



Ansökan av marknadsföringstillskott för If Stockholm Open 2013

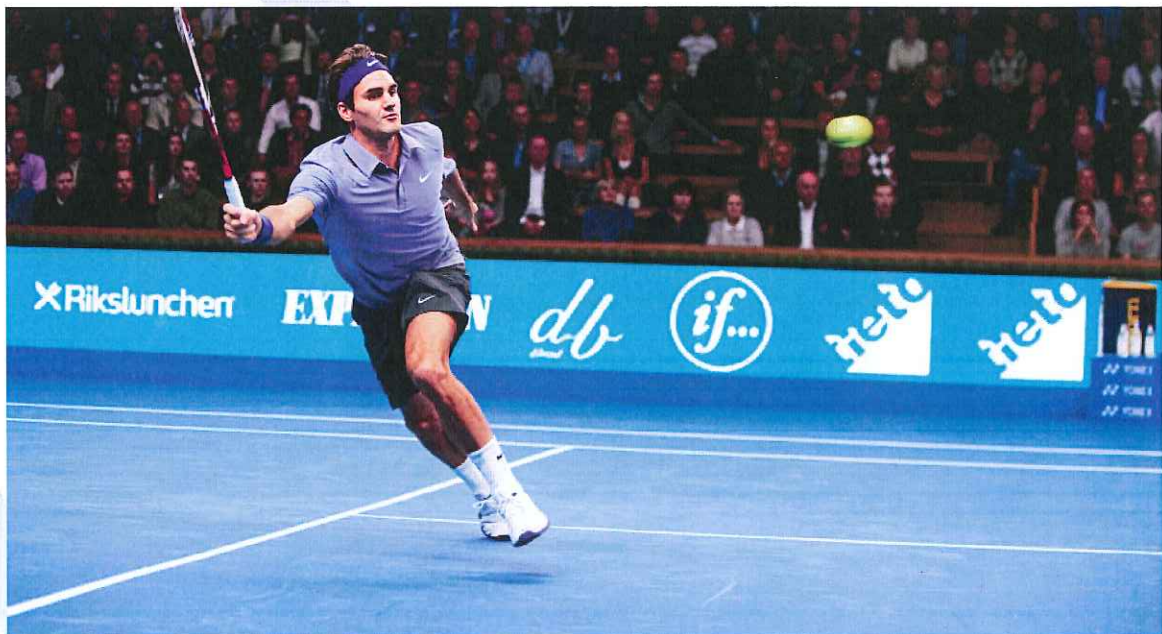
Historia

Tennistävlingen If Stockholm Open är ett starkt årligt återkommande evenemang för alla tennisintresserade. Den första ATP-tävlingen gick av stapeln år 1969 i Kungliga Tennishallen i Stockholm. Tävligen har varje år attraherat ett väldigt starkt startfält och vi har haft tidigare vinnare som Arthur Ashe, John McEnroe, Björn Borg, Stefan Edberg och Roger Federer. Finalen från förra året var den starkaste finalen i en ATP 250 tävling under 2012 (rent rankingmässigt) när världssexan Tomas Berdych besegrade fransmannen Jo-Wilfried Tsonga i en rafflande match om titeln.

Tävlingen spelas i en magisk anläggning med stark historik. Hallen uppfördes mitt under ett brinnande krig och kostade 3 miljoner kronor (ca 80 miljoner i dagens penningvärde) att bygga och stod färdig i oktober 1943. Projektet kunde förverkligas tack vare ett starkt stöd, inte bara från Kung Gustaf V, utan även från ett antal av dåtidens främsta entreprenörer med Marcus Wallenberg i spetsen.

Tävlingen är unik eftersom den spelas på en befintlig tennisklubb. Spelarna som varit i Kungliga Tennishallen och spelat If Stockholm Open beskriver ofta atmosfären som magisk och väldigt familjär. Publiken kommer väldigt nära spelarna och får en härlig känsla av tennisen.

