

Syn & skønsforretning

Mit j.nr. 7510537 PIN/ALLI/aha
Retten i Viborgs sagsnr. BS I-270/2015

21. juni 2017

Opklarende spørgsmål:

(i) Er det udtryk for en korrekt opfattelse, at du ikke har taget højde for sandsynligheden for op- eller nedrykning for Viborg FF i din værdiansættelse af aftalerne mellem Energi Viborg A/S og Viborg FF?

Svar:

Ja, det er korrekt.

(ii) Hvis "ja", hvorfor ikke?

Svar:

Der er flere forhold der gør sig gældende ift ikke at tage det med.

- a) Et Viborg stadionsponsorat er (som angivet tidligere) et lokalt-/regionalt projekt, hvorfor den kommercielle værdi kun ændres marginalt ved en oprykning til Superliga'en. Samtidig er Viborg FF ikke et høj-profileret fodbold, og man (Arena navnet) vil derfor ikke få markant højere eksponerings værdi af en status som Superligahold.
- b) For Energi Viborg er eksponeringen uden for det lokale-/regionale markedsområde ikke umiddelbart kommercielt værdiskabende.
- c) Det er ikke et element i den indgåede aftale. Særligt fra sælgers side, burde dette have været taget med. Men det er normalt en del af forhandlingen, og det fremgår ikke af de præsenterede materiale om sælger har forsøgt at få dette element inddraget i aftalen, og dertil en fremadrettet betalings forpligtelse ved en oprykning. Sponsorkøberes standpunkt vil typisk være den, at man ikke vil honorere en højere pris f.eks. som konsekvens af en oprykning. Årsagen er, at det er vanskeligt at budgettere og skaber en varierende økonomi (= udgiftsniveau) for sponsorkøber.
- d) I andre sponsoraftaler ses det, at man f.eks. aftaler en fast pris for Tv-kampe, der ikke på forhånd er kendt ved aftaleindgåelses tidspunktet. Prisen for denne type af eksponering varierer meget, men vil kunne ligge på et niveau kr. 5.000 pr. kamp for en rettet af denne karakter (dvs. i Superliga'en).