Advokat Andreas Christensen
Philip Heymans Allé 7
2900 Hellerup
Tlf +45 3334 4000
Fax +45 3334 4001

J.nr. 170473

7. juli 2016

• SUPPLERENDE SPØRGETEMA III

HORTEN

SAG: Retten i Viborg, BS 1-270/2015

Konkurrence- og Forbrugerstyrelsen
Carl Jacobsens Vej 35
2500 Valby
(advokat Jacob Pinborg)

mod

Viborg FF A/S
Kirkebækvej 94
8800 Viborg
(advokat Martin André Dittmer)

og

Viborg Kommune
Prinsens Allé 5
8800 Viborg
(advokat Andreas Christensen)

Modtagelse og gennemgang af besvarelsen af det supplerende spørgetema II har givet anledning til en række flere supplerende spørgsmål, som skønsmanden bedes besvare.

Alle parterne har angivet deres spørgsmål i dette supplerende spørgetema III. Skønsmanden bedes besvare spørgsmålene under hensyn til, at vurderingen af markedsværdien skal foretages på tidspunktet, hvor de tre aftaler blev indgået med inddragelse af de forhold, som kunne forventes på det pågældende tidspunkt.

De spørgsmål, som er angivet med bogstaver, er stillet af Viborg Kommune og Viborg FF. De spørgsmål, som er angivet med tal, er stillet af Konkurrence- og Forbrugerstyrelsen.

Horten Advokatpartnerselskab
CVR 33775229

Parterne skal venligst anmode skønsmanden om, at han:

(i) Besvarer alle spørgsmål i dette supplerende spørgetema III
(ii) Tilretter skønserklæringen i overensstemmelse med de angivne svar, jf. dog Konkurrence- og Forbrugerstyrelsens bemærkning under afsnit 2.1 nedenfor, sådan at erklæringen fremstår som en endelig besvarelse af det oprindelige syns- og skønstema, hvor ændringsmarkeringer m.v. er fjernet
(iii) Vedlægger en udgave af skønserklæringen, hvor ændringer – herunder ændringer som følger af besvarelsen af nedenstående spørgsmål – fremgår med ændringsmarkeringer.

SUPPLERENDE SPØRSMÅL:

1. Spørgsmål fra Viborg Kommune og Viborg FF

Nedenfor er angivet de spørgsmål, som Viborg Kommune og Viborg FF ønsker besvaret af skønsmanden vedrørende aftalen fra 2010 mellem Viborg Kommune og Viborg FF, hvorefter Viborg FF kan råde over navneretten til Viborg Stadion i en periode på 5 år til 50.000 kr. / år (herefter "**rettighedsaftalen**").

A. Til brug for værdiansættelsen af rettighedsaftalen har skønsmanden opstillet en model (anført under (ad4) til spørgsmål 1). Modellen afspejler ikke de vilkår, som er fastsat i rettighedsaftalen, da rettighedsaftalen ikke indeholder de vilkår, som er fastsat i beregningsmodellen. Skønsmanden bedes forklare, hvorfor det har været nødvendigt at anvende andre vilkår i værdiansættelsesmodellen end dem, som fremgår af rettighedsaftalen.

B. Skønsmanden har i besvarelsen af det supplerende skønstema II bekræftet, at der i beregningsmodellens variable del for rettighedsaftalen skal indgå den fulde værdi af aftalerne mellem Viborg FF og Energi Viborg, det vil sige ud over navneretten også "eksponering", "hospitality/event" og "PR". Viborg Kommune kunne imidlertid kun sælge navnerettigheden og har derved ikke haft indflydelse på, hvilke andre ydelser, som indgik i aftalerne mellem Viborg FF og Energi Viborg. Skønsmanden bedes derfor forklare, hvorfor den fulde værdi af alle ydelserne omfattet af aftalerne mellem Viborg FF og Energi Viborg skal medregnes ved værdiansættelsen af rettighedsaftalen.

C. Det er fremhævet, at Viborg Kommune burde have foretaget en markedsundersøgelse for at vurdere, hvilke potentielle aftaleparter der var til navneretten. I forbindelse med besvarelse af spørgsmål 2, som vedrører sponsoraftalen mellem Viborg FF og Energi Viborg A/S gældende for perioden 1. oktober 2011 til 31. december 2014 (herefter "**sponsoraftale 1**"), har skønsmanden anført, at et stadionnavnesponsoratet for Viborg Stadion har lokal/regional karakter, og at det derfor primært er virksomheder i Viborg, som kunne være interesserede i sponsoraftale 1.

   Ligeledes har skønsmanden for så vidt angår sponsoraftale 1 anført, at det er et "*stærkt begrænsende element*", at "Viborg" skal indgå i stadionnavnet. Det forhold er ikke anført for så vidt angår rettighedsaftalen.

   Skønsmanden bedes forklare hvilken betydning disse to forhold har for værdiansættelsen af rettighedsaftalen. Såfremt forholdene har betydning for værdian-

sættelsen af rettighedsaftalen, bedes skønsmanden justere værdiansættelsen, så forholdene afspejles heri.

