

Commercialisering van MVO

Foundation Excelsior4all



Project	Excelsior4all				
Vakgebied	Commercialisering MVO	Club:	S.B.V. Excelsior	Door:	Niels Redert (Directeur Excelsior4all) en Sebastiaan Ferman & Martijn van der Lee (Clubadviseur KNVB Expertise)

Op het kenniscongres in 2014 werd al gesproken over de steeds belangrijker wordende rol voor betaald voetbalclubs ten aanzien van maatschappelijk verantwoord ondernemen (MVO) in relatie tot sponsoring. Tegenwoordig is dat niet anders en is het maatschappelijke beleid van BVO's niet meer weg te denken binnen de bedrijfsvoering. In veel partnerships tussen bedrijven en BVO's zijn naast een commerciële vaak ook een maatschappelijke component opgenomen. KNVB Expertise heeft in de community Commercie dit jaar als derde thema gekozen voor commercialisering op het gebied van MVO. Twee thema's die steeds vaker met elkaar verbonden zijn. Een mooi voorbeeld is de werkwijze van Excelsior4all, die laat zien dat de maatschappelijke en commerciële kant van de club elkaar echt kunnen versterken.

Niels Redert, directeur van stichting Excelsior4all die in 2012 is opgericht, is vanaf het begin betrokken geweest bij de maatschappelijke stichting van de Rotterdamse club. De foundation voert op een heel transparante manier het MVO beleid van Excelsior en probeert met het imago, merknaam en kernwaarden van de club, kwetsbare Rotterdammers te helpen bij het ontwikkelen van een positieve toekomst.

'Nu 8 jaar later heeft de foundation 12 fte, die zich allemaal richten op specifieke doelgroepen.'

Niels Redert – Excelsior4all

Excelsior4all begon heel erg klein met een aantal deelgemeenten en bedrijven die een gezamenlijk budget hadden van € 60.000. Nu 8 jaar later heeft de foundation een team van 12 fte, die zich allemaal richten op specifieke doelgroepen. Dat doen ze vanuit 5 pijlers die ze hebben ontwikkeld en waar hun missie, visie en

doelstellingen op zijn afgestemd. De pijlers houden in: 1) het verbeteren van sportparticipatie in Rotterdam in achterstandwijken, 2) het aanbieden van educatie aan o.a. kwetsbare kinderen met een achterstand, 3) re-integratie programma's voor werkloze Rotterdammers, 4) aandacht voor de gezondheid en vitaliteit van ouderen en tot slot 5) de leefbaarheid (burgerschapsvaardigheden) verbeteren in de wijken.

Excelsior4all is financieel gescheiden van de club en houdt zich bezig met maatschappelijke partnerships met bedrijven, fondsenwerving en subsidieaanvragen bij de gemeente. Daarnaast probeert de foundation relaties op te bouwen met de doelgroepen die vallen binnen de verschillende pijlers. De foundation maakt bijvoorbeeld op het gebied van re-integratiebeleid een koppeling met het bedrijfsleven omdat sommige bedrijven een SROI verplichting hebben. (Social Return of Investment). Bedrijven moeten vanuit de SROI

Excelsior4all is financieel gescheiden van de club en houdt zich bezig met maatschappelijke partnerships met bedrijven, fondsenwerving en subsidieaanvragen bij de gemeente.

verplicht o.a. mensen vanuit achterstandssituaties aannemen en kunnen dat in samenwerking met Excelsior4all doen. Vanuit de re-integratie programma's van de foundation werven we potentiële kandidaten. Voor de ondersteuning van de bedrijven binnen dit proces ontvangt de foundation een vergoeding gevormd in een maatschappelijk partnership, het liefst een duurzame relatie.

Redert zegt: "De afgelopen 4 jaar is het erg hard gegaan, we halen nu meer dan een miljoen euro op aan financiële middelen. Daar komen ook nog de middelen bij die gefinancierd worden door onze partners. Sommige bedrijven geven geen geld maar verzorgen de volledige ict omgeving

ons leercentra. Een andere partij betaalt de laptops voor de foundation en daarnaast investeren sommige partners met hun kennis en expertise. Als je dat allemaal doorberekend ga je als snel naar de 1,3 miljoen aan opbrengsten". De foundation probeert de juiste balans te houden in de inkomstenstroom. Ze willen dus niet voor 50% van de inkomsten afhankelijk zijn van de overheid. De visie van de stichting is het zoeken van de juiste balans tussen de inkomsten van de gemeente, fondsen, commerciële partijen en de foundation zelf.

