

Beretning til årsregnskab 2018

Beretningen tager udgangspunkt i Hafnia-Hallen i 2018. Det vedrører driftsmæssige såvel som strategiske forhold omkring Hafnia-Hallen. Det tager afsæt i vores strategi, Next Level, som blev vedtaget i efteråret 2018.

2018 har været et fantastisk år for Hafnia-Hallen. Vi har været i drift 20 måneder og oplever et positivt samarbejde med gæster og kunder fra såvel skoler, foreninger og fra private aktører.

Besøgstal

I de første 12 måneder fra, 1. maj – 30. april 2018, havde Hafnia-Hallen et estimeret besøgstal på 425.000. Vi har opgjort besøgstallet for hele 2018, og i disse 12 måneder viser besøgstallet 485.815. Vi har altså fået en stigning på 60.815 i perioden sammenlignet med de første 12 måneder fra 1. maj 2017 til 30. april 2018.

Vi fortsætter altså med at stige i antallet af gæster. Nyhedens interesse var stor, men dejligt at vi også fremadrettet har potentiale til endnu flere gæster i Hafnia-Hallen. Vores målsætning er, at tallet for 2019 vil være mellem 525.000-550.000.

Vores servicefunktioner bidrager til stigningen, her tænker vi specielt på booking systemer, Cafedrift og en generel strategi med at være i kontakt med kunderne og have blik for de strømninger der rør sig.

I takt med at **bookingsystemet, Book Byen**, udvikles giver det mulighed for at en øget aktivitet i hallen. Der er stadig lang vej til et velfungerende bookingsystem, men med supplement af **Wanna Sport** er det lykkedes at "nå" kunder i de ledige timer og ikke mindst få booket timer som bliver aflyst af faste kunder, såsom skoler, foreninger og virksomheder.

Cafedriften har vi også udviklet på henover året. Det er vitalt for mange af vores gæster at der er et godt tilbud i Cafeen. Cafeen styrker deres muligheder for at få en totaloplevelse som rummer mere end bare den fysiske aktivitet, cafeen giver mulighed for socialt at lave ting sammen, både før og efter aktiviteten.

Undersøgelser viser at cafedriften er en vital del af servicekæden omkring fritidsaktiviteter. LSP Resolve har lavet undersøgelser som fortæller om forskellige motivationsfaktorer ved at lave fysisk aktivitet – den største årsag er "at være sammen med andre". Altså er sporten kun en undskyldning for at mødes, og i den sammenhæng er vores Cafe omdrejningspunktet for mange møder.

Kapacitetsudnyttelse

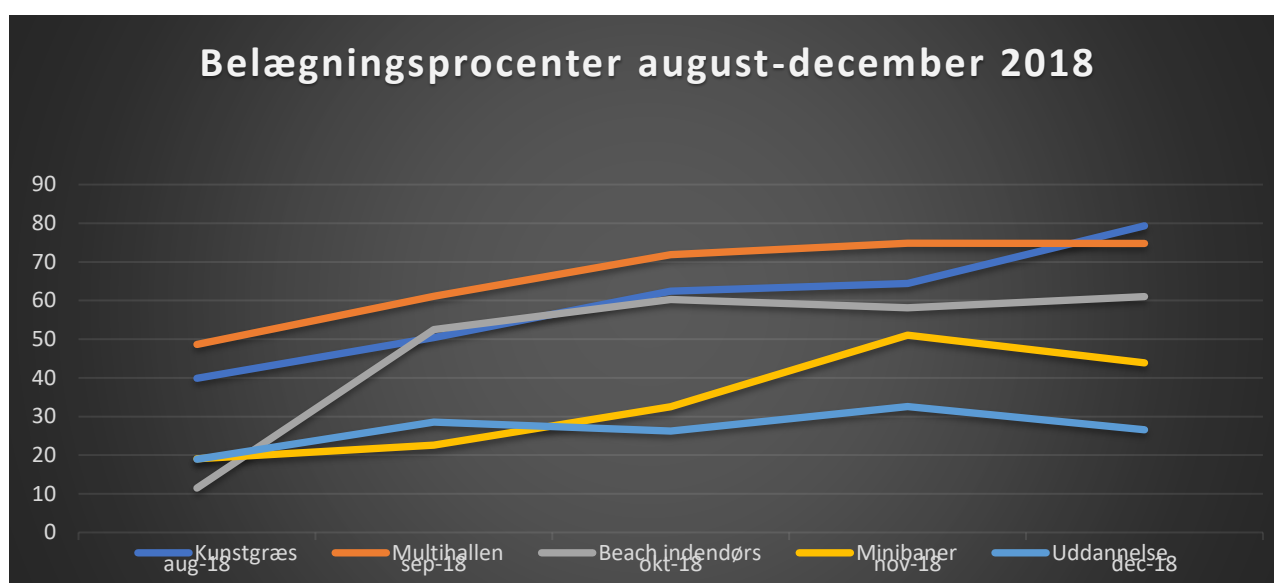
Vi måler kapacitetsudnyttelsen fra kl. 7-23 på hverdage og kl. 8-21 lørdag og søndag. Vi har valgt at måle på vores 5 hovedfaciliteter, men vil på sigt også kunne måle på andre aktiviteter i hallen.

