

Horten
Advokat Rikke Sogaard Berth
Philip Heymans Allé 7
2900 Hellerup
Tlf +45 3334 4000
Fax +45 3334 4001

J.nr. 164132

HORTEN

**AFTALE MELLEM
ODENSE KOMMUNE
OG
TINDERBOX ENTERTAINMENT APS
OM
HOVEDSPONSORAT AF
"TINDERBOX" MUSIKFESTIVAL**

INDHOLDSFORTEGNELSE

● Side 2

1.	BAGGRUND OG FORMÅL.....	4
2.	SELSKABETS FORPLIGTELSE I FORBINDELSE MED ETABLERING OG AFHOLDELSE AF TINDERBOX	5
3.	HOVEDSPONSORATET.....	6
4.	IMMATERIELLE RETTIGHEDER.....	7
5.	IKRAFTTRÆDEN, OPHØR OG ÆNDRINGER	7
6.	MISLIGHOLDELSE	8
7.	OVERDRAGELSE.....	9
8.	OFFENTLIGHED	9
9.	MEDDELELSER.....	9
10.	TVISTER.....	10
11.	UNDERSKRIFTER.....	10

HORTEN

BILAG

● Side 3

- Bilag 1: Beskrivelse af hospitality set-up
- Bilag 2: Årshjul for samarbejdet om Tinderbox – hovedsponsoratet
- Bilag 3: Foreløbig værdiansættelse af sponsorat for Tinderbox 2015
- Bilag 4: Overdragelse af varemærkeansøgning

HORTEN

AFTALE

● Side 4

Odense Kommune
Flakhaven 2
5000 Odense C
(Kommunen)

og

Tinderbox Entertainment ApS
Vestergade 5b
8000 Aarhus C
CVR-nr. 36069848
(Selskabet)

HORTEN

(Kommunen og Selskabet benævnes tilsammen "Parterne" og hver for sig "Part")

har indgået denne sponsoraftale (herefter "Aftalen") om Kommunens hovedsponsorat af musikfestivalen Tinderbox (herefter "Tinderbox").

1. BAGGRUND OG FORMÅL

- 1.1 Kommunen har truffet politisk beslutning om, at Kommunen i en fem-årig periode yder sponsorater i forbindelse med, at Selskabet over en 10-årig periode afholder den årligt tilbagevendende musikfestival Tinderbox i Tusindårsskoven, Odense, første gang i juni 2015.
- 1.2 Baggrunden for Kommunens beslutning er, at Kommunen som et led i Kommunes overordnede strategi om transformation til en dansk storby vil satse på og fremme odenseanernes bystolthed ved at skabe en attraktiv og livlig by med ikoniske kulturelle aktiviteter, som understøtter byens fortælling og er substantielt lokalt forankrede.
- 1.3 Selskabet har tilkendegivet:
 - at Selskabet hvert år i perioden 2015-2024 vil afholde Tinderbox i Odense, dvs. i alt 10 gange,
 - at Tinderbox afholdes af Selskabet som en moderne byfestival over 3 dage i sommerperioden hvert år,
 - at Tinderbox skal være en bred rock- og popfestival suppleret med bl.a. hip hop-kunstnere,
 - at musik- og kulturudbuddet skal tage udgangspunkt i en publikums målgruppe i alderen 18-55 år,

- at Selskabet i opstartsårene 2015-2017 vil tage afsæt i et årligt musikbudget på ca. 20-50 mio. kr. og et produktionsbudget på ca. 8-20 mio. kr.,
 - at Selskabet i forbindelse med afholdelse af Tinderbox så vidt muligt vil udnytte synergier fra bl.a. søsterfestivalerne NorthSide i Aarhus, SouthSide i Neuhausen ob Eck, Hurricane i Scheessel samt Brävalla i Norrköping,
 - at Tinderbox i 2015 skal have ca. 30.000 betalende gæster, og op mod 50.000 betalende gæster i de efterfølgende år.
- 1.4 Samtidig med indgåelsen af Aftalen indgår Parterne aftale om Kommunens tilskud til Tinderbox samt om Kommunens udlejning af Tusindårsskoven mv. til Selskabet.

2. SELSKABETS FORPLIGTELSE I FORBINDELSE MED ETABLERING OG AFHOLDELSE AF TINDERBOX

HORTEN

- 2.1 Selskabet etablerer og afholder Tinderbox i eget navn og for egen risiko. Økonomiske forhold, ansvar og hæftelse i relation til etablering og afholdelse af Tinderbox påhviler Selskabet alene og er derfor Kommunen uvedkommende i enhver henseende, dog bortset fra forhold vedrørende Kommunens ydelse af hovedsponsoratet ifølge Aftalen.
- 2.2 Parterne aftaler inden 1. juni hvert år datoerne for det kommende års Tinderbox. Kommunen ønsker i den forbindelse at sikre sig, at Tinderbox ikke er sammenfaldende med andre arrangementer som eksempelvis H.C. Andersen Festivals eller Karrusel, i det omfang datoerne herfor er fastlagt.
- 2.3 Selskabet overholder gældende lovgivning vedrørende etablering og drift af Tinderbox, og Selskabet har det fulde ansvar herfor, herunder for at indhente de offentlige godkendelser og tilladelser, der er påkrævet for at etablere og afholde Tinderbox.
- 2.4 Selskabet tegner og opretholder både lovpligtige forsikringer og sædvanlige forsikringer, herunder ansvars-, aflsynings-, erhvervs- og produktansvars-, arbejdsskade- og driftstabsforsikring. Både ansatte og frivillige medhjælpere skal være omfattet af forsikringsdækningen.
- 2.5 Selskabet sikrer, at der er et højt niveau for publikums, frivilliges og medarbejderes sikkerheds- og sundhedsmæssige forhold. I forbindelse med indgåelse af aftaler med frivillige organisationer mv., der bidrager i forbindelse med afholdelse af Tinderbox, stiller Selskabet krav om, at organisationerne mv. tegner relevante forsikringer, herunder for deres frivillige.
- 2.6 Selskabet er forpligtet til uden ugrundet ophold at give Kommunen besked om forhold af betydning for Aftalen, herunder særligt forhold, der kan påvirke Selskabets mulighed for at afholde Tinderbox, men også forudgående orientering af Kommunen om mere væsentlige pressemeddelelser mv. Kommunen skal have mindst samme informationer og på senest samme tidspunkt som andre hovedsponsorer.

