

Hvidovre Kommune

**Værdiansættelse af
Ishockeysponsorat & reklamepladser**

Skårup den 24. april 2017

Udarbejdet af:



v. Arne Buch

Indholdsfortegnelse

Værdiansættelse af sponsorat og reklamepladser	1
og reklamepladser	1
1.0 Introduktion	3
1.1 Målgruppe og metode for vurderingen	3
1.2 Opdragsgiver	3
2.0 Vurdering	4
2.1 Vurdering – indledende betragtninger	4
2.1.1 Medieværdi: TV-transmissioner - TV2 Sport	4
2.1.2. Medieværdi: Tilskuere til hjemmekampe	5
2.2 Vurdering af sponsortilbud fra Hvidovre Fighters	5
2.2.1 Enkelte elementer i sponsortilbud	5
2.2.2 Brancheniveau - Sponsorater	8
2.2.3 Samlet vurdering	8
2.3 Værdien af reklamerettigheder	9
2.3.1 Indledende betragtninger:	9
2.3.2 Vurdering af hovedelementer som Hvidovre Fighters ønsker at råde over	9
2.3.3 Prisfastsættelse af alle produkter samlet	10
3.0 Konklusion	11
4.0 Om Buch Consult ApS	11

1.0 Introduktion

Denne rapport har til formål at vurdere værdien af et konkret oplæg, som Hvidovre Kommune har fået fra Hvidovre Fighters, der har ambitioner om at få et hold i landets øverste række i ishockey – Metal Ligaen.

Det er ligeledes formålet at vurdere værdien af en række reklamepladser i relation til især Hvidovre Skøjtehal, som Hvidovre Fighters ønsker at råde over.

1.1 Målgruppe og metode for vurderingen

- Politikere og embedsmænd i Hvidovre Kommune.
- Vurderingen er understøttet af aktuelle samtaler med kilder i markedet; TV2 Sport, Odense Kommune, Direktører i håndbold og ishockeyklubber og Sport One.

1.2 Opdragsgiver

Hvidovre Kommune
Kultur, Miljø & Vækst
Kultur- og Fritidsafdelingen
Hovedstedsvej 45
2650 Hvidovre

2.0 Vurdering

Hvidovre Kommune v. Morten Michaelsen har bedt Buch Consult ApS om at værdiansætte produkter der vedrørende muligt samarbejde mellem Hvidovre Kommune og Hvidovre Fighters ApS.

Der foretages to vurderinger:

- Værdien af tilbudt sponsorat fra Hvidovre Fighters til Hvidovre Kommune (pkt. 2.2)
- Værdien af reklamerettigheder m.v. som Hvidovre Fighters ønsker at komme til at råde over (Pkt. 2.3)

2.1 Vurdering – indledende betragtninger

Der er en række faktorer af særlig betydning for vurderingen af sponseraters markedsværdi:

- Mediedækning:
 - o Hvilken evne har sponsoratet til at ramme relevante målgrupper?
 - o bl.a. forventning til tilskuertal og mediedækning.
- Brandingværdi.
 - o Hvilken imageværdi aktiviteten – elitesport, rollemodeller, selvfølelse m.v.
- Organisering af klubben
 - o Hvilken forventet evne som der er til klubbens organisations evne til at levere sponsoratets ydelser, og evnen til at udvikle samarbejdet.
- Erhvervsnetværk
 - o Hvilke beslutningstagere man kan komme i dialog med.

I det følgende er der især lagt vægt på den forventede mediedækning af Hvidovre Fighters.

2.1.1 Medieværdi: TV-transmissioner - TV2 Sport

- Dansk Ishockey har indgået en aftale med TV2, der sikrer, at der transmitteres minimum 40 kampe fra Metal Ligaen på TV2 Sport.
- Transmissionerne fordeles således, at der vises 20 kampe fra grundspillet og 20 kampe slutspillet.
- Buch Consult har været i dialog med TV2s sportsredaktion ved redaktionschef John Hansen, der informerer om følgende:
 - o Det er hensigten, at alle klubber er får transmitteret minimum én hjemmekamp fra grundspillet på TV2 Sport.
 - o TV2 Sport transmissioner fra kampe i grundspillet har i indeværende sæson haft et seertal på ca. 10.000.
 - o TV2 Sport transmissioner fra kampe i slutspillet har i indeværende sæson haft et seertal på ca. 20.000.
- Det er sandsynligt, at mindst en af Hvidovre Fighters hjemmekampe i grundspillet transmitteres på TV2 Sport, og det er sandsynligt, at der transmitteres fra én eller flere hjemmekampe hvis holdet kvalificerer sig til slutspillet.