Kapacitetsudnyttelsen tager udgangspunkt i de bookede tider, og vi tæller ikke tider med selvorganiserede udøvere, hvor der kun er ganske få personer på en facilitet.

Vores mål er at forbedre kapacitetsudnyttelsen år efter år. Der er store sæsonudsving og også store udsving i forhold til tidspunkt på dagen og hvilken ugedag vi har med at gøre. Derfor arbejder vi med 2 forskellige målinger, den ene er en totalberegning for hver facilitet, og den anden er en opdeling på 3 forskellige tidspunkter.

1. dagtimer kl. 7-16
2. eftermiddag og aften kl. 16-23
3. weekend kl. 7-21

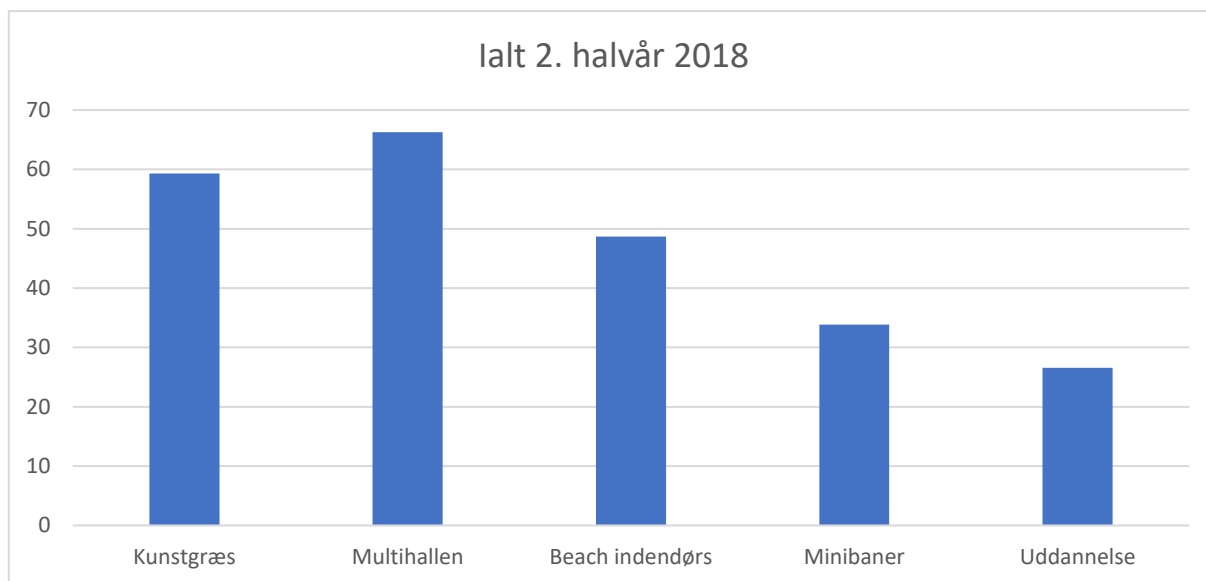
I denne beretning forholder vi os udelukkende til totalberegningerne, da vores analyser i detaljer ikke er kvalificerede nok til at medtage og kunne konkludere ud fra. Men fremadrettet til vi kunne give en meget mere detaljeret analyse i flere perioder henover ugen.



