

Een abonnement op je seizoenkaart

FC København

In een tijd waarin abonnementen deel uitmaken van het dagelijks leven, zoals op de sportschool of je telefoon, haalt de Deense recordkampioen het concept naar het voetbal. FC København heeft een uniek, innovatief model geïntroduceerd dat traditionele seizoenkaarten op zijn kop zet: maandelijkse abonnementen op een seizoenkaart. Dit initiatief trok niet alleen de aandacht van voetbalfans, maar heeft een golf aan inspiratie en positieve reacties ontvangen van andere clubs. KNVB Expertise ging in gesprek met de club om het succes en de voordelen van dit project te achterhalen.

Mei 2024

Waarom is FC København gestart met het aanbieden van maandelijkse abonnementen op seizoenkaarten?

De periode rondom het verlengen van seizoenkaarten is voor een aantal afdelingen binnen de club te kenmerken als intensief, vooral in Scandinavische landen waar het seizoen relatief kort is. Het automatiseren van dit proces, zonder dat supporters de verlenging hoeven door te geven, zou potentieel tijdbesparend zijn. In samenwerking met een Amerikaanse partij gespecialiseerd in het transformeren van op transactionele bedrijfsmodellen naar op abonnementsgerichte modellen startte FC København in 2018 met het aanbieden van seizoenkaartabonnementen.



Tijdsbesparing was maar één drijfveer om dit project te implementeren. Ten tweede zat het

stadion niet vol. Met een bezettingsgraad van seizoenkaarten van amper 40% als één van de grootste clubs van het land, was er genoeg ruimte voor verbetering. Ten derde had de club voor ogen om nieuwe supporters en generaties te betrekken bij de club, die wellicht terughoudend zouden zijn om zich te committeren aan een volledige seizoenkaart. Het belooft een grote uitdaging te worden, omdat dit model in het Europese voetbal nog niet was geïmplementeerd en FC København, ten vierde, vooruitstrevend wenst te zijn.

Hoe werkt het en wat was de reactie?

Met de juiste software en systemen op de achtergrond kon het project van start gaan. Supporters kregen de keuze om in plaats van hun jaarlijkse seizoenkaart te verlengen, een abonnement op een seizoenkaart aan te schaffen. Tegen een kleine omgerekende prijsverhoging wordt maandelijks een bedrag van de rekening van de supporter afgeschreven. Dit abonnement was voor zes maanden bindend en daarna maandelijks opzegbaar, waardoor het abonnement doorloopt totdat de supporter zelf opzegt.

De eerste reactie van de supporters was optimistisch. Tegen een maandelijkse betaling kon men zichzelf al seizoenkaarthouder van de club noemen, in plaats van een eenmalig groot bedrag. Hierdoor wordt het voor fans eenvoudiger om zich te binden aan langdurige betrokkenheid bij de club, zonder dat ze meteen een grote uitgave hoeven te doen. De desbetreffende stoel behoort altijd tot de seizoenkaarthouder, tot het moment zij het abonnement annuleren. Uiteindelijk ontstonden er zelfs wachtlijsten, waardoor seizoenkaarthouders het abonnement zelden annuleren. Echter, dit kan leiden tot ongewenste "no shows", wat de club vanzelfsprekend wilt beperken.

Wat zijn de voordelen en resultaten geweest?

- Voor het invoeren van dit vernieuwde beleid had het stadion een seizoenkaartbezetting van ca. 15.000, in een stadion waar ruim 38.000 supporters de wedstrijd kunnen bijwonen. In de eerste maanden sinds de invoering steeg dit aantal al naar 10.000, en eindigden ze op 12.000 seizoenkaarten. De

verwachte toename per seizoen kon niet worden doorgezet door de Covid-19 uitbraak. Het eerste seizoen waarin men weer toegang naar het stadion verkreeg, werden 18.000 seizoenkaarten verkocht. Per 2023/2024 was het aantal seizoenkaarten 23.000, wat neerkomt op circa 61%. In deze periode verdubbelde de gemiddelde bezetting bijna, van 15.000 naar bijna 29.000

- De tribune waar de harde kern zich bevindt heeft een capaciteit van 8.500 supporters. Al deze supporters zijn seizoenkaarthouders, terwijl er een wachtlijst is van meer dan 4.000 seizoenkaarten voor "Sektion 12".



- In het eerste kwartaal van een seizoen heeft een club normaliter een hoge cashflow door inkomsten uit seizoenkaarten. Door het invoeren van maandelijkse seizoenkaartabonnementen wordt een groot deel van deze inkomsten verspreid over het seizoen. Na interne overleggen en financiële scenarioanalyses, kon FC Kopenhagen concluderen dat het weinig afhankelijk was van de cashflow aan het begin van het seizoen. Dit vormde dus geen hindernis, maar juist continuïteit in de financiële stromen gedurende een seizoen. Daarnaast worden maandabonnementen omgerekend duurder aangeboden en verkocht dan een reguliere seizoenkaart.
- Supporters kunnen met een maandlijks abonnement ook doorsparen voor het *Loyalty Program*, waar punten kunnen worden verdiend bij aanwezigheid tijdens een wedstrijd. Op basis van deze punten selecteert de club de meereizende uitsupporters en supporters voor Europese wedstrijden.

Zoals vermeld beoogt een club "no shows" te vermijden, wat vooral tegen lager geklasseerde clubs hoog kan zijn. Een voller stadion betekent immers meer inkomsten uit bijvoorbeeld horeca of merchandise. Bovendien zeggen supporters niet maandelijks op, uit angst om hun stoel kwijt te raken en eventueel op de wachtlijst te komen te staan. Om deze reden bood FC Kopenhagen uiteindelijk ook ticket-subscriptions aan. Met deze abonnementsvorm betaalt een supporter ook maandelijks en hebben zij het recht om vooraf hun ticket voor hun stoel te reserveren zonder extra kosten. Gebeurt dit niet of geven ze deze vrij, wordt de stoel als losse ticket verkocht.

Conclusie

Het introduceren van maandelijkse abonnementen voor seizoenkaarten is een slimme zet gebleken voor FC Kopenhagen. Het heeft niet alleen hun fanbase en bezettingsgraad vergroot, maar ook een meer inclusieve en betrokken gemeenschap gecreëerd rondom de club. Met de voortdurende steun van hun fans zal FC Kopenhagen ongetwijfeld blijven floreren op en naast het veld.

Internationaal worden dergelijke maandelijkse seizoenkaartabonnementen door meerdere clubs opgepikt. Een van de clubs is RSC Anderlecht, die maandabonnementen aanbieden waarbij fans dit gemak eveneens ervaren. Hoewel de motivaties voor de Brusselaren wellicht verschillend waren, was voor FC Kopenhagen de prioriteit een voller stadion te verwezenlijken. Daar zijn ze hoe dan ook in geslaagd.

Vragen over de good practice? Neem contact op met KNVB Expertise via expertise@knvb.nl.

Mikkel Bjerre zelf aan het woord horen? Beluister [hier](#) zijn podcast over dit project.

Wat waren de leerpunten en veranderingen door de jaren heen?

Iedere club heeft goede voorbeelden. Wat is de Good Practice van jouw club? Neem contact op met KNVB Expertise en deel jouw goede voorbeeld met je collega's in het betaald voetbal!