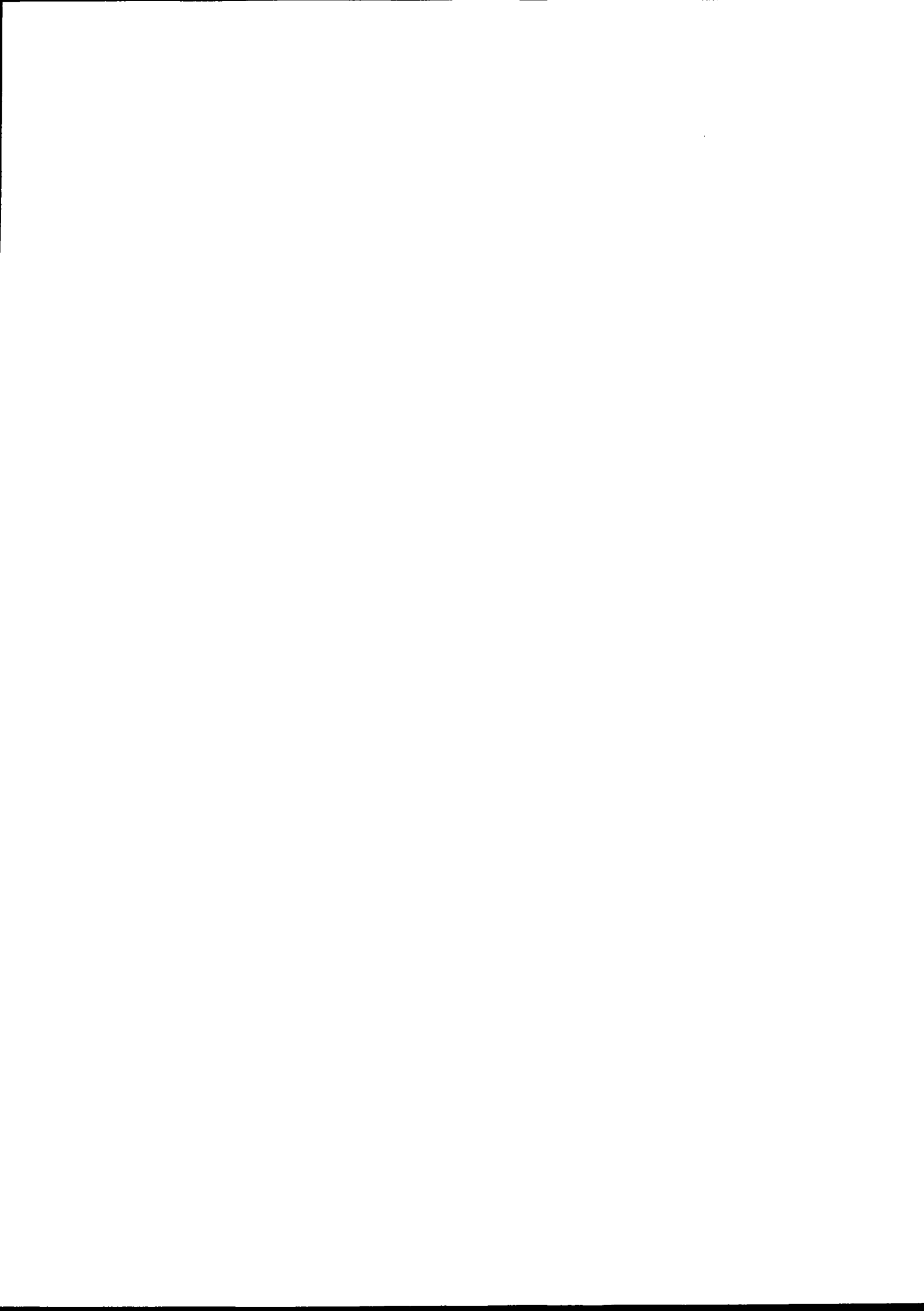


Internationale sportsbegivenheder i København

Diskussionspapir til konferencen "Going for Gold"

PARKEN den 29. september 2004



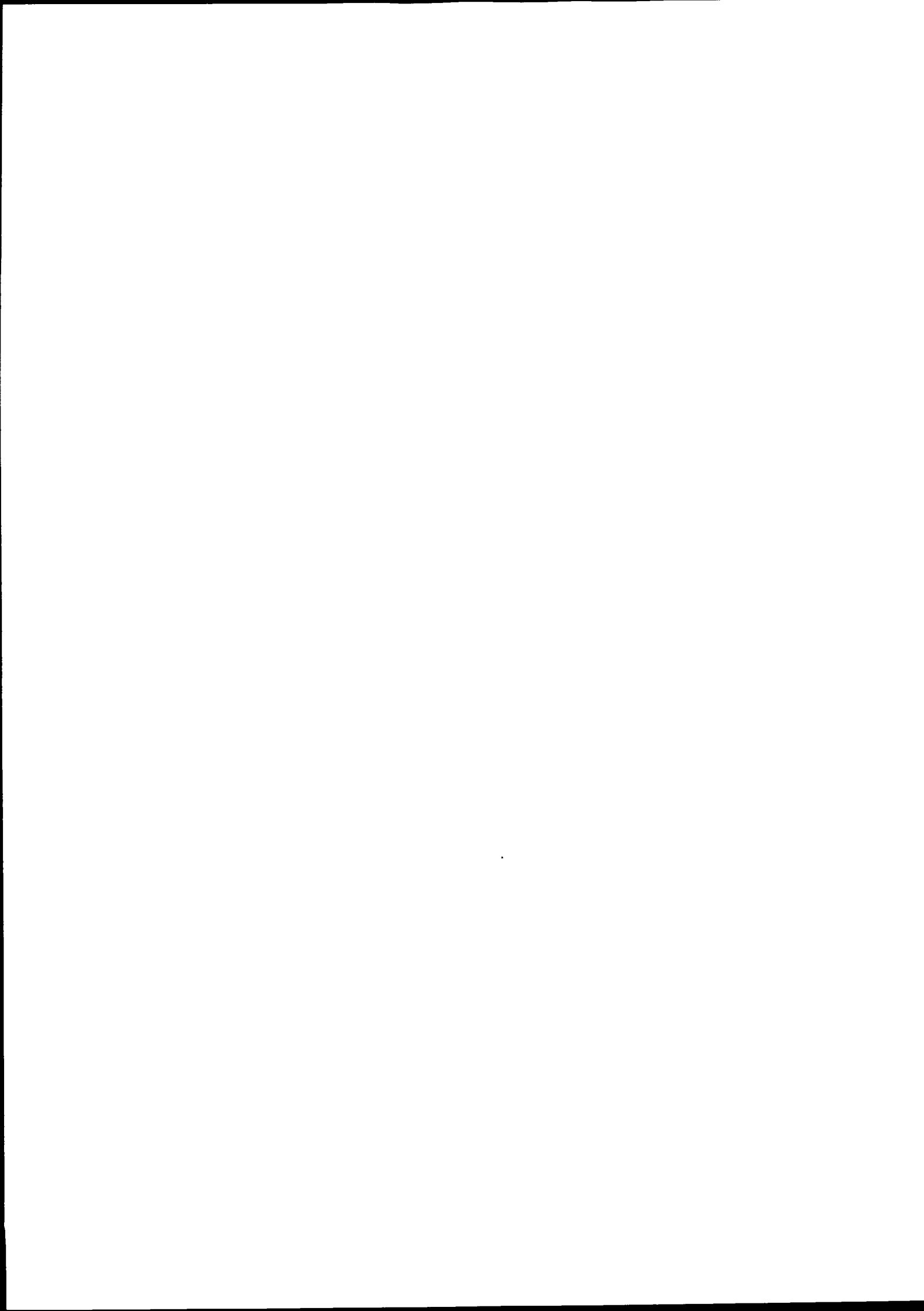


Internationale sportsbegivenheder i København

Diskussionspapir til konferencen "Going for Gold"
PARKEN den 29. september 2004.

Indhold

Resumé.....	side 2
Baggrund: Kampen er fløjtet i gang.....	3
Københavns position	4
København realiserer ikke sit potentiale	6
Københavns barrierer for vækst.....	9
Faldgrupper	12
Konturerne af en ny strategi.....	13



Resumé

Den tiltagende konkurrence mellem Europas storbymetropoler udspiller sig i disse år i en ny disciplin: Nemlig i kampen om til at tiltrække, iscenesætte og afholde internationale sportsbegivenheder.

Begivenhederne er blevet et middel til at mobilisere metropolernes byudvikling, til at manifestere byernes kultur og identitet internationalt, og til at stimulere byernes turisme og kulturliv. Hertil kommer sportsbegivenhedernes sociale funktion, som bysamfundenes samlende "fællesprojekt".

Desværre har København i dag kun marginal betydning som international sportsarena. Byen har gennem de sidste mange år slet ikke været i nærheden af at kunne afholde internationale sportsbegivenheder af betydning. København kommer dårligt ud af sammenligninger med byens nærmeste internationale konkurrenter, og udnytter ikke i dag sit potentiale som "sportsøkonomisk" lokomotiv for det øvrige Danmark.

Men Københavns potentiale er til stede. Hvis man sammenligner med sportsøkonomien i vores nærmeste konkurrentbyer er det sandsynligt, at København kan få stort udbytte af en målrettet og langsigtet satsning.

Over en årrække vil København efter alt at dømme kunne vinde turismeindtægter på op til 3 mia. kr. og dermed offentlige indtægter i form af skatter og afgifter for 1-1,5 mia. kr. Løst omregnet til beskæftigelse vil det betyde 2-3.000 flere jobs i København over det næste årti.¹

Til sammenligning kan nævnes, at Göteborgs mange sportsbegivenheder har skabt en samlet omsætning på 2,5 mia. SEK., 1,4 mia SEK i indtægter fra udenlandsk turisme og en deraf følgende beskæftigelse på 3.512 årsværk. Det er alt sammen i en periode siden 1992, hvor København kun har haft en håndfuld mindre sportsbegivenheder at byde på med en anslået samfundsøkonomi på næppe over 250. mio. kr.²

Bag initiativet "Going for Gold"

Initiativtagerne til konferencen "Going for Gold" i Parken 2004 tæller Wonderful Copenhagen, Idrætsfonden Danmark, Danmarks Idrætsforbund og Hovedstadens Udviklingsråd (HUR). Konferencen er desuden støttet af PARKEN, Nordea og Kulturministeriet.

Initiativtagerne har en fælles interesse i at sætte Københavns position som værtsby for internationale sportsbegivenheder til debat.

