

Overblik over det danske arenamarked

Søren Bang – Idrættens Analyseinstitut

Frederikshavn, 24. februar 2009

Idrættens Analyseinstituts fokus på arenabyggerier:

- To undersøgelser af stadion- og arenabyggerier i Danmark (2005 og 2007)
- 'Idrættens største arenaer', for Lokale- og Anlægsfonden, 2007
- 'Sportens nye arenaer', konference og workshop, november 2007
- 'Idræt og sport i den danske oplevelsesøkonomi', for CBS, 2008



Det kommer jeg ind på:

- Tilbageblik: Stadion- og arenabyggerier frem til 2008
- Hvem betaler og opfører byggerierne?
- Arenafeber tur/retur?
- De økonomiske udfordringer
- Arenabyggerier er kultur- og idrætspolitik

Danske stadion- og arenabyggerier frem til 2008

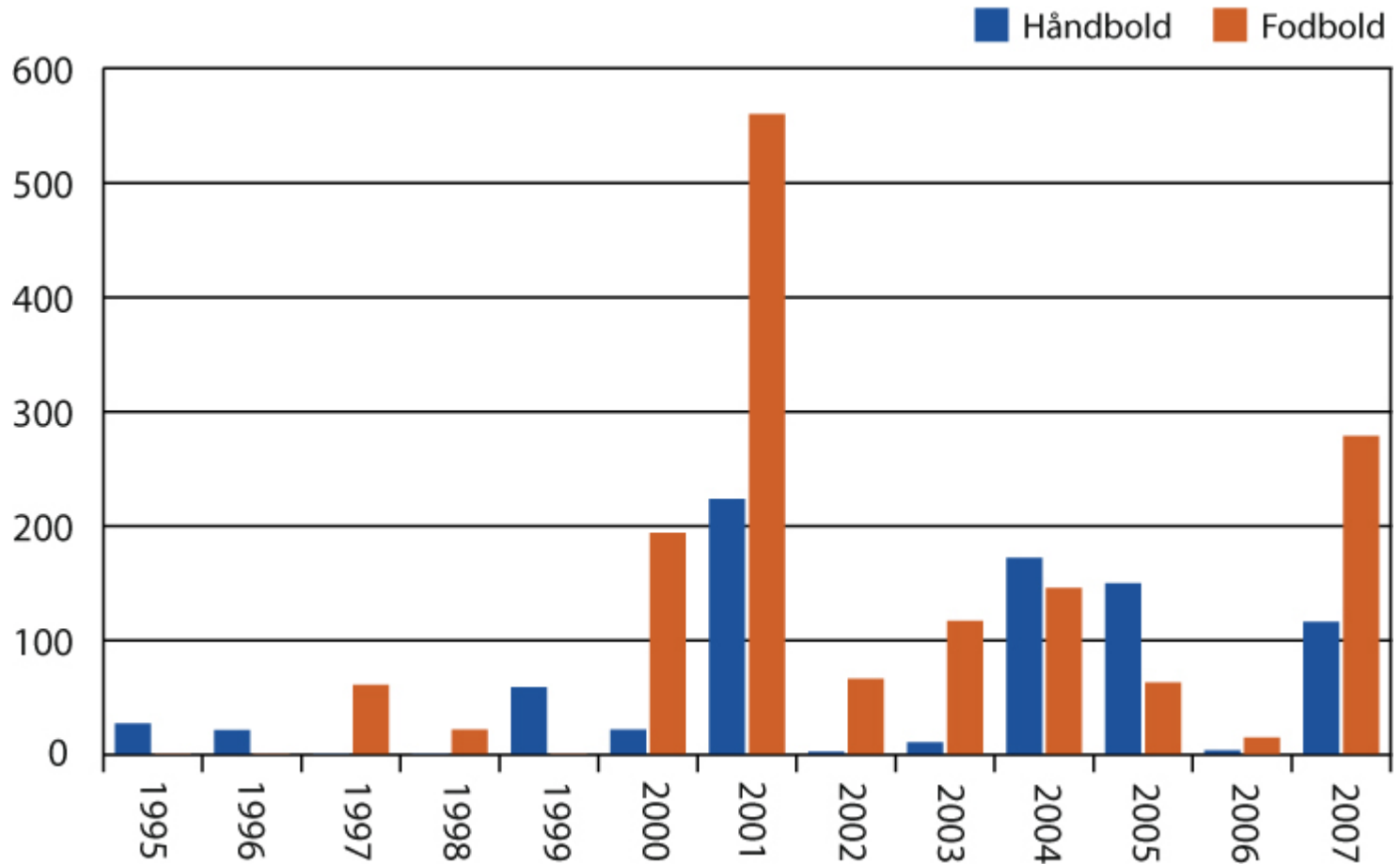
Idans overblik over investeringer i superligaklubber og
håndboldligaklubbens opvisningsanlæg 1995-2007

