

**Svendborg Kommune**

**Anbefalinger til køb af ydelser i relation  
til planlagt arena**

*Køge, den 14. august 2022*

***Fladberg Consult v/Steen Fladberg***

## 1.0 Introduktion

Denne rapport har til formål at give en vurdering af, hvordan mulighederne er for Svendborg Kommune i forhold til et økonomisk engagement i en kommende multiarena i Svendborg i form af årlig betaling på knap 2 mio.kr.

Det forventes, at Svendborg Kommune/foreninger har behov for at anvende arenaen til kommunale formål og leje sig ind i arenaen svarende til en årlig leje i størrelsesordenen 1 mio. kr. Det vil medføre en kommunal deponering for benyttelse af arenaen anslået til mellem 5 og 10 mio. kr. Denne del afklares med kommunens revisor, og er således ikke en del af den foreliggende vurdering.

Den resterende årlige betaling i niveauet ca. 1 mio. kr. forventes baseret på ydelser, som stilles til rådighed for Svendborg Kommune.

Svendborg Kommune har henvendt sig til Fladberg Consult v/Steen Fladberg for at få foretaget denne vurdering.

I vurderingen vil indgå forslag til hvordan Svendborg kommune kan opnå størst mulig udbytte af den årlige investering. Som en tilføjelse vil rapporten også have fokus på afledte effekter.

## 2.0 Problemstilling og metode

Vurderingen er understøttet af samtaler med kilder i markedet. Vurderingen giver svar på følgende spørgsmål:

- Ydelser indkøbt på markedsvilkår, til priser som andre erfarne indkøbere ville kunne opnå.
- Er ydelserne anvendelige i forhold til kommunens aktiviteter og indsatsområder.

### Metode til vurdering

Vurderingen er foretaget ud fra egen viden og ud fra informationer fra samtaler med fagkyndige personer inden for sports-, marketing- og medieverdenen:

- Egne erfaringer fra at arbejde med sport og events i 34 år
- Egen markedsviden om prisniveauer ved køb og salg af ydelser hos landets større sportsgrene, dvs. fodbold, håndbold, ishockey, badminton og basket
- Samtaler med kommercielt ansvarlige i klubber i Divisionsforeningen (fodbold), Divisionsforeningen Håndbold, og Ishockeyligaen.
- Indkøbere i sportsmarkedet
- Sport Event Denmark
- Visit Denmark
- Eventansvarlig - musik
- Fremsendt materiale fra ejerkredsen
- Inspiration fra relevante hjemmesider og øvrige sociale medier

På baggrund af de indhentede informationer er der foretaget beregninger og gennemført analyser, der har dannet grundlag for vurderingen.

### 3.0 Vurdering – Indledende betragtninger

En række faktorer er af særlig betydning for værdien af de påtænkte ydelser. Disse faktorer gennemgås i det følgende. I dette tilfælde er der tale om ydelser og markedsførings samarbejde med den kommende Arena.

- Mediedækning
  - o Hvilken evne har sponsoratet til at ramme relevante målgrupper?  
bl.a. forventning til tv- transmittering arenaen pr. år.  
Hvor mange tilskuere forventes at besøge Arenaen og øvrig mediedækning, sociale medier etc.  
Herunder, på hvilken måde kan man sikre sig omtale i forbindelse med gennemførelse af events.
- Erhvervsnetværk
  - o Hvilke beslutningstagere kan man komme i dialog med ved arrangementer og events etc.?
- Brandingværdi.
  - o Hvilken imageværdi har det sponserede objekt (arenaen)? Arkitektonisk, æstetisk, elite- og breddesport, lokal stolthed, kendskab til Svendborg, arenaens rolle i Svendborg, mv.
- Organisering
  - o Hvordan er organisationen og hvordan evnen er til at levere de aftalte ydelser?

