

Dnr 31-28/09



sports · entertainment · media

MEMO

Date: 2009-02-11

To: Stockholm Visitors Board
Att: Mattias Rindberg
Box 16282
103 25 Stockholm

From: Martin Englund, IMG (Sweden) AB

RE: Samarbete mellan Stockholm Stad och NHL Premiere 2009
*** Ansökan om finansieringsstöd om 500.000 kr ***

Vi söker ett samarbete med Stockholm Stad för att säkerställa hög kvalitet på det internationella ishockeyevenemanget NHL (National Hockey League) Premiere 2009 samt erbjuda verktyg och möjlighet för Stockholm Stad att profilera sig som en attraktiv mötesplats för internationella sammankomster via detta internationella evenemang.

NHL Premiere matcherna i Europa och Stockholm ger de europeiska ishockey-fansen den unika möjligheten att se riktiga hockeymatcher, från den världsledande nordamerikanska ligan NHL, live på europeiska arenor. Matcherna, som öppnar den ordinarie säsongen, spelas med riktiga NHL-regler, på NHL-rink och de TV-sänds globalt. 2007 spelades NHL Premiere matcher i London. 2008 hade evenemanget premiär i Stockholm och Prag.

Kort sammanfattning från NHL Premiere 2008 i Stockholm

- Den 4 och 5 oktober 2008 invigde de Nordamerikanska ishockeylagen Pittsburgh Penguins och Ottawa Senators NHL-säsongen i Globen i Stockholm.
- Inför premiärmatcherna i Globen spelade lagen även varsin NHL Challenge match (uppvisning) i Göteborg respektive Helsingfors i Finland.
- Utöver de svenska premiärmatcherna spelades ytterligare 2 NHL-premiärmatcher i Prag (Tjeckien) samma datum som i Sverige.
- Båda premiärmatcherna i Globen var helt utsålda 2008.
- De 27.000 biljetterna till de två matcherna i Globen sålde slut inom loppet av några dagar.
- Öppna träningen i Globen på fredagen (3 oktober) hade ca 4.000 besökare.
- Båda lagen vistades i Stockholm ca en vecka inför evenemanget.
- 150 medierepresentanter (journalister/fotografer/TV) var på plats och bevakade evenemanget. Av dessa representerade ca 50 st Nordamerikansk media, 30 Europeiska media och resterande 70 Svensk media.
- Ca 10.000 personer besökte sponsorbyn på E4 norra i Globen under evenemangsdagarna.
- 500.000 TV-tittare i Sverige på TV4 Sport och Canal+.
- Över 1.500.000 tittare följde de Nordamerikanska TV-sändningarna från matcherna på VERSUS, CBC, RDS och RIS.

MEMO

Kortfakta – NHL Premiere 2009

Även 2009 års NHL-säsong öppnas i Sverige med två riktiga NHL-matcher i Stockholm, Globen. Lagen som preliminärt gästar oss denna säsong är "svensklaget" Detroit Red Wings samt St. Louis Blues. Matcherna i Globen spelas med NHL-regler, på NHL-rink och de TV-sänds globalt. Båda gästande lag spelar även varsin Challengematch mot två svenska elitserielag på deras respektive hemmaarenor.

Program 2009

- Onsdag 30 september – NHL Challenge, träningsmatch i svensk stad
- Onsdag 30 september – NHL Challenge, träningsmatch i svensk stad
- Fredag 2 oktober – NHL Premiere, Detroit Red Wings – St. Louis Blues, Globen
- Lördag 3 oktober – NHL Premiere, St. Louis Blues – Detroit Red Wings, Globen

Exponering av Stockholm

NHL Premiere Stockholm och namnet Stockholm exponeras kraftfullt i media både nationellt och internationellt före, under och efter evenemanget.

Nationell TV

TV-sändning planeras i Canal+, NASN och TV4 Sport.

Internationell TV

CBC och RDS sänder live kust till kust i Kanada.

Versus i kombination med lokala stationer sänder matcherna i USA.

Sändningarna från matcherna 2008 distribuerades till ca 50 länder, vilket ger Stockholm värdefull exponering runt om i världen.

Press (tryckt och webb)

Omfattande bevakning nationellt såväl som internationellt både före, under och efter evenemanget kring lagen och spelarna i såväl, dags-, kvälls- som fackpress.

