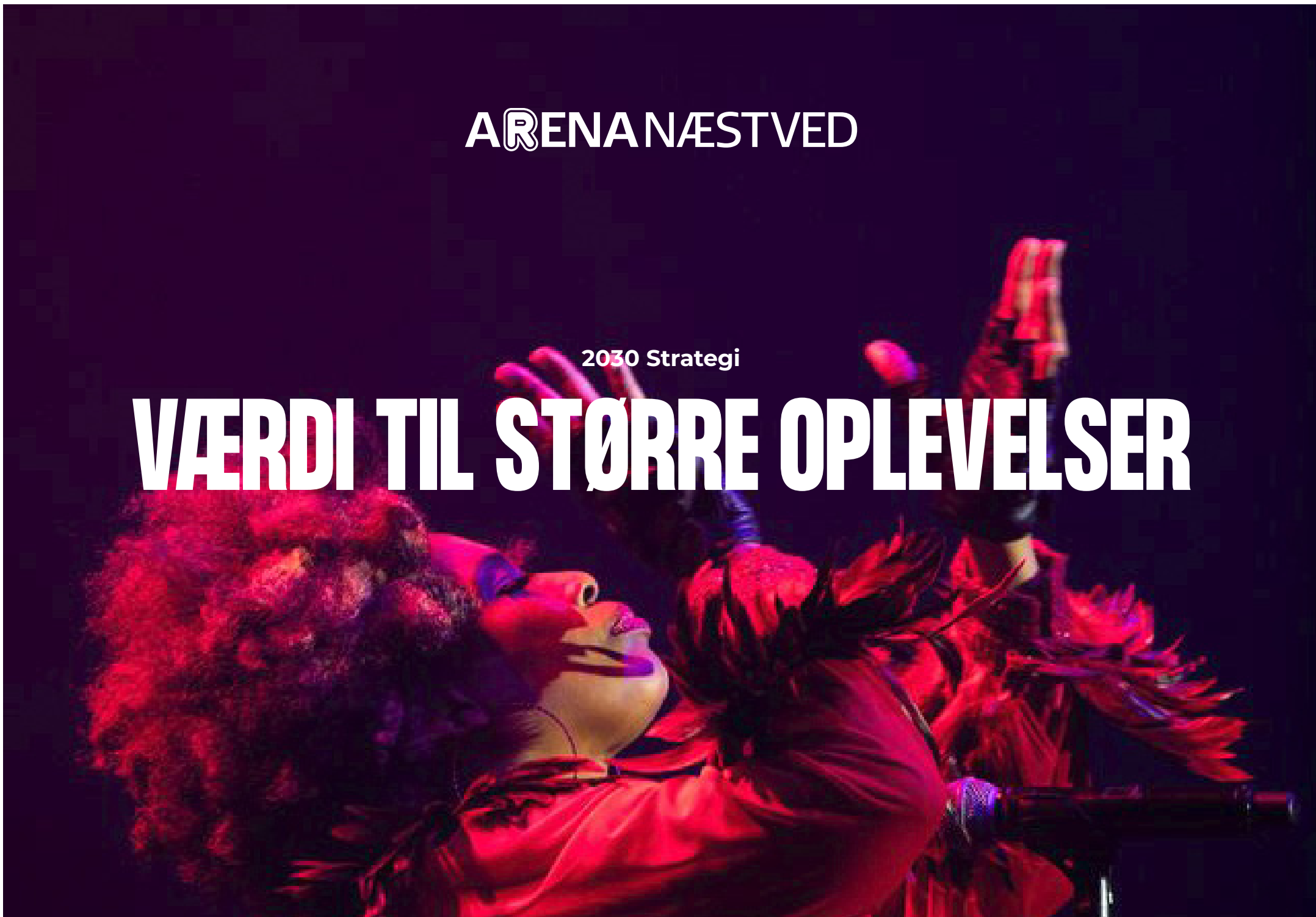
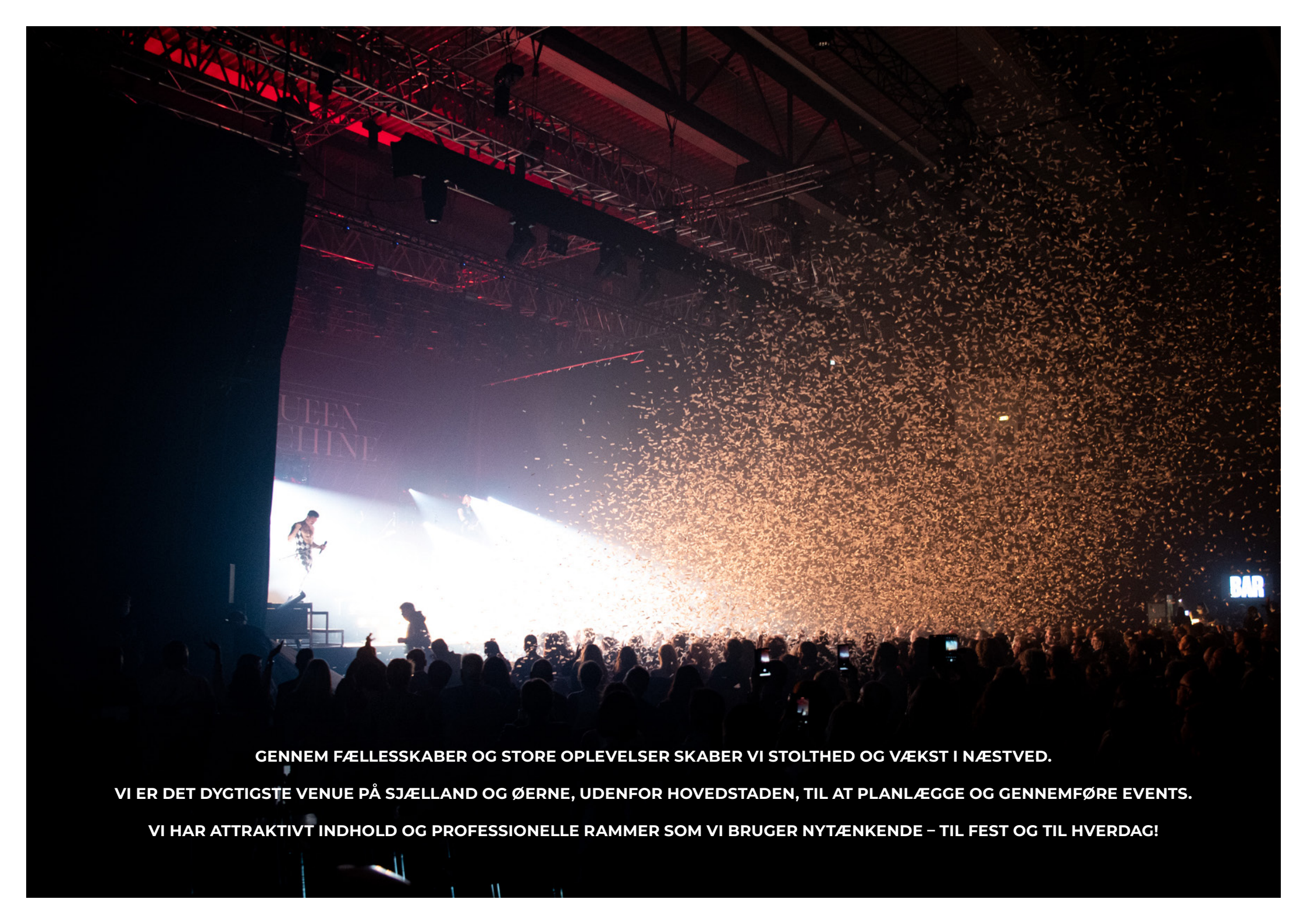


