

ALLMÄNNA IDROTTSKLUBBEN

ALLMÄNNA IDROTTSKLUBBEN

ALLMÄNNA IDROTTSKLUBBEN

ALLMÄNNA IDROTTSKLUBBEN

ALLMÄNNA IDROTTSKLUBBEN

ALLMÄNNA IDROTTSKLUBBEN

AIK FOTBOLL VISION

Ett strategiskt ramverk



”VI ÄR EN FOTBOLLSKLUBB!”

BAKGRUND

I mars 2022 lanserade AIK Fotboll ett strategiskt ramverk inklusive en för klubben övergripande vision. Syftet var att skapa en enad riktning för klubben oavsett verksamhetsområde, juridisk enhet eller målgrupp (det vill säga aktiva utövare, medarbetare, förtroendevalda, medlemmar, supportrar, samarbetspartners eller andra personer som är delaktiga inom eller kopplade till AIK Fotboll). Visionen bestod av elva målbilder. Dessa var gränsöverskridande för klubbens hela verksamhet, det vill säga inte enbart kopplade till sportslig prestation eller resultat, och de var beskrivna i nuläge för att visa upp den totala självbilden av klubben. Kort sagt – visionen byggde på den minsta gemensamma nämnaren som alla AIK:are kunde skriva under på.

Om visionen beskrev ”vad” AIK Fotboll skulle sträva efter att uppnå så saknades en beskrivning av ”hur” klubben skulle arbeta för att nå dit. Det var till och med uttalat i dokumentet att en sådan plan skulle fastställas. Skälet är enkelt – en vision utan en plan för genomförandet kommer aldrig att uppfyllas. Det är klubbens medarbetares och förtroendevaldas uppdrag att arbeta i riktning mot visionen och de uppställda målsättningarna och därför behöver alla dra åt samma håll.

Det fanns andra utmaningar med visionen. Målbilderna var inte prioriterade vilket gjorde att de kunde komma i konflikt med varandra. Det var därför svårt att prioritera i beslutfattandet vilket lätt leder till en mer personberoende organisation. Dessutom skiljde sig målbilderna åt i sin utformning. Vissa var väldigt konkreta, andra svåra att mäta.

Allt detta sammanlagt gjorde att AIK Fotboll tog beslutet att revidera det strategiska ramverket som visionen var en del av. Det är den revisionen som lett fram till detta dokument.

Det strategiska ramverket består av fyra beståndsdelar:

- **Identitet**
- **Vision**
- **Principer**
- **Strategier**

Nedan följer definitioner av de olika beståndsdelarna, en förklaring till de strategiska treårsplanerna som följer ramverket samt en beskrivning av den årliga revisionen.

Identitet

Klubbens identitet är de spelregler verksamheten har för att utveckla klubben. Den beskriver bland annat vår geografiska hemvist, vår tillväxt genom ungdomsfotbollen och vår vinnarkultur.

Vision

AIK Fotbolls vision är bilden av framtidens AIK Fotboll. Den är medvetet vag i konturerna och inte mätbar i tid. Visionen ska vara ett rättesnöre mer än en fulländad beskrivning.

Principer för högpresterande kultur

Vi är en klubb som ställer krav på oss själva och varandra. Vi vill ta ansvar för vår utveckling som individer, lag och förening.

Strategier

AIK Fotbolls strategier är styrmedel och arbetssätt i syfte att ta klubben i riktning mot visionen. Strategierna delas upp inom fyra huvudsegment – sport, finans, kommersiellt och föreningsutveckling.

Strategiska planer

Med strategierna som ram ska klubben bygga en strategisk treårsplan. Denna plan ska vara

målorienterad och initierad av styrelsen. Uppföljning och uppdatering av sådan plan sker årligen så att planen alltid behandlar de kommande tre åren.

Revision

Fotbollen är dynamisk och föränderlig. Därför är det viktigt att det strategiska ramverket följs upp och revideras kontinuerligt. En årlig revision ska ske i samband med upprättande av årsbudget och verksamhetsplan. Det är vitalt att revisionen är balanserad så att inte fundamentala delar i det strategiska ramverket ersätts utan en tydlig förklaring och förankring. Syftet med att revidera ramverket är mer att kalibrera detaljer i det så att verksamheten alltid proaktivt befinner sig på rätt kurs.

Det strategiska ramverket finns i en intern och en extern version. Anledningen är att det finns delar av de olika strategierna som AIK Fotboll av konkurrensskäl önskar hålla inom organisationen. Denna externa version av det strategiska ramverket är därför en komprimerad version.

Ramverket

IDENTITET VISION PRINCIPER STRATEGIER

IDENTITET

Vi är en av Sveriges ledande fotbollsklubbar. Allt vi gör utgår från kärleken till fotbollen och vi ser idrotten som en positiv kraft för människor och samhället i stort.