2.1.2. Medieværdi: Tilskuere til hjemmekampe

- Tilskuertallet til kampe i Metal Ligaen har over de seneste tre sæsoner været konstante med et gennemsnit på ca. 1475.
- Bag gennemsnittet er der en betydelig varians mellem klubbernes tilskuertal. 3-4 klubber har i niveauet 2000 tilskuere til hjemmekampe og 3-4 klubber der har mellem 450 og 900 tilskuere til hjemmekampe. (Kilde Danmarks Statistik)
- Med en målrettet indsats på at få tilskuere til kampene, er det muligt, at der kan opnås et gennemsnitligt tilskuerantal til Hvidovre Fighters hjemmekampe på + 1000.

2.2 Vurdering af sponsortilbud fra Hvidovre Fighters

Vurderingen indeholder to elementer:

- En vurdering af de enkelt ydelser i sponsoroplægget.
- En vurdering af hvad andre udbydere i sports-/ishockeymarkedet realiserer sponsorater til.

2.2.1 Enkelte elementer i sponsortilbud

I det følgende bliver de enkelte elementer i Hvidovre Fighters tilbud til Hvidovre Kommune vurderet.

Som modydelser for et sponsorat tilbyder Hvidovre Fighters, Hvidovre Kommune følgende:

1. At Hvidovre Fighters A/S spiller i højeste række, Metal Ligaen.
Såfremt Hvidovre Fighters, på grund af tidspres, først opnår licens til Metal Ligaen i sæson 2018-19, træder aftalen alligevel i kraft pr. 1. juli 2017 med Hvidovre Fighters status som 1. divisionshold (næstbedste række), dog halveres Hvidovre Kommunes betaling til kr. 750.000 for denne sæson.
 - *Det er hensigtsmæssigt at der er formuleringer i et kommende samarbejde der tager højde for på hvilket niveau som*
2. At alle løbende afregninger til det offentlige betales rettidigt i hele sponsorperioden.
3. At Hvidovre Kommune kan indsætte en repræsentant i Hvidovre Fighters bestyrelse.
 - *Der bør foretages en vurdering af hvorvidt det er hensigtsmæssigt med bestyrelsesrepræsentation. Risiko for interessekonflikt. Overvej samarbejdsudvalg eller lignede.*
4. At Hvidovre Fighters pr. den 1. august 2017 og 30. juni 2021 til Hvidovre Kommune, Kultur- og Fritidsafdelingen, indsender dokumentation for præsterede ydelser tillige med erklæring om, at de under ovenfor anførte betingelser er opfyldt.
 - *Hvis 2021 indikerer sponsoratets sluttidspunkt, bør der indføres klausuler fortsat status som ligahold i perioden.*

5. Trykker Hvidovre Kommunes logo på kamptrøje. Hvidovre Fighters og samtlige af amatørafdelingens kamptrøjer.
 - *Følgende bør præciseres: Logoplacering på spilledragten, størrelse på logo, hvor andre sponserers logo forventes placeret.*
 - *Hvis frontreklame – niveau 40 x 30 cm*
 - *Vurdering* *Kr. 100.000-125.000*

6. Trykker Hvidovre Kommunes logo nederst på brevpapir samt kuverter.
 - *Placere evt. logo som en del af afsendersignatur på mails* *Kr. 10.000*

7. Trykker Hvidovre Kommunes logoline med farver i kampprogram.
 - *Afhængig af størrelse og udtryk - vurderet* *Kr. 10.000*

