

Slagelse Kommune

Vurdering af markedsføringsværdien
ved at være hjemmebane for
Volleyball Danmark.

November 2018

Udarbejdet i samarbejde mellem Sport One Danmark
&



v. Arne Buch

Indholdsfortegnelse

| | | |
|------------|--|-----------|
| 1.0 | Introduktion | 3 |
| 1.1 | Målgruppe | 3 |
| 1.2 | Opdragsgiver til denne rapport | 3 |
| 2.0 | Problemstilling | 4 |
| 2.1 | Metode | 4 |
| 3.0 | Vurdering – Markedsværdien | 5 |
| 3.1 | Vurdering - betragtninger | 5 |
| 3.1.1 | Aktivitetsniveau | 5 |
| 3.1.2 | Sportsniveau | 5 |
| 3.1.3 | Organisation | 5 |
| 3.1.4 | Medieværdi: | 6 |
| 3.2 | Samarbejdsaftale | 7 |
| 3.3 | Delkonklusion – markedsføringsværdi | 9 |
| 4.0 | Samarbejde med VD i Langsigtede perspektiv | 10 |
| 4.1 | Vurdering | 10 |
| 5.0 | Ressourcekrav til SK ved et samarbejde med VD | 11 |
| 5.1 | De formelle krav: | 11 |
| 6.0 | Konklusion | 12 |

1.0 Introduktion

Denne rapport har til formål at vurdere markedsføringsværdien for Slagelse Kommune (SK) ved at blive officiel hjemmebane for Volleyball Danmarks (VD) landskampe for herrer og damer.

Slagelse Kommune har kontaktet Sport One Danmark, ved Steen Fladberg, for at få foretaget en vurdering af den markedsføringsmæssige værdi. Sport One Danmark har bedt Buch Consult, ved Arne Buch, om i samarbejde, at løse denne opgave.

1.1 Målgruppe

Rapportens målgruppe er politikere og embedsmænd i Slagelse Kommune.

1.2 Opdragsgiver til denne rapport

Slagelse Kommune
Center for Kultur, Fritid og Borgerservice
Fritidsafdelingen
Gørtlergade 4
4200 Slagelse

2.0 Problemstilling

SK har ønsket at få vurderet markedsføringsværdien ved at være hjemmebane for VD' s herrer- og damelandskampe.

Vurderingen bliver foretaget ud et kvantitativt estimat af de konkrete kommunikationseffekter i samarbejdet, i perspektiv til prisniveauer for tilsvarende produkter i andre sportsgrene.

Yderligere vil afledede potentielle effekter ved samarbejdet blive belyst.

Der er ikke eksplicit foretaget en økonomisk værdiansættelse i strategiske perspektiv i partnerskabets potentialer.

Rapporten behandler problemstillingen således:

- 1) Hvad er markedsværdien for SK ved at indgå et samarbejde med VD. (3.0)
- 2) Hvad er det langsigtede perspektiv i markedsføringssamarbejde med VD – herunder udvikling af den lokale volleyball i SK, og en understøttelse af SKs branding som Team Danmark Kommune. (4.0)
- 3) Hvilke økonomisk og organisatoriske ressourcekrav er der til SK i et samarbejde med VD.

2.1 Metode

Den vurderede værdi af et muligt markedsføringssamarbejde er foretaget ud fra et kvantitativt estimat af værdien for SK.

Informationssøgningen er foretaget således:

- Data fremskaffet af SK fra VD.
- www.volleyball.dk
- www.volleytv.dk
- www.dif.dk
- www.tv2.dk
- Samtale med den kommercielle ledelse i VD.
- Samtale med to erfarne volleyball-ledere, en tidligere beachvolley landstræner og en elite-klubformand.
- Inddragelse af viden og erfaring om medieværdi fra, i dansk sammenhæng, mere mediedækkede sportsgrene.
- Dialog mellem Sport One Danmark og Buch Consult.

3.0 Vurdering – Markedsværdien

I dette afsnit vurderes faktorer af mediemæssig betydning.