24. februar 2009



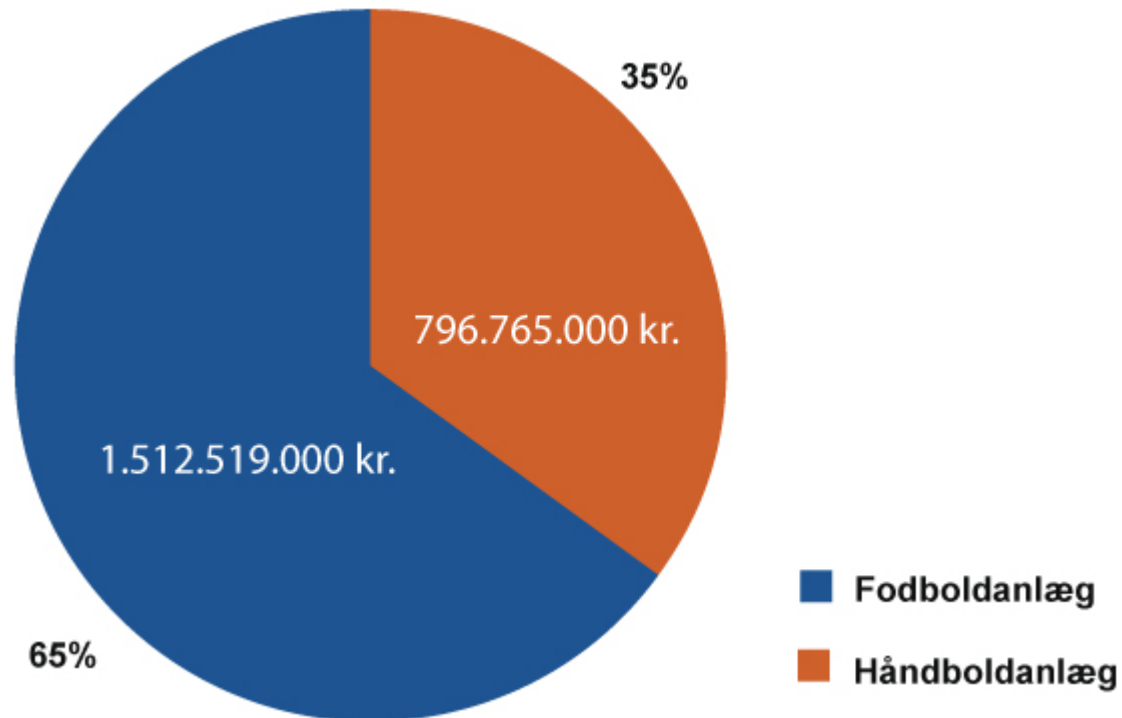
Vejle Stadion: marts 2008, små 100 mio. kr.

Flere investeringer efter 1999



Pr. år i mio. kroner.