#### 3.1 Aktiviteter

Aktiviteter (årlig forventning):

- GOG afvikler alle holdets hjemmekampe i Arenanen – anslået 25-30
- Rabbits afvikler alle holdets hjemmekampe i Arenaen – anslået 20-30 kampe
- 5-10 årlige koncerter
- 5-10 årlige konferencer/events

#### 3.2 Tilskuere

GOG har ca. 1.700-1.800 tilskuere i deres nuværende rammer i Gudme. I den nye arena vil et kvalificeret bud være en stigning til i gennemsnit 2.500 pr. kamp, hvilket på årsbasis vil være ca. 62.500-75.000 tilskuere.

I den forbindelse skal det nævnes, at dansk klubhåndbold har stigende interesse, bl.a. fordi en række profiler vender hjem til Danmark.

Rabbits har ca. 800 tilskuere i gennemsnit, og ligeledes er det sandsynligt at holdets kampe vil tiltrække et stigende antal tilskuere i nye forbedrede rammer og et niveau på 1000 pr kamp vil være sandsynligt, hvilket på årsbasis vil være 16.000-30.000 tilskuere.

Koncerter vil være med kunstnere, hvor der er et publikum på mellem 2.000-3.000 så anslået 15.000 publikummer på årsbasis.

Konferencer m.v. – til dette område kan det forventes, at der vil ca. 10.000 deltagere.

Det er en kendsgerning at nye, moderne, faciliteter medfører en forøget tilskuertilstrømning, ikke mindst fordi den samlede oplevelse er bedre.

På basis af ovenstående estimeres det, at der vil komme mellem 120.000 og 140.000 gæster det første år. Herefter er der mulighed for i takt med kendskabets til Arenaens attraktivitet, at antallet vil kunne forøges fremover.

### 3.3 Mediedækning

Med GOG og Rabbits som to gennemgående brugere af den nye Arena vil der være sikret betydelig mediedækning fra Arenaens aktiviteter.

Håndbold har som en af de meget få idrætsgrene indgået aftale med TV2 (=landsdækkende TV) og har en aftale der løber frem til 2025. Helt aktuelt pågår der forhandling om forlængelse af den nuværende aftale, så den løber frem til 2030.

Den nye aftale vil formentlig betyde, at stort set alle GOGs hjemmekampe vil blive transmitteret via flow-kanalerne TV2, TV2-sport eller streaming via TV2 Play.

Basket har indgået samarbejdsaftale med Sport Live, der vil transmittere over 50 kampe pr sæson. Og med Rabbits position i toppen af den Danske Basketliga, vil anslået 5-7 af holdets hjemmekampe blive transmitteret.

### 3.4 Erhvervsnetværk

GOG har pt et erhvervsnetværk med ca. 175 firmaer og Rabbits har et tilsvarende netværk med 160 firmaer.

Det må forventes, at interessen for at deltage i de respektive netværk vil være stigende med forbedrede fysiske rammer. Mange af de deltagende i netværkene er beslutningstagere, og er derfor potentielle brugere af de nye faciliteter til egne arrangementer.

De styrkede rammer forventes derfor at virke attraktive for beslutningstagere og deres gæster, og det er sandsynligt, at beslutningstagere fra store dele af Fyn vil være motiveret til lejlighedsvis at benytte de kommende faciliteter. På den vis vil Arenaen kunne understøtte erhvervsudviklingen i området.

### 3.5 Branding

Arenaen vil være et væsentligt bidrag til at brande Svendborg som kultur- og sportsby.

Dels vil de nye rammer medføre, at det er muligt at afvikle flere og større events, konferencer, sportsbegivenheder koncerter m.v. og dels vil de eksisterende sportsklubber (GOG og Rabbits) få forbedrede muligheder for at udvikle deres respektive kommercielle platforme, og dermed tilføre ressourcer til at udvikle deres hold og dermed fastholde positionen som topklubber i henholdsvis basket og håndbold.

Brandingen som sportsby, vil blive forstærket ved at Arenaen vil blive placeret sammen med de øvrige idrætsfaciliteter, SG's Gymnastiklokaler, den nuværende Svendborg Idrætshal og Svendborg Svømmeland. Ud over Arenaens egenfunktion, vil der også være mulighed for synergi over mod det samlede idrætsmiljø, i form af at opnå rammer til afvikling af store events.