3.1 Vurdering - betragtninger

Faktorer, som generelt har betydning for vurderingen af markedsføringssamarbejdets værdi:

- Aktivitetsniveau
 - o Hvilke aktiviteter og events, der forventes at blive afholdt i aftaleperioden?
 - o Antal personer, der deltager/antal tilskuere.
- Sportsniveau
 - o Hvilket niveau er aktiviteten på sportsligt?
- Organisation
 - o Hvilke ressourcer er der til rådighed i VDs organisation?
 - o Hvilken evne er der til at gennemføre og udvikle samarbejdet?
- Mediedækning
 - o Hvilken evne har VD til at ramme relevante målgrupper?
 - o Hvilken evne har VD til at formidle Slagelse Kommune i sin kommunikation (co-branding)?

3.1.1 Aktivitetsniveau

- Aftalen indgås pr landskamp, der afvikles i Antvorskovhallen i Slagelse.
- Skønsomt forventes der mellem 300 og 400 tilskuere til en landskamp jf. erfaringer fra volleyballmiljøet.
- Størstedelen af tilskuerne forventes, at komme fra det lokalområdet, og det lokale - og regionale volleyballmiljø.

3.1.2 Sportsniveau

- Volleyballandsholdet (-ne) er naturligvis på højeste nationale niveau.
- Volleyball er en af de mindre holdsportsgrene i Danmark, og sporten har jf. DIF's opgørelse ca. 15.000 aktive medlemmer fordelt på godt 300 foreninger. Dette niveau er det samme som basketball, hvor håndbold har godt 100.000 medlemmer og fodbold ca. 325.000 medlemmer.

3.1.3 Organisation

- VD har en professionel organisation med faglighed både på det sportslige og kommercielle område.
- VD har begrænsede erfaringer med afvikling af kommercielle events, grundet antallet af landskampe og den umiddelbare interesse for sporten. Til styrkelse af dette område ansatte VD en kommerciel direktør pr. august 2018, på deltid.
- VD har ambitioner om og fokus på udvikling af sportsgrenen såvel kommercielt som sportsligt.

3 1 4 Medieværdi:

TV-visning

- VD har indgået en aftale med DR-sporten om streaming af landsholdenes kampene.
- Det har ikke været muligt at få information om de forventede seertal.
- Kampene streames i fuld længde og afvikles bedst af 5 sæt (mellem 60 min og 100 min).
- Seertal forventes at være på mellem 2.500 og 5.000. I perspektiv hertil har håndboldkampe på tv2-sport i gennemsnit ca. 60.000 seere og ishockeykampe har ca. 20.000 seere.

Sociale medier

- Her er VD stilstedværelse på sociale medier.
 - o Facebook 4779 følgere
 - o Instagram 519 følgere
 - o LinkedIn ingen
 - o Her ud over forventes eksponering af landskampene via DRs FB-opslag og hjemmeside.

Dagblade og radio

- Der forventes at være dækning af landskampene fra lokalradio og fra lokale dagblade. Derimod er det usikkert hvor stor dækningen vil være fra landsdækkende dagblade og DR-radio.
- Det må forventes at der helt overvejende er lokal medieopmærksomhed fra dagblade og radio.

I det følgende foretages en konkret vurdering af oplæg til samarbejdsaftale mellem SK og VD. Vurderingen er foretaget pr. kamp.

3.2 Samarbejdsaftale

Den konkrete værdiansættelse af markedsføringsværdien er baseret en vurdering af udkast til samarbejdsaftale mellem SK og VD. Indholdspunkter af betydning for markedsføringen af SK er behandlet.

Her ud over er fribilletter til landskampene og synlighed på spilledragt medtaget, idet disse elementer er blevet tilbudt fra VD efter modtagelse af aftaleudkast.

§ 1 Aftalen omfang

Der er aftale om at kampene på DR TV (online). Her ud over kan der vises indslag på hjemmesider, facebook m.v. efter DR's vurdering. Der er ingen forpligtelser til visning på flow-tv.

Kommentar:

Stor usikkerhed om mediedækningen.

§2 VD's forpligtelser over for VD og rettigheder

15 Anvende så vidt mulig, lokale leverandører

Kommentar:

Omfanget er ikke kendt. Kan anbefales en præcisering af dette punkt. Anbefales at gøre til et krav og med et minimumsbeløb.

16 Anvende Antvorskovhallens forpagter som leverandør

Kommentar:

Tilstilles ingen separat værdi, da det er en del af den ordinære drift af hallen.

§3 Forpligtelser og rettigheder

7 Slagelse kommunes logo på Backdrop

kr. 1.000,-

Kommentar:

Forventeligt en yderst begrænset visning.