Investeringer fordelt på fodbold/håndbold



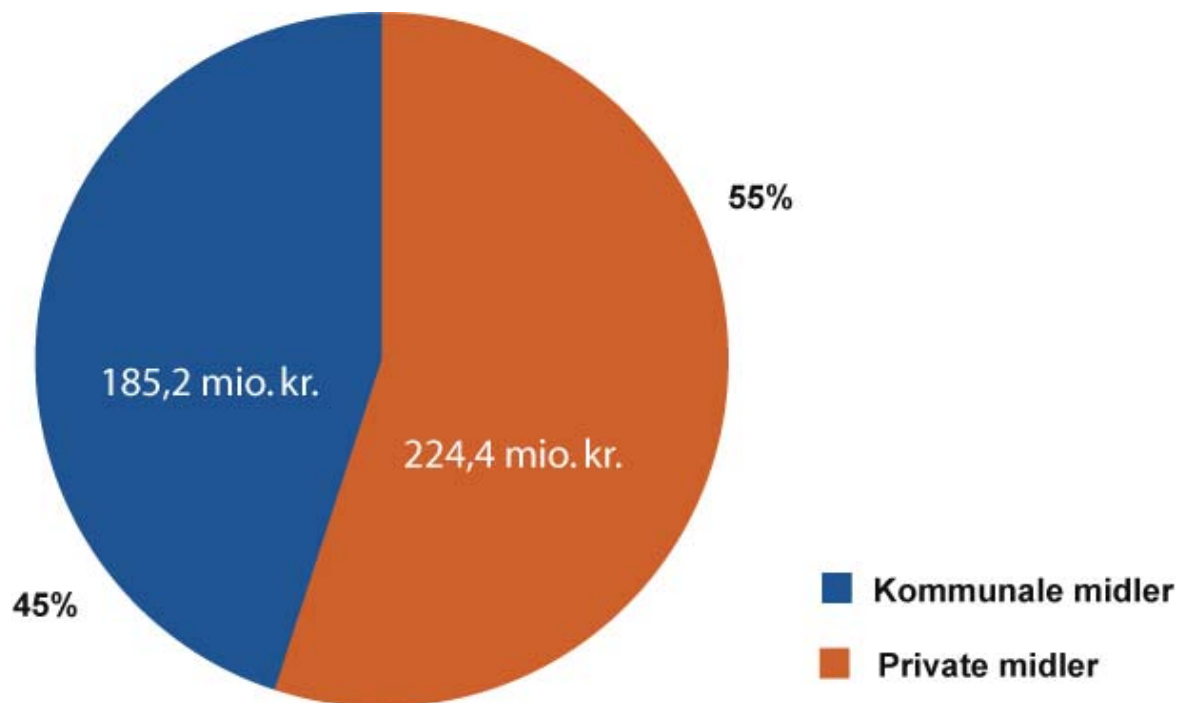
Investeringer i opvisningsanlæg. I kroner 1995-2007.

Samlede investeringer i perioden 2000-2007:

2.120.000.000 kr.

Hvem betaler og opfører byggerierne?

Kommunale/private investeringer, 2006-2007



Samlet omsætning: 409,6 mio. kroner

Offentlige-private modeller vinder frem

Mange projekter er finansieret i et samspil mellem kommunale og private midler.

Det er en tendens, som ser ud til at fortsætte.

To typiske modeller:

- Anlægget er kommunalt ejet, men en privat virksomhed, f.eks. en boldklub, køber sig ind i dele af det ('en ejerlejlighed') eller forestår driften på mere eller mindre kommercielle vilkår.
- Anlægget er helt eller delvist privat ejet, men kommunale anlægsmidler, lån, driftstilskud og lejeaftaler er med til at finansiere byggeriet og den senere drift.