If Stockholm Open tillhör en s.k. 250-kategori tillsammans med 41 andra tävlingar på ATP-touren. Under de 3 åren som PR Event har haft arrangörskapet så har tävlingen blivit framröstad av spelarna som den näst bästa tävlingen i denna kategori, efter Skistar Swedish Open i Båstad. Det visar verkligen att evenemanget är på god väg att befästa sin starka position i tennisvärlden.



Ägandeskap/Struktur

År 2009 tecknades ett långsiktigt operatöravtal mellan Stockholm Open AB (Kungliga Tennisklubben 40%, SALK 40% och Stockholms Tennisförbund 20%) och PR Event. Avtalet innebär att PR Event genomför tävlingen, handhar sponsorer och ansvarar för biljettförsäljningen. Stockholm Open AB ansvarar för att rekrytera och utbilda de ideella funktionärerna (för närvarande ca 400 volontärer).

Sedan PR Event tog över arrangörskapet av If SO år 2009 så har en mängd investeringar gjorts för att utveckla tävlingen och anläggningen. Här är bara några exempel på våra förbättringar av hallen:

Ny belysning i hallen

Vi vill att publiken ska få en riktigt trevlig upplevelse av att komma till Kungliga Tennishallen. Därför har vi lagt mycket fokus på ljus och musik. Den tidigare belysningen i hallen var väldigt gammaldags. Nu kan vi lätt mörklägga hela arenan på ett effektfyllt sätt under introduktionen av våra spelare för att sedan tända upp när spelet kör igång.

Ny färg på banan

If SO har tidigare spelats på ett grönt underlag. Men 2010 tog vi beslutet att investera i en blå bana som är betydligt trevligare att spela på men som framför allt gör sig bättre i TV.

Food Court

För att det ska vara smidigt och enkelt för hela familjen att gå och titta på tennis så har vi lagt mycket energi på vår Food Court. Där kan man äta bra och kvalitativ mat på arenan. Här har vi ett samarbetsavtal med Operakällaren.

LED-skärmar

Istället för befintliga skyltar med våra sponsors varumärken har vi gjort en stor investering i LED-skärmar runt banan. Skärmarna gör upplevelsen mer effektfull och våra sponsorer kan med enkla medel ändra sina budskap under matchens gång.

Hospitality och Sponsor Village

Det har blivit till en tradition för många av våra sponsorer och gäster att komma till Kungliga Tennishallen i oktober månad och avnjuta både tennis och mat i världsklass. Därför har vi sett till att skapa en trevlig och gemytlig miljö i hospitality och sponsor village.

Auditorium

Under veckan bygger vi upp ett stort auditorium som har blivit mycket uppskattat av våra sponsorer. Där kan de bjuda in sina anställda och andra gäster till intressanta seminarier och föredrag.

Skyboxar

Under tävlingen bygger vi upp skyboxar för våra huvudsponsorer på kortsidan av Center Courten. Där kan de ta upp sina VIP gäster för att titta på tennisen och diskutera affärer i en mer privat miljö.



Miljöarbete

I vår strävan att ständigt utveckla och förbättra vårt miljötank lägger vi i år fokus på följande områden

1. Representant i ledningen har genomgått Håll Sverige Rents webbaserade utbildning
2. Sophantering – då vi har flera leverantörer som säljer glas och petflaskor till publiken arbetar vi för en 100% återvinning genom tydligt märkta kärl i dom publika områdena. Vi samarbetar även med Returpack.
3. Vi har ständigt minskat vår förbrukning av papper och jobbar med digital information till våra partners i vår kommunikation. På plats samarbetar vi med Ricoh som förser turneringen med lösningar för dokument- och utskriftshantering. Dom tillämpar sitt Sustainability Optimisation Programme, där de optimerar utrustningen med inställningar i Ecomode, vilket ger låg energi- och pappersförbrukning, med mätningar för koldioxidsmart drift. Därefter klimatkompenserar Ricoh för att få en fullt koldioxidneutral utskriftshantering.
4. Skyltar, vepor, exponeringsmaterial sparas och återanvänds i så stor utsträckning som möjligt.
5. Vi samarbetar med JA Stöd som städar alla utrymmen på arenan under tävlingen och de arbetar enbart med miljömärkta produkter.