Initiativtagerne deler det synspunkt, at Danmarks Hovedstad i dag ikke udnytter det samfundsøkonomiske potentiale, som sportsbegivenhederne tilbyder, og at det er nødvendigt med en politisk vision og en klar strategi på området.

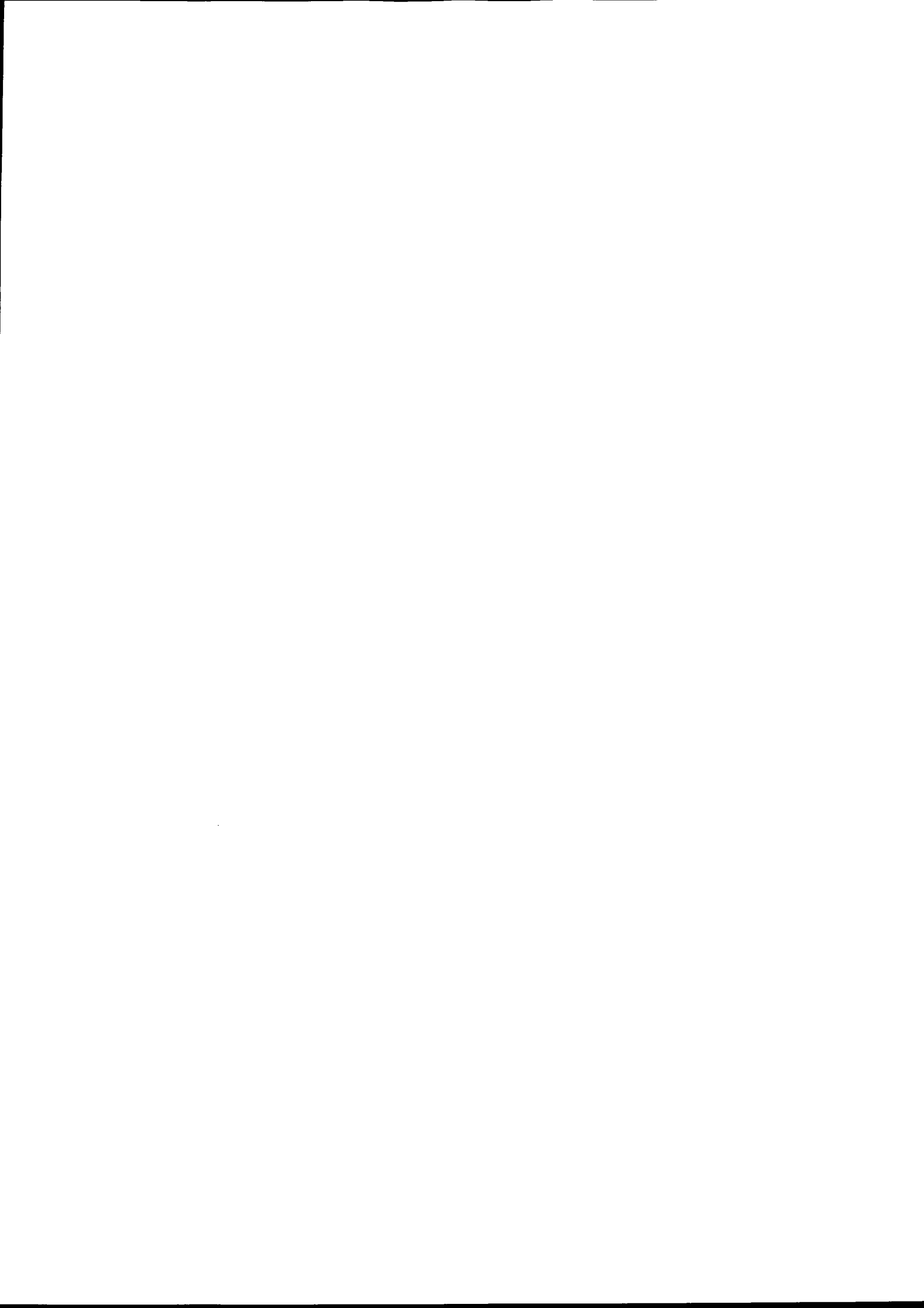
Dette notat belyser Københavns position som værtsby, og diskuterer byens potentiale og udfordringer, såfremt byen kan mønstre ressourcer og beslutningskraft til en styrket indsats på området.

Notatet er udarbejdet af Wonderful Copenhagens Strategi- og analyseafdeling.

pjh@woco.dk

¹ Wonderful Copenhagens skøn på basis af turismeøkonomiske analyser fra bl.a. Danmarks Turistråd og Turismens Utrædningsinstitut, Göteborg.

² Skøn inklusive Uefa-cup finalen mellem Arsenal og Galatasaray i 2000 – se øvrige Københavnerbegivenheder listet på side 5.



Dette papir belyser Københavns efterslæb og potentiale som værtsby for internationale sportsbegivenheder. Formålet er at dokumentere byens udgangspunkt, barrierer og gevinster såfremt byen kan mobilisere politisk vilje til at gå efter guldets i oplevelses- og sportsturismens æra.

Baggrund: Kampen er fløjtet i gang...

Økonomer og fremtidsforskere har længe talt om, at vi befinder os på tærsklen til oplevelsessamfundet, hvor den økonomiske værdiskabelse især tilvejebringes af underholdnings- og medieindustrien, af kultursektoren, af turisterhvervet, af reklame- og kommunikationsbranchen og i filmens, kunstens, og sportens universer. Kort sagt: Af stort set alle de økonomiske aktører, som lever af at skabe gode oplevelser for deres publikum.

Oplevelsessamfundets primære scene er storbyerne, hvor både publikumsgrundlaget og den kulturelle produktion er størst. For de toneangivende storbyer i Europa er de store begivenheder blevet en samfundsøkonomisk drivkraft og samtidig en måde hvorpå der skabes international synlighed og identitet.

Af samme grund konkurrerer Europas storbyer intensivt om at kunne tiltrække, iscenesætte og afholde internationale begivenheder. Det drejer sig om alt fra selvudviklede traditioner som for eksempel Münchens helt egen Oktoberfest til metropolernes kamp om afholdelsen af de Olympiske Lege.

På kort sigt kan byernes gevinst måles i turismeindtægter, som lader sig distribuere vidt ud i byernes handels- og turismeerhverv og dermed også genererer betydelige offentlige indtægter i form af skatter og afgifter.

Dermed er storbyernes konkurrence om sportsbegivenheder andet og mere end festivitas og god fjernsynsunderholdning. Sports- og kulturbegivenhederne er blevet en samfundsøkonomisk drivfaktor i en tid, hvor globaliseringen ellers ikke efterlader de vestlige samfund med megen positiv og stedbunden jobskabelse. Set under ét er turismen således en af de få brancher i de vestlige samfund, som bidrager positivt til beskæftigelsesudviklingen.

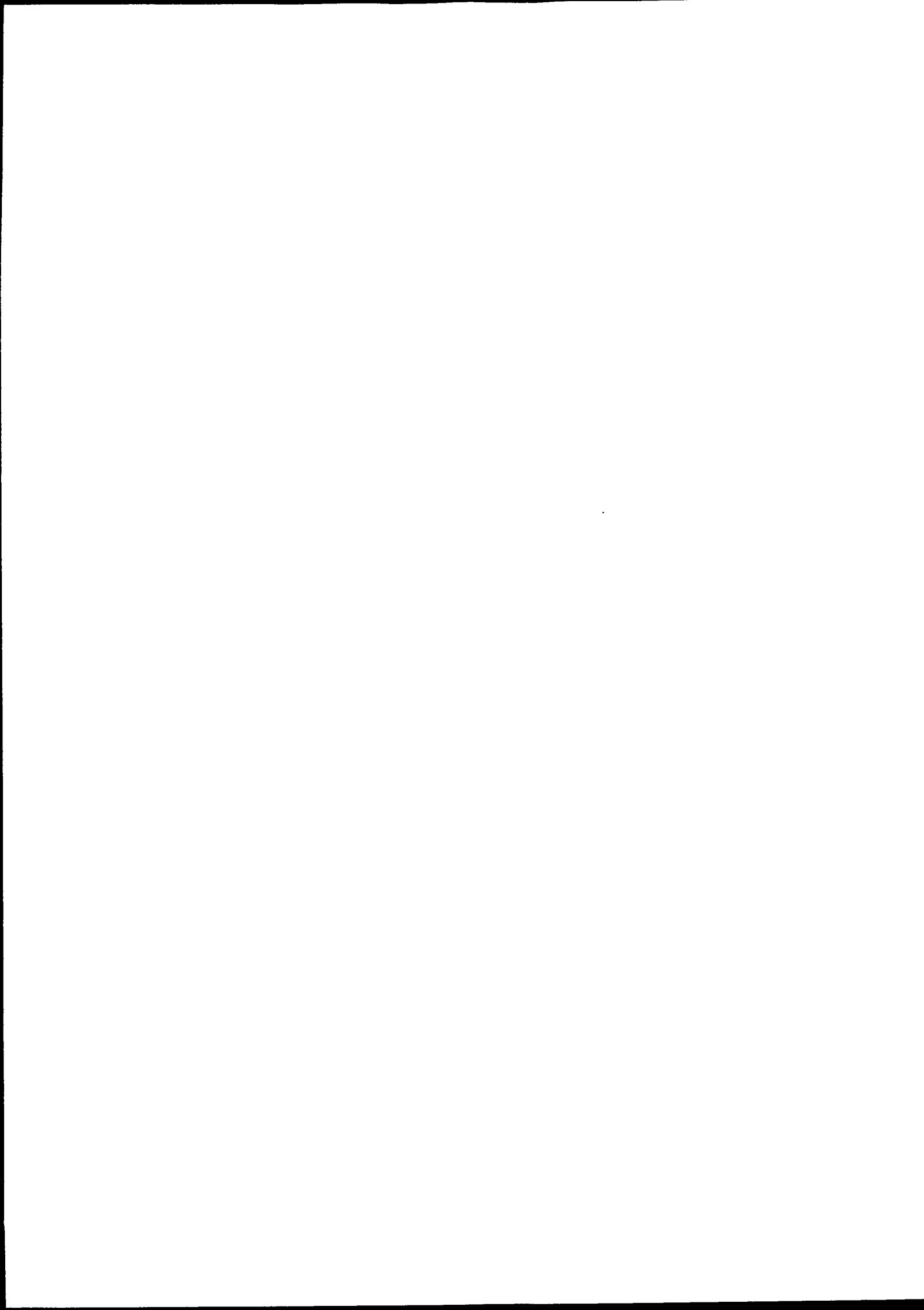
På lidt længree sigt kan en fokuseret satsning på sportslige og kulturelle begivenheder bidrage til at profilere byerne som dynamiske brændpunkter for den nye såkaldte *creative klasse* – det vil sige vidensamfundets højtuddannede, de kreative igangsættere, kunstnerne og videnskabsfolkene m.fl., som udgør selve grundlaget for kommerciel udvikling og værdiskabelse i den nye økonomi.