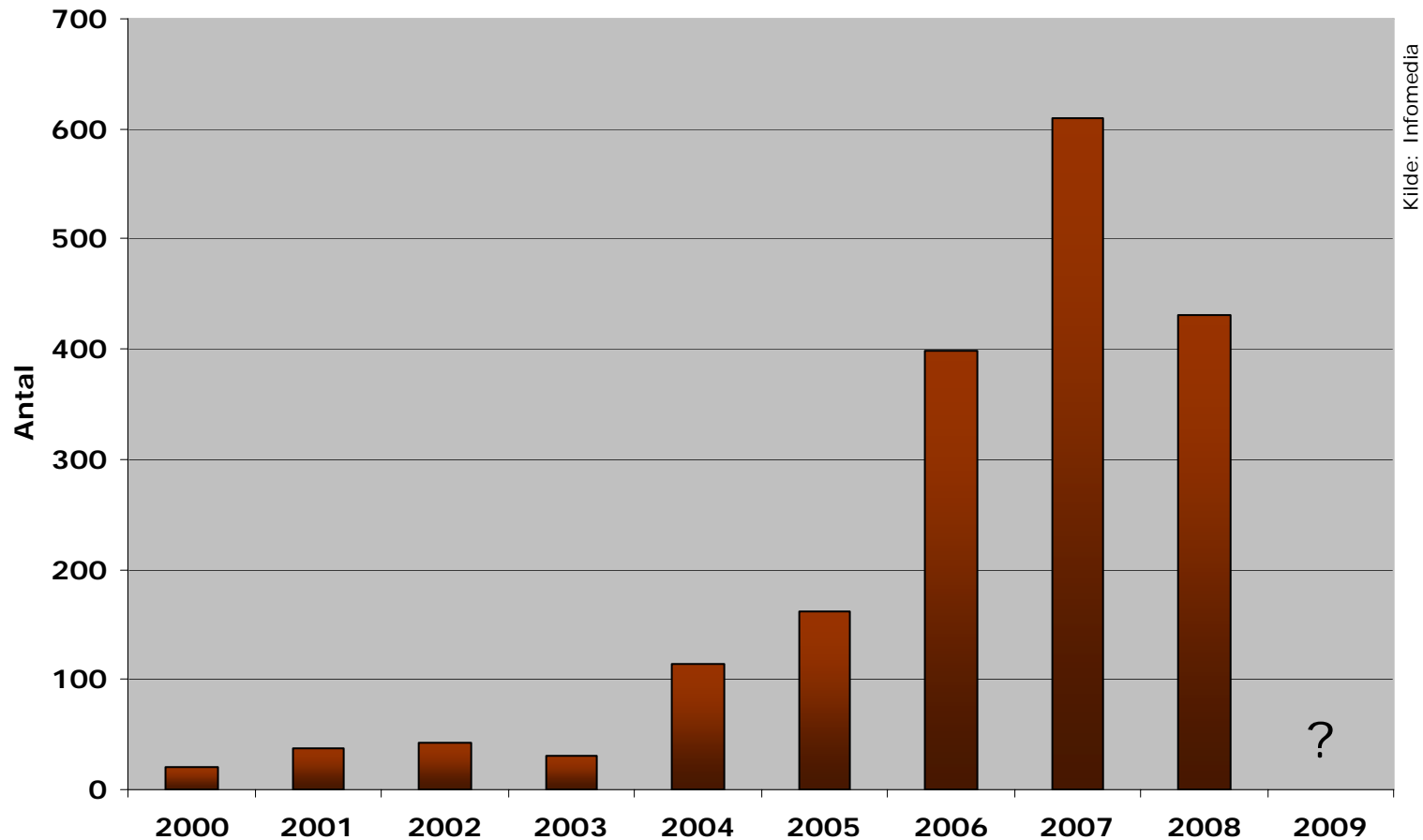
Den kommunale tretrinsraket:

1. Kommunen bidrager med en større eller mindre anlægsbevilling eller fordelagtigt lån
Bl.a. Vejle Stadion og den kommende multiarena i Ørestaden
2. Kommunen betaler dernæst til den årlige drift, typisk ved at købe timer/brugsret i hallen
Bl.a. i Ballerup, Arena Nord og i Svendborgs arenaprojekt
3. Kommunen er endelig med til at finansiere tiltrækning af store idrætsbegivenheder og events
Bl.a. i Atletion/Århus og Horsens – og Arena Nord

Arenafeberen ramte Danmark



Dagbladsartikler med ordet 'multiarena'



Det store profileringskapløb



Kilde: Center for Idræt og Arkitektur

Arenaprojekternes Danmarkskort i 2007

Arenafeber på retur?

De seneste tendenser



”Det skal jo ikke bare være et stort projekt i sig selv. Det skal også være hensigtsmæssigt for kommunen. Og så skal det ikke mindst være givende for idrætten i Sønderborg.”

*Stephan Kleinschmidt,
kulturudvalgsformand,
Sønderborg Kommune,
Jyske Vestkysten 12.10. 2008*



24. februar 2009

Planer om 'superdomes' med 10.000 siddepladser eller mere:

2007:

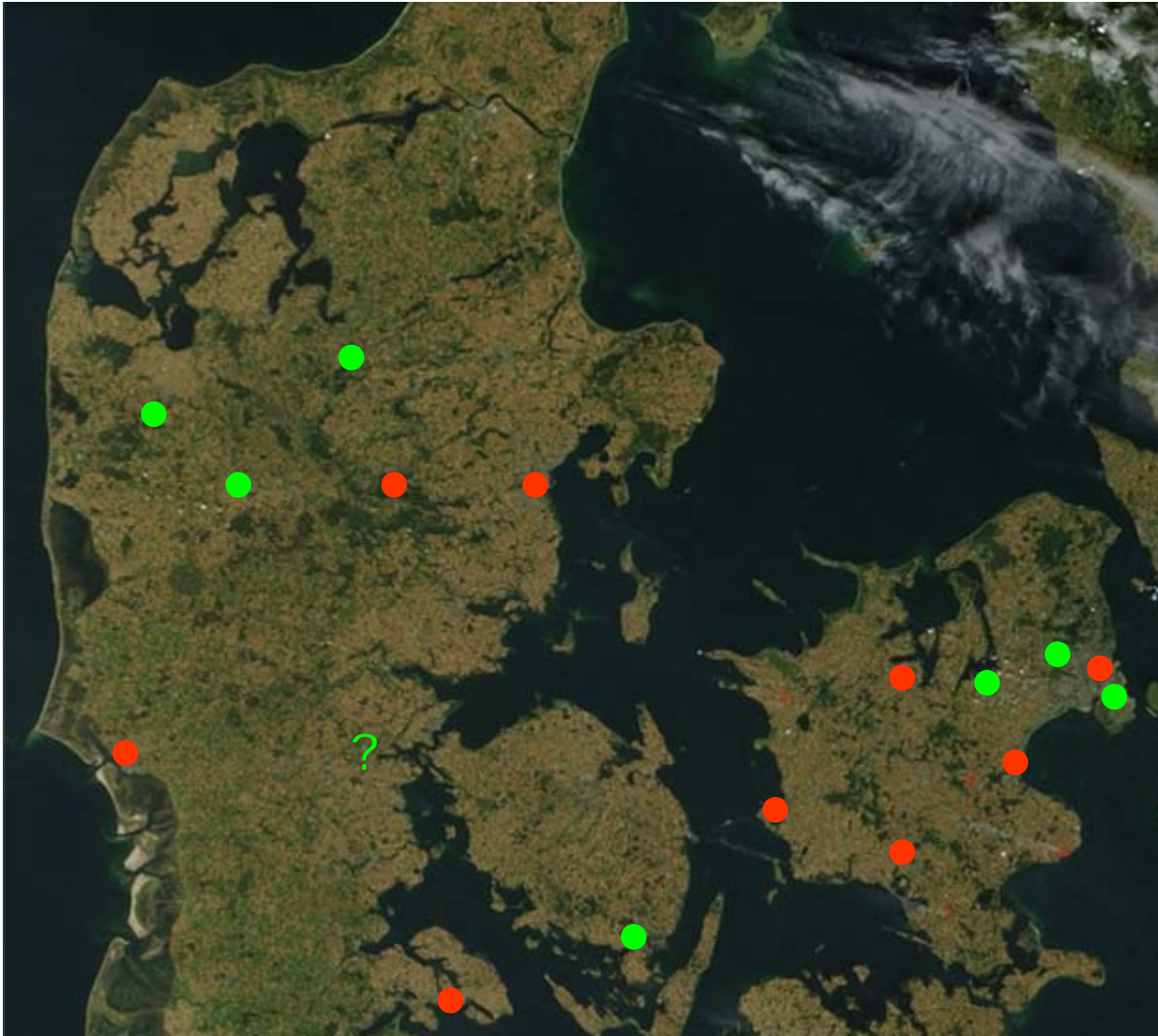
Århus
Herning
Vejle
Kolding
Ørestaden
Sønderborg
Høje Taastrup
Hillerød
Korsør

2009:

Herning
Ørestaden
Århus (?)

2013:

Herning?
Ørestaden?



Udsatte/opgivne arenaprojekter, bl.a.:

Århus
 Silkeborg
 Esbjerg
 Holbæk
 Sønderborg
 Næstved
 Korsør
 København (FCK)
 Køge

Mere eller mindre aktuelle projekter:

Herning
 Svendborg
 Ørestaden
 Holstebro
 Viborg
 Ballerup (udvidelse)
 Roskilde
 Kolding (?)



Eksempler på større projekter, som er i spil:



KPF Arkitekter

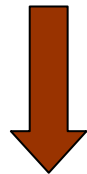
Ny multiarena i Viborg med plads til cirka 5.000 tilskuere



Nyt arena- og idrætscenter i Svendborg, cirka 3.000 tilskuere

Generelt lagt dæmper på arenabegejstringen:

- Flere private investorer har vanskeligt ved at rejse penge – eller de trækker sig, fordi projekterne ikke hænger økonomisk sammen.
- Den økonomiske krise forstærker denne tendens.
- Større politisk debat om det hensigtsmæssige i flere arenaprojekter – bl.a. i Silkeborg, Svendborg og Århus.
- Større bevidsthed om de økonomiske og organisatoriske udfordringer ved arenaprojekter i kommunerne.



Bedre og sundere projekter?

