



Jacob Laesen
Når lysene flimrer i Parken



En Del Af Noget Større



100%

VM 2010 kval.

EM 2012 kval.

VM2014 kval.

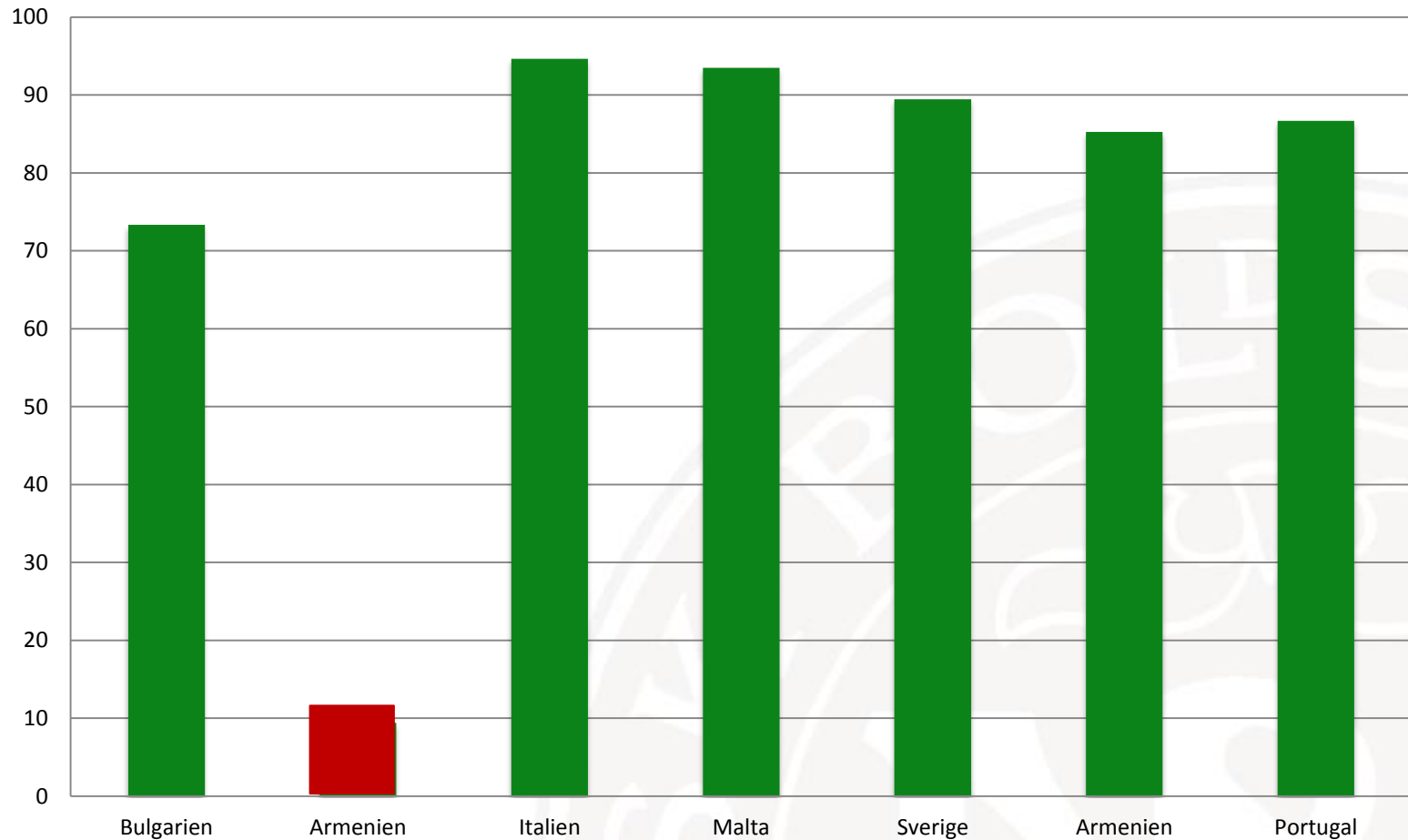
60%

Tre overskrifter

- **Vi er bevidste om vores situation**
 - Faldende tilskuerinteresse
 - Konkurrence på oplevelsesmarkedet
 - Landsholdets popularitet
- **Vi kender potentialet**
 - Fanundersøgelse
 - Imageundersøgelse
 - Publikumsundersøgelser
- **Revideret fanstrategi og billetprisstruktur med inspiration fra udlandet**
 - Loyaltet-Fastholdelse
 - Differentiering
 - Rekruttering



Samlede oplevelse af en landskamp



Målgrupperne / Potentialiet



Total 15 år+

4,4 mio. personer - 100%

- Kæmpe stor fan: 6%
- Stor fan: 10%
- Meget ofte tilskuer på TV eller stadion: 16%
- Af og til tilskuer på TV eller stadion: 20%
- Lidt ligeglad med at følge kampene: 16%
- Slet ikke interesseret: 28%
- Kender ikke/ved ikke: 3%



Følger Landsholdet regelmæssigt

2,3 mio. personer - 52%

- Kæmpe stor fan: 12%
- Stor fan: 19%
- Meget ofte tilskuer på TV eller stadion: 31%
- Af og til tilskuer på TV eller stadion: 38%



