

Sport & Affärer

Nr 4 2013

www.sportaffarer.se



SPORT & AFFÄRERS ÅRSSUMMERING KLAR.
Se vinnare och motiveringar på **sidan 26.**

NORDISK RIVALITET. Därför vill grannländerna klå oss i idrottssammanhang. **Sidorna 12-13**



Tema vintersport



Stort block om vinter OS

Sidorna 6-13

Ishockey. **Sidan 16**

Vintersport i siffror. **Sidan 19**

Idrottsmännen som tjänar mest. **Sidan 24**



Han vill ta OS till Oslo. OS-experten Petter Rønningen intervjuas. **Sidan 11**



Blir hon vår nästa idrottsminister? Mona Sahlin porträtteras. **Sidorna 4-5**



Han vill ta OS till Stockholm. Läs SOK ordföranden Stefan Lindebergs krönika. **Sidan 6**

isp-sport.se

isp
Sport & Marketing

LÅT DITT VARUMÄRKE
BLI EN DEL AV UPPLEVELSEN

VI SÄLJER ARENAEXPONERING PÅ DE
STÖRSTA IDROTTSEVENEMANGEN

isp
Sport & Marketing

isp-sport.se

Hockey i månsken

Tiden går så otroligt fort. Julen är här och ännu ett nytt år står för dörren med nya utmaningar. De här dagarna får vi tillfälle att träffas, ha det mysigt tillsammans och samla kraft. Förhoppningsvis får vi även möjlighet att njuta av vinterlandskapet på skidor eller nyslipade skridskor.

När jag var grabb firades jularna hos mina kära morföräldrar i ett ofast gnisterkallt, och snörikt Ångermanland i byn där man tog sparken till affären eller så julfirade vi på härliga landstället Hästhagen, i Sörmland. Nära oss, i Björkebo, bodde skogsarbetaren Pentti med fru och deras fem barn Hilikka, Soili, Kauno, Keijo och Hannu. Pentti och hans unga fru hade flyttat från norra Finland till Sverige efter andra världskriget. Han deltog själv i vinterkrigen och bar på hemiska krigsminnen som han höll djupt inom sig själv. En stig genom skogen och över hagen sammanband våra hus. På den stigen sprang vi barn lovdagar och helger året runt och sena kulna kvällar syntes våra ficklampors ljuskäglor fladdra över stigen som sammanband oss.

Vi bildade ett järngäng där mycket kretsade kring spontanidrott. Dit hörde förutom barnen i Björkebo, jag själv, min lillebror Magnus och jordbrukarns son, Thomas.

En jullovs natt ringer telefonen. Jag tittade yrvaket på klockan. Den var halv ett.

- Har du sett vilket månsken det är i natt, frågade Hannu. Jag drog upp rullgardinen och såg snön glimra vit i månskenet därute i den kalla vinternatten.

- Tycker att vi lirar hockey nere på tjärnen. Månen ger ljus så det räcker. Jag har vart ute och kollat, sade Hannu.

Tjärnen låg nere i dalen och var den spelplats som gällde innan vi flyttade ner målburarna till sjön Sillen som ju tog längre tid på sig för att frysa till. Och innan tjärnen frös spelade vi på små frysta åkerpölar.

Vi brukade skyffla av näckrosbladen från tjärnens isyta, tömde några hinkar vatten och vips så hade vi spegelblank is.

- Ok, hur många blir vi, frågade jag?

- Åtta om du och Magnus kommer. Kan du ringa Thomas?

- Fixar det. Vi ses därnere om en halvtimme. Jag väcker brorsan och Thomas.

Vi kom från olika håll vislande och småpratande ner till den månbelysta tjärnen i dalen, med hockeyklubbarna över axlarna och skridskorna dinglande längst ute på klubb-bladen. Snart var matcherna igång. Vi cirklade runt tjärnens is, dribblade av varandra och hängde in puckarna i potatissäckarnas djup, i våra hemsnickrade hockeyburar. Jag kommer aldrig glömma den där natten då vi spelade hockey i månsken.

När våren kom det året beslöt vi att bygga vår egen idrottsplats. Bonden gav oss en åkerplätt att bruka som låg bra till i ett skogsbrunn. Vi hjälptes åt att plöja, harva, så, senare klippa gräs och snickra fotbollsmålen. Vi täljde våra egna spjut och ett kärrhjul kunde duga som diskus i början innan vi köpte in riktiga redskap och mätinstrument. Sågsån till höjdhopsrampen fick vi av Pentti. Vi kom på idrottsgrenar som inte fanns. Vi älskade att idrotta tillsammans och kraften från den tiden tror jag att vi som var med burit med oss resten av livet.

Mona Sahlin porträtteras

Men alla bor inte på landet eller har ett landställe att åka till på fritiden. Därför är det så viktigt att också stadsmiljöerna innehåller idrottsmötesplatser mellan hyreshusen. Där började Zlatans resa. För Björn Borg räckte det med en garageport. En idrottsplats kan se fyrkantig ut men det är människorna på den som skapar kraften och fyller den med liv. Själv närmast bodde jag på en förorens IP vardagskvällar och helger när vi inte var på landet. Det fanns alltid folk i alla åldrar att dela upp och spela evighetsmatcher med. I det här numret porträtterar vi Mona Sahlin. Hon betonar vikten av att idrottsplatser ska vara en självklar del i stadspaneringen - för alla, unga som gamla. Hon tycker att näringslivet i högre grad ska finansiera de stora arenorna så att samhället har råd att bygga fler idrottsplatser nära människan.

Det här numret har temat vintersport. Formen hos flera av våra idrottsstjärnor ser riktigt lovande ut inför vinter OS. Det ser också lovande ut vad det gäller en eventuell ansökan om vinter OS till Stockholm/Åre 2022. Läs SOK:s ordförande Stefan Lindebergs intressanta krönika. (Nästa år i nr 1-2014 intervjuas även OS utredaren Jöran Hägglund). Vi skriver om hårdtsatsande vintersportssponsorer och analyserar den nordiska idrottsrivaliteten där orsakerna förmodligen kan spåras ända tillbaka till den svenska stormaktstiden. Att idrottsåret 2013 var fantastiskt återspeglas i vår uppmärksammade årssummering på sidan 26.



Vi vill tacka våra läsare och annonsörer för det gångna året och önskar alla en God Jul och ett Gott Nytt År!

Nästa år går tidningen förutom till Dagens industris läsare även till Sponsrings & Eventföreningens medlemmar.

Gustaf Berencreutz
Redaktör

INNEHÅLL NR 4, 2013

Ledaren.....	2
Porträttet.....	4-5
Ordföranden har ordet.....	6
Sponsorprofilen.....	7
SOK:s sponsorer.....	8
OS skruvar upp sponsortemperaturen.....	9
Så arrangeras ett OS.....	10
Smarte Petter.....	11
Den nordiska idrottsbataljen.....	12-13
Ishockey.....	16
Motorsport, SM-Veckan.....	18
Krönikor.....	20
Prispengar.....	24
Årssummeringen.....	26



Isracing eller "speedway på is" är en av de sporter som hör vintern till. SM-finalen avgörs nästa år på Studenternas i Uppsala den 15 mars. Sidan 18

SPORT & AFFÄRER PRODUCERAS AV IDÉ MEDIA

REDAKTÖR: GUSTAF BERENCREUTZ

REDAKTION: IDÉ MEDIA, VÄMLINGE 4115, 76173 NORRTÄLJE

TEL: 0176-22 83 50 FAX: 0176-22 83 49

MAIL: KONTAKT@SPORTAFFARER.SE HEMSIDA: WWW.SPORTAFFARER.SE

MEDARBETARE I DETTA NUMMER:

NIKLAS BIRGETZ, LARS INGELS, MATS HELLSPONG, JOHAN THORÉN, STEFAN LINDEBERG, UNO GRÖNKVIST, HENRIK LENNGREN, PIERRE EKLUND, KARIN MATSSON WEIJBER, GUNNAR PERSSON, JOACHIM VON STEDINGK, STEFAN KARLSSON, MARTIN KINDGREN, SÖREN ANDERSSON, FRANS FRANSSON, BJÖRN-ANDERS LARSSON OCH PETER ROHMÉE.

LAYOUT: KJELL EDGREN - INFORMAT.SE. REPRO: STEFANS ORDBILD
TRYCK: BOLD/DNEX TRYCKERI AB, AKALLA, V-TAB, LANDVETTER, DAILY PRINT, UMEÅ.

MISSA INTE STAN'S LÖPARFESTER:

Spring i Stockholm!

30 mars: Premiärmilen

Inled löparsäsongen på Norra Djurgården i Stockholm. Söndagen den 30 mars avgörs Premiärmilen för åttonde gången. Du springer en 10 km lång bana i härlig miljö i Nationalstadsparken.

* www.Premiarmilen.se

26 april: Women's Health Halvmaraton

Årets färgstarkaste halvmaraton. 2014 kommer succé-tidningen Women's Health till Sverige. Det firar vi med ett lopp för kvinnor i Stockholm på 21,1 km - Women's Health Halvmaraton. Missa inte chansen att få en utmanande start på året.

* www.whhm.se

3 maj: Spring Cross

Vårens största svenska terränglopp avgörs på Norra Djurgården. Start och mål vid Frescati. Loppet har tre distanser: 6 km, 12 km och 18 km.

* www.SpringCross.se

26 och 27 maj: Vår Ruset

Vår Ruset är inte en tävling, utan en fest för tjejer och kvinnor i alla åldrar. Du springer,

joggar eller promenerar 5 km i din egen takt på Norra Djurgården. Samla ihop en grupp på sex personer så bjuder vi på picknick.

* www.VarRuset.se

31 maj: ASICS Stockholm Marathon

Årets kraftprov och årets folkfest. Du springer 42,2 km genom huvudstaden på en av världens vackraste maratonbanor. Mål på Stockholms klassiska Stadion. 21 500 löpare från hela världen. Vi hjälper dig med träningen inför loppet.

* www.StockholmMarathon.se

9 augusti: Stockholm Ultra Marathon

Lördagen den 9 augusti avgörs den andra upplagan av Stockholm Ultra Marathon. Premiärloppet 2013 var mycket uppskattat av deltagarna. Loppet har två distanser: 50 km och 100 km. Banan går på Gärdet och Djurgården mitt i huvudstaden.

* www.StockholmUltra.se

20, 21 och 23 augusti: Bellmanstafetten

Vem som helst kan sätta ihop ett lag av vänner och arbetskollegor. Välj mellan att springa på onsdagskvällen,

torsdagskvällen eller på lördagen.

Detta är Sveriges största stafettlopp. 2013 var 3 580 lag med totalt nära 18 000 löpare anmälda. Stafetten har tre klasser: herrar, damer och mixed. Fem löpare i varje lag. Alla springer 5 km. Banan går på Norra Djurgården. Samtliga lag bjuds på picknick.

* www.bellmanstafetten.se

6 september: Tjejmilen

Landets största idrottsevenemang för kvinnor med 33 500 deltagare. Du tävlar mot dig själv på den vackra 10 km-banan runt Djurgården. Samla ihop fyra deltagare och anmäl en Tjejmilen Kvantett så tävlar ni om fina priser.

* www.tjejmilen.se

13 sept: DN Stockholm Halvmarathon

Välkommen till ett inspirerande lopp genom Stockholms innerstad med deltagare från hela världen. Start och mål vid Slottet och Riksdagshuset, i hjärtat av huvudstaden. Distansen är 21 098 meter. Plats för 17 000 löpare.

* www.StockholmHalvmarathon.se



DN Stockholm Halvmarathon

VINTER-OS VÅR DRÖM VÅRT MÅL



VI SUPPORTAR DEN SVENSKA TRUPPEN

FÖLJ OSS PÅ  [FACEBOOK.COM/SWEOLYMPIC](https://www.facebook.com/SWEOLYMPIC)





Mona Sahlin valdes i år in som ledamot i Riksidrottsstyrelsen. Hon brinner för allas rätt att utöva idrott på sina egna villkor. Men menar att samtidigt som samhället ställer upp med förutsättningarna måste du själv dra ditt strå till stacken.

Fotboll, Springsteen och politik

Politiken säger hon att hon lämnat bakom sig men inte idrotten. Hon är AIK:are och fotbollsfan. Går på derbyn och följer Zlatan i vått och torrt. Hon bokar regelbundet fotbollsresor tillsammans med kompisgänget. Nu sitter hon återigen som ledamot i Riksidrottsstyrelsen. En del tror att hon blir Sveriges nästa idrottsminister om sossarna vinner valet nästa år. Sport & Affärer fick en pratstund med Mona Sahlin på gamla arbetsplatsen i Riksdaghuset.

Du är nybliven ledamot i Riksidrottsstyrelsen. Hur ser du på idrottens betydelse?

– Idrotten rymmer en oerhörd spännvidd från det spontana på bakgården till landskamper på arenorna. Idrotten erbjuder också en skön och sund nationalistisk vi-känsla. Den enda goda nationalistiska känslan som vi och många andra länder har kvar. De vi hejar på är ett mångkulturellt Sverige i miniformat. Jag tror vi underskattar betydelsen av den här folkliga föreningen. Sen har vi självklart hälsoaspekten som påverkar både det privata välmåendet och samhällsekonomin. Det ideella är viktigt där vi

lär oss att hjälpa varann och inte bara våra egna ungar.

Hur ser du på relationen individ kontra kollektivet inom idrotten?

– Det måste finnas möjlighet till både och. På gymmet styr du själv hur du vill lägga upp din träning, men så är det inte riktigt inom den organiserade idrotten.

– Jag gillar typer som Patrik Sjöberg och Zlatan. Det är också en ledarskapsfråga. Jag ser till exempel upp till Tommy Söderbergs ledarstil. ”En stor famn” som ser till lagets bästa, men också lockar fram det bästa ur individen.

Varför blev det Socialdemokraterna för dig?

– Jag gick inte med i Socialdemokratin – jag gick med i Olof Palme.

– Han vågade protestera mot orättvisorna i världen vilket imponerade på mig som ung. Sen fick jag med mig socialdemokratiska värderingar hemifrån. Mamma och pappa var sossar. Palme pushade oss unga och min generation var väldigt engagerad. Vi gick i eviga demonstrationståg och det kändes som att det vi gjorde räknades och att vi var delaktiga i att stoppa Vietnamkriget. Idag verkar det räcka med att ”lika” nåt på Facebook för att framstå som engagerad. Jag tycker att

samhällsklimatet blivit mera fejt och lojt idag.

Vilka frågor brinner du mest för?

– Rätten att vara den man är. Oavsett kön, hudfärg eller sexuell läggning ska man kunna känna sig fri. Här har både politiken och idrotten en stor utmaning och ett stort ansvar. Men det kan också gälla rätten till kvalitativ utbildning oavsett om du bor i Husby eller i Saltsjöbaden eller rätten till idrottsanläggningar oavsett om du finns i Tensta eller i Borlänge. Jag vill ta bort olikheter som minskar människornas val.

Kan inte det vara svårt att göra sin röst hörd i ett så stort parti som Socialdemokraterna?

– Både och. Man började som ett parti som skulle ta bort klasshindret. Sen kom frågorna om kvinnors rätt. Det är bra. Men det är ett gubbigt parti. Arbetarklassen har alltid symboliserats mer av män som gruvarbetare än av kvinnor som sjuksyrror.

Finns det nåt samband mellan idrotten och det parti du valt?

– Det är i så fall folkrörelseper-

”
Politiken ska måna om allas rätt att utöva idrott

MONA SAHLIN

spektivet där nykterhetsrörelsen och idrottsrörelsen traditionellt legat nära arbetarrörelsen.

Vad kännetecknar en bra idrottspolitik?

– En politik som månar om allas rätt att utöva idrott, oavsett bakgrund, ålder och var du bor i landet och oavsett om du spontanidrottar eller satsar på eliten.

– För mig finns det ett heligt kontrakt mellan samhället och mig som individ. Om samhället hjälper till med förutsättningarna måste du själv ställa upp och skjutsa och hämta barnen från träningar och matcher och hjälpa till på annat sätt i verksamheten. Utan de ideella insatserna skulle det inte fungera. Man kan inte begära att samhället ska serva med allt.

Hur bedrivs idrottspolitiken av den här regeringen tycker du?

– Den saknar engagemang. Och det saknas en politik som bättre tar ansvar för fler idrottsanläggningar nära människan, inte minst i storstäderna. Elitstödet har stagnerat och det hotar Sveriges elitidrottare som ju är viktiga föredömen för resten av folket. På kommunalt plan tycker jag att kommunerna måste börja samarbeta mer över gränserna och inte tänka så provinsiellt.

