

Sport & Affärer

Nr 4 2012

www.sportaffarer.se

HEMMA-VM PÅ IS. Sverige står nästa år som värd för två VM turneringar på is. **Sid 6 och 17**

MED SNÖN SOM LEVEBRÖD. Läs om kommunerna som lever för vintern. **Sid 9, 12 och 13**



Skidkungen

MATS ÅRJES är ordförande för Svenska Skidförbundet och samtidigt VD för Skistar. Läs hans krönika på **sidan 8**.

INNEHÅLLER Fjällguiden
Business
Sid 14-16



Peppad arenachef.
Percy Nilsson laddar för ett intensivt 2013. Läs porträttet. **Sid 4-5**

Vintersport är hett. Vi har kartlagt vintersportförbundens sponsringsintäkter. **Sid 17**



Ger skidsporten energi.
Numrets sponsorprofil är Annika Bränning på Vattenfall. **Sid 10**



Låt ditt varumärke bli en del av upplevelsen.

Vill du synas på de stora arenorna, kontakta oss på isp-sport.se

isp
Sport & Marketing

2 LEDAREN

Vintersport en miljardindustri

Snön vräker ner när detta skrivs. Sporthandeln kanske snart glömmer den snö som *inte* föll ifjol vid den här tiden. Pga av mildvintern tappade branschen 2011, men något större ras blev det aldrig tal om. Den svenska sportfackhandeln omsatte ifjol närmare 22 miljarder kronor och tappade till slut bara runt 1% jämfört med försäljningssiffrorna från 2010.

Under lågkonjunkturen mellan 2008-2010 var sportbranschen en av de branscher som gynnades. Det var ingen slump menar HUI (Handelns utredningsinstitut) eftersom det svenska folket, i tider av ekonomisk instabilitet brukar sätta de personliga hälsobehoven före ekonomiska utsvängningar på andra områden. Lägg därtill att snön 2010 kom redan i början av november. Den uppåtgående konjunkturen 2011 kompenserade inte konsekvenserna av blidvintern i början och slutet av året. Sporthandelns vinterförsäljning är viktig, eftersom utrustningen då är dyrare än den som krävs för sportande människor under resten av året. Det gäller främst dyrare jackor, ställ och kängor. Verkar det bli en kall och snörik jul innehåller julklapparna ofta vintersportsattiraljer. Just nu säljs det förutom dyra kläder även mängder av skridskor och klubbor, skidor och stavar och vi får se hur totalomsättningen för sporthandelsåret 2012 påverkas av den vinterboost som nu råder. Sporthandelsåret 2013 lär få en bra start.

Över två miljoner svenskar åker regelbundet utför. Det finns inga jämförbara siffror för hur många som utövar längdskidåkning, men enligt sporthandelns statistik säljs det varje år 20% fler längdskidor än dito slalom. Hälsotrenden ökar och för många blir längdskidåkning en naturlig övergång från sommarhalvårets löpträning. Tillgängligheten är hög, elljusspårarna är många – de bar å åk så länge där finns snö (för spårutbudet i hela landet – gå in på www.skidspar.se). Skidåkarna på både längden och tvären (i stort sett lika många kvinnor som män), skapar en stor och viktig målgrupp för sportfackhandeln, för våra vintersportsdestinationer och för resebolag och olika boendeformer. Även för de svenska skidanläggningarna innebär fjolåret en minskning i volym och omsättning och detta pga färre antal öppetdagar än tidigare pga det milda vädret. På många ställen kunde inte ens konstsnö tillverkas (kräver minst -5). Den totala liftomsättningen minskade med 6,7% till 1,1 miljarder kronor och volymen med 6% från 8,3 till 7,8 miljoner

skidåkartidningar, men det råder fortfarande historiskt sett höga nivåer. Precis som för sporthandeln gjorde de svenska skidanläggningarna rekordår under förra lågkonjunkturen (2008-09) vilket kanske ska tolkas som ett gott omen för branschen även 2012/13 nu när snön kommit och vi är mitt inne i en ny lågkonjunktur. Den svenska skidturismen omsätter idag uppskattningsvis minst 5,5 miljarder kronor och är en näringsgren som sätter Sverige på kartan. Över tre miljoner svenskar planerar att åka på skidresor. Den utländska andelen vintersportsturer ökar. Än så länge bor vi i ett land med fyra årstider. Detta måste vi värna om. Kanske borde fler tävlingsarrangörer ta efter exemplet med "Vasaloppsarenan" – där sporter utövas året runt, alla årstider, under varumärket Vasaloppet. Vätternrundan Vinter?

Numrets krönikör Mats Årjes är ordförande för Svenska Skidförbundet som har en mycket viktig roll för nya svenska elitframgångar inom både längd och alpint. Framgångar som kommer att inspirera allt fler svenskar att ge sig ut i spår och backar. Det skidåkande folket är primärmålgruppen för bolaget Skistar, med Mats Årjes som VD. Snacka om sport och affärer! Skistar är Sverigestörst inom skidanläggningar och äger bland andra skidanläggningarna i Åre, Sälenfjällen, Tandådalen och Vemdalen i Sverige. Man omsätter 571 MSEK enligt senaste bokslutet och har idag drygt 50% av marknaden.

Genom detta vårt första utpräglade vintersportsnummer, går Sport & Affärer upp till fyra utgivningar per år. Mellan våra fyra tryckta nummer kan ni läsa nyheter och annat matnyttigt på vår uppskattade nyhetssajt www.sportaffarer.se. Vi har från och med detta nummer för avsikt att samarbeta med Provisa, som regelbundet kommer att bifoga sina guider *Fjällguiden business* och *Svenska golfpärlor* med vår tidning.

Vi vill rikta ett stort tack till våra läsare, samarbetspartners och annonsörer för det gångna året!



Källor: SLAO (Svenska liftanläggningars organisation), HUI (Handelns utredningsinstitut), Sportfack och Resurs.

Sport & Affärer önskar alla en riktigt God Jul och ett Gott Nytt Sportår!

Gustaf Berencrutz
Redaktör

INNEHÅLL NR 4 2012:

Ledaren.....	2
Porträttet.....	4
Tema ishockey.....	6
Uno kommenterar.....	7
Ordföranden har ordet.....	8
Idrottskommunerna Åre/Östersund.....	9
Sponsorprofilen Annika Bränning.....	10
Karins spalt.....	11
Idrottskommunerna Sollefteå och Mora.....	12
Idrottskommunen Falun.....	13
Vintersporternas sponsringsportföljer.....	17
Rally Sweden, Vikingarännet, Bandyfinalen.....	18



Vintern erbjuder många möjligheter till sportutövande och häftiga upplevelser.

FOTO: SVENSKA ISSEGLÄRFÖRBUNDET

SPORT & AFFÄRER PRODUCERAS AV IDÉ MEDIA
REDAKTÖR: GUSTAF BERENCREUTZ
REDAKTION: IDÉ MEDIA, VÄMLINGE 4115, 761 73 NORRTÄLJE
TEL: 0176-22 83 50 **FAX:** 0176-22 83 49
MAIL: KONTAKT@SPORTAFFARER.SE **HEMSIDA:** WWW.SPORTAFFARER.SE
MEDARBETARE I DETTA NUMMER: KARIN MATTSSON WEIJBER, UNO GRÖNKVIST, MARTIN KINDGREN, HENRIK LENNGREN, PIERRE EKLUND, STEFAN KARLSSON, GUNNAR PERSSON, MATS ÅRJES OCH JOHAN THORÉN. **LAYOUT:** THE FACTORY OF DESIGN. **REPRO:** STEFANS ORDBILD
TRYCK: BOLD/DNX TRYCKERI, AKALLA, V-TAB, LANDVETTER, MITT-MEDIAPRINT, ÖRNSKÖLDSVIK.

KÖP BILJETTER NU

SVENSKA BANDYFINALEN 2013
17 MARS 15.30



KÖP BILJETTER PÅ FRIENDSARENA.SE
 ELLER VIA TICNET TEL. 077-170 70 70

friends
ARENA



**Spela
lagom!**



Kom ihåg Spelkortet. Då kan din klubb vara med och dela på 50 miljoner!

Se till att din klubb är med och får dela på 50 miljoner från Svenska Spel.
Koppla din favoritklubb till ditt Spelkort direkt i din spelbutik eller på svenskaspel.se/svea.
Som du ser på bilden så är Peter redan redo.

Vilken klubb vill du stödja?



SVENSKA SPEL

Ett annorlunda spelbolag

4 PORTRÄTTET

Byggmästarn som bygger broar

Entreprenören Percy Nilsson har vikt sitt liv åt olika typer av byggen. Han var lagbyggare av Malmö IF (idag Redhawks) med två SM-guld i ishockey under 90-talet och är mannen bakom den stora scenförändringen i Hyllieområdet. Malmö Arena är idag ett av stadens viktigaste landmärken och nyss invigdes det pompösa köpcentret Emporia i dess närhet. För Percy Nilsson är det viktigt att se arenan som en del i Malmös utveckling mot en av Europas modernaste städer. Därför ska hans arena bygga broar mellan kontinenter och kulturer. Här ska Malmös mångkulturella befolkning mötas för shopping och upplevelser inom idrott och kultur. Samtidigt ska arenan och Emporia locka internationella besökare. Att finalen i Eurovisionsschlagerfestivalen går här nästa år sätter Percys livsverk i centrum för hela Europa.



FOTO BILBYRÅN

Hur ser du på arenans roll i det moderna samhället?

–En viktig mötesplats. Enligt en färsk undersökning har Malmö Arena sedan den invigdes 2008 dragit in 1,8 miljarder till Malmö Stad. Arenaprojekt är dock inget jag rekommenderar att privatpersoner ska syssla med. Det måste vara kommunernas sak att analysera de värden en ny arena kan komma att tillföra regionen vilket sedan ska ställas mot omfattningen av de investeringar som kommer att krävas.

Vilka är framgångsrecepten?

–Besökaren ska känna sig välkommen. Det ska vara ombonat med full service och hög kvalitet vad gäller matmöjligheter, inredning och själva upplevelsen. Arenan av idag ska vara en återkommande mötesplats mer än ett ställe för enskilda events. Ett arenaprojekt måste ledas av folk med järnkoll på ekonomin med avdelningschefer som behärskar just sitt område som artistchefen, sportchefen, ekonomichefen etc där alla vet sin roll.

–Jämför vi oss med Globen så har de 68 anställda och vi 17 varav fyra ismakare – en liten och tajt orga-



Percy Nilsson bommar aldrig en match med Redhawks. Här tekar han igång ytterligare en säsong i Malmö Arena.

nisation. Vi kommer att gå plus nästa år som enda stora arena i landet. Globen får 19 miljoner varje år från Stockholms Stad för att täcka minus-siffrorna.

–Att vi sackat litet i år beror på investeringen i vår nya träningshall. Friends Arena tror jag kommer få ekonomiska problem – tror inte sista ordet är sagt i de affärerna. Det är en häftiga arena framförallt för fotboll. Arenarummet är riktigt kaxigt men de andra utrymmena håller inte. Mycket betong och att bara stå och långa varmkorv håller inte. Vi själva kör bufféer – låter folk hämta själva. Det är tidsoptimerat och bra logistik. Och vi

talar mat med hög kvalitet (Percy är själv involverad i recept och menyer).

–Arenans logistik och läge är av yppersta vikt. Flödet till och från arenan måste fungera liksom självklart flödena inhouse av varor och människor.

Malmö har nu två arenor: Swedbank Stadion och Malmö Arena. Vilken är kaxigast?

–Jag säger inget om arenarummet i Swedbank Stadion – det funkade. Resten är skit – snålheten har bedragit visheten.

Om vi jämför ekonomin?

–Swedbank Stadion fick ett räntefritt lån av Malmö kommun. Idag går MFF ändå med 36 miljoner i förlust. På oss tjänade istället kommunen 250 miljoner när jag köpte marken vid

Hyllie av dem inför arenabygget.

Ängrar du något kring ditt arenabygge?

–Är det något jag möjligen kunde ångra är det antalet loger. Mer publik kunde tagits in om vi minskat på antalet loger och vi hade då haft större kapacitet än Globen.

Hur ser du på idrottskulturen i Malmö?

–Fotbollskulturen är väldigt stark idag men hockeyn är minst lika stark. Vi snittar på 6000 per match och när t.ex. Djurgården kom satt 9000 på läktarna. Det som saknas är ett elitseriekontrakt.

–Vi har lojala sponsorer och en bra organisation. Vi saknar ett slagkraftigt lag. Tidigare hade vi ett bra lag men ingen organisation.



FAKTA PERCY NILSSON

Titel: Entreprenör. VD för Parkfast AB

Ålder: 69

Bor: Höllviken i Vellinge Kommun

Familj: Sambon Lotta (giftermål i december). F d fru och två barn

Utbildning: Snickare

Intressen: Jakt, fiske och sport. Spelar själv golf och tennis. Bommar inte en hockeymatch. Matlagning (delaktig i arenans menyer och äger arenarestaurangen Percys Restaurang & Bar). Snickrar hemmavid.

Äter: Husmanskost. Skånska köttbullar (100% fläskfärs). Wallenbergare. Pannbiff. Sill.

Dricker: Öl och snaps. Förr var det byggmästargrogg (vodka & Coca Cola "inte så nyttigt i längden").

Läser: Bokslut

Kör: Porsche. Mercedes. Jeep.

Röstar på: Alltid S i kommunalvalet och nuförtiden borgerligt i riksdagsvalet.

Idol: Ingen. Som ensamvarg försöker jag göra sakerna själv.

Favoritklubb förutom Redhawks: IFK Ystad. Ser upp till Färjestad – en välskött klubb!