Ovenfor kan du se en figur over udviklingen i vores belægningsprocent for august – december 2018. På alle faciliteter er der en stigning fra august – november og herefter en lille nedgang i december, med undtagelse af kunstbanen som havde fuld belægning i jul og nytår grundet fodboldturneringer.

Hvis vi kigger på de totale tal for den enkelte facilitet, så trækker sommermånederne ned, og vi arbejder på at have tal som både fortæller noget om vores aktiviteter i maj, juni, juli og august, samt i den "normale" indendørs sæson fra 1. september – 30. april.

Vores målinger for 2. halvår, er vi meget tilfredse med, vi kan sammenligne med nogle få tal vi har fra sidste år, samt tal fra andre idrætsfaciliteter. Hvis vi sammenligner med vores egne tal fra november 2017, så er der i november fremgang på alle faciliteter, men specielt på vores **uddannelseslokaler, minibaner og beachbaner** er der fremgang på nominelt imellem 10% og 16%. Ser vi på halvåret er vi særligt tilfredse med at multihallen har en belægning på 66%, samt at uddannelse er på 27%. Det er 5 timer i hvert uddannelseslokale, alle dage - også weekend. Sammenlignelige faciliteter vil typisk ligge under 50% på multihallen og på mellem 5-10 procent på møde og undervisningsfaciliteter.



I vores kapacitetsanalyser vil vi fremadrettet arbejde endnu mere detaljeret, da det også giver os mulighed for at målrette fokus på vores kunder og de perioder hvor vi har overskydende kapacitet.

Vi har lavet en kapacitetsanalyse og segmenteret på de enkelte tider. Herigennem er det tydeligt at vores 110 timer, skal deles ind i mange forskellige tidsrum, f.eks. deles en hverdag ind i følgende timer:

- kl. 6:30-8:30
- kl. 8:30-12:00
- kl. 12:00-16:00
- kl. 16:00-20:00
- kl. 20:00-23:00

Fremadrettet kan vi have fokus på forskellige kundegrupper i de forskellige tidsrum og herigennem optimere salgsarbejdet og finde ud af hvordan vores bemanning skal være for at give den rigtige service til den rette kunde.

Fordeling af kundegrupper

Vi har fokus på hver enkelt af vores kundegrupper. Kundegrupperne har forskellige behov og bruger Hafnia-hallen forskelligt og på forskellige tidspunkter.

Den største kundegruppe vi har er foreninger. I hverdagene dækker foreninger næsten 80% af belægningen i tidsrummet 16-23. I alt er 45% af vores totale bookings fra foreninger. Totalt har vi ca. 75 foreninger igennem Hafnia-Hallen hver uge. Skoler er den næststørste enkelte kundegruppe, 23% af vores bookings kommer fra skoler, heraf 18% fra offentlige skoler og 5% fra private skoler. Totalt har vi altså 63% af vores bookings blandt offentlige kunder som får lokaler stillet gratis til rådighed igennem det kommunale driftstilskud. Dette tal har været konstant igennem 2018, men mængden af bookings er steget nominelt fra 1. halvår til 2. halvår. Det samme har været gældende for private kunder hvor der også har været flere bookings.

Det er vores mål at fastholde forholdet imellem skoler, foreninger og private kunder. Det betyder at vi har fokus på at skabe højere belægning, både i dagtimer til skoler, aftentimer til foreninger og til private i weekender og resttider.