Er fan af Landsholdet

700.000 personer - 16%

- Kæmpe stor fan: 39%
- Stor fan: 61%

*Kilde: Communication Research 2013

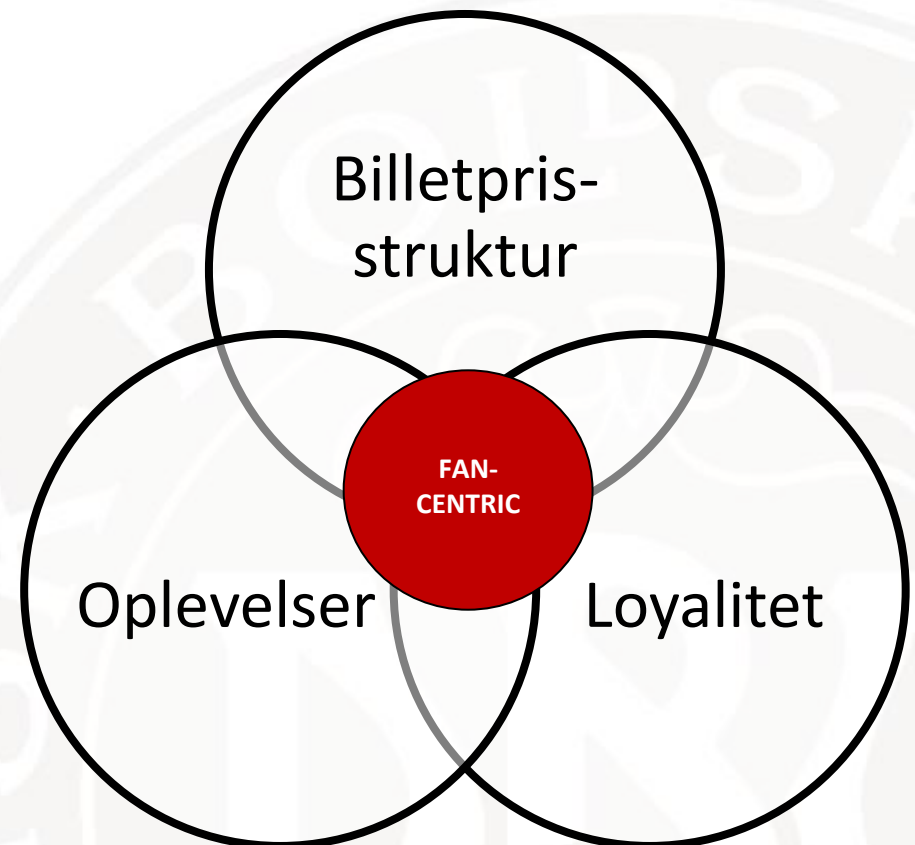
Potentiale og barrierer

- **Potentiale:**
 - 98% kendskabsgrad
 - 2,3 mio. følger landsholdet
 - 700.000 definerer sig selv som fans af landsholdet
- **Barrierer:**
 - Prisen matchede ikke oplevelsen i Parken!
 - Landsholdet mangler kant
 - Sportslige resultater
 - Manglende gensalg
- **Vi kan vælge at skrue på pris eller oplevelse**
 - Vi tror på begge dele



Fan-centric

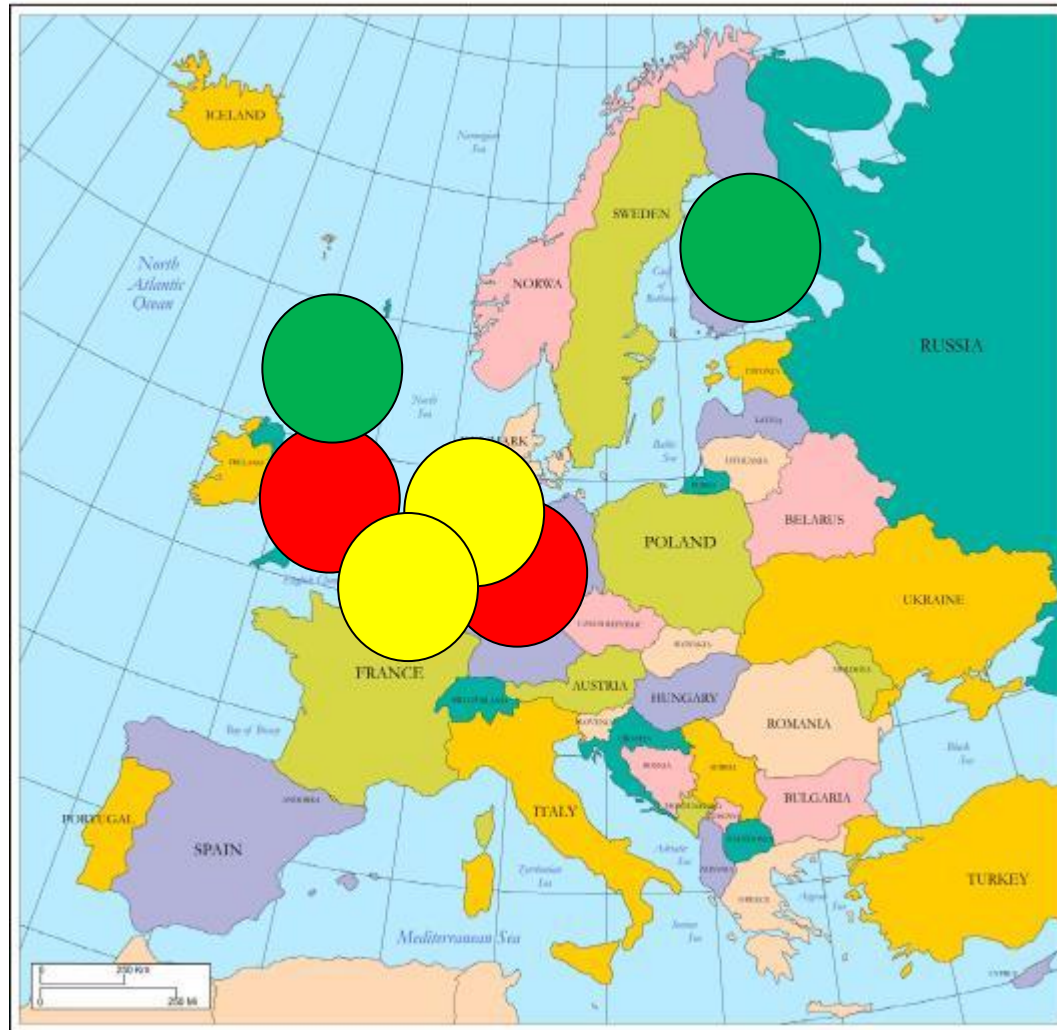
- **Principper for Fan-centric**
 - Øget prisdifferentiering
 - Råd til landskamp
 - Loyalitet betaler sig
 - Fans skaber oplevelsen

