

Het sportieve aspect is onlosmakelijk verbonden met de maatschappelijke activiteiten van FC Utrecht. 'Onze rol in de samenleving maakt de club tot wat hij is.' Om de impact op de omgeving verder te vergroten, zijn twee speerpunten geformuleerd: het bevorderen van een gezonde levensstijl bij de jeugd en eenzaamheid onder oudere mensen terugdringen. Door daar vol op in te zetten, wil de club verschil maken.



FC Utrecht focust bij maatschappelijke inspanningen

Met het hart en met het hoofd

"De maatschappelijke rol is onderdeel van het DNA van FC Utrecht," zegt Head of Sales Arnaud Miltenburg. "Dat uit zich onder meer in voorzieningen als de Charity Box waar ernstig zieke mensen een wedstrijd kunnen bijwonen. Ook zijn er een blindentribune en een tribune voor rolstoelers. Onder meer door coachingworkshops voor amateurclubs in de provincie dragen we ook een steentje bij aan de sportieve ontwikkeling."

Hechte band

De maatschappelijke impact van FC Utrecht komt eveneens tot uitdrukking in de onderlinge verbondenheid tussen supporters. 'Zij hebben een hechte band met de club en daardoor met elkaar. Veelzeggend voorbeeld: een supporter kon door zwaarlijvigheid niet meer uit bed komen en leefde in een vervuild huis. Na een melding hierover door de wijkagent

trommelde Supporters Coördinator Robert Junier tien supporters op die de hele woning hebben opgeknapt. Het bedrijf van een businessclublid heeft het huis ongediertevrij gemaakt." Zo'n spontane actie ontstaat omdat de club verbindt. "Supporters willen dat het iedereen die om FC Utrecht geeft, goed gaat."

Dwarsverbanden

Het voorbeeld maakt duidelijk hoe betrokken mensen zijn bij de club. 'Dat koesteren we en is wederzijds; daarom willen we wat teruggeven aan onze omgeving,' zegt Niek Amelink, Maatschappelijk Coördinator van FC Utrecht. Eerder waren de maatschappelijke activiteiten ondergebracht in een afzonderlijke stichting FC4U. 'Nu zijn die volledig geïntegreerd in de organisatie. De maatschappelijke inspanningen zijn onderdeel van de meerjarenstrategie van de club. Daarbij werken we nauw

samen met de collega's van supporterszaken. Als het gaat om maatschappelijke activiteiten zijn er immers veel dwarsverbanden."

Onzichtbaar probleem

FC Utrecht legt bij haar maatschappelijke inspanningen sinds kort de nadruk op twee thema's. "Eén daarvan is het bevorderen van een gezonde leefstijl bij kinderen, zowel fysiek als mentaal. Denk aan zaken als obesitas en pesten. Tweede onderwerp is het terugdringen van eenzaamheid onder ouderen. In deze regio zijn maar liefst 100.000 oudere mensen eenzaam. Een voor velen onzichtbaar probleem. In en buiten het stadion gaan wij hier aandacht voor vragen."

Ambassadeurs

Gericht op de twee speerpunten staat een aantal activiteiten op stapel. 'Volgend jaar

start een traject op basisscholen waarbij we in combinatie met schoolvoetbal het belang van een gezonde levensstijl benadrukken. Met een tiental gemeenten lopen hierover gesprekken.' Bedoeling is dat een aantal keer per jaar acties plaatsvinden die gericht zijn op jongeren. Miltenburg: 'Dan wordt hier niet getraind en sluiten de kantoren. In plaats daarvan gaan spelers en medewerkers de provincie in. Daarbij zoeken we aansluiting met hun woonplaats zodat ze echt als ambassadeurs worden gezien. De exacte invulling wordt nader bepaald, in overleg met scholen en gemeentes. De komende jaren willen we via 500 basisscholen kinderen in de hele provincie bereiken.'

Krachtig rolmodel

Bij campagnes gericht op jongeren beschikt FC Utrecht over een sterke troef. "De impact van spelers als rolmodel is enorm," weet Amelink. "Dat bleek eens te meer op een basisschool waar in de ene klas de leraar vertelde hoe belangrijk het is om voldoende water te drinken. In een andere klas brachten twee FC Utrecht-spelers diezelfde boodschap over. Die kwam veel sterker aan. Ruim zestig procent van de kinderen uit deze klas ging structureel meer water drinken."

Drempels wegnemen

Tweede speerpunt bij de maatschappelijke activiteiten van FC Utrecht is eenzaamheid onder ouderen. "Bezoek aan een wedstrijd is een mooie manier om dit te doorbreken, anderen te ontmoeten en er even helemaal uit te zijn. Mogelijke drempels voor een stadionbezoek nemen wij weg. Mensen

STOPPEN MET ROKEN

Roken past in geen geval in een gezonde levensstijl. 'In het kader van Stopober hebben wij samen met hoofdsponsor Zorg van de Zaak supporters uitgedaagd om 28 dagen lang sigaretten of ander rookwaar te laten liggen,' zegt Miltenburg. 'Het FC Utrecht Stopteam met oud-voetballers, medewerkers en supporters gaf het goede voorbeeld.' Wanneer het niet lukt om te stoppen, start een programma van Zorg van de Zaak. 'Aan de hand van een persoonlijk plan en met behulp van speciaal opgeleide bedrijfsartsen is het doel van de deelnemers dat zij op 1 september 2016 duurzaam zijn gestopt.' Ook bedrijven kunnen met hun personeel deelnemen. Meer informatie via www.zorgvandezaak.nl/stoppenmetroken.

worden gehaald en gebracht. In een speciaal ouderenvak voelen zij zich veilig en op hun gemak." Voor ouderen waarbij de gezondheid stadionbezoek niet toelaat, wordt gezocht naar een alternatief. "Bekeken wordt of we samen met connectiviteitspartner Tele2 en FOX Sports de wedstrijden live kunnen laten zien in een aantal verzorgingstehuizen.' Ook nog actieve ouderen verliest de club niet uit het oog. 'Wekelijks trainen 30 OldStars op sportcomplex Zoudenbalch *walking football*. Een voetbalvariant waar alleen gelopen mag worden. Het gezellig samenzijn in combinatie met bewegen zijn de belangrijkste doelstellingen. Een aantal van deze ouderen mocht onlangs een voorwedstrijd spelen bij een duel van de FC in de Galgenwaard. Een onvergetelijke ervaring."

Versterkende partners

De focus op twee maatschappelijke onderwerpen is een wezenlijk verschil met vroeger. "We hadden de neiging om tegen heel veel initiatieven 'ja' te zeggen waardoor de aandacht versnipperde,' aldus Miltenburg.

"Daarom is nu gekozen voor twee thema's waar we vol voor gaan. Consequentie is wel dat verzoeken die daar niet bij passen worden afgewezen."

Bij haar maatschappelijke inspanningen zoekt FC Utrecht naar versterkende partners. "Onze kracht is de emotie, het bereik van de club met de spelers en het stadion als belangrijke dragers. Maar we zijn geen evenementenorganisator of trainingsbureau. Daarom gaan wij bij maatschappelijke initiatieven graag samenwerking aan met andere partijen. Door krachten te bundelen, wordt nog meer resultaat bereikt."

Naadloos

De maatschappelijke activiteiten van FC Utrecht raken ook haar sponsors en andere stakeholders. "Terecht verwachten steeds meer organisaties dat wij als BVO op een betrokken en professionele manier invulling geven aan onze maatschappelijke rol – met het hart én met het hoofd. Onze nieuwe strategie sluit daar naadloos op aan." ■

