

Stockholm Motor Week 8-9 november 2013

Media-, Family- & Main Event

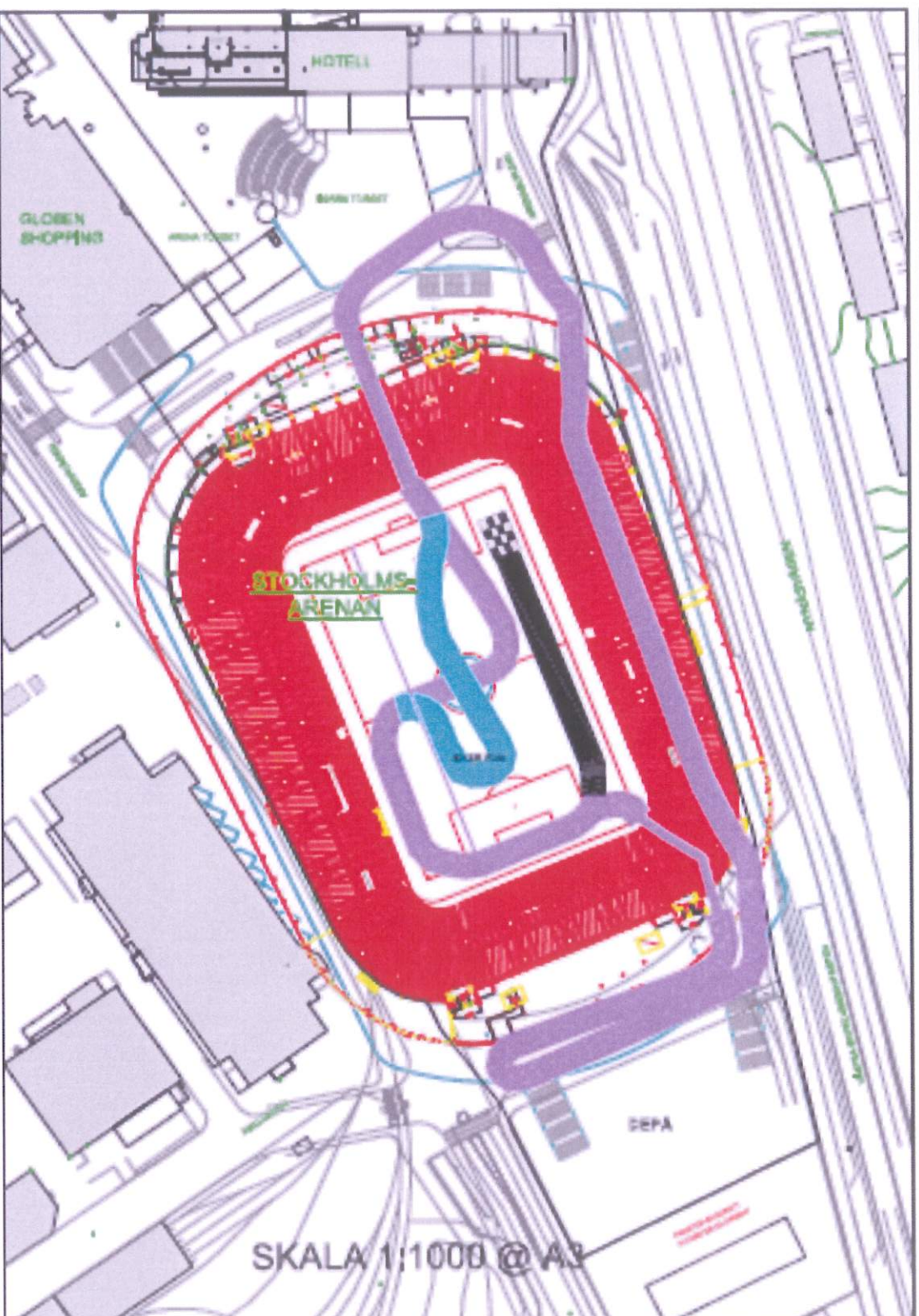
Depåer/Mässsa

Gala

Depåer



Arena och bansträckning



En tigt bana ger ökad säkerhet, minimerar kostnader, ökar publikupplevelsen

Programutformning 2013

Freddag den 8 november 2013

12.00 – 19.00

Mässa / depåer öppnet för besökare i Ericsson Globe/Stockholmarenen

Meet & Greet (Förare/team på plats)