Ska vi lagstadga om en idrottsplats vid - låt säga - var 5 000:e invånare?

– Ja det tycker jag. I Plan- och bygglagen som reglerar hur man måste anlägga ett bostadsområde står det ingenting idag om att det måste finnas utrymme för idrott och det borde det göra. Skräckexemplet är det moderna bostadsområdet Hammarby Sjöstad där det inte finns en tillstymmelse till idrottsplats. Min egen son spelade en hel uppväxt utan en enda match på gräs. Jag vill att det ska dofta gräs även i städerna.

– Jag älskar spontanidrottsplatserna mitt bland husen där fönstren är ögon som kollar så inget går snett. De äldre spelar kanske boule i ena änden och barnen basket i den andra. I mitten delas det upp för en fotbollsmatch där alla åldrar får vara med.

Hur ser du på arenaboomen i landet? Det byggs arenor för miljarder och många belastar skattebetalarna?

– Näringslivet borde i högre grad än nu finansiera de nya stora arenorna så att samhället kan bygga fler idrottsplatser nära människan.

Du har varit på många lokaldarby genom åren. Vad säger du om stämningen då och nu?

– Jag låter väl gnällig men det fanns en Råsundakänsla som jag ännu inte hittat på Friends.

Idrotten jobbar för en svensk OS-ansökan. Hur ser du på den?

– Jag stödjer den. Hittar man en form där även näringslivet är med och finansierar ett arrangemang med rimliga ekonomiska proportioner så tror jag på ett OS i Stockholm med fardisciplinerna i Åre!

Tror du att OS-ansökan blir en valfråga?

– Nej, det måste råda politisk enighet om en ansökan. Om nu idrotten står enad är förutsättningarna större än någonsin för en ansökan.

Tycker du idrotten får tillräcklig plats i politiken och i synnerhet ett valår?

– Idrottspolitik, eller det som är förningslivets villkor och särart, borde få större plats ett valår. Men jag tror RF och Karin kommer att göra vad de kan för att det skall höras mer om idrotten nästa år.

Om Socialdemokraterna vinner valet, skulle du då kunna tänka dig att bli vår nya idrottsminister?

– Jag har suttit i regeringen i många år och utövar mitt idrottsintresse privat och i Riksidrottsstyrelsen. Så det är inte aktuellt.

Har du en personlig kandidat?

– Ja, en som känner till idrottens villkor från grunden och som även visat ett stort politiskt engagemang, är Stefan Holm.

Ska då idrottsministerposten delas med kulturen?

– Nej, det tycker jag inte är en bra lösning. När jag var idrottsminister ansvarade jag även för integrationsfrågorna, vilket var mer relevant. Det finns ingen samhällsfråga där idrotten har en så sanslöst bra funktion som integration. Idrotten tillhör samhällsbygget och inte kulturen.

Reinfeldt är Djurgårdare. Vad är viktigast: att sossarna slår Reinfeldt i valet eller att AIK slår Djurgårn i derbyt nästa år?

– Hmm, en mycket delikat fråga (skratt). Vi har mötts många gånger på Råsundas hedersläktare genom åren och visst har man njutit av att se Reinfeldt-klanen deppa efter en AIK-vinst och lika jobbigt har det känts när vi förlorat. Reinfeldt kunde vid förluster trösta sig i Lars Ohlys sällskap – det kunde inte jag.

– Det är intressant det här med klubbtilhörighet. Jag minns en gång en av AIK:s försäsongsmatcher på Skytteholm. Det var svinkallt och jag hade en Säpokille med mig eftersom jag var minister. Vi satte oss under taket där den innersta kretsen av Black Army också satt. Ingen sade nåt.

– Så plötsligt dyker det upp en ung AIK-supporter med bakåtslickat hår. Han gick fram till mig på ett litet kaxigt sätt och sade: "Hörrudu. Vi vill inte ha nära jävla sossar här".

– Då reste sig kärnan av Black Armys ledare upp bakom mig och Säpokillen. De bröstade upp sig och stirrade ut killen:

– "Lyssna nu din lille skit. Vet du vilka Reinfeldt håller på, va?"

– Killen försvann snabbt. Det där glömmar jag aldrig, säger Mona. Det är november och vi sitter på hennes gamla arbetsplats - riksdagen. Mängder med kolleger kommer fram och ger henne kramar och ryggdunkningar, bland annat Bengt Westerberg och Veronika Palm.

När vi fotograferar Mona utbrister plötsligt en bister man i besökssoffan en bit ifrån oss: – Har de inte tagit tillräckligt med bilder av dig genom åren?

Han tittar inte upp, utan stirrar rakt in i sin stora dokumenthögen som tornar upp sig framför honom på bordet.

På andra sidan Strömmen är gatan utanför statsministerns hus fullpackad med blanksvarta bilar och herrar i mörka kostymer. Reinfeldt har storfrämmande från Turkiet när Mona åter fastnar på bild.

TEXT: GUSTAF BERENCREUTZ
FOTO: JÖRGEN HILDEBRANDT

Mona Sahlin

Ålder: 56

Familj: Maken Bo. Tre barn. Pappa Hans Andersson. Två systrar. En lillebror (rockmusikern Janne "Japop" Andersson).

Bor: Radhus i Nacka.

Uppväxt: Nacka. Flyttade innan dess runt hela Sverige då pappan jobbade med ungdomsvårdsskolor.

Utbildning: 3-årigt gymnasium i Saltsjöbaden. SH-linjen.

Civil karriär: Bildade som barn Barbieklubben på 60-talet. Diskare på SvD 1976. Kontorist på Synskadades riksförbund 1977. Sekreterare på Brevskolan 1978-82. Tjänst på Statsanställdas förbund. Egen företagare 1996-97. 1998 rektor för Bombersvik. Idag föredragshållare. Olika styrelseuppdrag.

Politisk karriär: Medlem i FNL och gick med i SSU på 70-talet. Ordförande för SSU i Stockholm 1980-83. Invald i riksdagen 1983. Innehäft en rad ministerposter i Ingvar Carlssons och Göran Perssons regeringar. Var Socialdemokraternas partiledare 2007-2011 (den första kvinnliga). Dock aldrig statsminister.

Idrottlig karriär: Spelat handboll i Skuru, fotboll i Järla och gymnastik. Idrottsminister 2000-2003. Sitter idag i som ledamot i Riksidrottsstyrelsen.

Styrelseuppdrag då: Satt från 1983 några år i RS. Ledamot av Folkstyrelsekommittén 1984 och Arbetslivscentrum 1985. Ordförande för Statens ungdomsråd 1985.

Idag: Åter styrelseledamot i Riksidrottsstyrelsen, i Systembolaget, i den antirasistiska stiftelsen Expo



och ordförande i styrelsen för Anna Lindhs minnesfond.

Tjänar: Konsultarvode

Intressen: Fotboll, musik och politik

Äter gärna: Det mesta. Min man är kock så jag har det bra.

Dricker: Vin och vatten

Läser just nu: Memoarer. Gärna artisters. Ska precis köpa Morrisseys.

Favoritresa: Fotbollsresor i Zlatans fotspår. Vi är ett kompisgäng med två killar och två tjejer som brinner för fotboll. Vi har varit i Italien, Spanien och Frankrike. Med sonen har jag följt tennis bland annat på Roland Garros. Paris börjar bli en favorit.

Kör: Volvo

Främsta förebilder: Gro Harlem Bruntland, Hillary Clinton, Michelle Bachelet.

Favoritsport: Fotboll.

Favoritklubb: AIK.

Favoritartister: Bruce Springsteen och Zlatan Ibrahimovic.

Drömevenemang: Fotbolls-VM på hemmaplan vore häftigt men i närtid drömmer jag om att ta mig till Fotbolls-VM i Rio de Janeiro nästa år.

Utmärkelser: H.M. Konungens medalj i guld av 12:e storleken i Serafimerordens band 2012. Årets hetero två gånger på Pridefestivalen.

Bästa egenskap: Min nyfikenhet

Motto: Stå på dig annars står nån på dig (Tage Danielsson).

BORÅS

Årets breddidrottskommun 2013



Välkommen till

Fed Cup 2014 • SM-veckan 2014
O-ringen 2015



Stockholm 2022 – mer än ett idrottsprojekt

KRÖNIKÖR STEFAN LINDEBERG

Internationellt var nyfikenheten stor redan från början! Ska Stockholm söka vinter-OS och Paralympics 2022? Välkommet! Alla vet att vi i Sverige kan arrangera. Stockholm är en attraktiv stad. Perfekta arrangemang är precis vad man väntar sig – "we expect nothing less".

Men efter en serie av megaevent där bilden dominerats av skenande kostnader, brister i respekt för mänskliga rättigheter och oansvariga byggprojekt är det mer än tekniskt perfekta spel som efterfrågas. IOK är tydliga. Man vill se kostnadseffektiva spel och ett fast hållbarhetsgrepp – etiskt, socialt, ekonomiskt och miljömässigt.

Istället för att bara kritisera andra vore det en lockande utmaning att försöka sätta ett nytt exempel. Det har hänt förr:

"... The Games must be ... more dignified, more discreet... more intimate, and, above all, less expensive..."
"the Olympic Games now stand at the parting of the ways and — we need Sweden." (Baron Pierre de Coubertins, maj 1909)

Fick Sverige möjligheten skulle många vilja bidra och vara en del i det projektet, med stolt historia i ryggen och med ödmjukhet inför uppgiften.

Drömmen om ett kommande OS kan användas för att öppna nya vägar för allt fler unga. Redan när vi ansöker kan vi visa vad vi menar. Projekt som når ungdomar också i områden där idrotten annars inte är så stark. Tillsammans med idrottsförbunden kan vi rekrytera nya ledare, öppna dörrar till olika idrotter så fler kan hitta "sin" idrott och hitta en gemenskap som bygger på respekt, vänskap och lusten att utmana sig själva. Vi kan börja planera för volontärerna som när det är dags bär ett OS. Vi kan utbilda, ge sammanhang och riktning.

En OS-organisation behöver 25 000 volontärer och 3 000 anställda när det är dags, men många av de talanger vi kommer att hitta på vägen, för idrott eller för att skapa och driva andra verksamheter, kommer att ha valt andra vägar när det är dags för OS. Det är bara bra.

Låt oss också bryta ny mark genom att sätta en organisation som genom hela resan har fokus på miljöeffekter, på arbetsvillkor och mänskliga rättigheter.

Kostnadseffektivitet men inte lågbudget. Det handlar om att använda tillgängliga resurser rätt och att våga pröva nya lösningar – både för spektakulära olympiska spel och för att efter OS göra idrott och träning, ännu mer, till en del i vardagslivet.

Vi behöver inte investera i stora publikarenor. Vi har två nya i världsklass som vi ska använda. Det vi behöver är bättre möjligheter att åka skidor, på längden och tvären, och att åka skridskor mitt inne i stadslandskapet. Efter OS ger det nya möjligheter för dem som vill träna för att tävla men framförallt för barn, unga och motionärer. Läktare och service blir tillfälliga lösningar under OS.

Något av detta kan passa in i kommunala planer för fritid och träning. Annat ska vi försöka hitta kommersiella lösningar för. Det kan handla om driften men kanske också om att investeringarna bakas in i större projekt där en byggare kan tjäna in på gungorna det karusellerna kostar.

För första gången kräver ett svenskt OS-projekt inte att det byggs nya stora publikarenor, som riskerar att stå tomma efter OS. Arvet efter OS blir inte öde arenor utan bättre möjligheter att idrotta på snö och is för barn, ungdomar, elit och motionärer

Investeringarna blir begränsade jämfört med andra OS-projekt. Det beror helt enkelt på att Stockholm har så mycket på plats eller kommer att få de närmaste tio åren.



För de som tänker långsiktigt handlar det om Stockholms och Sveriges attraktivitet för investeringar och för dem som bygger framtidens konkurrenskraft, säger SOK:s ordförande Stefan Lindeberg i sin krönika.

Det OS kan bidra med är press i systemet så att investeringarna verkligen blir av. Begränsade investeringar minskar risken för okontrollerade kostnadsökningar.

När man jämför olika OS-projekt gäller det att vara vaktsam. Det som presenteras som "OS-kostnaden" är ofta summan av driftskostnaden för att genomföra OS och de investeringar, som används vid OS. Men inte ska väl ett nytt bostadsområde som hyrs in för att vara OS-by i 3-4 veckor helt betalas av OS? Vad det kostar att hyra in och driva det under OS är självklart en del av genomförandebudgeten, men lägenheterna ska ju säljas eller hyras ut i många år framöver. Ännu "dyrare" blir det förstas om man räknar in OS-byn både i genomförandekostnaden och i investeringen och till sist summerar det hela och kallar det för "OS-kostnader".

Stockholm har så mycket på plats att det helt enkelt blir jämförelsevis låga kostnader.

Projektet bygger inte på statlig finansiering. Men IOK kräver garantier för att det som behövs för OS, och som vi utlovar när vi söker, säkert kommer på plats. Det gör att också sådant som skulle byggas även utan OS kan komma att räknas in i ett underlag för garantier – för säkerhets skull. Och då kommer en del infrastruktur och byggandet av de hus som ska användas som OS-by med. Det drar förstas upp siffrorna även om det egentligen handlar om att se till att det som behövs, OS eller inte OS, faktiskt blir gjort! Något som alla borde uppskatta. Och staten behöver inte stå för hela garantin utan en del blir förstas kommunala eller regionala åtaganden.

I våra kalkyler räknar vi inte in värdet av ökad turism, av att fler besökare bor, äter och shoppar eller av att OS skapar jobb. Utöver de jobb som investeringarna skapar så behöver OS-organisationen själv mer än 3 000 anställda och OS i sig kommer att omsätta 10 miljarder kronor, vilket också ger skatteintäkter. Sådana "dynamiska effekter" har varit viktiga i tidigare OS-projekt, men är för lätta att ifrågasätta. Den här gången räknar vi inte in dem, trots att vi vet att IOK ger ett bidrag till genomförandet av OS på

nästan 5 miljarder kronor, som används här och ger skatteintäkter här. "Dynamiska effekter", hur stora de nu är, blir en bonus för samhället som kan användas till viktiga behov inom eller utom idrotten.

Stockholm 2022 är mer än ett idrottsprojekt. Det handlar om bilden av ett land och en region. Det är en investering i framtida möjligheter och vårt mål är därför att klara kostnaderna för ansökan utan bidrag, även om viktiga insatser kommer att göras av planerare och utredare i kommunerna.

Det finns flera goda skäl till att investera i en ansökan. För dem som tänker långsiktigt handlar det om Stockholms och Sveriges attraktivitet för investeringar och för dem som bygger framtidens konkurrenskraft. Det handlar också om inspirerande framtidsbilder som stärker sammanhållningen och får med "talangreserven" på banan.

För dem som bygger innebär ett OS direkta affärsmöjligheter och jobb. Och för dem som vill "visa vad de kan" är OS ett ypperligt tillfälle att visa innovationskraft, kapacitet och ansvarstagande. Dessutom är redan ansökan i sig en viktig insats för att marknadsföra Sverige och Stockholm.

Den här gången kommer initiativet från en samlad idrottsrörelse. För första gången startar ett OS-projekt som ett gemensamt initiativ från Sveriges Olympiska Kommité, Riksidrottsförbundet och Handikappidrotten. Alla idrotter – vinter och sommar, olympiska och ickeolympiska – har bjudits in till samråd. Av 70 idrottsförbund har nästan 50 svarat på en enkät och med något enstaka undantag är alla positiva. Idrotterna ser att ett OS skulle öka fokus och nyfikenhet på idrotten. Fler skulle vilja pröva. Fler idrotter skulle kunna ta chansen att bjuda in. Att vara en del i OS-projektet skulle ge lärdomar som ledare och funktionärer kan ta med in i sina egna idrotter.

Vi har lärt oss mycket av tidigare OS-ansökningar. Idén, lösningarna och finansieringen – nästan allt är annorlunda den här gången och det ligger i fas med vad den olympiska rörelsen vill se.



Paralympics i Sotji – elitidrott för åskådare över hela världen

7-16 mars är det dags för vinter-Paralympics med ryska Sotji som värd. Totalt väntas drygt 600 deltagare från mer än 50 länder. Satsningen är hård från alla deltagare och konkurrensen knivskarp.

Detta är elitidrott. Det tävlas i fem huvudidrotter som sedan har olika klasser – alpint, kälkhockey, längd, rullstolscurling och skidskytte. Sverige intar Sotji med en trupp på totalt 40 personer. Kriterierna för att tas ut är att antingen ha chans på topplacering, eller vara lovande för att vässas inför topplacering på kommande Paralympics.