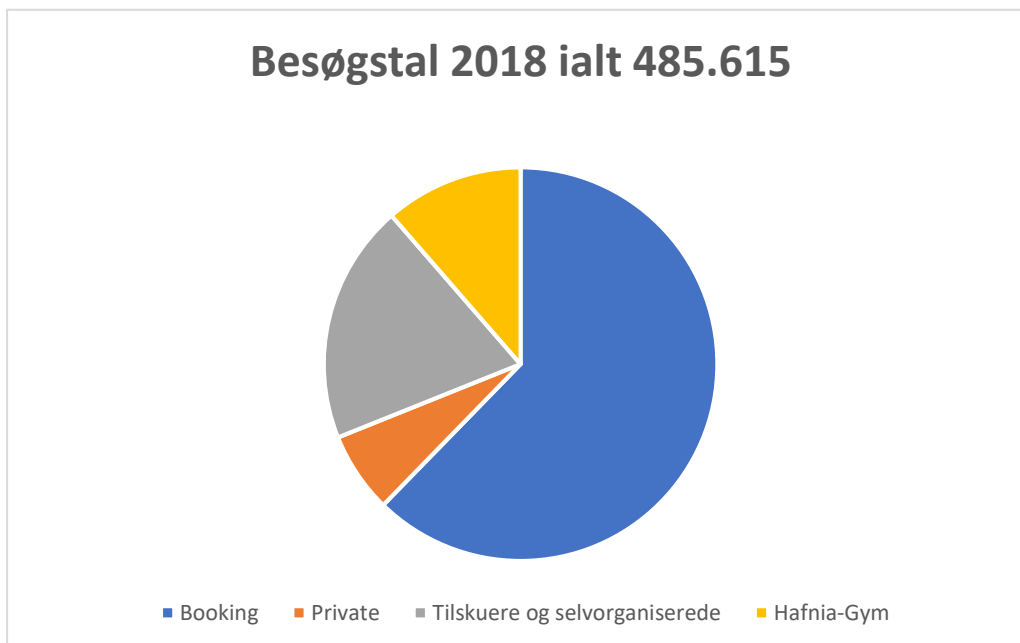
Besøgstal.

I 2018 har vi haft 485.615 gæster i Hafnia-Hallen. Tallet er opgjort ud fra en testperiode på 14 dage, hvorefter vi har opgjort tallet i forhold til bookinger på de enkelte faciliteter. Antallet af gæster lever op til vores forventninger og i nogle måneder ligger det meget tæt for et maksimum.

Vores forventninger til fremtiden er, at besøgstallet også i 2019 vil stige med 10%, og at vi vil nå et samlet besøgstal på ca. 535.000 gæster i Hafnia-Hallen. Dette tal skal nås igennem en bevidst booking strategi på kundegrupper og særlige tidsrum, samtidig med at vi skal udvikle på vores aktivitetsfelter, så vi kan have flere aktive samtidigt.

Vi har delt gæsterne ind i 4 grupper:

- Bookings – skoler, foreninger og bookings fra Book Byen
- Private – kommercielle grupper
- Tilskuere og selvorganiserede – Idrætsprojektet, unge, forældre m.fl.
- Hafnia-Gym – foreninger, skoler, private



Kundetilfredshed – vi understøtter gæsternes oplevelse i Hafnia-Hallen

Gæsterne i Hafnia-Hallen bliver betragtet som kunder uanset om det drejer sig om en kommerciel partner eller om det er et foreningsmedlem eller en skole. 63% af vores bookings kommer fra skoler og foreninger, så Københavns Kommune er vores største samarbejdspartner.

Når vi spørger til kundernes tilfredshed, drejer det sig om at blive klogere på hvordan de ser på os og hvilke behov de har. Nedenfor gennemgår vi nogle af de resultater som undersøgelsen fra januar 2019 byder på.

7. Hvordan vil du vurdere rengøringen på toiletter og i omklædningsrum i Hafnia-Hallen? *

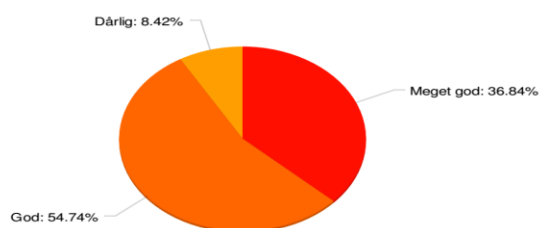
Antal deltagere: 95

35 (36.8%): **Meget god**

52 (54.7%): **God**

8 (8.4%): **Dårlig**

- (0.0%): **Meget dårlig**



8. Hvordan vil du vurdere den generelle rengøring i Hafnia-Hallen? *

Antal deltagere: 95

43 (45.3%): **Meget god**

50 (52.6%): **God**

2 (2.1%): **Dårlig**

- (0.0%): **Meget dårlig**



4. Hvordan vil du vurdere den generelle service hos personalet i Hafnia-Hallen? *

Antal deltagere: 95

63 (66.3%): **Meget god**

32 (33.7%): **God**

- (0.0%): **Dårlig**

- (0.0%): **Meget dårlig**



6. Hvordan vil du vurdere infrastrukturen omkring Hafnia-Hallen? - Her menes parkering, cykel og fodgænger forhold, belysning. *