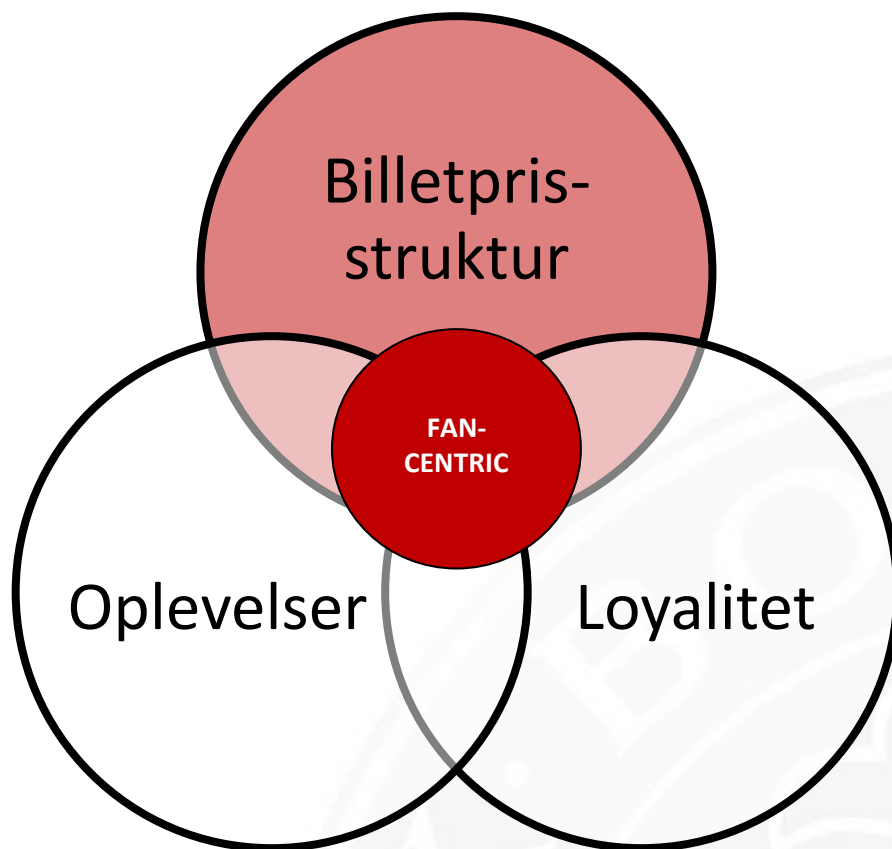


Inspiration



EUROPE





Øget prisdifferentiering



BILLETPRISER

Generel prisnedsættelse –
76 % af billetterne er sat ned

Øget differentiering på priser mellem
mest og mindst attraktive kamp.

Eksempel: Forskel på
gennemsnitlig billetpris

FØR*: fx DK-ARM / DK-ITA: 7 % (25 kr.)

NU**: fx DK-ARM / DK-POR: 33 % (127 kr.)