D. Skønsmanden bedes oplyse, hvorvidt der reelt har været andre potentielle kontraktparter til rettighedsaftalen samt forklare betydningen heraf for markedsværdien af rettighedsaftalen. Det bemærkes i den forbindelse, at Viborg Kommune og Viborg FF inden indgåelse af rettighedsaftalen havde indgået aftale om leje af stadion.

E. I skønsmandens besvarelse af supplerende skønstema II er det under spørgsmål 7 anført, at sandsynligheden for op- eller nedrykning for den involverede sportsklub vil blive inddraget i prissætningen af de to aftaler mellem Viborg FF og Energi Viborg. Skønsmanden bedes oplyse, om dette også gør sig gældende for rettighedsaftalen samt begrunde dette svar. I bekræftende fald, bedes skønsmanden ligeledes oplyse, om dette forhold er inddraget i værdiansættelsen af rettighedsaftalen.

F. I forbindelse med besvarelsen af de ovenstående spørgsmål, bedes skønsmanden oplyse, hvilke forhold, skønsmanden har taget udgangspunkt i for at vurdere markedsprisen.

G. Skønsmanden bedes oplyse, hvorvidt det har haft betydning for besvarelsen af skønstemaet, at følgende forudsætning fra Konkurrence- og Forbrugerstyrelsen har været lagt til grund: *"[Det er efter] Konkurrence- og Forbrugerstyrelsens vurdering ikke muligt at foretage en direkte sammenligning af priserne indeholdt i de af spørgsmålene omfattede aftaler med priser indeholdt i tilsvarende aftaler indgået mellem en kommune (stadionejer) og/eller et kommunalt ejet selskab (sponsor) og den "lokale" fodboldklub, idet sådanne aftaler ikke nødvendigvis afspejler markedsværdien. Skønsmanden skal således ved besvarelsen af spørgsmål 1-3 ikke basere sig på sådanne aftaler.*"

H. Såfremt foranstående forudsætning har haft betydning, bedes skønsmanden oplyse, den nærmere betydning heraf for besvarelsen af skønsteamet.

Nedenfor er anført de spørgsmål, som vedrører både **sponsoraftale 1** og sponsoraftalen mellem Viborg FF og Energi Viborg A/S for perioden 1. januar 2015 til 31. december 2017 (herefter "**sponsoraftale 2**"):

I. Det bemærkes, at det er Viborg Kommunes opfattelse, at der eksisterer et stort marked i de professionelle sportsklubber, hvor reklameprodukterne omsættes i stor stil primært til private virksomheder, og i mindre omfang til offentlige virksomheder, herunder kommuner. Visse klubber har oplyst listepriser, som ligger væsentligt over de priser, som skønsmanden har anført for de enkelte ydelser i sponsoraftale 1.[1] Skønsmanden bedes oplyse, hvad der ligger til grund for de beløb, som er estimeret i tabellen for aftalens enkelte elementer. Dette bedes gjort for både sponsoraftale 1 og sponsoraftale 2.

J. I forlængelse af svaret til spørgsmål I, bedes skønsmanden tage stilling til de nedenstående:

[1] Se fsva. Silkeborg:
http://www.silkeborgif.com/media/38866/Silkeborg%20IF%20Partnerkoncept%20v.2.pdf
og fsva. Horsens:
http://www.achorsens.dk/sites/default/files/pdf/eksponering_paa_casa_arena.pdf

a. Hvad lægger skønsmanden til grund, når skønsmanden prisfastsætter en 6x20 sekunders eksponering på en 100 meter diodebande til 5.000 kr. per tv-kamp i sponsoraftale 1 og 8.600 kr. per tv-kamp i sponsoraftale 2, hvor eksponeringen stiger til 12x20 sekunder per kamp? Viborg FF og Viborg Kommune gør opmærksom på, at 1. divisionsholdet Silkeborg IF, som efter Viborg FF og Viborg Kommunes opfattelse er en sammenlignelig klub i forhold til Viborg FF, prissatte 6x20 sekunders eksponering per hjemmekamp på en 110 meter diodebande til 4.415 kr. per hjemmekamp i sæson 2015/16, uanset om kampen er tv-transmitteret eller ej.[2]

b. Skønsmanden bedes, i forlængelse af svaret til spørgsmål J.a, vurdere behovet for at justere prisfastsættelsen af diodebanden i sponsoraftale 1 og sponsoraftale 2, herunder foretage en korrigeret beregning af værdien af sponsoraftalerne.

c. Skønsmanden bedes, i forlængelse af svaret til spørgsmål J.**Fejl! Henvisningskilde ikke fundet.**, vurdere behovet for at justere prisfastsættelsen af eksponeringsværdien per tv-seer i sponsoraftale 1 og sponsoraftale 2, herunder foretage en korrigeret beregning af værdien af sponsoraftalerne.

d. Hvad lægger skønsmanden til grund, når skønsmanden fastsætter prisen på en VIP-billet til 300 kr. per kamp (4.800 kr. per sæson med 16 hjemmekampe), når det tages i betragtning, at VIP-kortet er prissat til 12.000 kr. per sæson (9.600 kr. hvis der indregnes en rabat på 20 %) i VFF's sponsorkoncept.[3]

e. Skønsmanden bedes, i forlængelse af svaret til spørgsmål J.d, vurdere behovet for at justere prisfastsættelsen af VIP billetterne i sponsoraftale 1 og sponsoraftale 2, herunder foretage en korrigeret beregning af værdien af sponsoraftalerne.