"Als een bedrijf met ons wil samenwerken moet dat wel een duurzame overeenkomst zijn. De meeste bedrijven gaan een verbintenis aan van tenminste twee jaar. Dit maakt het voor de foundation gemakkelijker om hun beleid uit te zetten.", aldus de directeur.

"Een goede samenwerking tussen de marketing en commerciële afdeling van de club en de foundation is erg belangrijk. Vanuit de foundation heb ik elke week contact met de commercieel directeur van Excelsior en zit de Algemeen directeur van de club in het bestuur van de stichting." Hiermee is een goede waardevolle samenwerking gewaarborgd. Het maatschappelijke verhaal is ook echt een meerwaarde voor het vinden van bedrijven voor een partnerships. Als bedrijven alleen twee stoelen of LED boarding hebben en moeten bezuinigen of niet tevreden zijn over het voetbal, dan is het makkelijker om op te zeggen. Echter, als een partner verbonden is aan het maatschappelijke verhaal van de club dan blijft de partner vaak langer en meer betrokken. De reden hiervoor is dat een partner weet dat het geld goed terecht komt. Redert geeft aan dat het belangrijk is om een goede balans te vinden tussen de bijdrage aan de club en de foundation. Redert: "Wanneer we een partnership aan gaan hebben we altijd overleg met de club. Het kan natuurlijk niet zo zijn dat de commerciële sponsoring ophoudt en dat er alleen maar wordt geïnvesteerd in de maatschappelijke tak. De core-business is altijd voetbal bij Excelsior. Het doel is dat de foundation en club elkaar versterken. Wij nemen bijvoorbeeld met de stichting elke wedstrijd 260 kaarten af en die betalen wij dan netjes aan de club. Zo verdient de club ook gewoon geld aan ons. Daarnaast ondersteunen medewerkers van Excelsior4All de club op bijvoorbeeld wedstrijddagen". Er is een trend ontstaan dat MVO en de commercialisering daarvan steeds meer op de agenda staat bij bedrijven. Als bedrijven goed

draaien dan staan ze meer open voor samenwerking met BVO's en gaan bedrijven zich steeds meer positioneren op het gebied van MVO. In het verleden investeerden banken bijvoorbeeld meer op commercieel gebied, terwijl ze nu veel meer inspelen op (lokaal) MVO. De grote corporates hebben zelfs een aparte afdeling om hun bedrijf te positioneren en te werken aan het imago. Een partner bij Excelsior4all kan niet alleen financieel partner worden. Redert: "We verwachten kennis, middelen en financiële steun. Kennis vanuit de expertise van de medewerkers van het bedrijf, financieel om de stichting draaiend te houden en middelen door bijvoorbeeld internet-

'We verwachten kennis, middelen en financiële steun.'

Niels Redert – Excelsior4all

voorzieningen te realiseren." De balans tussen deze drie zaken is erg belangrijk bij de keuze van de partners en zorgt voor meer betrokkenheid. Onze partnerpropositie is niet hetzelfde als die van de commerciële afdeling. De propositie van de foundation is gericht op MVO en dus nog meer maatwerk. Redert: "over een aantal jaar zal het me niet verbazen als de partnerpropositie in veel meer gevallen uit een deel MVO en een deel commerciële invullingen bestaat. Ik denk niet dat alle clubs dat hebben maar het zou wel moeten. We zien dat wanneer het MVO-apparaat goed draait het voor de commerciële afdeling veel waarde heeft en dat het aantal leden van de businessclub ook groeit." Tevens vinden de fans Maatschappelijke betrokkenheid vanuit de club belangrijk, dit zie je aan de resultaten van het jaarlijks uitgevoerde fan onderzoek bij clubs.

Heeft u vragen over bovengenoemd onderwerp? Neem contact op met KNVB Expertise via expertise@knvb.nl

TIPS:

- **Blijf altijd goed met alle afdelingen van de club in gesprek. Onderlinge samenwerking is hierin uitermate belangrijk**
- **Versterk elkaar en zorg dat je elkaar niet wil wegconcurreren. De club moet de foundation goed inpassen in de organisatie**
- **Onderschat niet wat de impact is van de club. Gebruik het merk en het imago. De kracht van voetbal is heel erg groot.**

Iedere club heeft goede voorbeelden. Wat is de Good Practice van jouw club? Neem contact op met KNVB Expertise en deel jouw goede voorbeeld met je collega's in het betaald voetbal!