ARENA NÆSTVED

2030 Strategi

VÆRDI TIL STØRRE OPLEVELSER



A large indoor event space, likely a concert hall or arena, filled with a dense crowd of people. The stage is illuminated with bright white light, and a large amount of golden confetti is falling from the ceiling, creating a festive atmosphere. The audience is silhouetted against the bright stage lights. In the background, a large screen displays the word "QUEEN" in a stylized font. The ceiling is high and features a complex network of metal trusses and lighting rigs. A "BAR" sign is visible on the right side of the image.

GENNEM FÆLLESSKABER OG STORE OPLEVELSER SKABER VI STOLTHED OG VÆKST I NÆSTVED.

VI ER DET DYGTIGSTE VENUE PÅ SJÆLLAND OG ØERNE, UDENFOR HOVEDSTADEN, TIL AT PLANLÆGGE OG GENNEMFØRE EVENTS.

VI HAR ATTRAKTIVT INDHOLD OG PROFESSIONELLE RAMMER SOM VI BRUGER NYTÆNKENDE – TIL FEST OG TIL HVERDAG!

FREMAD

Den 21. december 2025 er det 65 år siden "Næstved Hallen" blev stiftet, og i november 2025 kan vi som "Arena Næstved" hejse flaget for vores første runde fødselsdag.

Vi ønsker med denne 2030 Strategi at markere vores ti års fødselsdag ved at sætte tydelig retning for Arena Næstveds forretningsmæssige grundlag, vores samarbejde med foreningslivet, en givende balance mellem vores nationale- og lokale roller, et databaseret ledelsesgrundlag og et styrket brand.