Civil karriär: Snickare från 15 års ålder. Lagbas vid 19. Anställdes vid byggfirman Otto Magnusson AB vid 20. Bildade PNB (Percy Nilsson Bygg) vid 21. Sålde företaget

1989 innan fastighetskraschen. Flyttade till Belgien av skattetekniska skäl pga den stora reavinsten. Flyttade tillbaka 1994 och köpte tillbaka 50% av bolaget -94 och sålde sin del efter en del rättsliga turer 2003. Planerar från 1997 bygget av Malmö Arena och den kringliggande arenastaden i Hyllievång eftersom kommunen inte ville bygga ut ishallen inne i stan. Köper 2001 mark av kommunen för 250 miljoner och säljer den strax senare till Steen & Ström för 570 miljoner som ska utveckla handelsplatsen Emporia. Vinsten blev grundplåten till arenabygget.

Sportslig karriär: 1984 vald till ordförande för Malmö IF. Sanerar ekonomin. Storsatsar på spelarköp 1988. Tar MIF upp i Elitserien 1990 och erövrar SM guld 1991

och 1994. Investerat sammanlagt över 100 miljoner kronor i klubben som samtidigt är hyresgäst i hans egen arena. Även stöttat Ystad handboll.

Styrelseuppdrag: Parkfast AB, Otto Magnusson AB, Excito Electronics AB, EcoFlame. Hedersordförande i Malmö Redhawks.

Äger: 10-12% av aktierna i Malmö Redhawks.

Söker: Bygglov för arenahotell som genom en gångbro ska ansluta till Malmö-mässan.

Favoritarena: 02 i London.

Drömevent: Vinter OS

Hur ser du på det slutna serieupplägget i Elitserien?

–Så länge det sitter tolv gubbar och bara tänker på sig själva och inte på att vitalisera ligan för publikens skull så kommer ingenting att hända. Det här kan bli en mycket farlig strategi på sikt för svensk hockey. Elitserien har börjat tappa publik. Jag tror att KHL när konjunkturen börjar vända uppåt igen kommer plocka över andra europeiska lag till sin liga. Jag är den förste att rösta för en anslutning till KHL om chansen gives. Här i Malmö vill publiken se bra hockey oavsett namnet på ligan.

Hur ska nu Redhawks ta sig tillbaka oavsett serieupplägget?

–Det talas om att man nu måste satsa på yngre spelare och på ökad ungdomsverksamhet. Jag tror man måste ha en mix.

–Vi måste satsa på etablerade spelare först som sedan blir framgångssymboler för de yngre som lockas till sporten.

Tror du att en hockeyversion av Zlatan kommer födas i Malmö?

–Du de växer inte på trän – visst fostrar vi spelare som Calle Söderberg, Frans Nilsson och Lilja men med Zlatanklass...njäe.

Vad var det som gick snett under Hugo Stenbecks tid med klubben?

–Han kastade in pengarna men ut förnuftet. Jag försökte varna honom och sade att han måste låta folk som förstår det driva klubben. Han körde "the american way" och lade sig i både det sportsliga och ekonomiska. Vi hade en treårsplan som övergavs. Han körde sitt race och ingen av oss kunde

stoppa det. Jag var fåfång nog att försöka ikläda mig rollen som farsa för honom. Men pengarna spreds för vinden på grund av usla rådgivare från Schweiz som han hade plockat in i verksamheten.

–Det kunde blivit ett riktigt lyft men slutade med kraschlandning.

Hur mycket är du själv engagerad i klubben idag?

–Jag är hedersordförande men sitter inte i styrelsen eftersom jag samtidigt är hyresvärd. Jag ger dem en alldeles för låg hallhyra och köper ett sponsorpaket i det så kallade "Diamond Club"-segmentet.

Hur ser du på Malmös framtid som kommun?

–Mycket ljus. Tar vi Hyllieområdet kommer byggena här att generera mycket pengar till kommunen. Redan nu har man sålt mark för 450 miljoner och man har ytterligare 310 hektar säljbar mark. Man tar 2500 kronor per kvadratmeter och bygger på höjden. Det blir mycket pengar. Bara köpcentrat Emporia inbringade 250 miljoner. (Emporia har kostat 4,5 miljarder att uppföra).

Och det var du som drog igång den positiva spiralen?

–Ja, lite stolt är man att ha fått vara med och påverkat Malmös positiva utveckling som framtida metropol i Öresundsregionen. Det blir häftigt nästa år med först Eurovision Song Contest då vår arena är i centrum för cirka 300 miljoner europeiska TV-tittare och sedan juniorhockey-VM som kommer att följas av miljoner i Nordamerika.

Handen på hjärtat Percy – är det för mycket sport i idrotten?

–Där sade du något. En hand på hjärtat och den andra med ett "hjärngrepp" om plånboken så borde det fungera. Men så funkar det inte alltid. Titta på mig själv, kanske får jag en dag tillbaka något av allt jag investerat här i Malmö, avslutar Percy med ett leende. ■

TEXT GUSTAF BERENCREUTZ



FAKTA ARENASTADEN

Läge: Hyllie

Bostäder: 2 500 planerade fram till 2015

Kontor: För ca 9 000 arbetstillfällen planerade. Fler under byggande.

Köpcentrum: Emporia. Skandinavien största på 100 000 kvm och 220 butiker. (Borde lagom till melodifestivalen döpas om till Euphoria).

Kommunikationer: Se fakta arenan ovan.

Mässa: Nybyggd mässhall på över 20 000 kvm för mässor och kongresser.

FAKTA MALMÖ ARENA

Invid: November 2008

Ägare: Parkfast Arena AB

Publikkapacitet: 15 500

Bruttoyta: 61 000 kvm

Andel kontor: 7 000 kvm

Takhöjd: 22,5 meter

Antal loger: 72 varav 28 är sålda som bostäder för i snitt 5 MSEK. De övriga skräddarsys efter typ av event.

Antal barer & fastfood: 20

Restaurangkapacitet: 3 600 platser (upphöjd efter utökad kapacitet)

Handikapplatser: 53

Toaletter: 370 st

Byggbkostnad: 937 miljoner

Årlig driftskostnad: 45 miljoner

Beräknad totalomsättning: 75-80 miljoner/år inklusive restaurang, catering, kontor, evenemang och uthyrning av istid. Av dem evenemangsinträder: 25-30 miljoner/år. Målet är 130 evenemangsdagar per år.

Soliditet: 52%

Evenemang: Malmö Redhawks hemmaarena. Finalen i Eurovision Song Contest 2013, Oddset Hockey Games, juniorhockey-VM. Holiday on Ice. Konserter med allt från Tomas Ledin till Plácido Domingo.

Kommunikationer: Tågstationen Hyllie. 7-9 minuters restid från Malmö Central med avgångar därifrån var tionde minut. Två ringvägar. Bussterminal för både region- och lokalbussar med anslutning till Sturup. Från Hyllie går tåg även till Köpenhamn inklusive Kastrup var 20:e minut. Restid 12 minuter.

Hemsida: www.malmoarena.com

falun.se/



Vi bygger Sveriges nya nationalarena

Falun är en av landets bästa evenemangsstäder och just nu kraftsamlar hela staden inför skid-VM 2015: Lugnetarenan uppgraderas till nationalarena, näringslivet sluter mangrant upp i nätverket Beyond Skiing samtidigt som fler och fler elitidrottare flyttar hit. I Falun vet vi av erfarenhet att stora evenemang skapar tillväxt och framtidstro. Därför vågar vi satsa stort. Vill du också uppleva kraften av stora idrottsevenemang? Välkommen hit – som åskådare, företagare eller invånare.



6 TEMA ISHOCKEY



Hockeyns utmaning 2013:

Biljettförsäljning

Internationell ishockey på hemma-plan, rätt utfört, stimulerar hockey-intresset och fyller på förbundets kassakista. Dubbelspelet kring VM med ärkefienden Finland skulle ge två raka klang- och jubelföreställningar, men eftersnacket kom mest att handla om havererade biljettstrategier. Men Sverige har inom en snar framtid nu tre chanser att vända trenden från ifjol för att lyckas sälja biljetter och vinna finaler.

–Det är fel att säga att vi drivs av revansch-lust, utan mer av utmaningen, säger Tony Wiréhn, ny generalsekreterare för VM-organisationen sedan den första september.

–Mycket fungerade väldigt bra sportsligt och arrangörsmässigt. VM sågs av 937 miljoner tittare i 114 länder och TV 4 hade fantastiska miljonsiffror.

Utmaningen bottnar i biljettfiaskot och halvfyllda läktare i Ericsson Globe. Biljettstrategin är radikalt omgjord.

–En av de viktigaste slutsatserna är att pakettförsäljning inte fungerar i Sverige, ordet paket är bannlyst. Alla biljetter går att köpa singelmässigt med rabatt vid köp av fler matcher. Priserna är också satta så att en vanlig familj ska kunna gå på en match för under 1 000 kronor. Sverige–Slovakien blir en familjematch där alla biljetter kostar 195 kronor oavsett plats.

Kravet på ett rejält omtag kommer även från sponsorer. Svenska Spel skjuter årligen in 50 miljoner kronor i svensk hockey och har produkter som påverkas direkt av publikintresset.

–Jag var på plats, det var för lite folk och tomma läktare vill vi inte ha, det är nog alla överens om. Målet tillsammans med nya organisationen är att vi ska fylla alla platserna till nästa VM. Vi kommer använda våra



Generalsekretereraren för hockey-VM, Tony Wiréhn, och Malin Eldh på VM-kansliet har nu bråda dagar.

kanaler för kunderbjudanden och främst Spelkortets kanaler som vi inte utnyttjade ifjol, säger Håkan Andersson nyutträd sponsoransvarig på Svenska Spel.

Överoptimistiska hotellbokningar

Scandic som sedan 15 år är en trogen ishockeysponsor kan direkt avläsa publik-suget i bokningssystemet.

–Det kommer bli mycket mer trafik för oss under VM 2013 i och med att finalspelet går i Sverige. Scandic jobbar tajt med förbundet utifrån en handlingsplan för att fylla arenorna under kritiska matchdagar. Vi erbjuder attraktiva priser på hotell ut- anför city som ungdomslag kan bo på ihop med kraftigt rabatterade biljetter från förbundet, säger Mathias Kemi, sponsoransvarig.

Hotellaffären för ett mästerskap grundar sig på ett antal fast förhandsbokade rum åt landslagen, media, sponsorer och delegater. Därtill kommer blockade rum för inkommande supportrar gjorda av bokningsbolag som marknadsför VM-paket. Problem kan uppstå när arrangören och bokningsbolagen missbedömer efterfrågan.

–Vid stora mästerskap infiner sig ofta en hybris kring antalet rum som behöver blockas i förväg. Det hände nu senast under OS i London och vi har själva råkat ut för

det vid flera tillfällen. Blocken måste vara mer verklighetsförankrade, annars måste en stor volym släppas tillbaka på marknaden. Då hinner vi inte fylla upp igen, det blir färre åskådare, färre hotellnätter och staden förlorar pengar på uteblivna skatt- och momsintäkter.

Junior-VM och Oddset Hockey Games till Malmö

Malmö är en ung evenemangsstad som tagit upp kampen om turisterna och hotellnätterna. Percy Nilsson förlorade kampen om ishockey-VM, men hans Malmö Arena tog hem två mindre turneringar.

–Vi har förhandlat länge med Svenska Ishockeyförbundet om möjligheten att flytta Oddset Hockey Games utanför Stockholm. Nu får vi evenemanget för första gången 2013 och vi vann pitchen om junior-VM. Det är det bästa scenariot vi kan önska oss med Oddset Hockey Games som skapar hockeyintresset och medial uppmärksamhet kring internationell ishockey i Malmö. Det blir ett perfekt genrep inför junior-VM, säger Peter Ek, ansvarig för sport- och affärsevenemang vid Malmö Arena.

Nu väntar samma utmaning för arrangörerna att fylla VM-arenorna. Visserligen finns en luttrad supporterbas till Malmö Redhawks och Rögle, men Småkronorna måste gå hem hos de breda massorna.

–Att få till en folkfest under junior-VM är jätteviktigt. Vår biljettstrategi går ut på att ha en vettig prissättning som gör att alla kan komma till arenan. Vi har inga paket utan säljer lösbiljetter till alla matcherna. Biljetterna är dagsbiljetter vilket erfarenheterna från handbolls-VM visade var viktigt för att kunna fylla de matcher som inte var de mest intressanta. Priset utgår från 100 kronor och uppåt, som familj ska du känna att det är jämförbart med en bio- eller bowlingkväll.

–Hockeyn är en viktig produkt för oss, och folk i Malmö är inte bortskämda, det finns ett sug efter att gå på evenemang.

ODDSET HOCKEY GAMES

ODDSET HOCKEY GAMES 2013

Datum: 7–10 februari

Värdstad: Malmö

Arena: Malmö Arena



ISHOCKEY-VM 2013

Datum: 3–19 maj

Värdstäder: Stockholm och Helsingfors

Arenor: Ericsson Globe och Hartwall Arena

JUNIOR-VM 2013/14

Datum: 26 december–5 januari

Värdstad: Malmö

Arenor: Malmö Arena och Malmö Isstadion



Tony Wiréhn vill också skapa en folkfest i huvudstaden. Marknadsföringskampanjen, signerad PS Communication, bygger på temat folkfest, engagemang och glädjen av att göra saker tillsammans.

–Det enklaste sättet att skapa en folkfest runt Globen är att fylla Globen. Vi kan ha världens bästa Fanzone, men om är det är tomt på läktarna hjälper inte det. Prio ett är att fylla Globen.

Stockholms stad ska inte gå miste om att göra världens största årligen återkommande vintersportevenemang till en fest vid andra upplagan.

–Vi har tillsammans med förbundet gått igenom alla möjliga varianter hur vi kan hjälpa till. Det handlar om allt från citydressing till att sprida ut evenemanget på fler platser för att det ska synas att det är ishockey-VM i stan. I vissa fall är det en kostnadsfråga och i andra lägen kan staden ställa upp med saker gratis. Kulturhusets fasad kommer exempelvis att dressas upp med en hockeytröja. Den här gången kommer det bli betydligt synligare och bättre, säger Peter Lindqvist, VD Stockholm Visitors Board.

VM ett högriskprojekt

Biljettförsäljningen är den helt avgörande intäktskällan för förbundet. Till våren spelas 34 matcher i Ericsson Globe med vardera 10 000 säljbara biljetter.