Mediarace – Journalister testar bana, bilar och träffar förare

Sponsoraktivering

20.00 -

Svenska Bilsportförbundets gala- och priscermoni

Lördagen den 9 november 2013

12.00 – 14.30

StockholmMotorWeek - Family

kval i samtliga grenar

full show med motorcyklar

Kändisrace – kval till kvällens föreställning

Ev. inslag av skate, BMX

Livermusik med inriktning på ungdom/barn/familj

18.00 - 20.30

StockholmMotorWeek – Main Event

Finaler i samliga grenar

Motorcykelshow

Kändisracefinaler

Livermusik anpassat efter publik / hårdrock

21.00 -

Stockholm Motor Week party

Konkurrenssituation

Begränsat utbud av större motorsportevenemang i framförallt Stockholmsregionen.

Intresset är högt vad avser tilltänkta evenemang, vilket bl.a. är ett resultat av nya arenor.

Både arenaägare, befintliga arrangörer och nya intressenter ser möjligheter inom motorsporten.

I huvudsak är intresset internationellt.

Inom 2–4-års kommer nya (internationella) motorsportevenemang att genomföras i Stockholm

Marknaden kan inte bära alla tilltänkta evenemang.

Med olika inriktning på evenemang kan 2-3 aktörer ta plats och långsiktigt genomföra evenemang

Förutsatt att publikunderlaget är starkt finns förutsättningar att på sikt skapa samarbeten med en eller flera aktörer, för att stärka konceptet Stockholm Motor Week.

Identifierade aktörer

MonsterJam	Solbergs Motorshow	Topgear Live
X-Games	Global Rally-Cross Championship	STCC
Kistamässan	Stockholmsmässan/FABAS	EV Cup



Kommersiella partners/sponsorer

Dagens sponsorstruktur - generellt

Motorsporten i Sverige är en sponsorintensiv bransch, dock med viss avsaknad av traditionella sponsorer. Sponsorer i Sverige är ofta knutna till förare/team, sällan evenemang, klubbar eller förbund, vilket vittnar om ett personligt engagemang hos företagarna.

Den traditionella "bilhandeln" är underrepresenterade som sponsorer. Dom har inte marknaden/konsumenten på motorsportbanan!

Underleverantörer inom teknik, verktyg och service inom bilbranschen har den starkaste positionen.

Förutsättningar och målsättning för Stockholm Motor Week

Konceptualisera evenemanget för att stärka attraktionskraften mot den traditionella köparen av sponsring, dvs de större konsumentföretagen i Sverige

Bygg en sponsorstruktur som ger förutsättningar för att attrahera såväl befintliga som nya intressenter till motorsporten

Ha ett tydligt miljötänk

Stärk erbjudandet där så är möjligt med ett ökat engagemang inom SBF.

Prioriterat område

Sponsorförsäljningen bör prioriteras från projektstart

Med tidiga och tydliga engagerade sponsorer stärks projektet generellt

Lyckad försäljning och avtalsskrivning minimerar risker och stärker det positiva kassaflödet

Med en tidig försäljning, ökar företagens möjligheter att påverka och stärka evenemanget

Engagerade sponsorer bidrar till ökad kommunikation mot målgruppen/biljettköparen

RISKPROFIL

1/1 2012	30/6 2012	1 jan 2013	8-9 nov 2013
Projektstart	Go, No go	Biljettsläpp	Premiär
	Go, No go	1 juli 2013	
		Go, No go	

1/2 – 30/6	1 maj 2012 – 1 jan 2013	1 jan 2013 – 1 juli 2013	
<ul style="list-style-type: none"> - Offentliggörande Januari 2012 - affärsupplägg, avtalsstruktur - gratis profil, marknadsplan, PR - säkerställa evenemangsplan - rättighetsförsäljning - verifiera kalkylen - Styrgrupp, projektledning 	<ul style="list-style-type: none"> - styrgrupp/projektledning 	<ul style="list-style-type: none"> - styrgrupp/projektledning - marknadsföring biljettsläpp 	

Riskminimering

Samtliga avtal som ingås skall i möjligaste mån vara uppsägningsbara nära på evenemanget, utan att kostnad belastar ägarna vid inställelse, oavsett orsak.

Eventuellt bidrag från Stockholm Visitors Board, undersöks.