3. HOVEDSPONSORATET

● Side 6

- 3.1 Kommunen indtræder som hovedsponsor af Tinderbox for de festivaler, der afvikles i 2015-2019. Som led i hovedsponsoratet sikrer Selskabet omtale af Kommunen i forbindelse med Tinderbox, og der fastlægges et egnet hospitality set-up mv., jf. **Bilag 1**.
- 3.2 Tinderbox kan indgå andre sponsoraftaler, herunder hovedsponsorater. Indholdet af Kommunens sponsoraftale og betalingen herfor skal samlet set og forholdsmæssigt stå mål med indholdet af andre sponserers aftale og deres betalinger herfor.
- 3.3 Kommunen betaler i perioden 2014-2018 følgende til Selskabet for sit hovedsponsorat af Tinderbox:

Udbetalingstidspunkt	Sponsorat
Ved underskrift af aftalen	2.000.000 kr.
1. november 2015	2.000.000 kr.
1. november 2016	2.500.000 kr.
1. november 2017	2.500.000 kr.
1. november 2018	3.000.000 kr.

HORTEN

- 3.4 Kommunen kan alene yde sponsorater i det omfang, dette er i overensstemmelse med lovgivningen, herunder kommunalfuldmagtsreglerne og statsstøttereglerne. Dette indebærer bl.a., at hovedsponsoratet ikke må udgøre en indirekte støtte til Selskabet. Værdien af hovedsponsoratet skal derfor kunne fastslås, så det sikres, at Kommunen ikke betaler mere, end hovedsponsoratet er værd.
- 3.5 Forud for de årlige udbetalinger, jf. pkt. 3.3, indhenter Kommunen dokumentation fra en sagkyndig og uvildig tredjemand for værdien af hovedsponsoratet for den kommende Tinderbox, jf. også årshjulet i **Bilag 2**. Måtte værdien være lavere end det i pkt. 3.3 anførte, har Selskabet mulighed for egen regning at indhente en vurdering fra en anden sagkyndig og uvildig tredjemand. Måtte værdien også ifølge denne vurdering være lavere end det i pkt. 3.3 anførte, kan Selskabet tilbyde supplerende tiltag og aktiviteter som en del af hovedsponsoratet, hvorefter der for Parternes fælles regning indhentes en fornyet vurdering af værdien af sponsoratet. Alternativt udbetales den værdi, som hovedsponsoratet har ifølge den uvildige vurdering. Måtte et års Tinderbox blive aflyst, f.eks. på grund af svigtende billetsalg, skal Selskabet tilbagebetale det modtagne sponsorat for det givne år.
- 3.6 Som **Bilag 3** vedlægges uvildig vurdering af værdien af Kommunens hovedsponsorat for Tinderbox 2015.

3.7 Selskabet er til enhver tid forpligtet til at give Kommunen indsigt i samtlige de regnskabsmæssige og kontraktmæssige forhold, der vedrører Tinderbox. I forbindelse med begæringer om aktindsigt vil Kommunen undtage oplysninger, der har karakter af forretningshemmeligheder, fra aktindsigt, jf. offentlighedslovens § 30, nr. 2.

3.8 Parterne holder et årligt evalueringsmøde, hvor bl.a. indhold og effekt af hovedsponsoratet drøftes, jf. Bilag 2.

4. IMMATERIELLE RETTIGHEDER

4.1 Down the Drain Holding ApS, CVR.nr. 32660673, har den 22. august 2014 ansøgt om beskyttelse af varemærket "Tinderbox Festival", jf. ansøgnr. CTM 013194221. Selskabet er indtrådt i ansøgningen, jf. **Bilag 4**.

4.2 Selskabet træffer sædvanlige foranstaltninger til beskyttelse af immaterielle rettigheder ved registrering og håndhævelse af varemærker og domænenavne, herunder bl.a. alle nuværende og fremtidige immaterielle rettigheder til varemærket "Tinderbox Festival", logoer og andre forretningskendetegn, domænenavne, og goodwill samt andre rettigheder knyttet dertil eller afledt heraf. Enhver registrering af rettigheder til varemærker og domænenavne o.l. skal ske i Selskabets navn eller skal overdrages til Selskabet.

HORTEN

4.3 Selskabet påser og indestår for, at Selskabet ved markedsføring af Tinderbox, herunder bl.a. registrering og brug af navnet "Tinderbox Festival" som betegnelse for Tinderbox, ikke krænker tredjemandes rettigheder.

4.4 Måtte det vise sig, at andres rettigheder er til hinder for, at Selskabet kan anvende navnet "Tinderbox", finder Selskabet snarest et nyt navn og orienterer Kommunen herom. Selskabet skal i så fald sikre sig rettighederne til dette nye navn på samme måde som anført i dette afsnit 4.

4.5 Hvis Parterne måtte indgå aftale om, at Kommunen eller en anden indtræder i Aftalen i Selskabets sted, er Selskabet forpligtet til at bistå med at rettigheder (herunder immaterielle rettigheder, inkl. varemærker, og domænenavne), kontrakter mv. overdrages til Kommunen eller den nye kontraktpart. Overdragelse skal ske på markedsvilkår.

5. IKRAFTTRÆDEN, OPHØR OG ÆNDRINGER

5.1 Aftalen træder i kraft ved underskrivelsen.

5.2 Aftalen er gældende til og med afviklingen af Tinderbox 2019 og er uopsigelig fra begge Parter side, medmindre en af Parterne bringer Aftalen til ophør i henhold til Aftalens afsnit 6.

5.3 Aftalen indgås i forlængelse af Parternes indgåelse af hensigtserklæring (Letter of Intent) af 1. september 2014. Hensigtserklæringens bestemmelser om sponsorerer bortfalder og erstattes af Aftalen ved Aftalens underskrift.

5.4 I tilfælde af at danske myndigheder, Kommissionen eller anden relevant myndighed måtte fastslå, at Aftalen indebærer ulovlig statsstøtte til Selskabet, skal Parterne sikre, at Aftalen ændres eller ophæves i overensstemmelse med myndighedens krav.

5.5 Enhver ændring eller tilføjelse til Aftalen kræver enighed mellem Parterne, og ændringerne eller tilføjelserne skal vedlægges Aftalen som tillæg og underskrives af begge Parter.