Begivenheder er business

Eksempler på sportbegivenheders samfundsøkonomi:

- Første estimat på EM-slutrunden i Portugal viser en meromsætning på over 1 mia. kroner genereret direkte i forbindelse med turneringen
- OL i Sydney i 2000 skabte en estimeret omsætning på cirka 800 mio. USD i Australien
- UEFA-cup finalen i fodbold i 2000 skabte omsætning i København til en værdi af 75 mio. kr.
- MTV European Music Awards vil i 2006 i København generere omsætning for 100 mio.kr. – i Edinburgh 2003 skabte samme begivenhed 8,9 mio. £ i omsætning
- Gymnastrada i 2011 i København vil med sine 25.000 deltagere skabe en meromsætning i byen på 168 mio. kr. over 14 dage.

Kilde: Danmarks Turistråd, Turismens Utredningsinstitut, international dagspresse m.fl.



Eksempelvis har byer som Auckland, Brisbane, Barcelona og Sydney alle dygtigt udnyttet deres store mega-begivenheder til at opdyrke nye erhversøkonomiske kompetenceklynger, til at skabe storstilet byudvikling og til at udbrede kendskabet til deres byer som turistdestinationer eller kulturdynamiske metropoler.

Lægger man endelig den samfundsøkonomiske anskuelse til side, kan de internationale sportsbegivenheder imidlertid også forstås som et socialt fænomen, der styrker bysamfundenes sociale identitet og sammenhængskraft. Tænk bare på, hvad fodboldklubben Manchester United har betydet for byen Manchester. Eller Brønby IF for Brøndby. Eller Ole Olsen for Vojens. Eller hvad du foretog dig på den ganske særlige juni-aften i 1992, da Danmark vandt fodbold EM...

Omkring mange sportsbegivenheder kan man iagttage en manifestation af kulturel identitet fyldt med udtryksformer, ritualer og mening for de udøvende og deres fans. Og på nær månelandinger og internationale terroraktioner er der ikke mange andre begivenheder, der som sporten kan rydde medie billedet, lægge gaderne øde, og vække folkelig begejstring og samhørighed. Som socialt fænomen besidder sporten en særlig kraft, der går på tværs af sociale skel, landegænsere og politisk tilhørsforhold.

Sporten har sin egen evne til at mobilisere civilt engagement og til at kalde på vores borgerlige dyder med eller uden fadøllenes iboende næstekærlighed. Det er for eksempel dokumenteret, at byernes kriminalitet falder under og efter store sportsbegivenheder. Og at borgernes stolthed og tilfredshed med deres levevilkår stiger samt at den frivillige civile deltagelse ofte efterlader varige sociale netværk.

Resten af dette notat forsøger at spore såvel det hårde samfundsøkonomiske afkast som den bløde social- og kulturpolitiske gevinst ved en fokuseret satsning på begivenhedsøkonomien. Spørgsmålet er, om København kan mobilisere sit potentiale...

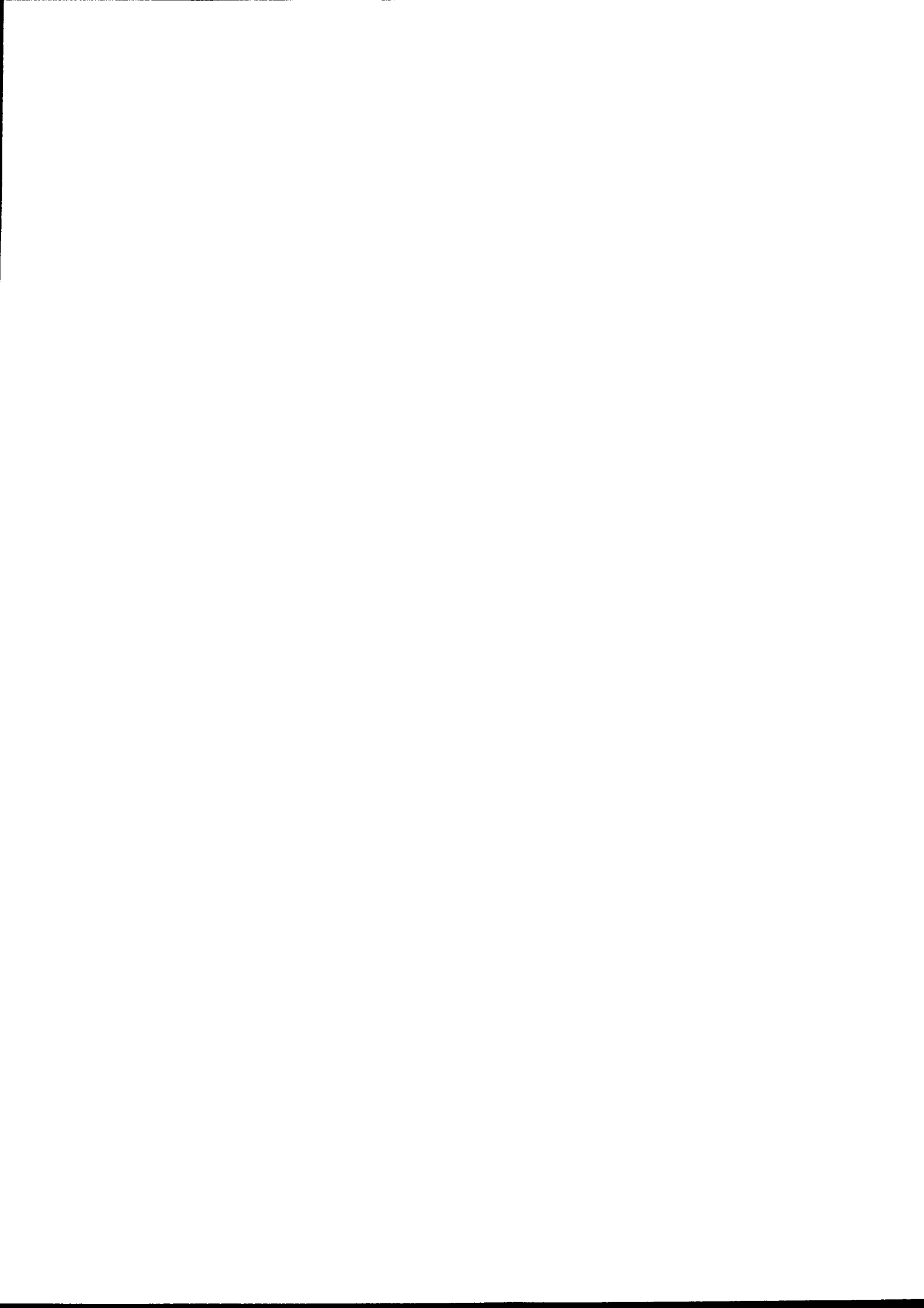
Københavns position

Som nævnt indledningsvis har København en svag position som værtsby og arena for internationale sportsbegivenheder. Når man sammenligner byen med internationale konkurrenter er Danmarks hovedstad en letvægter. De begivenheder, der har været afholdt i København, har i grove træk enten været små og ubetydelige begivenheder eller begivenheder, som har fundet vej til København som følge af international lodtrækning.

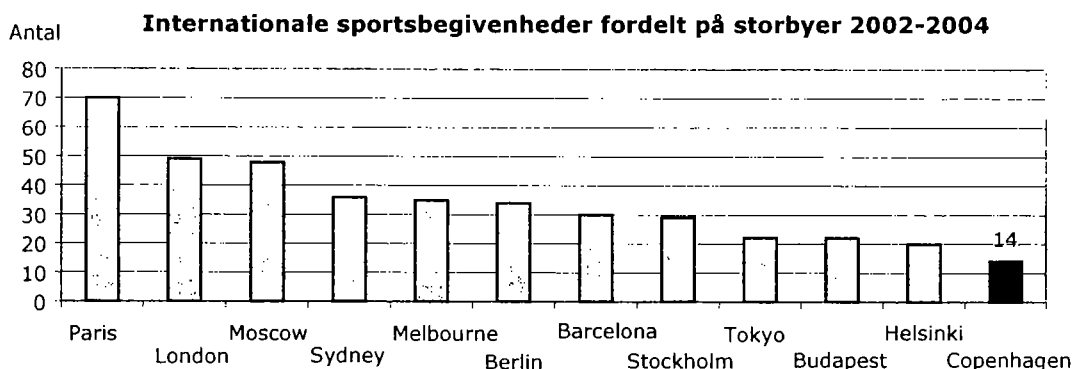
Opgørelsen nedenfor er udarbejdet af Sportcal.com i London for Wonderful Copenhagen.³ Den viser at København anno 2004 ligger bagest i feltet af internationale storbyer, når det gælder antallet af værtsskaber for internationale sportsbegivenheder. Det er en position, som ikke har ændret sig siden Sportcal gennemførte målingen første gang i 2001.

Det er også en position, som står i stor kontrast til Københavns position på kongresområdet, hvor byen på trods af sin i international sammenligning beskedne

³ www.sportcal.com er et internationalt bureau, som løbende kortlægger og kommunikerer *biding* historie og status på alverdens sportsbegivenheder.



størrelse ligger i verdens top 10 over mest benyttede kongresbyer. Forskellen kan for det første forklares ved, at byens faciliteter til kongresser er bedre end faciliteterne på sportsområdet, og for det andet ved, at byen er langt bedre organiseret på kongresområdet, hvor der afgives mellem 30 og 50 tilbud på internationale værtsskaber hvert år.