Vi är stolta över det ”allmänna” i namnet Allmänna Idrottsklubben. Vi står för inkludering och omfamnar våra olikheter, styrkor och begränsningar. Vi tror på en demokratisk förening för alla med ett svartgult hjärta.

Vi är en plats för drömmar och drivkrafter. Men vi är också en klubb som ställer krav på oss själva och varandra. Vi vill ta ansvar för vår utveckling som individer, lag och förening.

Vi är en klubb med rötterna i Stockholm och framtiden i Norrort och vi fortsätter ständigt att växa. Vår ungdomsverksamhet är vårt hjärta och vi bygger våra elitlag med egenfostrade spelare som grund.

Vi spelar för att vinna. Vi spelar som vi gjorde på skolgården, intensivt och med ögonen mot mål. Vi tror på en fysisk fotboll som är medryckande för våra läktare.

Vi ska vinna titlar, men aldrig bara, utan alltid med vår identitet. Vi är Allmänna Idrottsklubben i allt vi tar oss för. Från U till A. På läktare och gräs.

Vi är Allmänna Idrottsklubben. Vi vinner med vår identitet.

VI ÄR ALLMÄNNA
IDROTTSKLUBBEN.
VI VINNER MED VÅR
IDENTITET.

VISION

AIK SKALL VARA EN ETABLERAD KRAFT I EUROPEISK FOTBOLL.

Kända för vår högre ambition, vinnarkultur, spelarutveckling,
sambands-engagemang samt förmåga att kombinera vår
starka tradition med innovation – på och utanför planen.

PRINCIPER

AIK FOTBOLLS PRINCIPER FÖR EN HÖGPRESTERANDE KULTUR

Vi står för en högpresterande kultur, både på planen och kontoret. Vi vill alltid vinna, utvecklas och bli en bättre version av oss själva.

För att säkerställa vår kultur utgår vi ifrån åtta grundläggande principer i vår arbetsvardag. Syftet med dessa principer är att vara vägledande i rekryteringar, beslut och prestationer.

Vi vill främja och fostra en inställning och ett beteende för att säkerställa en högpresterande kultur som bidrar till utvecklingen mot klubbens vision.

AIK FOTBOLLS 8 GRUNDLÄGGANDE PRINCIPER

1. Vi är professionella
2. Vi är dedikerade
3. Vi är ledare
4. Vi är proaktiva
5. Vi är kreativa
6. Vi är inkluderande
7. Vi är transparenta
8. Vi är resultatdrivna

VI ÄR PROFESSIONELLA

Vi fattar och tar ansvar för de beslut som bäst utvecklar AIK Fotboll i riktning mot vår vision, även när alternativen kan vara mer förväntade, lättare eller mindre kontroversiella.

VI ÄR DEDIKERADE

Vi har kvalitet i vårt utförande och säkerställer högsta möjliga lägstanivå. Vi är noggranna med att sätta och höja standard och har ett stort engagemang för vårt yrke, vår klubb och våra uppgifter. Vi är passionerade och väl förberedda.

VI ÄR LEDARE

Vi kommunicerar och agerar till vår omvärld rakryggat, ärligt, tryggt och tydligt. Vi tror på att lärande, långsiktighet och hållbarhet möjliggör bästa resultat varje dag.

VI ÄR PROAKTIVA

Vi är skickliga på att anpassa oss efter nya förutsättningar både på och utanför fotbollsplanen. Vi ställer omedelbart om efter lägesbilden och har läst in situationen redan innan den händer.

VI ÄR KREATIVA

Vi är modiga, nyfikna och vågar utmana befintliga tankemönster och processer. Vi ställer frågor, är lösningsorienterade och utvecklingsfokuserade.

VI ÄR INKLUDERANDE

Vår gemensamma värdegrund, AIK-stilen, bygger på inkludering och en tydlig förväntan på varandra. Förväntansbilden och kravställningen är hög på spelare, ledare, vårdnadshavare och medarbetare att följa våra ansträngnings- och uppförandekoder samt gemensamma överenskommelser. Med inkludering avses rätten att få vara sig själv i den verksamhet som AIK Fotboll bedriver, inte att all verksamhet inom AIK Fotboll nödvändigtvis är tillgänglig och öppen för alla.

VI ÄR TRANSPARENTA

Vi tror att transparens, såväl internt som externt, gör oss till en bättre förening och skapar en sund arbetsmiljö. Vi har ett klimat där alla vågar säga sin mening och utmana varandra på ett respektfullt och ansvarsfullt sätt. Vi involverar och engagerar vid de tillfällen som är relevanta även om all information inte är tillgänglig för alla.

VI ÄR RESULTATDRIVNA

Vi har ambitionen att alltid överträffa vårt bästa. Vi mår bra av att tävla och med en tro på både vår individuella och gemensamma potential når vi bästa resultat både på kort och lång sikt.

