

FC Utrecht Business spil in zakelijk Midden-Nederland

Proactieve rol in resultaatgericht netwerk

Ondernemers zoeken naar manieren om met elkaar in contact te komen. 'Zeker in de huidige economische situatie is het belangrijk om nieuwe zakelijke verbindingen te leggen,' weet Arnaud Miltenburg, head of sales van FC Utrecht Business. 'Wij spelen daarop in door netwerken te faciliteren. Met voetbal en de club beschikken wij over een uniek, onderscheidend kenmerk. FC Utrecht Business draait echter om veel meer dan alleen de wedstrijden in de Galgenwaard.'

Op maat bedienen

Bij FC Utrecht Business is iedereen lid van hetzelfde netwerk. 'Afhankelijk van het gekozen segment variëren de plek op de tribune en de hospitalityfaciliteiten,' verduidelijkt Miltenburg. 'Hierdoor kunnen wij ondernemers op maat bedienen: van zzp'ers en mkb tot multinationals die hun gasten ontvangen in de luxe, besloten omgeving van een skybox.' Deze worden bezet door individuele bedrijven maar er zijn ook thematische boxen. 'Hier treffen vertegenwoordigers van branches als vastgoed, horeca, bouw en offshore elkaar.' Deze laatste themabox is opvallend in een stad zonder haven, midden in het land. 'Het geeft aan dat de businessclub een brede aantrekkingskracht heeft.'

Netwerken faciliteren

Nog altijd is voetbal de belangrijkste aanleiding voor leden van FC Utrecht Business Club om elkaar te treffen. Miltenburg: 'Minimaal twintig keer per jaar kunnen zij tijdens thuiswedstrijden gasten uitnodigen voor een aangename middag of avond. Daarnaast organiseren wij regelmatig netwerkbijeenkomsten buiten de wedstrijden om, waarbij we een proactieve rol innemen bij het faciliteren van netwerken. Recent voorbeeld is een event in CitySense waar internetondernemer Ben Woldring en Swansea City-eigenaar John van Zweden hun opmerkelijke verhalen deelden met onze leden.'

FC Utrecht opent deuren

Veel ondernemers die investeren in een zakelijk netwerk verwachten meer dan alleen interessante bijeenkomsten. 'Daarom helpen wij bij het realiseren van business. Bijvoorbeeld door leden direct met elkaar in contact te brengen. Als iemand op de gastenlijst een ondernemer ziet die hij graag wil ontmoeten, spelen wij deze vraag door. Dan blijkt dat FC Utrecht deuren opent; vrijwel iedereen staat open voor zo'n zakelijk contact. Hierdoor levert het netwerk concrete leads op.' En dat zorgt voor return on investment. 'Actieve ondernemers kunnen het lidmaatschap zonder meer terugverdienen.'

Steven Furnee en Tim Hardeveld toosten met Frans van Seumeren op het succes van de Young Business Club



Anderhalf jaar geleden zette FC Utrecht Business een nieuwe koers in. Uit een netwerk waarbij voetbal centraal staat, ontwikkelde zich een brede businessclub die ondernemers aantrekt uit een steeds groter deel van Nederland. 'Voetbal is het bindmiddel, maar FC Utrecht Business is meer dan dat. Wij verkopen geen stoelen maar faciliteren ontmoetingen. En gaan zelfs nog een stap verder door te zorgen dat leden ook echt zaken met elkaar kunnen doen.'

WIE DE JEUGD HEEFT...

De jonge ondernemers Steven Furnee en Tim Hardeveld, allebei actief met meerdere bedrijven, leerden elkaar kennen bij FC Utrecht. 'Wij signaleerden een behoefte bij andere jonge ondernemers en professionals om met elkaar in contact te komen,' vertelt laatstgenoemde. 'Daarom zijn we met de club in gesprek gegaan.' Dit resulteerde in oprichting van de FC Utrecht Young Business Club met een eigen skybox. Mede mogelijk gemaakt door FC Utrecht en op 19 oktober officieel geopend door Frans van Seumeren, voorafgaand aan de wedstrijd tegen NAC. 'Het is een plek en een netwerk waar ondernemers en professionals tussen de 25 en 35 jaar elkaar treffen. Om ervaringen uit te wisselen, elkaar te helpen en onderling zaken te doen.' Furnee en Hardeveld treden op als gastheer. 'We zorgen er onder meer voor dat nieuwe leden en introducees zich welkom voelen en snel worden opgenomen in het