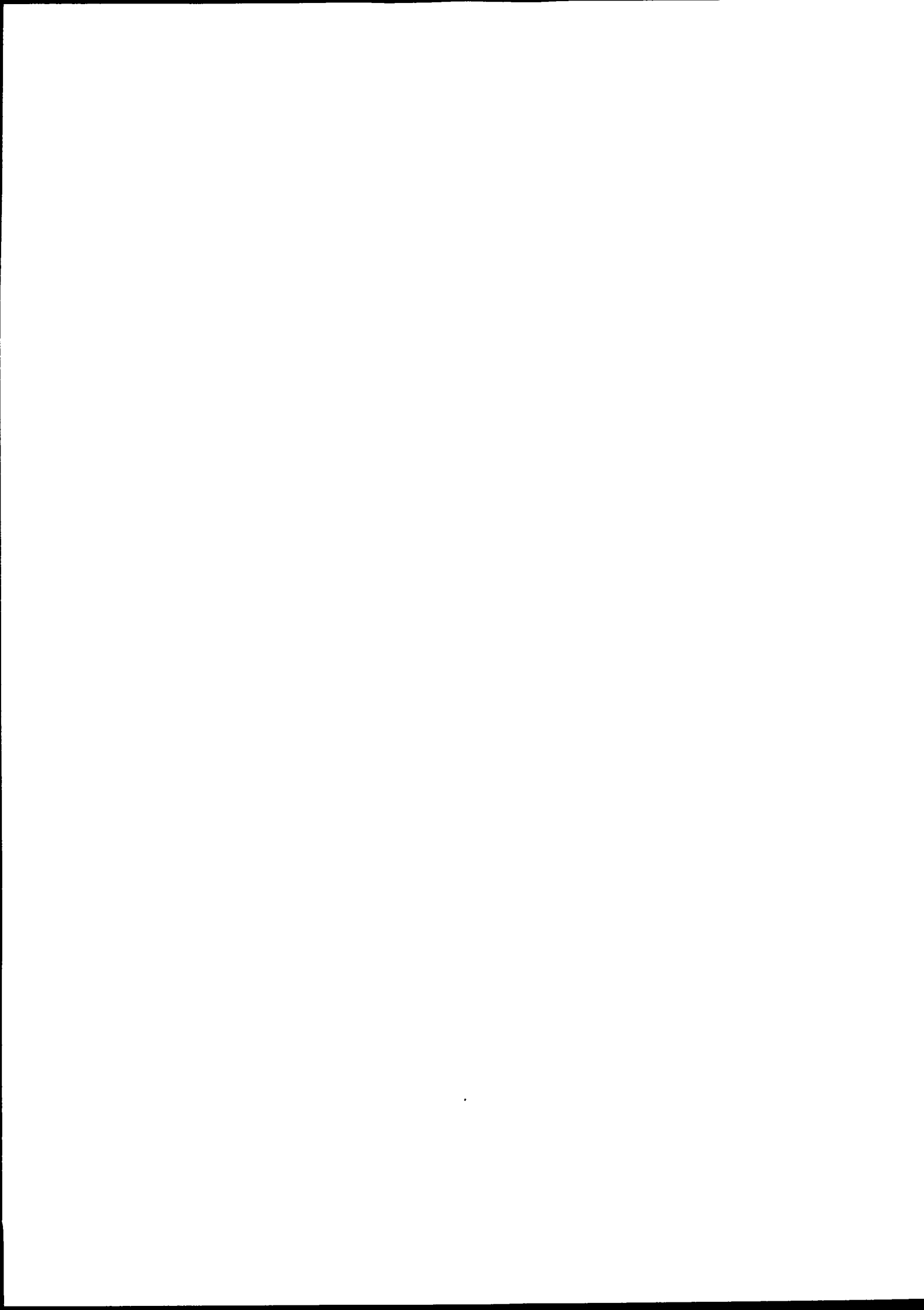
Note: "Grade 1 events within each sport" e.g. world and continental championships and major world finals. Qualifying events for world championships not included

Kilde: Sportcal.com, London, for Wonderful Copenhagen, september 2004.

Opgørelsen taler sit klare sprog om, at København ikke har tradition for at gøre noget aktivt for at tiltrække internationale begivenheder på samme måde som eksempelvis London, Barcelona eller Sydney, der har gjort de internationale begivenheder til en integreret del af deres vækst- og udviklingsstrategier.

Sammenligner man Københavns andel af de sportsbegivenheder med det øvrige land, ser man ikke uventet, at Hovedstadsregionen dog er den region i Danmark, som har fået tildelt og afholdt flest begivenheder (godt en tredjedel). Se tabel.

Tildelte og afholdte VM/EM-arrangementer i udvalgte regioner 1996-2006			
Region/Arrangement	VM	EM	I alt
Hovedstadsregionen (primært Kbh. Amt)	13	17	30
Fyns Amt (primært Odense Kommune)	5	9	14
Århus Amt (primært Århus Kommune)	4	9	13
Vejle Amt	4	7	11
Nordjyllands Amt	3	4	7
Ringkøbing Amt	2	3	5
I alt 6 regioner	31	49	80
Note: Der er kun medtaget officielle VM/EM-arrangementer for seniorer. Kun de 6 amter med flest begivenheder er vist. Udover de viste begivenheder har der været Nordic Open - European Golf Tour (herrer) i Frb. Amt i 2003 samt European Golf Tour (damer) 2005+ på Sjælland og vest for storebælt.			
Kilde: Idrætsfonden Danmark2004.			



Én af årsagerne til at tallet for Hovedstadsregionen trods alt er pænt er, at især VM/EM i sejlsport er kraftigt repræsenteret, både i de store og kendte klasser og i en række mindre kendte sejlsportsklasser. Hertil kommer andre udendørs-arrangementer, som for eksempel VM i Marathon-stafet.

Bag tallene for Hovedstadsregionen kan følgende begivenheder betegnes som de største og mest prestigefyldte:

- VM Maraton-stafet 1996 i København (omfattende Eurosport dækning)
- EM kvindehåndbold 1996 i Brøndby (finalen blev spillet i Herning)
- EM idrætsgymnastik 1996 i Brøndby
- VM badminton 1999 i Brøndby
- VM Matchrace 1999 i Skovshoved
- VM (B-gruppen) ishockey 1999 i Rødovre (samt i Odense)
- Uefa-cup finalen mellem Arsenal og Galatasaray i 2000
- VM banecykling 2002 i Ballerup
- VM speedway 2003 i København (Parken)

Det ses, at København har afholdt 9 internationale begivenheder i den viste 10 års periode - de fleste af disse blev afholdt før årtusindskiftet. På baggrund af de foreliggende turismeøkonomiske analyser skønnes det, at disse begivenheder tilsammen næppe har indbragt København mere end ca. 250 mio. kr. i turismeomsætning.⁴

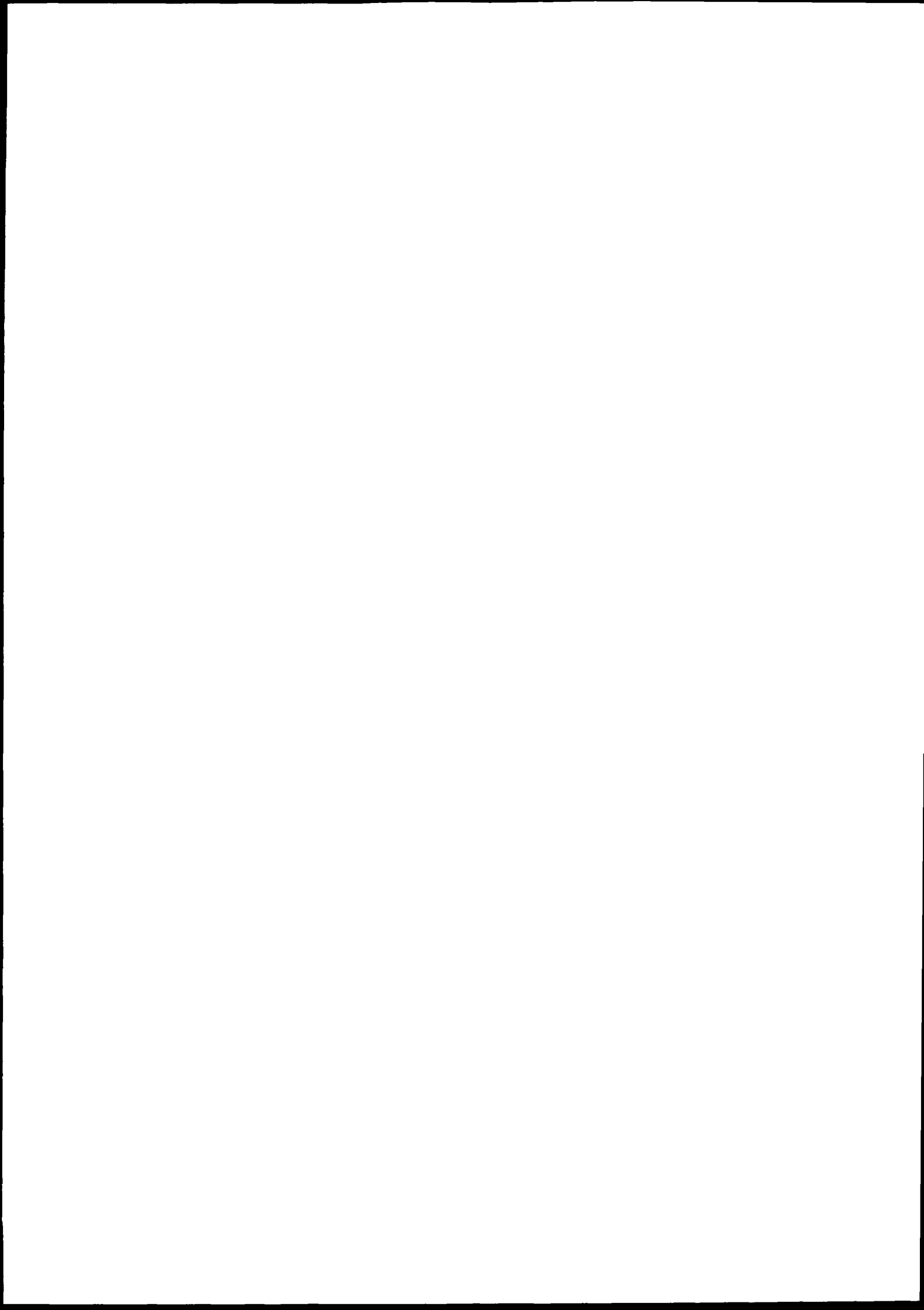
København realiserer ikke sit potentiale

I det følgende vil vi sandsynliggøre, at København gennem de sidste 10-15 år har forsømt at udvikle et vækstøkonomisk, markedsføringsmæssigt og socialt potentiale ved ikke at satse målrettet nok på sportsøkonomi.