En vigtig del af branding er at opbygge kendskab. Og den omfattende tv-dækning på landsdækkende tv såvel som tilskuertilstrømning og gæster vil bidrage markant.

### 3.6 Organisation

Ejerkredsen til den nye Arena er sammensat af lokale virksomheder, der repræsenterer både betydelig kapital og betydelig administrativ og ledelsesmæssig faglighed.

Det forudsættes, at der engageres en professionel driftsorganisation til udvikling af arenaen som event-, kultur- og sportshus, og som kan sikre leverance af de anbefalede ydelser.

## 4.0 Arenaens afledte effekter

I dette kapitel gives der en vurdering af afledte effekter i forbindelse med etablering af den nye Arena.

De enkelte effekter er ikke værdisat, men de skønnes at have stor effekt turismeøkonomisk såvel som profilering af Svendborg.

Med den nye multihal vil det samlede idrætscenter fremstå stærkt, og vil i højere grad kunne tiltrække større events til Svendborg. Det er f.eks. tilfældet med Magion i Grindsted, Vejen Idrætscenter, mv. Det gælder ikke mindst fordi Svendborg i forvejen har så meget at byde på. Desuden har det meget succesfulde landsstævne 2022 præsenteret Svendborg som en idrætsby, der vil være et godt kort, når der fremover skal tiltrækkes events.

### Placering af sportsevents

- Med en ny multihal vil Svendborg styrke sin konkurrenceevne i forhold til at være venue, når der skal placeres kampe og turneringer, f.eks. i pokalturneringer, supercup, Final4, A-landskampe i basketball, og i håndbold etc.
- I regi af Det Europæiske Håndboldforbund stilles krav til den venue, hvor kampene skal finde sted. Det har medført, at f.eks. GOG har været nødsaget til at spille kampe i Odense. Det vil ikke umiddelbart være tilfældet med en ny arena.
- I tilknytning til events vil det ofte være muligt at etablere sideevents, f.eks. prøv-selv-aktiviteter, fanzone, koncerter/optrædener i byen, tilskuerfest, mv., som alt sammen kan bidrage til forøget indtjening.

#### Idrætstilbud til borgerne

- Det samlede idrætstilbud til borgerne i Svendborg Kommune vokser. Det er i meget fin tråd med Svendborg Kommunes ambitioner på sundhedsområdet og vil samtidig understrege Svendborg Kommunes position som "Bevæg dig for livet-kommune".
- Multiarenaen og dens aktiviteter vil yderligere bidrage til at hele familien kan tage i idrætscentret, da der med stigende sandsynlighed vil være noget for hele familien. Det vil være en katalysator for familieidræt, som er en af de store målsætninger for DIF og DGI.

#### Lokal stolthed

- At få nye og moderne faciliteter vil bidrage positivt til den lokale stolthed og følelsen af at vi kan noget sammen i vores område.

#### Markedsføring og Kultur

- I lighed med andre "fyrtårne" i området kan Arenaen være bidragende til at øge opmærksomheden på området. En Arena vil blive omtalt i mange sammenhænge, herunder vil den blive nævnt i forbindelse med sports og kulturevents.

#### Turisme

- Ved at etablere Arenaen bliver det Sydfynske område mere attraktivt for arrangører af sport og kultur events. Den forøgede kapacitet vil gøre at Svendborg i større grad vil blive vurderet som en attraktiv lokation til mesterskaber og turneringer.

#### Koncerter m.v.

- Arenaen kan blive et interessant koncertsted, for koncertarrangører, der har behov for venues, der har en større tilskuercapacitet end de nuværende.

Det bliver fra koncertarrangørers side peget på behovet for plads til koncerter med et publikum fra 1500 og op efter.