Arena Næstveds bestyrelse

Bestyrelsesformand, Carsten Haurum
(udpeget af Næstved Byråd)

Direktør, Charlotte Ploug Frølich
(bestyrelsens selvsupplering)

Direktør, Martin HH Bender
(bestyrelsens selvsupplering)

Strategisk konsulent, Mogens Carsten Ramsløv
(bestyrelsens selvsupplering)

Regions- og byrådsmedlem, Githa Nelander
(udpeget af Næstved Byråd)

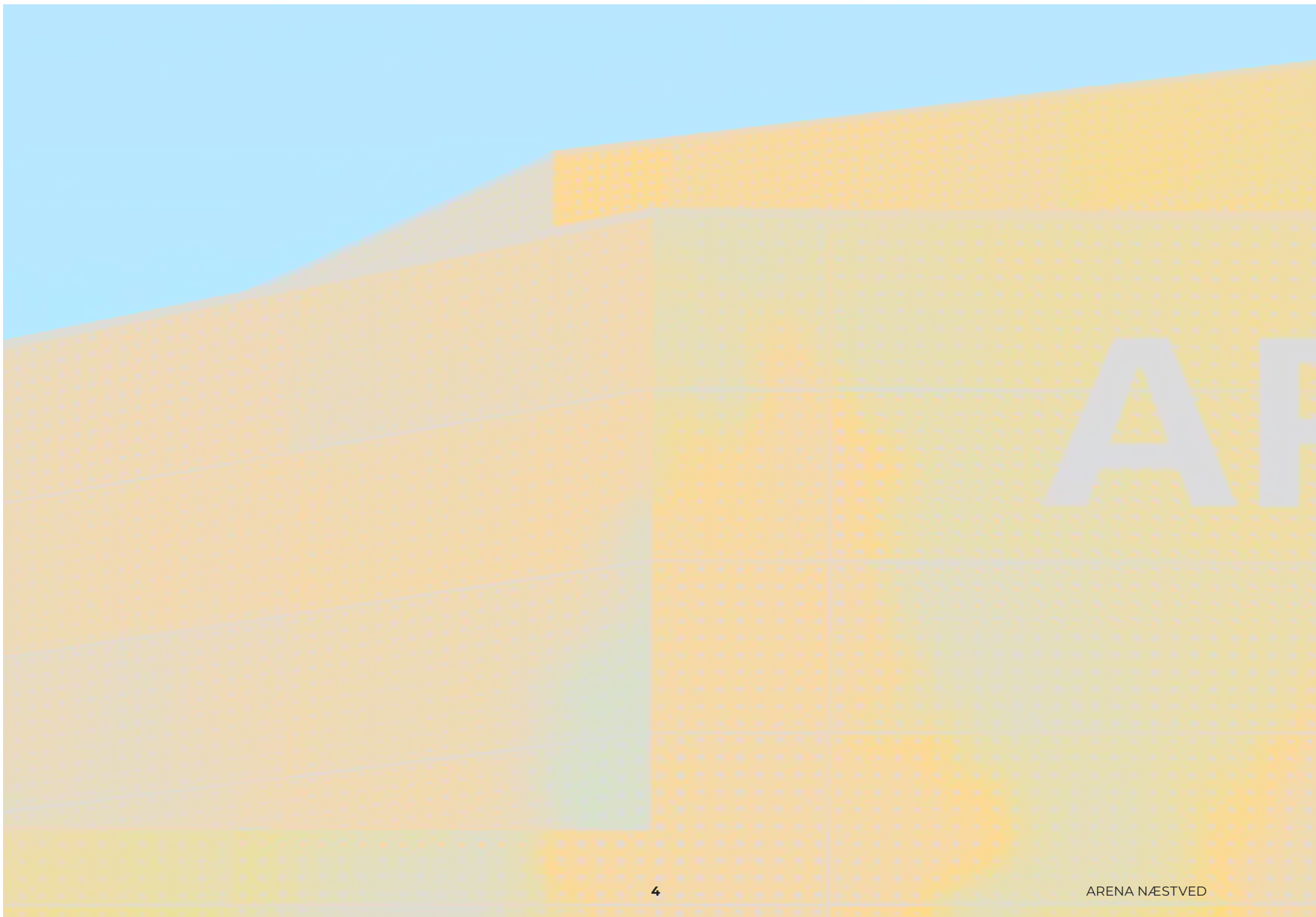
Chefstrateg, Sebastian Franck
(udpeget af de faste foreninger)

Sikkerhedskoordinator og servicemedarbejder,
Flemming Waldorf
(udpeget af personalet)

Arena Næstveds 2030 Strategi er udarbejdet af vores bestyrelse og daglige ledelse, rådgivet af Ove Höilund fra konsulenthuset CNSLT. Medarbejdere og bestyrelse har gennem samtaler og processer skærpet strategiens fem hovedindsatser, som danner afsæt for de næste fem års indsats.

Vedtaget af bestyrelsen i Arena Næstved august 2025.