Kampanj/Marknadsföring av evenemanget

NHL Premiere marknadsförs i en bred kampanj som omfattar bl.a.:

- | | |
|-----------------|-----------------------|
| - Print | - Digital annonsering |
| - Utomhusreklam | - Event Marketing |
| - Annonsering | - PR |

Besökare till Stockholm

Ishockey är en av de absolut största och mest populära idrotterna i Sverige och dagligdags bevakas den nordamerikanska ligan och våra svenska stjärnor både i tidningarna, på TV-nyheterna och på webben.

NHL premiären kommer 2009 att presentera ett av de mest framgångsrika och populära lagen i NHL, Detroit Red Wings, med ett stort antal svenska och internationella hockeystjärnor och laget St. Louis Blues, vilket givetvis påverkar evenemangets kostnadsbild. Evenemanget kommer att locka besökare från hela världen och förväntas även i år sälja slut på kort tid.

För att säkerställa evenemangets genomförande och framtid är det av yttersta vikt att Stockholm Stad medverkar som partner till NHL Premiere 2009.

Vi ansöker därför om finansieringsstöd från Stockholm Stad på 500.000 kr.

Vi ser fram emot ett gott samarbete och fantastiskt evenemang 2009.



Martin Englund
IMG (Sweden) AB

MEMO

Bilaga 1.

Samarbetsform Stockholm Stad och NHL Premiere 2009

Ett nära samarbete som vi gemensamt utvecklar med frekventa avstämningar under året:

Exponering av Stockholm Stad:

1. Stockholm Stad medverkar som partner till evenemanget under benämningen/med logotypen "Stockholm The Capital of Scandinavia".
2. Exponering av logotypen "Stockholm The Capital of Scandinavia" på NHL Premiere matcherna med:
 - 2 st. sargreklam – TV exponerade – storlek: 320 x 76,5 cm "floating white"
 - 1 st. sargreklam – ej TV exponerad – storlek: 320 x 76,5 cm "floating white"
3. Medverkan med logotyp på allt marknadsförings/PR material.
4. Utveckla samarbete med NHL Premieres övriga sponsorer och partners.
5. Stockholm Stad disponerar ett utställningsområde mellan 25-100 kvadratmeter under evenemanget för promotionaktiviteter i Globen.
6. Stockholm Stad har rätten att använda NHL Premiere logotypen i egna kampanjer och marknadsföring.

MEMO

Bilaga 2.

NHL Premiere 2008 - Partners

Bridgestone
Reebok
Scotiabank
Cisco
Nikon
B&B Tools (Luna/Guide/Skydda)
First Stop
Carl Lamm
SJ
Aftonbladet
Skyways
Electronic Arts
Westin Buss

MEMO

Bilaga 3

SHOW BUDGET

NHL PREMIERE

VENUE: THE GLOBE
CITY: STOCKHOLM
DATE: October 2-3 2009
2 - Games

PRICE CATEGORY:	PRICE:	CAPACITY:	CURRENCY	USD	GROSS: local curr.
TOP PRICE: A BLUE LINES	1 895:-	1 642			3 111 590:-
SECOND PRICE: A OUTSIDE BLUE	1 695:-	4 132			7 003 740:-
THIRD PRICE: KORTSIDA A	1 395:-	4 172			5 819 940:-
THIRD PRICE: B ROW 1-15	1 395:-	6 248			8 715 960:-
FOURTH PRICE: B ROW 16-22	1 095:-	2 558			2 801 010:-
FOURTH PRICE: KORTSIDA B	895:-	3 482			3 116 390:-
FIFTH PRICE: C	595:-	2 936			1 746 920:-
WHEEL CHAIR	895:-	84			75 180:-
FIFTH PRICE: HOTEL REST.	895:-	320			286 400:-
TOTAL	1 298:-	25 170		3 755 992	32 677 130:-

LESS VARIABLE COSTS:

6% VAT:
0,3% P.R.S. Scale

1 849 649:-

92 482:-

TOTAL:

1 942 131:-

NET TICKET GROSS:

\$3 532 758

30 734 999:-

LOCAL SPONSHIP INCOME

\$229 885

2 000 000:-

HOSPITALITY

\$195 402

1 700 000:-

NHL SPONSORSHIP INCOME

\$400 000

3 480 000:-

MERCHANDISE

\$34 483

300 000:-

TOTAL GROSS

4 392 529

38 214 999:-

LESS TOTAL EXPENSES:

3 868 445

33 655 475:-

NET:

\$524 083

4 559 524:-

GLOBEN ARENA

30%

-\$157 225

-1 367 857:-

NET 2: IMG/LN/NHL/NHLPA revenue split

\$366 858

3 191 667:-