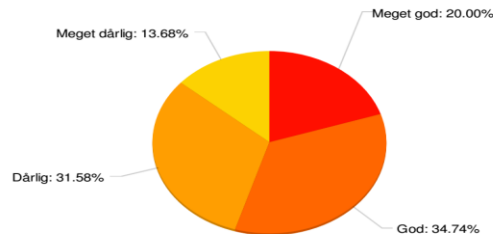
Antal deltagere: 95

19 (20.0%): Meget god

33 (34.7%): God

30 (31.6%): Dårlig

13 (13.7%): Meget dårlig



Vi har i første omgang spurgt ind til hvordan vores servicekoncept fungerer. Herudover har vi fået meget viden omkring kendskabsgraden til Hafnia-Hallens forskellige aktivitetsflader og kommentarer til udvikling af hallen.

Det er tydeligt at kunderne generelt har en god oplevelse i hallen. De føler sig godt modtaget og giver positiv feedback. Flere af kunderne giver udtryk for at de tager ejerskab af stedet og er ambassadører for Hafnia-Hallen.

Vi har også spurgt kunderne og forslag til udvikling i hallen. Her deler input sig i 2 hovedgrupper, en som er praktisk orienteret med fokus på flere omklædningsrum, flere parkeringspladser mm. og et fokus rettet imod udvikling af faciliteter og indhold.

Generelt viser undersøgelsen at Hafnia-Hallen er et meget positivt sted at være sportsudøver. Kritikken retter sig primært mod ting som vi enten ikke selv er herre over, såsom parkering og infrastruktur, eller imod ting som vi er i gang med at gøre noget ved – omklædning og toiletforhold.

Cafedrift

Cafeen som samlingspunkt. Som jeg tidligere har beskrevet, tager undersøgelser fra IDAN og PLS Resolve fat om faciliteternes samlingspunkter. De fortæller om idrætsvaner. Bl.a. konkluderes det at Idræt primært er en undskyldning for at mødes. Det betyder selvfølgelig at vi i Hafnia-Hallen skal have fokus på at skabe områder hvor gæsterne synes det er perfekt at mødes.

Her spiller Cafeen en væsentlig rolle og vi har igennem indretning, åbningstid og vareudbud, arbejdet strategisk for at understøtte gæsternes brug af Hafnia-Hallen.

De forskellige kundegrupper har forskelligt behov, men fælles for både skoler, foreninger, private og firmaer er, at vi kan se en udvikling i mængden af bookede tider, samt at gæsterne kommer tilbage og bliver kunder i Hafnia flere gange om måneden.

Det økonomiske mål for Cafedriften er, at der er et mindre overskud på driften og at cafedriften selv kan generere udvikling på området. Det betyder f.eks. bedre

køkkenforhold og mulighed for at grupper kan have et lokale for sig selv i hallen til arrangementer.

Med ovennævnte ved vi at Hafnia-Cafe er en katalysator for aktivitet i hallen, og at øget aktivitet følges hånd i hånd med Cafeens evne til at være medspiller.

Organisationsudvikling

Vi har fortsat vores forretningsudvikling i 2018 og derfor har vi også udvidet personalegruppen undervejs i processen.

I første omgang gav flere gæster også et større behov for rengøring og ekstra vedligehold efter slitage på flader og særligt på banerne. Derfor ansatte vi pr. 1.1. en rengøringsmedhjælp 28 timer. I løbet af 2018 er det udvidet til 34 timer. Herudover skabte vores strategi omkring bookingaktiviteter behov for ekstra medhjælp her, så pr. 1. april udvidede vi bookingafdelingen fra 1 til 2 med fokus på vores kunder.