#### Bosætning

- Fra en tidligere rapport er der peget på, at et afgørende forhold for at Svendborg oplever vækst i indbyggertallet, forklares gennem at byens smukke placering og ikke mindst et betydeligt kulturtilbud.
- Arenaen vil formentlig være bidragende til at forstærke opfattelsen af kvaliteten og kendskabet til Svendborg som en by med fokus på sport og kultur.
- Via deltagelsen i sportsevents, som atlet eller tilskuer, vil Svendborg blive vist frem til "nye" mennesker, som måske får lyst til at slå sig ned i Svendborg Kommune.

#### Erhverv

- Som nævnt under afsnittet for erhvervsnetværk, er der gode muligheder for at Arenaen kan være ramme for at beslutningstagere mødes, lige som rammerne kan være motiverende at møde i.

- Et lounge- og mødemiljø med høj kvalitet kan tiltrække beslutningstagere fra hele Fyn.
- I det samlede idrætscenter vil der kunne afholdes udstillinger i højere grad. Derfor er det selvfølgelig vigtigt at Multihallen er forberedt til det.

#### Turistøkonomi

- Tiltrækning af turister i forbindelse med events vil få positiv betydning for områdets økonomi. Ved afholdelse af event over flere dage vil behovet for overnatning blive forøget. Dette vil gavne især hoteller, og restauranter men også detailhandlen må formodes at få gavn af det stigende aktivitetsniveau.

Sport Event Danmark og Visit Denmark har foretaget beregninger over den afledte omsætning ("Turismeøkonomisk effektmåling af sports-, kultur- og erhvervsbegivenheder"); der tilflyder et område pr. døgn. **Afhængig af idrætsgrenen vil forbruget pr. tilskuer være mellem kr. 800 og kr. 1.300.**

## 5.0 Markedsføringsydelser - Idekatalog

I dette afsnit beskrives en række forslag til ydelser, som Svendborg Kommune vil kunne erhverv sig gennem samarbejdet med Arenaselskabet.

Forslagene bygger på, at Arenaselskabet har mulighed for at disponere en række ydelser forlods inden der indgås lejeaftaler med sports og kulturudbydere.

#### Navngivning:

Svendborg som primært navn på Arenaen

- Arenaen har Svendborg som hovednavn a la "Svendborg Arena" eller "Svendborg Kommune Arena" på linje med andre arenaer, der bærer kommercielle navn som f.eks. "Royal Aren.

Svendborg som binavn på Arenaen

- Arenaen får et andet kommercielt navn, og hvor Svendborg bliver en del af det officielle navn som binavn a la "Royal Arena, Svendborg" eller "Royal Arena, Svendborg Kommune".

#### Navngivning af lokaler

- Ret til navngivning af lounges, dvs. opnå navneretten og så anvende til Svendborg Kommune eller f.eks. kommunale selskaber, institutioner eller lignende.

#### Logoprofilering/Branding

- Svendborg Kommunes logo placeres på al kommunikation fra selskabet og på al markedsføringsmateriale.
- Arenaselskabet, sikrer Svendborg Kommunes logo på kommunikation fra andre lejere – f.eks. interviewvæg ved sportsskammer, på plakater, i annoncer, på sociale medier og andre kommunikationsplatforme.

- Her kan man overveje at udarbejde en pay-off der sammenholder ”Svendborg Kommune – sport og kultur”

#### Synlighed på skilte

- Skilte i arenaen
  - o Fast profilering af Svendborg Kommune i Arenaen
  - o Reklameskilt over publikum på langside og gavl – skal have en særlig udformning, således at skiltet ikke blot er en reklamebende
- Skilt i lounge
  - o Fast profilering af Svendborg Kommune i Loungen
  - o Reklameskilt over publikum på langside og gavl – skal have en særlig udformning, således at skiltet ikke blot er en reklamebende
- Informationsstand
  - o Fast, men fleksibel informationsstand i ankomstområdet, der anvendes til markedsføring af kommunens tilbud til borgere.
  - o Anslået 2x2x1 meter

#### Adgang til arrangementer

- Sikre at der er adgang og siddepladser til f.eks. 25 personer ved alle kommercielle arrangementer, der afvikles i hallen, sportskampe, koncerter m.v.
- VIP adgang til alle kommercielle arrangementer.