–Biljettintäkterna är A och O. Vi kan inte i vår vildaste fantasi se att alla 340 000 biljetter säljs, men vi har gått ner på varje match för att analysera hur många biljetter vi tror oss kunna sälja. Det är inget självspelande piano att få gemene man lyfta från saker i majtider bara för att paketen är borta och biljetterna är billigare, men vi ska göra vad vi kan säger Tony Wiréhn med tillägget:

–Finland hade en kostnadsmassa på cirka 19 miljoner euro för VM 2012. Har du kostnader på 160–170 miljoner innan det börjar bli ett överskott är det klart att ett VM, helt utan garantier, är ett högriskprojekt. ■

TEXT JOHAN THORÉN



Nicklas Bäckström betalar tillbaka

De svenska idrottsmiljonärerna blir allt fler. De flesta är hockeyspelare med hemvist i NHL eller fotbolls-spelare i de kontinentala storklubbarna.

Efter några framgångsrika år återvänder de hem välbeställda för resten av livet. En del blir entreprenörer och investerar i olika verksamheter. Andra bygger jättelika villor åt sig själva och njuter av den nyvunna friheten. Några inser att de har råd att dela med sig och uppträder som sportens filantroper.

En som förenar alla dessa roller och gör det redan under sin aktiva tid är Nicklas Bäckström, playmaker i Washington Capitals sedan 2007. Han har med hjälp av sin far Anders Bäckström bildat ett företag med namnet Nickback Invest. Det har investerat i ett hyreshus i Gävle och en stor grosshandlarfastighet som håller på att förvandlas till en exklusiv konferensanläggning. För egen del har han låtit bygga en villa vid havet för 13 miljoner.

Men det som gör att det finns anledning att lyfta på vinterluvan är hans omsorg om sin moderklubb. Inte Brynäs som de flesta kanske tror, utan lilla Valbo Hockey Club i Gästrikland. Det ursprungliga namnet var Valbo AIF, men efter en tid bröt sig hockeysektionen ut och bildade en självständig förening.

1999 byggdes ishallen och det blev svårt att få ekonomin att gå ihop. En sponsor behövdes och den döptes om till Toyotahal-

len. 2008 namnändrades den till Borr & Tång Arena. Men den ekonomiska osäkerheten var stor ända till förra året då "Bäckis" gick in som officiell sponsor och hallen döptes om till Nickback Arena. "Det känns rätt att ge lite tillbaka. Jag började spela hockey här och det kommer jag aldrig att glömma", sade Nicklas Bäckström när femårsavtalet var ett faktum.

"Vi är jätteglada", säger klubbens ordförande Per Persson till Sport&Affärer. "Det här betyder mycket för hela bygden. Och dessutom har "Bäckis" bekostat ett nytt gym i hallen där ungdomarna kan styrketräna".

Men Nicklas Bäckström nöjer sig inte med detta. Han har också startat en stiftelse, Gefle Sports and Future Foundation, som förra året skänkte 100 000 kr till barnkliniken på Gävle sjukhus. Pengarna kom från en årlig golfturnering som stiftelsen anordnar i samarbete med Gävle GK. Eftersom den inbringade 135 000 kr räckte pengarna även till golf- och ishockeystipendier till lovande ungdomar.

I en tid präglad av tilltagande egoism är det glädjande med sådana här initiativ. Mitt i karriären ställer en av Sveriges bästa hockeyspelare upp för sin gamla hembygd. Må hans exempel mana till efterföljd på bred front. ■



UNO GRÖNKVIST,
FÖRFATTARE OCH
SPONSRINGSEXPERT



Av Gunnar Persson
december 2012

Svensk ishockey är på god väg att hamna i koma. Elitserieklubbar som Frölunda, Färjestad och AIK har vardera tappat mellan 10 och 15 procent av sin fjolårspublik. För stockholmslagets del kan det förklaras med att det hittills gått uselt. Men när det gäller åskådarmässiga draglok som Göteborg och Karlstad – där klubbarna så här långt har parerat i mitten av tabellen – tyder publikens frånvaro på någonting annat.

Frölunda och FBK har hittills presterat acceptabelt, men inte mer. De behöver heller inte göra mera, med den spelordning som råder. Det viktiga är att ha chans på topp-fyra när det hela drar ihop sig framme i vår. Så har det varit i många år. Då är det kanske ingen större överraskning att den hittills trogna publiken till sist genomskådat Elitseriens närmast oförskämda bekvämlighetsupplägg.

Hela klungan av klubbar joggar i flock genom åtminstone 50 av seriens 55 omgångar. Det är först på slutet som febern stiger, men bara på nedre halvan. I det läget har nämligen topplagen för länge sedan säkrat sina slutspelsplatser.

Svenska Hockeyligan tog dessutom tidigt ett kollektivt beslut om att avstå förstärkningar från lockoutade NHL. Eftersom den inbördes solidariteten är noll (klubbarna i ligan lever ju av att lura varandra), så har det beslutet inte efterlevts helt och hållet. Skadedrabbade lag

som Frölunda och MODO har tagit in NHL-spelare. NHL-förstärkningar före jul – eller så långt det är möjligt med tanke på utvecklingen borta i USA – hade möjligen kunnat höja glansen på Elitseriens glåmiga lunk.

Men det besväret ville merparten av klubbarna inte göra sig. Problemet är att våra bästa spelare finns i NHL och att Sverige i vår arrangerar VM. Det hade kanske varit klokt av Elitseriens klubbar att engagera sig mera i svensk ishockeys väl och ve. Insatserna i Karjala Cup visar att de NHL-spelare som tagits emot av klubbar i Allsvenskan inte har tillräckligt bra speltempo för att hävda sig i internationell konkurrens.

Alltså: Elitserieklubbarnas nej till NHL-spelare har redan kostat miljoner i uteblivna biljettintäkter. I förlängningen kostar det förbundskapten Pär Mårts och Tre Kronor en lagstomme till den kommande VM-turneringen.

Elitserieklubbarna behöver en rejäl spark därpå. Publik tappet kanske är vad som behövs för att ändra tankebarnorna, både vad gäller NHL och Elitseriens spelform. Sport & Affärer har fört fram tanken förr och gör det igen: Ändra till två grupper med åtta lag i varje. Alla möter alla, men precis som i NHL så har varje grupp ett slutspelsstreck att fajtats kring! ■



Eva-Maria Elstner

Mycket står på spel för Skoda. Det tjeckiska bilmärket laddar inför sin största produkt-offensiv någonsin med målet att 2018 sälja totalt 1,5 miljoner bilar. I Sverige genomförs en omorganisation och till våren tillför Ishockey-VM på hemmaplan extra marknadstryck.

Skoda växlar upp inför VM

–Hockeysatsningen i sig kommer inte påverkas av att vi slår ihop produkt och marknad till en avdelning, säger Eva-Maria Elstner, produkt- och marknadschef på Skoda Sverige sedan första oktober.

Tempot skruvas upp hos landets 71 återförsäljare när en ny bilmodell ska lanseras var sjätte månad. Draghjälp finns att hämta i 15-talet klubbavtal i Elitserien, Hockey-allsvenskan och Division 1.

–Det är en fin möjlighet med regelbundna matcher lokalt. Våra återförsäljare får i hockeyarenorna goda möjligheter till aktivering och kan visa upp nya produkter mot målgruppen på en naturlig mötesplats utanför bilhallarna. Centralt har vi en form för hur vi önskar att samarbetet ska se ut lokalt med bland annat nätverksträffar, provkörningsaktiviteter och bilerbjudanden.

Skoda är huvudsponsor till Svenska Ishockeyförbundet och via "Hockeyfonden" har ungdomslag fått utrustningsstöd till ett värde av en miljon kronor under första året.

–Hockeyfonden är ett sätt för oss att stötta svensk hockeys framtid, att ge något tillbaka, samtidigt som vi får möjlighet att prata med vår målgrupp.

Målet är att skapa snackisar

Ishockey-VM har funnits i sponsringsportföljen sedan 1993.

–Tittar vi på sponsormätningar var Skoda överlägset det varumärke som flest kopplade ihop med årets ishockey-VM. Vi hade säljkampanjer och en stor aktivering på Stockholms Central under två veckor som genererade närmare 50 000 provsittningar.



Skoda exponeras tydligt i hockeysammanhang.

–Kommande VM blir en viktig plattform. Vi lanserar och visar upp nya Octavia både på arenan och vid andra hotspots. Även online blir en viktig kanal för aktiveringar som kan få spridning i sociala medier. Målet är att göra aktiviteter som folk vill prata om, avslutar Eva-Maria Elstner. ■

TEXT JOHAN THORÉN



TRE SNABBA FRÅGOR AV PIERRE EKLUND

SVEN-ÅKE WIKERS, VD FÖR ARENAPROJEKT

1) Hur fick ni uppdraget att analysera arenabehovet till OS-ansökan 2022?

– I ett första skede behövde Oslo en utvärdering av de befintliga arenorna och kalkyler och volymer på de nya som måste till. Man valde norska LINK arkitektur som vi samarbetar med. Vårt uppdrag blir först att besiktiga arenorna som användes för ishockey, konståkning, short track, skridsko och curling under OS i Lillehammer. Detta om det eventuellt kan bli tal om att dela på arrangemanget mellan Oslo och Lillehammer.

2) Vad är din syn på arenaläget i Oslo?

– I dagsläget finns inga moderna arenor i Oslo. Det är en stor skillnad idag på dagens kravspecifikation mot de som gällde för OS 1994.

3) När ska analysen vara klar?

– Det är flera steg. I februari ska vår analys sammanställas och sedan ska ett beslut tas om Oslo ska söka OS och vilka arenor som isåfall behöver uppgraderas eller ersättas med nya. Vi ska vara tillgängliga i fyra år om Oslo går vidare med sin ansökan.

Snö bra underlag för sport och affärer

Rekordmånga deltagare under Vasaloppsveckan, över en miljon tittare på Vinterstudion och några av världens främsta idrottsmän och kvinnor inom sin idrott. Svensk skid- och snowboardåkning berör och engagerar på alla plan.

KRÖNIKA AV MATS ÅRJES

MATS ÅRJES, ORDFÖRANDE I SVENSKA SKIDFÖRBUNDET OCH VD/KONCERNCHEF SKISTAR AB.

Så här i början av december när vintern precis har börjat i stora delar av landet och flera månader av skid- och snowboardåkning ligger framför oss är förväntan stor. Och det oavsett om du njuter av att staka dig fram i vita spår i skenet av elljus, kasta dig ut bland hopp och räcken i en av våra otaliga snöparker eller om du trivs bäst i soffan framför André Pops som guidar dig mellan branta pister i Alperna och svettiga sprintlopp i stadsmiljö. Intresset för skid- och snowboardåkning kan se ut på många olika sätt och det är också det som är vår styrka.

Bokningsläget bättre än ifjol

Efter en nyckfull inledning på fjolårets vinter ser det desto mer lovande ut i år. I Åre i alpina nationalarenan går snökanonerna varma och redan i december bjuder vi upp till världscuptävlingar på hemmaplan för våra alpina damer. I fjol blev det stor succé just här då vi hade fem svenskor bland de tolv främsta och tre av dem åkte snabbast av alla i det andra åket. Det är också i jultider som många gäster åker ut till våra anläggningar för att fira högtiderna i vintermiljö och med möjlighet att utöva aktiviteter i backarna, våra snöparker och i skidspåren. Redan nu ser bokningsläget i anläggningar betydligt bättre ut än vad det gjorde i fjol. Julen i år med fler lediga dagar har en positiv inverkan och fortsätter det som det ser ut nu kan det bli en riktigt bra vinter.

Hälsövågen växer

Den hälsotrend som nu pågår, och som har pågått ett längre tag, i Sverige är unik och påverkar oss i högsta grad på ett positivt sätt. Hittills har vi aldrig upplevt något liknande när det handlar om hälsa. Antal deltagare

under Vasaloppsveckan slår rekord från år till år och samma mönster syns i flera av de stora motionsloppen. Hälsotrenden sätter tydliga spår även på marknaden och försäljningen av både kläder och material som skidor, pjäxor, hjälmar, goggles och valla ökar. Det ställer också krav på oss att ha butiker på anläggningarna med brett utbud och kunnig personal. I dag lägger människor både tid och pengar på att hålla sig i form. Medierna hänger på träningstrenden och skriver ”kom i form-artiklar”. Hälso bloggarna har fullständigt exploderat de senaste åren och mattips för ett sunt leverne finns i överflöd. Mycket handlar om att komma tillbaka till naturen och att leva sunt. Att få njuta av underbar natur och frisk fjälluft är något som vi önskar att så många som möjligt ska få chansen att uppleva och Svenska Skidförbundet har valt att jobba aktivt med just detta.

”Alla på snö”

I samarbete med Skistar och ICA driver Svenska Skidförbundet nu projektet Alla på snö. Projektet har som mål att alla elever i årskurs 4 ska få prova allt det roliga, rörliga, sköna, fartfyllda och häftiga med snö. Långsiktigt ska Alla på snö göra snöglädje till en självklar erfarenhet för fler barn och nya generationer som annars kanske inte skulle få möjligheten att utveckla ett intresse för vintersport eller få vara med om naturupplevelser på snö. Vintern 2011/2012 fick nära 8 000 barn i tioårsåldern möjlighet att komma i kontakt med snö på ett eller annat sätt. Projektet gick även till final i FIS, Internationella Skidförbundets, Snow Kids award och av 21 länder blev det en fin fjärdeplats till Sverige. Med det i bagaget känns det extra motiverande att köra vidare. Målet är att 16 000 tioåringar runt om i Sverige ska få chansen att glida på snö

och vara en del av FIS World Snowday den 20 januari 2013. För oss handlar det självklart också om framtida rekrytering. För att kunna ha en elit måste det finnas en bredd. Har ungdomarna väl fått prova på olika sätt att aktivera sig i snön ska det vara en självklarhet att klubbarna och anläggningarna finns där och tar vid när ett fortsatt intresse visar sig.

