



Cultuurhandvest NAC in de praktijk

Het voorliggende stuk dient als richtlijn voor het praktische beleid van NAC voor de langere termijn. In veel gevallen voldoet de club nu al aan de hier genoemde punten. Op deze punten biedt dit stuk inspiratie om het goede te behouden, terwijl het op andere punten een aanmoediging vormt om het mindere te verbeteren.

Geschiedenis

1. Zowel de thuis- als uittenues moeten vaste kleurstellingen hebben. Dit betekent voor zowel de shirts, sokken en broeken dat de kleuren geel, zwart en wit de vaste kleuren vormen. Met deze drie kleuren kan er voldoende gevarieerd worden om aan de KNVB-regels te voldoen. Om de herkenbaarheid van het merk NAC te waarborgen is het gebruik van sponsorkleuren voor zowel uit- als thuisstenue hoogst onwenselijk. Verder moet de trainingsoutfit e.d. in de clubkleuren worden uitgevoerd. NAC heeft een vaste kleurcode vastgelegd voor geel: PMS- kleur 109 voor textiel en Ral-kleur 1023 voor verf. Deze kleurcode dient bekend te zijn bij derde partijen, zoals de media en kledingleverancier.

2. NAC heeft een thuisstenu met een vast stijl-item, waardoor het shirt direct te herkennen is als 'NAC-shirt': geel met één zwarte of zwart/witte diagonale streep vanaf de linkerschouder over het hart.

3. Het is wenselijk dat het stadion en de omgeving zo veel mogelijk 'NAC' uitstralen. Dit is mogelijk door optimaal gebruik te maken van de kleuren geel en zwart, zowel binnen als buiten het stadion. In de omgeving van het stadion valt, in overleg met de gemeente en andere betrokkenen, te denken aan het straatmeubilair. In het stadion valt te denken aan gele en zwarte stoeltjes in plaats van blauwe; aan geel/zwarte muren in plaats van grijze; gele steunbalken in plaats van groene. Verder zijn de doelnetten geel/zwart. NAC moet gebruik maken van de logo's, zowel oud als nieuw. Ook eventueel nieuw te bouwen objecten aan of in het stadion kunnen, in overleg met betrokkenen, een NAC-uitstraling krijgen.

4. Probeer zoveel mogelijk gebruik te maken van het clublogo en laat dit in alles wat met NAC te maken heeft terugkomen, ook buiten het stadion. Ook bij de andere activiteiten onder de naam NAC kan het bestaande logo worden gebruikt.

5. NAC is verbonden met Breda. Dit betekent dat NAC haar thuiswedstrijden nooit buiten de gemeentegrenzen mag spelen. Dit betekent ook dat het wapen/de vlag van Breda bij NAC gebruikt kan worden, zowel binnen als buiten het stadion. NAC streeft erna om de trainingslocaties van alle elftallen binnen de Bredase gemeentegrenzen te houden.

6. De geschiedenis van NAC moet zoveel mogelijk bewaard blijven en doorgegeven worden. Dit kan door nieuwe medewerkers, supporters, stewards, bestuurders, spelers (en hun gezin) en andere belangstellenden hiervan op de hoogte te brengen door middel van: museum, boeken, beeldmateriaal, internet, Breda promotions (VVV) etc. Ook zou bij het aanstellen en begeleiden van personeel en nieuwe spelers rekening gehouden kunnen worden met de kennis van de NAC-historie, dan wel de bereidheid van de betrokkene deze te verwerven, bijvoorbeeld via een rondleiding in het museum.

7. Om de geschiedenis te bewaren zal NAC de oud-voetballers en oud-medewerkers meer betrekken bij de club. Dit kan bijvoorbeeld door 'oud-spelers van de wedstrijd' aan te wijzen, door hen uit te nodigen voor bijeenkomsten, open dagen of interviews in NAC-magazines, NAC.nl of andere media, of door vermelding in het museum.



8. Bij overlijden van oud NAC-voetballers en -medewerkers toont de club respect door het instellen of tekenen van een condoleanceregister, een rouwkaart aan de nabestaanden, bloemetje of aanwezigheid bij de uitvaart. Indien iemand buitengewoon veel voor de club heeft betekend, wordt volgens het protocol een minuut stilte in acht genomen. Ook bij blijde gebeurtenissen (geboorte of huwelijk) laat NAC wat horen aan de betrokkenen.