De økonomiske udfordringer

Arenaer opererer i et vanskeligt marked

Koncerter: Priserne og kravene er generelt stigende. Koncerter er med musikkens digitalisering blevet en primær indtægtskilde, samtidig med at der er kommet flere arenaer om buddet.

Sportsevents: Det kræver ofte mange ressourcer at afholde store sportsevents.

Brandingkapløb: Kommuner og lokalsamfund ønsker med koncerter og events at styrke deres position lokalt eller nationalt, og mange er indstillet på at betale for det.



Tre eksempler på håndboldligaklubbers lejeaftaler med haller/arenaer (2007-2008):

Klub 1 - kvindehåndhold:

Årlig leje: Cirka 35.000 kr. inklusive ret til salg af bandereklamer.

• Klub 2 - herrehåndbold:

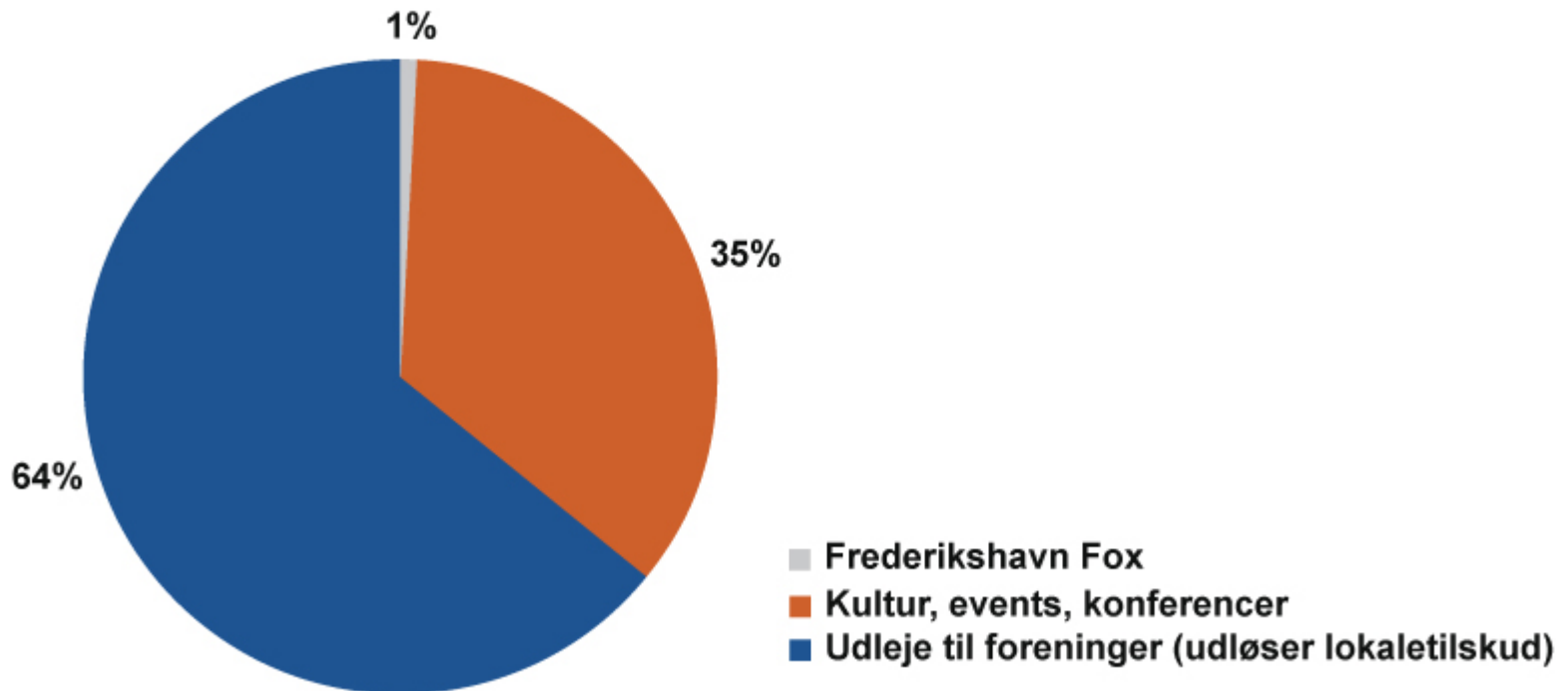
Årlig leje: 0 kr. Klub afleverer dog 25 % af entreindtægter over 5.000 kr.

