

“Dit zal blijven duren, bij de spelers, de supporters en de hele wereld. En dat danken we vooral aan Martinez” Vandaag om 16:45 door gfr

Het Nieuwsblad + - 11 Jul. 2018

Verloren of niet, de Rode Duivels hebben op dit WK een bijna onverwoestbaar krediet opgebouwd bij het grote publiek. “En dat is te danken aan het dienend leiderschap van bondscoach Roberto Martinez.

Wat hij gedaan heeft is onvergelijkbaar”, zegt sportpsycholoog en begeleider van de Duivels Jef Brouwers. België heeft met zijn aantrekkelijk voetbal bovendien indruk gemaakt op heel de wereld, en dat is volgens professor marketing Wim Lagae dan weer een fantastisch pluspunt om ons land beter ‘te verkopen’. “Met de aanslagen hebben Brussel en België aardig wat klappen gekregen, de Duivels hebben nu de wereld getoond dat er in dat klein landje toch knappe dingen gebeuren.”

De sfeer onder de supporters is alleszins helemaal anders dan na de exit op het WK in Brazilië of het EK in Frankrijk, toen de Rode Duivels werden gewipt door Argentinië en Wales. “De situatie van vandaag is niet te vergelijken met die van toen. De goodwill onder de supporters heeft voor een groot deel te maken met de aanpak van Roberto Martinez. Een pluim ook voor de voetbalbond want zij heeft met de nieuwe bondscoach eindelijk eens gekozen op basis van capaciteiten en niet op basis van naam”, zegt sportpsycholoog Jef Brouwers.

Volgens Brouwers zijn de verdiensten van Martinez niet te onderschatten. “Hij straalt een positief leiderschap uit, dat zich als een parfum verspreidt in de groep. Hij betreft werkelijk iedereen bij die nationale ploeg. Onder zijn voorganger zaten we toch altijd meer in de conflictsfeer. Toen was er eigenlijk permanent iets aan de hand. Het was allemaal meer afstandelijk en baadde toch meer in een wij tegen zij-sfeer, zeker met de pers. Martinez heeft dat veranderd, en heeft de hele staf van de Duivels aan zijn zijde gekregen. Inclusief de spelers. Ja, dat zijn vedetten, maar de bondscoach heeft van hen ook harde werkers gemaakt.”

Die positieve vibe in de nationale ploeg is volgens Brouwers ook overgeslagen op de supporters en op het Belgische publiek in zijn geheel. “De Belgen zijn zich gaandeweg meer en meer gaan identificeren met het team. Het publiek heeft vastgesteld dat de spelers dit WK bijzonder ernstig namen, hard wilden werken, en dat ze de wil toonden om te winnen. Als er vandaag teleurstelling is, is dat geen teleurstelling in of over de spelers, maar een gedeelde teleurstelling met de spelers. We zijn eigenlijk solidair in het verdriet.”

Martinez mag voor die ommekeer de pluimen op zijn hoed steken, vindt Brouwers. “Dienend leiderschap, noemen we dat. Martinez is een man die nooit een kwaad woord zal zeggen over iemand anders, zelfs niet over de tegenstander. Ik heb hem al diverse keren privé ontmoet, en zelfs dan, in die beslotenheid, kan hij geen kwaad woord over zijn lippen krijgen. Dat is toch wel uitzonderlijk. Zulke leiders krijgen bij de bevolking ook veel krediet, omdat ze vandaag niet anders zien dan negatieve uitspraken en scheldpartijen over en weer. Kijk maar naar de politiek. Onze bondscoach zegt nu al twee jaar hoe geweldig dit team is, en dat hij een duidelijk project heeft. Ik ben niet alleen enthousiast over hem, maar ook over het feit dat hij iedereen in dat positieve traject heeft meegekregen. Van de hele technische staf tot en met de wc-dame in het oefencomplex in Tubeke bij wijze van spreken.”

Brouwers twijfelt er ook niet aan dat het enthousiasme zal blijven duren, zelfs als de Duivels het wat minder zouden doen. “Dit blijft duren zolang de communicatie is wat ze is, en er ook op het veld geen heisa komt onder de spelers. En daar zal geen ruis op komen, want Martinez heeft duidelijk de lead. Zaterdag al zullen we zien dat onze Duivels op het veld komen om te winnen, dat is voor hen helemaal geen overbodige wedstrijd. Deze Duivels willen elke match winnen, zullen de moed nooit laten zakken, en dat ziet het publiek graag.” Brouwers is niet mee naar het WK in Rusland gereisd. Hij werkte wel mee aan de voorbereiding van de Rode Duivels in België, maar gaf dan zijn werk over aan de coach. “Ze hebben geen mental coach nodig, een goede bondscoach is zelf de mental coach.”

Ook op marketingvlak heeft België internationaal bijzonder goed gescoord. Minister van Buitenlandse Zaken Didier Reynders (MR) wil voortaan zelfs spelers mee op handelsmissie nemen. Met Fellaini en Chadli op kop als er naar Marokko wordt getrokken.

België heeft deels zijn beschadigde imago kunnen oppoetsen. De klappen na de aanslagen in Brussel zijn voor een stuk verwerkt. “Voetbal is bovendien een product dat wind in de zeilen heeft. Onze kleine Belgische economie, goed voor elf miljoen inwoners, heeft zich de voorbije weken wereldwijd aan 500 miljoen mensen getoond”, zegt de Leuvense marketingprofessor Wim Laegae. “Ze weten nu waar België ligt, of ze zullen in China en India op zijn minst eens de moeite doen om op de kaart te kijken waar we ons bevinden.”

Dat opent volgens Lagae enorme perspectieven op het vlak van ‘countrymarketing’. ‘China en India bijvoorbeeld willen ook op voetbalvlak immers een enorme sprong voorwaarts maken. Ze zullen nog meer aan België denken om hen daarin te begeleiden. Bovendien, doen wij als land aardig wat handelsmissies. Het lijkt me zeer verstandig om tijdens zo’n missies met een knipoog naar ons uitstekende Belgische voetbalproduct te verwijzen. Ik zou daar een plan voor maken. We zitten nu in de situatie van Oranje in het verleden. Ook zij namen van dat Oranje-succes iets mee op economische terreinen. Sport werkt bovendien verbindend. Noem me een bedrijfsleider die totaal niet geïnteresseerd is in voetbal. Je zal er niet veel vinden. Je hebt dus met die Rode Duivels een enorme hefboom.”

De Belgen hebben volgens Lagae in de rest van de wereld veel sympathie gewonnen met de aard van hun spel. “Ze weten nu wereldwijd dat we met de combinatie van talent en een goede voorbereiding aardig hebben gescoord. Dat is qua marketing niet te onderschatten. Het toont dat wij wel iets kunnen neerzetten. Als in België de kijkcijfers de voorbije dagen de hoogte zijn ingeschoten, kunnen we dat verhaal ook vertellen aan de rest van de wereld. Let op, ik zeg niet dat we morgen massaal gaan investeren in Kroatië als die zondag wereldkampioen worden, maar het succes van onze Rode Duivels is een klein puzzelstukje in het volledige verkoopverhaal van het land. De concurrentie onder de landen is wat dat betreft veel groter dan vroeger, maar scoren met sport is qua countrymarketing toch enorm belangrijk. Vrije tijd en sport staan economisch en publicitair gezien veel hoger op de ladder dan bij ons vorige succes, 32 jaar geleden in Mexico. En het zal nog groeien. De knipoog die we nu wereldwijd via onze Rode Duivels uitdelen, is onbetaalbaar.”

