



Foto: Brassynn/Flickr

Idrættens dyre fester

Hvem betaler gildet og hvorfor? Et kritisk blik på de senere års eventsatsninger

Vejen den 31. maj 2012

Kort disposition

Disposition

1. Sportsevents som økonomisk og politisk satsning
2. Giver satsningerne altid mening? Fem kritiske indspark
3. Behovet for klarere og bredere eventstrategier

Søren Bang

- Redaktør, Idrættens Analyseinstitut/Play the Game
- Bidragyder til Idan og Play the Games undersøgelser.

Fokus på branding og oplevelsesøkonomi

- Staten vil gerne markedsføre Danmark i udlandet, fremme turismen og udvikle idrætten.
- Kommuner vil gerne brande sig selv med henblik på at tiltrække turister og erhvervsaktive borgere samt fremme erhvervsvirksomhed, lokal identitet og socialt liv.
- Sponsorer/erhvervsliv vil gerne blive mere synlige og få adgang til nye netværk og kontakter.



Foto: Brassynn/Flickr



Foto: DancingOnThePedals_net

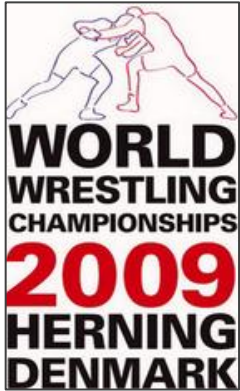
Nationalt og lokalt fokus på events

- Regeringens handlingsplan for at tiltrække store idrætsbegivenheder med et samlet budget på 260 mio. kr. (140 mio. kr. til Sport Event Denmark). 'Sportsåret 2009'
- Store investeringer i opvisningsanlæg. Jyske Bank Boxen åbnede i Herning i 2010, multiarena følger sandsynligvis efter i København i 2015.
- Kommunalt finansierede eller støttede eventorganisationer er vokset frem.



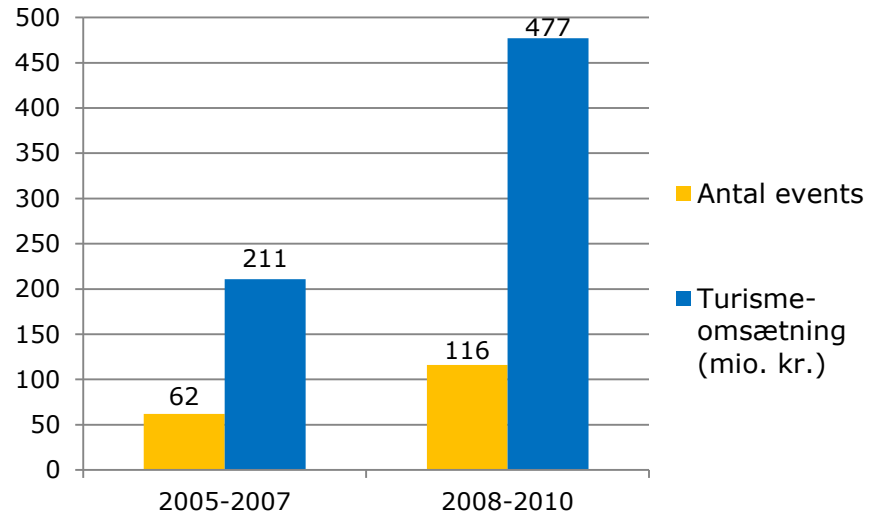
Foto: MCH

Staten og kommunerne betaler festen...