Klub 3 - herrehåndbold:

Årlig leje: 240.000 kr. samt 60.000 kr. for brug af reklameplads.

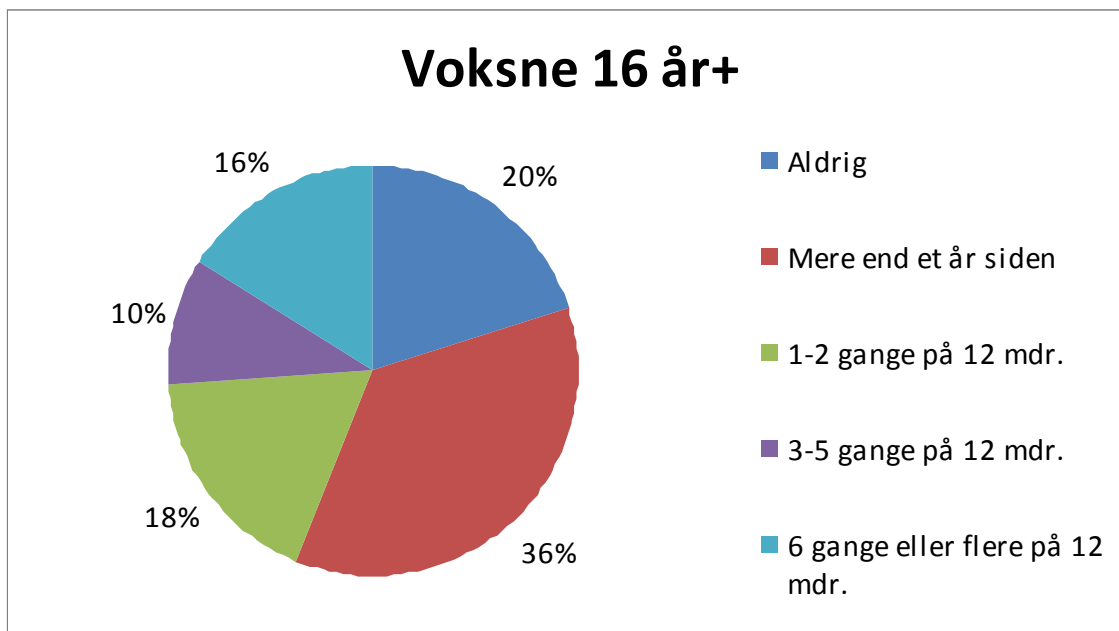
Eliteidrætten bidrager kun lidt økonomisk

Arena Nord, Frederikshavn



Skønnede indtægter i 2007. Samlet omsætning: 7,0 mio. kroner

Publikumssport er ikke for alle...



Blot 16 pct. af voksne danskere er jævnligt tilskuere ved sportsarrangementer.

Kilde: Danskernes motions- og sportsvaner 2007

Den typiske danske arena er lille ift. de store kommercielle underholdningstempler

Arena Fyn - Odense



CS Entertainment ApS

Det første år:

- 166.200 gæster, 71 arrangementer
- Offentlige penge: byggeri/events
~2340 tilskuere pr. arrangement

O₂ World - Berlin



Foto: Cujo301

De første 3½ måneder (!):

- 600.000 gæster, 50 arrangementer
- Stærk ankersport: ishockey/basket
~12.000 tilskuere pr. arrangement

"Kultur- og idrætsbegivenheder er generelt underskudsgivende og kræver kommunale tilskud eller eliteklubber, der vil putte penge i arrangementerne. Det eneste, som man kan lave overskud på, er messer og virksomhedsarrangementer."

Annette Walter, projektchef i COWI, Politiken, 19.10 2008

Og det er også svært andre steder – f.eks. i Tyskland trods den stærke publikumstradition inden for sport:

"Når det virkelig kører godt, lykkes det måske at få selve driften til at ende i et rundt 0."

August Moderer, præsident Europäischer Verband der Veranstaltungs-Centren,
Neue Osnabrücker Zeitung, 13. februar 2009

Typiske udfordringer for danske arenaer:

1. Store arenaer kræver et stort befolkningsunderlag, som ofte ikke findes.
2. Relativt penge i dansk idræt - og de, der er, går ofte i klubkassen.
Relativt få tilskuere og lave billetpriser, beskedent forbrug af mad/drikke.
3. Risikovillige 'leverandører' af arrangementer (fx kommunalt støttet eventbureau eller store kommercielle aktører) er normalt en nødvendighed. Arenaer fylder ikke sig selv.
4. Stadig relativt få erfaringer og kommercielle kompetencer i Danmark.