Fotografer: Julie Spuhr, Mads Sabroe, Danish Graphics,
Jan Christensen, Cebra architecture, Thomas Vilhelm.
Grafisk design: Benjamin Robin Graahede



INDHOLD

VEJEN TIL 2030 BYGGES PÅ FORRETNING OG FÆLLESSKABER	6
BAGGRUND	7
Solide samarbejder og opbakning	7
Agil organisation	7
VORES VIRKSOMHEDER	8
Erhvervsmæssig virksomhed	8
Kulturel virksomhed	8
Folkeoplysende virksomhed	8
TRE POTENTIALER FOR ARENA NÆSTVEDS UDVIKLING	9
MÅL OG INDSATSER	10
MÅL 1: Styrkelse af det forretningsmæssige grundlag	10
MÅL 2: Arena Næstved gøres mere datadreven og vidensbaseret	11
MÅL 3: Styrket samarbejde med foreninger	11
MÅL 4: National aktør og lokal rollemodel	12
MÅL 5: Arena Næstved som et stærkt brand	12
STRATEGIEN ER LYKKEDES NÅR...	13
Scoreboard	13
KPI'er fra og med 2026	14
2030 HERE WE COME	15

VEJEN TIL 2030 BYGGES PÅ FORRETNING OG FÆLLESSKABER

Danskerne har altid, og vil fortsat, samles om sport og kultur, og de vil til stadighed opsøge fællesskaber. Det vil vi, med klog forretningsførelse og klare mål i denne 2030 Strategi, understøtte, udvikle og forfine.

Arena Næstveds tagline har fra starten været "Øjeblikke af lykke." Det er både såre simpelt og samtidig temmelig storladent. Med det mener vi, at vores grundlæggende ønske er at give mennesker i alle aldre, fra alle samfundslag og i alle farver, en følelse af et øjeblik af lykke i Arena Næstved. Det holder vi fast ved, for vi ved, at det gør en forskel.

Kulturfællesskaber er værdifulde, ikke bare for publikum og gæster, men også som trækplaster til bosætning, som et aktiv for erhvervslivets rekruttering af medarbejdere og for byen som vi bliver stolte af at bo, leve og arbejde i.

Øjeblikkets strategi

Arena Næstved vil måles på sin evne til at skabe oplevelser der sætter Næstved på landkortet og giver værdi for fællesskaber. Vi vil tiltrække endnu flere konferencer og store møder, som samtidig danner den sunde økonomiske soliditet vi har behov for, for at bevare og styrke vores position som et attraktivt event-venue med et stærkt foreningsliv og professionelt afviklede konferencer.

2030 Strategien stiller skarpt på de indsatser vi mener der skal til, for at forretningen kan vokse og skabe muligheder og frihed til at realisere de kulturfællesskaber, hvor de små øjeblikke konverteres til dyrebare minder.

I en verden under hastig forandring, skal vi med hænderne på rattet styre gennem uforudsigelige udfordringer – og her er Arena Næstved hverken bedre eller dårligere stillet end så mange andre - og med de rette mål og midler vil strategien være det kompas, vi pejler efter og måler vores fremgang med.

Vi vil lytte og samarbejde for et stærkere Arena Næstved, og som fyrtårn for byen lægge os i selen for at leve op til ansvaret som dét sted, der skaber øjeblikke af lykke for fremtidens generationer.

BAGGRUND

Arena Næstved er bygget på visioner og vilje til vækst. Allerede før første spadestik var formålet at udvide lokalområdets kapacitet til fællesskaber og oplevelser for foreninger og hverdagsmotionister inden for den folkeoplysende virksomhed. Det var, at slå dørene op for store kulturelle begivenheder og samtidig give Sydsjælland en tiltrængt mulighed for at huse konferencer og mødeaktiviteter i stor skala.

Skridt for skridt har Arena Næstved siden indvielsen i 2015 bevæget sig fra vision til virkelighed.

Tusinder af hverdagsbrugere og publikummer har taget Arena Næstved til sig og med en firedobling af omsætningen og en belægning på 72% indenfor den folkeoplysende del, er Arena Næstveds relevans ikke længere til diskussion.

På eventdelen har blandt andet håndbold- og basketlandskampe, store rockkoncerter, Præsident Barack Obama som keynote speaker, Dansk Melodi Grand Prix og DM i Skills gjort sit til, at Arena Næstved kan kalde sig et værdiskabende fyrtårn for byen, landsdelen og i særlige tilfælde hele Danmark.

Arena Næstved har rundet 30 mio.kr i årsomsætning og genererer små årlige overskud.

Solide samarbejder og opbakning

Arena Næstveds mest centrale partner er Næstved Kommune, som med substantielle tilskud til vores kulturelle- og folkeoplysende virksomhed samt gennem sparring om vilkår og samarbejde om signaturevents, er afgørende for vores positive udvikling. Ligeledes bakker store dele af erhvervslivet Arena Næstved op ved erhvervspartneraftaler og gennem netværket NP2's understøttelse af internationale events under betegnelsen Event Næstved. Vi

er selv en del af det lokale erhvervsliv, hvor vi i disse år oplever fælles vilje til og stærkt fokus på vækst, hvilket afspejles i utallige tværgående samarbejder og netværk.