Samtidig udgjorde travlheden i Cafeen et øget pres på det faste personale, som har været stand in når Cafepersonalet havde fri. Derfor besluttede vi pr. 1. oktober at ansætte en person 25 timer, så vi har cafe personale i cafeen i alle travle perioder.

Udover det fastansatte personale har vi pr. 31.12. 15 deltidsmedarbejdere, som har mellem 10-60 timer månedligt og som varetager alt lige fra rengøring til service af kunder der har booket baner til aktiviteter.

Med denne udvikling har det været tydeligt at vi med fordel kunne opgradere på den administrative platform, og derfor udvidede vi pr. 1. oktober jobbet som administrativ medarbejder fra 60% til fuld tid.

Det betyder at vi pr. 31. december 2018 har 10 fastansatte medarbejdere og 15 deltid, hvilket er et godt fundament at arbejde videre med i forhold til de mål vi har sat os for fremtiden og de udfordringer huset giver os af praktiske opgaver.



Den næste udvikling i organisationen kommer på 2 områder. Det bliver i den tekniske afdeling og i booking og service. Vores erfaringer omkring driften af Hafnia-Hallen viser at behovet for teknisk og praktisk assistance løbende udvides og vi forventer derfor at der skal bruges flere ressourcer til rengøring og vedligehold i 2019. Herudover kræver efterspørgslen også en

stærkere organisation omkring afvikling af arrangementer, så i takt med at efterspørgslen blandt alle kundegrupper stiger vil vi også styrke denne del af organisationen.

Fysiske rammer

Hafnia-Hallen har gennemlevet sit 2. år og de fysiske rammer nydes af både gæster og personale dagligt. Faciliteternes funktionalitet er intakt og der er stor anerkendelse af en flot velfungerende hal med en æstetisk finish, som vi ikke er vant til i idrætsfaciliteter.

Et par steder er der tekniske udfordringer, det gælder i **ventilation**, som er underdimensioneret i hovedbygningen, kaldet klubhuset, og det er omkring **lyssætningen** på kunstfodboldbanen, hvor lyskilder er fejlplaceret. Vi arbejder på at løse begge områder, men er ikke blevet enige om finansieringen med Kejd. endnu.

Herudover har vi mangel på **omklædningsrum og toiletter**, dette løser vi i løbet af sommeren hvor vi bygger 7 nye toiletter, 2 vådomklædning og 1 tøromklædning/behandlerrum.

Der er yderligere 2 områder som udfordrer os i dagligdagen. Cafeen er indrettet med et anretter **køkken**, hvilket er en begrænsning når efterspørgslen fra 485.000 gæster skal tilfredsstilles. Vi har et projekt på tegnebrættet – 2 niveauer, et niveau som håndterer vores nutidige behov og et som vil fremtidssikre Hafnia-Hallens muligheder. I løbet af 2019 vil vi afgøre hvilket niveau vi arbejder videre på.

Herudover er der mangel på **arbejdspladser** til Hafnia-Hallens ansatte. Her kan løsningen findes i at etablere midlertidige lokaler eller omprioritere lokalerne på 1. sal. Det vil være en stor beslutning, da vi ofte har fuldt booket på 1.sal og mange af bookingerne hænger sammen med bookinger på sportsfladerne, det kan være skoler, private eller foreninger. Altså vil en omprioritering også have indflydelse på belægningsprocenter på faciliteterne.

Vi er pt. ved at undersøge mulighederne for ekstra kontorpladser og vil sammen med kejd finde en løsning.

PR og kendskab til Hafnia-Hallen

Vi har lavet en strategi for at øge kendskabet til Hafnia-Hallen. Vi arbejder på flere fronter og med forskellige modtagergrupper.

I forhold til **skoler** foregår det med direkte kontakt til lærerne og skoleledelsen eller igennem officielle kanaler i BUF og KFF. Vores erfaring er, at den direkte kontakt til lærerne giver de mest frugtbare resultater, da vi hurtigere bliver bevidste om skolernes (lærernes) behov og kan tilpasse vores tilbud.

En del **Foreninger** kender Hafnia-Hallen igennem netværk, lokal forankring og information fra KFF. Herigennem får vi efterspørgsel på primetime tider og de mest attraktive tider i weekender. Men når det gælder sene tider, lørdag morgen mv., så skal vi have den direkte kontakt til foreningslederen eller trænerne, så vi i fællesskab finder de rigtige aktiviteter som passer til de tidsrum som er ledige.