K. Skønsmanden indregner (a) 1000 kr. per spillerunde for PR og (b) 1000 kr. per hjemmekamp og 500 kr. per udekamp for benyttelse af stadionnavn i VFF annoncer, profilaviser med videre. Det bemærkes. At (b) kun medregnes i sponsoraftale 2.

a. Skønsmanden bedes svare på, hvorvidt nedenstående elementer i c.i.-c.viii. er medregnet i (a) og (b).

b. Såfremt et eller flere af elementerne c.i.-c.viii. ikke er medregnet i (a) og (b) bedes skønsmanden vurdere behovet for at foretage en korrigeret værdifastsættelse af sponsoraftale 1.

c. I det omfang en eller flere af elementerne er medtaget i (a) og (b), men hvor skønsmanden alligevel vurderer, at der er behov for korrektion,

[2]Silkeborg:
http://www.silkeborgif.com/media/38866/Silkeborg%20IF%20Partnerkoncept%20v.2.pdf

[3] VFF sponsorkoncepter fra sæsonerne 2011/2012 og 2013/2014, hvor der tages udgangspunkt i prisen for et ekstra kort til "VFF erhvervsklub 96".

bedes skønsmanden foretage en sådan korrektion af værdifastsættelsen af sponsoraftale 1.[4]

i. Logoreklamer på samtlige undersider på Viborg FF's hjemmeside, hvor der årligt er registreret ca. 154.000 unikke brugere og ca. 1.260.000 sidevisninger indeholdende blandt andet artikler, hvor Energi Viborg Arena nævnes.

ii. Toppartnereksponering i sidefoden i det ugentlige nyhedsbrev fra Viborg FF, der sendes i 2.500 eksemplarer.

iii. Eksponering i 3.000 eksemplarer af kampprogrammet til hver hjemmekamp. Energi Viborg Arena står på forsiden, side 4 og side 5. Derudover nævnes Energi Viborg Arena i kampprogrammets artikler.

iv. Eksponering i 36.000 eksemplarer af klubavisen, der udsendes 4 gange årligt. Energi Viborg Arena nævnes i artikler og i reklamer for sæsonkort.

v. Eksponering op til hver hjemmekamp i lokalaviserne Viborg Nyt og Viborg Stifts Folkeblad, der har oplag på henholdsvis 36.000 og 7.900. Energi Viborg Arena nævnes på to helsidesannoncer.

vi. Eksponering på 300 plakater i Viborg op til hver hjemmekamp med navnetræk i toppen af plakaten samt logo i sidefoden.

vii. Eksponering på kampbilletter, hvor der er navnetræk 9 steder på print-selv-billetter samt et logo i sidefoden af billetten.

viii. Logoeksponering på fire bypyloner ved indfaldsvejene til Viborg op til hver hjemmekamp.

L. Ville værdiansættelsen af navnerettigheden som en del af sponsoraftale 1 og sponsoraftale 2 have været anderledes, hvis sponsoraftalerne alene havde omfattet navnerettigheden og ikke de andre ydelser, dvs. "eksponering", hospitality/event" og "PR"? Svaret bedes begrundet.

M. Ydelserne "eksponering", "hospitality/event" og "PR" er omtalt som *accessoriske ydelser* i forhold til navneretten i det supplerende skønstema II. Da der er tale om sponsoraftaler mellem Viborg FF og Energi Viborg, er det Viborg Kommunes opfattelse, at "eksponering" er hovedformålet med aftalen og derfor er en mindst ligeså central ydelse som navneretten. Skønsmanden bedes be- eller afkræfte, om dette er en korrekt opfattelse samt begrunde svaret.

N. På Viborg stadion har der løbende været afholdt andre arrangementer end Viborg FF fodboldkampe. Som eksempel herpå kan nævnes Dolly Parton koncert i 2008, A-landskamp Danmark-Montenegro (juni 2015)[5], hjemmebane for kvindelandsholdet i fodbold i en periode frem til 2009[6] og igen i 2015[7], Mermaid

[5] http://www.dbu.dk/Nyheder/2015/April/billetsalg_dk_montenegro
[6] http://www.vff.dk/sportsnyheder/32-news/2008/4729-8-4361-danmark-sikrede-sig-em-billetten og http://viborg-folkeblad.dk/sport/en-succes-forlader-viborg

Bowl oktober 2015 (finale i den danske udgave af amerikansk fodbold)[8], Generation Handball (håndboldfestival for børn og unge afviklet siden 2014)[9], værtsstadion for U21 Europamesterskab i 2011 samt yoga-arrangement i juni 2015[10]. Skønsmanden bedes oplyse, hvilken indflydelse det har på markedsværdien af sponsoraftale 1 og sponsoraftale 2, at Energi Viborg Arena løbende har dannet rammen for afholdelsen af denne type arrangementer.