STRATEGIER

1. **SPORTSLIGA STRATEGIER**
2. **KOMMERSIELLA STRATEGIER**
3. **FINANSIELLA STRATEGIER**
4. **STRATEGIER FÖR FÖRENINGsutveckling**

STRATEGIER

- 1. SPORTSLIGA STRATEGIER
- 2. KOMMERSIELLA STRATEGIER
- 3. FINANSIELLA STRATEGIER
- 4. STRATEGIER FÖR FÖRENINGsutveckling

- 1. Spelstil
- 2. Prestationssystem
- 3. Scouting och truppsammansättning
- 4. Akademi och transition
- 5. Sammarbetsklubbar och låneprogram

SPORTSLIGA STRATEGIER

AIK Fotbolls sportsliga strategi bygger på klubbens spelstil och prestationssystem som grund. Med prestationssystem menas de förutsättningar som finns för att bedriva fotbollsträning i en elitverksamhet eller förberedande för elitverksamhet samt vilken kultur som råder för träning, förberedelser, matchspel och återhämtning.

Vid truppsammansättning är det väsentligt att spelare som rekryteras har förmågor som är anpassade efter både spelstil och prestationssystem, men även de tekniska förmågor AIK Fotboll önskar av en viss spelarposition. Därför har klubben tagit fram en spelarprofilering som kommer att vara vägledande för både scoutingarbetet och rekryteringen av spelare.

Scoutingarbetet ska ske systematiskt med en kvantitativ grund och en kvalitativ spets. Innan spelaren rekryteras ska det säkerställas att spelaren uppfyller de kriterier klubben har för den specifika positionen samt spelarens mentala och sociala förmågor. Däremot är den okulära scoutingen, mötet med spelaren och referenstagning avgörande för att klubben ska gå vidare med rekryteringen. Det finns därför en metodik för både kvantitativ och kvalitativ värdering i scouting och rekryteringsprocessen.

För att säkerställa att AIK Fotboll fördelar de ekonomiska resurserna på ett så effektivt sätt som möjligt har spelarna delats in i fyra olika kategorier – high promotion, mid promotion, nyckelspelare och truppspelare. Syftet är bland annat att klubben inför transferfönstret ska kunna planerna och budgetera för att anpassa truppen utifrån nuläget så att så stor del som möjligt av investerade medel presterar på fotbollsplanen samtidigt som den bygger truppvärde.

De exakta definitionerna av respektive spelarkategori samt hur medlen fördelas håller klubben internt av konkurrensskäl. Det ska däremot vara tydligt att high promotion och mid promotion är yngre spelare och en tydlig åldersgräns finns definierad.

Slutligen har klubben tagit fram ett antal KPI:er för att mäta att vi, utöver de sportsliga resultaten, säkerställer att vi följer den utveckling vi sagt att vi ska göra.

AIK FOTBOLLS SPORTSLIGA STRATEGI BYGGER PÅ KLUBBENS SPELSTIL OCH PRESTATIONSSYSTEM SOM GRUND.

1. SPELSTIL

VÅR SPELSTIL

Vi är en dominant, obekväm och fysisk motståndare. Förlorar vi bollen är det vår direkta instinkt att återerövra den. Vi spelar med ’attack’ och ’framåt’ som ledord och värdesätter laganda och starka relationer högt.

AIK Fotbolls spelstil känns igen genom:

- **Hög intensitet**
- **Offensivt presspel**
- **Direkt omställningsspel**
- **Rishtagande och modiga beslut**
- **Rakt och dominant anfallsspel**
- **Ramstark defensiv**

VI SPELAR MED ATTACK OCH FRAMÅT SOM
LEDORD OCH VÄRDESÄTTER LAGANDA
OCH STARKA RELATIONER HÖGT

2. PRESTATIONSSYSTEM

Prestationssystem

AIK Fotbolls prestationssystem är den tränings- och matchförberedande miljö klubben bedriver.

AIK Fotbolls prestationssystem ska ligga i framkant samt vara forsknings- och innovationsbaserat. Klubben ska kontinuerligt söka ’best practice’ inom Europeisk klubbfotboll som jämförelse.

För AIK Fotboll är träningen kärnverksamhet, där spelare och ledares gränser testas. Matchen är en förenklad konsekvens av träningen. Därför ska träningen bedrivas med en intensitet som är tydligt överordnat matchtempot.

Spelarutveckling står i fokus för AIK Fotbolls prestationssystem. Spelare som är en del av AIK Fotbolls träningsmiljö ska alltid utvecklas positivt både fysiskt och färdighetsmässigt under sin tid i klubben.

AIK Fotbolls faciliteter ska vara optimerade för att bedriva elitfotboll i Skandinavien med riktning mot kontinuerligt spel i Europa. Faciliteter för fotbollsträning är lika väsentligt för klubbens sportsliga utveckling som truppbygge och spelarinvesteringar.