Tabellen nedenfor viser begivenhederne, som er afholdt i omtrent samme periode i en af vores dygtigste konkurrentbyer - nemlig Göteborg. Tabellen viser den direkte samfundsøkonomiske effekt, af de i opgørelsen udvalgte sportsbegivenheder. Tilsammen har begivenhederne medført turismeindtægter for Göteborg på godt 2,5 mia. svenske kr, hvoraf 641 mio. kr. kom fra udenlandske turister.⁵ Omregnet til jobs har Göteborg alene med disse begivenheder skabt en direkte jobeffekt på 3.512 helårsjobs.

⁴ Wonderful Copenhagens skøn på basis af turismeøkonomiske analyser fra bl.a. Danmarks Turistråd og Turismens Utredningsinstitut, Göteborg.

⁵ Turismeindtægterne er renset for forbrug blandt publikum, som er bosat i Göteborg og den omkringliggende region.



Direct Effects of Major Sports Events in Gothenburg 1992-2006				
	Turisme- omsætning (MSEK)	Valutaindtægt (MSEK)	Skatter/afgifter (MSEK)	Beskæftigelse (Årsværk)
European Cup Football 1992	300	90	177	429
WC in Athletics 1995	1.100	228	649	1.571
11th. World Gymnaestrada 1999	135	120	80	193
Volvo Ocean Race Stopover 2002	45	1	27	64
FIM Speedway Grand Prix 2003	25	1	15	36
UEFA Cup Final 2004	54	35	32	77
EC in Athletics 2006*	799	166	472	1.142
Total	2.459	641	1.451	3.512
<i>Note: Prognose for 2006.</i>				
<i>Kilde: Turismens Utredningsinstitut i Göteborg for Wonderful Copenhagen 2004.</i>				

På baggrund af disse tal forekommer det ikke urealistisk, at København som Danmarks hovedstad med mere end dobbelt så mange indbyggere som Göteborg, over de næste 10 år vil kunne skabe tilsvarende turismeindtægter på mindst 2-3 mia. kr. og offentligt skatteprovenu for 1-1,5 mia. kr. med en målrettet og ambitiøs international sportsstrategi. I givet fald vil det over de næste 5-10 år kunne skabe et par tusinde jobs i hovedstadens sportsøkonomi.

Hertil kommer de mere "bløde" gevinster i form af langsigtet byudvikling, international presseomtale og social mobilisering. Det er umuligt at opgøre, hvad København "er gået glip af" ved ikke at have haft et strategisk fokus på sportsøkonomien tidligere. Men det er alligevel tankevækkende, at man i olympiske byer som Barcelona og Athen dygtigt har brugt legene til at finansiere udviklingen af helt nye erhvervs-, bolig-, og byområder i en æra, hvor vi i København gradvis over 10-15 år har bygget blandt andet Ørestaden og udviklet områderne omkring Københavns Havn. I et utopisk tilbageblik kunne man forestille sig, at Ørestaden kunne have været udviklet som en post-olympisk by.

Ser man på sportsbegivenhedernes funktion som *markedsføringsmedie* er det klart, at København i dag nok ville være en langt bedre kendt by i Europa, hvis vi i de senere år havde haft store værtsskaber for internationale begivenheder.

På årsbasis opnår København international presseomtale til en værdi af ca. 100 mio. kr. godt hjulpet af en løbende PR-indsats udført af Danmarks Turistråd og Wonderful Copenhagen.⁶ Tallet svinger imidlertid og er langt større i år med store kulturbegivenheder såsom Kulturby '96 og Kulturbro 2000 og 2002.

⁶ Presseværdien opgøres som annonceprisen på tilsvarende spaltemillimeter og omfatter kun trykte medier. Wonderful Copenhagen modtager hvert år op mod 600 udenlandske journalister.



På den baggrund synes det givet, at København vil kunne opnå langt større international synlighed og PR med flere store sportsbegivenheder. Man kan her nøjes med at tænke på sommerens tv-dækning af EM-slutrunden fra Portugal, Tour de France og OL i Athen. Ved alle tre begivenheder var der massiv tv-dækning af begivenhedernes folkelige, kulturelle og landskabelige kulisser. Et lidt ældre eksempel stammer fra 1995, hvor Göteborg ifølge egne målinger opnåede et seertal på 3 milliarder til VM i Atletik.⁷ Byens turistorganisation producerede og distribuerede dækbilleder til de mere end 200 tv-stationer verden over, som dækkede VM.

Faktisk er mediebevågenheden på de største sportsbegivenheder til tider så enorm, at det uden sammenligning er den bedste måde at komme ud til en stor gruppe mennesker på tværs af landegrænser. Af samme årsag sponsorerer mange private virksomheder sport – ifølge en undersøgelse 69% af erhvervslivets sponsorpenge til sport.

Langtidseffekten af mediedækningen er usikker. Men det er dokumenteret, at kendskabet til byer med store internationale begivenheder øges umiddelbart efter begivenhedernes afholdelse. For eksempel var der blot 5 pct. af amerikanerne, som før OL i Barcelona i 1992 vidste, at byen ligger i Spanien. Det tilsvarende tal i 1996 var 75 pct. Til sammenligning var tallet for Madrid i 1996 15 pct.⁸

I København er der ikke tidligere målt på mediedækningen i forbindelse med store sportsbegivenheder – kun ved begivenheder som det internationale Melodi Grand Prix samt Kronprinsens bryllup med frk. Mary Donaldson i maj 2004. Ved den lejlighed opnåede begivenheden næsten 380 mio. seere, hvoraf ca 200 mio. var i begivenhedsugen op til selve bryllupet - blandt andet under det royale matchrace i Københavns Havn.⁹

Den sociale effekt af store, internationale sportsbegivenheder lader sig ikke uden videre værdifastsætte. Men det er velbeskrevet, at begivenhederne kan fungere som en katalysator for civilt og socialt engagement i byens aktiviteter.

En anekdote fortæller eksempelvis, at da Frankrig vandt VM i fodbold på hjemmebane i 1998, faldt kriminaliteten i nogle af de hårdest belastede kvarterer med 40 pct. i året efter. Et andet eksempel stammer fra OL i Sydney i 2000, hvor 10.000 pensionister var frivillige hjælpere for første gang – tre år senere var 75 pct. af disse stadig involveret i andet frivilligt arbejde.¹⁰

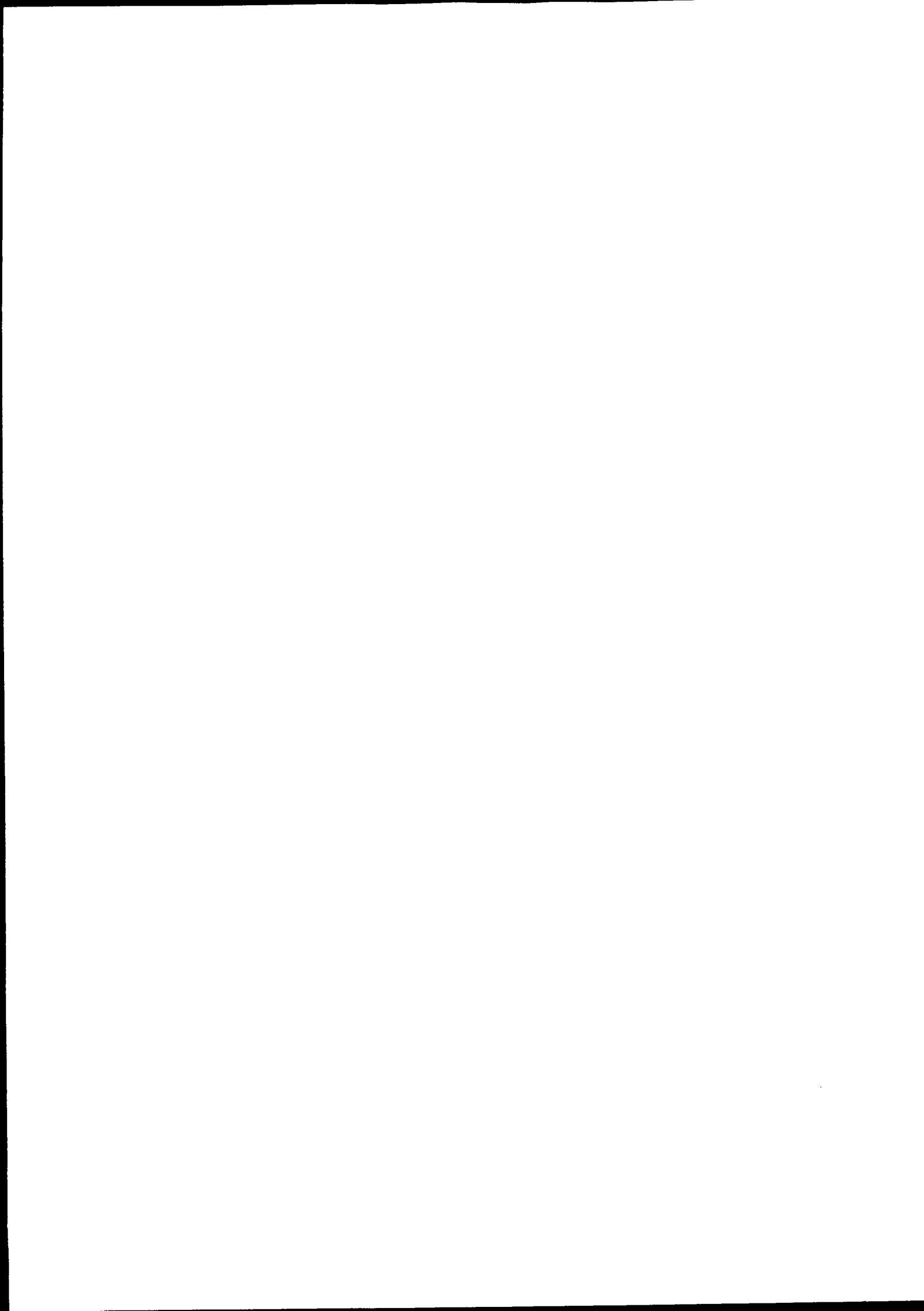
Herhjemme har vi gode forudsætninger for at mobilisere noget af den samme energi i frivilligt socialt arbejde i forbindelse med sportsbegivenheder. Det skyldes ikke mindst, at idræts- og foreningslivet er særdeles godt organiseret, hvilket klart

⁷ Oplyst af Göteborg & Company. Seertal er ikke fysiske personer, men et (beregnet) udtryk for antallet af eksponeringer.

⁸ TSE Consulting for Wonderful Copenhagen 2004.

⁹ Målt af TNS/Gallup for Wonderful Copenhagen, maj 2004. Seere er ikke fysiske personer, men et teknisk udtryk for antallet af eksponeringer.