O. Skønsmanden bedes oplyse, hvorvidt det har haft betydning for besvarelsen af skønstemaet, at følgende forudsætning fra Konkurrence- og Forbrugerstyrelsen har været lagt til grund: *"[Det er efter] Konkurrence- og Forbrugerstyrelsens vurdering ikke muligt at foretage en direkte sammenligning af priserne indeholdt i de af spørgsmålene omfattede aftaler med priser indeholdt i tilsvarende aftaler indgået mellem en kommune (stadionejer) og/eller et kommunalt ejet selskab (sponsor) og den "lokale" fodboldklub, idet sådanne aftaler ikke nødvendigvis afspejler markedsværdien. Skønsmanden skal således ved besvarelsen af spørgsmål 1-3 ikke basere sig på sådanne aftaler.*"?

P. Såfremt foranstående forudsætning har haft betydning, bedes skønsmanden oplyse, den nærmere betydning heraf for besvarelsen af skønsteamet.

Nedenfor er angivet de spørgsmål, som ønskes besvaret af skønsmanden vedrørende **sponsoraftale 1**:

Q. 2011/2012-sæsonen i 1. division var ekstraordinær i den forstand, at turneringsstrukturen blev ændret, hvorfor hvert hold kun spillede 13 hjemmekampe. I alle efterfølgende sæsoner spilles der 16 eller 17 hjemmekampe per sæson i 1. division og i Superligaen. Skønsmanden bedes redegøre for, hvorfor der skal tages udgangspunkt i den ekstraordinære sæson med 13 hjemmekampe og ikke i 16 eller 17 hjemmekampe per sæson?

R. Ved vurderingen af markedsværdien for sponsoraftale 1 og sponsoraftale 2, har skønsmanden fremhævet, at Viborg FF spillede i 1. division på tidspunktet for aftalens indgåelse. Viborg FF havde dog i en væsentlig årrække til og med sæsonen 2007/2008 spillet i Superligaen. Derudover spillede Viborg FF igen i superligaen i sæsonen 2013/2014 og var lige rykket ned i 1. division inden sponsoraftale 2 blev indgået. I 2015/2016 spiller Viborg FF igen i Superligaen. Det fremgår også af skønsmandens vurdering, at der udelukkende er medtaget "antal hjemmekampe" for divisionskampe og ikke for landspokalturneringen.

Skønsmanden har ved besvarelsen af spørgsmål 7 i det supplerende skønstema II oplyst, at det vil være naturligt at inddrage sandsynligheden for op- eller nedrykning i forbindelse med prissætningen for sponsoraftale 1 og sponsoraftale 2. Skønsmanden bedes i forlængelse heraf svare på, om det er almindelig praksis at medregne den forventede værdi af alle mulige udfald ved værdifastsættelsen af kontrakterne, herunder også at Viborg FF spillede en eller flere sæsoner i Superligaen.

---

[7] http://www.dbu.dk/landshold/kvindelandshold/A-landsholdstruppen/program
[8] http://www.daff.dk/mermaid-bowl-2015/
[9] http://generation-handball.com/dk/
[10] http://kommune.viborg.dk/Om-kommunen/Presserum/Pressemeddelelser/2015/April/Kaempe-yogafestival-paa-Viborg-Stadion

a. Skønsmanden bedes oplyse, hvilken indflydelse sandsynligheden for Viborg FF's op- eller nedrykning vil have for prissætningen for sponsoraftale 1 og sponsoraftale 2.

b. Skønsmanden bedes oplyse, om sandsynligheden for Viborg FF's deltagelse i landspokalturneringen også vil kunne påvirke prissætningen af sponsoraftale 1 og sponsoraftale 2.

c. Ligeledes bedes skønsmanden oplyse, hvilken indflydelse Viborg FF's sportslige præstation generelt vil have for prissætningen for sponsoraftale 1 og sponsoraftale 2.

Ved besvarelsen af spørgsmål R, a-c. bedes skønsmanden oplyse markedsværdien for sponsoraftale 1 og sponsoraftale 2, når de i spørgsmålene anførte forhold er inddraget.

Skønsmanden har ligeledes ved besvarelsen af spørgsmål 7 i det supplerende skønstema II oplyst, at den skitserede model (under (ad4) i skønsmandens besvarelsen af supplerende skønstema II) vil tage højde for sandsynligheden for op- eller nedrykning i forbindelse med prissætningen for sponsoraftale 1 og sponsoraftale 2.