Tre mästerskapsår på raken

Med start vintern 2012/2013 inleds en period med tre mästerskapsår på raken för Svenska Skidförbundets grenar. Det börjar med VM i februari/mars 2013 för alpint, längd, freestyle, skicross, puckel, backhoppning och slopestyle. Vintern 2014 fortsätter det med OS i Sotji i Ryssland och 2015 blir ännu ett VM-år där höjdpunkten självklart blir det nordiska VM som arrangeras på hemmaplan i Falun. Vi har gott om profiler och medaljkandidater i våra grenar. Som Charlotte Kalla och Marcus Hellner inom längd, André Myhrer och Jens Byggmark inom alpint, Anna Holmlund i skicrossbanan, Niklas Mattson på snowboard, Jacob Wester som satsar mot OS i slopestyle på skidor, Per Spett som voltar i puckelpisten och backhopparen Carl Nordin. Deras framgångar sprider självklart ringar på vatten och är en viktig faktor för oss. Medieintresset, framför allt för de ”nyare” grenarna som skicross och slopestyle växer och därmed når vi också en lite yngre målgrupp där intresset ser annorlunda ut än för våra klassiska grenar som alpint och längd.

Kidsen viktiga pådrivare

Flera av våra freestylegrenar inom både snowboard och skidor bygger på spontanidrottande och nytänkande och de grenarna växer allt mer. IOK, Internationella olympiska kommittén, meddelade under

försommaren 2011 att slopestyle på skidor och snowboard blir ny OS-gren i Sotji 2014. Sverige har framstående åkare i båda grenarna och chansen att ta medalj där räknas som god. Inom snowboard utökas nu satsningen på den ”nya” grenen och inom skidor anställdes en ny sportchef som är i full gång att bygga upp en verksamhet i en sport där Sverige alltså redan i dag har några av världens bästa åkare. Alla ungdomar och kids som hänger i parkerna i våra anläggningar är en stor och viktig faktor för oss. Vi måste ta tillvara på deras intressen och se till att möta dem på deras egen planhalva. Att starta en förening och organisera sig har de inget större intresse för. De vill åka skidor och bräda och hänga med kompisarna. Kanske tävla om det är avslappnat och kul. I dag finns det knappt en anläggning som inte erbjuder i alla fall några velodromkurvor, hopp och räcken som det går att raila och jibba på. Det blir ett komplement till den klassiska alpina skidåkningen vilket är ett steg i rätt riktning.

Liftkort en miljardindustri

Enligt SLAO, Svenska liftägares organisation, såldes skipass, eller liftkort, för 1,1 miljarder kronor under förra året vilket gör vintern i fjol till den fjärde bästa någonsin. Detta trots den snöfattiga inledningen. Snö och vintersport finns i våra gener och har en väl förankrad tradition i Sverige. För oss gäller det att förvalta och utveckla det intresset på bästa sätt. En nog så betydelsefull uppgift.

Med hopp om en snörik vinter och härliga framgångar för alla våra grenar i både VM och världscupen. ■



TRE SNABBA FRÅGOR

AV PIERRE EKLUND

ROBERT ARVIDSSON, MARKNADSCHEF PÅ TEAM SPORTIA

1) Vilka sponsorkontrakt har ni inom vinteridrotterna?

- Vi är Teamsponsor för längdskidåkningslandslaget, herr och dam och sponsrar även En Svensk Klassiker som har längdskidåkning som ett av delmomenten.

2) Hur aktiverar ni er i samband med dem?

- Vi jobbar aktivt med åkare och vallaexperter i kommunikation och marknadsföring. Dessa deltar även vid längdträffar och vallakvällar i våra butiker.

3) Vad förväntar ni er av den kommande vintersäsongen?

- Att vi utvecklar och aktiverar våra samarbeten ännu mer och att längdlandslaget skördar sportsliga framgångar. Detta gör att även Team Sportia exponeras för kunder och media.



FOTO: JONAS HASSELOREN

Idrottskommuner med visioner

Under alpina VM 2008 och VM i skidskytte 2009 fick vi upp ögonen för Åre och Östersund som mästerskapsstäder. Även i vinter är pärlbandet av tävlingsupplevelser många. World Cup, skidskytte, alpint, skicross, puckelpist, Jon Olsson Invitational och finalen i Ski Classic är bara några av godbitarna.

Detta ligger delvis i linje med Vision 2020, där näringslivet i Åredalen och kommunen har enats om en gemensam framtidsvision. Om åtta år ska Åre vara Europas mest attraktiva alpina året runt-destination.

–Vision 2020 stakar ut Åres framtida utveckling. Idrotten har stor betydelse för evenemangen. Att skapa evenemang är enda sättet att öka turismen, säger Jan Andersson, näringslivschef i Åre kommun.

Just nu samagerar man med Östersunds kommun i innovationssystemet Peak innovation. Projektet startade 2009 och är en satsning på att Åre/Östersund-regionen ska bli världsledande när det gäller business på turism, sport och friluftsliv.

–Här i regionen finns de bästa förutsättningarna. Vi försöker få regionens aktörer att inse vilket utvecklingslokomotiv som turism, sport och friluftsliv utgör; och utifrån denna kunskap prioritera hur exempelvis utvecklingsresurser fördelas, säger Peak Innovations vd Lasse Lindqvist.

Forskning och affärsutveckling i samverkan skapar fler jobb. Vilken roll spelar idrotten?

–Det är viktigt att använda eliten som kunskapskälla till att kommersialisera forskningsresultaten, så att de kommer samhället till nytta. Det eliten gör och använder, vill vi motionärer nyttja, nästan oavsett pris. Här är vi världsledande forskningsmässigt inom vintersport, och då främst skidsport, men ska nu också bli det vad gäller kommersialiseringen av dessa resultat.

SOK satsar stort

SOK är involverat i en storsatsning på Mittuniversitetet och Nationellt Vintersportcentrum. Tillsammans med Östersunds kommun satsar SOK flera tiotals miljoner kronor under fyra år. Satsningen omfattar längd-, skidskytte-, skridsko-, freestyle- och snowboard- och det alpina landslaget.

Peter Reinebo, sportchef på SOK, ”tror definitivt” att investeringen betalar av sig i form av fler topplaceringar de närmaste åren.

–Det är ett smart sätt att hitta en

lösning. Vi har ett universitet som har en vilja och en nytta av att ha en spetsverksamhet samt en profil utåt. Universitet har fått mycket forskning gjord, sen har de också profilerats och synt. Det är bra för universitet och regionen. Det är kostnadseffektivt, en smart win-win-situation.

Varför är det viktigt att ligga i framkant när det gäller forskning och utveckling?

–Träningen har utvecklats under många år, men inom den mer evidensbaserade utvecklingen finns det fortfarande mycket att göra. Materialområdet har på senare år haft en stark utvecklingskurva. Det måste finnas god kunskap för att exempelvis kunna skräddarsy ett unikt skydd. Några länder satsar mycket resurser på många idrotter, andra länder satsar på några profilidrotter de har. En del har stöd från staten som gått in med mycket pengar. Ska vi hänga med i den konkurrensen måste vi veta vad nästa steg är och skaffa sig ett halvår, ett års försprång.

85 procent av skidolympierna från Skidförbundets gymnasium

Att även Svenska Skidförbundet har fina anor med skidgymnasier i regionen är ingen tillfällighet. Ifjol flyttade Svenska Skidförbundets alpina verksamhet till Åre.

–I Östersund finns tränings- och tävlingsbanor som håller världsklass. I Åre har vi världscup i alpint varje år och backarna håller uppenbarligen bra klass där. Sedan verksamheten blev stationär och inrättades med Riksidrottsförbundet har 80–90 procent som hamnat i landslaget kommit via våra skolor, säger Per-Åke Yttergård, nationell chef.

I OS i Vancouver hade 85 procent av deltagarna i de olympiska skidgrenarna bakgrund från något av Svenska Skidförbundets riksidrottsgymnasium.

När det gäller den ständiga knäckfrågan, om Östersund/Åre är redo att arrangera ett vinter-OS i framtiden, ger Lasse Lindqvist ett konkret svar.

–Idrottsligt är det ju självklart, men



Lasse Lindqvist



Per-Åke Yttergård



Jan Andersson



Peter Reinebo



FOTO: BILDBYRÅN



FOTO: BILDBYRÅN

Åre och Östersund vill tillsammans bli världsledande inom turism, sport och friskvård.

det är inte en regional fråga utan en nationell strategisk fråga. Har vi en internationell ambition och vill arrangera ”Mässornas Mässa”? Vill vi investera i Sveriges framtid och bli mer exporterbara för en fortsatt utveckling av vår välfärd? De miljarder som Sverige behöver investera i ett vinter-OS kommer att lyfta basnäringen besöksnäringen och nationen avsevärt. Denna investering är relativt liten jämfört historiskt med vad Sverige investerat över tid i andra näringar som varvs-, bil-, textil- och gruvindustrin. ■

TEXT HENRIK LENNGREN

Fotnot: Skidbackarna i Årefjällen lockar också SAS till en satsning. Under skidsäsongen flyger man direkt mellan södra Sverige och Åre Östersund Airport. ”Vi har under många år fått förfrågningar från våra kunder runt om i Sverige kring möjligheterna att specifikt under sportlovet kunna resa nonstop från fler destinationer i Sverige till Östersund/Åre. Vi tror att potentialen är stor att vi ska lyckas med satsningen”, kommenterar Lennart Dufva, linjeansvarig/network manager på SAS.

TRE SNABBA FRÅGOR AV PIERRE EKLUND

IRENE BERNALD, INFORMATIONSCHEF AUDI SVERIGE

1) Vilka sponsorkontrakt har ni inom vinteridrotterna?

–Vi är titelsponsor till den alpina världscupen, det alpina VM i Schladming 2013 samt den alpina världscupen i Skicross. Vi är även huvudsponsor för det svenska alpina landslaget.

2) Hur aktiverar ni er i samband med dem?

–Vi finns på plats med provkörning i de alpina orterna och bjuder in återförsäljare och kunder till tävlingarna. Sponsorskapet syns i vår reklam och genom utställningar i bilhallarna.

3) Vad förväntar ni er av den kommande vintersäsongen?

–En snörik vinter, hög quattroförsäljning och många svenskar på prispallen i alpina världscupen och VM.



10 SPONSORPROFILEN

Sponsorprofilen: Annika Bränning, Vattenfall

Vattenfall är en trogen sponsor av svensk vintersport. Vi träffade Vattenfalls sponsringschef Annika Bränning, i samband med Skidförbundets kickoff "Skidforum" på energibolagets nya huvudkontor i den expansiva arenastaden i idrottskommunen Solna.



Energirikt samarbete: Landslagsåkaren Anna Haag och Annika Bränning, Vattenfall.

Många energibolag är stora idrottssponsorer. Hur viktig är idrott som marknadsföringskanal för Vattenfall?

–75% av vår sponsring är kopplad till idrott. Idrottssponsringen skapar positiva värden på de marknader där vi är verksamma. Vi har inga butiker där vi träffar kunderna så sponsringen för oss närmare våra presumtiva kunder.

Vi sponsrar Svenska Skidförbundet sedan 1994 och 2010 inledde vi ett samarbete med det internationella skidförbundet vilket stärkt våra band med vintersport och ökat vår synlighet. För oss är vintersport tacksamt att förknippas med då vår produkt elektricitet i högre grad konsumeras under vinterhalvåret. Elen bidrar ju också på ett bra sätt till vintersporten genom belysning i spåren och backarna och till liftar och snökanoner. I Sverige är vintersport väldigt stort. Över 60% av befolkningen är intresserade av skidsport.

–Utöver Skidsporten samarbetar vi även med tre olympiska kommittéer i Sverige, Tyskland och Holland. Tillsammans med dem har Vattenfall ett talangprogram inom

både vinter- och sommaridrott. Våra viktigaste internationella marknader ligger i Tyskland och Holland så det är därför vi fokuserar på dessa marknader.

Vad präglar er sponsorverksamhet idag?

–Vi använder sponsringen som en del i vår varumärkeskommunikation. Vår ambition är att kunna stötta eliten men också att inspirera till kundernas och allmänhetens upplevelse av sporten. Ifjol lockade vår app "King of the slope" över 100 tusen att aktivera sig i slalombacken via sina mobiler. I år hade vi en liknande aktiverande app kopplat till vårt samarbete med SOK, kallad The Olympic Race. Vinnaren vann en resa till London-OS.

Hur mäter ni effekten av er sponsring?

–Vi följer upp vår sponsring kontinuerligt genom vår varumärkesmätning. Vi anlitar regelbundet SIFO.

Hur ser er sponsorstrategi ut?

–Sedan 2010 har vi en ny sponsorstrategi som bygger på att vi ska ha några få interna-

FOTO: BJÖRN TILLY

tionella partnerskap. Våra viktigaste marknader är Sverige, Tyskland och Holland. Kring dessa bygger vi upp ett sponsorpapaply med ett gemensamt koncept men med lokal aktivering. Utöver det sponsrar vi lokalt där vi har våra kunder och anställda. Icke idrottsrelaterade exempel på det är Fallens dag i Trollhättan, Jokkmokks marknad och filmfestivalen i Cottbus.

Hur aktiverar ni er sponsring?

–Det kan vara enkla saker som att ta några av talangerna i SOK:s talangprogram till huvudkontoret för att skapa stolthet hos vår personal och ge idéer till intern träning och friskvård. Det kan vara att addera ett värde åt vår säljavdelning – antalet klick för våra nyhetsbrev ökar tex när vi lägger in valltips inför skidsäsongen.

–Vi tänker 360 och genom sponsring adderar vi mervärden för personalen, för den interna kommunikationen och försäljning. Vi finns på plats runt tävlingar med event nära sporten.

Hur ser du på sponsringens framtid som kommunikationskanal?

–Jag tror att sponsring som metod växer. Alla undersökningar jag tar del av pekar på det.

Ni sponsrar vintersport och SOK. Hur ser du på ett svenskt värdskap för vinter-OS i framtiden?

