

VURDERING AF AALBORG KOMMUNES SAMARBEJDSAFTALER MED LOKALE ELITEIDRÆTSKLUBBER

Publicity for Aalborg Kommune
13. august 2018

Indhold

- 1) Introduktion
- 2) Enkeltvis vurdering af samarbejdsaftaler
 - a. AaB A/S
 - b. Aalborg Pirates A/S
 - c. Aalborg Håndbold A/S
 - d. EH Aalborg ApS
- 3) Spørgsmål

1) Introduktion

Publicity har for Aalborg Kommune foretaget en ekstern vurdering af kommunens samarbejdsaftaler med de lokale eliteidrætsklubber, henholdsvis AaB A/S, Aalborg Pirates A/S, Aalborg Håndbold A/S samt Elitehåndbold Aalborg (EH Aalborg) ApS.

Samarbejdsaftalerne med de fire klubber indebærer i 2018 en samlet fast omkostning på kr. 875.000,00. Hertil kommer bonusaftaler, der kan udløses af klubbernes placering og performance, for total kr. 450.000,00 fordelt på tre ud af de fire klubber.

Samarbejdsaftalerne er underlagt Eliteidrætsloven og naturligvis Kommunalfuldmagten. Der er tale om professionelle eliteidrætsklubber, der drives som erhvervsvirksomheder, henholdsvis tre aktieselskaber og et anpartsselskab. Det betyder, at som hovedregel skal samarbejdsaftalerne indgås på markedsmæssige vilkår.

Publicitys vurdering beror blandt andet på analyser fra Idrættens Analyseinstitut samt generelle opgørelser af værdien af tv-eksponering i forbindelse med sponsorater mv.

2a) Aalborg Kommunes samarbejdsaftale med AaB A/S	Partner	Fast aftale p.a.	Bonus p.a.
	AaB A/S	Kr. 300.000,00	En 1.-4. plads i ligaen: kr. 50.000,00 Dansk mesterskab desuden: kr. 50.000,00 Deltagelse i pokalen: kr. 50.000,00

For den faste aftale modtager Aalborg Kommune en række modydelser:

- Profilering på erhvervsklubtavlen på Aalborg Stadion
- Logo og kontaktoplysninger på aabsport.dk
- 240 sek./kamp på 170m LED-bande i direkte tv-vinkel til samtlige AaBs hjemmekampe i Alka Superligaen og DBU Pokalen

Det er Publicity's vurdering, at den langt største markeds-mæssige værdi ligger i bandeeksposeringen over for hjemmepublikummet og sekundært over for tv-seerne. For en privat aktør vil det ofte være med omvendte vigtighed.

AaB spiller 17-20 hjemmekampe på Aalborg Stadion p.a. Arenaen kan rumme 13.800 tilskuere (stående og siddende) pr. kamp, og kampene tiltrækker i gennemsnit godt 6.100 tilskuere pr. kamp svarende til ca. 110.000 p.a. Hertil kommer tv-transmittering for ca. 1.075.000 seere.

AaB har de seneste 12 måneder fået knap 25.000 medieomtaler og er dermed en af Danmarks mest omtalte fodboldklubber. Dette kommer også indirekte Aalborg Kommune til gavn som by og sponsor.

Det er Publicity's vurdering, at den faste del af samarbejdsaftalen er indgået på markeds-mæssige vilkår. Det er desuden vores vurdering, at det i forbindelse med bonus er en kompliceret sag at opgøre den markeds-mæssige værdi af samarbejdsaftalen, hvis AaB fx vinder et Dansk mesterskab. Her vil det eksempelvis ikke være Aalborg Kommunes bandeeksposering, der er afgørende. Aalborg Kommune vil nemlig opnå stor markedsføring-mæssig værdi ved eksempelvis et dansk mesterskab, uanset om samarbejdsaftalen eksisterer eller ej.

2b) Aalborg Kommunes samarbejdsaftale med Aalborg Pirates A/S	Partner	Fast aftale p.a.	Bonus p.a.
	Aalborg Pirates A/S	Kr. 250.000,00	Deltagelse i DM-semifinale: kr. 50.000,00 Deltagelse i Final4: kr. 50.000,00 Dansk mesterskab: kr. 50.000,00

For den faste aftale modtager Aalborg Kommune en række modydelser:

- 12m bandereklame på mellembanden i isarenaen
- 2 is-reklamer i isarenaen
- 6m vægskilt i isarenaen
- Reklame på bryst og ryg af cheftræner samt ass. træner
- Navn og logo i kampræs, der vises i VIP lounge før kampen
- Profilering på banner i VIP lounge og isarenaen som supersponsor
- E-mail service med optakt til hver hjemmekamp
- Logo og kontaktinfo på aalborgpirates.dk
- Profilering som supersponsor i klubben

Det er Publicity's vurdering, at den største markeds-mæssige værdi ligger i den massive eksponering over for hjemmepublikummet og over for tv-seerne.