Som Viborg Kommune forstår det, er modellen under (ad4) alene anvendt til værdiansættelsen af rettighedsaftalen og ikke sponsoraftale 1 og sponsoraftale 2. Skønsmanden bedes derfor venligst begrunde, hvordan modellen under (ad4) i forhold til sponsoraftale 1 og sponsoraftale 2 tager højde for sandsynligheden for op- eller nedrykning samt – afhængig af besvarelsen af spørgsmål R, b.-c. – sandsynligheden for Viborg FF's deltagelse i landspokalturneringen og Viborg FF's sportslige præstation generelt.

S. På baggrund af besvarelsen af spørgsmål 7 i det supplerende skønstema II ønskes en angivelse af, hvordan skønsmandens vurdering ændres ved medregning af et best case scenario for potentialet for oprykning.

a. Skønsmanden bedes oplyse værdien af sponsoraftale 1, hvis der spilles 36 tv-kampe over kontraktperioden fordelt på 4 kampe i 1. Division i sæson 2011/2012 og 16 kampe per sæson i Superligaen i sæson 2012/2013 og 2013/2014.

b. Skønsmanden bedes oplyse værdien af sponsoraftale 1, hvis der er 47 hjemmekampe over kontraktperioden fordelt på 15 kampe i 1. Division (inklusiv 2 pokalkampe) i sæson 2011/2012 og 16 kampe per sæson i Superligaen i sæson 2012/2013 og 2013/2014.

c. På tidspunktet for skønsmandens vurdering var det gennemsnitlige antal tilskuere for de fire lavest placerede hold i Superligaen og de fire bedst placerede hold i 1. Division henholdsvis 5.767 og 2.827. Skønsmanden bedes oplyse værdien af sponsoraftale 1, hvis der forventes 2.827 tilskuere per hjemmekamp i 1. Division i sæson 2011/2012 og

5.767 tilskuere per kamp i Superligaen i sæson 2012/2013 og 2013/2014.[11]

T. Skønsmanden bedes oplyse værdien af sponsoraftale 1, hvis svarene til spørgsmål S.a til S.c alle lægges til grund for beregningen.

Nedenfor er anført de spørgsmål, som vedrører **sponsoraftale 2.**

U. I forlængelse af svaret til spørgsmål I, bedes skønsmanden tage stilling til de nedenstående betænkninger;

   a. Hvad lægger skønsmanden til grund, når skønsmanden fastsætter eksponeringsværdien af skiltning på tagfrisen (ca. 100 cm x 7200 cm) til 17.000 kr. per sæson, når det tages i betragtning, at tagfrisens 12 sektioner hver er prissat til 15.000 kr., svarende til en samlet pris på 180.000 kr. for hele tagfrisen (144.000 kr. hvis der indregnes en mængderabat på 20%) per sæson i Viborg FF's sponsorkoncept for sæsonen 2014-2015?

   b. Skønsmanden bedes, i forlængelse af svaret til spørgsmål I, vurdere behovet for at justere prisfastsættelsen af tagfristen i sponsoraftale 2, herunder foretage en korrigeret beregning af værdien af sponsoraftalen.

V. På baggrund af besvarelsen af spørgsmål 7 i det supplerende skønstema II ønskes en angivelse af, hvordan skønsmandens vurdering ændres ved medregning af potentialet for oprykning.

   a. Skønsmanden bedes oplyse værdien af sponsoraftale 2, hvis der spilles 37 tv-kampe over kontraktperioden fordelt på 5 kampe i 1. Division i sæson 2014/2015 og 16 kampe per sæson i Superligaen i sæson 2015/2016 og 2016/2017.

   b. På tidspunktet for skønsmandens vurdering var det gennemsnitlige antal tilskuere for de fire lavest placerede Superligaen og de fire bedst placerede 1. Division henholdsvis 5.241 og 1.630. Skønsmanden bedes oplyse værdien af sponsoraftale 2, hvis der forventes - 1.630 tilskuere per hjemmekamp i 1. Division i sæson 2014/2015 og 5.241 tilskuere per kamp i Superligaen i sæson 2015/2016 og 2016/2017.[12]

W. Skønsmanden bedes oplyse værdien af sponsoraftale 2, hvis svarene til spørgsmål V.a til V.b lægges til grund for beregningen.

X. I skønsmandens besvarelse af spørgsmål 5.b) i det supplerende skønstema II er det anført, at den faste eksponering før og efter en kamp ikke vil tillægges kommerciel værdi. Skønsmanden bedes venligst uddybe hvorfor denne eksponering ikke har kommerciel værdi. I den forbindelse bedes det forklaret, hvilken interesse parterne til aftalen i så fald har haft i at udvide sponsoraftale 2 til at omfatte denne ydelse.

[11] Alle benyttede data er offentligt tilgængelige på Superstats.dk og er beregnet for 2010/2011-sæsonen umiddelbart inden indgåelsen af sponsoraftale 1.