Denne form for PR giver længerevarende aftaler og foreningerne tager i høj grad ejerskab af både deres træningstid og bidrager til udvikling af nye aktiviteter.

Undersøgelser i starten af 2018 viste at kendskabet til Hafnia-Hallen, både i foreninger og skoler, såvel som hos private kun eksisterede lokalt. Ligeså snart vi kom udenfor Valby, Hvidovre, Kgs. Enghave, Folehaven og Sydhavnen var kendskabet minimalt. Derfor satte vi gang i en markedsføringsstrategi.

Et centralt punkt er **SOME**, hvor vi arbejder aktivt på facebook og Instagram. Herudover er hjemmesiden vital, den meste søgning på fritidsaktiviteter starter på google og her er vi afhængige af en stærk web profil og vores aktiviteter omkring sociale medier. Derfor investerede vi tid og økonomi til konsulentbistand i at forbedre kvaliteten af vores web.

Resultatet er vi meget tilfredse med og vi kan fra analyser se at trafikken til www.Hafnia-Hallen.dk fra februar 2018 til december 2018 er steget med 618%. Nominelt betyder det at 86 personer dagligt sendes videre til Hafnia-Hallen.dk fra Google.

I forhold til **kendskabsgraden** i den brede Københavnske befolkning lavede vi en satsning omkring fodbold VM 2018. VM i Hafnia var alle kampe på storskærm, med forskellige arrangementer rundt om. Vi havde 15-18.000 tilskuere til kampene og i alt ca. 30.000 i hallen under VM, i en periode som normalt ville være meget lidt besøgt. Vi fik også 5 indslag på landsdækkende TV og 10 artikler i dag- og ugeblade.



Resultatet af VM i Hafnia kan umiddelbart ses flere steder. Vores følgere på SOME fordobles under VM og vores kundedatabase udvides til gavn for aktiviteter efterfølgende. Konklusionen på VM i Hafnia er, at det har været med til at iscenesætte hallen i fodboldmiljøet og har skabt et kraftigt øget kendskab til Hafnia-Hallen.

Udviklingstendenser og muligheder i Hafnia-Hallen

I forbindelse med vedtagelsen af vores nye strategi "Next Level", har vi både forholdt os til udviklingstendenser indenfor branchen, men i høj grad også til de styrker og muligheder vi har lokalt i Hafnia-Hallen og Valby Idrætspark.

Vi har defineret nogle fyrtårne som er unikke for Hafnia-Hallen, steder hvor vi har momentum og som er vitale for at styrke identiteten omkring hallen. Vi vil være opmærksomme på hvordan vi styrker disse fyrtårne og igennem små og store udviklingsprojekter holder fast i momentum.



Eksempler vil være:

- Udvikling af flere fodboldaktiviteter indendørs. Vi får inspiration fra "fodboldhuse" i ind og udland.
- Beachbaner, sammenhæng imellem ude og inde faciliteter er vigtig, derfor har vi anlagt 4 baner udendørs.
- Vi undersøger mulighederne for flere indendørsbaner. Vi har kapacitetsudfordringer til store beach arrangementer, vi har en fantastisk hal som er unik og den skal fortsat være unik og foran andre beach haller.
- Sportstræning for sportsfolk. Hafnia-Gym tilfredsstillende behovet for rigtig mange udøvere i klubberne. Vores 450 sportsfolk skal bruge mere plads og det udvikler vi på.

Servicefunktionerne vil også komme under lup.

- Tilbygning af flere omklædningsrum og toiletter skal stå færdigt i sommeren 2019.
- Bedre forhold i cafeen til madproduktion og bedre forhold til gæsterne.
- Fysisk arbejdsmiljø på kontoret.

Der er nok at tage fat i og vi glæder os til, sammen med KFF og Kejd, at få flere af projekterne til at lykkes enten i 2019 eller i nærmeste fremtid herefter.

