



COMMERCIEEL DIRECTEUR MENNO GEELEN OVER AJAX INKOMSTEN EN MEER

# 'SPONSORING IS WIN/WIN'

Binnen Ajax is commercieel directeur Menno Geelen verantwoordelijk voor de inkomsten uit onder andere sponsoring. Een belangrijke taak om te kunnen investeren in kwaliteit op het veld en het voetbal betaalbaar te houden voor de Ajax supporters.

'De functieomschrijving van een commercieel directeur bij Ajax is heel simpel', legt Menno Geelen uit. 'Zorgen dat er voldoende geld binnenkomt om te investeren in het eerste elftal en de jeugd. We onderscheiden binnen onze activiteiten vier domeinen. Dat zijn: "betaald voetbal, de jeugdopleiding, de zaterdagamateurs en Ajax Vrouwen". De drie laatstgenoemde domeinen vinden plaats op Sportpark De Toekomst, waar we met ABN AMRO als Partner van De Toekomst een sponsorsamenwerking hebben. Onze hoofdsponsors van Ajax 1 en Jong Ajax zijn Ziggo en Adidas. Ziggo is ook hoofdsponsor geworden van eSports, het nieuwe domein binnen Ajax. Een belangrijke taak is om financiële rust te bewaren. Daarvoor gaan we bij Ajax altijd voor langdurige samenwerkingen, die beide partijen een win/win situatie opleveren. Daar ligt ook mijn focus. Grofweg ben ik met drie dingen bezig: "de volgende wedstrijd, dit seizoen en over 3 jaar". Ik kan je zeggen dat iedere dag weer anders is, dat maakt deze job leuk, boeiend en interessant tegelijk.'

**'Sponsor van Ajax word je niet zomaar'**

## 14 SPONSORPARTIJEN

Menno Geelen: 'Binnen Ajax werken we met hoofdsponsors, partners en sponsors. In totaal zijn dat 14 sponsorpartijen. We kiezen niet voor kwantiteit, maar voor kwaliteit. Daarmee bedoel ik dat we voor een club als Ajax relatief weinig sponsors

hebben, maar met die sponsors wel veel doen. Onze sponsorinkomsten waren afgelopen seizoen € 27 miljoen. Als beursgenoteerde vennootschap zijn die gegevens openbaar. Het gaat me echter te ver om Ajax een bedrijf te noemen. Neem maar van mij aan dat de bedrijfsvoering hier anders is, dan in andere bedrijfsomgevingen. Wij kunnen onze activiteiten niet los zien van emoties, die bij het voetbal horen. Dat creëert ook waarde voor sponsors. We zien dat er ook vanuit het buitenland meer interesse ontstaat. Het partnership met Huawei is daar een mooi voorbeeld van. Deze wereldwijde ICT dienstverlener richt zich op de hele wereld en maakt daarvoor gebruik van de internationale bekendheid van Ajax. Naast de 14 sponsorovereenkomsten werken we ook met vaste suppliers. Die bieden we naast de sponsorfaciliteiten exclusiviteit. Een voorbeeld daarvan is onze automobieliteitsamenwerking met de Stern Groep, die het Mercedes Benz wagenpark van Ajax faciliteert en onderhoudt. Dat doen ze al vele jaren en tot volle wederzijdse tevredenheid.'

## LANGE ADEM

Een belangrijk onderdeel in het veelzijdige takenpakket van Menno Geelen is sponsorwerving. 'Dat klopt', bevestigt Menno Geelen. 'Naast het





### MENNO GEELLEN

Menno Geelen (35) is binnen de Ajax directie de opvolger van Edwin van der Sar, die tot algemeen directeur is benoemd. Na zijn studie Bedrijfskunde aan de Radboud Universiteit in Nijmegen kwam Menno in de journalistiek terecht, onder ander als voetbalverslaggever bij Talpa en RTL. Daarna koos hij voor een baan bij het Sportmarketingbureau Trefpunt. In die periode kwam hij in contact met Ajax. Op een goed moment werd Menno door Ajax gebeld, dat weet hij nog goed. Menno Geelen: 'Ajax belt je niet zo snel. Er werd een baan aangeboden op de afdeling sponsoring. Dat was in de periode dat Aegon shirtsponsor was. Ik heb die kans met twee handen aangegrepen. Ik werd al snel verantwoordelijk voor de afdeling sponsoring en later de afdeling commerciële zaken binnen Ajax. De volgende stap volgde 1 november van het afgelopen jaar, toen ik toetrad tot de directie als commercieel directeur. Er wordt intern wel eens gepraat dat ik uit de 'eigen kweek' kom. In feite is dat ook zo. Ik ben binnen Ajax in mijn huidige functie gegroeid en geef daar met veel plezier, passie en gedrevenheid invulling aan.'

onderhouden van de huidige sponsorrelaties, zijn we daar continu mee bezig. Dat doe ik niet alleen, hoor. Daar is een gedreven team van vijf personen dagelijks mee bezig. Dat zijn trajecten met een "lange adem", weten we uit ervaring. Sponsor van Ajax word je niet zomaar. Daar is een uitgebreid verkenningstraject voor nodig. Het gaat om een meerjarige samenwerking en daar moet aan beide kanten een goed gevoel over zijn, voordat de handtekening gezet wordt. Wij richten ons op landelijke én internationale merken en stellen ons vooral op als een partner die kan helpen om marketingdoelstellingen te bereiken. De hamvraag is dan ook: "Hoe kunnen we jullie helpen?" Dat is per sponsor anders. Voor iedere sponsor wordt een sponsorplan opgesteld, waarin de activiteiten worden vermeld. Het komt er op neer dat iedere sponsor, naast een aantal standaardfaciliteiten, eigen maatwerk relatieactiviteiten ontvangt. Daar geven we graag invulling aan, want ook hier geldt: "sponsoring is win/win".

**'Simpel gezegd ben ik verantwoordelijk voor alles waar binnen Ajax geld aan verdiend wordt'**

### TELEVISIERECHTEN

Naast sponsorinkomsten is Menno Geelen verantwoordelijk voor de inkomsten uit de fanshop. Die vallen ook onder zijn verantwoordelijkheid. Menno Geelen: 'Simpel gezegd ben ik verantwoordelijk voor alles waar binnen Ajax geld aan verdiend wordt, behalve aan de transfers, dat is Marc Overmars z'n portefeuille. Ook de inkomsten uit televisierechten worden in de totaalrekening meegenomen. Dan praten we over zo'n acht miljoen euro per seizoen. Dat lijkt veel, maar internationaal is dat, wat wij 'een schijntje' noemen. Premier League clubs incasseren jaarlijks met gemak het tienvoudige. Dat geldt ook voor andere internationale competities. Op het internationale podium is Ajax de enige club die meer geld van zijn hoofdsponsor ontvangt dan inkomsten uit televisierechten genereert. Ziggo is jaarlijks goed voor 10 miljoen euro, via de TV komt er 8 miljoen binnen. Dat maakt de aansluitingskansen met de internationale top er natuurlijk niet eenvoudiger op. Al mogen we dit seizoen niet klagen, toch? Maar het feit blijft dat de verschillen groot zijn en Ajax daardoor beperkter is, in het investeren in spelers. Dat is, zoals het is. Bij Ajax hechten we er aan dat het voetbal betaalbaar blijft voor onze supporters. Dat speelt een belangrijke rol bij al onze commerciële activiteiten.'