Fra Næstved Kommune møder vi stor anerkendelse gennem samarbejde om events der fører til branding, bosætning og bystolthed.

Gamle bygninger

Men Arena Næstved har fortsat en betydelig udfordring med et årelangt vedligeholdelses-efterslæb på hal 1 fra 1960 og hal 2 fra 1970. Den nuværende ledelse overtog driften af Arena Næstved i 2017, med henblik på at skabe indhold og bæredygtige forretningsmodeller til den nybyggede arena, men har ikke haft som opdrag at bringe de gode, gamle - men nedslidte - haller op til en rimelig standard. Denne situation indeholder potentielt store bygningsmæssige overraskelser, som skal adresseres i en ny partnerskabsaftale med Næstved Kommune.

Agil organisation

Arena Næstveds organisation har brug for at være agil, da udsving i aktiviteterne omfang er markante. Vi kan have 50.000 gæster til arrangementer den ene måned og 5.000 måneden efter – foruden det mere stabile antal på 20-30.000 månedlige hverdagsbrugere.

Derfor suppleres vores 12 faste medarbejdere med 50-70 timelønnede og ca. 150 frivillige, når vi afvikler store begivenheder. Det er én af Arena Næstveds styrker, at vi har et velfungerende, erfarent og professionelt team, der kan reguleres efter behov.

VORES VIRKSOMHEDER

Arena Næstved er en markedsbaseret virksomhed i en politisk kontekst, som hviler på tre virksomhedsområder – den folkeoplysende virksomhed, den kulturelle virksomhed og den erhvervsmæssige virksomhed. Alle aktiviteter og ressourcer registreres nøje mellem disse tre.

Erhvervsmæssig virksomhed understøtter de øvrige to økonomisk, mens kultur kan bidrage til at markedsføre de andre. Den økonomiske omsætning er omtrent ligelig mellem de tre ben.

Erhvervsmæssig virksomhed

Arena Næstved er en solid, professionel partner indenfor B2B udlejning, og vi kan med tilfredshed konstatere, at de store samarbejdspartnere kommer igen, hvilket SkillsDenmark, Danmarks Radio, Live Nation, DanskHåndbold og DGI er eksempler på.

På baggrund af en langsigtet indsats indenfor food & beverage og conferenceaktiviteter, herunder indgåelse af SKI-aftale med Statens og Kommunernes Indkøbsservice, har vi formået at løfte forretningen, og vi øjner derudover yderligere potentiale i udbygning af erhvervspartneretværket, også udenfor bygrænsen. Med ny fem-årig hovedpartneraftale med REMA 1000, træder vi nye stier i virksomhedstyper og fremtidige partnerskaber.

Kulturel virksomhed

Inden for kultur breder Arena Næstved sig i feltet fra brede, folkelige koncerter og shows til internationale speakers, der giver national opmærksomhed. Vi har skabt ringe i vandet og åbnet døre til nye samarbejdspartnere, som har fået øje på Arena Næstveds velafviklede events, hvilket vi naturligvis bygger videre på. Vi ser samtidig potentialer i at fylde rammerne fuldt ud, øge billetsalget og skabe oplevelser til endnu flere mennesker.

Folkeoplysende virksomhed

De faste foreninger har ved valg udpeget en fælles repræsenteret til Arena Næstveds bestyrelse, og vi har daglig kontakt med trænere og foreningsmedlemmer i forbindelse med deres mange aktiviteter i huset. Gennem tiden har vi understøttet og udvidet rammerne for foreninger og selvorganiseret træning i Arena Næstved.

TRE POTENTIALER FOR ARENA NÆSTVEDS UDVIKLING

Udsigt til økonomisk vækst i landet såvel som i lokalområdet betyder større efterspørgsel på events og oplevelser. Næstved Kommunes bosætningsstrategi, den kommende Femern Bælt forbindelse og ny motorvej, betyder potentielt et større kundeunderlag for Arena Næstved, og giver os mulighed for at skabe tilbud til flere målgrupper.

Eventudvikling

Trykke genkendelige events, som Arena Night, Oktoberfest og Den Store Firmajulefrokost øger kendskabet til Arena Næstved, hvilket vi fortsat vil udvikle i blandt andet bilaterale samarbejder med andre eventarrangører.

Men vi vil i særdeleshed finde lommer i markedet, hvor vi ser potentiale i at skabe særlige oplevelser der kun findes hos os, Præsident Obama og Venus Williams er gode eksempler, ligesom der indgås forhandlinger om andre internationale speakers og koncerter.

Sammen med fem andre provinsarenaer har Arena Næstved etableret et indkøbssamarbejde med det formål at trække de største danske artister ud i landet på en tur med seks stop. Vi vil lægge fælles bud og gøre en forskel for fans over hele landet, som i disse år overses.