* VM 2014 kvalifikation
** EM 2016 kvalifikation

Råd til landskamp

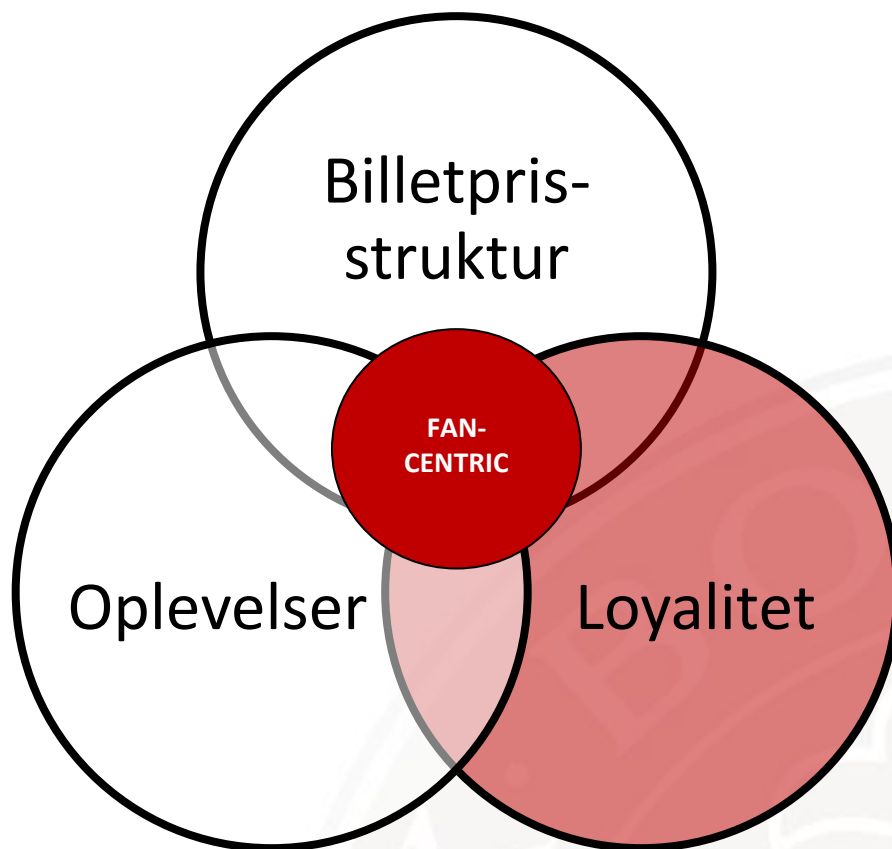
FAMILIE

Eksempel: 2 voksne og 2 børn (under 16 år)

Kamp	DK-ARM/FØR*	DK-ARM/NU**
Kat. 1	1360 kr.	1300 kr.
Kat. 3	1300 kr.	650 kr.

Besparelse op til 50 %





Loyalitet betaler sig

FANKLUB

- 10 % rabat på egen billet
- Forkøbsret til store kampe
- Forkøbsmulighed til udekampe og slutrunder med dansk deltagelse
- 20 % rabat på landsholdstrøje
- Eksklusiv velkomstpakke
- Nyheder og tilbud - før alle andre
- 200 kr./voksne og 125 kr./børn

Jubilæumspris
indtil den 27/5:

125 kr./voksne
75 kr./børn

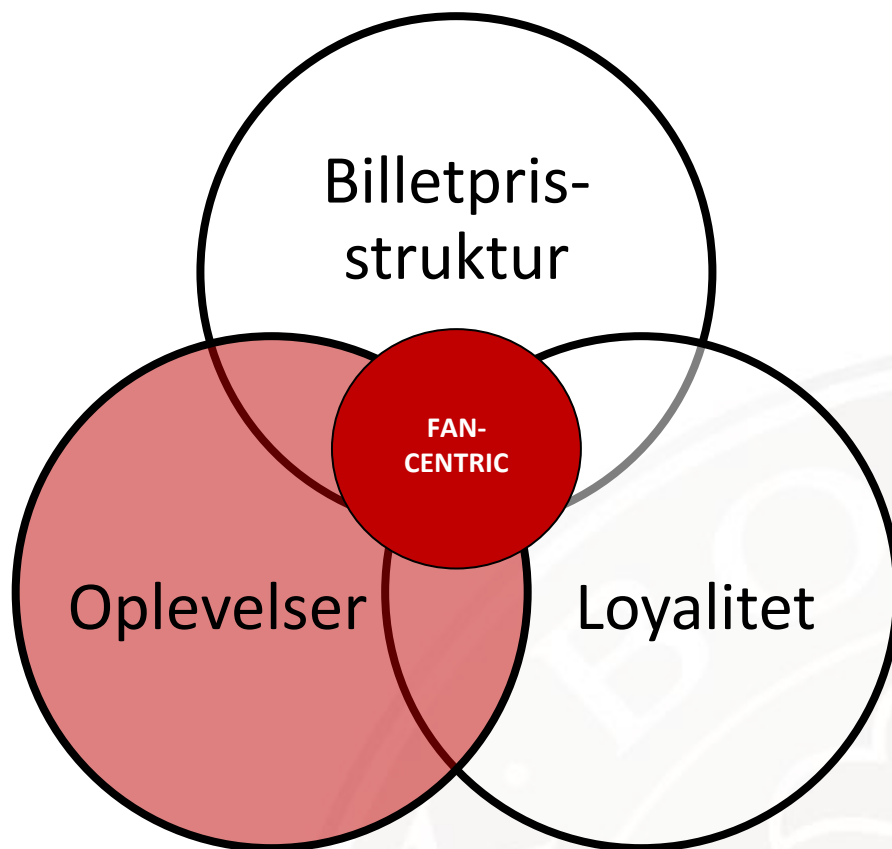


SÆSONKORT

- Gratis fanklub-medlemskab
- 20 % rabat på egen billet
- Forkøbsret til ekstra billetter
- Forkøbsmulighed til udekampe og slutrunder med dansk deltagelse

Eksempel: Sæsonkort på
nedre B, kategori 2
FØR*: 1915 kr.
NU**: 1200 kr.

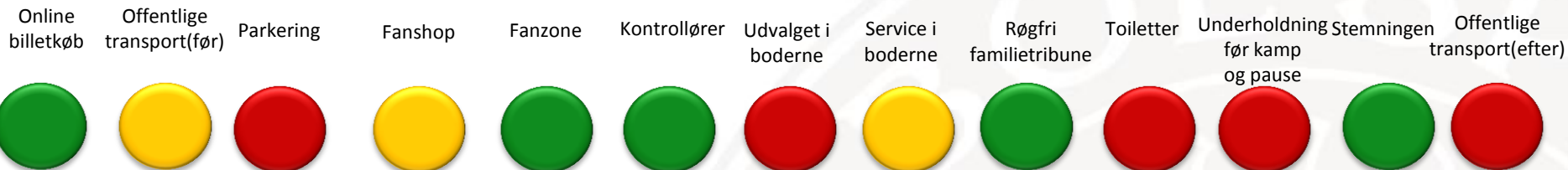
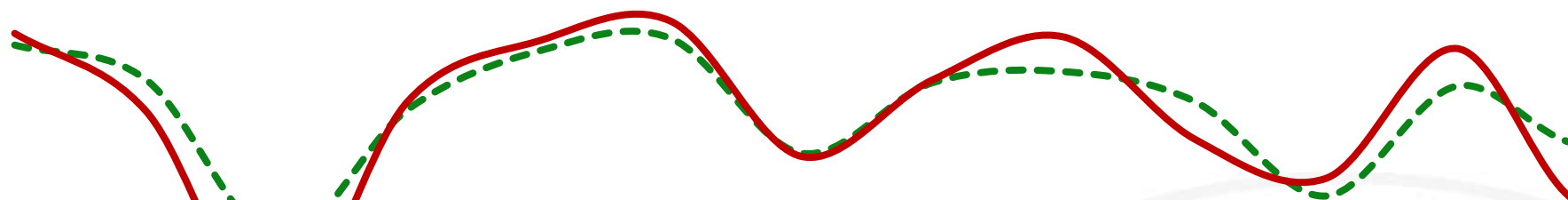
Besparelse
715 kr.
+ gratis billet
til DK-SVE
ved køb
før 27/5