9. Om aan punt 7 en 8 te kunnen voldoen is het wenselijk om een degelijk registratiesysteem te maken en te onderhouden, met hierin opgenomen de gegevens over oud-spelers en oud-medewerkers. Hierbij kan gebruik worden gemaakt van oud-spelers om mee te werken aan dergelijke registratie of organisatie, eventueel met ondersteuning van de NAC-administratie en het NAC museum.

10. Het stadion kent slechts één naam: het Rat Verlegh Stadion.

11. Misbruik van de naam en van oude en nieuwe logo's van NAC wordt voorkomen door ze te beschermen. Het is wenselijk de naam terug te veranderen in NAC (zonder Breda). Dit is de enige mogelijke verandering van de naam. In de communicatie gebruikt men zoveel mogelijk NAC als naam, afgezien van officiële documenten.

12. NAC zal het bestaansrecht van het museum waarborgen en waar mogelijk faciliteren. Dit kan door medewerking en steun te verlenen aan activiteiten rond het museum.

Traditie

1. De club beschermt het 'avondje NAC'. Dit kan door te spelen op een vaste avond en aanvangstijd, namelijk zaterdagavond 19.30 uur of een tijdstip dat zo min mogelijk hiervan afwijkt, rekening houdend met bepalingen van politie, televisiecontracten en KNVB. Dit standpunt moet wel duidelijk gemaakt worden aan deze partijen.

2. Binnen de rijke traditie van de club is het fanatieke NAC-publiek een belangrijk onderdeel, dat in het hele land bekend is. NAC geeft deze supporters zoveel mogelijk de gelegenheid om dit te tonen door o.a.: vlaggen, vuurwerk (binnen de grenzen van wat volgens de KNVB- regels en wettelijk mogelijk is), spandoeken, stadionmuziek enzovoort. Hierbij is het uitgangspunt dat de club optimale faciliteiten en ruimte creëert voor supportersinitiatieven/- activiteiten. Het is onwenselijk om zonder overleg met de Clubraad (al dan niet via NAC) sfeerverhogende activiteiten en/of commerciële activiteiten te ontplooiën die strijdig zijn met de cultuur van NAC.

3. Vanwege de benodigde inkomsten en de uitstraling naar haar supporters heeft NAC de merchandising professioneel georganiseerd. Hierbij wordt gebruik gemaakt van de inbreng van de verschillende erkende supportersvertegenwoordigingen.

4. NAC zet de traditie van de open dag voort. Deze wordt professioneel aangepakt. De open dag heeft een vaste plaats/taakverdeling binnen de organisatie van de club. NAC besteedt aandacht aan een goede communicatie tussen de diverse supportersvertegenwoordigingen, waardoor alle groepen supporters aan hun trekken komen. Indien mogelijk wordt de open dag uitgebreid met andere evenementen, bijvoorbeeld een supporters-spelers-medewerkers feest. Het is wenselijk dat kort voor of kort na de open dag er thuis een oefenwedstrijd tegen een voor NAC aantrekkelijke tegenstander wordt georganiseerd. De open dag wordt bij het stadion georganiseerd. Een afwijkende locatie wordt in overleg met de supportersgroeperingen vastgesteld.



5. In het stadion wordt zoveel mogelijk gebruik gemaakt van tradities, zoals bij de muziek vooraf en na de wedstrijd en de keuze van een goede omroeper. Hierbij is het wenselijk niet enkel aandacht te besteden aan professionalisering, maar ook aan gevoel en kennis voor NAC, het Avondje NAC en het publiek van NAC.

6. Bij gebruik van de LED-boardings wordt terughoudendheid in acht genomen. Er moet aansluiting gezocht worden met de wedstrijdbeleving van NAC-supporters. De boarding wordt niet ingezet voor interactie met het publiek (sms/twitter/enz.). De gebruikelijke spelletjes (presentator op het veld, Miss NAC, cameraspelletjes e.d.) passen niet binnen de traditie en waarden van NAC. Het gebruiken van de vidiwall voor bijvoorbeeld beelden uit de historie van de te spelen wedstrijd en het voorstellen van een 'oud-speler van de wedstrijd' wordt als positief ervaren.

7. Geregisseerde publieksspelletjes, ook buiten een eventuele vidiwall om, zijn niet club-eigen. Muziekjes na een doelpunt, geregisseerde waves, publiek-opjutters (zoals trommels, mascottes en/of klappers etc.) en ander geregisseerd entertainment zijn ongewenst, ook in het uitvak.

8. Gezang van de supporters bij de wedstrijden is een belangrijk deel van het Avondje NAC. Het is hoogst onwenselijk dit door (te) harde muziek te overstemmen. De club streeft er verder naar de akoestiek binnen het stadion te verbeteren.