Ett positivt svar från X-games i vår, stänger möjligheten för eget evenemang, men öppnar för samarbete.

Ägande/Organisation

Ägare

Stockholm Globe Arenas
Svenska Bilsportförbundet

Samarbetspartners Utvalda personer som knyts till projektet med specialiskompetens

Organisation

Styrelse

SGA, SBF

Styrgrupp

SGA, SBF, Specialistkompetens, Projektledning

Projektledning

Intern och/eller externt

Stockholm Globe Arena tillskjuter specialistikompetens kring arenatrågor, tekniska lösningar mm
Svenska Bilsportförbundet organisation engageras i sportsliga-, säkerhets- och miljöfrågor

Framgångsfaktorer och hot

Framgångsfaktorer

- Snabbt beslut om genomförande – vara steget före
- Säkerställ specialistkompetens och medialt intresse
- Satsa på kvalitet och hög internationell standard
- Knyt upp "befintliga" kommersiella partners till motorsport, men ge förutsättning för att bredda
- Förankra evenemanget internt inom motorsporten
- Bygg på sportslig grund och tävlingsmoment

Hot

- Andra aktörer tar initiativet
- En negativ ekonomisk utveckling globalt
- Ökade kostnader för att attrahera de bästa namnen/teamen
- Konkurrens från andra evenemang

Kontaktpanel

- Patrik Tengwall	Stockholm Globe Arenas	Uppdragsgivare
- Thomas Jansson	Svenska Blisportförbundet	Uppdragsgivare
- Jörgen Andersson	Svenska Blisportförbundet	Uppdragsgivare
- Sune Sandberg	Svenska Blisportförbundet Förbundskapten Rally-Cross	
- Jonas Anderson	Stockholm Globe Arenas	Produktionsledning
- Per Hallestkog	Halleskogs	Trafikplanering
- Patrik Sandell		Förare
- Andreas Eriksson	Olsbergs MSE AB/Ford	Bilkonstruktör mm
- Kenny Bräck		Förare och mediaprofil!
- Fredrik Berggren	FROG	FMX förare/show
- Michael Keyn	Red Bull Sverige AB	Kommersiell part
- Tord Öqvist	AutoExperten	Kommersiell part
- Carolen Ytander	Vattenfall	Kommersiell part
- Maria Ugglå	Proffice	Kommersiell part
- Stig L Sjöberg	Fabas	Mässarrangör
- Mathias Rindberg	Stockholm Visitors board	
- Henrik von Arnold	Stockholm Visitors board	
- Per Gyfte	Stockholm Visitors board	
- Joakim Dyredand	Topgear Sverige	Motorsporttidning/Topgear live event
- Leif Nilsen	Solberg Motorshow Norge	Promotor
- Björn Wengse	Kistamässan	Mässproducent
- Peter Näsmån	Stockholmsmässan	Mässproducent

Konkurrenssituation - Stockholm

MonsterJam

Har ett antal framgångsrika säsonger på Ericsson Globe bakom sig. För 2011 finns inget planerat, utan man avvaktar efter till del sviktade intresse, möjligheterna att skapa ett nytt event i nya Stockholmsarenan.

Monster Jam har under en följd av år dragit bra publik till evenemangen. Mycket inriktning på föräldrar/barn, relativt låga biljettpriser.

Ligger tidsmässigt i November och konkurrerar direkt med ett nytt evenemang. Kan ev. vara en del i en Stockholm Motor Week, speciellt då underlaget i arenan kan vara detsamma för de två olika evenen. En närmare studie kring detta avseende publikt underlag bör dock ske. Oaktat detta skulle kostnaden för att färdigställa en arena, väsentligt minskas, då de kan delas på två olika event.

Topgear Live:

Topgear live är ett koncept ursprungligen från tv-programmet Topgear. Det är mer show och underhållning där de tre programledarna ofta är i centrum. Drivs som ett arenformat och passar bäst in i mindre arenor, t.ex. Ericsson Globe. Topgear har även release på tidningen i Sverige i oktober 2011, vilket ökar intresset för att skapa ett eget evenemang i Stockholm. Konkurrensmässigt ligger det en bit från konceptet Stockholm Motor Week, men målgruppen är till del densamma, dvs bilintresserade, som också följer deras tv-program. Möjligen kommer evenemang till Stockholm redan våren 2011. Etableras evenemang i Stockholm under vårkanten utgör det sannolikt ingen större konkurrens, men etableras det på hösten uppstår en tydlig konkurrenssituation. Topgear Live vill sannolikt inte integreras med någon annan show, men kan som t.ex. Monster Jam tänkas ingå som en del i ett större koncept.