6. MISLIGHOLDELSE

6.1 Aftalen ophører i sin helhed med øjeblikkelig virkning efter skriftlig meddelelse herom fra Kommunen, hvis en af følgende omstændigheder indtræffer:

6.1.1 At Selskabet væsentligt misligholder sine forpligtelser ifølge Aftalen. Er der tale om misligholdelse, som med rimelighed kan afhjælpes, er Kommunen dog forpligtet til at give Selskabet skriftligt påkrav med en frist på 14 dage til at afhjælpe misligholdelsen. Sker afhjælpning ikke inden for fristen, kan Kommunen ophæve Aftalen uden yderligere varsel. Som væsentlig misligholdelse anses bl.a. følgende forhold:

- i) Selskabets manglende afholdelse af Tinderbox, med mindre dette skyldes forhold, der ligger uden for Selskabets kontrol, og som Selskabet ikke burde have taget i betragtning ved Aftalens underskrift, samt force majeure begivenheder så som lynnedslag, oversvømmelse, ildebrand, krig, oprør, strejke o.l. Selskabet skal – hvis et sådant forhold gør sig gældende – omgående skriftligt underrette Kommunen om forholdet, og Selskabet har pligt til at foretage rimelige afværge- og begrænsningsforanstaltninger for at søge at sikre afholdelse af Tinderbox,
- ii) Kravene til hospitality set-uppet, jf. Aftalens Bilag 1, ikke imødekommes,
- iii) Selskabet ikke bidrager fornødent og loyalt til markedsføringen af Kommunen i forbindelse med Tinderbox, og
- iv) Selskabets konkurs eller rekonstruktionsbehandling, i det omfang konkurslovens regler ikke er til hinder for ophævelse.

6.1.2 Hvis Aftalen ophører før tid som følge af omstændigheder anført i pkt. 6.1.1, er Selskabet forpligtet til at overdrage de immaterielle rettigheder i tilknytning til Tinderbox, herunder bl.a. varemærker (herunder TINDERBOX FESTIVAL) og domænenavne (herunder tinderbox.dk), eller de rettigheder til et andet navn, som Selskabet måtte have valgt, jf. pkt. 4.4, som Kommunen måtte forlange, til Kommunen eller en af Kommunen anvist tredjemand. Rettighederne overdrages til markedsprisen, der fastsættes af en uafhængig tredjemand. Selskabet skal loyalt medvirke til gennemførelse af overdragelsen ved underskrift af dokumenter o.l., som måtte være nødvendige herfor. I det omfang Kommunen ønsker at indtræde i kontrakter, som Selskabet har indgået med tredjemand om levering af varer og tjenesteydelser til Tinderbox, arbejder Selskabet for, at disse kan overdrages til

HORTEN

Kommunen eller en af Kommunen anvist tredjemand. Overdragelse skal ske på markedsvilkår.

● Side 9

- 6.2 Selskabet er endvidere berettiget til at bringe aftalen til ophør, hvis Kommunens betaling af hovedsponsoratet ikke sker i overensstemmelse med pkt. 3.2.
- 6.3 Er antallet af gæster på en Tinderbox mindre end 21.000 (svarende til 70 % af 30.000 tilskuere, jf. pkt. 1.2), genforhandler Parterne aftalen med henblik på at opnå en revideret aftale, der samlet set imødekommer Parternes forudsætninger i forbindelse med aftaleindgåelsen.
- 6.4 Hvis Aftalen ophører før tid, uanset årsag, er Selskabet forpligtet til at tilbagebetale allerede udbetalte sponsorbetalinger, som er knyttet til endnu ikke afviklede Tinderbox.

7. OVERDRAGELSE

HORTEN

- 7.1 Selskabet kan ikke uden Kommunens forudgående skriftlige samtykke overdrage rettigheder eller forpligtelser ifølge Aftalen.
- 7.2 Selskabet er ved Aftalens indgåelse ejet Down the Drain Holding ApS (37,5 %), FKB Scorpio Konzertproduktionen GmbH (37,5 %) og Mads Sørensen Holding ApS (25 %). Ændring af Selskabets ejerforhold kræver Kommunens forudgående skriftlige godkendelse, hvis det indebærer, at en af de tre ejere udtræder, eller hvis det indebærer, at der sker change-of-control i Down the Drain Holding ApS eller Mads Sørensen Holding ApS. Kommunen er forpligtet til at godkende en sådan overdragelse, hvis Selskabet kan dokumentere, at de nye ejere har den fornødne kompetence til at varetage Selskabets opgaver i henhold til denne aftale.

8. OFFENTLIGHED

- 8.1 Aftalen offentliggøres efter underskrivelsen, dog således at oplysninger i Aftalens bilag undtages fra offentlighed i det omfang, der er tale om forretningshemmeligheder, jf. offentlighedslovens § 30, nr. 2.

9. MEDDELELSER

- 9.1 Alle meddelelser ifølge Aftalen skal afgives skriftligt og fremsendes til:

For Kommunen:

Stadsdirektøren

Odense Kommune

Flakhaven 2

5000 Odense C

For Selskabet:

● Side 10

Direktør Brian Nielsen

Vester Allé 5B

8000 Aarhus C

Brian@tinderbox.dk

10. TVISTER

10.1 Aftalen er underlagt dansk ret.

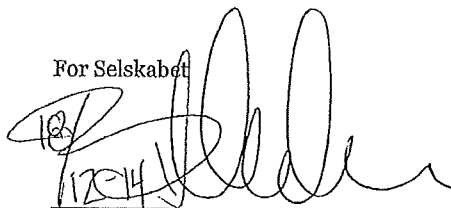
10.2 Enhver tvist mellem Parterne, der ikke kan afgøres i mindelighed, skal med endelig og bindende virkning afgøres ved voldgift i Det Danske Voldgiftsinstitut efter instituttets til enhver tid gældende regler herom. Voldgiften skal have sæde i Odense, og voldgiftssproget skal være dansk.


HORTEN

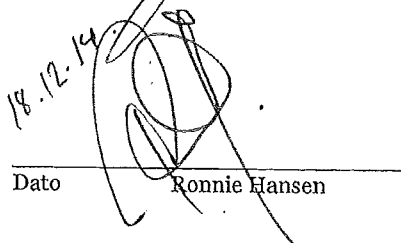
11. UNDERSKRIFTER

For Selskabet

For Kommunen


18/12/14
Dato Brian Nielsen


18/12 2014
Dato Jørgen Clausen


18.12.14
Dato Ronnie Hansen

BILAG 2

- **ÅRSHJUL – SPONSORAT**

HORTEN

Dato	Opgave	Ansvarlig
Ultimo juni	Festival afholdes	Selskabet
Medio oktober	Evalueringsmøde mellem Parterne	Selskabet indkalder
15. oktober	Indhentelse af uvildig vurdering af værdien af omtale mv. af efterfølgende kalenderårs Tinderbox (forecast)	Odense Kommune
1. november	Udbetaling af sponsorat for efterfølgende kalenderårs Tinderbox til Selskabet	Odense Kommune



Att.: Ronnie Hansen
Head of Development
Odense&Co
Mayor's Office
City of Odense

Emne: Værdivurdering af Hovedsponsorat for Tinderbox Festivalen

Dato: 09-01-2015

Der er de følgende foretaget en værdiansættelse af værdien af de ydelser, der fremgår af Bilag 1 (Beskrivelse af hospitality set-up) til hovedsponsoraftalen mellem Odense Kommune og Tinderbox Entertainment ApS.

Denne værdiansættelse er herefter sammenholdt med det beløb på i alt 12 mio. kr., som kommunen betaler for det 5-årige hovedsponsorat.

