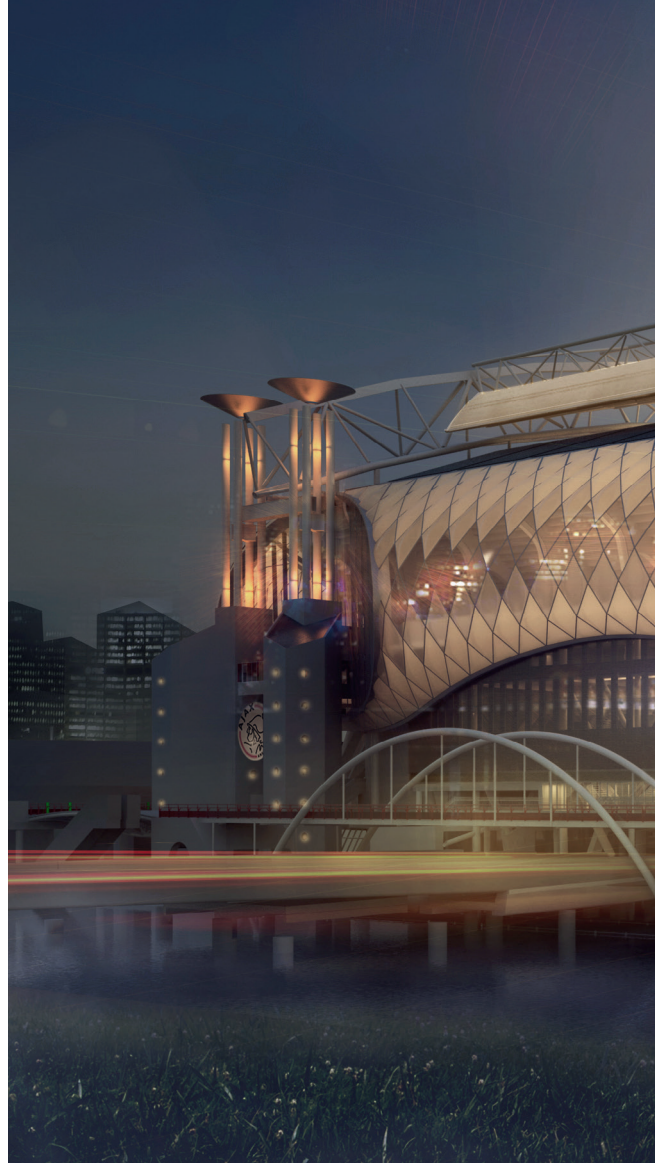


DE AMSTERDAM ARENA, AFC AJAX  
EN AJAX BUSINESS ASSOCIATES |  
ABA SAMEN STERKER

# TRIPLE A BELEVING

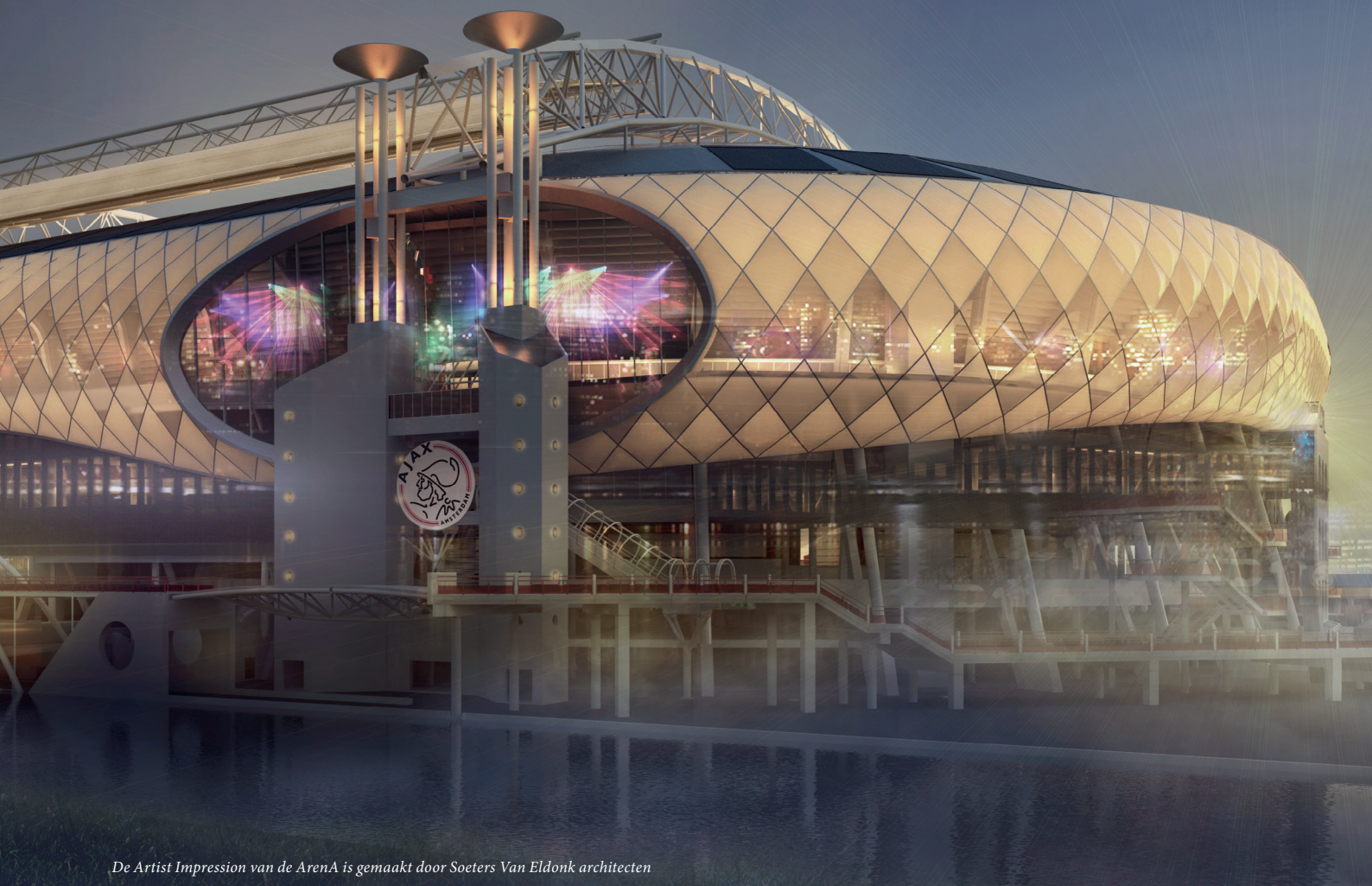
Een nog betere samenwerking tussen de ArenaA, Ajax en de ABA moet de 'Fan Experience', oftewel de beleving, verder versterken. 'Iedereen moet zich thuis voelen in het stadion en bij beide clubs'.

Vol trots onthult Henk Markerink, CEO van de Amsterdam Arena, aan het begin van het interview de bouwplannen van de ArenaA. Die liggen er niet om. De komende jaren, tot en met 2020, wordt de ArenaA verbouwd en krijgt daardoor een nieuwe, ultramoderne voetbalstadion 'look'. Maar ook van binnen wordt de ArenaA stevig aangepakt. Met name de omloop achter de tweede ring wordt veel breder en biedt de bezoekers straks meer comfort. 'Toen de ArenaA gebouwd werd, zijn we er van uitgegaan dat de tweede ring alleen bij topwedstrijden veel bezoekers zou trekken. Dat blijkt gelukkig anders te zijn. Iedere wedstrijd is de tweede ring goed bezet en zien we tot ons plezier ook veel gepensioneerden, met name door de aanleg van de roltrappen daarnaartoe. Dat is een mooi publiek. Dat zijn geen vandalen, maar wel 'hard core' fans. Die willen we graag nog betere service verlenen. We gaan – in etappes – een stap verder om het publiek van de tweede ring het nog beter naar hun zin te maken'.



