



14 FC UTRECHT WIL MAATSCHAPPELIJKE IMPACT VERDER VERGROTEN

RECHT UIT HET HART

Niet alleen sportief, ook maatschappelijk wil FC Utrecht het verschil maken. Partners spelen daarbij een belangrijke rol. Om maximaal resultaat te halen uit de gezamenlijke inspanningen kiest FC Utrecht Maatschappelijk voor drie speerpunten: ouderen, jeugd en de eigen supporters.

Maatschappelijke betrokkenheid zit in het DNA van FC Utrecht. "Het is onze tweede pijler naast het voetbal," zegt Nynke Bakker, manager FC Utrecht Maatschappelijk. De aantrekkingskracht van de club is groot. "De emotie die FC Utrecht losmaakt, brengt mensen en initiatieven in beweging. Zo kan de club op maatschappelijk gebied veel bereiken. Sponsors en andere stakeholders verwachten zo'n rol ook van ons. Die vult de club in stad en regio met volle overtuiging in. Het komt recht uit ons hart."

NIET ALLEEN

Bij de maatschappelijke inspanningen spelen partners een cruciale rol. "Wij willen en kunnen het niet alleen doen," stelt Sanne Pater. Als accountmanager is zij bij

FC Utrecht Maatschappelijk verantwoordelijk voor het onderhouden en uitbouwen van het partnernetwerk. "Tal van organisaties en bedrijven helpen ons om de maatschappelijke impact te vergroten. Bijvoorbeeld met de Provincie Lounge die bij de start van dit seizoen officieel werd gelanceerd." Samen met een aantal bedrijven creëert FC Utrecht met deze skybox een locatie waar relevante maatschappelijke thema's aandacht krijgen (zie kader).

FOCUS NOODZAKELIJK

FC Utrecht Maatschappelijk heeft drie speerpunten: jeugd, ouderen en de eigen supporters. Bakker: "We krijgen enorm veel aanvragen. Het liefst honoreren we alles maar dat gaat simpelweg niet. Om onze inspanningen gericht in de zetten, is focus noodzakelijk. Natuurlijk kijken we of de thema's blijven aansluiten bij actuele ontwikkelingen."

Ook tijdens wedstrijddagen laat de club haar maatschappelijke gezicht zien. "FC Utrecht moet voor iedereen toegankelijk zijn. Daarom hebben we onder meer een blindentribune en een tribune voor rolstoelers. In de Charity Box kunnen bijvoorbeeld ernstig

MAATSCHAPPELIJKE SKYBOX

In de Provincie Lounge van FC Utrecht draait het bijna elke thuiswedstrijd om een actueel maatschappelijk thema. Vaste partners a.s.r., BAM Bouw & Techniek, Bis Econocom, Dietz Strategie & Communicatie en Douwe Egberts treffen dan organisaties die raakvlakken hebben met het onderwerp. "Ook vertegenwoordigers van gemeenten in de regio haken aan, net als leden van onze maatschappelijke adviesraad," aldus Pater. Aan bod kwamen onderwerpen als ouderen en eenzaamheid, wijken in beweging en de uitvaart van de toekomst. "Elke sessie is er een gastspreker; er ontstaat discussie en interactie. De impact van zo'n bijeenkomst gaat dan ook veel verder dan de wedstrijd dag alleen. Er worden verbindingen gelegd die op lange termijn van waarde zijn." Dat de maatschappelijke skybox een schot in de roos is, blijkt uit het gemiddelde waarderingscijfer van 8,4. Bakker: "Een prima score, maar we blijven verbeteren en vernieuwen."

"ALS MAATSCHAPPELIJK PARTNER VAN FC UTRECHT ZIJN WIJ BLIJ MET DE TOTSTANDKOMING VAN DE FINANCIËLE LESMODULE FC UTRECHT LEERT. HIERMEE KUNNEN WE SAMEN NOG MEER KINDEREN EEN GOEDE BASIS GEVEN OM LATER FINANCIËEL ZELFREDZAAM TE ZIJN."

Marijke Troost,
hoofd a.s.r. foundation.