–Det skulle vara fantastiskt. Sverige är ju dessutom en av våra viktigaste marknader. Det är dock ingen fråga vi driver aktivt.

Ishockey och skidskytte är andra vintersporter med mycket medial bevakning. Hockeyn kräver mycket energi till de konstfrusna anläggningarna och kan erbjuda bra representationsmöjligheter i arenorna. Skidskytte (som idag sponsras av Eon) har blivit något av en hype och ligger skidsporten nära som ni ju redan sponsrar. Kan det bli aktuellt att sponsra dessa sporter på sikt?

–Ingen orimlig tanke men vi fokuserar på de sponsringssamarbeten som vi redan har snarare än att gå in i nya samarbeten.

Ni tillhör de företag som flyttat huvudkontoret till Solnas nya Arenastad. Hur känns det?

–Bra. Lokalerna är fräscha och nu är våra kontor inte utspridda som förut.

FAKTA ANNIKA BRÄNNING

Titel: Sponsringschef

Ålder: 40 år

Familj: Man och tre barn

Bor: Danderyd

Utbildning: Civilekonom vid Handelshögskolan i Göteborg

Civil karriär: Vattenfall sedan 1997 och innan det säljare på ISL (Institutet för säljträning och ledarutveckling)

Sportslig karriär: Åker Tjevasan. Springer Tjejmilen.

Intressen: Familj, vänner, segling, skidåkning

Läser: Just nu "Änglars svar" av Stefan Einhorn

Kör: Miljömärkt Renault



FAKTA VATTENFALL

Ålder: 103 år. Grundades i Trollhättan 1909.

Verksamhetsidé: Sälja el. Vara ett av Europas ledande energibolag och ledande i omställningen av energisystemet. Idag dominerar vattenkraft och kärnkraft i Sverige men den förnybara grenen blir allt viktigare.

VD: Øystein Løseth

Omsättning: 181 mdr (enligt årsredovisningen 2011)

Resultat: 10,5 mdr kronor efter skatt 2011

Antal anställda: 34 000

Antal kunder: Närmare en miljon elhandelskunder i Sverige. Internationellt: 7,7 miljoner.

Sponsringsbudgetens andel av marknadsbudgeten: Ca 25% inklusive aktivering

Andel idrottssponsring av sponsringsbudgeten: 75%

Idrottssponsring i komprimat: Huvudsponsor för Svenska Skidförbundet sedan 1994. Vasaloppet. Internationella Skidförbundet. Sveriges Olympiska Kommitté, inklusive ett talangprogram Olympic Talent Support Vattenfall (30 lovande talanger inom både vinter- och sommaridrott. Partnerskap med Hollands och Tysklands nationella olympiska kommittéer.

Är det rentav ni som levererar elen till Friends Arena och Arenastaden?

–Ja, faktiskt. Vattenfall är Arenans energileverantör.

Vilka förväntningar har du på årets vintersäsong?

–Vi ser fram emot denna spännande skidsäsong med världsmästerskap inom både längd och alpint. Världscupen har ju börjat bra för de svenska åkarna i bägge discipliner. Hoppas också att det kommer mycket snö så att alla barn och vuxna kan njuta av skidåkning själva!

Vad ger dig själv mest energi?

–Positiva, engagerade människor. ■

TEXT GUSTAF BERENCREUTZ

FOTO: PREEM



TRE SNABBA FRÅGOR

AV PIERRE EKLUND

MARIA GREEN, MARKNADSKOMMUNIKATÖR PREEM

1) Vilka sponsorkontrakt har ni inom vinteridrotterna?

–Vi är huvudsponsor för Vasaloppet sedan 2009.

2) Hur aktiverar ni er i samband med dem?

–Med monter och personal och har shuttlebussar som går mellan infartsparkeringarna och centrala Mora, vilket har varit populärt. Vi genomför en kampanj på våra stationer mellan januari och mars. Vi har tagit fram ett Vasaloppsprofilerat betalkort som ger rabatt på tankningen.

3) Vad förväntar ni er av den kommande vintersäsongen?

–Att den blir lika bra som förra säsongen. Preem ser fram emot Vasaloppet och diskuterar om vi ska anordna ett event kring spåret under tävlingarna.

Samhällsstödet en framtidsinvestering

I oktober förra året handlade min krönika på den här platsen om min oro för det "stabila och förutsägbara" statsstödet till svensk idrott. Ett stabilt och förutsägbart stöd som inte har ökat och i och med kostnadsutvecklingen därmed inneburit en urgröpning och en värdeminskning med 34 miljoner kronor om året. På sikt kommer den urholkningen att påverka idrottsrörelsen på alla nivåer.

Statens stöd till idrotten har stor betydelse. Men ännu större betydelse har kommunernas stöd, både genom de kontanta bidragen och genom tillgången på anläggningar med subventionerad hyra - till och med nolltaxa - för föreningarna. Därför är det bekymmersamt att vi ser samma tendens på kommunal nivå som på statlig - stödet till idrotten gröps ur.

När Riksidrottsförbundet i samband med mässan Träffpunkt idrottsmiljöer i november presenterade årets kommunundersökning visade vi en sammanställning som vi gjort över de sex senaste åren. I var fjärde kommun har stödet till idrottsföreningarna minskat eller legat still under den perioden. Det kanske inte låter inte så dramatiskt men om ett stöd står still innebär kostnadsutvecklingen på drygt sju procent under perioden att föreningarna i praktiken får en kännbar minskning.

De allra flesta av våra cirka 20 000 föreningar är små. De vänder på varenda krona och är beroende av ideellt engagemang från sina medlemmar. Pengarna som kommer in går tillbaka till verksamheten. Vad som kan tyckas vara små summor har stor betydelse både för kvaliteten på verksamheten

och för tillgängligheten.

Om inte intäkterna går hand i hand med ökade kostnader måste föreningarna hitta andra lösningar. Många gånger är deras enda alternativ att höja medlemmarnas avgifter, som redan idag är föreningarnas viktigaste intäktskälla. Det slår i sin tur allra hårdast mot de barn och ungdomar som kanske behöver idrotten mest. De med resurssvaga föräldrar. Frågan om alla verkligen kan vara med inom idrotten oavsett exempelvis ekonomiska förutsättningar ställs på sin spets. För att vända den oroväckande utveckling vi ser tendenser till måste vi alla ta ansvar.

Fler kommuner behöver tänka igenom vad de vill med sitt idrottsstöd ur ett längre perspektiv, så att stödet inte blir konjunkturberoende eller kortsiktigt. Det är svårt att sätta en exakt prislapp på vad idrotten ger tillbaka till samhället men vi vet att det är mångfald igen. Stödet till idrotten är på alla nivåer att betrakta som en investering för framtiden. Inte en kostnad. ■



KARIN MATTSSON WEIJBER
ORDFÖRANDE FÖR RF
KARIN.MATTSSON@RF.SE

SOLLEFTEÅ - EN KRAFTFULL KOMMUN



Omfattande satsningar på Hallstaberget i Sollefteå

Världens mest kompletta skidanläggning finns på Hallstaberget i Sollefteå. Här erbjuds anläggningar i världsklass inom längdåkning, backhoppning, skidskytte och alpint. Nu görs satsningar för ökad tillgänglighet vid träning och tävling. Dessutom färdigställs en ny hotell- och konferensanläggning i världsklass. Satsningarna ska befästa Sollefteås plats som Sveriges mest tillgängliga vintersportort.

Läs mer om Sollefteå och utvecklingen av Hallstaberget på webbplatsen.

Utvecklingen av Hallstaberget sker i samarbete mellan Sollefteå kommun och Europeiska regionala utvecklingsfonden.

En investering för framtiden



Sollefteå kommun

www.sollefteå.se

THE POWER OF PASSION



FRÅN 295 KR PER MATCH

Barn 125 kr. Boka dina biljetter på www.vmbiljetter2013.se

KÖP DE OFFICIELLA VIP-PAKETEN

Epost: vmvip@globearenas.se Telefon: 08-21 24 70
Besök gärna www.globearenas.se/vmvip

Governed by



Official Main Sponsor



ISHOCKEY-VM 2013

2013 IIHF Ice Hockey World Championship SWEDEN-FINLAND 3-19 MAY

Boka biljetter på www.vmbiljetter2013.se, Ticnet-ombud över hela landet, Stockholm Globe Arenas biljettkassa (077-131 00 00) eller swehockey.se



ICE HOCKEY
WORLD
CHAMPIONSHIP
SWEDEN & FINLAND
Stockholm - Helsinki
www.iihfworlds2013.com

12 IDROTTSKOMMUNERNA SOLLEFTEÅ OCH MORA

Nytänt Sollefteå satsar på vintersport

Sollefteå har länge betraktats som en klassisk vinterstad. Nu investerar kommunen i en ny friskvårdsanläggning, på en upprustning av Hallstaområdet och stora vintersportevenemang.

Sollefteå har goda förutsättningar att arrangera tävlingar i längdåkning, alpint, skidskytte och backhoppning. Enligt kommunchefen Bengt-Åke Biller går det inte att värdera Hallsta-

områdets betydelse för ortens vinteridrottare.

–Hallsta är vinteridrottens Mecka. Det är där faciliteterna finns. Exempelvis ger hoppbackarna näst intill ga-

FOTO: ANTON ÖSTLUND



Snart står Sollefteå med Hallstaberget som värd för världens näst största vintertävling för funktionsnedsatta: PWWC.



Bengt Åkerlind



Bengt-Åke Biller



Elisabeth Byström

ranti på hoppning sju dagar i veckan, säger han.

För tillfället pågår en upprustning av området, inte minst satsar kommunen på en kraftfull upprustning av Hotell Hallstaberget. Allt i syfte att stärka varumärket. Framtidsvisionen är att Hallsta ska vara en "dragare" när det gäller besöksnäringen.

–Tidigare har vi inte haft någon stor magnet. Det gäller att få något som sticker ut, säger Bengt-Åke Biller.

Handikappidrott i fokus

Vid sidan av satsningen i Hallstaberget har Sollefteå kommun också investerat i en handikappanpassad friskvårdsanläggning. Något som ligger väl i tiden, då Paralympic Winter World Cup arrangeras 25 februari–5 mars. PWWC är efter Paralympics den största vintertävlingen i världen för personer med funktionsnedsättning. I tävlingarna, som genomförs på Hallstaberget och Niphallen, ingår de paralympiska vinteridrotterna kälkhockey, alpint, längdåkning, skidskytte och rullstolscurling.

–Sollefteå har en lång erfarenhet av att arrangera tävlingar och gör det dessutom på ett mycket professionellt sätt. Sollefteå är unikt på många sätt

och ett av dem är närheten till allt. Det är fem till tio minuter från samtliga boenden till de olika arenorna. På Hallstaberget finns alpint, längd och skidskytte och hotellet mitt i backen. Och vid Nipvallen inryms hockey och curling i samma arena, kommenterar Elisabeth Byström, generalsekreterare för PWWC.

Ökad tillgänglighet

I ett pågående projekt investerar kommunen 16 Mkr i syfte att förbättra ortens samtliga skidanläggningar, främst på tillgänglighetssidan.

–Bland annat ska personer med funktionsnedsättning komma åt anläggningarna, men gör man en åtgärd för en person med funktionsnedsättning gynnar det alla. På den alpina sidan håller vi på att bygga en veranda vid målgången för att publiken ska kunna stå där, berättar fritidschefen Bengt Åkerlind.

Bengt-Åke Biller flikar in:

–Det är viktigt att fokusera på de funktionshindrade, öka deras tillgänglighet och jag hoppas att vi ska lockas. ■

TEXT HENRIK LENNGREN

Idrotten får Mora att växa

I Sverige finns det 118 kommuner som har fler invånare än Mora, men det är inte många som kommer i närheten av Mora som idrottskommun. Förutom Sveriges mest klassiska tävling Vasaloppet, så lockar lilla Mora stora landslagsstjärnor inom flera idrotter.



FOTO: VASALOPPET

En målgång i Vasaloppet följs av miljoner och sätter Mora i fokus.

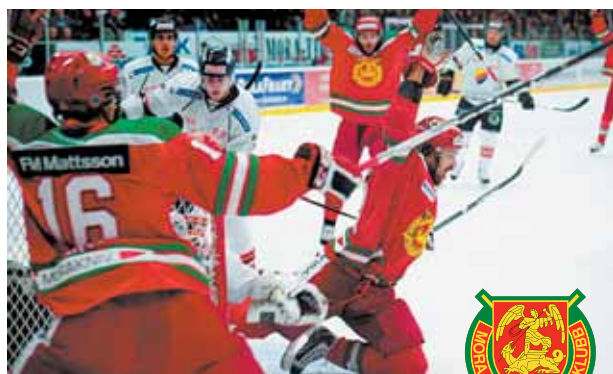


FOTO: JOHAN SÖLUND

Moras hockeylag och FM Mattsson Arena stärker kommunen.



Idrottskommunen Mora grundas på Vasaloppsveckan, men har också en bredd inom individuell och lagidrott. Innebandyklubben KAIS Mora IF har stått för en imponerande inledning i Superligan Dam medan Mora IK siktar på att nå Elitserien i ishockey. Internationellt och nationellt sprider längdskidåkarna Anna Haag och Emil Jönsson, distanslöpare Jonas Buud och den alpina skidåkaren Hans Olsson en bra bild av Mora.

–I Mora finns ett bra utbud av idrottsanläggningar samt ett aktivt friluftsliv- och idrottsliv, och dess betydelse för kommunens attraktionskraft är stor. Det pratas mycket om Mora, och möjligheterna att leva ett aktivt liv här, gällande motion och entreprenörskap, är goda, säger Kerstin Lingqvist, näringslivsutvecklare vid Mora kommun.

Flera återkommande idrottsevenemang lockar både deltagare och åskådare till kommunen.

Utöver Vasaloppsveckan, CykelVasan och VasaStafetten har brottarna Wasacupen, simmarna Mora Cup, landsvägscyklister Vasatrampen och innebandyungdomarna populära Buster och Starlet Cup.

