



Marathon 9e
1213 PE Hilversum

Medio 2011 zijn wij intern gaan praten over PRO SPORT 2.0. Vervolgens hebben wij vastgesteld hoe wij (willen) werken. Omdat die uitgangspunten ook van belang zijn voor (kandidaat) opdrachtgevers en medewerkers, geven wij hier inzicht in de manier van werken bij het Bureau van de Sport.

BIJ PRO SPORT STAAT SPORT CENTRAAL

Toen wij voor deze positionering kozen, kwamen er allerlei vragen op. Wat betekent dat voor ons bureau en voor de mensen die er werken? Als wij zeggen dat sport centraal staat, is dat dan een gratuite mededeling? Of betekent het echt iets? Gaan wij opdrachten benaderen vanuit de sport? Hoe reageren onze klanten hierop? Zullen opdrachtgevers uit het bedrijfsleven begrijpen dat hun belang gediend is met een dergelijke aanpak? Zullen wij de kans krijgen om uit te leggen waarom dit goed is voor alle betrokkenen bij een relatie van sport, media en bedrijfsleven? Zullen opdrachtgevers uit de sportwereld anders reageren dan bedrijven?

Sportorganisaties mogen van ons verwachten dat wij goed zijn in marketing en media, het schrijven van rapporten en strategieën, advies en begeleiding. Maar er is meer.

PRO SPORT ONDERSCHIEDT ZICH DOOR VERKOOPKRACHT

De balans in ons team is behoorlijk veranderd, en de mentaliteit ook. Wij willen meer dan ooit scoren. Verkopen heeft iets weg van aanvallen en wij hebben gekozen voor een aanvallende tactiek.

Er zijn meer parallellen tussen topsport en PRO SPORT. Kunnen wij iets leren van succesvolle topsportteams? Hebben die teams en clubs kenmerken die op ons van toepassing zijn? Om deze vragen te beantwoorden, noemen wij kenmerken die voor sportteams doorslaggevend zijn voor succes:

- Balans tussen aanval en verdediging, tussen vedette en waterdrager
- Goede onderlinge communicatie in het veld, zowel tussen als in de linies
- Discipline, die mede gebaseerd is op respect
- Topsport mentaliteit
- Team spirit
- Een ervaren coach

In een sportteam moeten alle spelers, de coach en staf bijdragen aan het realiseren van sportieve doelstellingen. Spelers die niet presteren, of niet in het team passen worden gewisseld. Dat gebeurt ook als zij overbelast zijn. Of als de tegenstander beter bestreden kan worden door de tactiek aan te passen.

Alles overwegende ligt de conclusie voor de hand.

PRO SPORT IS (VERGELIJKBAAR MET) EEN SPORTTEAM

Ons uitgangspunt (sport staat centraal) heeft o.a. gevolgen voor de mensen die bij ons werken. Wij willen scoren. Wij willen succesvol zijn. Wij hebben de mentaliteit van een topsporter. Spelers van succesvolle teams hebben plezier met elkaar en dat geldt eveneens voor ons. Discipline is een andere peiler van succes. Iedere collega kent haar of zijn taken en verantwoordelijkheden.

Wij werken als een team. Individuele kwaliteiten worden optimaal benut, maar succes is vrijwel altijd een teamprestatie. Net als in topsport wordt individualisme bij ons niet geduld, zelfs niet van een spits die veel scoort.

De coach stuurt aan, corrigeert en helpt mensen optimaal functioneren. De spelers in het veld (en klanten die daar specifiek om vragen) kunnen een beroep doen op zijn ervaring, kennis en creativiteit. De coach staat niet in het veld. Hij is daar ook te oud voor.

NET ALS IN TOPSPORT WILLEN WIJ WINNEN HET RESULTAAT DAARVAN IS WINST

De relatie met de opdrachtgever en doelgerichte samenwerking vormen de basis voor succes. Het is het resultaat van een teamprestatie, waaraan allerlei mensen op hun manier hebben bijgedragen. Winst maken is geen doelstelling maar een gevolg van willen winnen.

Winst is wat ons betreft een begrip dat ook kwalitatief gebruikt moet worden. Als wij voor een goed doel een succesvolle campagne met sport ontwikkelen en realiseren, dan noemen wij dat winst.

De essentie van succesvol kunnen werken bij PRO SPORT is te vangen in een paar onderwerpen, vergelijkbaar met succesvolle sportteams:

- Balans
- Communicatie
- Discipline
- Mentaliteit

Er zijn nog andere parallellen. Succesvolle sportteams ontwikkelen zich voortdurend. Spelers en teams die zich niet ontwikkelen staan stil. Geen team kan zich permitteren stil te staan. Daarom krijgen de spelers die PRO SPORT in het veld brengt de gelegenheid zich verder te ontwikkelen, zowel door middel van interne activiteiten als door het volgen van opleidingen.