- **VM brydning, 2009:** Cirka 11,7 mio. kr. i offentlig støtte. Billetindtægter: 850.000 kr.
- **VM taekwondo, 2009:** Knap 11 mio. i offentlig støtte. Billetindtægter: 650.000 kr.
- **Bike City Copenhagen (inkl. VM i cykling):** Små 40 mio. kr. inkl. tv-dækning – primært offentligt dækket.
- **Giro-etaper, 2012:** Ca. 30 mio. kr. i direkte udgifter – primært offentligt dækket.
- **Herrernes-EM i volleyball, 2013:** Samlet budget 20 mio. kr. Kommuner og SEDK bidrager med ca. 13 mio. kr. Resten bl.a. billetindtægter.
- **VM i badminton 2014:** Samlet budget cirka 12,5 mio. kr. Heraf 10,5 mio. kr. i offentlig støtte, resten billetter og sponsorer.
- **VM i halvmaraton + breddeevent, 2014:** Samlet budget cirka 15 mio. kr. Heraf 3 mio. kr. i offentlig støtte. 11,9 mio. i gebyrer fra forventet 25.000 deltagere.

Satsningerne har givet resultater...



Kilde: Deloitte's /Kulturministeriets 'Evaluering af handlingsplan for store idrætsbegivenheder'

Ingen tvivl om, at Danmark samt en række byer og forbund har fået langt flere erfaringer med afviklingen af events, og at Danmarks omdømme som 'eventnation' er blevet styrket.

Men også hype og beskeden dokumentation...

"Jeg håber (...), at det sure mindretal af mennesker, som går og brokker sig over Giroen, **enten vil køre ud af byen i tide eller have format nok til at holde mund** og lade alle andre hygge sig med dette gigantiske arrangement, hvor vi får en sjælden lejlighed til at begejstres over noget, vi er fælles om."

*Chefredaktør Vibeke Larsen,
Herning Folkeblad*

"Giro d'Italia is **seen by 350 million television viewers worldwide** and Denmark has been given exposure in the best possible way with great images of scenic natural landscapes, cultural gems and plenty of happy people."

Jan Olsen, VisitDenmark i
pressemeldelse

"Of the total 500,000 spectators, Sport Event Denmark **estimates 50,000 to have been international visitors.**"

Fra samme pressemeldelse



Foto: Brassynny/Flickr

Og hvornår er nok nok?

“Begejstringskulturen” gør det sværere
føre en sober politisk diskussion om,
hvilke events vi bør satse på og hvor
meget.



Matthew Syed, engelsk journalist og
tidligere OL-deltager i bordtennis om dem,
der automatisk forsvarer løbske OL-udgifter:

“Would you also support the Games if they
cost £18 billion? And, if your answer is
“yes”, well what about £27 billion or £36
billion? Or £100 billion? **And if you are not
prepared to tell us where you draw the line,
we will feel entitled to question your
credibility.**”



Olympisk velodrom i London. Foto: Sum of Marc/Flickr

Foto: Brassyn/Flickr



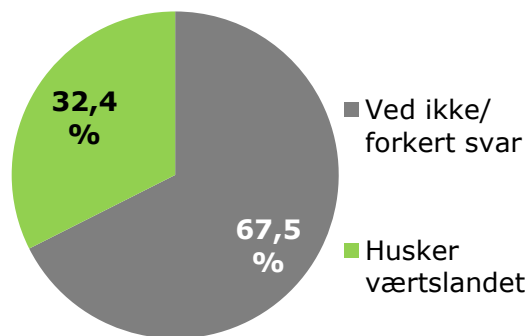
Giver sportens dyre fester altid mening?

**Fem kritiske
indspark
til debatten**

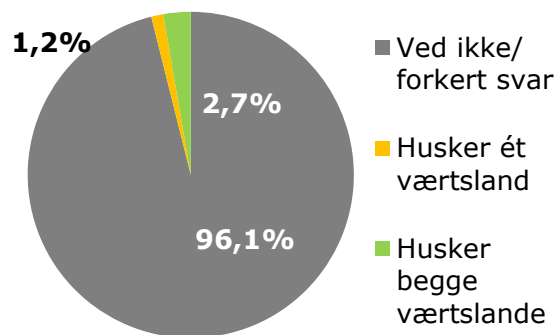
1. Tvivlsom turismeeffekt: Vi glemmer hurtigt...