[12] Alle benyttede data er offentligt tilgængelige på Superstats.dk og er beregnet for 2013/2014-sæsonen umiddelbart inden indgåelsen af sponsoraftale 2.

Y. Inden Viborg FF og Energi Viborg A/S indgik sponsoraftale 2, fik Energi Viborg A/S udarbejdet en vurdering af aftalens værdi fra sponsorrådgivningsbureauet Promovator. Ifølge denne vurdering, har sponsoraftale 2 en større værdi end den, som skønsmanden har vurderet. Rapporten er vedlagt som **bilag A**. Skønsmanden bedes oplyse, hvorfor skønsmandens vurdering er lavere end den vurdering, som Promovator har lavet.

2. Spørgsmål fra Konkurrence- og Forbrugerstyrelsen

2.1 *Indledende bemærkning*

Styrelsen skal anmode skønsmanden om at sikre, at der også efter denne spørgerunde findes svar på de spørgsmål – og med de forudsætninger – som blev stillet i det oprindelige syns- og skønstema (spørgsmål 1-3). Dette gælder fx forudsætningen om, at værdiansættelserne ikke må basere sig på andre kommunale sponsoraftaler, og at værdiansættelserne skal ske ud fra de forhold, som var kendt eller kunne forventes på tidspunktet for indgåelsen af de relevante aftaler, jf. også (for så vidt angår sidstnævnte) den præmis for skønsmandens besvarelse af nærværende supplerende spørgetema III, som fremgår af indledningen.

HORTEN

Eventuelle spørgsmål, hvor skønsmanden anmodes om at tage et andet udgangspunkt end i de oprindelige spørgsmål bedes således besvaret særskilt.

2.2 *Konkurrence- og Forbrugerstyrelsens spørgsmål*

Konkurrence- og Forbrugerstyrelsen har på baggrund af den opdaterede skønserklæring af 4. februar 2016 inkl. svar på supplerende spørgetema II i sagen om værdiansættelsen af navnerettighederne til Viborg Stadion fundet anledning til at stille skønsmanden yderligere præciserende spørgsmål. Det skyldes, at Konkurrence- og Forbrugerstyrelsen – muligvis på grund af en misforståelse – er usikker på fortolkningen af en del af skønserklæringen, herunder skønsmandens svar på supplerende spørgetema II.

Der er tale om sammenhængen mellem på den ene side besvarelsen af spørgsmål 2 og 3 i det oprindelige syns- og skønstema og på den anden side besvarelsen af spørgsmål 7 a), 7 b) og 8 i det supplerende spørgetema II.

I spørgsmål 2 og 3 i det oprindelige syns- og skønstema blev skønsmanden bedt om at angive markedsprisen for hver af de to stadionnavnesponsoraftaler indgået mellem Viborg FF A/S og Energi Viborg A/S i henholdsvis 2011 og 2014, "*forstået som den pris en kyndig benytter af stadion og en kyndig sponsor ville aftale for navneretten til Viborg Stadion samt de i aftalen anførte øvrige markedsføringsmæssige ydelser på [aftalernes] indgåelsestidspunkt (…), henset til aftalevilkårene (herunder rettigheder, pligter og varighed), stadionets beskaffenhed og beliggenhed, Viborg FF A/S' status og sportslige præstationer, tilskuertal, tv-kampe og eksponering i øvrigt.*" Skønserklæringen indeholder svar herpå i form af en angivelse af markedsprisen pr. år for hver af aftalerne.

I spørgsmål 7 a) i det supplerende spørgetema II bliver skønsmanden først spurgt om, hvorvidt "*en kyndig sponsorkøber/-sælger i forbindelse med prissætningen af sådanne aftaler [vil] indkalkulere sandsynligheden for, at den involverede sportsklub skulle rykke op eller ned i fremtidige sæsoner i aftalernes løbetid med den øgede henholdsvis reducerede markedsværdi dette ville medføre*" – med "sådanne aftaler" refereres til sponsoraftaler af den type, som er indgået mellem Energi Viborg

A/S og Viborg FF A/S, jf. spørgsmål 2 og 3 i det oprindelige syns- og skønstema, hvoraf det også fremgår, at fastsættelsen af markedsværdien skal foretages på aftalernes respektive indgåelsestidspunkter. Skønsmanden svarer hertil: *"ja, det vil være naturligt*".

Dernæst spørges skønsmanden i spørgsmål 7 b) i det supplerende spørgetema II, om han har *"taget højde for sandsynligheden for henholdsvis op- eller nedrykning for Viborg FF i sin værdiansættelse af aftalerne mellem Energi Viborg A/S og Viborg FF og i givet fald hvordan*". Hertil svarer skønsmanden: *"nej*", men samtidig noterer han, at den skitserede model for aftalen mellem Viborg Kommune og Viborg FF A/S (dvs. besvarelsen af spørgsmål 1 i det oprindelige syns- og skønstema) under visse forudsætninger vil tage højde herfor.