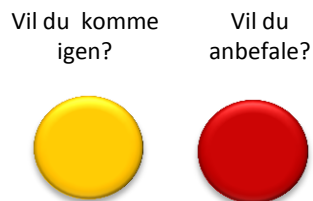
Danmark-Portugal 2014



--- Journey (gennemsnit) — Portugal



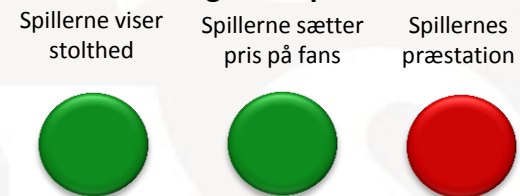
Udsagn om loyalitet



Udsagn om prisen



Udsagn om spillerne



Fanundersøgelse



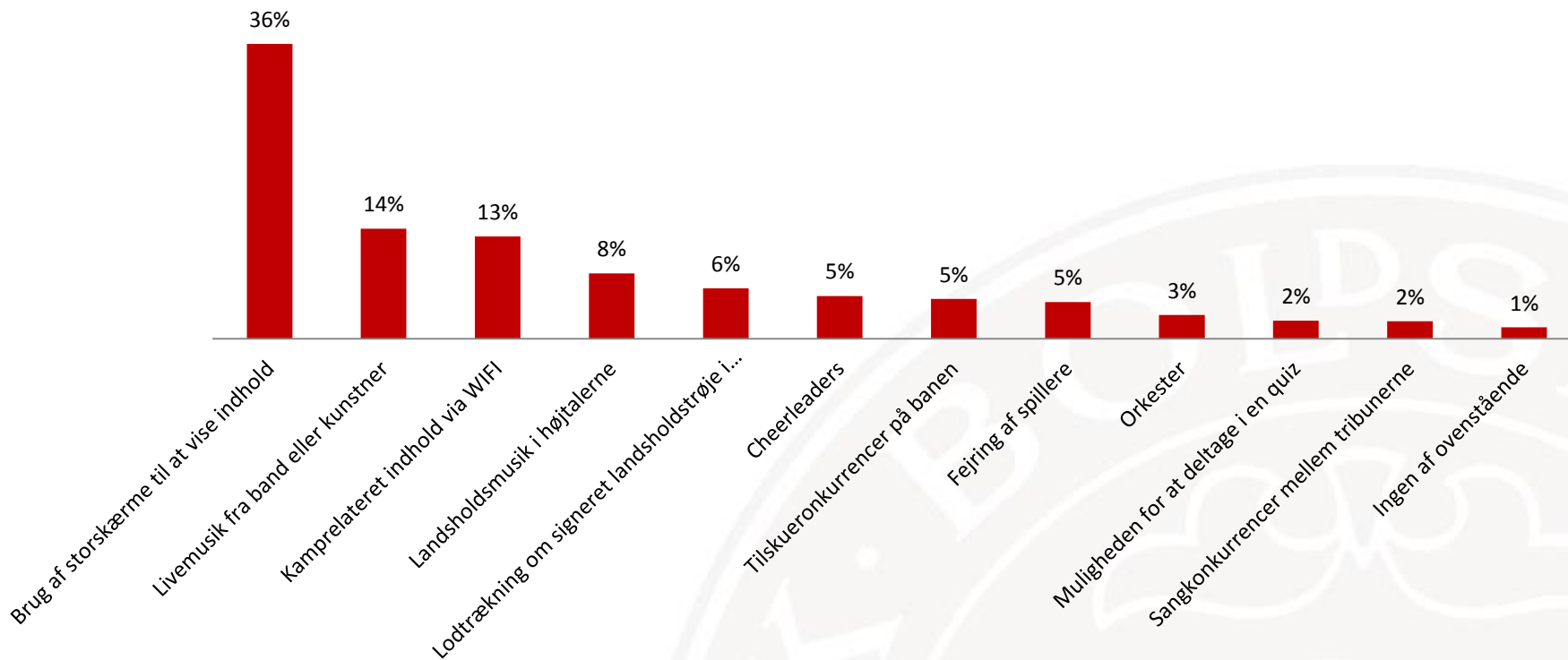
- Eksisterende materiale (tidligere undersøgelser, materiale fra andre lande)
- Interne interviews med nøglepersoner
- Fokusgrupper med fans – henholdsvis stemningsskabere og almindelige fans
- Spørgeskema omdelt til 50.000 fans fordelt på emnerne
 - Transport & parkering, optaktsarrangementer, underholdning, landskampmagasinet, salg af merchandise, loyalitetskonceptet, stemning, børne- og familietribunen og salgsboderne.
- 5.496 har åbnet spørgeskemaet. 554 har aldrig været til landskamp i Parken og er frasorteret. 4194 har besvaret alle spørgsmålene.