Større datagrundlag

Arena Næstved ved allerede en del om sine brugere og kunder, og vil skærpe indsamling og ikke mindst brug af data i de kommende år, blandt andet med tilfredshedsundersøgelser til målrettet marketing.

Via billetudbydere vil vi samarbejde tættere med artisters repræsentanter, idet de indgår i de samme koncerner, med værdifuldt kendskab til segmenter og købsmønstre. Med kendskabsanalyser i befolkningen, vil vi gøre os klogere på målrettet kommunikation.

Styrket samarbejde med foreninger

Det tætte og loyale samarbejde med foreningerne skal styrkes yderligere, blandt andet via øget brug af rammerne til møder, stævner, fællesskaber uden for træningsbanerne – og desuden skabe synergier i forhold til de to andre virksomhedsområder. Arena Næstved vil supportere foreningerne i tilrettelæggelse af stævner og større møder, og bidrage med faglig sparring på kommunikation og samarbejder.

MÅL OG INDSATSER

Arena Næstved arbejder på at blive det bedste større venue i sin "vægtklasse" indenfor hvert af sine tre virksomhedsområder. Klassen skal forstås som de andre provinsarenaer i landet med hvem der fokuseres på et værdimæssigt fællesskab, men også verserer markedsomæssig konkurrence.

Derfor stiller vi skarpt på fem punkter som udfoldes herunder. Det er indsatser der involverer og engagerer hele organisationen, og som vil blive prioriteret højt.

MÅL 1: Styrkelse af det forretningsmæssige grundlag

Vi skal først og fremmest have en sund økonomi for at kunne udfolde Arena Næstveds potentialer og visioner, hvilket skal realiseres ved flere udlejninger, øget billetsalg og skarpe valg i vores varer og udbud. Samarbejder og netværk skal også intensiveres for at nå målet.

- F&B omsætning til events øges og perfektioneres i bemanding, vareudbud og udførelse
- B2B-udlejning vækstes organisk ud fra devisen én gang kunde, altid kunde
Ekstern salgsplatform og markedsføringsmateriale er sat i søen
Arena Næstved er i maj 2025 tiltrådt SKI-aftalen

- Billetsalg øges
Profiler af billetkøbere kortlægges (geografi, alder, interesser)
Målgrupperettet marketing og sammenhængende kommunikation
Publikum kontaktes med relevant og engagerende information før alle events
Værdien af medlemskab af loyalitetsklub og nyhedsbreve højnes, og dialogen styrkes
- Arena Næstved videreudvikler samarbejde med andre venues i fælles indsats for større koncertnavne til provinsen
Bilaterale samarbejder med andre arrangører og agenter om enkeltstående events + udenlandske artister
- Events skal understøtte erhvervspartnerne og generere nye netværk og forretningsområder
Erhvervspartner-kommunikation udbygges/strømlines, værtskab etableres
- Øget salg af kompetencer, timer og udstyr. Kompetencer indenfor eventafvikling, safety og hospitality sælges i form af opgaveløsninger til andre eventarrangører, myndigheder mv.
Arena Næstveds særlige kompetencer formidles
- Deltagelse i netværk lokalt, regionalt og nationalt
Arena Næstved igangsætter offensiv udenfor bygrænsen (annoncering)
Næstved Boldklub og Team FOG Næstved er faste kunder i huset, her skal kontakten øges

MÅL 2: Arena Næstved gøres mere datadreven og vidensbaseret

Vi har brug for i højere grad at basere driften på data, da vi ved at kende vores kunders ønsker og adfærd, vil være i stand til at tilbyde mere relevant vare- og eventudbud og vil ramme plet i tilrettelæggelse af skulderbegivenheder omkring events.

- Der etableres brugerpaneler som gør os i stand til at træffe vidensbaserede beslutninger
- Erfaringer fra det løbende evalueringsarbejde aktiveres
- Publikum surveys gennemføres – og kobles til billetsalgsanalyser og aktivitet på sociale medier
- Vi holder kontakt med tidligere kunder og følger op med relevante tilbud
- Vi kortlægger eksisterende kunde profiler og opsøger nye, som matcher profilerne

MÅL 3: Styrket samarbejde med foreninger

Det stærke samarbejde med foreninger skal fastholdes og trækkes i retning af tættere dialog og løbende kontakt med henblik på en generel udvikling af den folkeoplysende virksomhed.

- Arena Næstved tilbyder hjælp til kommunikation i foreningerne
Foreningerne tilbydes synlighed, fysiske rammer og fællesskaber i Arena Næstved
- Etablering af foreningsområde i foyer (kræver funding fra fx NIF Hovedorganisation)
- Arena Næstved synliggør *hele* teamet og løfter kompetencer
- Sekretariat for et formandsforum etableres i samarbejde med NIF Hovedorganisation, med invitation til 2 x årligt "Formandsmøde" med foreningerne
- Deling af best practise om tiltrækning og fastholdelse af frivillige
- Fælles webinarer og foredrag med fokus på generel vidensdeling
- Arena Næstved opsøger deltagelse i foreningers årsmøder, større stævner mv.