Det er på baggrund af Kuanhsi Consultings mangeårige erfaring og indblik i prisstrukturene for det danske festivalmarked sammenfattende min vurdering, at sponsoratet afspejler markedsvilkårene i branchen for et hovedsponsorat af denne karakter og dette omfang.

Vurderingen er nærmere begrundet i det følgende:

For så vidt angår beløbsstørrelserne over en 5 årig periode for Hovedsponsoratet af en festival af den beskrevne størrelse - samt med benævnte publikumsambitioner, og set i relation til de angivne rettigheder, vurderes det at være under niveau for en sponsor med direkte afsætningsmæssige interesser (såsom et Øl-brand).

Hvis man sammenholder det ift. et kommunalt brand, der i denne forbindelse primært skal forøge sin brandmæssige effekt, og således er afhængig af den direkte synlighed, vurderes det absolut at være på linie med angivne værdinormer.

Til grund for dette er særligt at Odense direkte indgår som stedangivelse og dermed navn i al markedsføring. Om end dette næppe skabes alene ved en sådan "passiv" synlighed, men tillige fordrer en aktivering, der mere direkte kan rumme den særlige Odenseanske fortælling.

Med venlig hilsen

Kuanhsi Consulting ApS

Værnedamsvej 3B
1819 Copenhagen F.C. Denmark
Tel: (+45) 3378 0000 CEV Nr. 27223591
Email: kuanhsi@kuanhsi.com www.kuanhsi.com



Niels Boe Sørensen
Founder
Kuanhsi Consulting

Kuanhsi Consulting ApS

Værnedamsvej 3B
1819 Copenhagen F.C. Denmark
Tel: (+45) 3378 0000 CEV Nr. 27223591
Email. kuanhsi@kuanhsi.com www.kuanhsi.com



OFFICE FOR HARMONIZATION IN THE INTERNAL MARKET
(TRADE MARKS AND DESIGNS)

OPERATIONS SUPPORT DEPARTMENT
Register and Fees Service
Recordals

T605

LETT LAW FIRM
Vester Allé 4
DK-8000 Aarhus C
DINAMARCA

Fax: 00 45-33340001

Alicante, 04/12/2014

Application to Register a Transfer of Ownership

Notification of Entry in the OHIM's Database
(Rule 84(3)(g)(h)(j) and 84(1) CTMIR)

Recordal File No.: T 008954268
Recordal Application Date: 28/10/2014
Your reference: 293956-EOR
CTM File No. /CTM Application: 013194221

We hereby notify you that the transfer of ownership for the above-mentioned CTM application has been entered in the OHIM's database as requested, please see details below:

Assignee 663227
Tinderbox Entertainment ApS
Vestergade 5
DK-8000 Aarhus C
DK

Please note that the entry was made on 04/12/2014 and was allocated the above-mentioned Recordal File Number.

Flavius STAN
Tel. +34 96 513 8862

Tinderbox

Overordnet vurdering

Indhold

Baggrund

Andre danske festivaler

Konklusion

ISO RSHIP

Baggrund

Baggrund

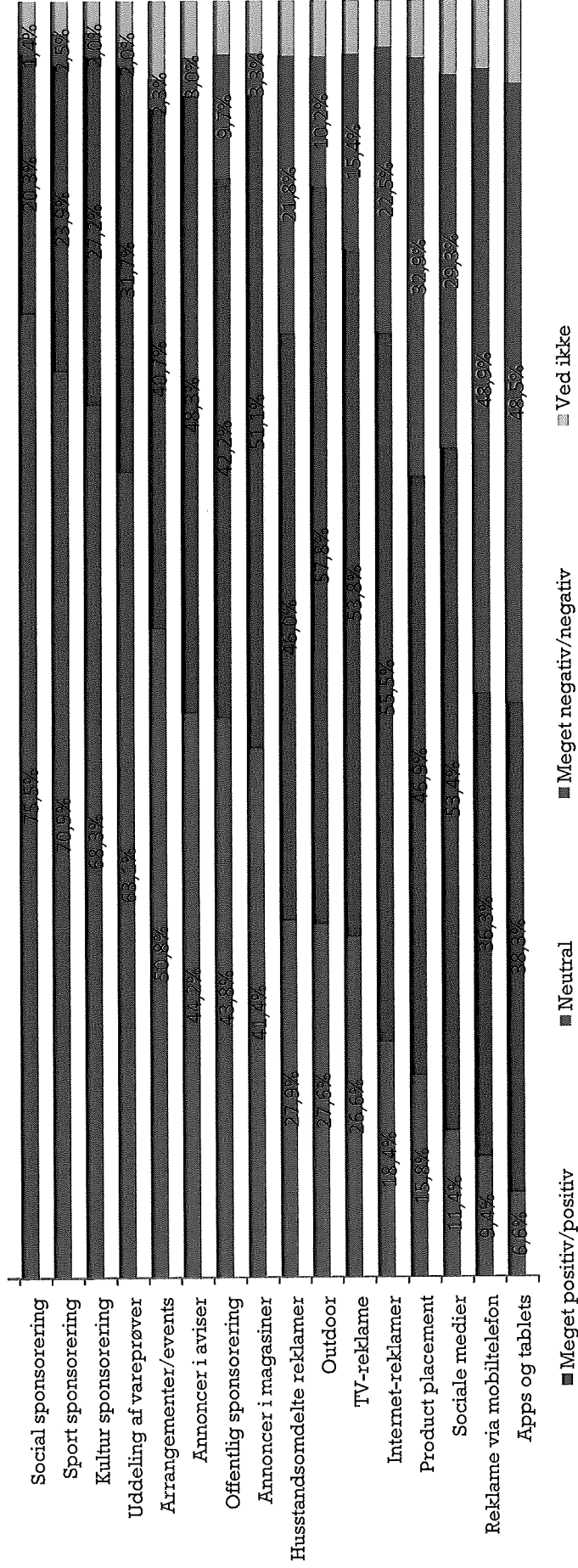
Det er meget vigtigt at pointere, at de estimerede priser i oplægget er bygget på psLIVE's kendskab til sponsormarkedet. Dog er der mange ubekendte faktorer, hvorfor værdierne vil være et kvalificeret estimat, men som altid ville kunne diskuteres.

Analysen er udarbejdet til Odense&Co og forventes at blive benyttet til internt brug og i forhandlinger med udbyderen.

Analysen må ikke offentliggøres uden foregående samtykke med psLIVE.