- 8 Ret til opstilling af 3 skilte 3 x 1 meter
Kommentar:
Ved én kamp – ansættes værdien af et reklameskilt til max kr. 2.000. Det har betydning at SK fremstår som en markant samarbejdspartner.
 - 3 skilte i to kampe ansætte til i alt kr. 12.000,-
9. Floorsticker 3,4 x 1 meter
 - Ansættes til kr. 4.000,-
- 10 Logo på alle platforme – kampprogram, autografkort, plakater, sociale medier og øvrig kommunikation – i det omfang at disse anvendes.
Kommentar:
Anbefales at præcisere omfanget
 - Ansættes til kr. 5.000,-
11. "Slagelse – Volleyball-landsholdenes Hjemmebane"
Kommentar:
Det er vurderingen at dette punkt er centralt i aftalen og kan give SK et grundlag for en styrket branding. Det anbefales samtidig at aftalen har en længde ud over 1 år, da det forventes at tage tid inden positionen er kendt i relevante målgrupper.
 - Rettigheden ansættes til kr. 25.000,-/år
- 55 **Markedsføring**
- 3
- x *Fribilletter stilles til rådighed for kommunen. Ud over det fremsendte oplæg, tilbyder TD at alle billetter er fribilletter og kan gives bort.*
Et tilbud der umiddelbart kan findes attraktivt, men det anbefales at der IKKE gives gratis entra – ide at gratisydelse (fribilletter) generelt kan opfattes af modtageren som uden værdi.
 Det anbefales at indarbejde et antal billetter i aftalen, f.eks. 200.
 Ansættes til (ekskl. moms) kr. 8.000,-

| | | |
|-----|--|--------------|
| § 6 | Kamp- og arrangementsafvikling | |
| 1 | Ret til at afholde sideevents | |
| | - En platform med udviklingsperspektiv. | |
| | Ansættes til | kr.5.000,- |
| x | Logo på spilledragt (ærme/shorts) – <u>alle kampe</u> over <u>et år</u> 2x15.000 | kr. 30.000,- |

Kommentar:

Dette punkt blev tilføjet aftaleoplægget efter at det første udkast blev fremsendt.

Logoeksponering kan give identitet som VDs partner. Logo kan ikke stå alene og anbefales at være grundlag for en målrettet kommunikationsindsats, hvor "SK er med på holdet" (frit formuleret).

3.3 Delkonklusion – markedsføringsværdi

Ved en gennemgang af aftaleoplægget er det vurderingen at værdien af indholdselementerne udgør en kommunikationsværdi i niveauet Kr. 90.000,- år.

Herudover er der, en ikke kvantificeret effekt af samhandel mellem VD og det lokale erhvervsliv. Dette forhold kan indgå som supplement til den estimerede kommunikationsværdi.

4.0 Samarbejde med VD i Langsigtede perspektiv

I dette afsnit vil det langsigtede perspektiv i markedsførings samarbejde mellem SK og VD blive behandlet, herunder fremme af volleyballsporten i kommunen, og en understøttelse af Slagelses Kommunes branding som Team Danmark Kommune.

4.1 Vurdering

Volleyball er én af SK satsnings-sportsgrene, og der er en engageret og ambitiøs volleykultur i Slagelse Kommune.

Disse forhold har betydning for SK's potentiale på længere sigt i at udvikle samarbejdet med VD.

VD er en mindre sportsgren målt på holdidrætterne i Danmark. Det betyder på den ene side at sporten har visse begrænsninger i et professionaliseringsperspektiv, samtidig er det en sportsgren og et forbund der formentlig vil være yderst interesseret i et strategisk og udviklende samarbejde med SK.

Der vil være mulighed for over tid, både at understøtte den lokale volleyballkultur, at være med i en udvikling af VD og endelig at brande SK som VD "hjemsted".

Det er vurderingen at samarbejdet med VD kan være med til at understøtte det lokale volleymiljø, således at der på sigt kan komme yderligere spillere til området. Især kan kombination med uddannelse og elitevolley nyde fremme. Og platformen – "Slagelse Kommune – der hvor man udvikler sig til elitevolleyspiller" kan etableres.