MÅL 4: National aktør og lokal rollemodel

I Arena Næstved vil vi være de dygtigste lokalt og blandt de bedste nationalt på alle centrale fagområder indenfor eventafvikling; programlægning og billetsalg, crowd management, markedsføring, f&b drift, eventproduktion, safety/service. Vores nationale netværksarbejde fortsættes og suppleres med nye forbindelser.

- Arena Næstved deltager i flere nationale netværk, hvor vi stolt medbringer Næstved-fortællingen om fælles vilje til vækst, professionalisme, rutineret værtskab og eventafvikling
- Initiativer og kompetencer om moderne fællesskaber bringes 'med hjem' fra hele Danmark
- Benchmarking på nøgletal med de andre provinsarenaer
- Erobring af markedsandele i nabokommunerne

MÅL 5: Arena Næstved som et stærkt brand

Vi skal være med, når kulturen folder sig ud. Gå forrest som genkendelige og stabile samarbejdspartnere med et stærkt fokus på sund forretning, givende fællesskaber, moderne udvikling og ligeværdig dialog.

- Der udarbejdes ny kommunikationsstrategi og designmanual for strategiperioden 2026-2030, til sikring af at Arena Næstveds look/feel er synligt og genkendeligt lokalt og regionalt
- Brandværdi højnes gennem deltagelse i relevante kulturelle begivenheder i Næstved, hvor vi er til stede foran eller bagved eventet med kompetencer, salg eller synlighed
- Loyalitet blandt erhvervspartnere øges og der etableres co-branding
- Vi styrker og synliggør eksisterende samarbejder som fx med Grønnegade Kasernes Kulturcenter, Næstved Erhverv, Næstved Kommune, Cityforening, Næstved Boldklub, Næstved Metal Festival, Team FOG Næstved, VISM, DI Venues, Dansk Live mfl.

STRATEGIEN ER LYKKEDES NÅR...

Arena Næstveds vigtigste mål er at være tro mod vores vedtægtsbestemte formål:

"... aktivt at styrke værdifuldt samvær mellem mennesker i alle aldre og fra alle dele af samfundet. Vi vil lade os inspirere internationalt, markere os nationalt og være et regionalt forbillede. Med fællesskabet som fundament, på et forretningsmæssigt grundlag og gennem relationer til kultur-, forenings- og erhvervsliv, vil vi knytte Sjælland uden for hovedstaden sammen, skabe stolthed og vækst og oplevelser for livet."

Og dernæst at opfylde vores vision, som er gengivet på side 2 i denne strategi

Vi vil spørge gæster, kunder og samarbejdspartnere om deres tilfredshed med Arena Næstveds indsatser og om vi opleves som en god og troværdig relation. Og for medarbejdere og frivillige – såvel de faste som de mere løst tilknyttede – vil vi være en god og moderne arbejdsplads der er inkluderende, imødekommende og anerkendende.

Scoreboard

Arena Næstveds succes med at udfolde denne strategi skal måles på:

- At vi skaber en stabil økonomi, der giver frihed til at disponere mere modigt end i dag
- Hvorvidt vi lykkes med at skabe økonomisk overskud på events og konferencer
- Stærk opbakning og loyalitet fra erhvervsliv, herunder flere værdiskabende partnerskaber
- En central position i det lokale foreningsliv, med høj udlejningsrate og udviklende samarbejder
- Styrken af vores brand lokalt og nationalt
- At være et attraktivt venue for publikum og artister

Desuden skal Arena Næstved altid være en professionel, ansvarlig og pålidelig organisation, som styrer efter klare mål.

KPI'er fra og med 2026

På denne baggrund har Arena Næstveds bestyrelse besluttet følgende KPI'er, som sætter retning for vores strategiske indsats. I forbindelse med indgåelse af ny partnerskabsaftale med Næstved Kommune, forventes det at målene vil blive revideret og opdateret.

- En gennemsnitlig økonomisk bundlinje på 1 mio.kr årligt (efter skat og finans)
- Årlig forbedring af det samlede økonomiske eventresultat, netto
- To danske A-koncertnavne per år, der sælger mindst 75% af salsplanens billetkapacitet
- Et årligt event af internationalt tilsnit, der opnår landsdækkende opmærksomhed
- Målinger hvert år af tilfredshed blandt 1) publikum til events, 2) møde/konference-kunder og 3) faste foreninger, hvor vi giver mulighed for at respondere indenfor fem grader af tilfredshed (fx meget tilfreds, tilfreds, neutral, utilfreds, meget utilfreds), skal vise årlig og kontinuerlig fremgang af svar i de to mest positive grader indenfor alle tre målgrupper
- En kendskabsgrad til Arena Næstved på mindst 75% i Næstved Kommune og mindst 50% i nabokommuner ved udgang af 2026, voksende til hhv. 80% og 55% ved udgang af 2028
- En tilfredshedsgrad, målt årligt hos medarbejdere til events, på mindst 90%
- En årlig stigning på mindst 5% i antal erhvervspartneraftaler.