Staben ska bestå av medarbetare med ett tydligt fokus på spelarutveckling, prestation och noggrannhet. Uppsättningen kan variera, men roller och funktioner är anpassade efter spelstil, träningsmetodik samt för att få ut maximal effekt av faciliteterna.

**AIK FOTBOLLS PRESTATIONS-
SYSTEM SKA LIGGA I FRAMKANT
SAMT VARA FORSKNINGS- OCH
INNOVATIONSBASERAT.**

3. SCOUTING OCH TRUPPSAMMANSÄTTNING

Scouting

AIK Fotbolls ambition är att vara Skandinaviens ledande klubb inom datadriven scouting. Rekrytering, resurstillsättning och implementering av systemstöd ska utgå ifrån denna ambition.

Scoutingprocessen omfattar både extern scouting och scouting inom den egna akademien. Scoutingteamet omhändertar även tillsättning av extern potential i de två akademitrupper närmast a-trupp.

AIK Fotboll strävar efter att utveckla en unik systematik för dataanalys. Den data som produceras ska alltid ägas av klubben.

Klubbens mall för spelarprofilering används alltid som grund för analys av data.

Bedömningen av spelarpotential ska i första hand göras utifrån insamlad data baserad på spelarprofilering, kategorisering och marknadspotential. Okulär scouting följer på datadriven scouting.

Scoutingteam och rekryteringsansvarig ska med fördel arbeta nära spelaragenter, däremot är klubbens spelarprofilering och strukturer överordnat relationer och affärsupplägg.

Exakta system, metoder, algoritmer eller databaser som ska vara till förfogande är inte en del av den sportsliga strategin utan taktisk implementering drivs av strategiansvarig.

Truppsammansättning - översikt

AIK Fotbolls truppsammansättning sker med utgångspunkt i spelstil och träningsmiljö. Inom ramen för ekonomiska förutsättningar ska truppsammansättningen alltid verka för att ta steg framåt i riktning mot klubbens vision och sportsliga målsättningar, det vill säga vår trupp ska alltid vara bättre tränade och hålla en högre kvalitet än säsongen innan.

För att utveckla spelartruppen hållbart och långsiktigt tillämpas en struktur för sammansättningen nedbrutet i följande delar – spelarprofilering, kategorisering, rekryteringskriterier och kostnadsfördelning.

Chefstränaren ska vara en naturlig del av att tillsätta truppen, men rekryteringsansvarig äger alltid ansvaret för slutresultatet. Chefstränarens fokus ligger primärt på prestationssystem, spelstil och laguttagning medan truppsammansättningen ska ske med en systematik som utvecklar klubben både sportsligt och ekonomiskt oavsett enskilda startelvor.

Truppsammansättning - spelarprofilering

AIK Fotbolls spelarprofilering är vägledande för klubbens truppsammansättning, scouting, bedömning av färdigheter och potential samt rekryteringsunderlag. Spelarprofileringen innehåller färdighetsprofilering, och fysisk profilering för respektive spelarposition. I tillägg beskrivs spelarens psykologiska färdigheter, personliga förmågor samt träningsbarhet och tillgänglighet. Detta gäller oavsett position.

Truppsammansättning - rekryteringskriterier

AIK Fotboll tar beslut om rekrytering av en spelare efter planering för truppbalans utifrån spelstil, taktisk implementering och kategorisering där scoutingprocessen har sonderat utifrån profileringen. Den slutgiltiga bedömningen sker utifrån:

- Fysiska förmågor – tillgänglighet, styrka, kraft, mobilitet och koordination.
- Psykologiska färdigheter – uppmärksamhet och koncentration, kognition och självreglering.
- Personliga förmågor – ambassadörsskap, vanor och livsstil samt återhämtning och förberedelser.
- Färdigheter i spelet – tekniska kvaliteter, x-faktorer, intentioner samt kompabilitet och adaption.
- Potential – förmåga, och förväntan, till utveckling.

Truppsammansättning - kategorisering

Spelartruppen delas in i fyra kategorier baserat på bakgrund, ålder, förväntningar och ekonomiska villkor. Dessa kategorier är:

- High promotion
- Mid promotion
- Nyckelspelare
- Truppspelare

3. SCOUTING OCH TRUPPSAMMANSÄTTNING

**AIK FOTBOLLS AMBITION ÄR ATT VARA
SKANDINAVIENS LEDANDE KLUBB INOM
DATADRIVEN SCOUTING.**

3. SCOUTING OCH TRUPPSAMMANSÄTTNING

Truppsammansättning – kostnadsfördelning och budget

Kostnadsfördelningen i truppen mellan de olika spelarkategorierna ska ske i enlighet med det strategiska ramverket där fokus ska ligga på att få ut så mycket som möjligt av kostnaden i speltid samt premiera potential och försäljningsvärde.