Längdskidåkaren Zebastian Modin är ett av våra medaljhopp. Han tog bronsmedalj som 15-åring i Vancouver. I Sotji ska han även ställa upp i skidskytte för synskadade. Åkaren skjuter med laser, och letar den exakta träffpunkten med hjälp av ljudsignal. Helen Ripa, benamputerad, är ett annat mycket starkt kort.

– Rullstolscurling är en annan gren där vi har bra hopp om medalj, och i kälkhockey hoppas jag att vi tar oss till semifinal. Väl där kan allt hända, säger Hans Säfström, Sportchef för Svenska Handikappidrottsförbundet.

Mediainteresset stort

SVT:s sändningar från tidigare Paralympics har tittarsiffror på 750 000. En rejäl utveckling. Hans Säfströms första Paralympics var i Sydney 2000, då tävlingarna sändes en månad efter att de avslutats. Beijing 2008 var det direktsändning för första gången.

– Intresset är lika stort från manliga och kvinnliga tittare. Kan kanske till viss del bero på att det inte ”bara” är elitidrott, utan även en del känslomässiga faktorer. Dessutom är idrottsgrenarnas regler och förutsättningar ganska okända än så länge, vilket gör sändningarna mer informativa. Vi



FOTO: PER KASPERI

utbildar kommentatorerna för att de ska kunna förklara för tittarna, säger Hans Säfström.

Nordiskt samarbete ger kraft

MTG äger sändningsrättigheterna till OS. Men SVT äger rättigheterna till att sända Paralympics i Sverige och kommer att ha dagliga direktsändningar. För att effektivisera och stärka sändningarnas utbud körs studion tillsammans med NRK.

SHIF har med sina nordiska motsvarigheter utvecklat ett samarbete, där till exempel läkare för respektive idrott tar hand om idrottare från flera länder. Man kommer även att ha nordiska samlingsrum på anläggningen. Ett smart sätt att spara resurser som kan läggas på andra saker. Men SHIF går i bräschen även på andra områden.

– Ett sätt att utveckla såväl tränare som idrottare är att icke funktionshindrade och funktionshindrade tränar tillsammans. Vi håller på och utvecklar detta, vilket har visat sig ge positiva effekter för alla inblandade, säger Hans Säfström.

Paralympics roll stärks för varje år och har blivit en faktor som skapar drömmar, inspirerar och ger energi för handikappidrottare på alla nivåer. Alla blir ju inte uttagna – men många får idoler som ger dragkraft.

TEXT: JOACHIM VON STEDINGK

PARALYMPICS

Sponsorer av Paralympics: ATG, Adressändring, Folksam, JKL, Jysk, Kia, Ica, Scandic, Swedavia
Sponsorvärde: 7-8 mkr i tjänster och produkter



Snövit sportdryck stärkte strategin

När Arla fusionerades med regionala mejeriföretaget Milko under 2011 blev sponseringen viktig i att omvända bilden av den stora, stygga mejerijätten från Stockholm. I köpet kom lokala aktiviteter som lade grunden för en ny nationell sponsringsstrategi där kombinationen mjölk som sportdryck och Sveriges Olympiska Kommitté blev hälsosamt och relevant.

– Arla ärvde många sponsoraftal från Milko och hade ett behov efter fusionen att aktivera sig i regionen för att ha en personlig dialog med konsumenterna. När jag gjorde aktiviteter och omförhandlade avtal såg ledningen ett behov av att samla alla resurser och ta ett helhetsgrepp om sponsringen, säger Fredrik Larm, nyutträd sponsrings- och eventchef för Arla i Sverige.

Kan du berätta om Arlas nya sponsringsstrategi?

– Utifrån vår Sverige-strategi har vi två ben i ”Matinspiration” och ”Hälsa”. Inom matinspiration är ”Årets Kock” vårt stora samarbete. För det andra benet har vi inte haft något bra och tydligt grepp innan vi lanserade mjölk med konceptet ”Naturens egen sportdryck” och inledde samarbetet med SOK under 2013.

Hänger sponsring och event ihop strategiskt?

– Ja, jag vill komma bort från det klassiska, som många tyvärr lever kvar i, att köpa are-

nareklam eller en banderoll på ett sportevenemang. Ska Arla vara med någonstans ska vi aktivera oss på plats där vi kan ha en personlig kontakt med våra konsumenter, lyfta fram våra produkter och gärna bjuda på något oväntat.

Hur stor andel av marknadsföringen utgörs av sponsring?

– Andelen uppgår till cirka 10 procent.

Arla har ett webbverktyg för ansökningar, hur många förfrågningar leder till avtal?

– Inte många. Jag får ungefär tre förfrågningar per dag och det är tacksamt att många vill samarbeta med Arla. Det kan finnas guldkorn som vi inte direkt förstår eller kan missa i mängden. Därför försöker jag alltid ha en dialog för att för att inte stänga av direkt, även om vissa saker kan klippas direkt.

Vad tittar ni mest på i utvärderingen?

– Verktöget används för att se om associationen är relevant, sponsorskapet stödjer strategin och ger ROI. Båda våra största avtal, Årets Kock och SOK, har vi kört som business-case genom modulen. Tidigare har vi många gånger hamnat i avtal som vi bara märkat med att utnyttja 50 procent av kapaciteten. Nu ska hela avtalen utnyttjas.

Hur mycket uppgår SOK-avtalet till?

– Det är inget jag kan gå ut med, men sett till vad vi får är det en relevant prisbild och vi har verkligen kapitaliserat det fullt ut. Lan-

seringen av konceptet ”Naturens egen sportdryck” är Arlas största kampanj på tio år. Vi har gjort TV-reklam, utomhusreklam, webb, sociala medier, event, butikskampanjer, konsumenttävlingar, ändrat förpackningsdesign och lyfter fram samarbetet redaktionellt på 250 miljoner mjölkförpackningar. Det är integrerat och aktiverat i 360 grader.

Vilket är nästa steg i strategin?

– I samarbetet med SOK har vi satsat tungt i media och på förpackningar. I steg två vill vi vara mer närvarande vid stora publika idrotts-evenemang och möta utövaren på dennes hemmaarena. Vi vill bygga relevans i att mjölk är en sportdryck i verkligheten och inte bara i teorin. Det finns ett par samarbeten med större motionsevenemang som vi tittar på och har för avsikt att inleda och rulla ut.

Hur långt är Arla från att etablera ett eget stort sportevenemang?

– Hade du frågat för två år sedan hade jag sagt absolut nej, vi ska hålla oss till core-business. Idag är vi en sådan stor aktör med starka kanaler att vi definitivt skulle kunna göra till exempel ett lopp med Naturens sportdryck som avsändare själva eller med en stark aktör. Men det finns inga planer i pipen.

Vad är roligast med ditt nya jobb?

– Jag tycker att det är roligt att vara med på resan att förflytta Arlas syn på sponsring och göra det till en del av affärsstrategin och en stark kanal som kan påverka konsumenter till köp. Från att sponsring varit något som legat utanför tror jag det kommer få en mycket större och viktigare del i alla företags strategier framöver med tanke på hur mediekartan förändrats.

TEXT: JOHAN THORÉN



Numrets sponsorprofil: Fredrik Larm, Arla.

FREDRIK LARM

Titel: Sponsrings & Eventchef

Ålder: 44 år

Familj: fru och två barn

Bor: Täby utanför Stockholm

Intressen: matlagning, skidåkning, alla typer av vattenaktiviteter

Favoritsport: skidåkning



ARLAKONCERNEN

Länder: Sverige, Danmark, Storbritannien, Tyskland, Belgien och Luxemburg.

Nettoomsättning: 64 miljarder DKK

Antal ägare (okt-12): 12 000 mjölkbönder

Invägd mjölk: 12 miljarder kg

Antal årsanställda: 19 000

ARLA I SVERIGE

Antal ägare: 3 865 mjölkbönder

Antal mejerier: 14

Antal medarbetare: 3 490

Företagskultur/kärnvärden: Lead, Sense & Create.

Sponsringsstrategi: ”Matinspiration” och ”Hälsa”

Sponsringens andel av marknadsföringen: 10%

Sponsringsportfölj: SOK, Årets Kock, Pizza-SM, Restaurangakademien, Årets konditor och Barista Cup + lokala och regionala samarbeten.



Charlotte Kalla tände den olympiska elden när Olympiatravet kördes på Åbytravet den 20 april i år, inför 17 000 åskådare.

FOTO: TOMMY HOLL

SOK:s sponsorer om en svensk OS-ansökan och aktivering

Beskedet får vänta till mars 2014. Men ett olympiskt spel i Stockholm och Åre blev åtminstone en realistisk tanke när SOK gick vidare med att undersöka förutsättningarna för en ansökan. Så här ser SOK:s sponsorer på satsningen.

Vattenfall, som samarbetat med SOK sedan 2006, varav de sista två åren som huvudsponsor, stöttar tanken på ett blågult vinter-OS 2022.

–Vi tycker självklart att det skulle vara fantastiskt roligt med ett stort idrottsevenemang på hemmaplan, säger Vattenfalls sponsorchef Annika Bränning.

–Vi följer med spänning SOK:s pågående arbete för att analysera och säkerställa att alla förutsättningarna finns på plats, kommenterar hon vidare.

Enligt Annika Bränning kan ett stort idrottsevenemang

många gånger ”vara en katalysator som gör att en region utvecklas”.

– Under VM i Åre byggdes ny infrastruktur som man har stor nytta av även efter evenemanget. Ett OS i Sverige skulle innebära att vi får världens fokus på oss och på så sätt kan marknadsföra oss som land.

”Sverige måste våga”

ÅF, som fungerar som så kallad Green Advisor till SOK, kittlas också av tanken på ett svenskt OS.

–Vi stöttar SOK i förarbetet med allt från kalkylstöd till teknisk rådgivning och hållbarhet, som kan bli nyckeln till framgång. Det är inom hållbarhet vi kan särskilja oss. Vi tycker detta är spännande, innovativt och ställer såklart



Annika Bränning.

upp med vår kunskap och erfarenhet för vår partner SOK, säger informationschefen Viktor Svensson.

– Personligen tycker jag Sverige måste våga. Det är dags nu. Det vore en fantastisk möjlighet för Sverige som land och industrination. Den globala exponering vi skulle få saknar idag motstycke, fortsätter han.

Sex gånger har Sverige ansökt om att få arrangera vinter-OS – men fått nobben samtliga gånger. Kultur- och idrottsministern Lena Adelsohn Liljeroth har tidigare sagt att det ”blir svårt för ett land av Sveriges storlek” att arrangera OS.

Men sponsorerarna står bakom SOK:s pågående OS-analys.

– Under ett OS på hemmaplan skulle Sverige få hela världens ögon på sig och då finns det naturligtvis stora möjligheter för svenskt näringsliv att visa upp sig och knyta kontakter för framtiden, säger Annika Bränning.

Så aktiverar SOK-sponsorerarna sponsorskapen 2013/2014

ÅF: Har inlett en rekryteringskampanj med fokus på OS i Sotji.

–Vi rekryterar cirka 750 ingenjörer per år och hoppas och tror att vår OS-kampanj, som kallas Recommend ÅF, ska öka tillväxttakten ytterligare. Vi arrangerar även interna och externa events med fokus på Sotji. Till exempel besöker Peter Forsberg, Anette Norberg, Per Mårts och förbundskaptenen för Schweiz hockeylandslag vår internationella chefskonferens i slutet av november. Vi kommer att prata om OS i Sotji, men framför allt om ledarskap och mentalt fokus. Något vi försöker utvinna från sportens värld så mycket som möjligt sedan vi inledde vårt olympiska samarbete för sex år sedan”, berättar Viktor Svensson.

Vattenfall:

– SOK planerar att engagera svenskarna och marknadsföra Sotji-OS genom en turné runt om i Sverige och ett större event i Stockholm under hela OS-perioden. Som huvudsponsor har vi möjlighet att delta för att bidra till besökarnas upplevelser och samtidigt få möjlighet att möta kunder och allmänhet i en dialog i en positiv miljö, säger Annika Bränning.

ATG:

– ATG aktiverar först och främst sitt sponsorskap av SOK och Paralympics genom Olympiatravet som avgörs på fem travbanor under mars och april. Olympiatravet använder OS-symboler i form av ringar, facklor etc. Vi har olympier på plats som intervjuas, skriver autografer och delar ut priser i vinnarcirkeln. Under finalen på Åby travbana finns ett större antal olympier, paralympier och ledamöter från SOK och Sveriges Paralympiska Kommitté på plats för att ta emot den berömda checken där de får en procentsats på V75-omsättningen under perioden. I år uppgick summan till totalt 8,6 miljoner kronor, säger Maria Guggenberger, chef för Konceptavdelningen.



Maria Guggenberger.

TEXT: HENRIK LENNGREN



Prenumerera på Sport & Affärer!

Allt fler har fått upp ögonen för Sport & Affärer som idag uppskattas av idrottsrörelsen, arrangörer och av näringslivet. Vi har gjort oss kända genom en gedigen journalistik med ständigt nya vinklar och genom våra återkommande och väl citerade undersökningar. Många läser oss genom att följa Dagens industri och ni kan nu även välja att prenumerera på oss separat.

För- och efternamn.....

Företag.....

Org.nr/person.nr.....

Som prenumerant får du fyra nummer hem i brevlådan, full access till alla undersidor på vår sajt www.sportaffarer.se samt 10% rabatt på seminariedeltagandet till vårt årliga seminarium Professionell Idrott. Priset för ett års prenumeration är 500 kr inkl moms.

Välkommen som prenumerant och trevlig läsning!

Adress.....

Postnr..... Stad.....

E-post.....

Frankeras ej
mottagaren
betalar portot

Idé Media Sverige

SVARSPOST
20508811
761 20 Norrtälje



OS skruvar upp sponsortemperaturen

Under perioden 7-23 februari riktas strålkastarljuset mot vinteridrotterna när Viasat sänder 1 300 timmar från OS i Sotji. De stora förbunden behöver leverera guldglans och småförbunden ser sin chans att ta plats på scenen i jakten på sponsorintäkter.

När VM-turneringarna i Globen gav ebb istället för klirr i kassakistan är fler guld av stort värde.

– Det vore självklart väldigt positivt för oss och våra sponsorer med ett framgångsrikt OS, säger Peter Langley, tf förbundsordförande på Svenska Ishockeyförbundet.

– Vi hade reklam- och sponsoringintäkter för förbundet och vårt aktiebolag på 49 miljoner för 2012/13 och räknar med minst samma resultat i år. Ett OS-år innebär inget stort hopp i våra böcker.

Skidsporten är inte bara en olympisk tittarmagnet utan även på sponsorsidan med kommersiella intäkter på sammanlagt 85 Mkr.

– Det är viktigt med sportsliga framgångar under ett OS. För alpint och längd har vi starka VM, men för

mindre grenar som puckel, snowboard och nya slopestyle är det ett sätt att visa upp sig för svenska folket. Det ska bli intressant att se hur Viasat lyckas med produktionen, säger Niklas Carlsson, förbundsledare på Svenska Skidförbundet.

Svenska Bandyförbundet kan inte dra olympiska växlar utan får istället förlita sig på attraktionskraften i vad som marknadsförs som Sveriges motsvarighet till Superbowl.

– SM-finalen är vår framgångsfaktor på sikt vid sidan av ett VM då och då. Finalen är större än bandysporten och gör att vi syns, säger Per Sellin, förbundets marknadschef.

Sponsoringintäkterna ligger oförändrat på drygt årliga 8 Mkr och Svenska Spel skrev nyligen på ett nytt treårsavtal värt 13 Mkr.

– Vi försöker att utveckla samarbetet med våra sponsorer och få dem att göra mer med oss. Det som har blivit svårare är att få in företag som köper exponering eller ”lösnummer”. Utbudet av sport är mycket större nu än för fem år sedan, säger Sellin.

Svenska Skidskytteförbundets sponsring sjunker till 12,9 Mkr. Positivt är att Energi Försäljning Sverige tar steget upp från att vara teamsponsor till att bli huvudsponsor vid sidan av Handelsbanken.

– När vi inte har ett eget mästerskap minskar vårt kommersiella utrymme. Vi

tappar exponeringsvärden och säsongen blir upphackad vilket gör att våra sponsorer aktiviteter kräver mer planering och koncentration till före och efter OS-perioden, säger Håkan Blidberg, marknadschef, och blickar framåt.

– Tillsammans med våra partners har vi satt visionen mot 2018 och det ger oss bättre framförhållning än någonsin tidigare i planering och införsäljningsarbetet.