–Betydelsen av idrott och idrotts-evenemang är stor och har positiv på-

verkan på besöksnäringen och handeln i regionen.

Vasaloppsarenan ska locka skattebetalare

Det största eventet är Vasaloppet som direktsänds i SVT och ger en ovärderlig marknadsföring. Mora och de andra två Vasaloppskommunerna har dessutom varit aktiva under Vasaloppsmässan.

–Vi har informerat om lediga jobb för att locka människor att flytta hit och jobba. Responsen har varit god,

berättar Niclas Larsson, tillförordnad näringslivschef vid Mora kommun.

Kommunen bidrar med att leda om trafiken under Vasaloppet och bistå med maskinpark, men är också engagerade i Vasaloppsarenan för att den nio mil långa sträckan ska kunna nyttjas året om.

–Det är viktigt att Vasaloppet, kommunerna och regionens entreprenörer hjälps åt så att Vasaloppsarenan håller en hög standard för alla tävlingar året om. Vi ska nu satsa ännu mer på att marknadsföra arenan och vad man kan göra där, säger Niclas Larsson.

Även föreningarna i Mora samverkar med varandra. Efter målgång i Vasaloppet utspisas 6000 åkare inne i Mora IK:s ishockeyhall FM Mattsson Arena.

–Det är bra att föreningarna kan hjälpas åt och vi är många taggade personer som arbetar här den dagen. ■

TEXT PIERRE EKLUND

VASALOPPET

- Vasaloppet är världens äldsta, största och längsta skidlopp och består av åtta lopp.
- Nästan en tredjedel av IFK Mora Skidklubbs 1551 medlemmar är funktionärer vid Vasaloppet.
- Sedan 2009 arrangeras även lopp för cykling och löpning under sommaren.
- VasaloppsArenan är nio mil långt och tio meter bred.
- Arenans utveckling drivs av Vasaloppsföreningen Sälen-Mora tillsammans med Vasaloppskommunerna Malung-Sälen, Älvdalen och Mora.

MORA KOMMUN

Invånare: 20160

Näringsliv: Stora arbetsgivare är FM Mattsson/Ostnor 550 anställda, Wibe 350 och Swebus 300. Inom den offentliga förvaltningen är 1 650 anställda i kommunen och 1150 på Mora lasarett.

Utbildning: Vid Sankt Mikaelsgymnasiet finns fem olika idrottsutbildningar för skidåkning och skidorientering (Riksidrottsgymnasium), ishockey, innebandy, mountainbikeorientering och fotboll.

Kända klubbar: Mora IK, KAIS Mora IF och IFK Mora med olika sektioner.

Idrottskändisar: Anna Haag och Emil Jönsson som tävlar för IFK Mora, bröderna Hans och Jon Olsson, Nils "Mora-Nisse" Karlsson och Jonas Buud.





Vinterevenemangen sätter Falun i fokus

2015 riktas skidvärldens blickar mot Falun som då står som värd för skid-VM. Nästa år, i januari, kan man börja finslipa på en del detaljer då SM-veckan Vinter hålls i stan.

På skidanläggningen Lugnet i Falun pågår just nu en stor upprustning inför skid-VM 2015, och cirka 77 miljoner kronor ska investeras i en ombyggnation av överdelen i de stora hoppbackarna.

–Det finns ingen exakt siffra eftersom upphandlingar fortfarande pågår i vissa projekt på Lugnet. Ombyggnationen av backanläggningen innebär att området är en stor byggarbetsplats fram till vintern 2014 då vi ska testa anläggningen under för-VM, säger den före detta OS-simmaren Sven von Holst, VD för Skid-VM i Falun 2015 AB.

Genom att uppgradera hela Lugnet så hoppas Falu kommun och VM-organisationen att anläggningen ska locka till sig stora internationella mästerskap, nationella tävlingar och även landslag och idrottsmän

som ska lockas att lägga sina träningsläger i Falun.

–Det betyder mycket för turismen, inte bara i form av aktiva idrottsmän utan av tusentals åskådare som vill följa tävlingarna på plats. Under VM-dagarna kommer det att ske en stor invasion av människor från Norge och övriga Sverige och vi beräknar att stadion kommer att ha sammanlagt 200 000 besökare.

Sven von Holst berättar att satsningarna är väl förankrade bland invånarna i regionen och att VM-organisationen har över 300 lokala och nationella samarbetsföretag.

–Det är ganska unikt och vi träffar dem flera gånger per år för att informera och diskutera hur vi ska kunna utveckla vårt arrangemang och skapa affärsmöjligheter för medlemsföretagen.

Även om det fortfarande pågår byggarbeten så är det första testet SM-veckan 22 till 27 januari 2013, där i skrivande stund 16 idrotter och hundratals idrottare ska göra upp om SM-medaljer.

–SM-veckan växer och genom att kombinera stora idrotter med mindre så får vi en intressant bredd som ger mer uppmärksamhet än om SM-fina-



Sven von Holst



Per Bergljung

Foto: ULF PALM

lerna hade avgjorts på varsitt håll, förklarar Per Bergljung, projektledare för SM-veckan på Riksidrottsförbundet.

Intresset för veckan är stort. SVT, inom ramen för Vinterstudion, och SVT Play sänder omkring 40 timmar från veckan, och när Riksidrottsförbundet genomförde en undersökning var cirka 90 procent av specialidrottsförbunden intresserade av att delta i SM-veckan.

–Eftersom vi nu byter värdorter varje år så är det ortens anläggningar och kapacitet som avgör vilka idrotter som kan vara med. Falun har väldigt fina anläggningar, och där kommer bland annat sprintrally att avgöras för första gången, säger Per Bergljung. ■

TEXT PIERRE EKLUND

FALU KOMMUN

Invånare: 55 000

Näringsliv: Stora arbetsgivare är Arctic Paper, Ericsson, Dellner Couplers, Cederroth International och Stora Enso. Falu lasarett är Dalarnas största arbetsplats med cirka 3000 anställda

Utbildning: Högskolan Dalarna, Hagströmska idrottsgymnasiet med idrottsutbildningar inom en rad sporter.

Kända klubbar: IBF Falun och Falu IK.

Idrottsskändisar: Maria Hjort, Mattias Ekström, Tomas Jonsson, Pär Mårts, Daniel Tynell och Anders- och systrarna Kallur.



SKID-VM 2015

När: 18/2 - 1/3, 2015

Grenar: Längdskidor, backhoppning och nordisk kombination

Budget: 200 miljoner kronor exkl. anläggningskostnaderna

Kommunala kostnader: Upprustning av Lugnet, varav hoppbacken kostar ca 77 MKR

Intäkter: TV-avtal 65 MKR (via EBU), biljetter/försäljning 60 MKR, sponsring 45 MKR, regionalt stöd 10 MKR

Boende: Ett hundratal alternativ

Arenor: Nationalarenan Lugnet (inrymmer back- och längdstadion, VM-kansliet samt Svenska Skidförbundets huvudkontor).

Antal nationer: 60

Antal deltagare: Cirka 800



SM-VECKAN VINTER



När: 22-27/1-2013

Arrangör: RF och SVT

Antal SM: 16 (bl a skridsko, längdskidor, curling och draghund)

Värdkommun: Falun

Kostnader: 2-3 MKR

Partners: Scandic, Sporrang och Hego



VÄRLDSKLASS

HÄR MÖTS FORSKNING, idrott, näringsliv och offentlig sektor för att Jämtland ska bli världsledande i forskning och affärsutveckling inom turism, sport och friluftsliv. Det märks varje dag året runt och där vintern sätter sin speciella prägel:

VÄRLDSCUPER 2012/13: BIATHLON, ALPIN DAMER, SKI CROSS

och **FREESTYLE PUCKELPIST** | **SKI CLASSICS** final 2013 | **JON OLSSON**

INVITATIONAL – Internationell Big Air-tävling | **ARCTIC CAT CUP** – Europas största skotertävling | **ÅRE** – en av världens 10 bästa skidorter | **ÖSTERSUND** – Interna-

tionell vintersportstad | **SKIDUNIVERSITET** | **SVERIGES ALPINA NATIONAL-**

ARENA i Åre | **ALPINE WORLD SKI CHAMPIONSHIPS 2007** | **BIATHLON**

WORLD CHAMPIONSHIPS 2008 | **ETOUR** – Internationellt forskningsinstitut |

CAMP SÖDERGREN | **ÖSTERSUND SKI MEET 2014** | Forskning och utbildning

på **SPORTSTECH** | **NORDIC SKI CENTER** i Funäsfjällen | **GULDLABBET –**

NATIONELLT VINTERSPORTCENTRUM i samarbete med **SVERIGES OLYM-**

PISKA KOMMITTÉ | **WORLD BUSINESS AND SPORTS FORUM ÅRE 2014**

| Utvecklingsarenan **MID SWEDEN SCIENCE PARK** | Kandidaturer: **BIATHLON**

VM 2019 och **ALPINA VM 2019** | **NATIONELL SKID- OCH BIATHLON-**

ARENA i Östersund | Världsledande outdoor-företag **HILLEBERG, TRANGIA,**

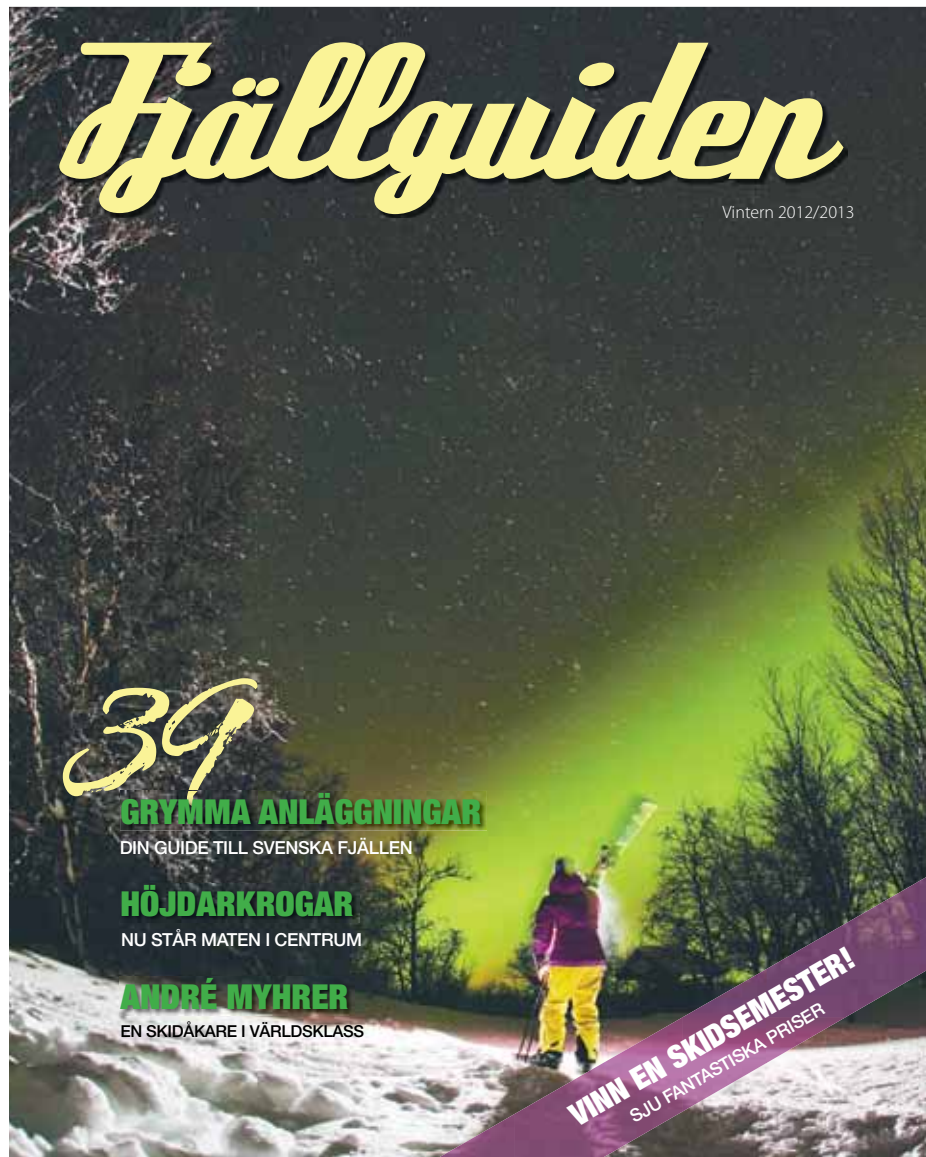
EXTREM, KLÄTERMUSEN, LUNDHAGS och **WOOLPOWER.**

Och allt detta i en miljö av inspirerande, generösa och välkomnande människor.

The region of Jämtland



PEAKINNOVATION.SE



Fjällguidenfamiljen växer så det knakar

Fjällguiden har en lång historia och är årligt återkommande sedan över 20 år tillbaka. I slutet av 1980-talet lanserades Fjällguiden av Svenska Dagbladet med ambition att presentera stora delar av fjällvärlden. Syftet var och är fortfarande att inspirera läsarna och guida dem till de svenska fjällen. På senare år har Fjällguidenfamiljen börjat växa med nya avknoppningar. Första babyn var Fjällguiden e-magasin som nu är inne på sitt tredje levnadsår. I år har familjen fått tillskott med trillingar.

Så här ser familjen ut idag:

- Fjällguiden Magasin med distribution i Svenska Dagbladet och Göteborgs-Posten. Det 60-sidiga magasinet finns också på över 500 publika platser under flera månader, i många fall under hela säsongen. Magasinet finns att hitta bland annat på turistbyråer, sportbutiker, väg- och fjällkrogar, fjällhotell, köpcentrum, event och skidanläggningar
- Fjällguiden e-magasin som kan klickas fram på www.snorapporten.se, www.sverigeresor.se och www.turistkanalen.se
- Fjällguiden Special med distribution i Dagens Nyheter
- Fjällguiden app – mest nedladdade gratistidningsapp på www.qiozk.se under november
- Fjällguiden Business som är en integrerad del av Sport & Affärer med distribution i Dagens Industri

Fler guider från Provisa

Fjällguiden ingår i en portfölj med andra årligt återkommande guider där de övriga är Svenska Golfpärlor och Svenska Semestertips. Vill du annonsera i någon av guiderna kan du kontakta Pär Fischerström på par.fischerstrom@provisa.se.

provis **a**

Fjällguiden **BOENDE**

Fjälltomter finnes!