9. NAC streeft ernaar zoveel mogelijk een door de aanhang gewaardeerde speelstijl te hanteren, met passie, durf, brutaliteit, werklust en een energiek en aanvallend ingesteld elftal. Bij het aantrekken van trainers, spelers en overige medewerkers wordt hiermee dan ook zoveel mogelijk rekening gehouden. Er is uiteraard voldoende ruimte accenten te verschuiven, maar de hoofdlijn blijft intact zodat passanten niet het karakter van de speelstijl grondig kunnen veranderen.

10. NAC streeft herkenbaarheid na bij het samenstellen van de technische staf en selectie. Het streven is om het aantal huurspelers tot een minimum beperken.

11. NAC streeft erna om jaarlijks een bedrag voor de sfeerpot beschikbaar te stellen. Dit bedrag wordt in samenspraak met de verschillende supportersorganen en de Supporters Liason Officer van NAC ingezet om, tijdens wedstrijden, sfeerverhogende activiteiten te ontplooiën op de tribunes.

Cultuur

1. NAC is een Bourgondische club, met mensen die houden van plezier, feestelijkheid, eten en drinken. Daarom is het belangrijk op wedstrijddagen maar ook bij evenementen zoals de open dag om goede voorzieningen te treffen binnen en rondom het stadion. De club hecht zeer grote waarde aan de catering, hetzij door goede contracten met cateraars, hetzij door de catering in eigen hand te nemen. De voorkeur gaat uit naar personeel uit de regio.

2. NAC heeft een klantvriendelijke ontvangst hoog in het vaandel en zorgt voor voldoende en schone toiletten, ook voor rolstoelers. Ook zorgt de club voor het goed schoonhouden van de stoelen. NAC spant zich in om ongenummerde tribuneplaatsen en staantribunes te behouden.

3. Het zit in de cultuur dat NAC een grote, vaste aanhang heeft. De club is er alles aan gelegen deze te behouden of uit te breiden door acties zoals het belonen van hondstrouwe supporters, mensen die al heel lang iets voor de club doen of iets speciaals betekend hebben. Dit kan onder andere door voorwedstrijden door de jeugd, aantrekkelijke oefenwedstrijden en het actief



meewerken aan de interactie tussen supporters. Dit kan voor bepaalde sponsors betekenen dat deze een keer aandacht krijgen.

4. De club stelt een marketing- en communicatieplan op om meer supporters te trekken en de naam NAC op positieve wijze verder uit te dragen, zowel lokaal, regionaal, nationaal als internationaal. Een vaste uiting is, naast een visuele huisstijl, tevens een in woorden en gedragingen na te streven huisstijl in alle communicatie richting media, sponsors en supporters. Hiervoor zijn de cultuurwaarden de pijlers. Daarbij moet worden opgepast dat bij speciale acties vaste supporters zich niet benadeeld voelen. Er worden bijvoorbeeld geen gratis kaarten uitgedeeld.

5. NAC zet zich in om, binnen de richtlijnen van KNVB, gemeente en justitie, de toegang tot het stadion en het bezoek aan uitwedstrijden zo eenvoudig mogelijk te maken. Indien mogelijk zal NAC ernaar streven de verplichting van de ClubCard af te schaffen.

6. NAC hanteert een dadergerichte en positief gedrag bevorderende aanpak en zet zich in voor het beperken van generieke maatregelen. De club voorkomt dat de meerderheid van de supporters de dupe is van misdragingen door individuen. NAC vergroot de pakkans en hanteert een consequent en duidelijk beleid. Beperkende maatregelen gericht op de meerderheid van de supporters worden voorkomen.

7. Voor uitwedstrijden heeft NAC het treffen van goede regelingen hoog in het vaandel. De club spant zich binnen de door Openbaar Ministerie, burgemeester, politie en ontvangende clubs gestelde grenzen in om voldoende kaarten te regelen voor de eigen aanhang, verplichte combi's te verminderen, goedkopere kaarten af te dwingen, meer opstapplaatsen te regelen en zo min mogelijk beperkingen op te laten leggen. De club tracht een grotere vaste kern uitsupporters op te bouwen door trouw bezoek en positief supportersgedrag te belonen.

8. NAC streeft ernaar als een authentieke club op te treden en dus geen andere clubs te imiteren. De club houdt vast aan de kernwaarden om de uitstraling naar het eigen publiek en naar buiten toe te vergroten en om ook in de toekomst authentiek te blijven.

9. NAC verplicht zich om jaarlijks minimaal 1 forumavond te organiseren. De gewenste forumleden worden in overleg met de Clubraad bepaald en bestaan uit de vertegenwoordigers van het bestuur, de directie en/of de technische staf.

