



Project	<b>Club van 1912, een 10-jarige seizoenkaart</b>				
Vakgebied	<b>Commercie B2C</b>	Club	<b>NAC Breda</b>	Door	<b>Perry Hendriks</b>

## Club van 1912

In de zomer van 2005 bleek dat NAC Breda grote liquiditeitsproblemen had. Zonder een financiële injectie van een externe partij zou het voortbestaan van de club ernstig in gevaar komen. Hoe heeft NAC Breda dit destijds aangepakt en op welke wijze zijn ze hiermee verder gegaan? Antwoorden op deze vragen en meer lees je in dit artikel.

## De Club in 2005

In 2005 bedacht NAC Breda een creatieve oplossing om extra financiën te genereren. Supporters konden voor 10 jaar een seizoenkaart aanvragen en deze vooraf in één keer volledig betalen. Dit zorgde ervoor dat NAC Breda een flink bedrag binnenhaalde en de groep supporters 10 jaar lang gegarandeerd was van voetbal in Breda. Uiteindelijk wilden 680 supporters 'uit liefde voor de club' NAC Breda 'redden'. Zij vormen de eerste 'Club van 1912', naar het oprichtingsjaar van de Bredase club. Zij wilden NAC steunen in een financieel zware tijd en hechtten minder waarde aan het krijgen van bepaalde kortingen. Deze club vond het vooral belangrijk dat ze wat dichterbij de club en de spelers konden komen. Er werd daarom eenmaal per twee jaar een feestavond georganiseerd, waarbij de spelers ook aanwezig waren. Toetreden tot de 'Club van 1912' was na deze periode voor 10 jaar niet meer mogelijk, tot de zomer van 2015.

## De Club in 2015

In de zomer van 2015 waren de 10 jaar van de 'Club van 1912' voorbij en volgde een herintroductie. Samen met de leden van de eerste Club werden er nieuwe voorwaarden opgesteld voor de nieuwe Club. Het doel was om de seizoenkaart zo aan te passen,

dat deze 'alle elementen bevat die voor de supporter interessant zijn'. Het resultaat is een nieuwe Club van 1912 met maar liefst 1236 leden.

*"Het zit voor de supporters niet zozeer in het geld, maar in de extra's die we hen kunnen bieden".*

- Perry Hendriks, Manager Communicatie

## Degradatie

De degradatie van NAC Breda in mei 2015 zorgde voor de nodige bedreigingen, maar ook voor kansen. Vanuit NAC Breda is er een campagne opgestart waarin centraal stond dat juist op dat moment de steun van de twaalfde man nodig was om zo snel mogelijk weer terug te keren in de Eredivisie.

Een fan die nu een tienjarige seizoenkaart koopt, krijgt korting op de jaarlijkse prijs van deze kaart, korting op de merchandise uit de fanshop, een 'fastlane' bij wedstrijddagen en een welkomstcadeau. Daarnaast blijft de feestavond met de selectie een belangrijke en zeer gewaardeerde activiteit voor de club van 1912.

## Tips

- **Onderzoek de behoeften van bestaande seizoenkaarthouders**
- **Bedenk extra activiteiten voor een selecte groep fans, buiten de wedstrijden om**
- **Breng supporters, club en spelers dichterbij elkaar**

*Iedere club heeft goede voorbeelden. Wat is de Good Practice van jouw club? Neem contact op met KNVB Expertise!*