Villor och fritidshus i original värmetimmer

Forsgrens timmerhus

www.forsgrenstimmerhus.se
0243-21 72 00

Toppustrustade lägenheter

Snösäkra Ramundberget

Provbo Special!
Ring för mer info: 0708-25 12 30

Nära till allt
42 nedfarter
30 mil längdåkningsspår
Barn- och familjevänligt

Hotellet Liftstation Dagis Ramis Livs Lägenheter

Till salu nu

Nybyggda lägenheter - låg månadsavgift

Nybyggda, med högsta standard, fullt utrustade (möbler och husgeråd). Helt klara för inflyttning.
Ca 64 m² - 4 rum och kök.
Ca 95 m² - med loft, 5 rum och kök.
Priser från 2 600 000 kr.
Mån avg från 1 348:-

Mitt i byn. Nära till allt!

Liftar Livs Dagis Hotell Restaurang Spa Pub/pizzeria

RE/MAX
ann.lorentsson@remax-vedmdalen.se

ramis.nu

SKIDÅKNING/KONFERENSER/BOENDE

Fallhöjd	315 m
Antal liftar/pister	20/34
Snowpark	3
Längdspår	36 km
Konferenser	ja
Skidskola	ja
Barnområde	ja
Säsong	14 december – 14 april
Telefon	0280-962 00
E-post	info@klappen.se
Hemsida	www.klappen.se



Fjällguiden



Fira 30 år med Klappen

Klappen är Sälens sydligaste skidanläggning och i år firar anläggningen 30 år under hela säsongen. Ett kalas man gärna delar med sig av.

Året var 1982, en kall vinter då Per Eriksson pulsade runt i snöskor och planerade nedfart efter nedfart på det som han kallade möjligheternas berg, med skyddande skog och optimala snöförhållanden. Idag kan man konstatera att det är just detta som Klappen uppskattas för – variationsrik skidåkning i fyra väderstreck. Och fortfarande jobbar familjen Eriksson på att utveckla anläggningen som idag har 34 nedfarter.

Klappen har inget kalvfjäll, och inte heller några isiga toppar. Varje nedfart är noggrant planerad för optimala förhållanden och olika svårighetsgrad.

I Klappen lider du sällan av dimma och blåst och solen skiner alltid på någon sida av berget.

Det här gillar skidfamiljer – och det är också grundtanken. Runt skidåkning har man skapat massor av aktiviteter. Barnområdet där Trolle & Trolle busar med de minsta, i 8848 Junior Park jibbar de yngre parkfantasterna och i Snow Park hänger proffsen. Men i Klappen hittar du även fin längdåkning, en utmanande höghöjdsbana, hundsläde, skoter och mycket mer.

Du bor i personliga stugor med skid- och gångavstånd till hela anläggningen och det är gott om restauranger för alla smaker.

Varje år händer det något nytt på Klappen. Nyfiken? Gå in på klappen.se. Var med och fira anläggningens 30 år med fina erbjudanden.



SPORTLOV I SÄLEN

VECKA 7-9 PRIS FRÅN 6 770 SEK

Boka sportlovsvecka på Klappen i Sälen. Vi har stugor och lägenheter från 2-12 personer. Många av våra hus har ski in ski out läge vilket gör att du kan parkera bilen hela veckan.

Boka på klappen.se eller på telefon 0280 962 00.



Köp ditt drömboende

med ski in-ski out läge

Från
789 000 kr
Mån avg ca 2900 kr



Bjursås SkiCenter utvecklas och succén Soulpark fortsätter. En ny 4-stols Expresslift byggs alldeles utanför stugbyn. Lägenheterna är nyrenoverade och fullt möblerade med 7+2 -bäddar och 55 kvm. Kontakta gärna Fastighetsbyrån för mer info tel.023-182 60

Bjursås SkiCenter

bjursas.com



Svenska fjällen är heta

Hotell, tåg och spännande lägenhetsprojekt – det sparas inte på krutet i fjällen. Det investeras stort på Sveriges skidanläggningar och du kommer att få ut mer skidåkning, skönare boende och effektivare transporter på din fjällsemester.

Årets säsong har rivstartat. Tack vare en tidig köldknäpp kunde flera anläggningar erbjuda nypistat redan i slutet av oktober.

Våra slalomstjärnor har också hunnit visa att de är heta. André Myhrer befäste sin ställning som världens bästa slalomåkare när han vann i Levi. Vann gjorde också Magdalena Fjällström, 17-årig supertalang från Tärnaby, när Vemdalen arrangerade Europacup-tävlingar. I nästa vecka mellanlandar damernas World Cup-tour i Åre. Frågan är vem eller vilka av de svenska tjejerna som är med och slåss om pallplatser?

– Det är bra för branschen med framgångar för våra alpinister och att de syns i TV och tidningar. Bokningsläget ser bra ut och många drar till fjälls över jul och nyår. Senaste tidens kyla har också inneburit att skidanläggningar utanför fjällvärlden har kommit igång tidigt, säger Hans Gerremo, vd på SLAO.

Inför vintern har det investerats över 700 miljoner kronor på spännande nyheter i fjällvärlden. Till de storsatsande hör Vemdalen. Förra årets 6-stolslift blev en succé och årets stora dragplåster är Hovde Hotell och Snötåget.

– Vi har byggt ett klassiskt fjällhotell. Inspiration har vi hämtat från Alperna där ett sekelskiftshotell från Schweiz är modell. Personligt och gemytligt är ledord för Hovde Hotell som står klart vecka 11, säger Torgny Svensson, destinationschef Skistar Vemdalen.

En annan nyhet är Vemdalens egna nattåg – Snötåget, som trafikerar sträckan Malmö-Vemdalen.

– Snötåget har helt nyrenoverade liggvagnar

och restaurangvagn och erbjuder mycket god service. Du kliver på tåget på kvällen och vaknar utvilad i Röjan där transferbussarna tar dig direkt till ditt boende, säger Anders Lundqvist, marknadschef på SkiStar Vemdalen.

Exploateringen i Åre fortsätter bland annat med intressanta lägenhets- och tomtprojekt. Lake Lodge skall ligga alldeles intill Åresjöns strand.

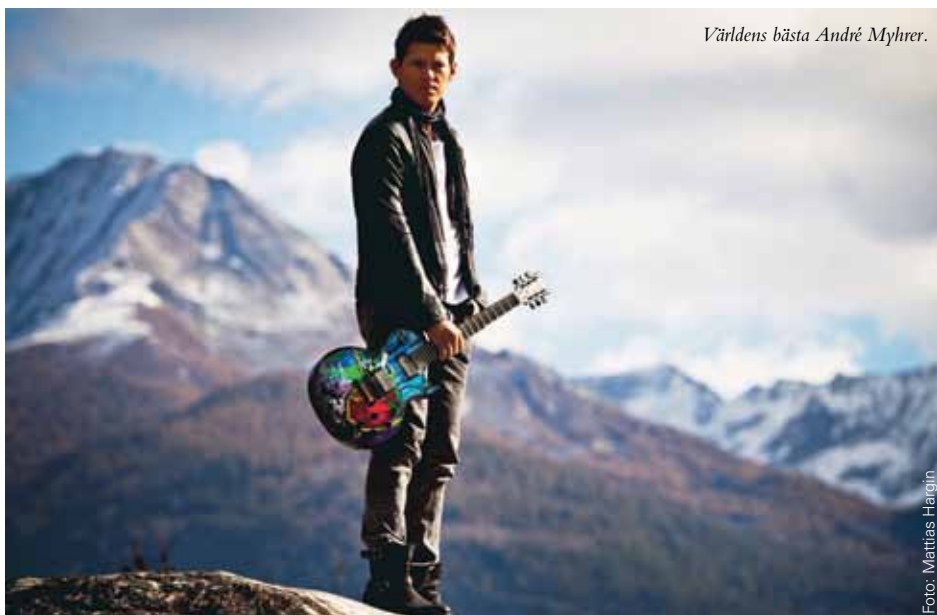
– Det sjönära läget är fantastiskt och vi projekterar för 18 lägenheter. Försäljningen startar i januari 2013, byggstart planeras till sommaren och inflyttning under 2014, säger Lars Hedström, som förutom Lake Lodge driver Skysport med skärmflygning på programmet.

Björn Dählie har sedan han avslutade längdåkningskarriären investerat i Åre. Björns första projekt var Dähliehuset som stod klart 2006. Nästa projekt är ÅREVÄGEN som består av fyra hus med 61 lägenheter och cirka 1 000 kvm kontorslokaler centralt belägna alldeles nedanför Åre Torg.

– Det finns många fina skiddestinationer i världen, men det finns bara ett fåtal platser som har allt det Åre kan erbjuda, sommar som vinter. Våra lyxigaste lägenheter kommer att ha hiss direkt till lägenheten och egen spa- och bastuavdelning, säger marknadschef Hans Olofsson.

Åre Sadeln är ett fantastiskt tomtområde mitt i skidområdet intill Björnen. De första husen är på plats och när allt är klart rymmer Åre Sadeln cirka 130 fritidshus och 500 lägenheter.

Läs mer på: snorapporten.se, skidor.com, skistar.com/vemdalen, lakelodgeare.com, arevagen.se, aresadeln.se.



Fjällguiden BOENDE/KONFERENSER



Fjällvandring under dagen och koppla av hemma i din soffa resten av kvällen. Med lägenhet på Årevägen är det mesta tillgängligt runt dig.



Ett nytt lägenhetsprojekt nedan Åre Torg. Unik belägenhet i närheten av allt Åre har att erbjuda.

Lägenheter från 1 790 000kr till 7 890 000kr

facebook.com/BrfArevagen



www.arevagen.se

Fastighetsbyrån



Tel: 0647-509 70
Mobil: 070-642 01 19

lens.sandstrom@fastighetsbyran.se

Stiklestad Eiendom

Vid Åresjöns strand planeras BRF



Lake Lodge

ÅRE



0647-53200 lakelodgeare.com



KONFERENS
Där vägen slutar...
i Södra Lappland

Konferera i rofylld och exklusiv fjällmiljö där ni får en nära och gemensam upplevelse. Njut av prisbelönt arkitektur, Lapplands bästa restaurang - White Guide 2012, Fjällvärldens vackraste SPA och skräddarsydda aktiviteter. För mer information se www.borgafjallen.se eller ring 0942-421 00

Dygnspris från 1 100 kr/person (exkl. moms)
Del i dubbelrum | Entré Borga SPA | Frukostbuffé | Konferenslunch | 2-rätters gourmetmiddag

HOTELL BORGAFJÄLL & SPA
RETREAT IN LAPLAND



VM ska öka turismen till Vänersborg

Vänersborg kommun ser stora fördelar med att Bandy-VM 2013 avgörs i Vänersborg.

– Vi hoppas att VM ska sätta oss på evenemangskartan, säger Thomas Friden, informationschef på kommunen.

16 år efter det att Bandy-VM 1997 invigdes i Vänersborg ska staden återigen stå värd för mästerskapet, som 2013 avgörs i den nya bandyhallen.

– När hallen byggdes var tanken att vi skulle knyta till oss stora evenemang, och när det kommer internationella besökare hit så sätter det Vänersborg på kartan, menar Thomas Friden.

Kommunen har gått in med 300 000 kronor i VM, som ska ge en bra marknadsföring.

– Efter att hallen blev klar har vi fått en bandyturism med norrmän och ryssar som åker hit för att träna. Totalt rör det sig om 2 000 extra gästnätter, som vi hoppas ska öka efter VM.

Thomas Friden berättar att hela bygden, från små barn till företag är engagerade i VM.

– Det har lanserats VM-vin, en VM-bakelse och även två maskotar till mästerskapet. Intresset är stort och i slutet av november hade redan 6 000 biljetter sålts. Svenska Bandyförbundets ordförande

Håkan Ramsin är övertygad om att Vänersborg blir en bra värd.

– De har en fantastisk hall, en bra organisation och ett stort intresse för bandy.

Förbundets huvudsponsor Svenska Spel ser positivt på att VM avgörs inomhus i Vänersborgs arena.

– När bandyn utvecklar sina event på detta positiva sätt spiller det på vårt varumärke och stärker vår koppling till sporten, säger Johan Lindvall, varumärkeschef på Svenska Spel.

Gruppspelsmatchen Sverige-Ryssland ska spelas på Heden i Göteborg där man siktar på att slå publikrekordet på 4 344 åskådare.

– Heden är vårt röda torg och det blir en stor idrottshändelse med de allra bästa spelarna som kommer betyda mycket även för bandyn lokalt. Vi bygger till läktare för över 5 000 åskådare, säger Kenth Hultqvist, sportchef i GAIS bandy.

TEXT PIERRE EKLUND

BANDY-VM 2013

När: 27 januari–3 februari

Budget: 6 miljoner kronor

Sponsring: 3 miljoner.

Huvudsponsor: Svenska Spel

Arenor: 17 matcher Vänersborg, en match vardera Göteborg, Trollhättan och Oslo.

Antal nationer: 6



Varje år cyklar cirka
25 000 HJÄLTAR
30 mil runt Vättern.

En prestation som förtjänar support!



VÄTTERN RUNDAN 300 km 14–15/6 TJEJVÄTTERN 100 km 8/6 HALV VÄTTERN 150 km 9/6 MINIVÄTTERN 7/6

Vintersporternas sponsringsportföljer

När Sport & Affärer frågar de största vintersportförbunden om utvecklingen för sponsringsintäkterna är tongångarna positiva. Flera förbund har tagit in mer i sponsring och har säkrat nya avtal senaste tiden. Fast på horisonten tornar orosmoln upp i det osäkra ekonomiska läget, varsel om uppsägningar och en avvaktande inställning hos företag.