Gemeenschap

1. NAC heeft de intentie zoveel mogelijk potentieel uit de omgeving Zuidwest-Nederland te gebruiken. Dit geldt voor supporters, sponsors, business partners en spelers. Van dit potentieel wordt gebruik gemaakt door intensief in de omliggende streken te werven.

2. De talentendag is belangrijk om de regionale binding te versterken. De club stimuleert dat op deze talentendagen ook NAC-1 spelers aanwezig zijn. Ook de jeugdopleiding zal waar mogelijk meer gebruikt worden voor regionale jeugd.

3. Iedereen bij NAC realiseert zich dat de club een voorbeeldfunctie heeft. Dus iedereen zal zich zo flexibel mogelijk opstellen en zijn medewerking verlenen aan de PR voor NAC en Breda. Ditzelfde geldt voor acties op het punt van discriminatie, racisme, zinloos geweld, etc.

4. NAC heeft tot doel zich meer te profileren in de stad Breda en omgeving. Dit kan door b.v. rondleidingen in het stadion en het museum, en door een betere verwijzing van de route naar



het stadion en de parkeerplaatsen. In overleg met de gemeente en de ANWB wordt getracht een optimale bewegwijzering te bereiken. Busvervoer wordt gestimuleerd en uitgebreid, ook tijdens wedstrijden buiten de reguliere competitie. Daarnaast zullen pogingen ondernomen worden om zoveel mogelijk nuttige ruchtbaarheid te geven aan komende wedstrijden in dagbladen, regionale weekbladen, reclames op bussen, raamflyers, NAC.nl etc. Ook tracht men zoveel mogelijk contacten in stad en regio te leggen door bezoek aan activiteiten, scholen en verenigingen.

5. Als club maar ook als speler geniet men het aanzien van de supporter en zeker ook van de jeugd. Hiervan zal NAC gebruik maken door voorlichting te geven door de club of spelers over maatschappelijke problemen, bijvoorbeeld op scholen. Ook het organiseren van clinics is een middel om dit te bereiken. In dit rijtje valt ook te noemen het bij de club aan het werk zetten van jongeren met een alternatieve straf. Met name ook de spelers kunnen een rol spelen bij het behartigen van sociale zaken in Breda.

6. De maatschappelijke activiteiten van NAC worden primair behartigd door de Stichting Teamplay@NAC. NAC en Teamplay@NAC streven een harmonieuze samenwerking na waarin synergie voorop staat.

7. NAC zet zich in om de kwaliteit van de stewardorganisatie te waarborgen en te versterken. De club ziet toe op behoorlijk en ingetogen gedrag van extern ingehuurd beveiligingspersoneel en stimuleert de professionalisering van de veiligheidsorganisatie.

8. NAC is een volksclub en dus komen er van alle lagen van de bevolking supporters naar NAC. Om dit zo te houden, zal NAC waar mogelijk onderzoeken waarom mensen afhaken als ze geen seizoenkaart meer zouden nemen. NAC tracht verder via de Clubraad en andere wegen zoveel mogelijk naar klachten en wensen van de supporters te luisteren en de klachten trachten weg te nemen. Hiertoe is het inrichten en onderhouden van een klachtendatabase een middel.

9. NAC is een volksclub en is er alles aan gelegen om dit in ere te houden. Bijvoorbeeld door ervoor te zorgen dat men vanuit alle lagen van de bevolking NAC kan blijven bezoeken. De club besteedt vanwege de sociale functie extra aandacht aan zwakkeren in de samenleving. Dit kan door het aanbieden van goedkopere kaarten, het bieden van goede voorzieningen en het organiseren van speciale activiteiten.

10. Omdat NAC een club van iedereen is, wordt voorkomen dat een klein groepje mensen alles binnen de club bepaalt. Openheid en inspraak worden bevorderd. Supporters en sponsors zijn vertegenwoordigd in de diverse organen van de club.

11. NAC garandeert te allen tijde de veiligheid van de supporters in het eigen stadion en zo goed mogelijk tijdens uitwedstrijden. Hierbij valt in het bijzonder te denken aan de rolstoelers. Er wordt hoge prioriteit gegeven aan een goed geregistreerd evacuatieplan ter voorkoming van calamiteiten. Dit evacuatieplan kan enkel succes hebben als dit bij iedereen bekend is. Dit kan bijvoorbeeld door het mee te sturen bij de aanvragen voor een nieuwe seizoenkaart of door het bij een mailing te vermelden.