Spelare

Stommen i en bra tennistävling är alltid ett starkt startfält. PR Event jobbar väldigt aktivt med att försöka attrahera en bra blandning av spelare till If SO. Målsättningen är att varje år kunna erbjuda den svenska publiken två spelare som är rankade bland de 10 bästa i världen. Tack vare Jonas Björkman och mitt kontaktnät bland spelarna har vi hittills kunnat leverera ett attraktivt startfält.



Ungdomssatsning

If Stockholm Open satsar hårt på barn- och ungdomsaktiviteter. Barnen är en otroligt viktig del för oss och för svensk tennis, varför vi hela tiden försöker göra vårt bästa för att ge barn runt om i landet möjlighet att pröva på tennis.

If Stockholm Open har under sin drygt 40 åriga historia genererat runt 40 miljoner kronor till ungdomssatsningen i Stockholms klubbar. Genom olika barn- och ungdomsaktiviteter försöker vi sprida tennis på olika nivåer runt om i landet. Från Pirres Pokal för elitjuniorer till If Stockholm Open Tour som är världens första mini-, midi- och maxitennistour.

If SO Tour är framtagen för att stimulera de barn i tennisskolan som redan är tävlingsinriktade, samt för alla som vill känna på hur det känns att tävla i tennis. If SO Tour består av ca 300 tävlingar som genomförs på lokala tennisklubbar runt om i Sverige för barn i åldrarna 6-12. Det har blivit en mycket populär tävlingsform som växer snabbt och är nu Sveriges största tennisturnering. År 2008 deltog över 2000 barn i 50 tävlingar i Stockholmsområdet. Mellan 2010 och 2012 deltog ca 12.000 barn. Samtliga regioner är med och arrangerar och If SO Tour förväntas växa ytterligare under 2013. Initiativtagare till If SO Tour är Anders Heimklo från Tennis Stockholm. Pirres Pokal är en lagtävling som Svenska Tennisförbundet arrangerar årligen för Sveriges bästa pojkjuniorer (under 14år) där samtliga Sveriges regioner är representerade. Varje lag består av 6 spelare och i varje lagmatch spelar man 4 singelmatcher och 2 dubbelmatcher. Finalen spelas sedan i Kungliga Tennishallen under finalhelgen av If Stockholm Open.

Med vårt stora tennisevent medföljer även ett stort ansvar som ambassadör för svensk tennis. Vi vill stimulera barn- och ungdomar till att aktivera sig, prova på tennis och ha väldigt kul! Våra sponsorer stödjer oss i vår satsning, varför vi också har möjlighet att utöka och bredda våra arrangemang för varje år.



Media/Marknadsföring

If SO jobbar idag med väldigt starka partners både på och utanför banan. År 2009 tecknade If SO ett unikt TV-avtal med SVT som gör att vi visar 18 st matcher live i SVT1 eller SVT2. Inget annat idrottsevenemang i Sverige har en sådan bred exponering vilket vi är oerhört glada och stolta över. Utöver vår unika exponering i Sverige så visas tävlingen i ca 135 länder runt om i världen.

Vår målsättning är att If SO ska genomsyra hela Mälardalen och stora delar av Sverige. Här är några exempel på vår breda marknadsföringskampanj:

Bussar

Marknadsföring av tävlingen på alla bussar i Stockholms innerstad.

Domarstolar på stan

Domarstolar placeras på strategiska platser i Stockholms innerstad där man har chans att vinna priser och biljetter till tävlingen.