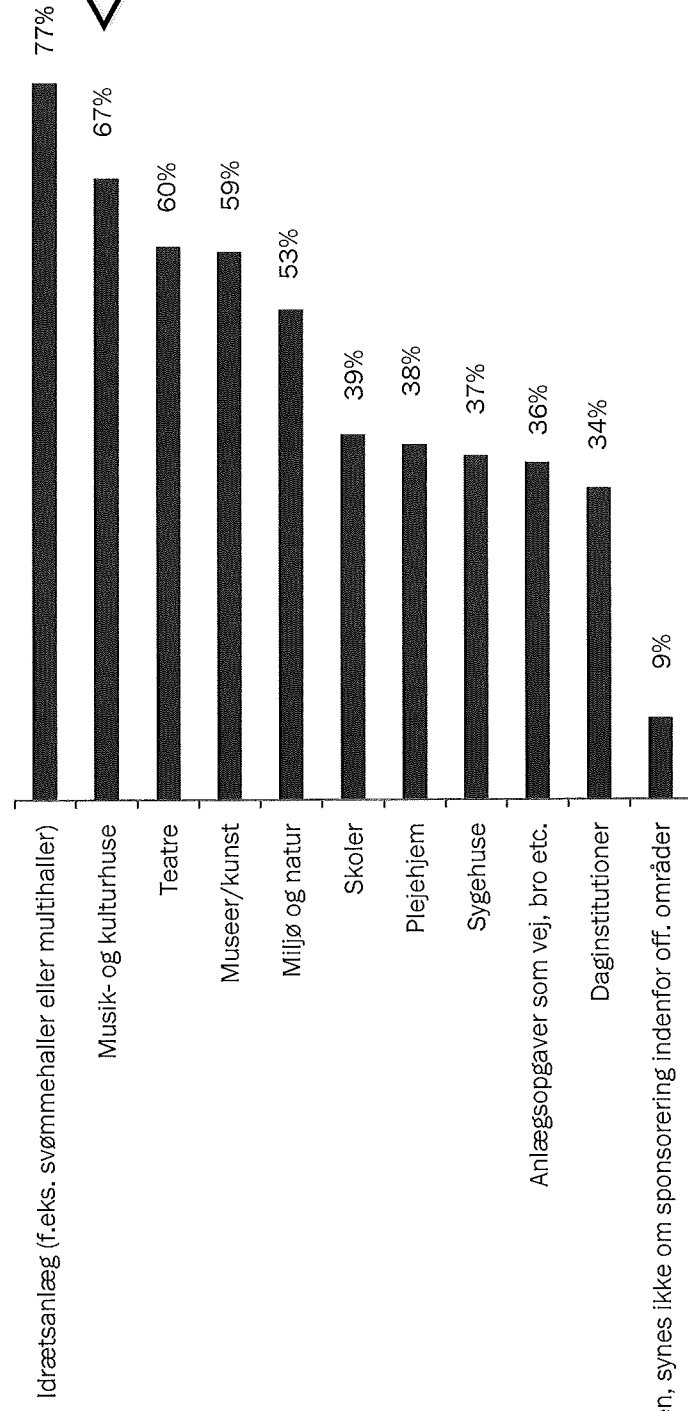
Hvorfor sponsorater?

Forbrugernes holdning til markedsføring



Kilde: SponsorTrends 2013, Promovator

Offentlige sponsorater af venues

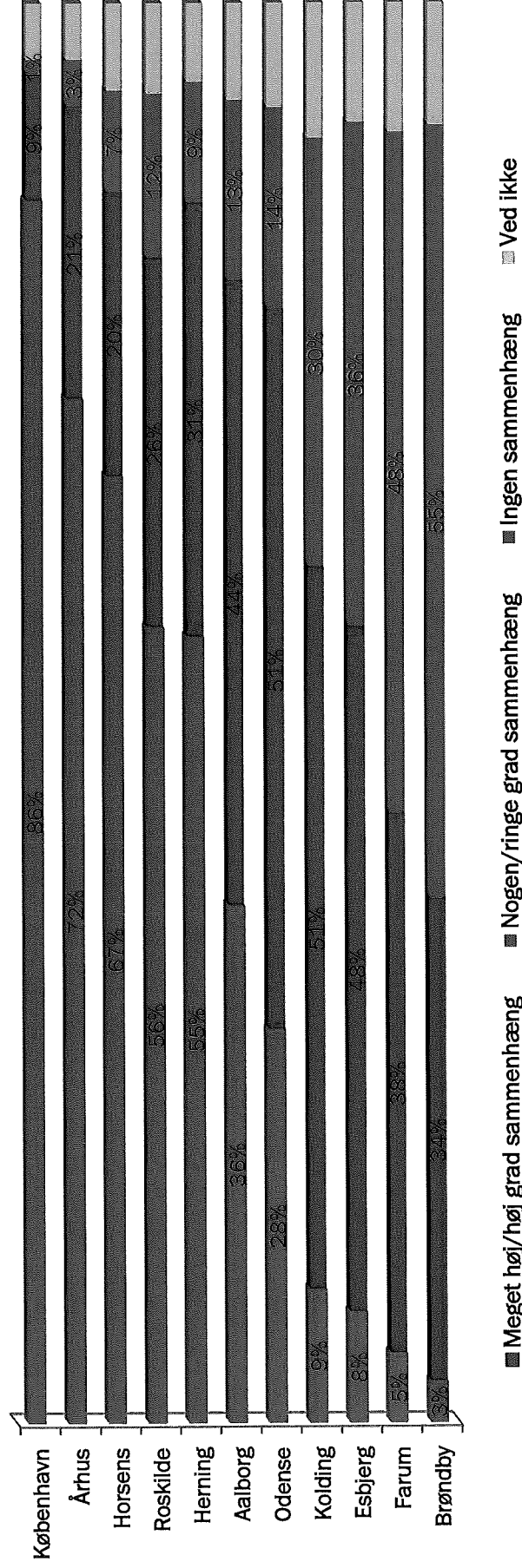


Forbrugere vil gerne have sponsorering af sport- og kultur-venues

Kilde: SponsorTrends 2012, Promovator
Spørgsmål: Hvilke offentlige områder synes forbrugere det er positivt at virksomhederne sponsorerer?

Musik/kultur og danske byer

Forbindelse mellem by og kultur/musik



Kilde: SponsorTrends 2012, Promovator
Spørgsmål: I hvor høj grad forbinder du disse byer med kultur og musik ?

