



Sport en maatschappelijke impact.

Tweels Tweak: wij van WC-eend . . .

Marc van den Tweel zegt De Dikke Blauwe vaarwel

Door: Marc van den Tweel

19-10-2023

Cultuur

Sport wordt steeds vaker gezien, zeker ook door de jonge generatie van 'major donors' en impact-investeerders, als een belangrijk instrument voor het creëren van maatschappelijke impact.

Naar Angelsaksisch voorbeeld zijn in de afgelopen decennia (en jaren) steeds meer 'sporthelden' van naam 'hun' eigen 'foundation' gestart. Denk aan, bijvoorbeeld, Johan Cruyff, Esther Vergeer, Bas van de Goor en Ricard Krajicek. Hun publieke bekendheid, 'topsportersdrive' en persoonlijke maatschappelijke engagement heeft geresulteerd in bloeiende organisaties. Organisaties die sport als middel inzetten én écht het verschil weten te maken als het gaat om grote thema's als, bijvoorbeeld, inclusie, integratie en emancipatie. Fondsenwerving, dé financiële driver van goede doelenorganisaties, hoort daarbij. En dat doen zij goed.

Maatschappelijke meeropbrengst

Maar behalve deze ‘maatschappelijke organisaties in de sport’, die ik een zeer warm hart toedraag, is ook duidelijk zichtbaar dat de sport zélf in een rap tempo aan het ‘vermaatschappelijken’ is. Natuurlijk: sport draait primair om zaken als competitie, beter worden en sportplezier – maar de potentiële maatschappelijke meeropbrengst is groot. Heel groot zelfs. Het verenigingsleven draagt bijvoorbeeld enorm bij aan cohesie in de samenleving. En tientallen sportbonden en honderden -verenigingen draaien programma’s met een sterke maatschappelijke insteek. Sport is natuurlijk niet de panacee voor alle maatschappelijke kwalen, maar kan wel een grote positieve invloed hebben. Zo ben ik bijvoorbeeld zelf trots op het **programma** dat mijn werkgever (NOC*NSF) draait rond de Olympische en Paralympische Spelen in de *banlieus* van Parijs.

Geven en goed doen

Met die, groter wordende, waarde van sport wordt (particuliere) fondsenwerving steeds meer een wenkend perspectief voor veel sportorganisaties. Het brede belang is immers goed aantoonbaar. Natuurlijk, we hebben al het zeer succesvolle [Fonds Gehandicaptensport](#) en het nieuwe [Nationaal Fonds voor de Sport](#), maar mijn voorspelling is dat nog meer sportorganisaties de ‘markt van geven en goed doen’ gaan betreden. En daar liggen onmiskenbaar kansen. De georganiseerde sport in Nederland heeft immers als ‘businessmodel’ nu nog een mix van sponsorinkomsten, afdracht van loterijen, contributies van leden, overheidssubsidies, entreekaartjes en horeca-revenuen. Op de ‘markt’ van fondsenwerving is de ‘reguliere’ sport echter nog niet of nauwelijks actief. Kansen dus. En u en ik weten hoe groot die (nog steeds groeiende) markt is.

In ieder geval zal ik met liefde en plezier sport als maatschappelijk doel op de ‘markt van geven’ aanprijzen. Waarbij ik me besef dat dit een beetje een aanbeveling is in de categorie ‘wij van WC-eend...’. Waarvoor excuses natuurlijk!

Postscriptum: ik stop ermee...

Ik stop ermee. Niet met leven. Niet met mijn baan als algemeen directeur van NOC*NSF. Zo dramatisch is het niet. Nee, ik stop met mijn columns onder de noemer ‘Tweels Tweak’ in De Dikke Blauwe. Dat voelt wel raar. Sinds 2004 schrijf ik immers al voor De Dikke Blauwe en voorgangers/zustermagazines The Fundraiser, Filantropie Magazine/FM en Filanthropium. Dat schrijven deed ik voor u, lezer. Maar eerlijk is eerlijk – vooral ook voor mijzelf. Schrijven helpt om je gedachten te ordenen en op onderzoek uit te gaan. Een stimulerende bezigheid. Wat vind ik er eigenlijk zelf van?

Laat ik het hier bijhouden. Het is ‘gewoon’ tijd voor iets nieuws. Niet in de valkuil stappen waar momenteel enkele afscheidnemende Tweede Kamerleden in terecht zijn gekomen. Zij die lange afscheidsepistels rondsturen waarin ze hun eigen prestaties bezingen, als ware zij Thorbecke zelf. Laat ik dat niet doen. En voor wie mij wil blijven lezen: op de site van NOC*NSF schrijf ik [columns over sport](#), in relatie tot de samenleving. En (commercial break!) ook mijn boek ‘[Marktgericht, missiegedreven](#)’ is nog steeds te koop. Het ga u goed.

*[Tweels Tweak](#) wordt op persoonlijke titel geschreven door [Marc van den Tweel](#). Van den Tweel is algemeen directeur van sportkoepel NOC*NSF en toezichthouder bij het Rijksmuseum van Oudheden, Sport- en congrescentrum Papendal en FREE Nature. Voorheen was hij algemeen directeur bij Natuurmonumenten en Ronald McDonald Kinderfonds en marketingdirecteur bij het Wereld Natuur Fonds. Hij schrijft en spreekt over ‘de marketing van idealen’.*

Meer over goede doelen en de publieke zaak is te lezen in het boek [Marktgericht, missiegedreven](#) dat Marc van den Tweel schreef. [Marktgericht, missiegedreven](#) kost €19,99 en is verkrijgbaar via de boekhandel of in de webshop van [Walburg Pers](#).

Over de auteurs

Marc van den Tweel (voorheen o.a. WNF, Ronald McDonald Kinderfonds en Natuurmonumenten) is algemeen directeur van sportkoepel NOC*NSF. Het is misschien wel

Van den Tweels grootste verdienste dat hij het toch wat bedaagde Natuurmonumenten langzaam in een actiestand heeft weten te zetten: militant genoeg om politieke meters te maken, sjiek genoeg om niet de achterban te vervreemden. 'Actievoeren met een stropdas', noemt Van den Tweel dat. De pittige strijd rond het Kustpact is er een mooi voorbeeld van. Maar ook het verrassende Maatschappelijk Regeerakkoord dat onder Van den Tweels regie werd ondertekend door onder andere ING, LTO, ANWB en NOC *NSF. Die breedte was een meesterzet, die deze knipoog naar de formatie veel impactvoller maakte dan een voorspelbaar manifest vanuit de 'groene kerk'. De holistische visie op natuurbehoud, politiek gogme, civil power en marketingfeeling vormen de onvervreembare handtekening van Van den Tweel.