



FINANCIËEL
Sponsoring



De groei van de omnisportvereniging:

Kampong drukt zijn punt

In deze serie van vijf artikelen belichten we de ontwikkeling in de sport richting omniverengingen, waarbij meerdere takken van sport samenwerken onder een gezamenlijke paraplu (meestal de accommodatie, maar soms ook louter in organisatorische zin).

Dit gebeurt met actieve steun van sportkoepel NOC*NSF (zie apart kader) en past ook in de trend meer gebruik te maken van 'maatschappelijk' vastgoed als sportparken, schoolgebouwen en zelfs leegstaande kantoren.

De eerste vereniging waarbij we op bezoek gaan is meteen ook de grootste van Nederland (en misschien wel van Europa): de Utrechtse omnisportvereniging Kampong. Bij deze, vooral van het hockey, bekende club spreken we met voorzitter Thijs Otto van Es en manager Nico Kooij, beiden van de 'federatie' Kampong.

Indonesische roots in het blauwe logo



Kampong is opgericht in 1902 als voetbal- en cricketclub. De naam verwijst in het Maleisisch naar 'omheind dorp' (zie logo), maar de exacte oorsprong ervan is onzeker. Vast staat dat de vereniging, die nu 114 jaar bestaat, pas in 1935 een hockeystak kreeg en in de jaren '70 werd uit-

gebreid met squash, tennis en tenslotte jeu de boules. De club heeft 5.600 leden en is daarmee de grootste vereniging van ons land met een geheel eigen DNA. Het 'blauwe hart' van Kampong is een gevoel dat de club kent en dat zich vertaalt in een zeer sterke onderlinge band, met nadruk op gezinnen. Terwijl in de verschillende takken van sport tot op het hoogste niveau wordt meegespeeld om de prijzen. En Kampong praktisch gezien ook een bedrijf is met zo'n dertig werknemers (waarvan 27 deeltijders) en bijna 1.000 vrijwilligers.

Allen voor één of één voor allen?

In de eerste jaren was Kampong één vereniging. Dat is het natuurlijk nog steeds, maar vanaf 2002 is het formeel gesproken een federatie. En in het bestuur van die federatie zitten een onafhankelijk voorzitter (nu dus Van Es) en de zes voorzitters van de sportverenigingen. Waarbij een verdeling is gemaakt van taken: "Alles binnen het hek van het veld is voor de vereniging, alles daarbuiten voor de federatie", aldus Kooij. De sportverenigingen zijn elk financieel zelfstandig en moeten hun eigen 'broek' ophouden. Dus als de hockeystak een nieuw kunstgrasveld wil aanschaffen, dienen ze dat zelf op te pakken. "Je zou kunnen zeggen dat louter de overkoepelende zaken als bebouwing, beplanting, parkeren en overeenkomsten met leveranciers als de pachter van de bar of de nutsvoorzieningen onder de federatie vallen", zo zegt Kooij. "Daar kun je natuurlijk ook inkoopvoordeel mee behalen en daarbij, het clubhuis staat natuurlijk ook buiten het hek. Vergis je niet, we hebben hier wel zo'n 43 elektriciteitsmeters bij Kampong en die betalen we samen, maar worden dan weer verdeeld over de verschillende sporten". In de vergaderingen van de federatie wordt weliswaar gesproken over de diverse sporten, maar meer nog gaat het daar over de strategie van Kampong: "waar staan we over vijf tot tien jaar."

Geeft dat geen gedoe, bijvoorbeeld als de burgemeester op bezoek komt bij een topwedstrijd? "Dan ligt dat bij de vereniging en niet bij de federatie. Maar eerlijk gezegd laat ik hem liever kennismaken met onze spelers of de vrijwilligers dan met bestuurders", aldus voorzitter Van Es gedeceerd. "Bestuurders staan wat mij betreft op de tweede plaats."





Bloedgroepen

Dat klinkt natuurlijk allemaal goed, maar zijn er dan geen cultuurverschillen tussen de beoefenaren van de verschillende takken van sport? Een hockeyteam viert z'n overwinning toch anders dan een squashduo? En het commentaar langs het voetbalveld heeft vast een andere 'klank' dan de aanmoedigen van supporters bij jeu de boules? Volgens beide geïnterviewden valt dat toch wel mee en is het 'Kampong DNA' leading. Niet de cultuur van de bloedgroep staat voorop, maar het blauwe clubgevoel van Kampong. "Je bent onderdeel van de familie", aldus federatiemanager Kooij. "Het is natuurlijk geweldig dat de vader en moeder hier kunnen tennissen terwijl hun kinderen hockeyen of voetballen", zo zegt Van Es enthousiast. "Je hebt in deze community je leven!" Mooi voorbeeld is dat bij de play-offs (in het hockey) dit jaar bij de thuiswedstrijden alle bloed-groepen langs de lijn staan en de voetballers liederen staan te zingen voor het hockeyteam. Ook is het clubhuis zo gepositioneerd, dat je vanuit daar zicht hebt op alle hoofdvelden van de verschillende disciplines. "Tennis krijgt straks een eigen clubgebouwtje om te voorkomen dat ze in de break niet helemaal terug hoeven lopen en natuurlijk is een sport als cricket Engels georiënteerd, maar de kernactiviteiten blijven hier plaatsvinden", aldus Kooij.