Curlingen lever upp rejält vart fjärde år. Ifjol tog förbundet ett samlat grepp om sponsorarbetet och intäkterna steg till en halv miljon kronor.

– OS betyder oerhört mycket för oss. Vi har planer för rekrytering och att sprida sporten under perioden. Förbundet har en liten organisation där jag jobbar med sponsring och har extern hjälp från en konsult. Eftersom vi ingår i SOK får vi mycket draghjälp därifrån, säger Stefan Lund, generalsekreterare på Svenska Curlingförbundet.

Svenska Konståkningsförbundet har inga

tunga sponsorer för stunden. Däremot förhoppningar om att två evenemangståta år ska ge utdelning.

– Under 2014 är både EM, VM och OS aktuellt och i januari 2015 arrangerar vi EM i Stock-

holm. Många mästerskap ger fler nivåer av sponsring både på förbunds- och individnivå. Konståkning är på uppgång och vi arbetar just nu med att skapa samarbeten med sponsorer på en helt annan nivå för oss än tidigare, säger förbundsordföranden Katarina Henriksson.

TEXT: JOHAN THORÉN



Sponsring års/säsongintäkter (föregående period inom parentes)

Svenska Skidförbundet: 85 Mkr (oför.)

Svenska Ishockeyförbundet: 49 Mkr (49)

Svenska Skidskytteförbundet: 12,9 Mkr (15,9)

Svenska Bandyförbundet: 8 Mkr (oför.)

Svenska Curlingförbundet: 0,5 Mkr (0,2)

Svenska Konståkningsförbundet: -



Audi satsar stort på vintersport

Audi AG en av den alpina världscupens viktigaste partners, och samarbetet sträcker sig ända till 2017/2018.

– I och med samarbetet med FIS får vi ut kännedom om Audi och quattro, säger Nils Simonsson, marknadschef Audi Sverige.

Audi AG har länge satsat på vintersport och sedan början av 2000-talet är företaget titelsponsor till Världscupen i alpin skidåkning som är döpt till Audi FIS Ski World Cup.

– Strategin sedan 1980-talet har varit att synas ihop med alpin skidåkning eftersom det finns en naturlig koppling till quattro, vårt fyrhjulsdriftsystem. Konkurrenten om fyrhjulsdrift hårdnar alltmer och då är kopplingen med quattro och skidåknigen oerhört viktig.

Alla tävlingsorter blir ”Home of quattro” för att skapa en lokal närvaro under hela den alpina skidåknings-säsongen.

– Den här konsekventa satsningen har givit utdelning då vi har högst kännedom om quattro som fyrhjulsdriftsystem av alla bilmärken, berättar Nils Simonsson.

Företaget sponsrar även Alpina VM och Audi FIS Ski Cross World Cup. Audi Sverige är dessutom sponsor av Ski Team Sweden Alpine sedan 1997 och har försett organisationen med bilar.

– Vi genomför alltid en aktivitet



FOTO: NISSE SMITH

Audi sponsrar den alpina världscupen där vårt OS-hopp Jessica Lindell Vikarby nyligen tog sin andra världscupseger (storslalom) i Beaver Creek, USA.

med landslaget inför och under säsongen, och har bland annat utbildat dem i säker- och snålkörning. Våra återförsäljare nyttjar enskilda åkare i sina kampanjer, till exempel Möller bil i Västerås som använder Frida Hansdotter, säger Niklas Henning, sponsransvarig på Audi Sverige.

Ingen OS-marknadsföring i Sverige I början av 2013 presenterades Audi som officiell sponsor till IOK, Inter-

nationella Olympiska Kommittén, som organiserar de olympiska spelen. Avtalet, som sträcker sig över fyra år, innebär att Audi ska leverera fordon till IOK:s högkvarter i Lausanne och internationella event. Dessutom är The Volkswagen Group officiell sponsor till OS i ryska Sotji 2014. Ett flertal tv-tittare kommer förmodligen associera Audis fyra ringar i logotypen med de klassiska OS-ringarna, men trots Audis officiella sponsring får inte Audi Sverige använda OS-ringarna i sin marknadsföring.

– Eftersom Audi Sverige inte är leverantör till Sveriges Olympiska Kommitté får vi inte aktivera oss under OS. Reglerna är stenhårda och vi får inte ens använda OS i textform. På grund av reglerna får vi inte använda åkare eller ledare i det alpina skidlandslaget i någon form av kommunikation en vecka innan, under och efter spelen, förklarar Niklas Henning

Istället riktar Audi Sverige blickarna mot Världscupen i alpin skidåkning och världscuptävlingen i Åre som äger rum i mars 2014.

– Vi ska aktivera våra bilar och ställa upp dem i kombination med landslaget och världscupen. Under världscup-tävlingarna kommer vi ha bilkörning på sjön för besökare, landslagsåkarna och ledare. Några av våra återförsäljare besöker tävlingarna med sina kunder, berättar Niklas Henning.

TEXT: PIERRE EKLUND



AUDI

Företaget: Tillverkar premiumbilar och sålde drygt 1 455 000 nya bilar 2012. Företaget omsatte under 2011 över 44 miljarder euro och har runt 68 000 medarbetare över hela världen. Audi är aktivt på fler än hundra marknader globalt.

Investeringar: Mellan 2012 och 2016 planerar Audi att investera mer än 13 miljarder euro i nya produkter och ny teknik samt produktionsanläggningar.

Dotterbolag: Automobili, Lamborghini S.p.A, sportmotorcykeltillverkaren Ducati Motor Holding S.p.A och quattro GmbH är helägda dotterbolag till Audi AG.

Audi i Sverige: Audi Sverige ingår i Volkswagen Group Sverige AB.

Audi sponsrar: Alpint (Audi FIS Ski World Cup, Audi FIS Ski Cross World Cup, Alpina VM, Ski Team Sweden Alpine samt andra alpina skidlandslag), IOK, fotboll (en rad storklubbar), golf, tennis, bilsport och segling.



OS-PARTNERS 2014

Worldwide partners: Coca Cola, McDonalds, Omega SA, Panasonic, Samsung, Visa mfl

Nationella partners: Volkswagen Group som Audi är en del av mfl.



Så arrangeras ett OS

Oavsett hurvida Sverige åter kommer att stå som värd för ett olympiskt spel kan det vara intressant att få veta hur man arrangerar ett OS, eller hur? Här är fem läsvärda böcker för den som vill veta - skrivna av fem personer som alla varit högsta chef för organisationskommittén vid ett olympiskt spel under de senaste tre decennierna: Los Angeles, Calgary, Lillehammer, Salt Lake City och Vancouver.

Det handlar för det mesta inte så mycket om själva spelen, utan mer om hur arbetet inför spelen gick till och hur man leder ett sådant arbete. Men det är fem spännande och intressanta böcker där man verkligen får följa "spelet bakom kulisserna". OBS! Böckerna är obligatorisk läsning för den som tänker ansöka om ett OS!

” Den 4 augusti 1980, morgonen efter avslutningen av spelen i Moskva, stirrade ett foto av L.A:s stadsflagga tillbaka på mig från förstasidan av Los Angeles Times. En klump bildades i min hals. Det var vår tur. Vår fyraårsperiod hade börjat. Fyra år verkade inte som så lång tid längre. Det var nu dags för LAOOC att förvandla ett område som var 160 km långt och 80 km brett till en jättelik olympisk lekplats. De flesta kallade området för Los Angeles. Jag kallade det för en mardröm. *Peter Ueberroth*

MADE IN AMERICA, HIS OWN STORY

Författare: Peter Ueberroth

Utgiven: 1985

Organisationskommitté/OS: LAOOC, 1984

Bokens titel kan sägas syfta på hur Peter Ueberroth själv började "med två tomma händer" och skapade ett av världens största reseföretag - First Travel - men också hur han kom att leda arbetet med att skapa ett olympiskt spel helt utan skattmedel, som dessutom gjorde ett överskott på 215 miljoner dollar. Pengar som gick tillbaka till den amerikanska idrotten och ungdomen.

När Ueberroth blev tillfrågad 1979 om han ville leda arbetet med sommar-OS hade Los Angeles redan tilldelats spelen (man hade också varit den enda kandidaten). Boken handlar i huvudsak om åren fram till OS, om arbetet med sponsring, media, arenor och säkerhet. Men självklart också om det politiska spelet mellan öst och väst och bojkotthotet: Den 8 maj 1984, samma dag som den olympiska fackelstafetten startade i hällregn i New York, meddelade Sovjet att man inte skulle sända några aktiva till OS. Peter Ueberroth beskriver möten med såväl USA:s president Ronald Reagan som Kubas ledare Fidel Castro. Men också hur man stöttade Rumänien när landet ville bryta öststats-bojkotten.

Trots bojkotten deltog 140 nationer, som då var det största antalet någonsin i ett olympiskt spel. En viktig framgångsfaktor 1984 var att den olympiska fackelstafetten genom 33 amerikanska stater blev så lyckad och ökade intresset och höjde stämningen inför spelen.

” Tillsammans kunde vi bygga en helt komplett uppsättning sportanläggningar som var bättre än de som redan existerade på andra platser. Vi började se en chans att göra enormt mycket nytta genom att bli värd för de olympiska vinterspelen. Vi beslutade att höja våra mål över våra föregångares och inte bara vinna omröstningen, utan också att göra Calgarys vinterspel de bästa någonsin. *Frank W. King*

IT'S HOW YOU PLAY THE GAME, THE INSIDE STORY OF THE CALGARY OLYMPICS

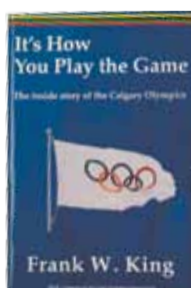
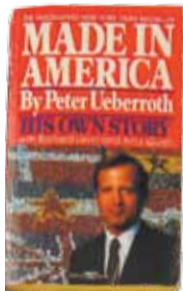
Författare: Frank W. King

Utgiven: 1991

Organisationskommitté/OS: OCO'88, 1988

Till skillnad från Peter Ueberroth så var Frank W. King med redan från början 1978 när Calgary bestämde sig för att söka 1988 års vinterspel. Det kan tyckas lite märkligt att man vågade söka med tanke på Montreals ekonomiska fiasko 1976. Men Edmonton hade arrangerat Samväldesspelen 1978 och gjort det med ekonomisk vinst. Boken anknuter och tar vid efter Ueberroth och Los Angeles, i och med att 80-talet var en tid när IOK förändrades i grunden och blev mer marknadsinriktat.

Calgary (med Banff) hade vid tre tidigare tillfällen försökt få OS, men denna gång var det nya personer som ledde stadens ansökan. Boken är förstas extra intressant för oss svenskar i och med att Calgary besegrade Falun/Åre



i IOK:s omröstning 1981. Calgary hade inga anläggningar färdiga, så calgarierna sade inte till IOK-ledamöterna att "vi ska göra så här", utan i stället sade de "vi behöver er hjälp" och frågade "hur tycker ni vi ska göra?" På så sätt var det IOK som i mångt och mycket fick sin vilja fram i Calgarys ansökan. Man skaffade även en spansktalande medarbetare som naturligt kunde tala med de latinska IOK-ledamöterna. En annan medveten strategi var att trots att man förstod att en IOK-ledamot skulle rösta på en annan kandidat (Falun/Åre eller Cortina) så bad man att få bli dennes andrahandsval. Detta skulle visa sig vara en vinnande strategi eftersom Calgary slog Falun rejält i den andra och avgörande röstningsomgången.

För första gången någonsin lyssnade en OS-arrangör också på TV-bolagens önskemål och ingående beskrivs dagen då de amerikanska TV-rättigheterna auktionerades ut och inbringade då historiska 309 miljoner US-dollar. I övrigt behandlar boken såväl storpolitiska frågor som roliga anekdoter, och hur man övervann intern och extern kritik och hur den högste biljettansvarige sparkades för bedrägeri. Calgary nådde sitt mål i och med att IOK-presidenten Samaranch vid sitt avslutningstal kallade spelen för "the best ever", de bästa någonsin.

” Sett med et noenlunde erfarent lederblikk gikk planleggingen og gjennomføringen av arrangementet overraskende smertefritt, alle forhold tatt i betraktning. Det samme gjelder det påfølgende eventyret, Paralympics *Gerhard Heiberg*

ET EVENTYR BLIR TIL: VEIEN TIL LILLEHAMMER

Författare: Gerhard Heiberg

Utgiven: 1995

Organisationskommitté/OS: LOOC 1994

När Sverige 1981 förlorade OS-omröstningen i Baden-Baden och inte fick vinter-OS 1988, då bestämde sig Lillehammer för att söka OS. Man fick det inte 1992 men man fick det 1994.

Gerhard Heiberg hade en bred ledar- och näringslivsbakgrund när han blev OS-chef 1989. En rolig episod är när den norske statsministern Jan P. Syse ringer upp Heiberg mitt i natten och säger att han gärna vill "at du påtar deg vervet som sjef for LO ...". En företagsledare som fackföreningsledare? Det snurrade i huvudet på Heiberg innan statsministern förklarar sig: "Sa jeg LO? Jeg menet selvfølgelig OL. De olympiske vinterleker."

Heiberg tog jobbet och i boken beskrivs hur man enade olika viljor, bland annat när det gällde utplaceringen av de olika arenorna, samt att man enades om att man skulle arrangera vinterspel som världen inte sett maken till tidigare - och att det skulle ge en viss avkastning på det satsade kapitalet. Men finansieringsproblemen gjorde att gamarna samlades: Calgarys borgmästare ringde (också mitt i natten) och meddelade att Calgary var redo att ta över om Lillehammer inte skulle klara av det hela. I Östersund var man också beredda. Till slut gick Stortinget med på en statsgaranti på 7 miljarder, jämfört med ursprungligt beräknade 1,7 miljarder...

Man enades om fem kärnvärden som OS skulle kännetecknas av: Närhet, delaktighet, glädje, naturlighet och fair play. Man planerade verkligen för en folkfest, som det också blev. Man utförde också simuleringar och övningar i förväg, i händelse något skulle gå fel under de 16 dagarna. Men vid avslutningsceremoni kunde IOK-president Samaranch än en gång yttra: "The best Winter Games ever."

Gerhard Heiberg är sedan september 1994 ledamot av IOK.

” Den olympiska upplevelsen jag har valt att skriva om visar på kraften i att formulera en vision med ett högre syfte och som erbjuder utmaningar utöver det som normalt förväntas. Det är ledarskapets uppgift. *Mitt Romney*

TURNAROUND: CRISIS, LEADERSHIP, AND THE OLYMPIC GAMES

Författare: Mitt Romney

Utgiven: 2004

Organisationskommitté/OS: SLOC 2002

Mitt Romneys namn har givetvis blivit extra intressant, i egenskap av republikansk presidentkandidat 2012. Men den här boken handlar om hur han 1999 fick det svåra jobbet att leda Salt Lake Citys OS-arbete efter att den stora mutskandalen blivit känd. Inte nog med det, sedan tillkom terroristhotet efter 11 september-attackerna i New York och Washington - ironiskt nog samma dag som Mitt Romney var i Washington för att diskutera frågor kring den olympiska säkerhetsbudgeten ...



Romney hade grundat och varit företagsledare för ett finansbolag i miljardklassen. Men hans fru övertalade honom att ta OS-jobbet när han blev tillfrågad på hösten 1998. Problemen och utmaningarna var större än väntat, och hade han vetat detta på förhand skriver han att han kanske hade skrämats bort. Romney hade dock de nödvändiga ledaregenskaperna och hade framför allt erfarenhet av att vända utvecklingen för krisdrabbade företag.

Han kommenterade aldrig mutskandalen, som han inte hade haft något att göra med, utan såg bara framåt. En total öppenhet och offentlighet av SLOC:s fortsatta arbete beslutade man också om, vilket var nödvändigt efter mutskandalen och det låga förtroende man åtnjöt. Efter ett möte med Utahs guvernör sattes fem punkter upp över vad man skulle göra: Man skulle skära i kostnaderna, skaffa nya sponsorer, skaffa federalt stöd, få donatorer och slutligen: Be! (Romney är mormon ...) Men ett OS är komplex: Medan ett företag kan ha tio till femton olika funktioner hade spelen i Salt Lake 42 funktioner! Det gick dock så bra att efter några dagar kunde de dagliga avstämningsmötena med IOK under spelen ställas in. Allt flöt ändå.

En kul episod var vad Mitt Romney sade till en tilltänkt sponsor för den olympiska eldens fundament: "Antingen hissar vi upp två Weber-grillar i en flaggstång eller också får vi det här konstverket!" Sponsorn ställde upp med pengarna och till slut gick spelen med vinst ...