Mange kan ikke huske, hvor tidligere sportsevents blev afholdt, viser et norsk studie, som blev gennemført i forsommeren 2011.

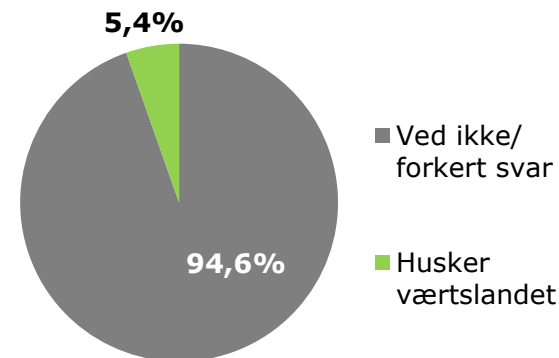
Fodbold-VM, Sydafrika, 2010



Håndbold-EM, damer, DK-Norge 2010



VM i ishockey, Slovakiet, 2011



Kilde: Skaper store idrettsarrangementer turisme? Ulvnes, Solberg, 2012, upubliceret

2. Det grumsede arenamarked

Det er vanskeligt at få et overblik over priserne på at leje sig ind i landets store opvisningsarenaer, selv om hovedparten af arenaerne er helt eller delvist offentligt ejede og finansierede.

'Arenamarkedet' er langt fra transparent :

- Lukket prisstruktur – især blandt store, kommercielle arenaer
- Gråzoner mellem offentlige og private aktører
- Blanding af markedsrationaler og bredere politiske målsætninger
 - erhvervspolitiske, kulturelle
- Politisk influerede prissætninger
- 'Arena-monopoler'

Et arenamarked med store prisforskelle

Den lavere mellempriksklasse fra 15.000-40.000 kr. pr. dag:

Bl.a. Farum Arena, Forum Horsens og Arena Nord i Frederikshavn.

Den højere mellemklasse fra 40.000-75.000 kr. pr. dag:

Bl.a. Valby-Hallen, Brøndby Hallen, Gigantium i Aalborg.

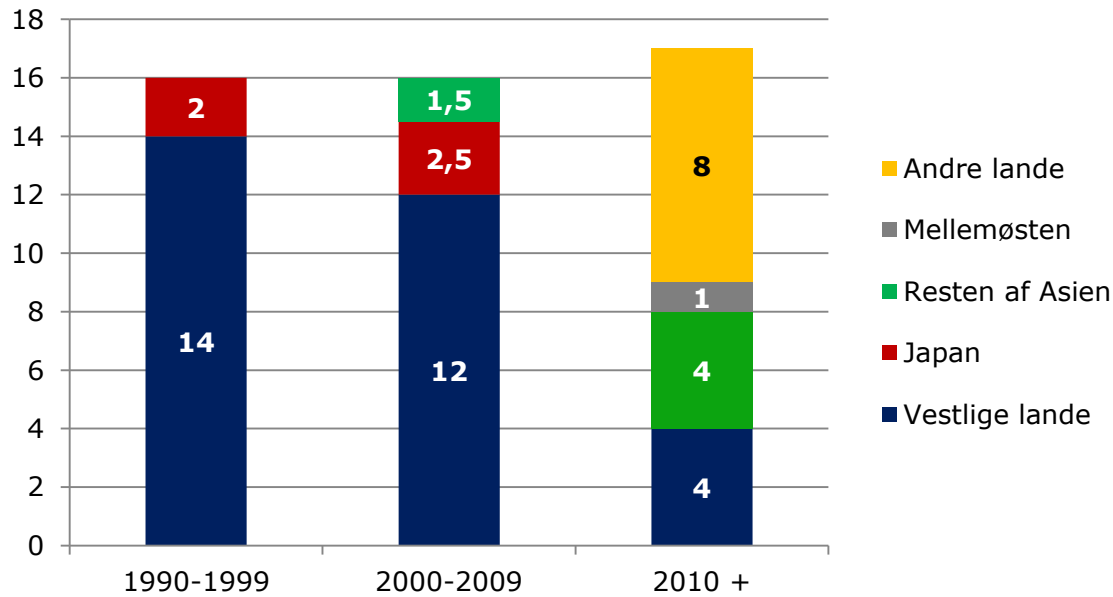
De dyrere arenaer med lejepriser på op mod en million eller derover ved længerevarende events som VM i taekwondo 2009 og herrernes EM i volleyball i 2013:

Ballerup Super Arena, Parken, Jyske Bank Boxen.



3. Stigende international konkurrence

Megaevents som OL og VM i fodbold er eftertragtede af lande uden for Vesten, der bruger events som en politisk løftestang. Lande som Korea, Brasilien, Rusland og Qatar sætter sig på de største events.



Placering af OL samt VM i fodbold, svømning og atletik fra 1990 og frem. 'Andre lande' dækker bl.a. over Rusland og Brasilien. Vesten er EU/EØS-lande, Nordamerika og Australien

Kilde: Idan, Søren Bang, 2011 (opdateret i 2012)

Pilen peger også mod øget konkurrence om de lidt mindre sportsevents

”Vi oplever en øget konkurrence fra nogle nye lande, som for ti år siden ikke var eventaktive.”

*Lars Lundov, Sport Event
Denmark, Idans nyhedsbrev, april
2011*



Foto: Marco Zanferrari/Flickr

4. Danmark kan godt være med i kampen om events i 'andet geled', men det bliver dyrere...

Regeringens handlingsplan gav flere sportsevents til Danmark. Men en tidobling af de offentlige tilskud medførte kun en tredobling af det offentlige provenu.

| | 2005 | 2006 | 2007 | 2008 | 2009 | 2010 |
|---|-------------|-------------|-------------|-------------|-------------|-------------|
| Samlet offentligt provenu (mio. kr.) | 10,29 | 24,5 | 12,31 | 16,36 | 104,83 | 37,07 |
| Samlet offentligt tilskud (mio. kr.) | 2,36 | 7,70 | 4,39 | 17,85 | 103,62 | 26,43 |
| Return On Investment (ROI), samlet offentligt provenu divideret med samlet offentligt tilskud | 4,35 | 3,18 | 2,81 | 0,92 | 1,01 | 1,40 |

Kilde: Deloitte's /Kulturministeriets 'Evaluering af handlingsplan for store idrætsbegivenheder'

5. Beskedne økonomisk effekter

Det er under alle omstændigheder kun lidt, som sportsevents i 'dansk størrelse' bidrager med til samfundets store kasse:

| | 2005 | 2006 | 2007 | 2008 | 2009 | 2010 |
|--|----------------|----------------|----------------|----------------|----------------|----------------|
| Udenlandsk turismeomsætning i mio. kr. | 30,85 | 73,07 | 36,78 | 39,9 | 255,41 | 90,4 |
| Bruttoværditilvækst i mio. kr. | 23,14 | 54,8 | 27,59 | 29,92 | 191,56 | 67,80 |
| BNP i mia. kr. (løbende priser) | 1.545,30 | 1.631,70 | 1.695,30 | 1.753,20 | 1.667,80 | 1.754,60 |
| Bruttoværditilvækstens andel af BNP | 0,0015% | 0,0034% | 0,0016% | 0,0017% | 0,0115% | 0,0039% |

Det svarer til cirka 12 kr. pr. indbygger i 2010. 2011 var dog bedre med VM i cykling som det største trækplaster.