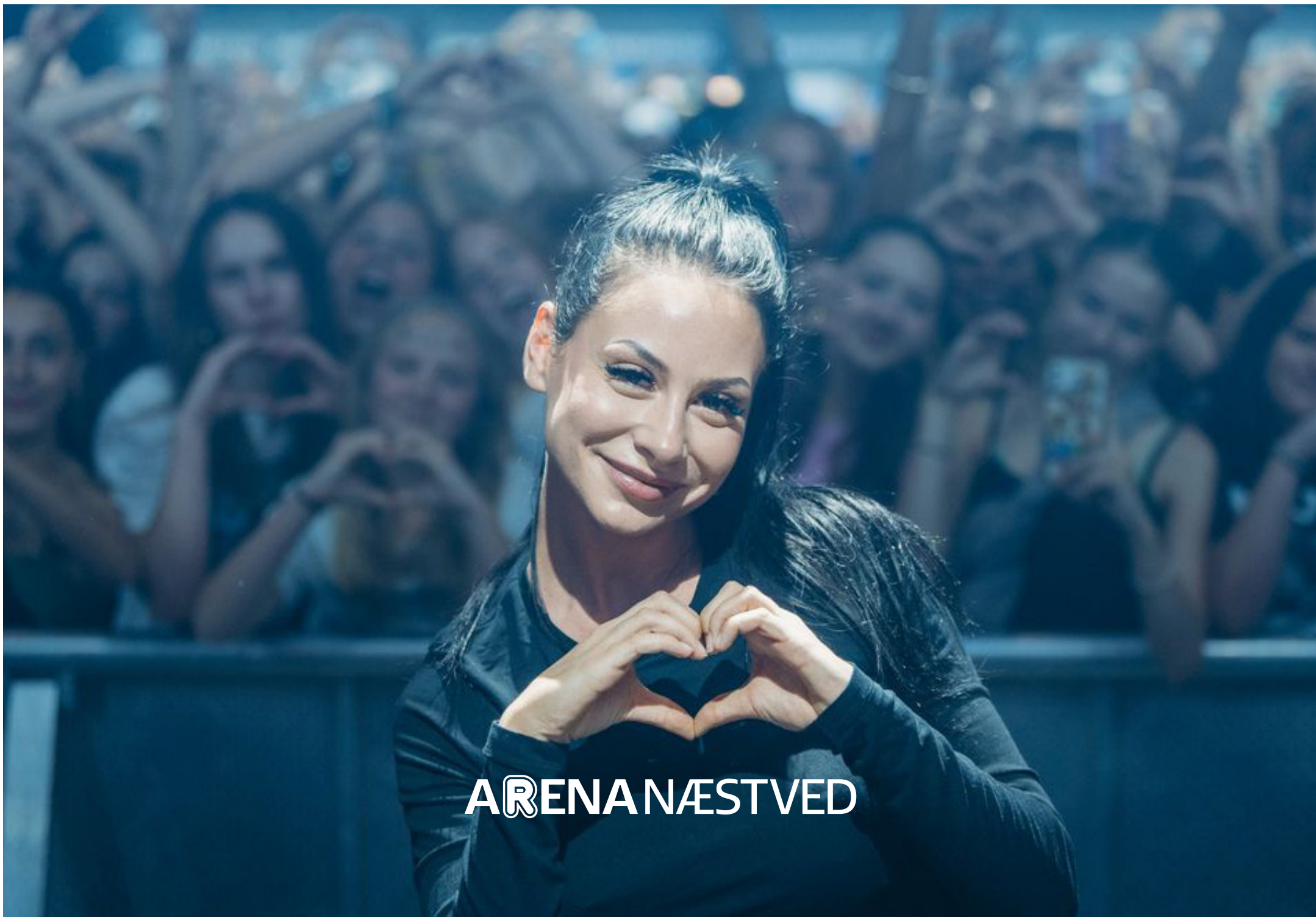


2030 HERE WE COME

Som denne 2030 Strategi fastslår, skal Arena Næstveds virksomhed skærpes indenfor flere områder, med henblik på at opnå frihed til at disponere målrettet mod endnu flere aktiviteter, indenfor især konferencer og signaturevents.

Vi vil imødegå markedstendenser og brande, samt styre, virksomheden strategisk skarpere i forhold til såvel forretningen, de folkeoplysende aktiviteter, vores position nationalt samt lokalt, og ved i højere grad at udnytte data og viden i indsatserne.

Med denne strategi som grundlag vil Arena Næstveds ledelse fokusere sin energi og interesse mod de mange resultatorienterede og positive netværk der findes lokalt og nationalt.



ARENA NÆSTVED