1. Hur mycket uppgår era sponsringsintäkter till på årsbasis/säsong (föregående år)?

2. Hur ni märkt några speciella tendenser i dialogen med sponsorerna?

TEXT JOHAN THORÉN



SVENSKA ISHOCKEYFÖRBUNDET

Tomas Bjernudd, marknads- och kommunikationschef

1. 41 Mkr för säsongen 2012/13 (39 Mkr).

2. Att få till möten och prata sponsring är inget problem, utan det kittlar företagen. Vad vi märker är det som händer i Europa och att varslar duggar tätt skapar en oro hos företagen som väljer att ligga lågt och avvakta. Därför är det kul att vi dragit in tre nya sponsorer nyligen i Bauhaus, Lidl och Enervit på nivån Tre Kronor Partners.

Huvudsponsor: Svenska Spel

Tre Kronors Huvudsponsor: Kyocera, Bauhaus, Scandic, Skoda och Falcon



Lasse Kjällberg, alpin chef

1. 30 Mkr säsongen 2012.

2. Våra avtal löper med olika längd och alla var klara redan innan säsongen. Sedan jobbar vi kontinuerligt med att bearbeta nya samarbetspartners. Men vi arbetar efter en budget som motsvarar det vi får in, så det är ingen panik att få in nya partners.

Huvudsponsor: Vattenfall

Lagsponsor: Audi, Expressen, Goldwin, Ica, Skistar



Johan Sares, längdchef och marknadsansvarig

1. Cirka 32 Mkr.

2. Nej, vi har inte märkt några särskilda tendenser utan det har varit positivt.

Huvudsponsor: Vattenfall

Lagsponsor: Craft, Ica, Life, Next Jet, Scania, Team Sportia, Volkswagen

Fotnot: Sammanlagd sponsringsintäkt för Svenska Skidförbundet: 85 Mkr (oförändrad). Omfattar: Apint, Längdskidåkning, Freestyle, Skicross, Snowboard, Speedskiing, Telemark, Backhoppning med Nordisk kombination, Rullskidåkning och Slopestyle.



SVENSKA SKIDSKYTTEFÖRBUNDET

Håkan Blidberg, marknadschef

1. Våra samlade sponsorintäkter fortsätter att öka och uppgår i år till 15,7 Mkr (14,5 Mkr).

2. Vi ser inga generella tendenser. Lejonparten av våra förhandlingar gjordes under våren och försommaren, men även under hösten har vi kunnat genomföra förhandlingar på den nivå vi planerat.

Huvudsponsorer: Handelsbanken Skog och lantbruk, SJ



SVENSKA BANDYFÖRBUNDET

Per Selin, marknadschef

1. Vi har en budget innevarande verksamhetsår på 8 Mkr, som vi ser ut att nå enligt den senaste prognosen (6,5 Mkr).

2. Ingen noterbar skillnad, förutom att vi har en nygammal rättighet i Bandyfinalen som nu blivit mer intressant genom flytten till Friends Arena.

Huvudsponsor: Svenska Spel

Nationell partner: Ica



18 RALLY SWEDEN, VIKINGARÄNNET, BANDYFINALEN

Rally Sweden växlar upp



Rally Sweden, som är en av 13 arrangörer av Rally-VM, kommer att bjuda publiken på ett par nyheter under 2013.

–Vår ambition är att kunna bjuda publiken på mellan 30 och 40 riktigt häftiga gamla bilar, körda av hjältar från förr, säger Glenn Olsson, VD för Rally Sweden.

Svenska Rallyt som numera heter Rally Sweden avgörs i de värmländska skogarna mellan 7 och 10 februari 2013.

–Det känns stabilare, inte minst ekonomiskt, jämfört med förra året. Positivt är att rally-VM fått en ny promotor. The Sportsman Media Group och Red Bull Media House tar över, två starka aktörer som har det som behövs för att skapa framtidstro och utveckla mästerskapet.

2013 års bansträckning kommer att innehålla flera intressanta arenor som superspecialen på Färjestadstravet i Karlstad och berömda hoppet Colin's Crest på Vargåsensträckan.

–Hetast inför start är Volkswagens nya fabriksteam. Med Sébastien Ogier och Jariu-

Matti Latvala i varsin nybyggd Polo RWRC gör tillverkaren comeback i mästerskapet och många tror att de kommer att slåss om guld direkt, berättar Glenn Olsson.

Växande intresse

En annan nyhet är beslutet att släppa in en klass med historiska rallybilar i tävlingen.

–Intresset för att delta är stort, både internationellt och i Sverige. De historiska rallybilarna kommer att tävla på två sträckor på fredagen och på lördagen kör de fyra sträckor en gång.

Förra årets succé i SVT med som mest 830 000 unika tittare har gjort att flera företag har ringt och visat intresse för partnerskap.

–Vi kommer ha ett antal nya spännande partners som vill vara med och utveckla rally-VM i Sverige. ■

TEXT PIERRE EKLUND

RALLY SWEDEN

- Sveriges största rallytävling.



- Utöver superspecialen på Färjestadstravet och Colin's Crest så innehåller banan bland annat Kirkenær Arena i Norge och publiksträckorna i Hagfors, Värmlandsåsen och Hagfors Sprint.

- De historiska rallybilarna ska stå utställda på Färjestadstravet för att ge åskådarna en möjlighet att komma såväl bilar som förare riktigt nära.

Större sponsorer: VW, Ninetech

Världkommuner: Karlstad, Filipstad, Torsby och Hagfors.

Vikingarännen vidgar vyer

Efter förra årets tuffa väderförhållanden har Vikingarännen genomfört ett par förändringar för att utveckla långloppet, som går den 10 februari 2013.

–Nu satsar vi mer på bra is för att kunna öka antalet deltagare, säger Anders Tysk, generalsekreterare för Vikingarännen.

Vikingarännen har arrangerats av Fri-luftsfrämjandet och Svenska Skridskoförbundet sedan 1999, och är världens största återkommande skridskolopp. På grund av dåliga eller inga isar har det cirka 80 kilometer långa loppet fått ställas in vid tre tillfällen.

–De senaste tre åren när vi åkt ända in till centrala Stockholm har isytan varit dålig i slutet av banan. Därför kommer vi från och med nu att i första hand ha målet i Hässelby. De år som förutsättningarna är jättebra kan vi åka ända in till centrala Stockholm, förklarar Anders Tysk.

Enkel biljett Uppsala-Stockholm

Vikingarännen går från Uppsala till Stockholm, och den möjlighet att vända loppet som tidigare har funnits har tagits bort. Andra nyheter är att två av de tidigare loppen har tagits bort, och att det nu är tre lopp kvar.

–Vikingarännen försöker också utveckla samarbetet med sponsorer. Sponsorererna står för totalt cirka 200 000 kronor



FOTO: VIKINGARÄNNET

Vikingarännen är världens största skridskolopp och lockar elitåkare från hela Europa.

och omsättningen är knappt 1,5 miljoner kronor. Så även om sponsringen är stor är huvudentakten startavgifter. Ambitionen är att kunna klara ett inställt år ekonomiskt, men det är en bit dit. Från i år är hemsidan omarbetad och mer lättöverskådlig. Där kan man anmäla sig till detta världsunika arrangemang. ■

TEXT PIERRE EKLUND

VIKINGARÄNNET

- Finns tre lopp, Vikingarännen 80 km med start i Uppsala, Tjejrännen 35 km med start i Sigtuna, och Vikingarännen kortis 15 km med start i Kungsängen.

- Deltagarrekordet sattes 1999 och är på 5100 deltagare.

- De största sponsorererna är Naturkompaniet, Folksam, Swedavia och Lundhags.

Hemsida: www.vikingarannet.com



Bandyfinalen tillbaka i Solna

Det Svenska Bandyförbundet och Friends Arena siktar på att slå publikrekord 2013 när bandyfinalen flyttar tillbaka till Solna. Förbundet har skrivit ett femårsavtal med nybyggda Friends Arena, som ligger ett stenkast från Råstasjön där finalen avgjorde för hundra år sedan.

När 22 förväntansfulla spelare skrinar ut på Friends Arena den 17 mars är det första gången som bandyfinalen kommer att avgöras under ett tak.

–De flesta matcher spelas inomhus idag. Vi har snart 15 bandyhallar över hela Sverige och det känns naturligt och viktigt att även finalen avgörs inomhus, säger Håkan Ramsin, ordförande i Svenska Bandyförbundet.

En av orsakerna till att Svenska Bandyförbundet vill att finalen ska spelas under tak är vädret. 2010 drabbades finalen av ett snöoväder och fick delas upp i tre halvtimmar.

–Vädret är en viktig faktor, för isen och spelarna. Även publikens välbefinnande avgörs av vädret. Dessutom påverkar det TV-bilderna och hur TV-tittarna uppfattar matchen och bandy. Vi har också märkt av att de orter som har bandyhallar lockar fler ungdomar till matcherna.

"Uppsala har gjort det bra"

Fram till och med 1989 avgjordes bandyfinalen, med några få

undantag, i Stockholm. Därefter flyttades finalen till Västerås och 1991 till Uppsala. Två decennier senare har bandyfinalen utvecklats till en klassiker och publiksiffrorna har nästan fördubblats sedan 1980-talet.

–Uppsala har gjort det bra men bandytraditionen är stark även i Stockholm. Nu vill vi fortsätta utveckla bandyhelgen, och förhoppningen är att vi 2014 har utökat evenemanget till tre dagar. Möjligheterna är stora på Friends Arena där vi även kommer att arrangera årets bandygala.

Förbundets mål - publikrekord

Förbundets målsättning är att locka över 27 420 åskådare, som är finalens publikrekord, till Friends Arena som tar 51 060 åskådare.

–Finalen ska vara en högtid, inte bara för finalagen, utan för alla bandyintresserade, menar Håkan Ramsin.

Bråda dagar på Friends

Malin Sparf Rydberg, kommunikationschef på Friends Arena är



Malin Sparf Rydberg
Friends Arena

Charlotte Skott
Uppsala kommun

1912 gick bandyfinalen mellan IFK Uppsala och Djurgården på Råstasjön – det enda delade mästerskapet i den svenska bandyhistorien. Matchen slutade 1-1 men kunde inte spelas om då Råstasjöns is inte höll i blidvädret (på den tiden fanns inte sudden death). Nu flyttar bandyfinalen inomhus, ett stenkast från Råstasjön och bryter därmed en över 100 år lång tradition av utomhusfinaler. Flest finaler har avgjorts på Stockholms Stadion, därefter kommer Studenternas IP i Uppsala. Många gånger har finalen delats mellan Stadion och Studenternas – två klassiska svenska bandyarenor.

glad att bandyfinalen är tillbaka i Solna och ska spelas på den nya arenan som ligger vid Råstasjön där bandyfinalen spelades 1912.

–Vi är väldigt nöjda med att få arrangera finalen tillsammans med förbundet. Bandy är en folksport och vi siktar på att slå publikrekordet. Mars blir en intensiv månad för oss. Först ska Melodifestivalen avgöras på parkettgolv, helgen efter är det bandyhelg och is* och helgen efter är det fotbolls-

match på arenan. Vi lägger gräset efter bandyhelgen.

Bandyfinalen gav Uppsala bättre samarbetsklimate och fler evenemang

Enligt Charlotte Skott, chef för Uppdrag Uppsala kommun och Varumärke Uppsala har arrangementet av Uppsalas mångåriga arrangerande av bandyfinalen medfört att Uppsala har fått bra kunskap och erfarenhet till både uppstart och utveckling av evene-

mang. Finalen har lett till upparbetade samarbetsvägar mellan det offentliga, näringslivet och de ideella föreningarna.

–Vi har arbetat långsiktigt och strategiskt med evenemang av olika typer i snart tio år, och har mer än dubblat antalet fram till idag. ■

TEXT PIERRE EKLUND

* Arenan har ingen röranläggning för is och därför ska temporär is läggas på arenan.

Stjärnglans i Malmö Arena!



ODDSET
HOCKEY GAMES

7-10 FEBRUARI 2013



HANDBOLL EM-KVAL
Sverige - Polen
4 APRIL 2013



INNEBANDY-SM
Dam-och herrfinaler
13 APRIL 2013

MALMÖ ARENA HAR ETT STRATEGISKT TOPPLÄGE
OCH SKAPAR SKRÄDDARSYDDA EVENEMANG!

- Totalt 61 000 m² multiarena
- Arenan kan anpassas för publik 1 500-15 000 personer
- Restaurangkapacitet upp till 3 600 sittande restauranggäster
- 72 VIP loger
- Konferensfaciliteter
- 3,7 milj. invånare kan nå arenan på mindre än 1 timme
- 12 min till Copenhagen Airport
- 20 min till Malmö Airport

EUROVISION
SONG CONTEST
MALMÖ 2013



2014
WORLD JUNIOR
CHAMPIONSHIP
SWEDEN
Malmö

I samarbete med:

MALMÖ
malmotown.com

Biljetter: 077-578 00 00
VIP / Företagspaket: 040-642 04 00
Restaurang: 040-642 04 44

MALMÖ ARENA
– www.malmoarena.com –



Vorsprung durch Technik 



Jessica Lindell Vikarby. Vorsprung durch Technik.

Det finns inga genvägar om man vill bli bäst, eller finns det? Vi hittade en. Runt hörnet. Vi släppte in skidåkarna Jessica Lindell Vikarby och Hans Olsson i vår vindtunnel i Ingolstadt, och ut kom de flera hundra delar snabbare. 17 stycken under ett fingerat åk kapade de bara genom att byta dräkt. Lägg därtill att Jessica inför den alpina världscupen, där Audi är huvudsponsor, i vinter måste lägga in sitt långa hår i hjälmen, en detalj som i toppen kan betyda etta istället för tvåa.

Se Jessica och Hans testa vindtunneln i Ingolstadt på vår Youtube-kanal Audi Sverige.
Följ alpina världscupen på fisalpine.com och läs mer om Vorsprung durch Technik på audi.se