¹⁰ TSE Consulting, Lausanne, For Wonderful Copenhagen, juni 2004.



viser sine fordele ved afholdelse af eksempelvis gymnastikstævner, spejderlejre, landsdækkende fodboldskole, Kulturhavn, Pinsekarneval og Roskilde Festival.

Ved store sportsbegivenheder skabes stolthed og samhørighed i byen. Idrættens iboende værdigrundlag kan desuden bruges som afsæt i offentlige kampagner som eksempelvis sætter fokus på motion og sundhed for byens borgere, på fairplay i sportsklubber og skoler, på integrationen af minoriteter, på sammenhold og fælles indsats i frivillige organisationer og foreninger mm. Effekten af sådanne kampagner kan blive mange gange større, hvis de er organiseret omkring en idrætsbegivenhed som for eksempel World Masters Games, hvor de mange tusind ældre idrætsudøvere går til konkurrencerne under mottoet "Sport for Life".

Københavns barrierer for vækst

Som nævnt står Københavns position på sportsområdet i stærk kontrast til byens position som kongresby, hvor København ligger internationalt i top foran verdensbyer som Berlin, New York, Madrid og Amsterdam.

Den flotte placering tilskrives dels en velorganiseret og fokuseret mødeindustri, som aggressivt og professionelt forstår at opsøge og vinde forretning, og dels et stærkt møde- og konferenceprodukt hvad angår Københavns tilgængelighed, infrastruktur, service og mødeeffektivitet.

Når det gælder internationale sportsbegivenheder har København givetvis et vækstpotentiale. Men det er samtidig klart, at København står over for et langt og sejt træk, hvis vi forbedre vores position på de internationale ranglister. Der skal foretages betydelige investeringer og der skal skabes nye samarbejdsnetværk både regionalt, nationalt og internationalt.

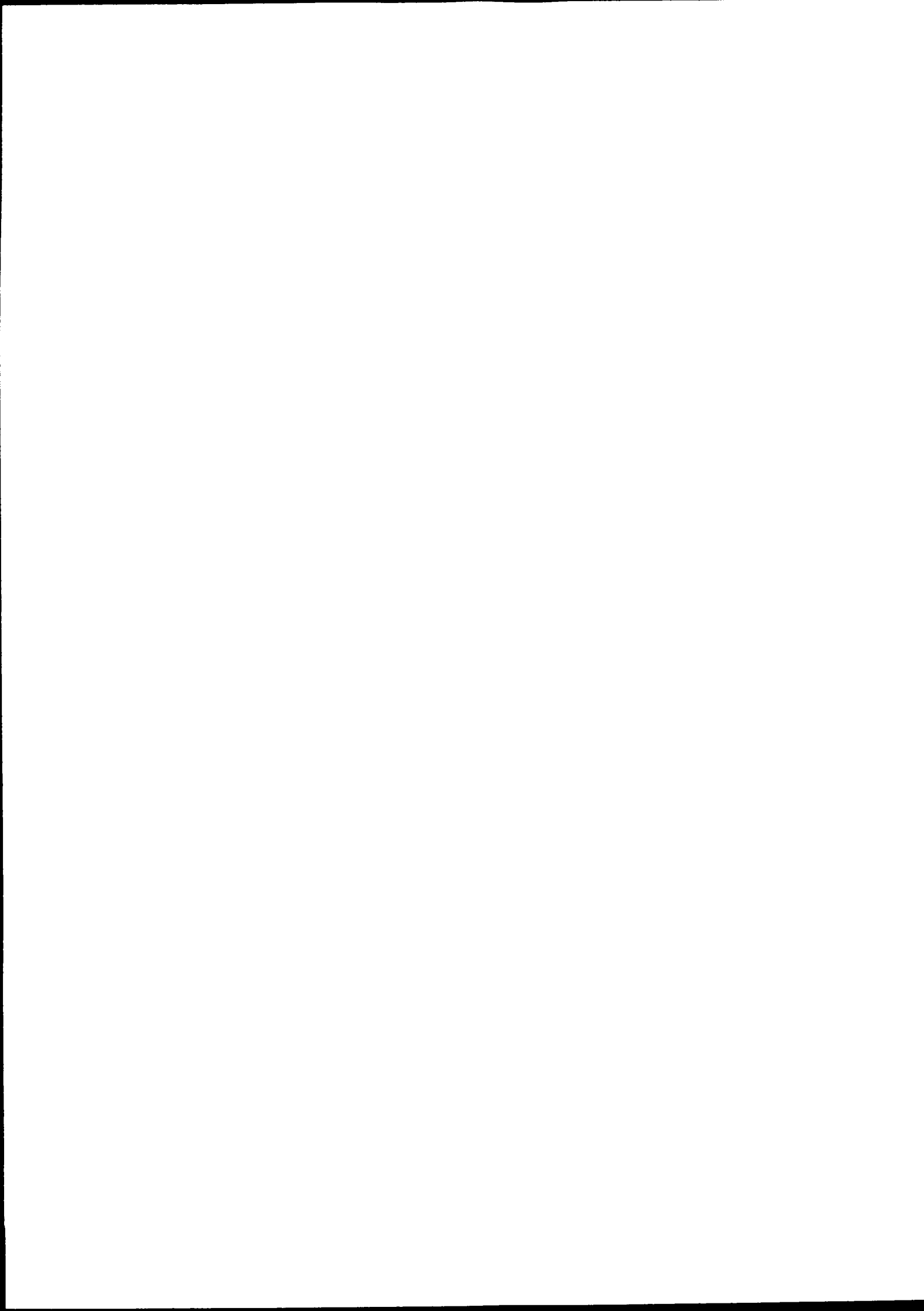
I de centrale internationale organisationer og forbund er der i dag næppe mange beslutningstagere, der kender København som en by, der går målrettet efter værtsskaber for internationale sportsbegivenheder. Og at ændre på denne opfattelse er derfor en vigtig opgave, hvis København skal kunne udnytte sit potentiale. Herudover er der især tre barrierer for København:

- Mangel på sportsfaciliteter
- Mangel på organisation
- Mangel på kapitalberedskab

Manglen på sportsfaciliteter er bemærkelsesværdig i København, hvor der ellers op gennem 1990'erne er investeret mange milliarder i byudvikling – især på kultur og infrastrukturuområdet.

Udvidelsen og de senere ombygninger og taglægningen af PARKEN er finansieret af private midler. Og bortset fra mindre sportsanlæg udenfor København, har det været småt med offentlige investeringer i idrætsanlæg, der møder standarderne for international eliteidræt. Manglen på sportsfaciliteter gælder på tværs af sportsgrene – også i discipliner, hvor Danmarks elitefolk har opnået flotte internationale resultater (f.eks. kano- og kajakroning og svømning).

Sammenligner man med provinsen er der anderledes gang i kranerne. Ifølge en opgørelse foretaget af BT i sommeren 2004, pågår der pt. stadioninvesteringer i provinsen for mere end 600 mio. kr. Se tabel på næste side.



Sportsinvesteringer i Jylland

By	Aktivitet	Kr.	Offentlig medfinans.?
Aalborg	Ombygning og udvidelse af AaB's stadium, bl.a. overdækning og to nye tribuner	130 mio.	√
Århus	Ombygning og udvidelse af AGF - Atletion	120 mio.	√
Herning	Nyt stadium til FC-Midtjylland	85 mio.	√
Viborg	Nyt stadium	57 mio.	√
Vejle	Nyt stadium	50 mio.	√
Randers	Renovering og udbygning af Randers' stadium, bl.a ny tribune	43 mio.	√
Esbjerg	Ombygning og udvidelse af Esbjerg stadium	40 mio.	√
Fredericia	Nyt stadium til Fredericia FC	30 mio.	√
Silkeborg	Ombygning og udvidelse af SIF's stadium, bl.a. ny tribune	26 mio.	(√)
Haderslev	Nyt stadium til SønderjyskE	22 mio.	√
Horsens	Udvidelse af Horsens stadium med ny siddetribune	4 mio.	√
Total		607 mio.	

Kilde: BT, 2. august 2004

I København er det først og fremmest manglen på en multiarena, som er byens problem. København er formentlig en af de eneste hovedstæder, som i dag ikke har et forsamlingshus til håndbold, indendørsfodbold, tennis, ishockey, atletik, basketball, volleyball, gymnastik og alle de mange andre sportslige og kulturelle aktiviteter, som kan samle 10-15.000 tilskuere.

Spørgsmålet om statslig medfinansiering til etablering af en multihal i København har ofte været diskuteret i den efterhånden årelange debat. Det fremgår af oversigten på næste side, at der næsten altid er kommunal - og hyppigt - statslig medfinansiering med i spillet, når der etableres multihaller i udlandet.

Det finske firma JHC Arena Holding, som ejer og driver 3 multiarenaer og har bygget og/eller virket som konsulent på 8 multiarenaer i Europa, oplyser, at stort set alle multiarenaer i Europa er støttet af kommunen/amtet enten ved opførelsen (oftest i form af overdragelse af land) og/eller i den daglige drift. Cirka halvdelen af arenaerne er også støttet af staten. Fremtidige multiarenaer som for eksempel den i Valencia i Spanien vil ifølge JHC Arena Holding hyppigt være statsfinansierede.