Det er på den baggrund uklart for Konkurrence- og Forbrugerstyrelsen, om skønsmanden i det konkrete tilfælde i forbindelse med besvarelsen af spørgsmål 2 og 3 i det oprindelige syns- og skønstema har taget højde for sandsynligheden for op- og nedrykning.

HORTEN

Konkurrence- og Forbrugerstyrelsen har noteret sig, at skønsmanden i det supplerende spørgetema II har tilrettet skønserklæringen i overensstemmelse med svarene på nogle af de øvrige spørgsmål i det supplerende spørgetema II, og at skønsmanden ikke har foretaget ændringer som følge af svarene på spørgsmål 7 a) og 7 b) i det supplerende spørgetema II.

Konkurrence- og Forbrugerstyrelsen er derfor i tvivl om, hvorvidt skønsmandens besvarelse af spørgsmål 2 og 3 i det oprindelige syns- og skønstema angiver markedsprisen på indgåelsestidspunktet for hver af de to sponsoraftaler mellem Viborg FF A/S og Energi Viborg A/S henset til aftalevilkår m.v., samt om der i den forbindelse – i det omfang det er relevant – er taget højde for sandsynligheden for op- og nedrykning, jf. skønsmandens besvarelse af spørgsmål 7 a) i det supplerende spørgetema II.

På grund af usikkerheden om fortolkningen af denne del af skønserklæringen ser Konkurrence- og Forbrugerstyrelsen sig nødsaget til at stille skønsmanden følgende præciserende spørgsmål.

1. Er det udtryk for en korrekt opfattelse, at en kyndig sponsorkøber/-sælger på aftaletidspunktet i forbindelse med prissætningen af stadionnavnesponsoraftaler af den type, som er indgået mellem Energi Viborg A/S og Viborg FF A/S, vil indkalkulere sandsynligheden for, at den involverede sportsklub skulle rykke op eller ned i fremtidige sæsoner i aftalernes løbetid med den øgede henholdsvis reducerede markedsværdi dette ville medføre, jf. svaret på spørgsmål 7 a) i det supplerende spørgetema II?

2. Er det udtryk for en korrekt opfattelse, at en kyndig sponsorkøber/-sælger på aftaletidspunktet i forbindelse med prissætningen af *de konkrete stadionnavnesponsoraftaler*, som er indgået mellem Energi Viborg A/S og Viborg FF A/S i henholdsvis 2011 og 2014, vil indkalkulere sandsynligheden for, at den involverede sportsklub skulle rykke op eller ned i fremtidige sæsoner i aftalernes løbetid med den øgede henholdsvis reducerede markedsværdi dette ville medføre?

   Hvis der er forskel (dvs. "ja" til det ene spørgsmål og "nej" til det andet spørgsmål) mellem skønsmandens besvarelse af spørgsmål 1 (den generelle

situation) og spørgsmål 2 (den konkrete situation) bedes skønsmanden venligst begrunde og uddybe årsagen.

Hvis skønsmanden svarer "ja" til spørgsmål 2 bedes **spørgsmål 3** nedenfor besvaret.

Hvis skønsmanden derimod svarer "nej" til spørgsmål 2 bedes skønsmanden gå direkte til besvarelse af **spørgsmål 4** nedenfor.

3. **i)** Hvis "ja" til **spørgsmål 2**: Har skønsmanden taget højde for sandsynligheden for henholdsvis op- og nedrykning for Viborg FF A/S i sin værdiansættelse af stadionnavnesponsoraftalerne mellem Energi Viborg A/S og Viborg FF A/S, dvs. i forbindelse med besvarelsen af spørgsmål 2 og 3 i det oprindelige syns- og skønstema, og i givet fald hvordan?

   Afhængig af svaret på spørgsmål 3 i) bedes skønsmanden dernæst besvare **spørgsmål 3 ii) (A)** *eller* **spørgsmål 3 ii) (B)**.

   ii) (A) Hvis "ja" til **spørgsmål 3 i)**: Er det dermed udtryk for en korrekt opfattelse, at skønsmandens besvarelse af spørgsmål 2 og 3 i det oprindelige syns- og skønstema angiver markedsprisen på indgåelsestidspunktet for hver af de to stadionnavnesponsoraftaler mellem Viborg FF A/S og Energi Viborg A/S henset til aftalevilkår m.v., og at der i denne værdiansættelse er taget højde for sandsynligheden for op- og nedrykning, da det ifølge skønsmanden vil være relevant for værdiansættelsen af de pågældende stadionnavnesponsoraftaler?

   ii) (B) Hvis "nej" til **spørgsmål 3 i)**: Skønsmanden bedes tilrette skønserklæringen, herunder værdiansættelsen af aftalerne, i overensstemmelse med de ovenfor angivne svar.