Som kostnad avses spelarkontraktets totala kostnad per månad (run rate) inkluderat:

- Avskrivning för eventuell transferkostnad
- Förmedlararvode eller annan liknande rekryteringskostnad
- Periodiserad sign-on/sign-off
- Lön inklusive prestationsbaserad bonus
- Skatt och sociala avgifter

Nyckelspelare bör vara de spelare med högst run rate i spelartruppen. Inför ett transferfönster ska rekryteringen budgeteras eller prognostiseras utifrån utrymme för:

- Transferkostnad
- Sign-on/sign-off
- Lön, prestationsbaserade bonusar och andra förmåner

- Agent- och förmedlararvode
- Hur de budgeterade medlen ska fördelas mellan de olika spelarkategorierna behandlas i den strategiska planen.
- Vid varje fönster ska nettoåldern vara lägre, det vill säga snittåldern av de spelare som rekryteras ska understiga snittåldern av de spelare som avyttras eller säljs.

Truppsammansättning - rekryteringsunderlag

Ett rekryteringsunderlag underbyggs alltid med en kartläggning baserad på rekryteringskriterier i relation till målstyrningen för kategorisering och ekonomi.

Rekryteringsunderlaget presenteras för styrelsen i samband med godkännande av beslut. Innehållet och utformningen av underlaget beslutas gemensamt av styrelse och ledning och kan anpassas och utvecklas över tid.

Underlaget ska visa på att investeringen tydligt överensstämmer med den strategiska planen. Referenstagning och ROI för spelaren ska framgå av underlaget.

FOKUS SKA LIGGA PÅ ATT FÅ
UT SÅ MYCKET SOM MÖJLIGT
AV KOSTNADEN I SPELTID

4. AKADEMI OCH TRANSITION

AIK Fotbolls akademi är en grund för elitverksamheten. För att få utväxling av verksamheten krävs att samverkan mellan de två delarna sker med systematik.

AIK Fotbolls akademi bygger på fyra grundstenar:

- Utvecklingsramverket – AIK Fotbolls övergripande metodologi för utbildning och utveckling.
- Organisation – ledartillsättning och samverkanforum som är ledande inom svensk elitfotboll.
- Transition – en uttalad systematik för övergångsfasen mellan akademi och a-trupp.
- Certifiering – måttstickan för att klubben ska vara ledande av utvecklingen på nationell nivå.

Ett antal spelare från akademien ska vara identifierade som ’talents’ med potential att inom fyra transferfönster kunna erbjudas ett a-lagskontrakt.

Dessa ’talents’ ska, i rotation, vara en naturlig del av a-lagets träningsvardag. Spelare inom akademien som inte är identifierade som ’talents’ ska endast i undantagsfall delta i a-lagets träning.

Transition coach ansvarar för logistiken mellan akademi och a-lag. Vidare ska samverkansforum även omhänderta en motsatt logistik, det vill säga spel i akademilag för a-lagsspelare med rätt ålder.

Rekrytering till akademien ska baseras på en ”small bets spread wide”-strategi, det vill säga riskspridning genom investering av flertalet spelare med hög potential. Detta kräver en fördjupad scouting av yngre spelare samt ett utvecklat föreningssamarbete.

5. SAMARBETSKLUBBAR OCH LÅNEPROGRAM

Syftet med AIK Fotbolls samarbetsklubbar och låneprogram är att möjliggöra och bedöma potential, inte för att avyttra spelare som inte bedöms vara tillräckligt bra för klubbens a-trupp. Spelarutveckling står i fokus och idén är att erbjuda fler vägar för spelare att tillhöra AIK Fotbolls a-trupp än extern eller intern direktrekrytering.

Programmet är uppdelat i tre nivåer:

- Talangförening – AIK FFK med en optimal tillhörighet i seriesystemets tredjedivision.
- Internationell samarbetsklubb – fokus på en geografisk marknad. Potentialen omhändertas i första hand av akademien.
- Samarbetsklubbar – ytterligare en eller två samarbetsklubbar ska knytas till AIK Fotboll där ’talents’ som ännu inte är redo för a-trupp har möjlighet att utvecklas.

5. SAMARBETSKLUBBAR OCH LÅNEPROGRAM

**SYFTER MED AIK FOTBOLLS SAMARBETSKLUBBAR
OCH LÅNEPROGRAM ÄR ATT MÖJLIGGÖRA OCH
BEDÖMA POTENTIAL**

STRATEGIER

- 1. SPORTSLIGA STRATEGIER
- 2. **KOMMERSIELLA STRATEGIER**
- 3. FINANSIELLA STRATEGIER
- 4. STRATEGIER FÖR FÖRENINGsutveckling

- 1. Varumärkesstrategi
- 2. Merchandise
- 3. Uttryck och tonalitet
- 4. Försäljning och distribution

1. VARUMÄRKESSTRATEGI

Allmänna Idrottsklubben är ett av Sveriges mest välkända varumärken. Det är en position klubben aktivt behöver arbeta för att bevara, men också förstärka.

