

FC Utrecht Business faciliteert ontmoetingen

Voetbal als bindmiddel

De businessclub van FC Utrecht faciliteert ontmoetingen tussen een groot aantal organisaties, van zzp'ers en mkb tot multinationals. Voetbal is hierbij het bindmiddel, de bijbehorende emotie een onderscheidend kenmerk. Drie leden geven inzicht in de kracht van het bijzondere netwerk.

'Ons bedrijf was jarenlang lid van de businessclub,' zegt Brenda de Kroon, salesmanager van De Kroon Facilitaire Diensten. 'Na een korte pauze hebben we ons vorig seizoen opnieuw aangesloten, nu met twee business-seats. Voor gasten bestellen we extra stoelen.'

Brenda de Kroon is een echte voetbalfan. 'In het stadion beleef je een wedstrijd compleet anders dan thuis op de bank. De spanning, maar ook de onderlinge verbondenheid zorgen ervoor dat ik telkens met veel plezier naar de businessclub ga. Hier kan ik iets waar ik enthousiast over ben combineren met het leggen van zakelijke contacten. Als lid introduceer je bijvoorbeeld over en weer elkaars relaties; zo bouw je je netwerk verder uit.' Dat levert ook concrete opdrachten op. 'In ons geval bijvoorbeeld voor groenonderhoud en zonwering, eveneens activiteiten van De Kroon.'

Van Bunnikside naar business

Annemarie Kaemingk heeft voor het tweede seizoen logeplaatsen bij FC Utrecht. 'De club zit in mijn hart. Vroeger was ik altijd op de Bunnikside te vinden. Toen



ik op een zakelijke manier bij FC Utrecht betrokken raakte, werden we lid van de businessclub.' Dat bevalt uitstekend. 'Vooraf gezellig een hapje eten, dan lekker voetbal kijken. Vaak blijven we na afloop nog even hangen. Het is een echt familie-uitje; ook onze kinderen gaan regelmatig mee.' De leden van de businessclub hebben uiteraard veelal een zakelijke achtergrond. 'Maar ook als privépersonen voelen wij ons prima thuis. Wat iedereen bindt, is de club. Wel is het jammer dat op de business-tribune minder gezongen wordt dan op de Bunnikside,' lacht Kaemingk. FC Utrecht is volgens haar op de goede weg. 'Zakelijk, maar ook qua spelopvatting. Het voetbal is dit seizoen een stuk attractiever. Dat merk je aan de sfeer in het stadion.'

Maatschappelijke verantwoordelijkheid

Edwin Meerbeek vertegenwoordigt Ascom Nederland in de Offshore Business Lounge, een van de succesvolle thematische skyboxen van FC Utrecht. 'Ascom levert

communicatie- en veiligheidsmiddelen voor zorg, gevangeniswezen en zware industrie. Wij willen onze activiteiten in de offshore meer bekendheid geven. Vandaar het lidmaatschap van deze lounge.' Om het zakelijke netwerk van FC Utrecht maximaal te benutten, is continuïteit een vereiste. 'Door elke thuiswedstrijd aanwezig te zijn, bouw je een band op met de andere leden. Dat is een voorwaarde om zaken te kunnen doen.'

Meerbeek is namens Ascom al acht jaar lid van businessclub. 'In die tijd is de organisatie sterk geprofessionaliseerd. Een goede ontwikkeling, en een voorwaarde om grote organisaties bij de club te betrekken.' Hier zouden er zich nog meer van aan FC Utrecht moeten verbinden, vindt Meerbeek. 'Grote bedrijven en (semi-)overheidsorganisaties hebben ook een maatschappelijke verantwoordelijkheid. Door FC Utrecht te ondersteunen, geven zij hier invulling aan. De club biedt immers vertier aan tienduizenden mensen uit de regio. Niet alleen in het stadion, ook daarbuiten.' ■