” Allt måste vara förstklassigt, och vi skulle säkert komma att behöva icke-traditionella lösningar på vardagliga problem. Men än en gång blev vi tvungna att trola fram en kanin ur en tom hatt. *John Furlong*

PATRIOT HEARTS: INSIDE THE OLYMPICS THAT CHANGED A COUNTRY

Författare: John Furlong

Utgiven: 2011

Organisationskommitté/OS: VANOC 2010

John Furlong emigrerade 1974 från Irland till Kanada. Tulltjänstemannen sade: "Välkommen till Kanada. Gör oss bättre!" Furlong kom att arbeta inom olika delar av administrationen av idrotten. I december 1998 utsågs Vancouver till Kanadas kandidatstad för spelen 2010 och John Furlong var med under hela resan. Först ledde han kampanjarbetet i Vancouver-Whistler 2010 Bid Corporation och sedan blev han vd för The Vancouver Organizing Committee for the 2010 Olympic and Paralympic Winter Games (VANOC).

I boken berättas om strategier och möten, bland annat hur man under två års tid jagade röster vid olika idrottsevenemang världen över. Furlong tog också kampanjorganisationen genom en folkomröstning 2003 som visade att 64 procent av Vancouvers invånare var positiva till stadens OS-ansökan. Några månader senare samma år tilldelades man 2010 års vinterspel i konkurrens med Salzburg och Pyeongchang, och där det visade sig att ansträngningarna att vinna Europas röster var avgörande när Salzburg slagits ut i den första röstningsomgången.

Vancouver hade en tydlig vision: det skulle bli hela Kanadas spel och man skulle få hela befolkningen med sig (även de franskspråkiga delarna av landet). Visionen att det skulle bli hela Kanadas spel var framgångsrik och bidrog också till trissa upp beloppen i sponsorkontrakten. Till exempel betalade Bell Canada 200 miljoner dollar för att bli officiell telekommunikationspartner, det största enskilda sponsorkontraktet någonsin i OS-historien, sommar som vinter. Genom tuff budgetkontroll klarade sig VANOC även helskinnade igenom den ekonomiska krisen som drabbade världen.

En OS-organisation växer efterhand och när OS drog igång var man över 1300 heltidsanställda plus 25 000 frivilliga funktionärer - "Blue jackets". När allt var klart efter mer än ett decenniums förberedelsearbete började invigningsdagen i en ofattbar tragedi i och med dödsolyckan i rodelbanan, något som även präglade de kommande 16 dagarna.

Men i takt med att saker fungerade som de skulle och Kanadas guldmedaljer rullade in blev det ändå mycket lyckade spel. Succén var fullständig för en hel nation när Sidney Crosby gjorde Kanadas segermål mot USA i hockeyfinalens förlängning. IOK-presidenten Jacques Rogges slutbetyg på Vancouver 2010 löd: "Excellent and very friendly games."

TEXT: LARS INGELS
SOF-MEDLEM OCH FÖRFATTARE TILL BOKEN
"PÅ SNÖ OCH IS, BOKEN OM VINTERSPELEN"

Fotnot: Samtliga böcker finns att köpa i nytt eller, för några dollar, i begagnat skick på Internet. Till exempel på Amazon. Gerhard Heibergs bok är på norska, de övriga på engelska. Översättningarna av de inledande citaten är gjorda från engelskan av artikelförfattaren.

Smarte Petter - norskt trumfkort i OS-leken



Tillbaka till ruta 1. Petter Rønningen får inte så långt att gå om OS 2022 går till Oslo/Lillehammer. Han bor själv i den nu världsberömda byn som till stor del genom hans försorg fick genomföra OS 1994.

FOTO: GEIR OLSEN

Vinter-OS i Lillehammer 1994 blev språngbrädan in i de olympiska korridorerna för toppstyret. Petter Rønningen var vice vd för succéspelen och kom att bli flerfaldig olympisk rådgivare bakom kulisserna. Inför vinterspelen 2022 har 74-åringen hjälpt Kina med att mejsla fram ett tvåorterskoncept för Beijing och agerar bollplank till ledningen för arrangörsorganisationen "Oslo 2022". En välpackad ryggsäck av erfarenheter ger förmågan att förutsäga problem och insikten hur IOK-medlemmarna resonerar.

Vilket blev ditt olympiska uppdrag efter Lillehammer?

– Jag blev kontaktad av Thomas Bach (nybliven efterträdare till Jacques Rogge som IOK-president, red.anm.), som frågade om jag ville utvärdera ansökningskandidaterna för vinterspelen 2002.

Var det i egenskap av IOK-ledamot?

– Nej, jag har aldrig haft den positionen utan alltid varit rådgivare. Thomas Bach frågade igen inför 2004, så jag har varit med i två utvärderingskommissioner under Bachs ledning.

Hur har spelen förändrats genom åren?

– Mitt fokus har mest legat i hur man ska etablera en organisationsstruktur med bästa möjliga kompetens, utbildning, insikter och förutsättningar för att kunna genomföra ett OS. Jag varit inhyrd som rådgivare till ledningen för bland annat Salt Lake City, Nagano, Vancouver, Torino och Sotji. Jag har haft olika positioner på både kandidatursidan och i förberedelserna av spelen.

Vilka är nyckelfrågorna som alltid kommer upp agendan?

– Baserat på min erfarenhet från Lillehammer har jag kunnat förbereda ledningen på vilka utmaningar som kommer framöver och hur de kan förbereda sig och ha beredskap för det. Jag har hjälpt till att hålla kursen. Det är försent när du står mitt upp i allt och inte gjort förberedelserna.

Vilket vinterspel har varit bäst förberett?

– Jag måste säga spelen i Lillehammer, där vi hade mycket att gå på om vi hade kommit i en tuffare situation i genomförandet än vad vi gjorde. Jag vill också säga att Vancouver 2010 var väl förberett.

Finns det något spel som varit organiserat svårarbetat eller problematiskt?

– I samband med spelen i Nagano 1998 var det i en helt annan kultur och språkutmaningarna var större. Det var en situation där koordineringskommittén och ledningen för IOK inte var helt säkra på hur förberedelserna gick. Jag blev anmodad att ta med mig mina sex bästa direktörer och dra till Japan för att göra en genomgång och ta en röntgenbild av status i den situationen. Det var en stor utmaning som löste sig bra.

Du har sagt att många missar insikten i vad IOK vill med spelen?

– Ja, det menar jag. En viktig sak är vad IOK lägger vikt vid. Det är landet eller staden som är kärnan i ett OS utöver att de aktiva ska trivas. För att kunna prestera på topp är transportfrågan och avståndet till tävlingarna mycket viktigt. Sedan gäller det att sätta konceptet i bästa möjliga form inför IOK och få grepp om 120 ledamöter som alla har olika uppfattningar av vad som är betydelsefullt och viktigt. Det gäller att få en tidig närhet till IOK-ledamöterna.

Du har även sagt att IOK röstar mer med hjärtat än med hjärnan, är det bra eller problematiskt?

– Jag menar att det är bra. När vi ska ta hjälp att tillfredsställa våra privata behov, så värderar vi vem som kan lösa det bäst, vem har jag goda relationer till, vem har jag tillit till och vem litar jag på. Alla dessa faktorer är av mänsklig karaktär. Sedan har IOK-ledamöterna naturligtvis stor förmåga att kunna analysera och dra slutsatser och ta rätt beslut.

Gör den personliga processen IOK mer mänsklig som organisation?

– Det är en stor organisation med många ögon och personer som har goda förutsättningar att värdera. Man ska inte ta bort de mänskliga aspekterna och inte pröva att teoriserar eller distansera det från de kvaliteter som summan

av alla IOK-ledamöter representerar. De mänskliga aspekterna kommer alltid finnas med, oavsett process.

Vad skulle du behålla och släpa bort om du fick starta om IOK?

– IOK har lagt mycket resurser och jobbat hårt med att få fram bästa möjliga koncept för hur man väljer kandidaten som ska arrangera olympiska spelen. De finns olika kommissioner och processer som byggts upp på bästa möjliga sätt. Jag har inte underlag för att säga att det kunde göras så mycket bättre.

Sverige och Norge söker OS 2022, finns det utrymme för samverkan?

– Nu ska du ha problemformuleringen klar för dig. Det är bara en stad som blir tilldelad olympiska spelen 2022. Antingen den staden, eller den staden eller den staden... Man hade gärna sett att både Norge och Sverige kan ha spelen, men då måste det ske vid olika tidpunkter.

Är det mindre smart att länderna söker samma OS?

– Nej, det har jag inte sagt. Jag säger att det bara är en nation som kan bli tilldelad OS. Om både Sverige och Norge söker vet vi att det bara är en som kan få det. Om man redan nu sliter hårt med att acceptera det måste man redan nu börja se på vilket sätt det går att komma runt problematiken. En möjlighet är att det ena landet inte söker. Den andra möjligheten är att bägge två söker och eventuellt kan bli eniga om att Sverige eller Norge väntar och istället söker spelen 2026.

Hur stor fördel har Oslo som kommit längre i processen med bland annat en genomförd folkomröstning?

– Jag vet inte om det är så, men generellt så är det en fördel att vara i god position tidigt. Kommer du i position för sent och konceptet är svagt spelar det ingen roll hur duktig du är. Många ansökningsstäder kommer igång sent. Det tar tid att analysera dig fram till rätt strategi för marknadsföringen och konkurrentanalysen. I slutändan måste det finnas en slutsats för varje konkurrent och när man summerar styrkor och svagheter se vem som är huvudkonkurrenten och på vilket område man bör satsa särskilt hårt. Det är många faktorer som spelar in.

Hur långt innan OS bör en kandidatur komma igång?

– Det håller om man följer tidsfristerna som satts upp av IOK. Men jag tror ju tidigare man startar en kandidatur desto bättre förutsättningar har man för att ta reda på varför och hur man ska söka.

– Om en kandidaturstad har bostadsbrist kan konceptet innehålla hur ska man bygga fler bostäder. Då blir problemställningen i vilket område ska det byggas och kan det göras i takt med infrastrukturplanerna för det aktuella området. Det är många faktorer som du måste veta och lösa för att optimera kandidaturen gentemot IOK och vad du som arrangör vill ha ut av det. Du söker inte för att söka, du gör det för att ha igen fördelar av det och som befolkningen sätter ett värde på. OS måste bli ett plus för alla.

Utmaningen är att få till ett vinnande koncept för många?

– IOK har en vision för OS om fredlig samexistens och fysisk fostran. Den som söker spelen bör ta fram en vision för stadens utveckling som gör det förnuftigt att söka. Arrangören bör också lyfta fram i ansökan en vision för själva evenemanget. Dessa tre visioner bör vara sammansatta på ett skickligt sätt som gör att IOK ser värdet i att spelen arrangeras just i den staden. Att få ihop allt det är inte lätt, det kan jag lova dig!

TEXT: JOHAN THORÉN



FOTO: ASMUND HANSLIEN

PETTER RÖNNINGEN

Ålder: 74 år (född 1939)

Familj: Gift, 2 barn

Bor: Lillehammer, Norge

Utbildning: Hærens Krigsskola, Markedshøyskolen, Det Norske Bank-

akademi (Strategi & ekonomi)

Intressen: Jakt, fiske och friluftsliv.

Karriär: Yrkesofficer, konsult/rådgivare för organisering av stora idrotts-arrangemang

Olympisk karriär: Rådgivare för

förberedelse och genomförande av tio OS (sommar och vinter)

Nuvarande uppdrag: rådgivare till Eli Grimsby och ledningen för arrangörsorganisationen "Oslo 2022".

SVENSKA OCH NORSKA ANSÖKNINGAR & VÄRDSKAP AV VINTER-OS

1952: Vinnare: Oslo

1984: Vinnare: Sarajevo

Göteborg: Utslagna i 1:a omgången

1988: Vinnare: Calgary (48 röster)

Falun: 31 röster

1992: Vinnare: Albertville

Falun: Utslagna i 5:e omgången

Lillehammer: Utslagna i 4:e omgången

1994:

Vinnare: Lillehammer (45 röster)

Östersund: 39 röster. Utslagna i finalomgången

1998: Vinnare: Nagano

Östersund: Utslagna 3:e omgången

2002: Vinnare: Salt Lake City (54 röster)

Östersund: 14 röster





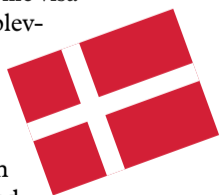
Den nordiska idrottsbataljen

Om idrottsrivaliteten mellan Sverige och våra nordiska grannländer

Det sägs att om Sverige åker ur VM i ishockey börjar de svenska tv-tittarna i stället att hålla på Finland. Men om Finland åker ut börjar man i Finland att hålla på vilken annan nation som helst, bara inte på Sverige. Detta säger något intressant om grannländernas förhållande till varandra på idrottens område och inte bara där för övrigt.

I Sverige finns ofta en förstrött vänlig storebrorsinställning till Finland. De historiskt bevandrade är naturligtvis medvetna om att Finland är den östra rikshalvan av det gamla Sverige, som upphörde 1809. Det ger dem en särskild känsla för finnarna och deras kamp på idrottsarenorna. När den finska truppen tågade in på Stockholms stadion vid invigningen av de olympiska spelen 1912 fick den stormande applåder från publiken. Inget land möttes med sådan entusiasm den gången som just Finland. Landet tillhörde då Ryssland och idrottsmännen marscherade in direkt efter den ryska truppen, med egen namnskylt men utan egen flagga. Man kan väl ana att publiken ville visa sitt stöd för Finland, som upplevde en pressad tid före första världskriget med en tilltagande förryskning av landet.

Men det har nu gått ett sekel sedan de olympiska spelen i Stockholm och banden med Finland har väl tunnats ut för gemene man i Sverige. Skolbarnen bekantar sig inte längre med Fänrik Ståls sägner. Många är väl inte ens medvetna om att det finns en talrik svensktalande befolkning i Finland. Men man brukar allmänt uppfatta Finland som en framstående idrotts-



nation och känna sympati för företrädarna för ett litet land som brukar hävda sig väl i många idrotter, t.ex. skidåkning, ishockey och spjutkastning. Finska idrottsmän har gjort begreppet "sisu" känt även i Sverige.

"Mallig storebror"

I Finland ser man nog annorlunda på saken. Där uppfattas Sverige gärna som en mallig storebror, som till varje pris skall besegras. Dels finns väl en viss purfinsk antipati för det svenska, som både riktar sig mot rikssvenskar och mot finlands-svenskar. Dels finns något som kanske kan kallas för ett lillebrorskomplex. Men det är också möjligt att erfarenheterna från 1900-talets dramatiska historia i Finland kan ha spelat in. Finland fick utkämpa sina två krig mot Sovjet på 1940-talet utan officiell svensk hjälp. Man fick hjälp med vapen och kläder och inte så få frivilliga soldater, men det var trots allt Finland ensamt som fick hålla Röda Armén borta från Norden. Man kan

anta att det skapat grogrund för viss ringaktning av Sverige i vårt östra grannland i djupa folklager. Sverige ses som en nation med många bessorwissrar och världsförbätt-

rare, men när det kommer till kritan tar man till harvärjan.

Nu var ju den aggressiva nationalismen närvarande på läktarna i idrottsutbytet mellan Sverige och Finland redan före andra världskriget. Man kan ju tänka på landskamperna i friidrott, de som i Sverige kallas "Finnkampen" och i Finland "Svenskkampen". De inleddes 1925, men den hätska atmosfären på läktarna 1929 och 1931 gjorde att landskampsutbytet avbröts. Det återupptogs först 1939. Det var särskilt taktiklöpningen och knuffandet mellan löparna i medeldistansloppen, som gjorde publiken upprörd och förgiftade stämningen. Även 1920-talets brottningslandskamper mellan Sverige och Finland var tillställningar där publikens känslor kom i svallning, delvis beroende på att brottning är en bedömnings sport och det är lätt att stämningen mot domarna blir hotfull och oförsonlig. Man kan glädja sig åt att dagens svensk-finska idrottslandskamper brukar vara spännande men fullt sportsliga, även på läktarplats tors man säga.