Stockholm ska vara en naturlig del i AIK Fotbolls varumärkesexponering. Klubben ska vara den primära sportsliga associationen med Stockholm för internationella gäster och företag.

Klubbens samhällsengagemang är en del av varumärket och ska prioriteras i varumärkesbyggande marknadsföring och kommunikation.

AIK Fotboll ska kontinuerligt mäta utvecklingen av klubbens varumärke, både utifrån kännedom och positivitet. Varje verksamhetsplan ska innehålla taktiskt varumärkestärkande åtgärder som förbättrar resultatet från tidigare år.

2. MERCHANDISE

AIK Fotbolls motto för merchandise-produktion är ’Världens stiligaste klubb’. Detta ska genomsyra klubbens design, produktframtagning, butiksinredning och webb-design.

AIK Fotboll ska prioritera att samarbeta med andra varumärken med liknande profil i framtagandet av produktsortiment.

AIK Fotboll lanserar varje år en årskollektion som blir tematisk för hela säsongen. Vidare lanseras säsongens matchtröja i samband med premiäromgången i seriespelet, även denna följer säsongens tema.

3. UTTRYCK OCH TONALITET

AIK Fotbolls marknadsföring och kommunikation präglas av ett visst uttryck och tonalitet där vi på ett strategiskt plan använder oss av två ledord.

Atmosfär

Vi är stolta över vår atmosfär i samband med våra matcher. Den överlever sportsliga resultat och är mer av en konstant för AIK Fotbolls identitet. Därför är atmosfär det genomgående temat i bildval och uttryck. Atmosfär är användbart även för annat än matcharrangemang och ska därför vara det genomgående uttrycket i kommunikation om partnerupplevelser, ungdomsfotboll, samhällsengagemang eller merchandise.

Skapa tidiga köpmönster

I taktisk marknadsföring försöker vi alltid att använda oss av metoder för att skapa ett tidigt köpmönster. Både för att det garanterar man får just den upplevelse som önskas man vill ha men också för att skapa en medvetenhet om att tidiga köp är bra för AIK fotboll.

4. FÖRSÄLJNING OCH DISTRIBUTION

AIK Fotboll ska vara ledande bland fotbollsklubbar inom digital försäljning och distribution. Processerna ska följa ett mönster.

- **Dedikerade kanaler i sociala medier** – AIK Fotboll har aktiva kanaler inom de mest relevanta plattformarna för sociala medier i syfte att skapa en så hög och engagerat följarbas som möjligt.
- **Insamling av data** – följare i sociala medier matchas mot andra databaser så som biljettköpare, merchandise-köpare eller medlemmar. Därefter sammanställs det totala engagemang och köpbeteendet för respektive individ.
- **Marketing automation** – genom automatiserade marknadsföringskampanjer har vi möjlighet att maximera möjligheten till både köpkonvertering och merförsäljning.
- **Användardesign och köpflöden** – köp genomförs på olika plattformar, exempelvis i ett biljettsystem, en webbutik eller ett medlemshanteringssystem. Oavsett ska köpflödet präglas av en användarvänlig design och optimera köpmöjlighet.
- **Klubbapplikation och lojalitetsprogram** – AIK Fotboll använder en specialutvecklad klubbapplikation som central plattform för marknadsföring, kommunikation, live-sändningar och rörligt innehåll. Applikationen ska vara sammanlänkad med kunddatabaser och skapa ett lojalitetsprogram där både köp och engagemang premieras.

STRATEGIER

- 1. SPORTSLIGA STRATEGIER
- 2. KOMMERSIELLA STRATEGIER
- 3. FINANSIELLA STRATEGIER
- 4. STRATEGIER FÖR FÖRENINGsutveckling

- 1. Kapital- och investeringsstrategi
- 2. Återinvesteringsstrategi
- 3. Riskstrategi
- 4. Cash flow management

1. KAPITAL- OCH INVESTERINGSSTRATEGI

AIK Fotboll har ett uppdrag att göra klubben investeringsbar utan att göra avkall på ägarstruktur, värdegrund eller kärnverksamhet. Samtidigt finns det skäl till att säkerställa finansiering på både lång och kort sikt. Klubbens kapital- och investeringsstrategi avser både tillförsel av kapital och hantering av långfristiga skulder i syfte att göra klubben mer konkurrenskraftig.

