaal moet zijn in de organisatie.

Voorts vinden we dat er binnen de club een tak mist die wel een core business van een voetbalclub omvat maar waar geen directe zeggenschap voor bestaat: Supporterszaken. Het is logisch dat er managers/directeuren zijn voor technische zaken, financiën en commerciële zaken maar het is ook noodzakelijk dat er iemand komt voor puur supporterszaken. Dit is in onze ogen essentieel. Wanneer supporterszaken rechtstreeks in het MT worden besproken dan zal bijvoorbeeld een persconferentie met een nieuwe trainer nooit exclusief voor sponsors zijn. Ook kan veel sneller geschakeld worden wanneer er beslissingsbevoegdheid ligt bij een manager supporterszaken.

We zien dat clubs die zich durven open te stellen voor expertise van buiten de voetbalwereld goed presteren (oa. AZ, PSV). Graag zien we dat in een nieuwe organisatiestructuur expliciet rekening wordt gehouden met de inbedding en juiste waardering van een manager topsport.

2.3 Raad van Commissarissen

In de huidige structuur zijn er 5 commissarissen bij de club. Zij stellen aan en ontslaan o.a. de directie en houden toezicht op het gevoerde beleid. Vijf commissarissen is voldoende voor een club als FC Groningen. Wel is hierbij belangrijk dat alle beleidsterreinen vertegenwoordigd zijn binnen de RvC. In onze optiek zijn de volgende expertises belangrijk:

- Lid met voetbaltechnische/topsport achtergrond
- Lid met financiële kennis
- Lid met vastgoed kennis
- Lid met kennis van commerciële kennis
- Lid met kennis op gebied van supporterszaken

Door een meer diverse samenstelling van de RvC, denken wij dat de verschillende ideeën en belangen binnen de club beter behartigd kunnen worden en de lijnen tussen de verschillende geledingen korter en beter zullen worden.

Korte conclusie:

Door een duidelijke structuur met duidelijke, gezamenlijke doelen, zal er een betere verdeling komen qua financiën. Hierdoor zal de kwaliteit op het veld toenemen en zullen alle geledingen binnen de organisatie daar profijt van hebben.

Door meer “topsport” in de hele organisatie, zal de kwaliteit van de gehele organisatie omhoog gaan.

Wij denken als supporters, sponsors en andere betrokkenen niet de wijsheid in pacht te hebben. Wel zijn we overtuigd dat we met elkaar verder komen. Als een team! Dit is dan ook niet een volledig uitgewerkt plan maar een eerste aanzet om te komen tot een gezamenlijk plan.

TEAM: Together Everyone Achieves More!

3. Wat is “Ons FC Groningen”?

Tenslotte willen we nog uitleggen wat “Ons FC Groningen” is. Dit is zoals eerder vermeld een werkgroep die opgericht is n.a.v. de beleidsmiddag over van FC Groningen in maart 2018.

Hierin zijn de alle (!) supportersgeledingen vertegenwoordigd:

- Supportersvereniging FC Groningen
- Rolly Side
- Supporterscollectief FC Groningen
- Ultras Cruoninga
- Z-Side

Hierbij hebben zich een aantal sponsors aangesloten. Een uniek iets in de historie van de club. Nooit eerder werd zo breed en structureel overlegd. Door deze samenwerking is er ook een heel groot draagvlak voor wat in dit rapport is aangegeven.

“Ons FC Groningen” richt zich echter niet alleen op de nabije toekomst met het vormen van een nieuwe structuur en directie voor de club. Ook zijn we ideeën aan het uitwerken hoe de club meer geld kan genereren zonder de zeggenschap te verliezen. En tegelijkertijd de binding met supporters (dus ook sponsors) en de regio verbeteren. Daarover zal later ook een advies volgen.

Daarnaast wil “Ons FC Groningen” de club helpen met allerlei gerichte acties om te zorgen dat het stadion weer voller wordt. Want wij zijn er allemaal van overtuigd dat wanneer club, supporters en sponsors schouder aan schouder gaan staan er op allerlei vlakken heel veel bereikt kan worden.

We hopen dat RvC, directie, Stichting Houdstermaatschappij, de benoemingscommissie en overige belanghebbenden en belangstellenden zien dat dit DE kans is om iedereen binnen de club te verenigen en daarom onze adviezen ter harte neemt. Wij zijn te allen tijde bereid een toelichting te geven en mee te denken.

“Ons FC Groningen”