EV Cup

Nytt bilevent med inriktning på racing av eldrivna fordon. Etableras i USA, men vill även ta sig in på den Europeiska marknaden.

Kista Galleria

Traditionell bilhandel söker sig till konsumenterna, dvs till de stora köpcentrumen. 20 företag ställer ut nya modeller under en helg. Inget direkt konkurrerande evenemang, men visar bilhandelns inriktning för aktivering.

Konkurrenssituation - Stockholm

Solbergs Motorshow

Är ett evenemang som under några år drivits av bröderna Solberg i Norge. I år körs det i Stavanger och i Oslo. Publik blev årets upplaga i Stavanger en besvikelse, men bara en ½ fylld arena. I November körs evenemanget i Telenor Arena i Oslo, där det historiskt har varit ett bra publik evenemang. Showen byggs på olika moment av motorsport (bilar, motorcyklar, carts mm). I huvudsak är det uppvisning. Promotorn av showen har visat starkt intresse för att även sätta upp en liknande tillställning i Stockholm.

Detta är en klar konkurrent till ett eget evenemang. Det ligger på hösten, har kapacitet för att köra i stora arenor. Deras nackdel är att det är en show, dvs ingen riktig tävling och i Norge byggs deras framgång till mycket på bröderna Solbergs popularitet, vilket svenska åkare ej kan jämföra sig med. Detta gör publikintresset till en stor osäkerhetsfaktor, speciellt om man väljer att genomföra det i liknande format som i Norge, dvs byggt på inhemska åkare och show.

X-Games

Ett kommersiellt OS för extremporter som växt sig allt starkare. Tar sats för att utveckla detta även på den Europeiska marknaden. Stockholm Stad har ansökt om värdskap från 2013 - 17. Just motordelen av X-Games har växt sig väldigt starkt och inför 2013 kombineras den Amerikanska ”**Global Rally Cross Championship**” med X-games. I det fall X-Games etableras i Stockholm, kommer det att konkurrera starkt mot alla motorevenemang och med stor sannolikhet utsluta ett evenemang i direkt konkurrens med X-Games. GRC är också som enskilt företeelse en möjlig samarbetspartner för ett eget evenemang.

STCC

Har interna problem med utvecklingen av en parallell serie. Kommer dock att köra på Solvalla. Konkurrerar ej tidsmässigt med SMW, men givetvis skapar det konkurrens kring publik och sponsorer. Konkurrenssituationen kan också ge en positiv effekt, då intresset i media och bland publik ökar, inte minst i närområdet.

FABAS/Älvsjömässan

Planerar bilmässan med inriktning på prestandabilar och motorsport. Januari 2013.

Stockholmsarenan

En ny arena för idrott och evenemang

- Stockholmsarenan ska bidra till att göra Stockholm till en evenemangsstad i världsklass. Med sina 30 000 sittplatser kan arenan stå värd för många olika typer av evenemang:
- Nationell och internationell fotboll
- Konserter med världsartister
- Hästsport
- Motorsport
- Stora företagsmöten och banketter
- Mässor
- **Evenemang året runt**
- Stockholmsarenan ska vara en arena fylld med evenemang året runt. Arenan utrustas därför med skjutbart tak vilket gör arenan flexibel och möjliggör evenemang oavsett väderlek och årstid. Arenan kommer dessutom att ha en behaglig inomhustemperatur även under vinterhalvåret.

Utförning

- **Utförning:**
- Två etage
- Symmetrisk i det nedre och asymmetrisk i övre
- 15 000 platser/etage
- Arena med skjutbart tak som uppfyller UEFA och FIFA:s regelverk för internationell fotboll gällande sittplatser, storlek, säkerhet, belysning, ljudanläggning och krav på lokaler och omgivningar.
- Via en utvändigt foajé blir det möjligt att promenera runt arenan i nivå med Arenatorget.
- Takhöjd: Cirka 35 m

STOCKHOLM MOTOR WEEKEND

STOCKHOLM
GLOBE ARENAS