Underholdning



Foretrukne underholdningsform



Spm.: Hvis du kun kan vælge en, hvilken af følgende former for underholdning vil du så foretrække til landskampe i Parken?

Base: 4314.

Fans skaber oplevelsen



Oplevet værdi for tilskuerne

Livemusik før kamp
eller i pause

Bedre brug af
storskærm

WIFI i Parken

Mere
landsholdsmusik i
højtalerne

Cheerleaders

Lodtrækning af unikt
indhold, f.eks. en
spillertrøje med
autograf

Pris/implementeringskompleksitet

Fejring af spillerne
f.x debut, jubilæum

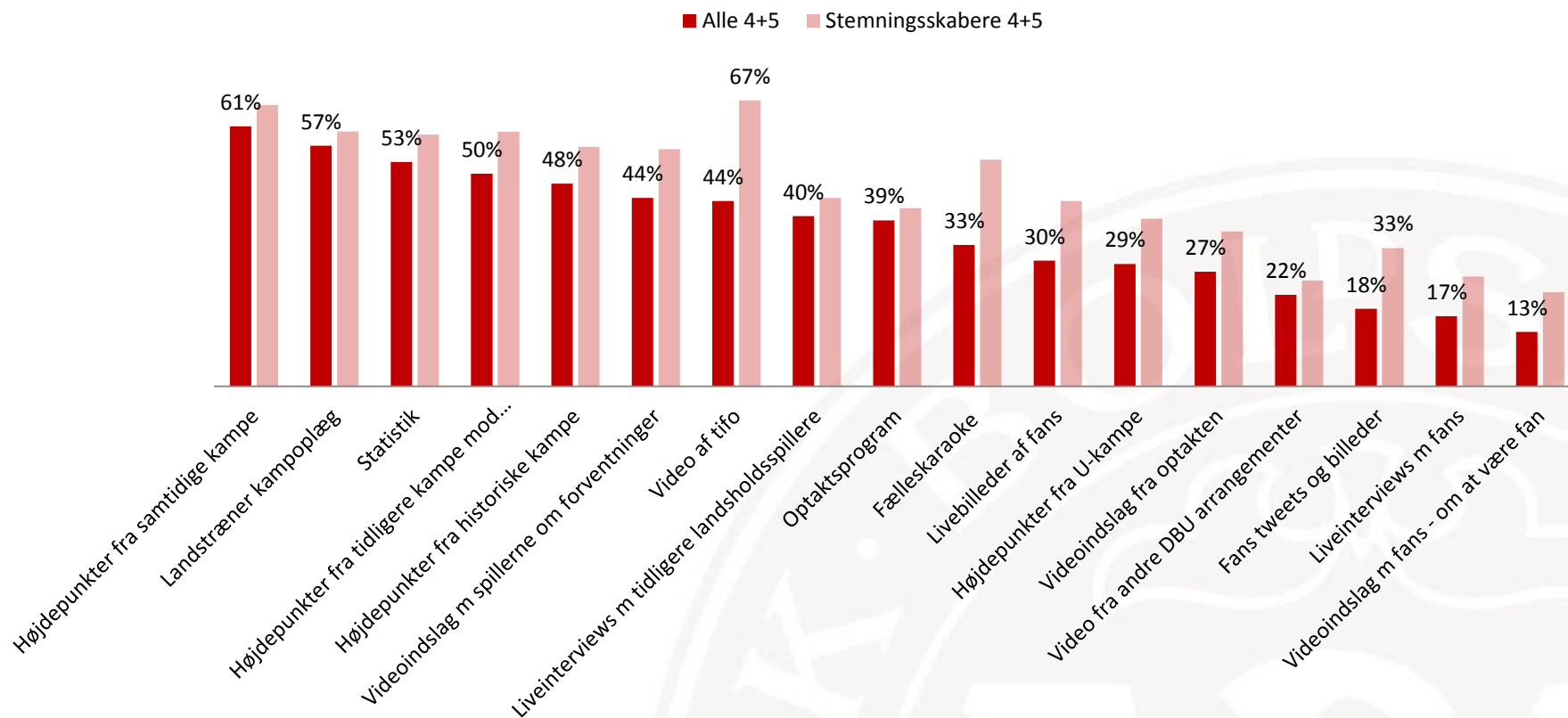
Orkester til national
melodi

Sangkonkurrence
mellem tribunerne

Storskærme



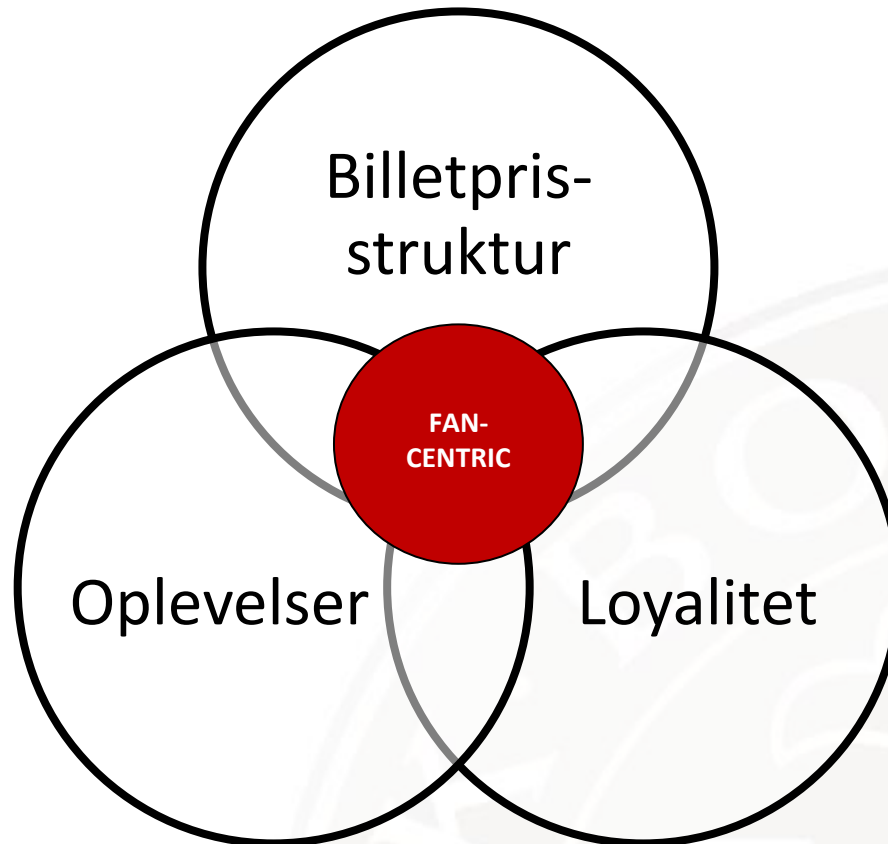
% som i høj eller meget høj grad finder interessant



Spm.: I hvilken grad finder du følgende former for indslag på storskærmene interessante?