8. Der etableres bannerannonce på klubbens hjemmeside.
 - *Afhængig af størrelse og udtryk - vurderet* *Kr. 10.000*

9. Der etableres følgende 5 reklameskilte:
 - 2 stk. reklamer på isen i midtzone 4.00 meter x 1.00 meter. *Kr. 30.000*
 - 2 stk. megaskilte, på langsiden, 4.25 meter x 1.53 meter. *Kr. 40.000*
 - 2 stk. bandereklamer, på langsiden, 6 meter x 0.95 meter. *Kr. 60.000*

 - Skilte v/Frihedens Idrætscenter:
4 stk. logo på skilte ud mod Hvidovrevej, Gammel Køge Landevej og Avedøre Havnevej.
 - *Afhængig af synlighed, størrelse og sammenhæng til Hvidovre Fighters*
 - *Vurderet* *Kr. 60.000,-*

 - Skilt over spillerindgang/udgang.
 - *Størrelse og synlighed* *Kr. 10.000,-*

10. På skiltene kan opsættes på selvkøbende plakater, hvortil Hvidovre Kommune, borgmesterkontoret leverer logoline. Hvidovre Ishockey Fighters ApS afholder udgifter til reklameskilte og selvkøbende plakater.

11. Tilbyder gratis adgang for kommunens borgere til samtlige Metal ligakampe på hjemmebane. Såfremt det skønnes nødvendigt, kan Hvidovre Ishockey Fighters ApS udbede sig legitimation, evt. i form af sygesikringsbevis.

Tilbyder gratis adgang for børn og unge under 18 år af forældre bosat i kommunen til samtlige ligakampe. Såfremt der skønnes nødvendigt kan Hvidovre Ishockey Fighters ApS udbede sig legitimation, evt. i form af særligt ID udstedt af Hvidovre Kommune.

Ovenstående gælder for op til 1500 personer. pr kamp efter først til mølle. De øvrige 500

pladser er forbeholdt sponsorer, presse og betalende publikum fra øvrige kommuner. Entrepriser vil her være 80 kr. pr. kamp og der forventes med denne aftale min. 1000-1200 tilskuere i gennemsnit til de 22 grundspilskampe pr sæson.

- *Det er vigtigt at Hvidovre Kommune vurderer hvilke administrative ressourcer der skal anvendes for at få udbytte af dette punt.*
- *Det anbefales at vurdere på om der vil være større effekt ved at have f.eks. kampsponsorater årligt, hvor Hvidovre Kommune inviterer til gratis ishockey eller lignende.*
- *Vurdering- kr. 10.000/kamp* *Kr.200.000-250.000*

12. Deltager i pressearrangementer og kommunale arrangementer efter aftale med Hvidovre Kommune, Borgmesterkontoret med aktiviteter og lignende.

13. Undervisning på Hvidovre Kommunes skoler

Undervise på kommunens skoler 11 gange årligt á 1 time. Hvidovre Ishockey Fighters ApS udarbejder eventuelt undervisningsmateriale via Pædagogisk Central og dokumenterer årligt overfor Hvidovre Kommune, Borgmesterkontoret, at det aftalte antal undervisningstimer har fundet sted.

- *Vurderet værdi Inkl. forberedelse* *Kr. 10.000*

14. Undervisning af eliteklasse

Undervise en gang ugentligt i ishockey-sæsonen ved morgentræning af Hvidovre Kommunes eliteidrætsklasse.

- *Inkl. forberedelse og halleje - Vurdering* *Kr. 25.000*

15. Praktikophold for skoleelever

10 praktikophold pr. år á en uges varighed målrettet kommunens skoleelever. Hvidovre Ishockey Fighters ApS dokumenterer årligt overfor Hvidovre Kommune, Borgmesterkontoret, at det aftalte antal praktikophold har fundet sted. I forbindelse med praktikophold udlåner Hvidovre Ishockey Fighters ApS faciliteter og udstyr til projektopgaver.

- *Dækning af vurderede omkostninger* *Kr. 15.000*

16. Skoleturnering

Mulighed for at Hvidovre Kommune an være medarrangør af en årlig skoleturnering, med finale som forkamp til en ligakamp.