4. Hvis "nej" til **spørgsmål 2**: Er det dermed udtryk for en korrekt opfattelse, at skønsmandens besvarelse af spørgsmål 2 og 3 i det oprindelige syns- og skønstema angiver markedsprisen på indgåelsestidspunktet for hver af de to stadionnavnesponsoraftaler mellem Viborg FF A/S og Energi Viborg A/S henset til aftalevilkår m.v., og at der i den forbindelse ikke er taget højde for sandsynligheden for op- og nedrykning, da det ifølge skønsmanden ikke vil være relevant for værdiansættelsen af de pågældende stadionnavnesponsoraftaler?

5. Hvis "ja" til **spørgsmål 2**: Hvilken metode har skønsmanden benyttet til at tage højde for sandsynligheden for henholdsvis op- og nedrykning for Viborg FF A/S i sin værdiansættelse af stadionnavnesponsoraftalerne mellem Energi Viborg A/S og Viborg FF A/S?

Derudover ønsker Konkurrence- og Forbrugerstyrelsen i lyset af ovenstående spørgsmål fra Viborg Kommune og Viborg FF A/S at komme med følgende bemærkninger og spørgsmål:

6. I forhold til skønsmandens besvarelse af spørgsmål I, J og U (inkl. underspørgsmål) bedes skønsmanden redegøre for, hvilken betydning det har haft for skønsmandens besvarelse, at:

a. Der i spørgsmålene henvises til prislister, som umiddelbart synes at være udtryk for *nuværende* listepriser for de pågældende klubber. Værdiansættelsen af sponsoraftale 1 og sponsoraftale 2 vil derimod skulle foretages på *tidspunktet for aftalernes indgåelse* og henset til bl.a. Viborg FF A/S' daværende status og sportslige præstationer, jf. det oprindelige syns- og skønstema samt den præmis for skønsmandens besvarelse af nærværende supplerende spørgetema III, som fremgår af indledningen, og som sagens parter er enige om.

b. Der er angivet en række ydelser i de nævnte prislister, og at det er uklart, hvorvidt disse ydelser er helt eller delvist sammenlignelige med de for værdiansættelsen relevante ydelser.

c. Listepriser ikke nødvendigvis er udtryk for den endelige handelspris, da listepriser kan være fastsat højere end realiserede handelspriser. Det gælder blandt andet, hvis listepriserne ikke tager højde for eventuelle mængderabatter eller andre typer rabatter, eller hvis listepriserne angiver en prissætning af enkeltelementer/-ydelser og dermed ikke en prissætning af en samlet pakke bestående af flere af disse ydelser.

d. Realiserede handelspriser med en sponsor kan være højere, end hvad den markedsføringsmæssige værdi af ydelsen tilsiger. En realiseret handelspris kan således indeholde et støttelement som følge af de særlige karakteristika på sportssponsormarkeder, hvor sponsorerne også kan være motiveret af andre faktorer end de rent forretningsmæssige.

7. I forhold til skønsmandens besvarelse af spørgsmål K bedes skønsmanden redegøre for, hvilken betydning det har haft for skønsmandens besvarelse, at:

a. Det er uklart, hvorvidt de ydelser (fx logoreklamer, nyhedsbrev m.v.) og tal (fx sidevisninger, eksemplarer m.v.), der nævnes, er repræsentative for *tidspunktet for aftalernes indgåelse*, eller om de er udtryk for den *nuværende* situation.

b. Det er uklart, hvorvidt de nævnte ydelser (fx logoreklamer, nyhedsbrev m.v.), omfanget heraf og tal (fx sidevisninger, eksemplarer m.v.) kunne forventes i aftalernes løbetid på *tidspunktet for aftalernes indgåelse*, jf. formuleringerne i det oprindelige syns- og skønstema samt den præmis for skønsmandens besvarelse af nærværende supplerende spørgetema III, som fremgår af indledningen, og som sagens parter er enige om.

c. De nævnte ydelser samt omfanget heraf ikke er nævnt i sponsoraftale 1 og kun delvist i sponsoraftale 2, jf. bilag 3 og bilag 8 til det oprindelige syns- og skønstema.

8. I forhold til skønsmanden besvarelse af spørgsmål N bedes skønsmanden redegøre for, hvilken betydning det har haft for skønsmandens besvarelse, at der kun skal tages højde for "andre arrangementer", som (i) på tidspunktet for indgåelsen af henholdsvis sponsoraftale 1 og 2 (ii) var kendt eller kunne forventes gennemført i aftalens løbetid, jf. formuleringerne i det oprindelige

syns- og skønstema samt den præmis for skønsmandens besvarelse af nærværende supplerende spørgetema III, som fremgår af indledningen.

DOKUMENTER:

Bilag A: Rapport fra Promovator udarbejdet for Energi Viborg vedrørende værdifastsætte af Energi Viborg Arena

Hellerup, den 7.juli 2016	København, den 7. juli 2016	København, den 7. juli 2016
Horten Andreas Christensen	Gorrissen Federspiel Martin André Dittmer	Kammeradvokaten Jacob Pinborg