Aalborg Pirates spiller ca. 25 hjemmekampe i Gigantiums isarena p.a. Arenaen kan rumme ca. 5.000 (stående og siddende) pr. kamp, og kampene tiltrækker i gennemsnit ca. 3.200 tilskuere pr. kamp

Aalborg Pirates har de seneste 12 måneder fået godt 4.500 medieomtaler og er dermed en af Danmarks mest omtalte ishockeyklubber. Dette kommer også indirekte Aalborg Kommune til gavn som by og sponsor.

Det er Publicity's vurdering, at den faste del af samarbejdsaftalen er indgået på markeds-mæssige vilkår. Det er desuden vores vurdering, at det i forbindelse med bonus er en kompliceret sag at opgøre den markeds-mæssige værdi af samarbejdsaftalen, hvis Aalborg Pirates fx vinder et Dansk mesterskab. Her vil det eksempelvis ikke være Aalborg Kommunes bandeeksponering, der er afgørende. Aalborg Kommune vil nemlig opnå stor markedsførings-mæssig værdi ved eksempelvis et dansk mesterskab, uanset om samarbejdsaftalen eksisterer eller ej.

2c) Aalborg Kommunes samarbejdsaftale med Aalborg Håndbold A/S

Partner	Fast aftale p.a.	Bonus p.a.
Aalborg Håndbold A/S	Kr. 250.000,00	Deltagelse i DM-slutspil: Kr. 50.000,00 Deltagelse i DM-semifinale: Kr. 50.000,00 Deltagelse i DM-finale: Kr. 50.000,00

For den faste aftale modtager Aalborg Kommune en række modydelser:

- 5 min./kamp på 42m LED-bande i direkte tv-vinkel til samtlige hjemmekampe i ligaen, pokalturneringen (ekskl. Final4) samt Europa Cuppen
- Brystreklame på paradedragten (hele holdet)
- Navn/logo i kamppræsentationen, der vises i lounge før kampene
- Profilerings på erhvervsklubtavlen i Jutlander Bank VIP-lounge
- E-mail service med optakt til hver kamp
- Logo og kontakt info på aalborghaandbold.dk

Det er Publicity's vurdering, at den største markeds-mæssige værdi ligger i den massive eksponering over for hjemmepublikummet i håndboldarenaen og over for tv-seerne.

Aalborg Håndbold har et samlet tilskuerantal p.a. på ca. 115.000 samt tv-eksponering over for ca. 3.597.000 seere. Aalborg Håndbold har de seneste 12 måneder fået ca. 5.500 medieomtaler og er dermed en af Danmarks mest omtalte håndboldklubber. Dette kommer også indirekte Aalborg Kommune til gavn som by og sponsor.

Det er Publicity's vurdering, at den faste del af samarbejdsaftalen er indgået på markeds-mæssige vilkår. Det er desuden vores vurdering, at det i forbindelse med bonus er en kompliceret sag at opgøre den markeds-mæssige værdi af samarbejdsaftalen, hvis Aalborg Håndbold fx deltager i en DM-finale. Her vil det eksempelvis ikke være Aalborg Kommunes bandeeksponering, der er

afgørende. Aalborg Kommune vil nemlig opnå stor markedsføringsmæssig værdi ved eksempelvis et dansk mesterskab, uanset om samarbejdsaftalen eksisterer eller ej.

2d) Aalborg Kommunes samarbejdsaftale med EH Aalborg ApS.

Partner	Fast aftale p.a.	Bonus p.a.
EH Aalborg ApS	Kr. 75.000,00	-

For den faste aftale modtager Aalborg Kommune en række modydelser:

- Profilering som hovedsponsor på EH Aalborgs hjemmeside
- Profilering med logo på spillertøj samt rejsejakke
- Gulvreklame til alle hjemmekampe

Det er Publicity's vurdering, at den største markeds-mæssige værdi ligger i eksponeringen over for hjemmepublikummet i håndboldarenaen og sekundært over for tv-seerne.

EH Aalborg blev godkendt som kontraktklub af DHF i juni 2018 og er godt på vej til at markere sig på det danske landkort for kvindehåndbold. Klubben har de seneste 12 måneder fået godt 900 medieomtaler.

EH Aalborg er forholdsvis uprøvet i kommerciel sammenhæng, men det er vores vurdering, at markedsføringsbidraget ligger inden for rammerne af den markeds-mæssige værdi.

3) Spørgsmål

I tilfælde af spørgsmål bedes følgende kontaktet:

Publicity
 Direktør og rådgiver Esben Lind
 Tlf. (+45) 2514 5816
 E-mail esben@publicity.dk
www.publicity.dk