- *Skal præciseres at Hvidovre Kommune arrangerer i samarbejde med*
- *Vurdere hvilke ressourcer der skal anvendese fra Hvidovre Kommunes administration.*
- *Vurderet værdi* *Kr. 20.000*

17. Erhvervsklub

Tilbyder Hvidovre Kommune 30 medlemskaber af sponsornetværket, der har adgang til vip ved ligakampene og netværksmøderne.

Hvidovre Kommune, Borgmesterkontoret udleverer årligt en liste med navne og kontaktmulighed, til hvem medlemskortene udstedes.

- *Det skal vurderes, om Hvidovre Kommune er i stand til at benytte 30 erhvervsmedlemsskaber til relevante interessenter.*
- *Det skal vurderes, hvilke aktiveringsressourcer der skal anvendes for at få effekt af medlemsskaber ved kampe og arrangementer.*
- *Overvej delvis udskiftning af et antal erhvervsmedlemsskaber, til alternativt et antal årlige arrangementer med spisning, kamp, foredrag eller lignende.*
- *Vurderet værdi* *Kr.300.000-350.000*

2.2.2 Brancheniveau - Sponsorater

- Hovedsponsorater

- Via dialog med nøglepersoner i ishockey branchen er det vurderingen at hovedsponsorater ligger på niveauet Kr. 400.000- 600.000 hos etablerede klubber.

- Navnesponsorater - Arenaer

- Arenanavnet vurderes til at have en markedspris på Kr. 250.000-350.000, i Arenaer der er hjemmebane for klubber i den øverste del af Håndboldligaen og Ishockeyligaen.

Ud fra ovenstående beskrivelse og de informationer der har været til rådighed, er der foretaget en samlet vurdering byggende på branchens niveau for sponsorater og en vurdering af de enkelte elementer i nærværende oplæg.

2.2.3 Samlet vurdering

På den baggrund vurderes værdien ekskl. moms at ligge i niveauet *kr. 750.000-850.000*

2.3 Værdien af reklamerettigheder

2.3.1 Indledende betragtninger:

I forbindelse med brug af arenaer, haller og isstadions, er det ofte sådan, at rettigheden til at reklamere indgår i en samlet lejeaftale indeholdende kamp, træning, reklame.

En væsentlig del af finansieringen af elitesportsport sker via sponsorater, der typisk indeholder synlighed, hospitality og netværk.

Det vurderes derfor at være vigtigt for Hvidovre Fighters, at erhverve reklamerettighederne, og at rettighederne kan erhverves på vilkår der på niveau med hvad konkurrerende klubber kan erhverve rettighederne til.

Der er ikke praksis for, at kommuner selv varetager salg af reklamer på sportsarenaer, og motivet til at synliggøre sig ved sportsarrangementer er ofte forbundet med personlige relationer og lysten til at støtte en given aktivitet, her ishockey. Derfor er det relevant at salget alene foregår fra Hvidovre Fighters til mulige kunder.

Man bør være opmærksom på, ved indgåelse af en aftale om at overlevere reklamepladser fra Hvidovre Kommune til Hvidovre fighters, at reklamepladserne alene har værdi i forbindelse med Hvidovre Fighters og Hvidovre Ishockeyklubs aktiviteter- uden aktivitet er der ingen kommunikationsværdi.

2.3.2 Vurdering af hovedelementer som Hvidovre Fighters ønsker at råde over

I forbindelse med vurdering af prisniveau og af praksis på området, har der været kontakt til chefen for Odense idrætspark og til ledere af to Metal liga klubber.

I vurderingen er lagt til grund at det er produkter der kun har værdi når der spilles ishockey, at rettighederne til synlighed ved kampe formentlig tilhører Hvidovre Fighters, at der overtages forholdsvis store mængder reklameplads og at der skal være et forretningsincitament for klubben til at sælge skilte m.v. til sponsorer.

Hvidovre Fighters ønsker at erhverve følgende reklamepladser i Skøjtehallen i Frihedens Idrætscenter beliggende Frihedens idrætscenter, Hvidovrevej 446, 2650 Hvidovre. Disse reklamepladser ønsker Hvidovre Kommune værdiansat.

