

Maatschappelijke mogelijkheden benutten

‘Met de juiste visie en positionering willen bedrijven graag samenwerken’

Project	MVO en duurzaamheid				
Vakgebied	Commercie	Club	KNVB	Door	Marc Nipius, Sjoerd Jans

De KNVB zet zich actief maatschappelijk in op het gebied van onder andere gezondheid, duurzaamheid en verbinding. Hiervoor gaat de voetbalbond de samenwerking aan met bedrijven die op hun beurt niet alleen een bijdrage leveren aan oplossingen voor problemen in de samenleving, maar ook commercieel profiteren.

Zes jaar geleden begon de KNVB met maatschappelijk verantwoord ondernemen (MVO). Met bovengenoemde pijlers zet het projecten op waarbij bedrijven kunnen aanhaken. ‘Lekker Bezig’ is daarvan een goed voorbeeld. De KNVB wil hiermee clubs stap voor stap helpen om gezonde alternatieven aan te bieden in de kantine. In de zoektocht naar een maatschappelijke partner kwam het uit bij Sligro dat op deze manier maatschappelijk een bijdrage levert, maar ook de groothandel is geworden van een groot aantal verenigingen.

Maximale impact

“Als KNVB hebben wij de kennis in huis om projecten als dit op de juiste manier uit te rollen voor een maximale impact en optimaal bereik. Wij zijn daarom interessant voor commerciële partijen om de samenwerking mee aan te gaan”, legt Marc Nipius uit als Partnership & New Business Manager van de KNVB.

“Het is de uitdaging om op één lijn te blijven zitten in een gelijkwaardige samenwerking. Je moet er ondernemend in staan en samen de doelstellingen toetsen om de maatschappelijke droom waar te maken”, vervolgt Nipius.



Het is lastig om de uiteindelijke impact te meten. *“Wanneer we het hebben over gezonde voeding is het moeilijk om precies te onderzoeken hoe groot ons aandeel is in de landelijke cijfers. Ons doel van de gezonde sportkantine is daarom vooral om te inspireren en bewust te maken. We moeten in de voetballerij niet denken dat wij voor alles de oplossing hebben, maar we kunnen als mini-maatschappij wel een hele goede bijdrage leveren.”*

Toch kan de KNVB wel trots andere cijfers overleggen. Zo sloten zich sinds de start van het project al 983 verenigingen aan bij ‘Lekker Bezig’. Terwijl De Groene Club, dat duurzame oplossingen biedt met onder andere energiepartner Essent, op het moment van schrijven 1.248 deelnemende verenigingen heeft. *“Zeker in deze tijd van energiecrisis is het belangrijk voor clubs om te verduurzamen. Daarom zijn we er heel blij mee dat dit al een thema voor ons was. We hebben alle tools voor de clubs in handen. Het is daarom belangrijk om leading te zijn en goed in te schatten wat er leeft in de maatschappij, in plaats van reactief te volgen.”*

Veranderingen binnen een thema

De maatschappelijke thema's van de KNVB zijn sinds 2016 nog steeds dezelfde. Binnen een thema vinden er wel veranderingen plaats. Zo verplaatst de focus bij gezondheid zich momenteel met name naar bewegen, terwijl er bij verbinding veel aandacht gaat naar inclusiviteit en diversiteit. Binnen duurzaamheid is de energiecrisis natuurlijk actueel.

Ook de manier van denken is veranderd. Nipius: *"Toen we met MVO begonnen, was het vooral goed dat je iets maatschappelijks deed. Je komt nu niet meer weg met alleen een goed verhaal of een filmpje dat je gezonder moet leven. Je moet ook echt iets waarmaken of veranderen, zoals wij met de gezonde sportkantine hebben gedaan."*

En dus dwingt bijna elke organisatie zichzelf om aan de slag te gaan met maatschappelijke thema's. *"Met de juiste visie en positionering willen bedrijven daarom heel graag op dit vlak samenwerken. Ze zijn er allemaal naar op zoek."*

Het Engelse Forest Green Rovers is een goed voorbeeld. *"Zij zijn de groenste club ter wereld. Overal vandaan willen bedrijven met ze samenwerken, ook op commercieel vlak. Ze moeten regelmatig 'Nee' verkopen."*

Mogelijkheden benutten

Nipius raadt daarom de 34 BVO's in Nederland aan om de mogelijkheden van MVO optimaal te benutten. *"Ga eens in het kwartaal met elkaar zitten en schrijf op wat er speelt, wat je als club belangrijk vindt en hoe je een maximale maatschappelijke impact kunt maken. Het helpt je op meerdere vlakken vooruit."*

Vragen over dit interview met Marc Nipius? Neem contact op met KNVB Expertise via expertise@knvb.nl.



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!