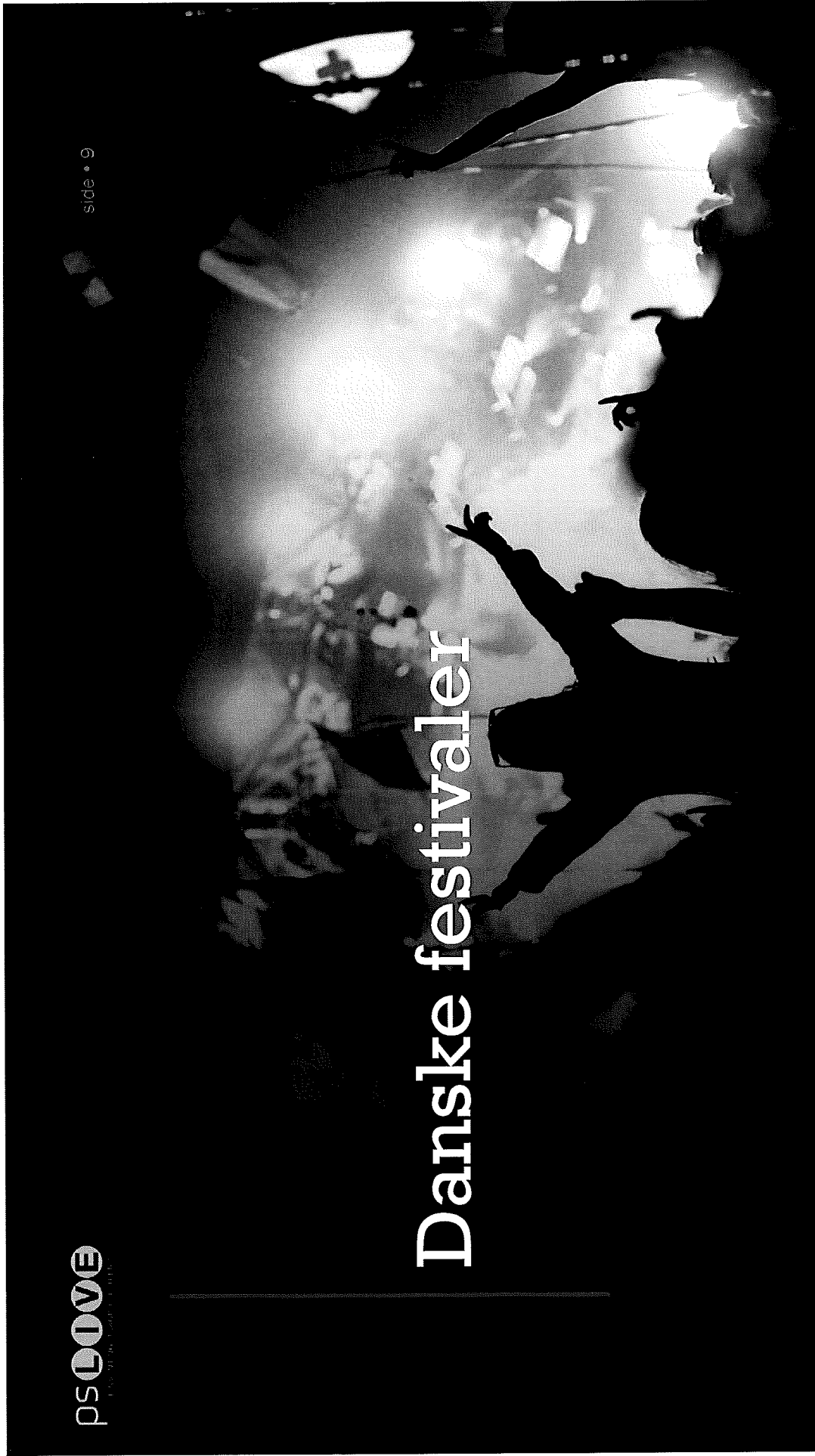
Kommentarer til foregående diagrammer

De foregående slides viser hvorfor sponsorater er en attraktiv form for markedsføring. Forbrugerne er mere positiv overfor sponsorater end andre former for markedsføring. Dette skyldes blandt andet, at man ved sponsorater rammer forbrugerne gennem deres passion for en klub, organisation eller som her nogle musikere.

Offentlige sponsorater er ikke så populære som andre former sponsorering, men når man dykker længere ned i tallene kan man se at sport samt kultur og musik er positive former for offentlige sponsorater.

Der er stor forskel på hvor meget forbrugerne forbinder en by med kultur/musik. Odense er ikke en af de byer der umiddelbart bliver forbundet med kultur/musik. Kun 28 % forbinder i høj grad eller i meget høj grad Odense med musik.

Danske festivaler

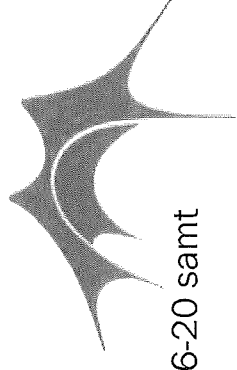


Roskilde Festival

Publikum: 130.000







Roskilde Festival

Roskilde Festival henvender sig mere imod det festlystne unge publikum i alderen 16-20 samt mænd og kvinder i 20-36 års alderen.

Dette afspejles mest i hvor grænseoverskridende festival kan opfattes for det lidt ældre publikum men samtidig også for de mindste.