#### Råderet over lokaler / hallen og lounges

- Anvende lokaler til projekter for udvalgte målgrupper
  - o Tilflyttere
    - Arrangement for alle familier, der er flyttet til Svendborg inden for den seneste periode inviteres – f.eks. hvert halve år
    - Det forudsættes at der vil være 100 deltagere pr arrangement (120)
  - o Studerende
    - Afholde årligt introduktionsarrangement for nye studerende
    - Der forudsættes at der vil være 200 deltagere pr arrangement (120)
  - o Erhverv
    - Understøtte iværksættermiljø, der kan have Arenaen som fast samlingssted.
    - Det forudsættes at blive afholdt 20 årlige møder med 50 deltagere (40)
    - Løbende møder med byens erhvervsliv i afslappede rammer
  - o Socialt udsatte borgere
    - Sammen de øvrige lejere (f.eks. GOG og Rabbits) invitere socialt udsatte borgere til event.
    - Det forudsættes at der vil komme 500 deltagere pr arrangement (60)
  - o Råderet over Arenaen til et - to årlige events, f.eks. julefrokost, for Svendborg Kommunes medarbejdere.
  - o Råderet over Arenaen til en årlig skoleturnering for Svendborg Kommunes skoler



## 6.0 Prisivurdering

I dette afsnit vurderes prisen på de enkelt ideforslag, ud fra hvad tilsvarende ydelser udbydes til af andre professionelle aktører.

Der lægges vægt på, at ydelserne prisfastsættes på markedsvilkår som andre erfarne indkøbere ville kunne opnå.

Hver enkelt ydelse vurderes med en minimums og en maksimumspris.

### 6.1 Navneret til Arena

Produktet

- Navngive multiarenaen, således at denne officielt benævnes i alle officielle sammenhænge; på bygningen, på skærme; på vejskilte; omtale i medier m.v.
- Markant skiltning på bygning og i ankomstområder.
- Omkostninger, der måtte opstå ved produktion af eksponerings materiale i og omkring loungen påhviler Svendborg Kommune.

Sammenlignende priser:

- |   |             |
|---|-------------|
| - Gudmehallen har en opnået salgspris i niveauet      | kr. 250.000 |
| - Odense Idrætshal har en opnået salgspris i niveauet | kr. 500.000 |
| - Odense Istadion har en opnået salgspris i niveauet  | kr. 200.000 |
| - Koldinghallerne har en opnået salgspris i niveauet  | kr. 750.000 |
| - Arena Køge (Hal 3)                                  | kr. 100.000 |

Aktivitetsniveau

- Den ny multiarena vil være primær hjemmebane for to eliteprojekter i sammenligning med de bekræftede eksempler, der hver har en primæraktør.

Implikationer

- For både Rabbitts og GOG gælder at de har navngivning af hjemmebane, som en del af deres produktportefølje, hvorfor der vil være en reduktion af deres respektive økonomiske muligheder.

Produktets styrke

- At der sikres en kommunikationsplatform, der er med til at understøtte Svendborg Kommunes identitet, som fokuseret på sport og kultur.

Pris

- På baggrund af ovenstående vurderes prisniveauet for navneretten til den nye multihal at ligge i niveauet

Minimumspris	Maksimumpris
400.000	650.000

Det skal understreges, at der vil være et betydeligt antal kampe i arenaen på landsdækkende tv.

## 6.2 Navneret - Bi-navn på Arena

### Produktet

- Sikre at Svendborg Kommune er det officielle binavn og benævnes således officielt, uanset hvem der er den officielle navngiver.
- Svendborg Kommune indgår i navnet i alle officielle sammenhænge; på bygningen, på skærme; på vejskilte; omtale i medier m.v.
- Markant skiltning på bygning og i ankomstområder.
- Eventuelle omkostninger, der måtte opstå ved produktion af eksponerings materiale i og omkring loungen påhviler Svendborg Kommune.