Landskamper i friidrott var ganska vanliga från 1920-talet och fram till 1950-talet. Sverige tävlade ett par gånger varje år mot andra länder, förutom Finland oftast Norge, Tyskland, Frankrike och Ungern, men också flera andra nationer. Idag återstår av detta en gång omfattande landskampsutbyte bara "Finnkampen". Och den lär internationellt sett vara ganska unik. Beror dess överlevnad i en tid med kommersialiserade idrottsgalor på att det finns ett särskilt intresse för landskamper mellan länder med gammal grannrivalitet? Det är ju just kampen mellan lag som publiken kan identifiera sig med som intresserar den stora publiken, vare sig det gäller fotboll och andra lagsporter eller landskamper i t.ex. friidrott, boxning eller tennis.

Fotbollsivalen Danmark

En annan granne som Sverige tävlat med i spännande landskamper är Danmark. Där är det främst fotbollslandskamperna som dragit storpublik. Fotbollsspelet utvecklades tidigare i Danmark än i Sverige, danskarna hade täta kontakter med England, fotbollens hemland. Därför blev det svenska laget till en början hopplöst utspelat.

Framtill 1916 hade Sverige över huvud taget aldrig gjort ett mål på Danmark trots fyra landskamper. Men 1916 kom mycket överraskande en svensk seger. Sedan fortsatte landskampsutbytet med växlande resultat under flera decennier inför en mycket talrik publik. Stämningen på läktarna var godmodigt upptrissad, inte infekterad som vid de tidiga svensk-finska friidrottslandskamperna. Danska supportrar kom till Stockholms stadion eller Råsunda utrustade med små flaggor och leksakstrumpeter. Den danske "Hurtigmaleren" (snabbmålaren) rullade på 30-talet ut sina banderoller med hastigt tillverkade hejramsor på läktarna, av typen "Alle elleve – spyt i næven, nu skal svensken ha paa tæven!".

Norge före i spåret

Men Nordens numera mest framgångsrika idrottsnation är nog Norge, i varje fall om man beaktar folkmängden. Den norska dominansen när det gäller vinteridrott har snarast ökat under senare decennier. De norska kvinnliga skidåkarna har under senare år nästan lekt med den övriga världseliten. Och Norge visar framfötterna även i en rad sommarsporter och inomhusidrotter. Här kan man kanske tala om ett svenskt komplex, i varje fall när det gäller vinteridrotten.

Vad är hemligheten bakom de norska framgångarna? Mer resurser i det rika oljelandet kanske? När det gäller skidsporten brukar man peka på att hela Norge har klimatförutsättningar för skidåkning och att storstaden Oslo ligger mitt i en perfekt skidterräng, vilket man inte kan

säga om Stockholm. Eftersom man sedan gammalt både i Sverige och Norge tenderat att se skidåkning som en nationalsport blev kampen mellan länderna om medaljer i skidåkning i olympiska spel och världsmästerskap särskilt prestigefylld och laddad.

I politisk mening var ju förhållandet mellan Sverige och Norge som mest spånt åren kring unionsupplösningen 1905. Även idrotten fick del av dessa spänningar.

År 1900 instiftades de Nordiska spelen av Sveriges Centralförening för idrottens främjande. Dessa vintertävlingar (skidor, skridskor, konståkning, backhoppning, bandy dominerade programmet) arrangerades sju gånger, första gången 1901 och sista gången 1926. Meningen var från början att de skulle gå varannan gång i Stockholm och varannan i Kristiania (Oslo), men unionsupplösningen förstörde samarbetet och normmännen drog sig ur arrangörskapet. Samtliga spel ägde därför rum i Stockholm. Inga normmän deltog av politiska skäl i 1905 års spel.

Nordiska spelen hade i början av 1900-talet inofficiellt rollen av ett slags vinterolympiska spel, ända fram till att de olympiska spelen började arrangeras även vintertid, vilket skedde 1924. Intressant är att alla de nordiska länderna motarbetade dessa vinterolympiska spel, eftersom man ansåg att vinteridrott var en nordisk angelägenhet. Man tyckte att det räckte med de Nordiska spelen.

Rumsren nationalism

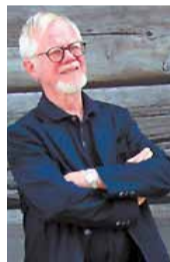
Idrotten är ju numera det enda område där den öppna nationalismen är riktigt rumsren. Vi lever i en mer och mer global värld, där nationalism i olika sammanhang uppfattas som något opassande och otidsenligt, särskilt i tidningar och andra media. Den internationella idrotten är då en ventil, där den djupt liggande folkliga nationalismen med jämna mellanrum kan få eruptiva utlopp. De fyra nordiska länderna (jag lämnar Island utanför i denna översikt) har alla hävdat sig väl som idrottsnationer på den internationella scenen, i varje fall i några viktiga idrotter. Det rör sig om fyra små länder, med en befolkning på mellan 4 och 9 miljoner. Har idrotten en viktigare roll för självkänsla och identitet i små länder? Idrotten är ju ett sätt för ett land att hävda sig på den globala arenan, att sätta landet på kartan som man brukar säga. Har något svensk gjort det med större genomslagskraft än Björn Borg?

Grannrivaliteten är antagligen skarpare än rivaliteten mellan två länder som har ringa kontakt med varandra. Man kan jämföra med derbymatcher i fotboll, matcher mellan två klubbar från samma stad. De drar mer folk och en mer hetsig publik än vanliga matcher. De nordiska länderna har under långa tider av sin historia hört ihop med varandra i skiftande konstellationer. Hela Norden var en union under senmedeltiden, Finland var en del av Sverige till 1809, Norge var länge en del av Danmark, Sverige och Norge var en union under 1800-talet. Man har samverkat men också tidvis stridit med varandra. Finns det ännu en klangbotten från dessa tider som gör landskamperna i Norden intressanta?

Olika krigsöden

Man kunde länge tala om en historisk ödesgemenskap mellan de nordiska länderna. I så fall bröts den med andra världskriget. Finland angreps av Sovjet 1939, Norge och Danmark ockuperades av Tyskland 1940. Sverige lyckades genom en försiktig anpassningspolitik hålla sig utanför kriget. Det var ingen heroisk politik men den gav god utdelning. Den gav den svenska industrin en flygande start efter krigsslutet och ledde till några gyllene decennier för svensk ekonomi. God ekonomi betydde också goda år för den svenska idrotten. Nu har de andra nordiska länderna kommit ifatt Sverige ekonomiskt och Norge har väl distanserat oss med råge. Men under de svenska rekordåren var det säkert extra skönt att slå det svenska landslaget i nordiska landskamper, inte bara i fotboll, ishockey och friidrott. Särskilt kanske om man tycker att Sverige gärna framträtt som en litet självgod besserwisser både på den nordiska och den internationella scenen. Stockholms stads sätt att kalla sig "The Capital Of Scandinavia" bär syn för sägen.

TEXT: MATS HELLSPONG



ARTIKELFÖRFATTAREN ÄR PROFESSOR EMERITUS, TIDIGARE VERKSAM VID INSTITUTIONEN FÖR ETNOLOGI, RELIGIONSHISTORIA OCH GENUSVETENSKAP VID STOCKHOLMS UNIVERSITET. HAN ÄR AKTUELL MED BOKEN STADION OCH ZINKENSDAM: STOCKHOLMS IDROTTPUBLIK UNDER TVÅ SEKLER OCH HAR ÄVEN SKRIVIT DEN FOLKLIGA IDROTTEN: STUDIER I DET SVENSKA BONDESAMHÄLLET S IDROTTER OCH FYSISKA LEKAR PÅ 1700- OCH 1800-TALEN OCH KORSET, FANAN OCH FOTBOLLEN, FOLKRÖRELSESNAS KULTURMILJÖ I ETT JÄMFÖRANDE PERSPEKTIV.



Den klassiska finnkampen är ett bra exempel på hur nationalism och rivalitet inom den nordiska idrotten kan te sig.



En matchbiljett från Danmark-Sverige i Köpenhamn 1932. Den svenska flaggan ligger som bakgrund.



De prestigefyllda fotbollslandskamperna mot Danmark har en lång historia. På bilden en dansk så kallad hurtigmalere på Idrætsparken i Köpenhamn under ett av mötena grannländerna emellan.



"Om Finland åker ur en VM- eller OS-turnering börjar man i Finland att hålla på vilken annan nation som helst, bara inte på Sverige".



Förmedlar arenareklam till följande landslagsidrotter:

- Fotboll
- Ishockey
- Handboll
- Bandy
- Skidsport

Vi syns på





TAKTIK

ra Ditt varumärke i TV!

aktaka MarknadsTaktik
ör mer information!

el. 08-653 55 55

www.taktik.se



TAKTIK

Över 25 års
erfarenhet i branschen!
I vårt breda produktutbud
finns även:

- Allsvenskan i fotboll
- Elitserien i ishockey
- Basketligan
- Eliserien i handboll
- Elitserien i bandy

å arenan!









svt sport

Inspecta

BEIJER BYGGMATERIAL

M=CA

EIZO

JOBMAN

inkclub.com



Tre hockeyfester men bara en vinnare

Hockey-VM i Stockholm 2013, junior-VM i Malmö 2014 och OS 2014 på TV. Inom loppet av ett år får det svenska folket uppleva tre stora hockeyfester, som började med ett svensk VM-guld och kan avslutas med en stor framgång i OS. Men oavsett hur det går i OS är det endast junior-VM i Malmö som kan ge guld i förbundets sinande kassa.

Sportsligt var Hockey-VM 2013, med ett efterlängtat VM-guld, en stor succé, men när det Svenska Ishockeyförbundet summerade mästerskapet redovisades kostnader för 200 miljoner kronor och en ekonomisk förlust på 25 miljoner kronor för VM 2012 och 2013. Förbundet genomförde en analys som presenterades för styrelsen i juni.

– Vi jämförde mästerskapen med vårt värdskap i VM 2002 där vi gjorde 30 miljoner kronor i vinst. Den stora skillnaden är att kostnaden för att arrangera VM har blivit 70 miljoner kronor dyrare. I år sände 118 länder från VM, vilket är en stor skillnad mot 2002, och det ger en högre kostnad för oss i teknik och service, säger Christer Englund, ordförande för det Svenska Ishockeyförbundet.

Förbundet upplever dessutom att det finns ett förändrat beteende i Sverige när det gäller att köpa biljetter och se hockey på plats, vilket påverkade det ekonomiska resultatet.

– Det blev mycket snack om biljettpriserna 2012, men det var bara paketpriserna som lyftes fram. Vi hade 16 individuella prissättningar, vilket vi misslyckades att nå ut med i media. Gruppspellet gick bra, men den stora besvikelsen och det som orsakade underkottet 2013 var finalspellet.

Samtidigt gjorde Finland en ekonomisk vinst på cirka nio miljoner euro

för 2012 och 2013, där fyra miljoner euro kommer från intäkter som svenska förbundet inte lyckades nå.

– Det rör sig om nationella sponsorer, hospitality och biljettförsäljning. Finlands biljettpriser var dyrare, men de har en fanbas på 150 000 personer och sålde mer än oss. Där är hockey överlägset störst medan vi får konkurrera med andra idrotter i Sverige.

Trots förlusten utesluter inte förbundet att det kan bli fler mästerskap i framtiden. De anser dock att det då krävs ett annorlunda upplägg med fler partners som tar ekonomiska risker, och att VM sprids över landet.

– Andra länder har fått stort stöd av kommun, region och staten, och vi måste ha ett mer brett stöd. Flyttar vi VM till mindre städer än Stockholm blir det mer synligt. En tanke kan vara att spela gruppspellet på fler mindre orter som VM 2002.

Först junior-VM sedan OS

Närmast väntar Junior-VM som genomförs tillsammans med Malmö stad, Region Skåne, Event in Skåne och Malmö Arena, där förbundet är huvudman för turneringen. Trots att det svenska förbundet ansvarar för intäkter och kostnader är Christer Englund inte orolig för ännu ett ekonomiskt bakslag.

– Nej, vi förväntar oss 80 000 besökare och känner oss trygga med att det blir ett överskott från turneringen. Vi är nöjda med alla samarbetspartners i Malmö. Hela regionen sluter upp och samverkar på ett sätt som de inte gör i Stockholm där till exempel landstinget inte kunde hitta lösningar för delegater och journalister att åka med kollektivtrafiken.

När Malmö stad söker ett evenemang arbetar de oftast tätt tillsammans med föreningar, evenemangs- anläggningar som till exempel Malmö Arena, Event in Skåne och övriga besöksnäringen. Utifrån arrangörernas krav och målsättningar formar de en pakettlösning som ska göra det så enkelt som möjligt för arrangören.

– Vi erbjuder till exempel smarta transportlösningar i vårt fantastiska transportsystem för att underlätta för alla ackrediterade. Tillsammans med Malmös näringsliv aktiveras hela Malmö för en bättre helhetsupplevelse. JVM betyder mycket för hela regionen och vi tar alla ett gemensamt ansvar för att biljettförsäljningen ska bli lyckad, säger Johan Hermansson, Turistdirektör Malmö stad.

– Vi har investerat i eventet som stärker hockeyn i Skåne och Skåne som eventregion. Dessutom fyller eventet upp hotellen under årets sämst bokade period och bidrar därmed till ökad turistsättning och att skapa nya arbetstillfällen, berättar Pehr Palm, vd för Event in Skåne.

Vid kommunalt ägda Malmö isstadion, där flera matcher ska spelas, skapar Malmö stad en fanzone med olika aktiviteter. Sveriges matcher och finalspellet sker i Malmö Arena som ägs av Parkfast.

– JVM är ett världsevenemang och jätte viktigt för att lyfta Malmö som en stor internationell evenemangskommun, och sprida kännedom om Malmö Arena. Framöver ska vi även medverka i en ansökan om handbolls-EM 2018, säger Karin Mårtensson, vd för Malmö Arena.

Skoda aktiv hockeysponsor

Under junior-VM kommer förbundets huvudsponsor Skoda att rulla 20 bilar som officiell flotta för organisationen.

– Utöver det planerar vi att bland annat finnas i köpcentrum och hjälpa Malmöborna att ta sig hem med sina julklappar på ett säkert och roligt sätt, säger Mikael Sandberg, PR and Sponsor Manager på Skoda.

För tre år sedan skapade Skoda Hockeyfonden för att stärka sin sponsring till att även inkludera ungdomshockeyn. Hockeyfonden hjälper ungdomsklubbar med ekonomisk stöttning och varje säsong delas en miljon kronor ut till klubbarna.

– Vi vill stärka vår relation till en viktig målgrupp. Vi hoppas att effekten blir att fler ungdomar får chansen att prova på hockey, att förutsättningarna för klubbarna blir bättre och att de ideella hjältarna känner att det finns någon som bryr sig.

Inför årets säsong introducerades MVP, Most Valuable Parent, som ska belöna eldsjälarna.

– Vi får in många fantastiska ansökningar, motiveringar och historier som ingen får se. Idrottssverige svämar över av vardagshjältar som vi vill lyfta fram genom MVP. Det finns så mycket bra i Hockeyfonden och vi är inte klara med utvecklingen av den.

Skoda är dessutom en av sponserna till OS-hockeyn. Aktiveringen sker på global nivå mot en internationell publik i form av TV- och arenaexponering.

– I Sverige kommer vi att aktivera OS-satsningen i så stor utsträckning som är möjligt inom ramen för SOK:s regelverk. Den detaljerade planen är dock inte klar, berättar Mikael Sandberg.

Förbundets huvudsponsor Svenska Spel ska också aktivera sig under junior-VM, men kan inte synas tillsammans med Tre Kronor under OS eftersom de inte är officiella partners till SOK. Man har dock köpt reklamplats i Viasats sändningar.

Christer Englund berättar att medverkan och en guldmedalj i OS inte ger några nya kommersiella intäkter till förbundet.

– SOK har rättigheterna och OS handlar bara om äran. Tittar vi på 2006 när herrarna vann guld i OS och VM, och damerna spelade OS-final märkte vi inga direkta sponsoreffekter som kunde kopplas till framgången, säger Christer Englund.

TEXT: PIERRE EKLUND

JUNIOR-VM 2014

Datum: 26 december 2013 - 5 januari 2014
Värdkommun: Malmö
Arenor: Malmö Arena och Malmö isstadion.



OS 2014

Datum: 8 - 23 februari
Värdstad: Sotji, Ryssland
Arenor: Bolshoy Ice Dome och Shayba Arena

SVENSKA ISHOCKEYFÖRBUNDET

Grundad: Bildades 17 november 1922
Omsättning: Cirka 100 miljoner kronor



Sponsorintäkter: 43,5 miljoner kronor

Bokslut 2013: Prognoserat -17 miljoner kronor. Har ett eget kapital på 38 miljoner kronor

Sponsorer: Aftonbladet, Arla, AXA, Bauhaus, Enervit, Falcon, Folksam, Jernkontoret, Kyocera, Lidl, NeH, Nivea, Pro Sharp, Red Label (Turo Tailor), Reebok, Rock Klassiker, SAS, Scandic, Scania, Skoda, Stadium och Svenska Spel

Meriter: Nio VM-guld varav det senaste 2013. Två OS-guld, 1994 och 2006. Två JVM-guld för U20, 1981 och 2012.