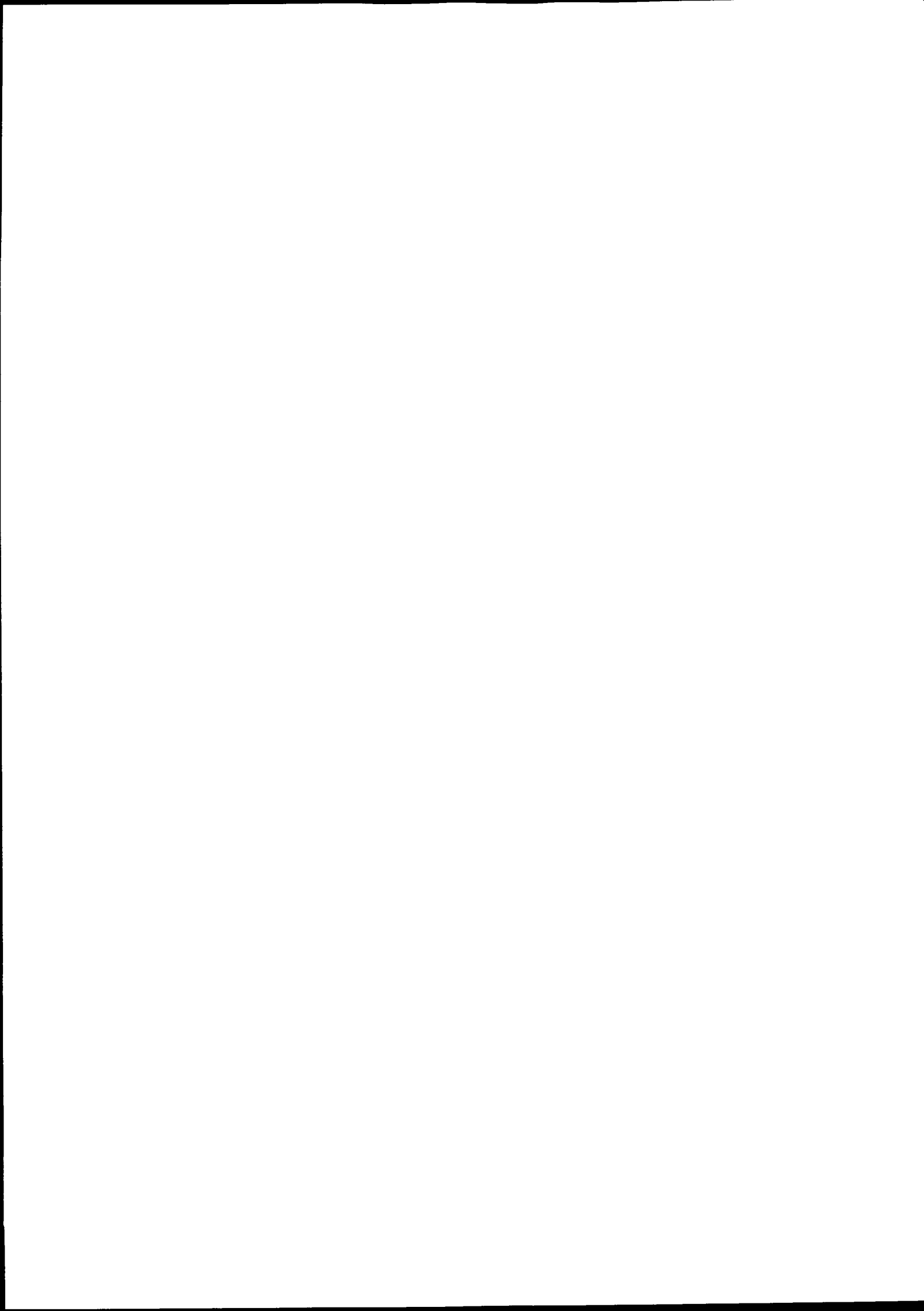


Finansiering af Europas multiarenaer				
Arena	Stats-finansiering	Kommunal finans.	Bemærkninger	Pladser
Stockholm Globe Arena (1989)		X	Privat/off. samarbejde ml. kommunen og konsortiet der byggede arenaen. Kommunen gav grunden til opførelse af arenaen. Nu er Globen 100% ejet af kommunen.	15.000
Helsingfors Hartwell Arena (1997)		X	Grunden til opførelse af arenaen blev givet af kommunen + der gives årlige kommunale tilskud til drift.	13.665
Oslo Spektrum (1990)		X	Arenaen fik kommunal støtte fra 1990-2001, hvorefter den blev solgt af kommunen. Nu 100% privatejet.	9.700
Prag Sazka Arena (2004)	X		Arenaen blev opført gennem lotto penge, dvs. den nationale sports federation - ingen privat støtte.	18.000
Manchester Evening News Arena (1995)	X	X	Oprindelig opført til OL via et privat/off. samarbejde. Der blev givet et tilskud fra staten samt kommunen, men 85% blev finansieret via private midler.	20.000
Hamburg Colorline Arena (2002)		X	Opført af private midler. Grunden givet af kommunen + der gives årlige kommunale tilskud.	16.000
Riga Arena (2005)	(X)	X	Grund givet af city (usikkert om der også var statsstøtte)	11.300
Vilnius Arena (2004)	N/A	N/A		11.000
Amsterdam Dome (2008)	X	X	JHC Arena Holding bygger en ny Multiarena i Amsterdam. Arenaen er både stats- og kommunal støttet samt privat støttet. Statsstøtten kommer fra Sportsministeriet	15.000
<i>Note: Oplysninger fremkommet via e-mail og telefon. I alt er 9 arenaer blevet kontaktet, heraf er to af arenaerne endnu ikke færdige. Offentlige organisationer stod i langt de fleste tilfælde som bygherre og/eller projektleder. I mindst fire af tilfældene har staten helt eller delvis finansieret opbygningen af arenaen.</i>				
<i>Kilde: De enkelte arenaer samt JHC Arena Holding</i>				

Manglen på organisation på sportsområdet blev imødegået da Københavns Kommune og Wonderful Copenhagen etablerede Copenhagen Ventures i 2003. Organisationen fungerer som en enhed i Wonderful Copenhagen og har til opgave at udvælge og byde på værtsskabet for internationale sports- og kulturbegivenheder. Organisationen har allerede høstet en del erfaringer med blandt andet det ambitiøse bud på World Masters Games i 2009 (tabt til Sydney i forsommeren) og har udarbejdet en aggressiv strategi for de næste års indsats. Men samtidig udestår der endnu at skabe større samling blandt byens mange private og offentlige aktører på området. Tættere samarbejdsrelationer og netværk vil bidrage til, at byen fremstår mere samlet, koordineret og forpligtet overfor udenlandske forbund, som træffer beslutningen om placering af værtsskaber.

Som nævnt er samarbejdet med idrættens organisationer af stor betydning, hvis København fremover skal kunne vinde og løfte flere værtsskaber. De danske forbund og foreninger har en vigtig stemme i de internationale organisationer, hvor beslutningerne træffes. Og såfremt begivenhederne vindes, står forbundene senere i rollen som arrangører, hvor der skal samarbejdes med en bred vifte af offentlige og private aktører om afviklingen af begivenheden.

Manglen på kapitalberedskab er et problem, som København kommer til at mærke mere til i årene fremover, fordi de internationale forbund, som har rettighederne til begivenhederne, stiller stadig større kapitalkrav til de potentielle værtsbyer. Det er



ikke usædvanligt, at byer, som ønsker værtsskaber, skal stille bankgarantier på to-cifrede millionbeløb allerede i tilbudsfasen. I København kan det være en tidskrævende og besværlig proces gennem det politiske system, når man skal tilvejebringe det fornødne finansieringsgrundlag for at kunne afgive tilbud på et værtsskab. Hvis der skal opnås økonomisk bevilling til køb af rettigheder skal det ydermere ske i en politisk indstillingsproces, som er fuldt offentlig. Offentligheden omkring finansielle garantier mv. kan til tider udgøre et problem i de ellers lukkede og pågående forhandlinger med rettighedshaverne.

Derfor er det et stort ønske, at der i København – og muligvis også på statsligt niveau – etableres en finansiell pulje, der kan trækkes på i en tilbudsproces. De eksisterende fonde og tilskudsmuligheder rækker kun til begrænset støtte og rådgivning i tilbudsprocessen – ikke til køb af egentlige rettigheder.

Faldgrupper

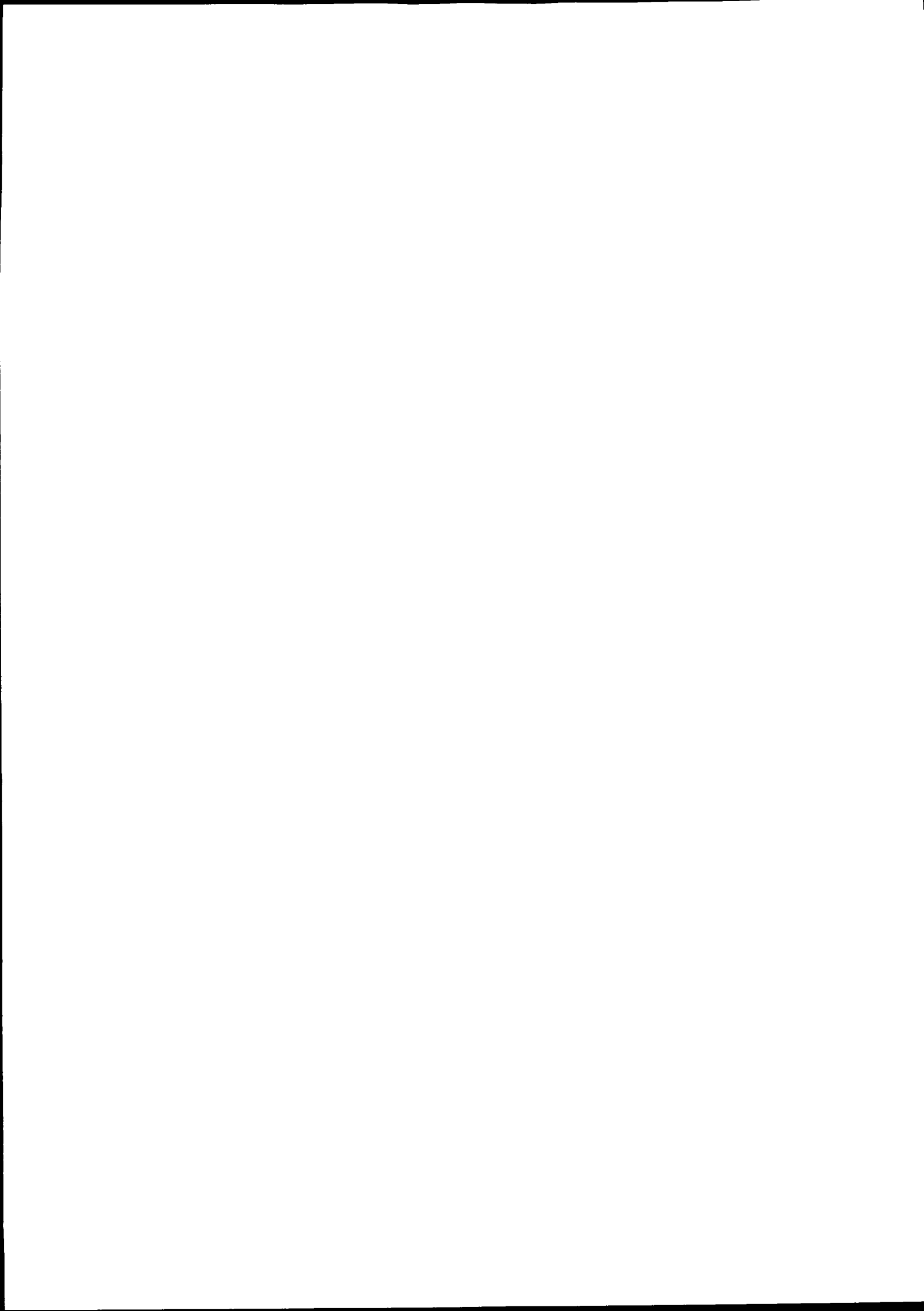
Der er en del eksempler på, at afholdelsen af internationale sportsbegivenheder er blevet en økonomisk og imagemæssig belastning for værtsbyerne. Det første skyldes i reglen problemer med begivenhedernes *driftøkonomi*. Det vil sige arrangørerne undervurderer udgifterne forbundet med arrangementet eller omvendt: Overvurderer sponsorbidrag og entreindtægter.