### Implikationer

- Binavnet vil naturligt have en mindre kommunikativ tyngde en hovednavnet, og især i mediasammenhænge er der risiko for en begrænset omtale.

### Produktets styrke

- At der sikres en kommunikationsplatform, der er med til at understøtte Svendborg Kommunes identitet, som fokuseret på sport og kultur.

### Prisniveau

- Afhængig af i hvilket omfang ovenstående ydelser leveres, vil prisen ligge i niveauet således

Minimumspris	Maksimumpris
200.000	300.000

## 6.3 Navneret til VIP-Lounge

### Produktet

- Svendborg Kommune opnår ret til navngivning af VIP Lounge – a’ la ”Svendborg Kommune lounge”
- Benævnelse ved alle invitationer og anden aktuel omtale.
- Hvis VIP arrangementer i forbindelse med kampe og events flyttes til andet lokale/sekundær hal, vil navngivningen ad-hoc følge med.
- Det forudsættes at der i aftaleperioden er synlige logoer, mulighed for ophængning af plancher og udstillinger og udsmykning af permanent karakter.
- Eventuelle omkostninger, der måtte opstå ved produktion af eksponerings materiale i og omkring loungen påhviler Svendborg Kommune.
- Det formodes, at gæsterne i VIP-lounge i højere grad vil være beslutningstagere, og dermed selv potentielt i eget regi vil kunne anvende faciliteterne.

Produktets styrke

- At der sikres en kommunikationsplatform, der er med til at understøtte Svendborg Kommunes identitet, over for VIP-gæster og erhvervskunder.

Pris

- På baggrund af ovenstående vurderes prisen navngivningen af VIP-Lounge at ligge i niveauet

Minimumspris	Maksimumpris
100.000	150.000

#### 6.4 Logoprofilering/Branding

- Svendborg Kommunes logo profileres i alle sammenhænge hvor Arenaselskabet kommunikerer med samarbejdspartnere og publikum.
- Arenaselskabet sikrer at eksterne alle lejere inden for sport, musik, konferencer m.v. anvender Svendborg Kommunes logo på al markedsføringsmateriale.
- Svendborg Kommunes logo på pressevægge.
- Svendborg Kommunes logo ved pressemøder etc.
- Det anbefales, at der udarbejdes en designlinje, der beskriver, hvordan logoanvendelse skal ske for alle aktørerne i Multiarenaen.
- Arenaselskabet sikrer, at logoprofilering integreres i lejeaftaler med eksterne arrangører.
- Det anbefales, at få udarbejdet pay-off, der integrerer Svendborg Kommune med begreberne sport og kultur.

Pris

- Vurderingen er at prisen for profilering vil ligge i følgende interval

Minimumspris	Maksimumpris
150.000	250.000

#### 6.5 Synlighed – skilte og informationsstand

- Skilte i arenaen
  - o Fast skilteprofilering af Svendborg Kommune i Arenaen
  - o Reklameskilt over publikum på langside og gavl – skal have en særlig udformning, således at skiltet ikke blot er en reklamebende
  - o Skilte er uden for tv-vinkel, da denne ret er en central del af arrangørernes (GOG/Rabbits) forretningsgrundlag.
  - o Anslået format: 2 x 8 meter
  - o Fastlægges konkret i forbindelse med færdig byggeri.
- Skilt i lounge
  - o Fast skilteprofilering af Svendborg Kommune i loungen
  - o Reklameskilt over publikum på langside og gavl – skal have en særlig udformning, således at skiltet ikke blot er en reklamebende
  - o Anslået format: 1 x 4 meter

- Fastlægges konkret i forbindelse med færdig byggeri.
- Informationsstand
  - Fast, men fleksibel informationsstand i ankomstområdet, der anvendes til markedsføring af kommunens tilbud til borgere.
  - Anslåede dimensioner 2x2x1 meter

Der gøres opmærksom på at der vil være marginalt faldende effekt ved køb af yderligere eksponering.