Baser: Alle. Stemningsskabere: 318.

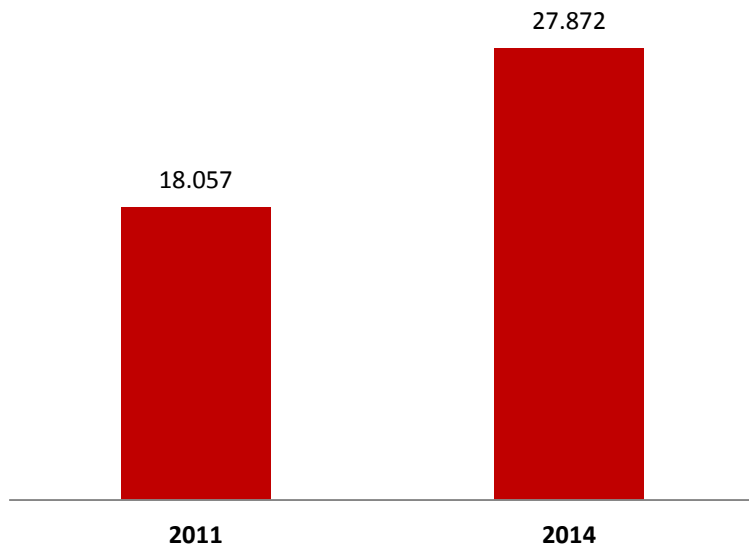
Status på strategien



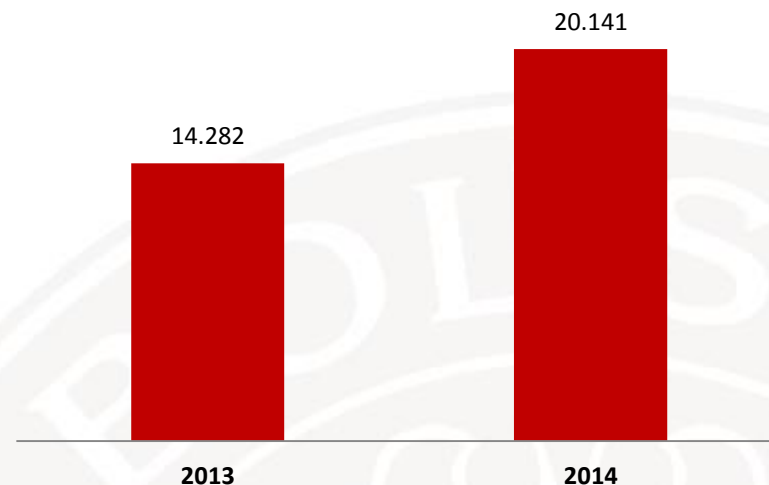
Tilskuertendenser



Danmark-Sverige



Danmark-Armenien



- Danmark-Sverige højeste tilskuertal til en venskabskamp siden 2005
- Danmark-Tyrkiet havde højeste landskamptilskuertal i Odense siden 1988
- Danmark-Armenien stigning på 82% i det offentlige billetsalg og 40% på det samlede tilskuertal
- Udsolgt til Danmark-Portugal 2,5 uge tidligere end Danmark-Italien

Udvikling af antal sæsonkortholdere og fanklubmedlemmer



- **Landsholdets Fanklub**

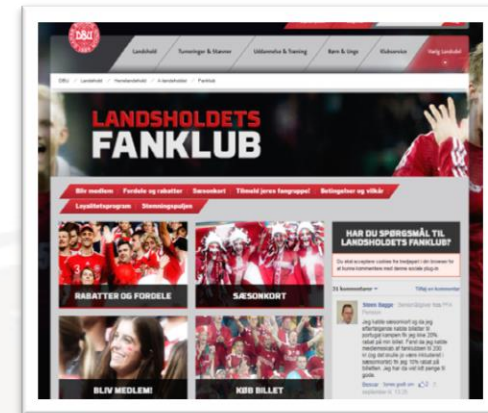
- Siden opstarten i marts er der blevet indmeldt 3.500 medlemmer i fanklubben, Roliganklubben havde da de toppede i 1992-1993 omkring 2.500 medlemmer.