I Tre Kronors ishockeyskola deltar ca 20 000 barn i åldrarna 4-9 år.

Hemsida: www.swehockey.se



Andra länder har fått stort stöd av kommun, region och staten

CHRISTER ENGLUND



FOTO: SKODA.SE

FOTO: KENNE

FOTO: SKODA.SE



Nu säger andra det
vi har sagt hela tiden.



Enligt Motormännens Riksförbund



Enligt tidningen Motorföraren



Nyligen utsågs nämligen ŠKODA Octavia Combi till både Årets smartaste bil och Årets familjebil, av Motormännen respektive en samlad kår av motorjournalister. Några av de saker som uppskattats mest är det generösa lastutrymmet, den höga säkerheten och, förstås, prisvärdheten. Givetvis har Octavia Combi en mängd fler bra egenskaper att upptäcka, men det gör du bäst själv bakom ratten. Välkommen in och provkör.

ŠKODA Octavia Combi.

Årets smartaste familjebil - fast det visste vi ju redan.

Isracing och snöskoter

- Två vinterflaggskepp inom motorsporten

Motorkraft och vinterkyla har en magisk koppling. Att gasa på med snö och is sprutande omkring har alltid fascinerat. I Sverige har vi ända sedan 1930-talet tävlat i isracing. Skotercross är den ungdomliga tävlingsformen som lockar allt fler för varje år.

Isracing har ett historiskt skimmer omkring sig med namn som Per-Olov "Posa" Serenius och Erik Stenlund i mångas sinnen. De har under många år gett den tuffa sporten uppmärksamhet och har bland mycket annat erövat två individuella VM-guld var. Sporten har dragningskraft, och fyra unga killar ser till att utmana de gamla rutinerade rävorna. Dessa isracingens framtid är Ove Ledström 15, Niklas Kallin Svensson 23, Daniel Henderson 21 och Jimmy Olsén 16

Antalet licenserade utövare är idag 38 och under vintern genomförs ett 20-tal tävlingar i Sverige..

- Isracingen är en svensk uppfinning från 1930-talet. Men nu är det Ryssland som tagit över och är starkast i världen. I Sverige ligger de främsta klubbarna i Gävle, Bollnäs, Östersund och Örnsköldsvik, men även Norrköping och Hammarby har kommit på senare år, säger Jon Lindberg, koordinatör speedway och isracing på Svemo.

Bana och regler är snarlika vad som gäller för speedway, men isen gör att tekniken blir helt annorlunda. De 2,8 centimeter långa sylvassa spikarna på hjulen ger ett suveränt grepp. Full fart på raksträckorna i närmare 100 kilometer i timmen, sen slå av gasen, lägga ner cykeln och sen ge full gas igen. En magisk och härlig ljudkuliss som ger visioner om urkrafter.

Snöskotern på väg uppåt

Snöskotern har utvecklats till en motorsport med stark tillväxt, och skotercross är den populäraste tävlingsformen. Det är en oerhört krävande gren både psykiskt och fysiskt. Förarna har en fysik och uthållighet som matchar vilken elitidrottare som helst.

Det krävs; skotern väger över 200 kg och ska hanteras på värsta tänkbara underlag. Accelerationen är

enorm: 0-100 på 2 sekunder. Banan byggs av snö och ofta med en motocrossbana i grunden. Banan består av rakor, kurvor och hopp och ju längre tävlingen går desto gropigare och mer tekniskt avancerat blir underlaget. Sverige ligger i världstoppen tillsammans med USA. Andra länder i toppskiktet är Kanada, Finland och Norge. Flera svenskar har erövat VM-guld: Peter Ericson 2006, 2007 och 2009, Emil Öhman 2008 och 2011 och Adam Renheim 2013. Andra toppnamn är Petter Narsa med



FOTO: NILS HÄGGELUND

tre raka VM-silver, Johan Lidman och John Stenberg som kör som heltidsproffs i USA under 2014.

Tre tuffa grenar

Total finns det i Sverige cirka 300 aktivt satsande tävlingsförare. SM körs i tre klasser: Pro Open, Pro Stock och Pro Stock Dam. Open innebär att maskinerna får trimmas medan Stock innebär att maskinerna skall vara original. SM-serien består i år av fyra kvältävlingar där de 32 bästa i varje klass sedan går vidare till en finalhelg i Älvsbyn 4-5 april. Dessutom är det VM som arrangeras som serie med två likvärdiga deltävlingar 5 mars i Tuuri, Finland och 8 mars i Skellefteå

Backtävling för snöskotrar är den näst populäraste tävlingsformen. Tävlingsarna körs ofta i slalombackar med start längst ned. Precis som crossbanan består sträckningen av rakor, kurvor och hopp.

Dessutom finns Snöskoter Enduro. Även detta en tuff gren som ställer krav på psyke och fysik i topprim: en endurotävling körs över minst en mil. Men snöskotersporten stoppar inte bara för att snön smält. Även dragracing på gräs och asfalt har slagit igenom.

Förbundet jobbar för att på olika sätt utveckla sporten. Totalt arrangeras ett 30-tal tävlingar inom snöskotersporten per år.

- Vi har idag inga centrala sponsorer, men vi söker dock aktivt just nu efter samarbetspartners på central nivå för att lyfta sporten genom skapandet av medialt material för tv och webbtv-sändningar. De aktiva stöds främst av tillverkare och återförsäljare, säger Anders Tibbling, koordinatör för snöskotersporten på Svemo. **TEXT: JOACHIM VON STEDINGK**

Fotnot:

- SM Finalen i isracing avgörs på Studenternas i Uppsala den 15 mars.
- SM finalerna i Snöskoter går i Umeå den 25 januari (Stadioncross) och i Älvsbyn 4-5 april (Cross).



FOTO: CARL SANDIN/BILDBYRÅN

Curling SM är ett av 19 svenska mästerskap som avgörs i Umeå i januari.

SM-veckan fortsätter slå rekord

Intresset för SM-veckan växer bland idrottare, publik och kommersiella partners. Inför SM-veckan vinter, som arrangeras i Umeå i januari, har idrottsevenemanget marknadsförts utanför Sveriges gränser.

När SM-veckan sommar arrangerades 2013 fanns 7 000 deltagare och 2 000 medföljare på plats i Halmstad. Vinterveckan är inte lika stor, men kommer att slå nytt rekord med 19 idrotter på plats i Umeå i januari.

- Det kan bli ännu större, men det beror på förutsättningarna hos värdstäderna. Det finns naturliga begränsningar vilka idrotter som inte kan vara med, säger Per Bergljung, projektledare för SM-veckan på Riksidrottsförbundet.

Även publikintresset, på plats och i TV, har ökat. Under SM-veckan vinter sänder Vinterstudion i SVT delar av tävlingarna vilket har ökat antalet tittare.

- SVT rankar SM-veckan högt och ser stor potential i tävlingarna.

Patrik Wigelius, marknadschef på Riksidrottsförbundet, arbetar med SM-veckan och avtalen till kommunerna, som nu sträcker sig ända till 2016.

- Att SM-veckan har gått från projekt till en del av vår verksamhet ger oss bättre förutsättningar för att utveckla det kommersiella samarbetet.

Än så länge har Riksidrottsförbundet endast arbetat i mindre omfattning med kommersiella partners. Förbundet har slutit avtal med SJ, Nordic Choice Hotels, NeH och Chyron Hego. Samtliga intäkter går till att finansiera deras arbete med SM-veckan.

- Vi är försiktiga eftersom varje specialidrottsförbund äger sina egna tävlings- och reklamrättigheter. Vi vill inte konkurrera för hårt med dem och framförallt inte med de större mer drivande förbunden på SM-veckan. Det gör oss begränsade, men vi ser en positiv utveckling. Ju bättre vi blir på att driva evenemangen desto större blir intresset och varumärket. Vi kan presentera nya partners inom snar framtid, säger Patrik Wigelius.

SM-veckan har även marknadsförts genom Umeå kommuns nya destinationsbolag Visit Umeå AB. Bolaget genomför riktade marknadsföringskampanjer med hjälp av vanliga turistmarknadsföringskanaler som hemsidan och olika broschyrer.

- Vi försöker nå ut till publiken, och för att höras genom bruset har vi framförallt valt regionala kanaler. Vi marknadsför även SM-veckan nationellt och mot Vasa i finska Österbotten som kan nås med färja från Umeå, säger före detta olympiern Simon Dahl, nu evenemangsansvarig för Visit Umeå AB.

Han berättar att SM-veckan har stor betydelse för Umeå, regionen och det nya destinationsbolaget.

- Det visar att vi kan anordna stora evenemang, och ger ringar på vattnet. Under 2014 är Umeå dessutom kulturhuvudstad och värd för friidrotts-SM, och vi tittar nu på om det finns fler spännande idrottsevenemang som kan värvas till kommunen.

TEXT: PIERRE EKLUND

SM-VECKAN VINTER

När: 14-19/1 2013

Arrangör: RF och SVT

Antal SM: 19 (16 i Falun 2013)

Endast senior-SM är tillåtet

Idrotter: Bl.a. curling, danssport, rallycross och rullstolsinbandy

Värdkommun: Umeå

Kostnader: Cirka 3 MKR

Partners: SJ, Nordic Choice Hotels, NeH och Chyron Hego

Fakta: När kommunerna får inbjudan och vill arrangera SM-veckan skickar de in en ansökan utifrån vissa kriterier. Kommunen får måla upp sina ambitioner, presentera olika arenor och hur de tänker eventmässigt. Sedan väljer RF ut ett par kommuner som de undersöker närmare. Umeå blev utsedd till värdstad innan Riksidrottsförbundet började gå ut med inbjudningar till alla kommuner i Sverige.

UMEÅ KOMMUN

Invånare: 118 034

Näringsliv: Största arbetsgivare är Umeå kommun, Landstinget, Umeå universitet, Volvo Lastvagnar AB, Posten, Älö AB, Sveriges Lantbruksuniversitet, GE Healthcare AB och Konsum Nord.

Utbildning: Idrottshögskolan (IH) vid Umeå universitet och Dragonskolans Elitidrottsgymnasium med idrottsutbildningar inom en rad sporter.

Kända klubbar: Umeå

IK (Damallsvenskan, fotboll), IF Björklöven (Hockeyallsvenskan), IBK Dalen (herrar och damer Svenska Superligan, innebandy), Iksu Innebandy (damer Svenska Superligan, innebandy), IFK Umeå (längskidåkning), Umeå FC (Division 1 Norra, fotboll) och Tegs SK (Hockeyettan).

Idrottskändisar: Björn Berg, beachvolleyspelare - Jesper Blomqvist, Hanna Ljungberg, Gunnar Nordahl, Knut Nordahl och Bertil Nordahl, fotbollsspelare - Per Elofsson, Arthur Häggblad och Assar Rönnlund skidåkare - Elisabet Gustafson curlingspelare - Maria Pietilä-Holmner alpin skidåkare - Patrik Sundström och Peter Sundström, ishockeyspelare.



Vintersport i siffror

Sport	Antal medlemmar	Antal föreningar	Olympisk sport
Ishockey	108 925	624	Ja
Skidor	91 032	1 441	Ja
Skridsko	19 000	73	Ja
Konståkning	19 000	144	Ja
Issegling	10 000	42	Nej
Skidskytte	9 125	65	Ja
Bandy	6 375	270	Nej
Curling	4 621	67	Ja
Draghund	3 700	82	Nej
Bob & Rodel	725	37	Ja

Källa: Riksidrottsförbundets verksamhetsberättelse 2012



UMEÅ. MER MEDVIND.

Umeå är en av Sveriges snabbast växande platser. Det byggs som aldrig förr, antalet studenter är rekordmånga (34 000) och under 2014 är vi Europas kulturhuvudstad.

Idrotten har en självklar plats i expansionen. Umeå är en modern sportstad där du kan kombinera elit-idrott och högre studier, där killar och tjejer idrottar på lika villkor och där människor i olika åldrar

kan utöva många olika sporter. På elitsidan utmärker vi oss genom att vara Sveriges ledande innebandystad med tre lag i högsta dam- och herrserierna.

SM-veckan kickstartar ett händelserikt år i Umeå. Det är en ära för oss att få arrangera en av Sveriges största idrottsfester. Vi ser fram emot fartfyllda dagar som höjer pulsen ytterligare i staden.

www.umea.se



Moralen satt på undantag när OS-arrangörer utses

Bara en dryg månad återstår innan de olympiska vinterspelen invigs i Sotji. Valet av värdstad väckte till en början förvåning.

Var det rimligt att förlägga detta vinter-evenemang till en somrig semesterort i södra Ryssland vid Svarta havets strand där det växer såväl palmer som bananträd? Men klimatoron ersattes snart av kritik av annat slag. Den kom huvudsakligen att handla om mänskliga rättigheter, eller rättare sagt bristen på sådana.

I en färsk rapport från Amnesty staplas varningstecknen på varandra. Nya lagar har introducerats i Ryssland som innebär allvarliga begränsningar i yttrande- och mötesverksamheten. Polisingripanden sker mot oliktänkande. Diskrimineringen av hbtq-personer sprider sig. Lokalbefolkningen trakasseras när de måste flytta på grund av den utbyggnad av infrastruktur som är nödvändig

Som så många gånger förr utbryter kritikstormen efter det att beslut tagits och lagt kort ligger. Men frågan är om det hade spelat någon större roll om det skett före beslutsfattande. De pampar som styr idrottsvärlden sätter inte moralen i högsätet.

Det räcker med att titta i backspegeln. Under nazismens framväxt på 1930-talet var Tyskland värdnation för OS två gånger. Vinterspelen 1936 genomfördes i Garmisch-Partenkirchen och sommarspelen samma år i Berlin med Adolf Hit-

ler på hedersläktaren. Inte de klokaste valen som IOK har fattat, eller hur?

Sommar-OS 2008 ligger så nära i tiden att alla minns väl kritiken mot att Kina hade utsetts till värdland. Även den gången var det de mänskliga rättigheterna som var anledningen till ifrågasättandet. 2022 är det Qatars tur att vara värd. En av Golfstaterna där det finns skäl att befara att arbetsförhållandena för de gästarbetare som ska bygga anläggningarna inte blir de bästa.

OS har förlagts till USA åtta gånger mellan 1904 och 2002. Dödsstraff finns som laglig påföljd i 33 av de 50 amerikanska delstaterna. Hur rimmar det med en human människosyn?

Det finns anledning att fundera över vilka skäl som väger tyngst när IOK fördelar värdskapet. Minns bara sommar-OS 1996. Aten ville arrangera spelen, som ursprungligen såg dagens ljus i Grekland 1896. Alla ansåg det naturligt att hundraårsjubileet firades just där. Utom IOK som bestämde sig för Atlanta, beroende på att där finns Coca-Colas huvudkontor. Och det företaget har sponsrat OS utan avbrott sedan 1920-talet. Att sedan Aten kompenseras med värdskapet för OS 2004 – och därmed krossade Stockholms kandidatur – är en annan historia. ■



UNO GRÖNKVIST,
JOURNALIST
OCH FÖRFATTARE

Idrotten het i sociala kanaler

Året går mot sitt slut och det är dags att summera det på femtonhundrade tecken vilket endast ger ett axplock av sponsrings- och eventåret 2013. Går året till historien eller blev det bara ett mellanmjölksår?

Självklart är upplevelsen individuell och beroende av våra intressen och det är det som är häftigt med sponsring och event. Vi drivs av olika passioner och tillfredsställs på olika sätt. Men oavsett idrott, kultur och socialt engagemang vet vi att sociala medier fått en allt större påverkan av vår bransch under året. Positivt? Självklart, de sociala medierna behöver det så viktiga "content" som sponsring och event erbjuder och vi behöver större spridning, dvs mindre kostnad per kontakt. Fenomenet kommer växa explosionsartat framöver och Volvo Truck – The Epic Split featuring Van Damme med över 57 miljoner visningar på YouTube säger väl allt. Imponerande! När det också ger affärer är det precis som det måste vara!

Vad mer har varit på tapeten under året? En stor fråga var självklart festi-

valdöden. Men blev den diskussionen egentligen så intressant? Festivaler kommer och går och nu återuppstår dessutom Peace & Love. Här är det enbart att blicka framåt och möta kundens efterfrågan och behov och jag kommer med spänning följa U x U Festivalen i Umeå under 2014.