Begrænset 'arenamarked' i Danmark

Kritiske kommercielle aktører vil sige:

En urentabel,
offentligt finansieret
arena vil ende som
en hvid elefant,
hvor det løbende
driftsunderskud
bliver betalt af
skatteborgerne.



Arenabyggerier er kultur- og idrætspolitik

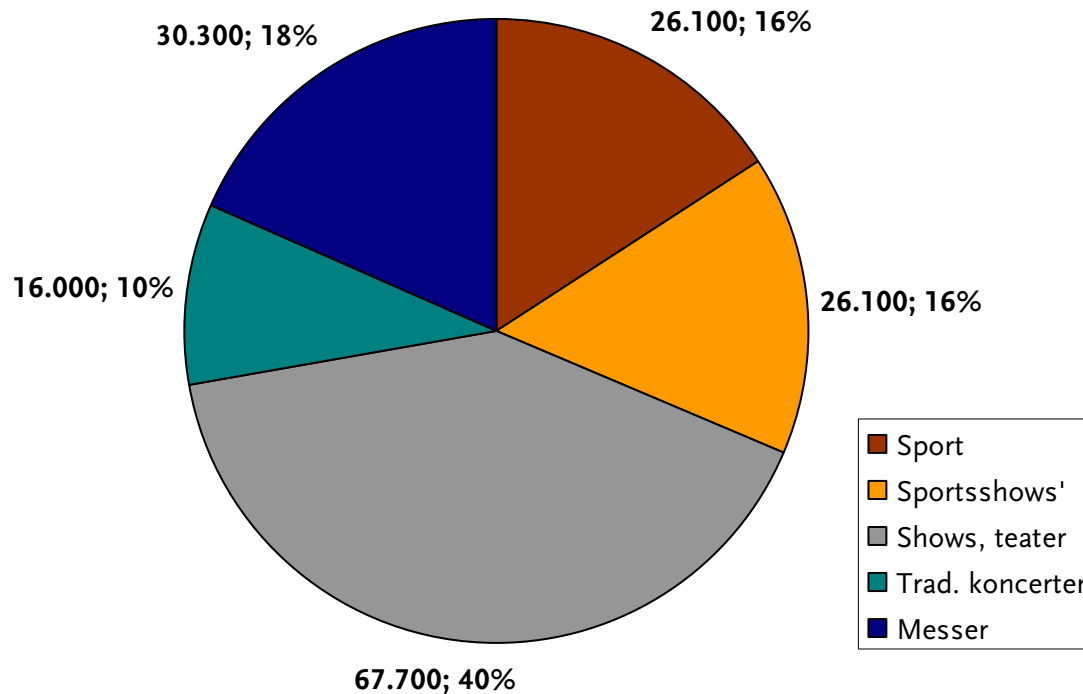
Der kan være andre grunde til at bygge end de snævert kommercielle...

- Lokal stolthed, et samlingspunkt
- Flere kulturelle og sportslige oplevelser
- Profilerung af by/område over for omverden
- Forventning om afledte indtægter
- Nye ekspertiser og synergier lokalt

Nogle af disse effekter er svære er gøre op, og man kan diskutere deres størrelse.

Arena Fyn – et eksempel på indholdsprofil

Aktiviteter og tilskuertal, oktober 2007 til oktober 2008



Kilde: Odense Sport & Event.
Kategoriseringen er foretaget af Idan.

Spørgsmål til debat:

1. Er arenaen altid det idrætsbyggeri, som det lokale idrætsliv har mest brug for – eller det er snarere lokale politikere eller eliteklubbers behov for omtale eller faciliteter, som ofte er på spil?
2. Hvad er det for kultur- og idrætsstilbud, som vi gerne vil trække til byen ved at bygge en arena? Får vi i virkeligheden blot det, som alle andre har – nemlig international mainstream-underholdning.
3. Er vi kreative nok, når det gælder om at putte indhold i de arenaer, vi vælger at opføre?
4. Skygger arenabyggerier for alternative og måske mere unikke måder at profilere og stimulere kommunen, kulturen og den brede idræt?

Tak for opmærksomheden!

Søren Bang

soeren.bang@idan.dk

Direkte: 3266 1033

Mobil: 2921 0973