Stureplansskärmen

Visades resultat från dagens matcher och på torsdagskvällen sändes även en match live på skärmen.

Dagens Industri & DI Weekend If Stockholm Open Special

Dagens Industri som är en otroligt värdefull partner till If SO ger ut en DI Weekend med 40 sidor redaktionell text om tennis på måndagen av tävlingen. Här har vi också attraktiva annonserbjudanden för våra samarbetspartners.

Expressen

Här har vi ett samarbetsavtal där vi har chansen att marknadsföra tävlingen mot en bredare publik.

Mix Megapol

En av Sveriges största radiokanaler som är en samarbetspartner till tävlingen. Både Jonas och jag försöker aktivt sprida budskapet om tävlingen i radio såväl TV-kanaler. Radiolyssnarna har också möjlighet att vinna biljetter till If SO.

Tennismagasinet

Magasinet är vår officiella tennistidning under evenemanget.



Tennistävlingen If Stockholm Open är ett av Sveriges starkaste idrottsevenemang som varje år attraherar runt 40 000 besökare under veckan. Det är en fantastisk mötesplats för näringslivet där man skapar, vårdar och stärker relationen till sina kunder. Men även ett evenemang för hela familjen.

Vår vision är att få Stockholms Stad mer involverad i vår fantastiska tävling. För att If Stockholm Open ska kunna bibehålla sin fina status och fortfarande vara ett av dom starkaste idrottsevenemangen i Stockholms regionen krävs hårt arbete och en bred marknadsföringskampanj.

I många av ATP-tävlingarna runt om i världen så är staden eller regionen delaktig i evenemanget. Vi ser det som ett ypperligt tillfälle för Stockholms Stad att marknadsföra staden samtidigt som det skulle vara en stor hjälp för oss att utveckla vårt evenemang ytterligare.

Vi vill med detta brev ansöka om ett marknadsföringstillskott på 500 000 SEK där Stockholm Stad också blir en Official Partner till If Stockholm Open 2013. Då har ni möjlighet att använda vårt evenemang som en unik mötesplats för era gäster och ni får också en väldigt attraktiv exponeringsyta på vår Center Court i Kungliga Tennishallen.



Vi hoppas på ett långt och framgångsrikt samarbete tillsammans!

Med vänlig hälsning,

Thomas Johansson
Tournament Director If Stockholm Open

Budget If Stockholm Open 2013

2013

Revenues	28 180,0
Sponsor Sales	17 000,0
Ticketing	5 500,0
Hospitality (tickets excluded)	2 200,0
Other revenues	3 480,0
Sales/event	28 180,0
Direct Costs	27 956,0
Price money	5 100,0
Appearance fees	3 800,0
Arena rent	1 700,0
Staff costs (project related)	900,0
Staff Cost Office	800,0
Other indirect costs	15 656,0
License extra	0,0
Gross Margin before overheads	224,0

If Stockholm Open 2013

Förslag på samarbetsavtal mellan If Stockholm Open och Stockholm Visitors Board

EXPONERING

Arenaexponering

- Logotyp "Stockholm" exponeras på Centercourtens golv.
- Logotyp "Stockholm the Capital of Scandinavia" exponeras på långsidan av bana 1
- Logotyp exponeras på långsidan av Bana 1
- Logotyp exponeras på stortavla.

Annonsering

- Stockholmsvinjett i de internationella TV sändningarna
- Logotyp i all tidningsannonsering
- Logotyp i dagsprogrammet

KOMMUNIKATION

IT

- Utveckla samarbete med If Stockholm Opens sponsorer och partners
- Utveckla gemensamma miljömål för stadens evenemang
- Utveckla skräddarsydda aktiviteter utifrån stadens behov
- Logotyp/Länk exponeras på hemsidan

Utställningsyta

- Monter på arenan

PRIS

År 2013 500 000 SEK