Reklamepladser i Hvidovre Ishockeyhal

- 30 stk. bandereklamer (hver reklamestørrelse er 4 x 0,80 meter)
- 8 stk. øvrige bandereklamer (hver reklamestørrelse er 4 x 0,80 meter)
- 27 stk. vægreklamer, primær
- 48 stk. vægreklamer, sekundær
- ca. 46 pladser på panserglas
- 13 pladser på is og midtcirkel
- Reklamer på diverse (ismaskine, pusterum, i træningshallen).

- *Vurderet prisniveau på alle reklamepladser vil være i niveauet*

Kr. 75.000–100.000

Trafikreklame

Hvidovre Fighters 4 stk. skilte 3,5 x 1,5 meter skilte ved Gammel Køge Landevej.

- *Vurderet prisniveau, med forbehold for placering og trafik* *Kr. 25.000–30.000*

Navneret

Retten til at sælge navnet på Hvidovre skøjtehal.

- Navneret til sponsors navn/logo på fronten af bygnings skøjtehallen, og at sponsors navn anvendes som skøjtehallens officielle navn i aftaleperioden.
- Navneretten overdrages alene til aktiviteter, der vedrører Hvidovre Fighters.

- *Sammenholdt med prisen for etablerede klubber med betydelig medieopmærksomhed*
Vurderes prisen til at være i niveauet *Kr. 75.000-100.000*

2.3.3 Prisfastsættelse af alle produkter samlet

Vurderes den samlede pris ekskl. moms, at være i niveauet være *Kr. 150.000-200.000*

3.0 Konklusion

På baggrund af ovenstående er, der foretaget en værdiansættelse af dels en vurdering af markedsprisen for et sponsorat som Hvidovre Kommune er tilbudt Fra Hvidovre Fighters, og dels er der foretaget en vurdering af hvilken pris som Hvidovre Kommune kan videreformidle reklamepladser og navnerettighed til, til Hvidovre Fighters.

Med branchen som helhed i vurderingen og med inddragelse af Hvidovre Fighters ambition om at blive kommende deltager i Metal Ligaen, og den deraf følgende opmærksomhed Hvidovre Kommune vurderes det at et sponsorat på niveauet 750.000 til 850.000 kan indgås.

I forbindelse med aftaleindgåelse anbefales, at der foretages en samlet vurdering af de administrative ressourcer som Hvidovre Kommune skal benyttes for at få effekt af sponsoratet.

Ligeledes anbefales det at gå i dialog med Hvidovre Fighters om temaerne – gratis entre til kampen – og – udbyttet af antallet af erhvervsmedlemsskaber. Her vurderes det at der vil være mulighed for at øge effekten for Hvidovre Kommune via en revideret kombination af ydelser.

Prisvurderingen af ydelser som Hvidovre Fighters ønsker at råde over er vurderet og værdiansat til at være i niveauet kr. 150.000 til 200.000. I denne vurdering er der taget højde for dels hvad der af lignede aftaler hos udvalgte konkurrenter og at priserne er et produkt af klubbens image og resultatskabende evne. Her er der fokus på at Hvidovre Fighters er i etableringsfasen som Metal liga hold. Der er også taget i betragtning at der skal være et incitament til at overtage muligheden for salg af reklamerettighederne.

4.0 Om Buch Consult ApS

- Buch Consult er en rådgivningsvirksomhed inden for ledelse, sponsering, salg & markedsføring.
- Baggrund
 - o Arne Buch er ejer af virksomheden der blev stiftet i 2016
 - o Direktør i GOG, KIF, HC Odense (1996-2016)
 - o Formand Divisionsforeningen Håndbold (2000-2008)
 - o Cand.merc. i afsætning, speciale i sponsering
- Buch Consult løser opgaver for bl.a :
 - o Divisionsforeningen Håndbold
 - o Bulldogs – Odense Ishockey
 - o KIF Kolding København
 - o Munkebo Speedway
 - o FC Svendborg
 - o Sport One Danmark
 - o En række erhvervsvirksomheder og kultur institutioner