Pris

- Prisen for den samlede synlighed for de tre produkter vurderes til at ligge i intervallet

Minimumspris	Maksimumpris
125.000	175.000

### 6.6 Adgang til events

Ret til siddepladser til samtlige event. Siddepladserne vil være i bedste kategori

- Håndbold                      30 stk. x 100kr.                      = 3.000 kr.
- Basket                              25 stk. x 80 kr.                      = 2.000 kr.
- Koncerter                      10 stk. x 300 kr.                      = 3.000 kr.
- Bruttoprís / plads                      = 8.000 kr.
- Prís med vurderet mængderabat = 50 %                      = 4.000 kr. X 25 stk.

Minimumspris	Maksimumpris
80.000	100.000

### 6.7 Råderet til lounge og arena

Råderet til anvendelse af lounge og Arena til andre formål en sport og idræt.

- Råderet over VIP lounge 15 dage årligt, a 10.000 kr.                      kr. 150.000
- Råderet over arena 4 dage årligt, a 25.000 kr.                      kr. 100.000

Prisen bør ud fra en mængderabat's perspektiv kunne forhandles, hvorfor der er det beskrevne prisspænd.

Minimumspris	Maksimumpris
175.000	250.000

## 7.0 Konklusion – samlet vurdering

Denne rapport har belyst, hvorledes Svendborg Kommune kan købe markedsføringsydelser i den planlagte nye Arena på markedsvilkår og med formålet om at fremme kommunens politiske indsatsområder

Ovenstående markedsføringsydelser er vurderet med en minimumspris og en maksimumspris for hver delydelse.

De enkelte delydelserne er forslag, som Svendborg Kommune kan have gavn af i relation til kommunens politiske indsatsområder, inden for bl.a. kultur, sundhed, erhverv og socialområdet.

Produkt	Minimumspris	Maksimumspris
Navneret til Arena	400.000	650.000
Navneret til bi-navn på Arena	200.000	300.000
Navnret til VIP-lounge	100.000	150.000
Logoprofilering/Branding	150.000	250.000
Synlighed, skilte og informationsstand	125.000	175.000
Adgang til arrangementer	80.000	100.000
Råderet til lounges og Arena	175.000	250.000
I alt	Inkl. Arenanavn 1.030.000 inkl. binavn 830.000	Inkl. Arenanavn 1.575.000 Inkl. binavn 1.225.000

- De skitserede ydelser er vurderet og prisfast ud fra det prisniveau som tilsvarende ydelser i markedet udbydes til, og er samtidig vurderet ud fra hvilke pris andre professionelle indkøbere vil kunne opnå.
- De enkelte forslag kan tilpasses i omfang ud fra en vurdering af behov.
- Ydelserne i alt, ligger i et prisspænd, afhængig af navneret
  - o Rettighed til binavn fra minimum kr. 830.000 til maksimum kr. 1.225.000
  - o Rettighed til Arenanavn fra minimum kr. 1.030.000 til maksimum kr. 1.575.000

**Med til den samlede vurdering for Svendborg Kommune henledes opmærksomheden også på "4.0 Arenaens afledte effekter", som skønnes at være markante.**

Denne rapport problemstilling er behandlet, analyseret og vurderet af Fladberg Consult v/Steen Fladberg.

Køge, den 13. august 2022

Steen Fladberg

*Kort om Steen Fladberg*

- *Cand. Merc., afsætningsøkonomi/marketing*
- *Verdensmester i badminton*
- *Formand, Køge Badminton Klub, der nu også inkluderer Padel*
- *Bestyrelsesmedlem i HB Køge*
- *Marketingchef og medlem af ledelsesgruppen i Team Danmark, 1986-2007,*
- *Direktør Sport One Danmark, 2007-2020 = salg og udvikling af løsninger til de største virksomheder i DK, i alt kr. 1 mia.+*
- *Konsulent, rådgiver, igangsætter, forfatter*