På længere sigt er der mulighed for at udvikle samarbejdet med VD, således at både uddannelsesmiljøet og det regionale erhvervsliv involveres, på en måde hvor landskampen benyttes som platform for både sportsoplevelser, VIP-events og evt. konferencer, kurser, foredrag etc.

Det vil betyde at man med fordel kan involvere forvaltninger på tværs i kommunen – erhverv, kultur, social, uddannelse etc.

Her er anbefalingen at SK afsætter ressourcer til samarbejde med VD via udvikling, planlægning og aktivering.

5.0 Ressourcekrav til SK ved et samarbejde med VD

Ved en vurdering af ressourcekravet til SK i forbindelse med samarbejdet med VD er der dels foretaget en vurdering af de formelle krav i relation til det fremsendte aftaleoplæg, og dels foretaget en vurdering af indsatsen af ressourcer i relation til de langsigtede effekter.

5.1 De formelle krav:

I relation til samarbejdsaftaleudkastet er det formelle krav til SK tydeliggjort i dette afsnit:

§ 3 Samarbejdspartnerens forpligtelser og rettigheder

- 0) Betale pr arrangement ekskl. moms. kr. 100.000,- (kr. 150.000,- ved dobbeltopgør)
- 1) Stille Antvorskovhallen inkl. Mødelokaler, stole etc. til rådighed ub
- 2) Sikre belysning på 1000 lux.
- 3) Sikre internetforbindelse til TV produktion
- 4) Internetopkobling
- 5) Lokal markedsføring – sammen med lokal klub (kommunens kommunikationsafdeling)

§ 5 Markedsføring

- 1) SK er overordnet ansvarlig for den regionale og lokale markedsføring – samt kontakt til lokale og regionale medier.

§ 6 Kamp- og arrangementsafvikling

- 1) Ret til afvikling af sideevents
- 2) Forventning om at sideevents afholdes

Her ud over er givet denne aftale mulighed for at styrke en branding af SK som en eliteidræts- og udviklingsorienteret kommune.

Den platform at der opnås gennem nærværende aftale giver SK mulighed for at øge opmærksomheden både internt såvel som eksternt.

Derfor anbefales det at der stilles betydelige kommunikations- og events ressourcer til rådighed for optimering af retten til at være "Slagelse – Volleyball Danmarks hjemmebane".

6.0 Konklusion

Det har været Sport One/Buch Consults opgave at vurdere de markedsføringsmæssige aspekter ved en indgåelse af aftale om at gøre Slagelse til VD's officielle hjemmebane.

Ligeledes har det været vort formål at rådgive SK for at sikre størst mulig værdi for den aftalte beløbsramme. Derfor er der indarbejdet yderligere elementer, herved er synlighed på spilledragt, skilteeksponering og billetaftale forbedret ifht. det fremsendte aftaleudkast.

Vi vurderer, at indholdet i den nu skitserede aftaleramme, inkl. Indarbejdede elementer har en værdi på kr. 90.000 for afvikling af et dobbeltarrangement. Derfor anbefaler vi at reducere betalingen for pr arrangement (to kampe) fra Kr. 150.000 til et niveau på kr. 90.000-100.000.

Herudover stiller SK Antvorskovhallen til rådighed ub.

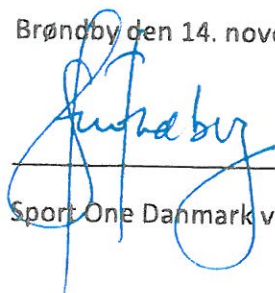
Udover de markedsføringsmæssige effekter, vil der være samhandelseffekter for det lokale erhvervsliv.

Det er vores vurdering jf. afsnit 4.0 at der er interessante perspektiver i udviklingen af en platform til branding af SK som "der elite volleyball foregår".

Platformen vil kunne give effekter på et bredt vifte af politiske indsatsområder, som erhvervsudvikling, bosætning, uddannelse udover egen værdien i kultur og idræt.

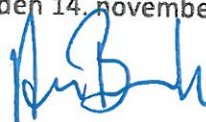
Afslutningsvis anbefales det at SK stiller ressourcer til rådighed for udvikling, implementering og kommunikation, for at optimere SK's både kort- og langsigtede effekter af nærværende aftale

Brøndby den 14. november 2018



Sport One Danmark ved Steen Fladberg

Skårup den 14. november 2018



Buch Consult ApS ved Arne Buch