Økonomisk drift 2018

Resultatet for regnskabsåret 2018 viser et overskud på kr. 673.295, -. Et meget tilfredsstillende resultat. Driftsresultatet på den ordinære drift er kr. 374.572,- og det suppleres af finansielle indtægter på kr. 144.683,- og indtægter fra 2017 i momsrefusion på kr. 154.040,-. Overskuddet går ind i egenkapitalen og vil blive brugt til yderligere styrkelse af Hafnia-Hallens faciliteter og fastholdelse af udviklingen.

Omsætningen holder budget og hvis vi medtaget omsætningen i Cafeen har vi en fin omsætningsstigning. Tilskuddet fra Københavns Kommune er mindre end budgetteret, det skyldes at vi i tilskudsbrevet ikke var bekendt med at beløbet var inklusiv en del af momsrefusionen. Så vi havde budgetteret med et tilskud på kr. 5.108.000,- men erfarede i november 2018 at det reelle tilskud for 2018 var kr. 4.749.500,- plus momsrefusion på kr. 586.455,-. Da det har vist sig at momsrefusionen har givet et positivt nettoresultat, er den reelle tilskudsmango på kr. -222.579,-.

På den økonomiske positive side i forhold til samarbejdet med Københavns Kommune er, at vi først fra 2019 skal betale leje af hallen, samt et par andre udgiftsposter. Det beløber sig i ca. kr. 300.000, -.

Særligt på udlejning af baner har vi haft en fin udvikling. Både onlinebookinger på **Book Byen** og **WannaSport** og bookinger via kontoret har været i stigning hele året. Særligt er det tydeligt at Wannasport har en kundebase som udnytter ledige tider med kort tidsinterval. På de øvrige indtægtsområder ligger vi lidt under budget, og samlet er vi ca. 2% under budget, hvilket stadig er tilfredsstillende.

Udgifterne for 2018 følger meget fint budgettet. Lønudgifterne er lidt lavere, men det skyldes at vi har valgt at ansætte en konsulent til bogholderfunktionen i forbindelse med en organisationsjustering. Det betyder samtidigt at konsulentydelse er væsentligt højere end budgetteret.

Lokaleomkostningerne er mindre end budgetteret, men særligt energiomkostninger er lidt usikre, pga. periodeforskydning i 1. driftsår. Vi forventer derfor at omkostningerne vil stige i 2019 og være tættere på budgettallene.

Anskaffelser til lokaler er højere end budgetteret grundet omkostninger til branddøre og port i hallen. Denne investering var nødvendig for at få større materialer og køretøjer ind i hallen, samtidig giver de ekstra branddøre mulighed for at afvikle større arrangementer i hallen og derved mulighed for at bruge til forskellige arrangementer i lavsæsonen.

Ej fradragsberettiget moms er ny i regnskabet og derfor havde vi ikke budgetteret med den. Vi har brugt lidt mere på markedsføring end budgetteret, men som tidligere beskrevet så hænger der sammen med en stor investering i web og opsætning i forhold til Googles søgekriterier.

Regnskabet er lavet efter Københavns Kommunes regnskabsmodel og vi har internt lavet regnskab for Cafedrift som indgår med et nettotal.

Forventningerne til **2019** er, at vi fortsætter omsætningsudviklingen igennem en øget aktivitet på faciliteterne samtidig med at der kommer nye aktiviteter og nye faciliteter til. I 2019 har vi for første gang 4 udendørs beachbaner, samtidig med at vi arbejder på udvikling af frie områder indendørs.

Omkostningsniveauet følger med, som beskrevet under organisationsudvikling forventer vi at ejendomsdrift med rengøring og vedligehold bliver dyrere i 2019.

Københavns Kommune har igennem 2018 arbejdet på en justering af driftsaftalen med Hafnia-Hallen. Der er kommet krav yderligere krav til indholdet af aftalen og vi har været igennem en god dialog for at få den optimale ordlyd for begge parter. Aftalen er blevet færdiggjort ultimo februar 2019 og gælder frem til 31. januar 2020.

Beretningen for 2018 har trukket veje igennem hele organisationen for 2018 og videre ind i 2019. Jeg ser frem til et godt samarbejde med Hafnia-Hallens bestyrelse og ikke mindst fortsætte samarbejdet med KFF og Kejd om at drive en unik sportsfacilitet med mange muligheder.

7. marts 2019

Jan Barslev