Opvallend genoeg heeft de vereniging de zelfstandigheid van de zes takken van sport zelfs door-gevoerd op het gebied van sponsoring. En dus zijn de businessclubs niet gezamenlijk, maar gekoppeld aan één sport. Geeft dat geen scheve ogen? Volgens Van Es juist niet omdat zo "helder is dat een sponsor de keuze heeft zich met een vereniging (en dus tak van sport) te associëren. Mooi voorbeeld is ING, dat graag sponsor wilde worden van de voetbaltak. Wij hebben dat uiteraard afgestemd met de Rabobank (hoofdsponsor van de hockeyvereniging) en daar zijn heldere afspraken over gemaakt."

In de regio Utrecht heeft de businessclub van hockeyclub Kampong zonder meer een goede naam en zelfs de nabijgelegen golfclub Amelisweerd (opgericht door vier oud-bestuurders van Kampong) kijkt met een schuin oog naar de activiteiten bij Kampong. En het tegenover gevestigde FC Utrecht? "Uiteraard al jaren contact mee, vooral over zaken als parkeren rondom wedstrijden, maar ook op praktisch gebied zoals het samen aanleggen van glasvezel verbindingen", aldus Kooij, die tevens meldt dat de grootste parkeerproblemen worden veroorzaakt door een dichtbij gelegen militaire kazerne, waar 3.000 mensen werken.

Maatschappelijke trend naar omni sport?

Afgelopen decennia hebben diverse sportverenigingen ingezien dat het efficiënter gebruiken van de faciliteiten op het sportpark een gouden kans is. Kampong was één van de eerste clubs die met studiebegeleiding, buitenschoolse opvang en sportdagen voor bedrijven startte om zo de velden en clubhuis optimaal te benutten. Omdat dit activiteiten 'buiten het hek' zijn (in de woorden van Kooij) is daarin het federatiebestuur de leidende partij. Zij bekijken of een bedrijfsactiviteit ook echt toegevoegde waarde biedt en aansluit bij de cultuur van de vereniging. "Je zou kunnen zeggen dat we hier, als sportpark tussen de rondweg en A27, een soort sportstrook zijn die maatschappelijke meerwaarde kan bieden", aldus Van Es. "We gaan geen faciliteiten voor flexwerkers of ZZP'ers bieden, maar als ouders hier met een laptop gaan zitten werken terwijl hun kinderen aan het trainen zijn, is dat natuurlijk prima. Maar dat gaan we niet stimuleren." Ook draagt Kampong bij aan de trend naar meer bewegen door op scholen in de omgeving actief voorlichting te geven en vervolgens tijdens de gymlessen clinics te geven voor die scholieren op het gebied van voetbal en cricket. "Niet alleen bedoeld om leden te werven, maar daadwerkelijk scholen te betrekken bij de club en die kids aan het sporten te krijgen", zegt Kooij.

De voorzitter grijpt terug op het eerste deel van zijn betoog en legt nogmaals uit dat Kampong een hechte familieclub is, waarbij het bindend element het blauwe gevoel is “aangevuld met een voorkeur voor teamsporten met een bal.”