Alt i alt kan investorerne bag et givent værtsskab altså udmærket ende med et *driftøkonomisk* underskud, på en begivenhed som paradoksalt nok samtidig har været en god *samfundsøkonomisk* begivenhed for byen i form af afledt økonomisk forbrug på hoteller og restaurationer, i detailhandel og i transportsektoren mv.

Andre faldgrupper består i, at værtsbyerne ikke altid er organisatorisk parate til at være værtsbyer. Det kan ske, at infrastrukturen, anlægsinvesteringer, sikkerhedsapparatet eller den offentlige kommunikation svigter med det resultat, at arrangementet får dårlig omtale i medierne lokalt og internationalt. Jf. for eksempel kampen for at få Athens olympiske by færdig til tiden og urolighederne under UEFA-cup finalen i København i 2000.

For at imødegå disse faldgrupper må byerne gradvis opbygge erfaring og organisation til at kunne håndtere afholdelsen af de store sportsbegivenheder. Ingen byer kan umiddelbart afholde et OL, hvis der ikke eksisterer organisatorisk og forretningsmæssig kompetence i forvejen. Kompetencen til at kunne afvikle succesfulde sportsbegivenheder skal demonstreres i krydsfeltet mellem offentlige myndigheder, kommercielle interesser, lokale borgergrupper, internationale organisationer og medier m.fl. Derfor er det afgørende, at byer, som vil gøre sig gældende i sportsøkonomien etablerer professionelle organisationer til opgaven.

Det er ligeledes afgørende for succes, at byernes investeringsovervejelser – det vil sige beslutninger om, hvilke sportsbegivenheder der skal satses på – er funderet i en metodisk samfundsøkonomisk kalkule. Kun derved kan byerne forsøge at undgå faldgrupperne og opnå optimalt udbytte af begivenhederne til gavn for vækst, investeringer og beskæftigelse. Heldigvis er metoderne til at vurdere den samfundsøkonomiske effekt af sports- og kulturbegivenheder veludviklet og hyppigt anvendt i turismesektoren.



Konturerne af en strategi for København

I en rapport udarbejdet for Wonderful Copenhagen af TSE Consulting, undersøges potentialet for at tiltrække sportsbegivenheder til København. I det følgende tages der, med mindre andet er angivet, udgangspunkt i rapporten fra TSE.

Rapporten påpeger, at konkurrencen om at vinde rettighederne til store sportsbegivenheder er vokset dramatisk i de senere år. Mange af verdens mest kendte byer er med i kampen. For eksempel kæmper London, Paris, New York, Madrid og Moskva om at vinde OL i 2012. Derfor skal en mindre by som København have en klar strategi for sin konkurrenceevne, hvis den vil med i det fine selskab af byer, der har omdømme som ledende byer for værtskabet af store sportsbegivenheder. København må desuden have en stor vision, hvis den skal gøre sig gældene. En vision for København kunne eksempelvis være, at byen...

...over de næste 10-15 år skal manifestere sig som en kendt og respekteret arena for kulturbegivenheder og sportsarrangementer i verdensklasse

og endvidere, at...

sport, kultur og underholdning skal gøre København til en af Europas mest attraktive byer at besøge, leve og arbejde i.

Rapporten fastslår, at København er stærk konkurrencedygtig hvad angår infrastruktur, men også langt bagefter hvad angår sportsfaciliteter og erfaring i at afholde begivenheder (jf. tidligere). Og desværre har også danske sportsforeninger traditionelt været meget lidt internationalt orienteret og har som følge deraf begrænsede internationale netværk.

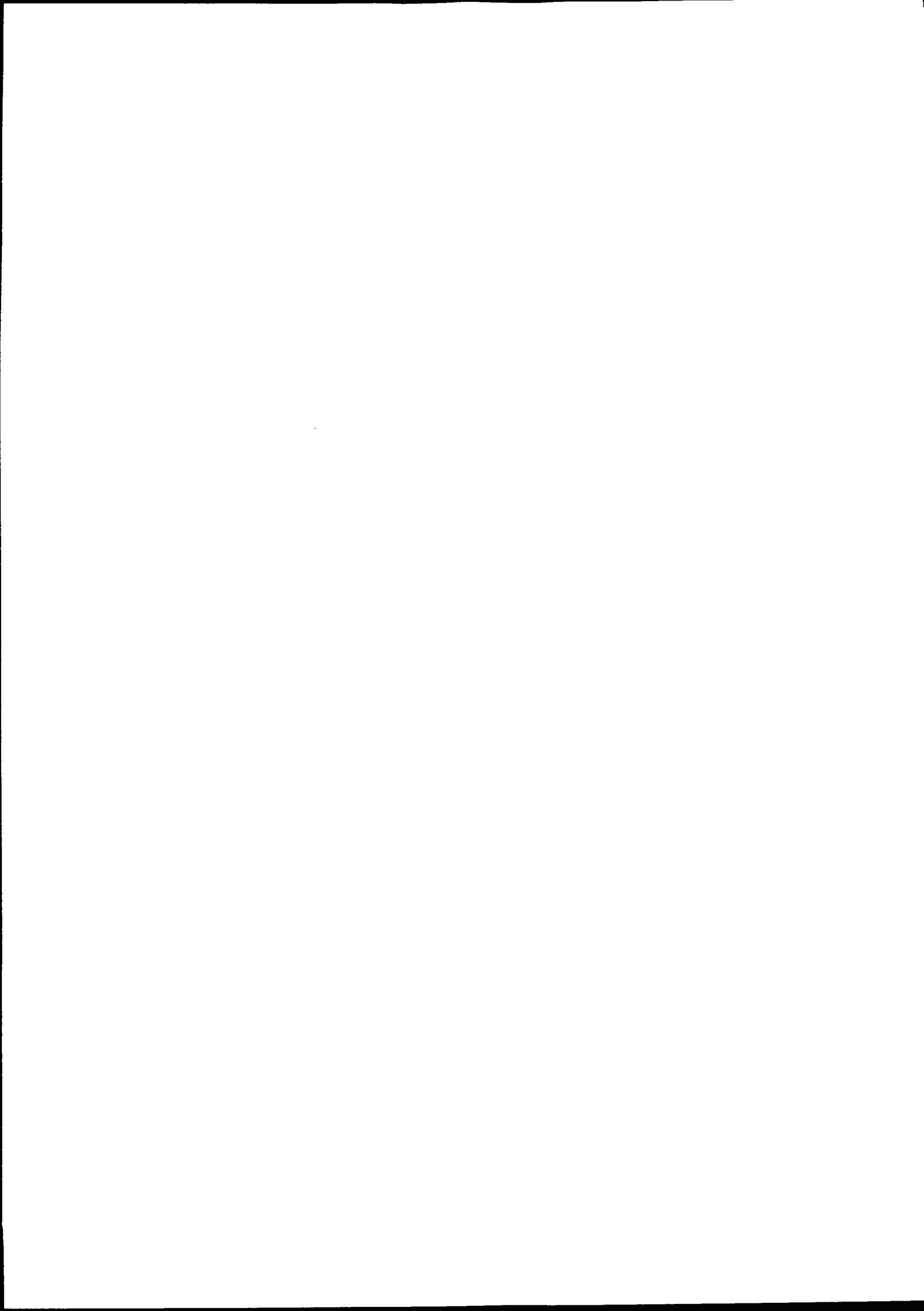
København skal i første omgang have tilkæmpet sig en plads på markedet og gøre en brav indsats for at ændre opfattelsen af byen blandt internationale nøgleaktører. Det kræver en stor indsats at formidle København som en vigtig kandidat til at afholde store internationale sportsbegivenheder.

Organisationer som Copenhagen Eventures og Idrætsfonden Danmark, kan ikke alene løfte denne opgave. Det kræver et resultatorienteret samarbejde med store danske virksomheder, offentlige myndigheder, idrætsforeninger m.fl.

En række kriterier for udvælgelse af internationale sportsbegivenheder kan sikre, at alle ønsker bliver imødekommet:

- Begivenhederne skal have markant internationalt mediepotentiale
- Begivenhederne skal give markant økonomisk og social effekt
- Begivenhederne skal skabe langsigtede værdier og aktiver for byen (fx udbygning af sportsfaciliteter)
- Begivenhederne skal have dansk deltagelse
- Sporten skal være en olympisk sportsgren eller relevant for den olympiske komite

For at skabe opmærksomhed om København som en potentiel vært for store, internationale sportsbegivenheder, kan man i forsøget på at skabe og udvide sit



netværk arrangere konferencer for sportsorganisationer (som IOC, GAISF, ANOC), men det er vigtigt samtidig at arbejde aktivt på at tiltrække begivenheder til byen.

Og ifølge rapporten skal København som minimum forsøge at tiltrække tre typer og forskellige størrelser af begivenheder:

- Store, internationale sportsbegivenheder med meget stor økonomisk og markedsføringsmæssig effekt (1 hvert fjerde år – EM i fodbold, World Master's Games, Gymnastrada mm.)
- Mindre, internationale sportsbegivenheder med stor økonomisk effekt (2 om året – VM i roning, prolog til Tour de France, America's Cup mm.)
- Mindre, internationale sportsbegivenheder med begrænset økonomisk effekt

Antallet af og rækkefølgen på begivenheder skal så vidt muligt planlægges helt frem til 2020, hvor det ambitiøse og visionære mål for København og resten af Skandinavien passende bør være afholdelsen af Olympiske Lege! Det ambitiøse mål sættes op for at samle alle interessenter omkring en fælles plan og strategi, der samtidig kan hjælpe med at inspirere alle partnere i de næste 15 år i forsøget på at få gjort København/Skandinavien attraktiv som en potentiel vært for OL.

• • •