Kilde: Økonomiske effekter og idrætsbegivenheder: Kan sport give vækst? Rasmus K. Storm, 2012

Også effekten af større events er omdiskuteret



Det olympiske stadium i London. Foto/ Nick Atkins/Flickr

Stefan Szymanski, engelsk sportsøkonom om effekten af OL:

“As economic events, they are not a big deal. Economics is about more mundane things like producing steel and cars and working in offices – **we have Olympics to take our minds off the dull things that make the money.**”

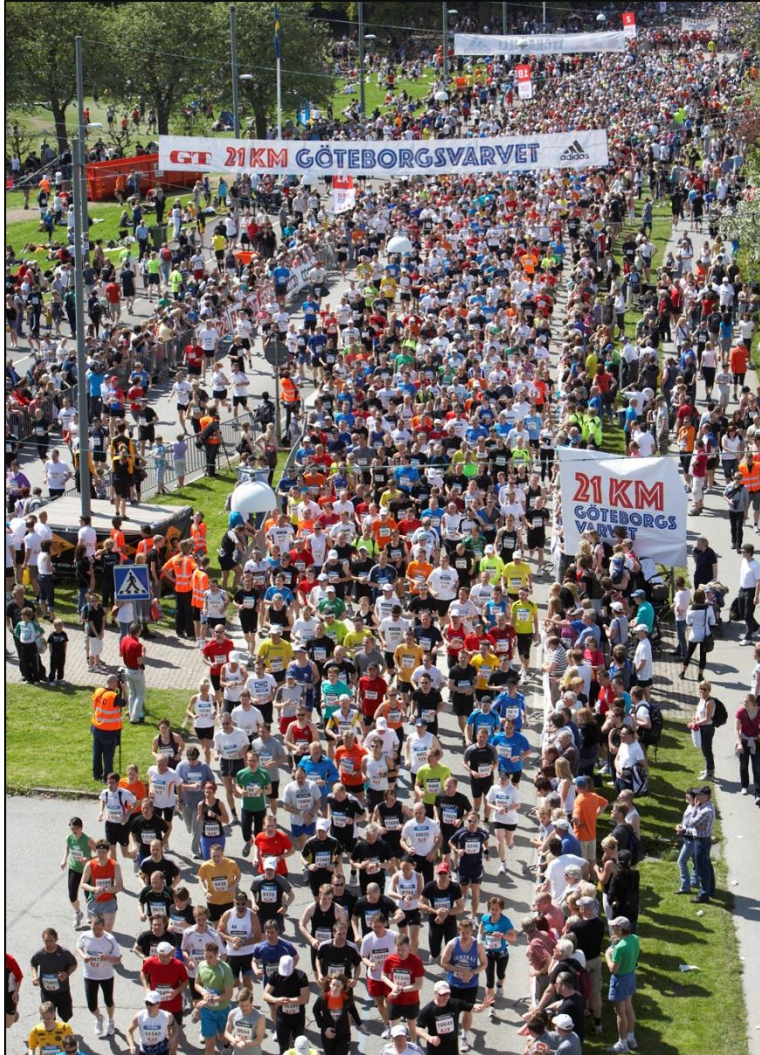
Typiske kritikpunkter

- Ofte overdrevne brandingeffekter
- Crowding-out-effekter (turisterne bliver væk)
- Risiko for hvide elefanter – dvs. store underudnyttede faciliteter
- Økonomiske 'lækager' og såkaldte substitutionseffekter ➡ Omsætningen bidrager ikke til en reel velstandsstigning
- Få regulære og varige arbejdspladser



(Læs mere i Rasmus K. Storms 'Økonomiske effekter og idrætsbegivenheder: Kan sport give vækst?')

Foto: Henrik Sandsjö/GV



Behov for nye perspektiver på sportsevents?