Sponsoring

Is er nu in de contacten met bedrijven sprake van verzakelijking omdat zo'n omniclub qua schaal nu eenmaal meer kan bieden? Dus dat sponsor niet alleen geld komen brengen, maar in toenemende mate gekapitaliseerde tegenprestaties wenst. “Nou je ziet in de markt wel ontstaan dat bedrijven zich niet willen verbinden aan één sport, maar juist aan Kampong als geheel”, zo zegt van Es. “Terwijl bijvoorbeeld juist een grote partij als de Rabo bank aangeeft zich louter op hockey te willen focussen”. Verzekeraars en andere bedrijven willen echter meer breedte en Kampong zoekt een manier daar aan tegemoet te komen, zonder de aparte verenigingen tekort te doen. “We denken wel nadrukkelijk na over waarde toevoegen voor sponsors zoals het laten optreden van spelers voor een bedrijf, leggen van connecties onderling en dergelijke”, zo zegt Van Es. “De businessclub met name bij het hockey groeit enorm, dus wat dat betreft zie je een enorme loyaliteit. Maar je ziet zeker een teneur van ‘ik geef geld, wat krijg ik ervoor terug?’ Het gaat verder dan een bord langs het veld.” En kan een sponsor dan vragen welke waarde zijn bijdrage heeft? “ja hoor, daar kan hij antwoord op krijgen”, zo meldt Kooij beslist. “Sponsors die hier 20 jaar rondlopen, moet je koesteren”, aldus Van Es, “want juist met die loyaliteit werf je weer nieuwe sponsors”. Maar eigenlijk ligt dat dus bij de verenigingen en niet bij de federatie.

Communicatie

Er is een federatie website, maar elke vereniging communiceert naar zijn eigen achterban. Zeker bij overkoepelende zaken (als de nieuwbouw van het clubhuis) neemt men dan gewoon de basis-informatie over, waarbij zij hun sportspecifieke zaken kunnen toevoegen. “Mooi voorbeeld is het Nederlandse Hockeycentrum van de KNHB dat op Kampong gevestigd wordt. Is dus eigenlijk gericht op één sport, maar natuurlijk wel een punt voor de federatie omdat het juist alle verenigingen aangaat”, zo verduidelijkt Van Es. Ook de contacten met NOC*NSF liggen bij de federatie. “Zeker zes keer per jaar krijgen wij ook bezoek van andere clubs die willen zien hoe wij zaken organiseren”, meldt Kooij. En dat zijn vooral clubs die nadenken over hun sportpark en het uitbreiden met andere activiteiten als BSO's en bedrijven.

Toekomst

Is er nu inderdaad een trend richting omni-sportverenigingen? Van Es: “Nou ja als je kijkt naar al die sportcomplexen waar voetbal, hockey en tennisverenigingen al naast elkaar zitten, hoe eenvoudig is het dan om te bedenken dat je gezamenlijk onderhoud kan doen, samen energie kunt inkopen? Dus in die zin geloof ik wel dat we die kant uit gaan.” En NOC*NSF heeft ook een programma (zie kader, Open sportclubs) waarin deze ontwikkeling sterk gestimuleerd wordt. “Bij ons is veel mogelijk, samenwerking met wijken en maatschappelijke programma's, zolang het blauwe Kampong-hart en de sport maar bovenaan staan”, aldus een trotse voorzitter.



Dit artikel is geschreven op persoonlijk titel door **Paul Boehlé**, met meer dan twintig jaar ervaring als manager sponsoring in de energiebranche en de verzekeringswereld. Naast betrokkenheid bij Eredivisievoetbal in ons land (FC Groningen en FC Twente) en het internationale schaatsen (Essent ISU World Cup), is hij ook vele jaren voorzitter geweest van een kleine volleybalvereniging in Utrecht. Voor sponsoradvies is hij bereikbaar op paul.boehle@sponsormediair.nl

NOC*NSF stimuleert Open sportclubs

Als mensen ergens gaan sporten waar ze gezellig met anderen kunnen sporten, waar een leuke trainer voor de groep staat die ze ook nog iets bijbrengt, waar ze op hun eigen niveau kunnen presteren en waar het prettig vertoeven is, dan blijven ze daar heel lang actief sporten. Anders gezegd; sportclubs waarbij de ‘gouden driehoek’ van aanbod-kader-accommodatie continu in balans is en waar de sociale samenhang groot is, slagen er als geen ander in om bestaande leden en sporters langdurig aan zich te binden. Omdat we ook niet-leden of niet aangesloten sporters het gunnen om onderdeel te worden van dergelijke clubs, proberen wij sportverenigingen en andere sportaanbieders te triggeren om meer ‘open’ te worden. Daarom organiseert NOC*NSF – in samenwerking met diverse sportbonden en lokale/regionale sportorganisaties – zogenoemde open club-sessies. Deze open club-sessies vinden op (klein)regionaal niveau plaats. De open club-voorbeelden uit de zaal vormen de inspiratie voor rondetafelgesprekken waarbij clubbestuurders en andere enthousiastelingen met elkaar in gesprek gaan en daarbij van elkaars ervaringen kunnen leren.

Hoewel sportkoepel NOC*NSF dus meer nadruk legt op het verbreden van de doelgroep van clubs (niet zozeer competitiespelers alswel op eigen niveau sporten) is juist de sociale samenhang net als bij Kampong de verbindende factor. Over de Open sportclubs meer in een volgend artikel.