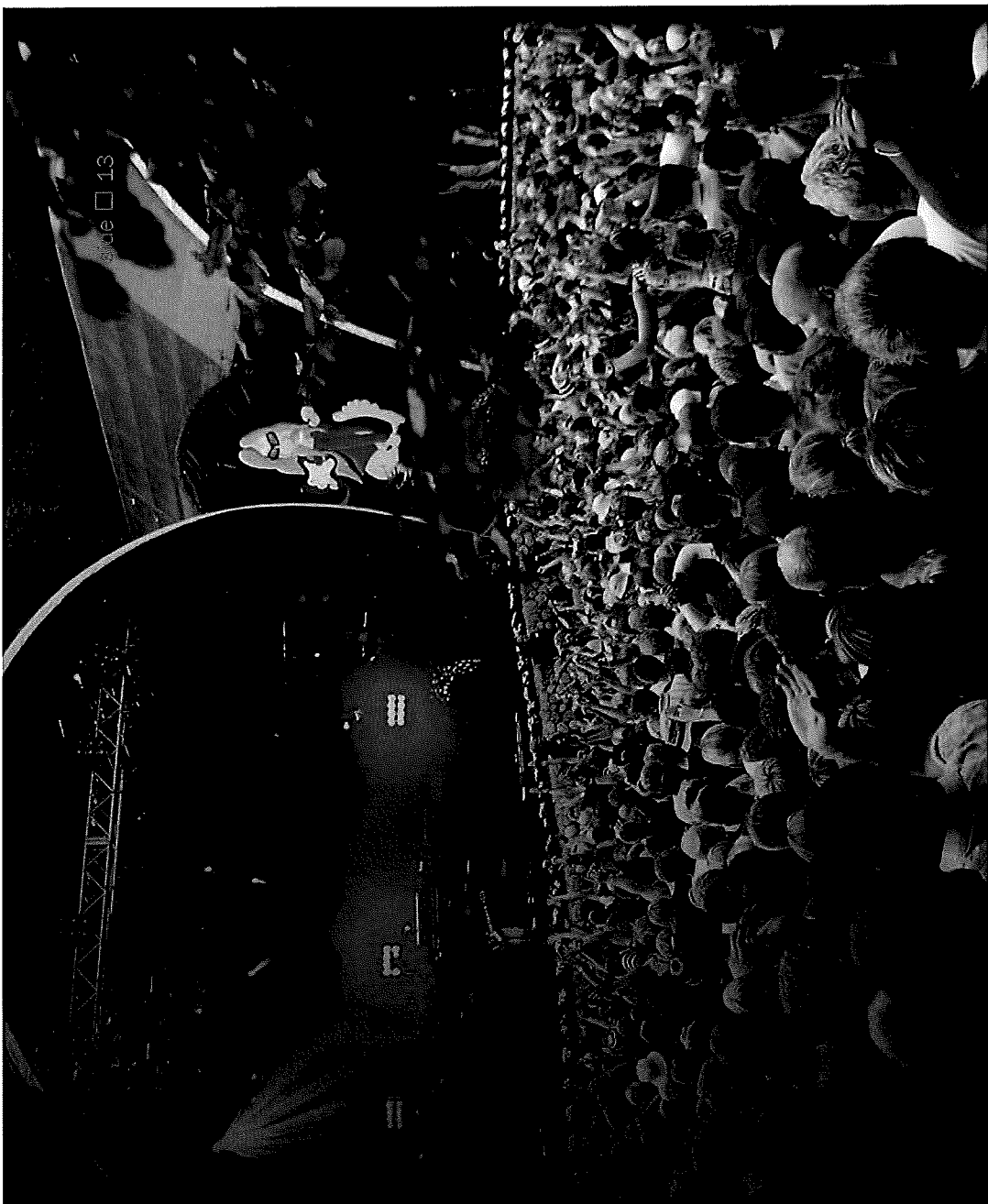
Info om festivalen:

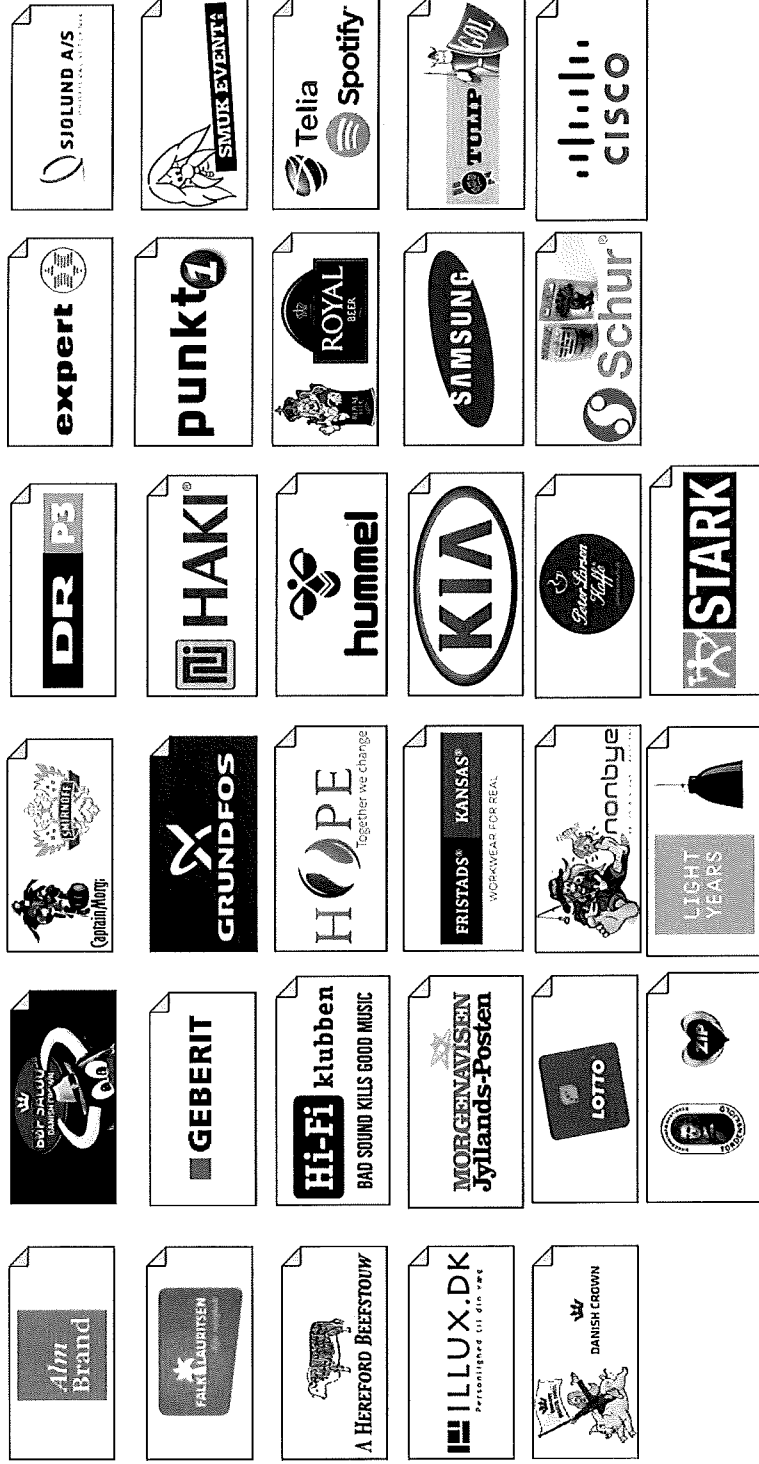
- Gennemsnitsalderen for publikum er ca. 24 år.
- 90 % er tilfredse med at være på Roskilde Festival.
- 49 % er kvinder, og 51 % er mænd.
- 57 % er singler
- 79 % deltager gennem alle 8 dage
- En gæst bruger ifølge VisitDenmark 4.700 kr. i løbet af festivalen
- I 2012 kom 80 % fra Danmark, 8 % fra Norge, 4 % fra Sverige og 8 % fra det øvrige udland.
- De rejser ca. 50.000 telte på festivalen

ps **LOVE**
LIVE MUSIC & ENTERTAINMENT

Smukfest

Publikum: 42.400





Smukfest

Fra den spæde start i 1980, og frem til i dag, har Skanderborg Festivaalklub været uafhængig af kommercielle og politiske interesser.