- Eget kapital – AIK Fotboll ska arbeta med att tillföra externt kapital till bolaget exempelvis genom emittering i syfte att utveckla verksamheten positivt.
- Transferinvestering – AIK Fotbolls investeringsprogram ska vara byggd enligt en dynamisk finansiell modell där finansieringen och avkastningen är kopplad till prestation.
- Joint ventures – AIK Fotboll ska söka möjligheter till samägande i delar av verksamheten som inte konkurrerar med elitlicens eller föreningens majoritetsägande. Exempel på detta kan vara inom skolverksamhet, merchandise, fastigheter eller privata akademier.



2. ÅTERINVESTERINGSSTRATEGI

För att säkerställa god tillväxt i fotbollsverksamheten ska ekonomiska medel i så stor utsträckning som möjligt investeras långsiktigt. AIK Fotboll följer tre riktlinjer.

- Spelrättigheten till moderföreningen – en viss procent av den bolagiserade verksamhetens omsättning tillfaller föreningsverksamheten.
- Intern utbildningsersättning – spelarövergångar mellan akademien och a-lag föregås av ett internt övergångssystem där medel vid själva övergången respektive försäljning till ny klubb genererar medel som öronmärks för akademiverksamheten.
- Återinvestering av transfternetto - ett positivt transfternetto ska återinvesteras i nya spelarkontrakt kommande verksamhetsår i enlighet med den strategiska planen och i så stor utsträckning som riskanalysen tillåter.

3. RISKSTRATEGI

AIK Fotboll skall i sin finansiella planering alltid säkerställa att de finansiella målen avseende eget kapital och likviditet är uppfyllda.

AIK Fotboll arbetar efter en risk-KPI där ett budgeterat driftsunderskott inte bör överstiga en given del av det egna kapitalet. Ett budgeterat eget kapital bör heller inte understiga det finansiella målet.

I syfte att minska risken bör AIK Fotboll säkerställa att spelartruppen innehåller spelare som är säljbara i kommande transferfönster till försäljningspriser som medför en resultateffekt överstigande underskottet från driften.

4. CASH FLOW MANAGEMENT

För att AIK Fotboll ska vara tillräckligt konkurrenskraftiga att ta steg i riktning mot klubbens vision behövs en likviditetsstrategi. Klubben ska både ha handlingsutrymme och tillräckligt med likviditet för att finansiera verksamheten samt samtliga låneförefall de kommande tolv månaderna.

- AIK Fotboll skall ha tillräcklig likviditet inför ett transferfönster i syfte att skapa ett handlingsutrymme som ger möjlighet att maximera försäljningspriserna på de spelare som skall avyttras.
- AIK Fotboll skall alltid sträva efter att tidigarelägga inbetalningar och senarelägga utbetalningar. Detta gäller särskilt vid spelarförsäljningar och vid spelarförvärv.
- AIK Fotbolls skall företrädesvis söka affärsrelationer i form av spelartransfers med klubbar inom de fem största europeiska ligorna eller andra ligor i Europa där fotbollsklubbar har god betalningsförmåga.
- AIK Fotboll skall löpande följa och prognosticera sitt kassaflöde med minst 12 månaders framförhållning.

STRATEGIER

- 1. SPORTSLIGA STRATEGIER
- 2. KOMMERSIELLA STRATEGIER
- 3. FINANSIELLA STRATEGIER
- 4. STRATEGIER FÖR FÖRENINGsutveckling

- 1. Geografiskt upptagningsområde
- 2. Tillväxtstrategi
- 3. Föreningssamverkan
- 4. Skolprogram
- 5. Samhällsengagemang
- 6. Medlemsutveckling

1. GEOGRAFISKT UPPTAGNINGSSOMRÅDE

I vår identitet beskrivs det att vi är en klubb med rötterna i Stockholm och med framtiden i Norrort. Det definierar också vårt geografiska upptagningsområde. Vi kommer alltid att beskriva oss som en Stockholmsklubb och vi är stolta över att ha en stor mängd medlemmar och supportrar i alla väderstreck och landsdelar. Att vi har vår verksamhet i Norrort förändrar inte det. Det är däremot väsentligt för AIK Fotboll som organisation att ha ett tydligt definierat verksamhetsområde för att skapa en riktning för tillväxt, samarbeten och utveckling.

Givetvis bedriver vi vår huvudsakliga verksamhet i Solna kommun, men det geografiska upptagningsområdet är betydligt mer omfattande.

Vi definierar Norrort enligt följande:

Stockholms Stad – stadsdelsnämnder

- Bromma
- Hässelby-Vällingby
- Kungsholmen
- Norrmalm
- Rinkeby-Kista
- Spånga-Tensta

Övriga kommuner

- | | |
|--------------|------------------|
| • Danderyd | • Sundbyberg |
| • Ekerö | • Upplands Bro |
| • Järfälla | • Upplands Väsby |
| • Lidingö | • Täby |
| • Norrtälje | • Vallentuna |
| • Sigtuna | • Vaxholm |
| • Sollentuna | • Österåker |
| • Solna | |

2. TILLVÄXTSTRATEGI

Barn- och ungdomsfotbollen är grunden i AIK Fotbolls föreningsverksamhet. Vi strävar alltid efter att ha så många som möjligt, så länge som möjligt med så bra utbildningskvalitet som möjligt.