Fra traditionelt elitefokus til
engagement og ejerskab

Generelle trends og udfordringer

- De økonomiske gevinster, fx fra turisme, er diskutabelt og svære at måle. Er usikre og ofte overvurderede.
- Events kan lede til irrationelle investeringer i faciliteter.
- De kan skabe et grumset marked, hvor det er svært at skelne mellem private og offentlige aktører, og hvor de forskellige parter politiske eller økonomiske motiver er uklare.
- Den internationale konkurrence om større events bliver hårdere, hvilket gør dem dyrere og forstærker de generelle problemer.
- **Nye tendenser:**
 - Mere fokus på breddeidræt og de sociale og sundhedsmæssige gevinster ved events.
 - Måske også på en mere 'intelligent' brug af events i forhold til byudvikling, sideevents og lokale erhvervsinteresser.

Tre bud på en bredere eventpolitik:

1. Folkefesten

Bør offentligt støttede events sætte *borgernes deltagelse og engagement* øverst på prioriteringslisten?



Foto: Guillaume Baviere/Flickr

Stort antal tilskuere/deltagere til eliteevents og evt. sideaktiviteter



Foto: Guillaume Baviere/Flickr

Stort antal deltagere til dedikerede breddeevents

Tre bud på en bredere eventpolitik: 2. Flere breddeevents

Skal vi flytte noget af fokus fra de traditionelle sportsevents over på *breddeevents*, hvor deltagerne skaber turismeindtægter, sikrer branding, fremmer folkesundheden og styrker det sociale liv?



⇒ + 8.000
deltagere -
første gang i år

Hærvejsløbet
Danmarks største motionsfestival

⇒ Ambition om
25.000
deltagere i 2024



⇒ 77.825
deltagere i
2012

Tre bud på en bredere eventpolitik: 3. Tilbagevendende events

Kan vi udvikle flere unikke *tilbagevendende events* på både elite- og breddesiden, der lokalt opbygger viden og organisation. Herunder events, som ikke er købt på det internationale eventmarked, men udspringer lokalt og skaber en mere vedvarende værdi?



Copenhagen Challenge: Foto: Bo_Jørgensen/Flickr



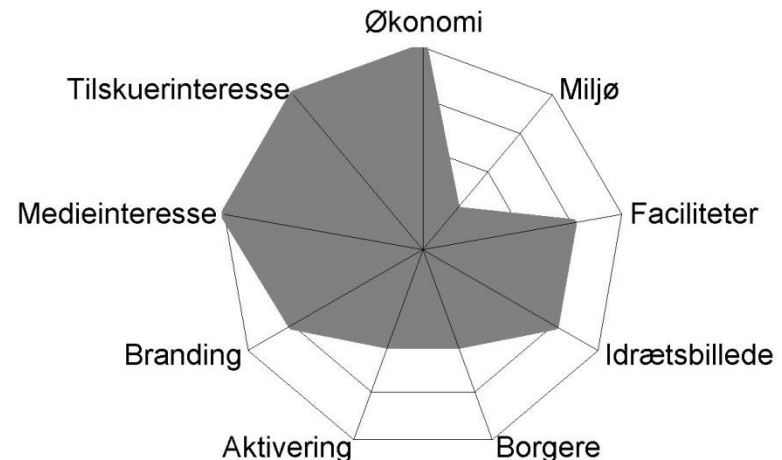
WTA i Farum: Foto: Idan

Og ikke mindst: Bedre dokumentation og debat

Både på nationalt og kommunalt plan er der brug for bedre dokumentation af påståede effekter og en åben debat om, hvilke events vi går efter og hvorfor.

Københavns Kommune har f.eks. stor åbenhed om, hvilke events man støtter og efter hvilke kriterier:

- Vurderingsmodel med 9 punkter – bl.a. borgerinddragelse, sideaktiviteter og relevans for det lokale kultur- og idrætsliv.
- Krav om eventoversigter med budgetoverslag fra Wonderful Copenhagen.



Eksempel: Københavns Kommunes vurdering af badminton-VM i 2014

Vi kan blive skarpere på, hvad vi vil med eventsatsningerne.

**Tak for
opmærksomheden!**

soeren.bang@idan.dk Tlf. 32 66 10 33 / 29 21 09 73