netwerk.' Voor alle duidelijkheid: beide initiatiefnemers hebben geen zakelijk belang bij de Young Business Club. 'Het gaat ons erom, de club te ondersteunen en jonge mensen een platform te bieden.' Het animo blijkt groot. 'Al 25 van de 32 stoelen zijn bezet en voor het eind van het jaar hopen we uitverkocht te zijn. Daarbij wel een oproep: er is al een aantal dames lid maar meer vrouwen zijn zeker welkom.' Ambitie is verder, verbindingen te leggen met andere leden van de businessclub. 'Zo kan bijvoorbeeld samenwerking met een bank voor beide partijen interessant zijn.' Leden van de Young Business Club kijken over de grenzen van de eigen club. 'Tijdens FC Utrecht-NAC waren jonge ondernemers uit Breda bij ons te gast en binnenkort brengen wij een bezoek aan gelijkgestemde leden van de AZ-businessclub. Hierdoor krijgt ons netwerk een extra, ook zakelijk interessante dimensie.'

Belangrijk is wel dat zij zelf ook initiatief nemen. Bijvoorbeeld door te kijken of de gastenlijst interessante potentiële partners bevat. Want zoals bij elk netwerk krijg je ook hier terug wat je erin stopt.'

Blijven verbeteren

In de traditionele voetbalwereld maakt FC Utrecht Business naam met vernieuwende concepten. 'De thematische skyboxes zijn een goed voorbeeld,' zegt Miltenburg. 'Net als de Players Lounge, een ruimte waar mensen na de wedstrijd in een relaxte sfeer terecht kunnen voor een drankje.' Niet alle ideeën blijken een schot in de roos. 'En niet alles wat nu succesvol is, zal dat over twee jaar nog steeds zijn. We zoeken daarom continu naar manieren om de toegevoegde waarde voor onze leden te vergroten. Regelmatig worden hun ervaringen en wensen onderzocht. Deze input gebruiken we om ons te blijven verbeteren.'

100 Chinese bedrijven

Nieuwe opmerkelijke initiatieven zijn de Young Business Club die op 19 oktober formeel van start ging (zie kader). 'Ook wordt gewerkt aan de opzet van een China executive lounge,' vertelt Miltenburg. 'Bij de wedstrijd tegen Heerenveen vindt een kick-off plaats met 100 Chinese bedrijven.' Miltenburg wijst graag op de exposure die organisaties via FC Utrecht kunnen realiseren. 'Door

onze enorme mediawaarde leveren investeringen veel rendement op.' Ook het stadion biedt tal van mogelijkheden. 'Het is een perfecte locatie voor feesten, congressen en clinics. En als leden hun skybox ook door de week gebruiken, wordt kantoor- en vergaderruimte elders overbodig.'

Partnerships

Organisaties van naam als HTC en Van Gils sloten zich recent aan bij FC Utrecht Business. Miltenburg: 'Het gaat om echte partnerships waarbij de identiteit van het bedrijf, de club en het netwerk elkaar versterken.' Bestaande leden blijken uitstekende ambassadeurs en zorgen regelmatig voor leads. 'Zij kennen de kracht van onze businessclub en kunnen die als geen ander uitdragen. Bij wedstrijden en tijdens bijeenkomsten zie ik steeds meer nieuwe gezichten. Dat aantal zal nog fors groeien, als het aan ons ligt. Kwamen leden vroeger veelal uit Utrecht en de directe omgeving, de businessclub heeft in toenemende mate een bovenregionale en zelfs landelijke functie. Ook voor bedrijven uit Veenendaal, Tiel of Zaltbommel zijn wij interessant. Wij nodigen ondernemers daarom van harte uit om kennis te komen maken. FC Utrecht Business biedt een netwerk waar nieuwe leden zich snel thuis voelen. Gastvrij, laagdrempelig en vooral: resultaatgericht.' ■