## STREEPJE VOOR

De toon van het gesprek tussen de Arena, Ajax en de ABA is gezet. Alle partijen streven naar het leveren van nog betere kwaliteit en willen dat zoveel mogelijk gezamenlijk realiseren. 'Samen ben je sterker', zegt Roy Klockenbrink, als ABA bestuurslid onder andere verantwoordelijk voor business to business. 'De ArenaA heeft zoveel te bieden, daar kunnen onze leden hun voordeel mee doen. Want ABA leden hebben altijd een streepje voor als het gaat om het gebruikmaken van de ruimtes die de ArenaA heeft. Denk bijvoorbeeld aan het organiseren van congressen, beurzen en bijeenkomsten. De ArenaA heeft voor ieder evenement een geschikte ruimte. Het is belangrijk dat dit besef bij onze leden leeft en dat als het actueel is, aan de ArenaA gedacht wordt'. Sipko-Hans Adriaansen, hoofd business relations bij AFC Ajax, vult aan: 'Dat geldt natuurlijk voor al onze business relaties. Ajax heeft ruim 650 zakelijke relaties, variërend van business seats tot en met skybox houders en sponsors. Het leeuwendeel daarvan zijn zakenmensen. Die hebben een duidelijk doel met hun 'seats', die staan altijd open voor het leggen van interessante contacten. Daar is de ArenaA rondom de wedstrijden van Ajax een prachtig podium voor'.



*De Artist Impression van de ArenA is gemaakt door Soeters Van Eldonk architecten*

## VIJF STERREN

Henk Markerink: 'De ABA is belangrijk voor Ajax en de ArenA. De ABA is een sociëteit en heeft in de ArenA haar clubhuis. Het is ons gezamenlijke belang dat wij ABA leden nog meer bieden. De ArenA investeert daar continu in. De Amsterdam ArenA bestaat 20 jaar en er is sinds de ingebruikname op 14 augustus 1996 al ruim 50 miljoen euro geïnvesteerd en dat houdt niet op. De ArenA is nooit klaar. Wij zijn een vijf sterren stadion, maar werken constant aan verbeteringen. Dat doen we vanuit onze uitgangspunten kwaliteit, duurzaamheid en innovatie. Onze gasten zijn onze VIP's en die moeten het prettig vinden om hier te zijn. Dat geldt bijvoorbeeld ook voor de bezoekende voetbalclubs. Onlangs hebben we de kleedruimtes grondig verbouwd en uitgebreid. Niet alleen die van Ajax, maar ook de kleedkamer van de tegenstander. Die ruimte is zelfs in veel gevallen mooier dan de kleedruimte in het eigen stadion'.

## TOTAALBELEVING

Sipko-Hans Adriaansen: 'Ajax wil haar business relations meer toegevoegde waarde bieden. Dat is klantenbinding, daar hoort ook het leveren van maatwerk bij. Voorbeelden daarvan zijn 'the ladies

night' en 'the kids day', die wij rondom wedstrijden hebben georganiseerd. Onze vaste bezoekers kunnen daarvan gebruik maken en hun genodigden de voetbalbeleving rondom Ajax in de ArenA bieden'. 'De kunst is dat iedere groep zich in de ArenA thuis voelt', vult Henk Markerink aan. 'De thema initiatieven van Ajax rondom wedstrijden zijn daar een goed voorbeeld van, daar werken we graag aan mee. Dat geldt overigens in de breedte voor alle ArenA bezoekers. Het gaat om wat zo mooi heet: 'The Fan Experience'. Daarin is een voetbalwedstrijd of concert een onderdeel van de totaalbeleving'.

## Henk Markerink: 'De kunst is dat iedere groep zich in de ArenA thuis voelt'

## ONLINE PLATFORM

'Daar waar dat kan, trekken we samen met de ABA op', zegt Sipko-Hans Adriaansen. 'De relatie tussen Ajax en de ABA is de laatste maanden merkbaar verbeterd. Wat goed is voor de ABA, is goed voor Ajax en omgekeerd. Ajax is gebaat bij een florerende businessclub en de ABA is dat. Dat heeft de ABA de afgelopen vijftientig jaar wel bewezen. Daarbij