Willibrord van Beek, voormalig commissaris van de Koning en Frans van Seumeren bij de opening van de Provincie Lounge.

zieke supporters samen met familie of vrienden een wedstrijd bijwonen. Vaak is het de laatste keer dat zij een bezoek brengen aan Stadion Galgenwaard."

KRACHTIGE ROLMODELLEN

Samen met a.s.r., Zorg voor de Zaak en Norton ontwikkelde de club FC Utrecht Leert, een lespakket voor basisscholen in de provincie. "Deze richten zich op een gezonde leefstijl, financiële zelfredzaamheid en online veiligheid. Belangrijke thema's die op een toegankelijke, aansprekende manier worden gebracht." FC Utrecht-spelers fungeren hierbij als krachtig rolmodel. "Vaak horen we van docenten: als ik iets vertel, komt het niet aan. Maar als een van jullie spelers het zegt, nemen jongeren de boodschap direct serieus."

OLD STARS

Ook bij de oudere doelgroep zijn rolmodellen belangrijk. "Al jaren treffen ruim dertig 65-plussers elkaar elke woensdag op Zoudenbalch, het trainingscentrum van de club," zegt Pater. "Onder begeleiding spelen deze OldStars dan walking football. Naast het sportieve aspect is het vooral ook een sociaal moment waarop leeftijdsgenoten elkaar ontmoeten." Regelmatig brengt een aantal OldStars aansluitend een bezoek aan Dagbestedingscentrum Oost. "Ze maken een praatje met bewoners, halen samen herinneringen over vroeger op. Dat wordt zeer gewaardeerd."

De OldStars helpen FC Utrecht ook bij het promoten van walking football onder regionale amateurclubs. "Het is een mooie manier om beweging te stimuleren en zorgt tegelijkertijd voor sociale interactie tussen de ouderen. Gelukkig doen steeds meer amateurclubs mee."

POLONAISE

Al is het nog maar twee keer georganiseerd, het kerstdiner voor ouderen is niet meer weg te denken bij de maatschappelijke initiatieven van de club. Bakker: "Spelers bedienen de gasten en schuiven mee aan. De ouderen vinden het geweldig, gaan

met ze op de foto en lopen samen de polonaise." Niet alleen ouderen, ook spelers genieten tijdens zo'n event. "Na de zomer kreeg ik van de teamleider namens hen al de vraag of het kerstdiner ook dit seizoen weer op het programma stond. Mooi om te zien dat het zo leeft onder de spelers. Ook de partners die dit diner mogelijk maken, genieten volop mee."

KLEINE STAP

FC Utrecht Maatschappelijk wil de zichtbaarheid van haar activiteiten verder vergroten. "Nog te vaak horen wij: ik wist niet dat jullie dit allemaal doen. Onbekend maakt onbemind. Hoe meer partijen kennis nemen van onze maatschappelijke initiatieven, hoe groter de impact kan zijn. Het zorgt ervoor dat nog meer partijen enthousiast worden en aanhaken bij onze projecten en initiatieven." Dat geldt zeker voor de leden van FC Utrecht Business, benadrukt Pater. "Zij zijn immers al betrokken bij de club. De stap om zich samen met ons ook maatschappelijk in te zetten is klein."

SKYBOX IN HET WKZ

Dat kan bijvoorbeeld bij een actueel project in het Wilhelmina Kinderziekenhuis (WKZ). "Elk jaar staat FC Utrecht daar een week lang centraal met spelersbezoeken, sportieve activiteiten en theater," zegt Bakker. Al brainstormend ontstond de wens om blijvend van betekenis te kunnen zijn voor de kinderen in het ziekenhuis. "Daarom wordt nu druk gewerkt aan onze 32e skybox; niet in het stadion maar in het WKZ. Een ruimte die de sfeer van de club ademt. Kinderen maar ook hun ouders kunnen zich hier terugtrekken en in een andere wereld de ziekte even vergeten." Opening van deze bijzondere plek is voorzien bij de start van het nieuwe seizoen. Pater: "Samen met een aantal partijen uit ons netwerk zorgen we voor de invulling en funding. Zo wordt een shirt van de wedstrijd tegen Vitesse op zondag 14 april geveild; de opbrengst komt ten goede aan de nieuw te realiseren WKZ-skybox. We hopen dat nog veel meer regionale bedrijven dit geweldige initiatief omarmen."