Sinds de oprichting in 1982 heeft PRO SPORT gezorgd voor innovaties in sport en sportmarketing. Dat zullen wij blijven doen, o.a. door als individuen en als team te blijven nadenken. Kansen te zoeken. Uitdagingen aan te gaan.

PRO SPORT IS HET AAN ZIJN HISTORIE VERPLICHT (PRO) SPORT TE BLIJVEN ONTWIKKELEN EN VERNIEUWEN

Succesvolle clubs onderscheiden zich door hun opleiding. PRO SPORT wil wat dat betreft het Ajax van de sportmarketing zijn. Wij bieden jonge talenten de kans om in de praktijk kennis te maken met ons vak, waaronder begrepen de organisatie van evenementen.

De talenten die wij uitnodigen voor de interne opleiding bij PRO SPORT zijn ambitieus en ondernemend. Het zijn jonge mensen met uitstekende studieresultaten. Het zijn jonge vrouwen en mannen die in zichzelf willen investeren en die hard willen werken voor een bescheiden vergoeding. Zij realiseren zich dat zij bij ons veel kunnen leren. Zij zijn ervan overtuigd dat zij mede dankzij onze opleiding een betere kans krijgen op een baan in de sportmarketing.

ONZE OPLEIDING HEET ROOKIES@PROSPORT.NL

Voor de Rookies en alle andere in ons team geldt dat een gezonde geest in een gezond lichaam huist. Dat ligt voor de hand bij een club waar sport centraal staat. Je moet natuurlijk fit zijn als je bij PRO SPORT werkt. Immers, als je je lekker voelt, energieker, dan kan je de wereld aan. Dat heeft ook zijn weerslag op het plezier in werken. Meer en betere prestaties zijn daar dan weer een gevolg van.

Ons team bestaat uit individuen met hun eigen aardigheden. Iedereen straalt op haar of zijn eigen wijze het uitgangspunt uit dat sport centraal staat. Dat blijkt uit gedrag en houding, kleding en andere uiterlijke en innerlijke kenmerken. Wij zijn sportief.

PRO SPORT IS MEER DAN SPORT

Sport is volgens sommigen de belangrijkste bijzaak in het leven. Maar er is meer dat aandacht verdient. Professionele sportorganisaties realiseren zich steeds vaker dat zij een onderdeel zijn van de maatschappij. Dat ze een voorbeeldfunctie hebben. Ook in dit traject adviseren en begeleiden wij graag sportorganisaties. Omdat ook wij maatschappelijk verantwoord ondernemen, bieden wij deze werkzaamheden aan tegen een sterk gereduceerde vergoeding. Om die reden werken wij met plezier en tegen een symbolische vergoeding voor goede doelen organisaties.

Deze notitie is leidend voor iedereen die werkt met en bij het Bureau van de Sport. Het is onze Bijbel.

DE BIJBEL VAN PRO SPORT IS NIET ONZE BRON VAN
INSPIRATIE, WANT DIE HALEN WIJ UIT ANDERE BRONNEN
ALS SPORT EN SPORTERS, OPDRACHTEN EN ELKAAR

Deze notitie is geschreven aan de vooravond van 2012. In de zomer van 2012 zal het in Londen weer klinken: "Let the Games begin." Wij voegen daar graag een Nike slogan aan toe: "There's no finish line."

Iedere speler van ons team weet wat haar of zijn taken en verantwoordelijkheden zijn. Wij starten 2012 met de volgende opstelling:

- In de aanval staan v.l.n.r. Paul Meulemans, Sjoerd van Putten, Maarten Borgers, Bas Leenes en Mark Verhoeven
 - deze aanvallers adviseren en begeleiden klanten en verkopen sponsorproposities van de sportwereld en sportmedia
- Op het middenveld staan Ivo Elfrink en Patrick Faber
 - onze middenvelders voeden de aanval, adviseren en begeleiden
- De verdediging bestaat uit Maaïke Fijen, Marlene van Witzenburg en Marieke Habers; vliegende kiek is Frederike Otten
 - zij organiseren activiteiten en onderhouden de relatie met sponsors van evenementen en leveranciers

De staf bestaat uit Nathalie Cohen (administratie), Sonya Timmer en Susanne Nuninga. Op www.prosport.nl/team stellen spelers en staf zich voor.

Hilversum, 22 december 2011

Bert Spaak,

coach van PRO SPORT 2.0.