## Roy Klockenbrink: 'Al onze activiteiten zijn er op gericht leden 'echt' voordeel te bieden'

is het handig dat het ABA secretariaat nu ook in de ArenA huisvest. Daardoor zijn onze contacten nog directer en intensiever, om gezamenlijk initiatieven te ondernemen. Denk aan het bezoeken van Europese uitwedstrijden bijvoorbeeld. Dat doen we tegenwoordig gezamenlijk. Zo zijn we ook bezig met het ontwikkelen van een app voor Ajax relaties én ABA leden. Dit online platform zal een aantal functionaliteiten krijgen, die het voor beide doelgroepen nog gemakkelijker maken om rondom wedstrijden en concerten reserveringen te doen, bijvoorbeeld. Maar denk ook aan de netwerkmogelijkheden, daar zal de app een nuttig en handig hulpmiddel voor zijn, let maar op. We hopen de nieuwe app aan het begin van het komende seizoen te introduceren'.

### LOYALE PARTNERS

Roy Klockenbrink: 'Onze gezamenlijke samenwerking gaat ook op voor de invulling van ons 'ABA on Tour' programma. Binnen dit programma staat alles in het teken van Voordeel, Voorrang en Voorrecht. Al onze activiteiten zijn er op gericht leden 'echt' voordeel te bieden. Daarvoor werken we ook samen met een aantal andere loyale partners. De Ziggo Dome is daar één van. Met dit muziektheater hebben we zogeheten 'Park & Dine' arrangementen samengesteld, waarbij onze leden voor het concert in de ArenA kunnen parkeren en in onze ABA-Lounge kunnen dineren en zodoende van een onbezorgd avondje uit kunnen genieten, tegen een gereduceerd tarief, zelfs. Mooi, toch?'

### MAATWERK

Dat er nog veel mogelijkheden en kansen liggen, daarover zijn de heren het roerend eens. Henk Markerink: 'We leven in de wereld van maatwerk en daar kunnen wij met z'n drieën gezamenlijk nog veel invulling aan geven. Daar hebben we elkaar wel voor nodig, dat is helder. Om in Ajax jargon te spreken, het is belangrijk dat onze horloges gelijk staan. Die staan gelijk. De Arena, Ajax en ABA zijn nog lang niet uitgespeeld en wij willen onze dienstverlening naar een nog hoger plan tillen. Dat noemen we ook wel 'Triple A beleving' met een knipoog naar onze eerste letters en de hoogst haalbare rating (kredietwaardigheidsbeoordeling) in de financiële wereld'.



### SIPKO-HANS ADRIAANSEN

Sipko-Hans Adriaansen is binnen AFC Ajax verantwoordelijk voor business relations. Hij stuurt een team van 8 mensen aan, dat zich inspant voor de verkoop van de luxe stoelen en Skyboxen op de hoofdtribune. Hij begon na zijn rechtenstudie als trainee bij KPN Telecom en heeft, indertijd dat deze telecom provider hoofdsponsor van de Eredivisie was, veel sponsorervaring opgedaan. Dat geldt ook voor de betaald voetbal organisaties (BVO's) in Nederland en Australië waarbij hij in vergelijkbare functies gewerkt heeft.



### ROY KLOCKENBRINK

Roy Klockenbrink is sinds oktober 2015 lid van het ABA bestuur. Hij is portefeuillehouder Business-to-Business. De ABA wordt bestuurd door vrijwilligers. In het dagelijks leven is Roy directeur / eigenaar van Aviocom, een bedrijf dat zich sinds 2005 richt op de verkoop en distributie van onderhoudsproducten voor de luchtvaartindustrie en is gevestigd op het luchthaventerrein van Lelystad.

### HENK MARKERINK

Henk Markerink is bouwkundig ingenieur en begon in 1991 als projectleider bij de Amsterdam ArenA. Hij was betrokken bij de bouw en verdere ontwikkeling van het stadion. Sinds 1995 is hij algemeen directeur van de ArenA. Eind vorig jaar is hij benoemd tot Ridder in de Orde van Oranje-Nassau. Die Koninklijke onderscheiding ontving hij voor zijn grote verdiensten voor zowel het stadion alsook voor de omgeving daarvan. Een mooie en verdiende onderscheiding, want de ArenA zit in Henk zijn DNA.