- AIK Fotbolls barn- och ungdomsfotboll ska vara i ständig tillväxt. Vi ska ha fler utövare vid årets slut än vid årets början.
- Träningsgrupperna ska maximeras i antal utövare utan att kvaliteten försämras.
- En anläggningsgrupp ska aktivt arbeta mot den politiska ledningen för att säkerställa fler träningsytor inom kommungränsen.
- AIK Fotboll ska undersöka möjligheten att skapa systerföreningar utanför Solna stads gränser i syfte att öka antalet utövare inom AIK Fotbolls verksamhet.

3. FÖRENINGSSAMVERKAN

Föreningssamverkan är överordnat för att säkerställa AIK Fotbolls långsiktiga tillväxt. Klubben ska arbeta i ett brett samverkansforum med ledande barn- och ungdomsföreningar inom det definierade geografiska upptagningsområdet. Det ska vara tydligt i ett sådant forum att AIK Fotboll är den centrala föreningen i samverkan, det vill säga nyttan för varje förening som deltar ska vara ömsesidigt linjär mellan den enskilda föreningen och AIK Fotboll och inte nödvändigtvis de övriga föreningarna emellan.

Syftet med föreningssamverkan är att AIK Fotboll får möjlighet till att utbilda fler barn och ungdomar enligt vår metodik och därmed även förbättra vår upptagning av spelare i ett tidigare stadium.

4. SKOLPROGRAM

Framtidens fotbollsutbildning kommer att vara en del av skolverksamheten. AIK Fotboll vill vara ledande i utvecklingen och tidigt försäkra sig om att vi både kan bidra till samhällsutvecklingen genom en högkvalitativ utbildning och öka kvaliteten hos fotbollsspelare inom vårt geografiska upptagningsområde.

AIK Fotboll skall bedriva skolverksamhet på grundskolenivå i regi tillsammans med en separat skolkoncern. Utbildningen ska vara tydlig med sin AIK-koppling och ha som målsättning att vara de mest ansedda grundskolorna med idrottsprofil i Sverige samtidigt som det finns en tydlig målsättning att öka gymnasieintaget för skolans elever i relation till övriga skolor inom kommunen. Mellan 5-10 skolor ska upprättas inom det geografiska upptagningsområdet.

AIK Fotboll ska bedriva NIU-verksamhet i ett fåtal gymnasieskolor inom det geografiska upptagningsområdet. Skolorna ska vara de mest ansedda gymnasieskolorna med idrottsprofil i Sverige.

AIK Fotboll ska upprätta samarbete med redan befintliga skolor i så kallad LIU-verksamhet inom det geografiska upptagningsområdet.

5. SAMHÄLLSENGAGEMANG

AIK Fotbolls samhällsengagemang utgår ifrån vår identitet som fotbollsklubb. Vi tror på idrottens kraft som samhällsaktör och att vi har ett ansvar som institution med många barn- och ungdomar i vår verksamhet. Samtidigt är vårt samhällsengagemang positivt för klubbens varumärke vilket gör området till en affärsstrategisk prioritering.

- Vi utgår alltid från vår egen verksamhet i allt samhällsengagemang. Vi startar initiativen med våra egna lag, vår närregion, vårt geografiska upptagningsområde och därefter nationellt och internationellt.
- Samtliga initiativ ska vara kopplade till fotbollsutövande eller fotbollsarrangemang.
- Vårt samhällsengagemang handlar om att inkludera så många som möjligt, utbilda och ställa förväntningar för att slutligen skapa en positiv förbättring i destruktiva miljöer. Varje initiativ följer en verksamhetsplan och inkluderar alltid utbildning i AIK Fotbolls värdegrund.
- Vi mäter alltid vårt samhällsengagemang genom förstudier och eftermätningar. En årlig trygghetsmätning inom vår egen verksamhet ska genomföras.

6. MEDLEMSUTVECKLING

AIK Fotboll är en del av Allmänna Idrottsklubben med en gemensam medlemsstruktur samtidigt som AIK Fotbollsörening har möjlighet att skapa en egen stark medlemsbas. Fördelarna är många, både kommersiellt och föreningsdemokratiskt.

- AIK Fotboll ska upprätta ett system för medlemsrekrytering och medlemshantering enbart kopplat till AIK FF.
- AIK Fotboll ska avsätta resurser för att aktivt bearbeta AIK:are att bli medlemmar i AIK FF.
- Medlemskap i AIK FF ska premieras i klubbens övergripande lojalitetsprogram.

AIK Fotbolls potential är att vara Skandinaviens största medlemsägda förening.