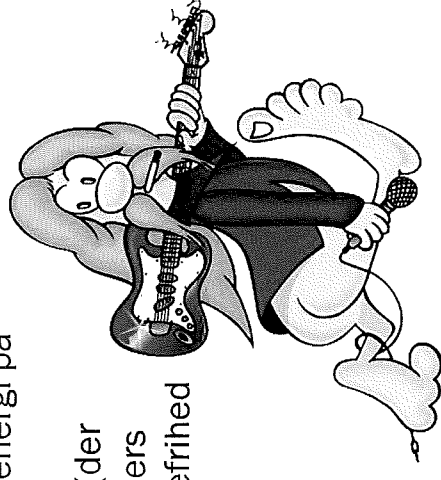
De skiftende bestyrelser har uden tøven og til enhver tid, fokuseret målet på

FESTEN!

Formålet med klubben – en klub som mere end 14.000 betalende medlemmer bakker op omkring - er først og fremmest at lave Smukfest, i og udenfor Skanderborg.

De vil ikke skabe profit til personer eller virksomheder, de vil bruge alt deres energi på at give publikum valuta for pengene.

Er der overskud på deres arrangementer, går et sådant bl.a. til Smukfonden (der støtter initiativer der kæmper mod ensomhed og udsathed), til at drive Walthers Musikcafé i Skanderborg og til at sikre deres arrangementer og deres handlefrihed fremover.



Langelandsfestival

Publikum: 28.000

www.langelandsfestival.no



ps LOVE
REINVENTING BRAND EXPERIENCE

TUBORG
...GØR NOGET VED MUSIKKEN

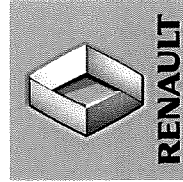
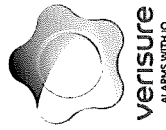
side • 17



Gardin Lis



CHANGE
Lingerie



GØDIK 7020 1816
Fax 98 23 23 95 • www.godik.dk

CUBA
CARAMEL LIME & LEMON
APRICOT STRAWBERRY



billetnet
ticketmaster - Danmark



LANGELAND
KOMMUNE

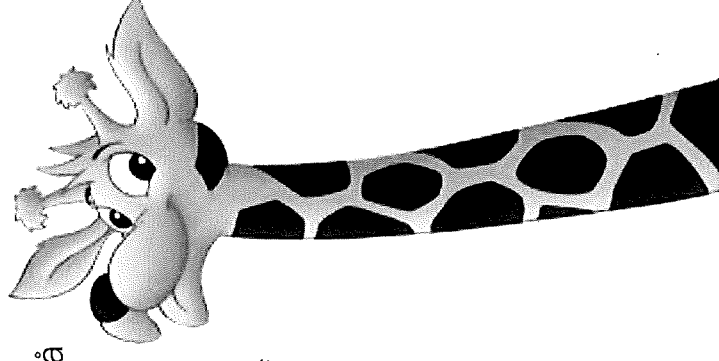
singleplus.dk
socialt netværk for singleforældre

Langelandsfestival

Langelandsfestivalen er en familiefestival fuld af musik og hygge. Derfor markedsfører de festivalen under sloganet ”100 % familiefestival”. De mange børn og familier giver festivalen en hel speciel stemning, men stiller også specielle krav til festivalen.

For at de kan rumme hele familien, har de noget til både far og mor, teenageren, bedstefar, kusinen, de mindre og større børn samt babyen. Det gælder både toilet- og badeforhold, musikgenrer, underholdning og udvalget af madboder.

Kendetegn for langelandsfestival er at den er børnevenlig, Danmark største familiefestival.



Estimeret pris for hovedsponsorater

Roskilde Festival	3-4 mio.
Smukfest	2-3 mio.
Langlandsfestival	1-2 mio.

ps LOVE
... the music, the love, the life.

Konklusion



Konklusion

Ud fra lignende sponsorer af danske festivaler må det forventes at prisen på et hovedsponsorat ligger på mellem to og tre mio.

Når der er en fast medieplan og flere oplysninger omkring markedsføringen, vil psLIVE gennemgå elementerne og prisfastsætte dem for, at komme med et mere præcist estimat af værdien for et sponsorat af Tinderbox.

HOSPITALITY SETUP 2015

I Tinderbox's første år er fokus i hospitalitypakken centreret omkring tildeling af billetter og gennemførelse af rundvisninger på pladsen og backstage, herunder foredrag fra festivallens ledelse om festivallens grundelementer og afvikling. Dette ud fra en forventning om et vist omfang overskydende billetkapacitet samt et stort ønske fra byens netværk, sponsorer og offentlighedsrepræsentanter om at kunne stifte bekendtskab med festivalen og dens nærmere indhold og baggrund:

Hospitalitypakken indeholder og prisvurderes som følger:

1. **Billettepakke**

- 1.1 60 partoutbilletter til officials med adgang til hospitalityområdet.
- 1.2 15 partoutbilletter til incentive og konkurrencer.
- 1.3 100 én-dagsbilletter med adgang til hospitality til udenlandske gæster fra kommunens erhvervstilrækningsindsatser.
- 1.4 40 partoutbilletter til officials involveret i planlægning fra byens side – herunder sagsbehandlere m.v.
- 1.5 Anslået værdi på baggrund af salgspriserne for billetter til Tinderbox kr. 450.000.

2. **Rundvisningspakker**

Rundvisning før festivalstart:

- 2.1 Rundvisning af kulturledernetværk.
- 2.2 Overrundvisning – begrænset antal.

Rundvisning under og efter festivalen

- 2.3 Rundvisning af økonomiudvalg og direktørgruppe under festivalen.
- 2.4 Rundvisning af nøglemedarbejdere, sagsbehandlere m.v. i BKF og Odense&Co.
- 2.5 Rundvisning af de unge netværk, N11, nøglenetværket m.v.

3. Øvrige ydelser

- 3.1 Facilitering af studietur for nøglemedarbejdere – 4 stk. til NorthSide inklusiv hospitality.
- 3.2 Facilitering af studietur til udenlandsk festival i Scorpio-regi, 4 stk. inkl. hospitality.
- 3.3 8 x 4 stageside muligheder til hovednavne under festivalen.
- 3.4 Deltagelse i Odense uddannelse af eventarrangører. Én undervisningsgang, én detaljeret case og én rundvisning ca. en uge før festivalens start.

4. Navnereleases i Odense-perspektiv

- 4.1 Launch af hovednavn via TV2-News helikopter fra Tusindårsskoven i Odense.
- 4.2 Launch af hovednavn til Odense&Co's store partnerskabskonference den 9. december 2014.
- 4.3 Launch af hovednavn til Odense Kommunes store nytårskur den 11. januar 2015.
- 4.4 Launch af hovednavn ved hjælp af robotter og droner fra Odenses tech-cluster.

5. Branding

- 5.1 Posters, flyers, website, Facebook, Twitter, Instagram, biografreklamer, outdoor, Tv-reklamer samt det synlige logo for Odense Kommune i alle disses sammenhænge.