- **Sæsonkort**

- En stigning på 40 % fra 1600 solgte sæsonkort i VM2014-kval til 2500 solgte sæsonkort i EM2016-kval.

- **60.000 kommercielle permissions**

- Mulighed for udsende relevant kommercielt værdiskabende indhold
- Åbningsrater på 60 %



"Det er fedt at se, at DBU tager nogle nye initiativer for at gøre landsholdet folkeligt igen. Ros til DBU".

- Martin Davidsen, Tipsbladet

"Fornyet optimisme. Mange positive svar".

- Morten Crone Sejersbøl, BT

"Tak for den nye stil"

- citat dansk fan



"Hvor er det fedt med mere åbenhed omkring landsholdet"

- citat dansk fan



"Det er ikke alene spillet, men hele stemningen omkring landsholdet der har fået et løft".

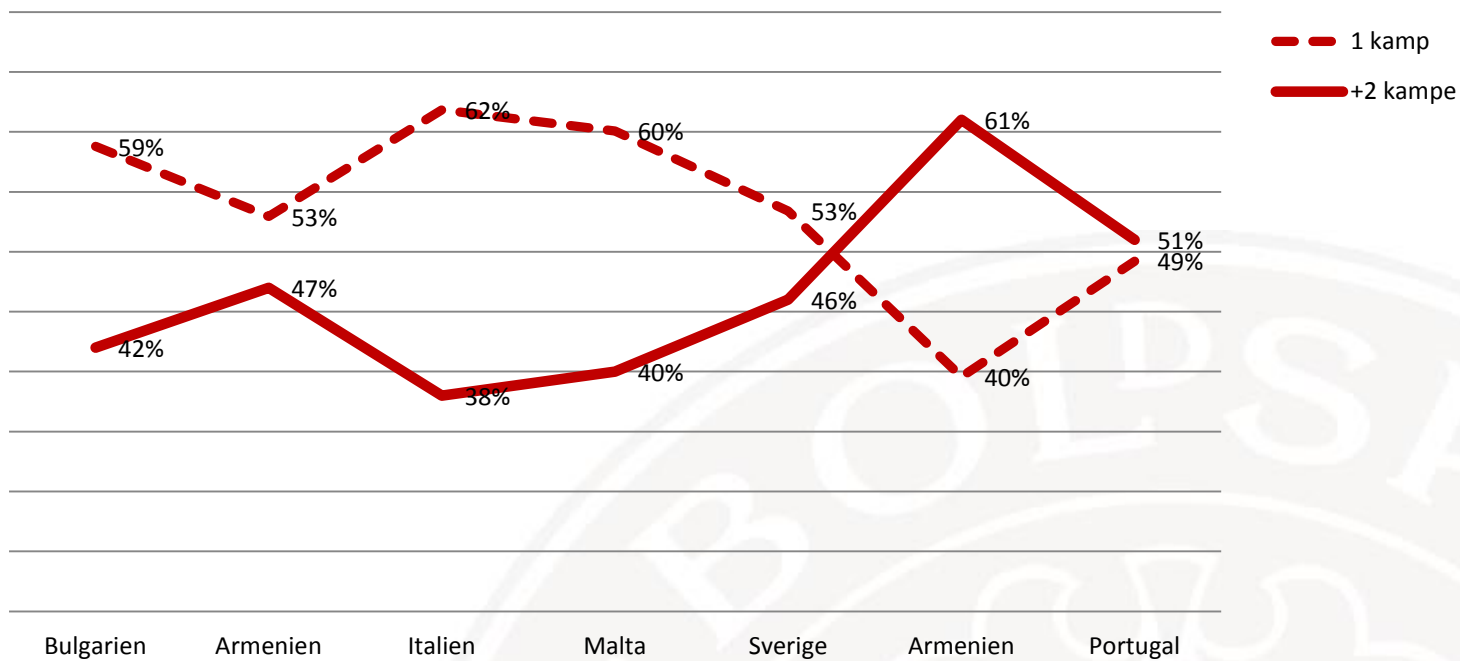
- Jan Jensen, Ekstra Bladet



"Tak til DBU – den nye 'linie' begynder allerede at give pote og vi, fansene, er klar til fremtidige oplevelser"

- citat dansk fan

Genkøb landskampe



Pris/Oplevelse



Vil du komme igen?



Vil du anbefale?



Experience is the marketing – Citat: Joseph Pine

Førstegangskunder: Markedsføring

- Egne digitale platforme
- Online annoncering
- Retargeting
- Radio og TV
- Outdoor
- LED

A stylized map of Denmark is shown in the center of the slide. The map is black and white, with a large red rectangular area overlaid on the central part of the country. Inside this red area, the text '38.000 tilskuere skal findes for at fylde PARKEN' is written in bold black letters.

**38.000 tilskuere
skal findes for
at fylde
PARKEN**

Genkøb: Oplevelse

- Sociale medier
- Fanklub/CRM
- Stemning
- TIFO/Stemningspulje
- Fanzone
- Underholdning
- Oppyntning og tematisering
- Storskærm

Fremtidsperspektiv

- **Nye mål og nyt hold**
 - Sportslige mål: U21-EM 2015, EM 2016 og EM2020
 - Landsholdet365
- **Ny sponsorstruktur**
 - Fra hovedsponsor til CL-model med 6 sidestillede partnere
- **Nye produkter**
 - Merchandise
 - Content og CRM
 - Event og aktivering Camp Denmark // VM i Straffe
- **Ny fortælling**
 - DBU inviterer ALLE til at være En Del af Noget Større





Spørgsmål?

Jacob Laesen
Mail: Laue@dbu.dk
Telefon: 60606163