Idrottsligt? Självklart otroligt mycket som hänt, men två stora händelserna har varit hockey-VM som tyvärr gick back för andra året i rad, men med sportslig fullträff – GULD! För dam-EM gick det bättre rent ekonomiskt enligt utvärderingen som släpptes i oktober. Det blev till och med en stor succé vilket är mycket kul, men sportsligt blev det "bara" brons.

Men oavsett resultat sportsligt eller ekonomiskt så engagerar idrotten, kulturen och de sociala engagemangen oss mycket och sponsrings- och eventåret 2013 kanske blev ett mellanmjölksår för vissa, men det ligger alltid i betraktarens öga. Våra passioner kommer leva vidare och nu än mer genom sociala medier så jag ser mycket ljus på sponsrings- och eventåret 2014.



NIKLAS BIRGETZ
VD, SPONSRINGS &
EVENT-
FÖRENINGEN



Av Gunnar Persson
december 2013

När fotbollslandslaget missar VM i Brasilien svarar Svenska Fotbollförbundet med att förlänga förbundskapten Erik Hamréns förordnande med 2+1 år. "Min dröm att ta medalj med landslaget lever fortfarande" förkunnade Hamrén vid tillkännagivandet.

För oss som inte drömmer är det svårt att ta till sig denna optimism. Ta U17-landslagets VM-brons i Qatar. Tro bara inte att det laget kommer att göra om det på högre nivå. Det saknas alltför mycket i spelarnas grundarsenal. Det här var nämligen ett lag som drog sig tillbaka, höll tätt och sedan utnyttjade motståndarnas misstag. Med andra ord: Det var ett lag som inte klarade att föra spelet. Känns det igen från A-landslaget? Jovisst, och det är där generalfelet sitter (och har suttit i många år). IVM-kvalet gjorde det svenska laget sammanlagt sju mål på gruppinnarna Tyskland (för en poäng) medan man snittade magra 1,5 mål på övriga åtta matcher.

Belgien är ett – i likhet med Sverige – litet fotbollsland som – till skillnad från Sverige – tagit sina egna brister på allvar. Det gjorde man redan i slutet av 1990-talet, när seniorlandslaget kört fast. Resultatet av 15 års omdaning: Gruppseger i VM-kvalet och svag men märkbar favoritstämpel inför slutspelet. Ett förändringssteg var att bryta upp

det traditionella sjumannaspelet i lägre åldrar. Det blev istället åttamanna, därför att man då kan använda realistiska spelsystem. Uppställningen 2–2–3 ger ett spel med riktiga yttrar redan i knatteåldern.

Vinsten med åttamannaspel på dessa premisser (och ett konsekvent användande av 4–3–3 i elvamanna under pojk- och junioråren) ligger i att man får fram drivor med spelare som är vana att dribbla, att utan eftertanke gå förbi en motståndare, och på så sätt öppna ett motståndarförsvar. Den lilla biten av självförtroende utvecklas under uppväxten och blir ovärderlig i seniorsammanhang.

När dessa yttrar växt till sig hamnar de ofta på helt andra platser i laget. De blir kantmittfältare – med förmåga att gå förbi sin motståndare (istället för att skyffla iväg meningslösa inlägg). Samma sak gäller för ytterbackarna.

Här finns sedan något år en dvd där Svenska Fotbollförbundet redovisar sina önskemål om hur framtidens landslagspelare bör se ut. Det kan vara en början på ett nytänkande. Men det är illavarslande att den ansvarige Claes Eriksson i en DN-intervju säger: "Vi kan inte bestämma vad de gör i klubbarna." Klart man kan! Vakna, åk till Bryssel och ta med de goda exemplen hem.

Värdegrunden viktigast

Svensk idrott har en tydlig värdegrund. Vi står för alla människors lika värde, allas rätt att vara med, demokrati och delaktighet. Värden som inte är förhandlingsbara, som utgör en förutsättning för att vara en del av den svenska idrottsrörelsen. För oss handlar de inte om politik utan om grundläggande människosyn. Vi bedriver också ett aktivt idrottspolitiskt arbete i flera avseenden. Därför kan vi inte säga att idrott och politik inte hör ihop – däremot hör inte idrott och partipolitik ihop.

Hur ska vi då göra när vi i idrottssammanhang på olika sätt möter länder med politiska system som strider mot vad vi gemensamt står för? Den frågan har ställts ända sedan OS i Berlin 1936 och blev återigen aktuell i samband med Emma Grens regnbågsfärgade naglar friidrotts-VM i Moskva 2013. Nu stundar bland annat vinter-OS i Ryssland 2014, ishockey-VM i Vitryssland 2014 och fotbolls-VM i Qatar 2022, och då kommer den frågan att åter aktualiseras.

I svensk idrotts gemensamma riktlinjer för internationellt arbete står att idrotten ska verka som internationellt kontakemedel. Möten människor emellan leder till förståelse och utveckling. Idrottsutbyte, alltifrån stora OS-tävlingar till matcher på ungdomsnivå, ger tillfälle till sådana möten. Därför är vår utgångspunkt att vi ska ha idrottsutbyte även med länder vars politiska system vi kan ha starka synpunkter på, så länge inte länderna är föremål för sanktioner som FN eller EU beslutat om.

Samtidigt kan vi inte blunda för risken att politiska ledare, inte minst ledare i länder som inte respekterar mänskliga rättigheter, utnyttjar stora idrottstävlingar i många olika syften. Frågan om ett mästerskap el-

ler evenemang i en diktatur i första hand kommer att tjäna regimen eller kan bidra till att öppna upp landet är komplicerad och inte svart eller vitt. Men det finns flera aspekter på vägen. Företrädare för svensk idrott bör i respektive internationellt specialidrottsförbund därför vara tydliga med vilka förutsättningar som ska gälla för länder som vill arrangera ett stort mästerskap, i de diskussioner som leder fram till att förbunden fattar beslut om vem som ska arrangera mästerskapet. Och sedan verka för att det internationella förbundet följer upp de kraven.

Frågan om hur enskilda idrottare kan eller ska agera i samband med tävlingar är svår. Jag tror att vi alla är överens om att vi inte vill se idrottsarenor som scener för olika politiska budskap. Var går då gränsen för vad som kan anses vara ett politiskt budskap? Den frågan går inte att på förhand exakt besvara. Det är skillnad på vad som är grundläggande mänskliga rättigheter och vad som är politiska budskap. De idrottare som känner ett starkt engagemang måste ha rätt att uttrycka det engagemanget.

Svensk idrott och de som representerar svensk idrott bör i alla sammanhang stå upp för vår gemensamma värdegrund. Det är så vi, genom vårt deltagande i internationella mästerskap, bidrar till en öppnare värld. ■



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

Vinnande Växjö

Utmärkelsen duggar tätt i Växjö, Sveriges fjärde största tillväxtregion.
Näringslivet, universitetet och idrotten skördar framgångar och väcker intresse.
I Sveriges bästa idrottsområde Arenastaden tränar elit och bredd sida vid sida.
Här finns HPC, High Performance Center, där forskning och utveckling av idrotten
lockar drivna atleter från både när och fjärran.

Är du nyfiken på Växjö? Välkommen, du också.



Sport & Affärer:
SVERIGES FRÄMSTA
IDROTTSKOMMUN 2013

www.vaxjo.se

VÄXJÖ
Europas grönaste stad

**HIGH
PERFORMANCE**
NATIONELL
IDROTTSKONFERENS
VÄXJÖ 20-21 MARS 2014

**TEMA: HIGH PERFORMANCE
– SOM FRAMGÅNGSFAKTOR FÖR IDROTT & SAMHÄLLE**

- Talangutveckling – från barn till elit
- Evenemangens och idrottsarenornas betydelse för samhällsutvecklingen
- Forskningens betydelse för den idrottsliga utvecklingen
- Idrott som tillväxtfaktor



 **High
Performance
Center**
Växjö • Sweden

Lär mer på: highperformancecenter.se



Attraktiva tomter i den lilla byn med den stora skidåkningen

Lofsdalen är den snösäkra fjällbyn med stor skidåkning och stor atmosfär för hela familjen. Fallhöjden är 492 meter – högst i Sverige söder om Åre – och nytt för i år är en 6-stolslift ända upp till toppen på Hovärken.

– Höglandet är ett relativt nytt och attraktivt tomtområde för fritidshus. Höglandet ligger högt med hänförande utsikt över angränsade fjäll och Lofssjön. Nu påbörjar vi en fjärde etapp där ytterligare 50 tomter är tillgängliga och alla har ski in/ski out-läge, berättar Malin Nyström som är fastighetsmäklare.

Storleken på tomterna är cirka 1000 kvm och de ligger i en sydslutning. Här finns ett unikt tillfälle att välja favorit-tomt och bygga sitt drömhus med boyta inklusive suterrängsvåning upp till 300 kvm. Från Höglandet till bykärnan med all tänkbar service är det cirka tre kilometer. I närheten till Höglandet finns också längd-, tur- och skoterspår samt vandringsleder.

Lofsdalen med omnejd är perfekt för snöälskare, men också ett sommarparadis för hela familjen.

– Jag bor här i Lofsdalen och det är lika underbart vinter, vår, sommar och höst. Det är alltid lika charmigt och genuint med en unik vildmarkskänsla i civilisationen. Cykelturer längs lederna eller i Lofsdalens Bike Park, vandring, jakt och fiske är ytterligare några exempel på det rika friluftslivet som finns utanför husknuten, avslutar Malin Nyström.

FÖR MER INFORMATION

Lofsdalens Fastighetsbyrå AB
Lofsdalsvägen 37, 840 85 Lofsdalen
0680 410 32, 0702 11 35 18
info@lofsdalenfastighet.se
www.lofsdalenfastighet.se
www.fjallfastigheter.se

INNE ATT VARA UTE

SLAO har tillsammans med SCR tagit fram en rapport om hur framtidens utomhusupplevelser kommer att se ut.

Text: Linda Eriksson

Man har bland annat tagit del av 50 miljoner blogginlägg, 1200 intervjuer och internationell trendforskning. Bland resultaten hittar vi tio trender kring vad som påverkar framtidens utomhusupplevelser. Här är fem av dessa.

1 Från koppla av till koppla på

Semestern ska inte bara vara avkopplande utan även bidra "på-kopplande" så att vi laddar batterierna, som träningsresor till exempel.

2 Utomhusupplevelsen urbaniseras

Det urbana står inte längre i motsats till naturen. Naturen finns även i staden. Urban skiing är ett exempel, med bland annat Hammarbybacken mitt i Stockholm eller skidtävlingen runt Stockholms slott.

3 Den tillrättalagda friheten

Välpaketerad och lättillgänglig frihet går hem i stugorna. Gärna lite äventyr, men inte så att det blir farligt. Bekvämt och organiserat, helst i färdiga paket.

4 Digitaliseringen

Är det digitala samhället ett hot mot "den verkliga upplevelsen"? Nej, tvärtom kan den bli ett stöd för utomhusupplevelsen. Många skidorter erbjuder till exempel appar med all tänkbar semesterinfo.

5 Utomhus gör nytta i tankesamhället

Forskning visar att utomhusvistelser både förbättrar vår kognitiva förmåga och gör oss friskare. I framtiden tar vi semester för att bli smartare!

För dig som vill veta mer!
Spana in www.utomhusupplevelser.se



Stora planer i Lofsdalen

Ett nytt skidområde är under planläggning på norra och sydöstra sidan av det 1 125 meter höga fjället Hovärken i Lofsdalen. Området omfattar 424 ha, lika stort som 700 fotbollsplaner eller tolv gånger Gamla Stans yta.

– I planerna ingår Sveriges högst belägna designhotell samt 250–300 tomter naturskönt placerade med hänförande utsikt över Sonfjällsmassivet och Helagsfjället. Nästan samtliga tomter får ski-in/ski-out-läge. Hotellet är planerat att ligga vid trädgränsen i sydostlig riktning från Hovärken, mitt på bilden, berättar markägaren Birgitta Bergström.

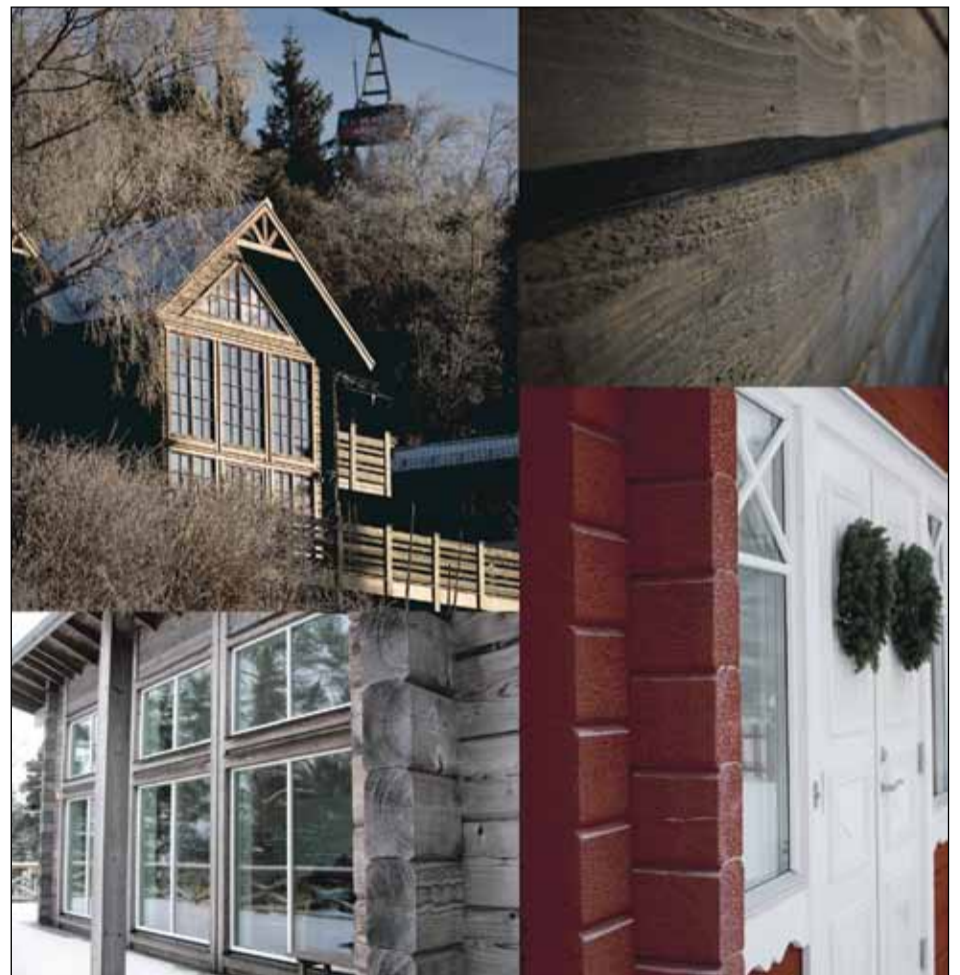
Med nya liftar i området kan man kommunicera med den redan befintliga skid-anläggningen i Lofsdalen. En av de nya liftarna tar skidåkarna upp till den planerade toppstugan som kommer att ligga spektakulärt på Hovärkens topp.

Förutom alpin skidåkning finns det mycket annat att erbjuda beroende av årstid.

– Man kan njuta av turåkning i orörd vildmark nedanför tomtområdet. Sommartid kan man vandra, plocka svamp och hjortron och den fiskeintresserade kan fånga bäckforell i ån nere i dalgången. Har man tur kan man få beskåda älg, ren och ripor samt björn på avstånd, avslutar Birgitta Bergström.

FÖR MER INFORMATION

Birgitta Bergström
0680 400 01, 070 564 17 01
birgitta.bergstrom@bahnhof.se



 **Forsgrens**
timmerhus

www.forsgrenstimmerhus.se 0243-21 72 00

DEN ALPINA KARTAN



Elisabet Jansson-Strömberg, vd på SLAO (Svenska liftanläggningars organisation).

KRÖNIKA: Det är inne att vara ute!

Vilken säsongsupptakt! Våra skidatleter – både på längden och utför – placerar sig på pallen, tar världscuppoäng och får bragdguld. Vi gläds med dem och konstaterar glatt att Sverige är ett vinterland att räkna med. Goda vinterförhållanden, fina skidanläggningar och engagerade människor bidrar starkt. Samtidigt fortsätter skidåkningstrenden bland allmänheten uppåt, vilket visar sig i fler skiddagar i skidanläggningarna och fler

längdåkare i våra skidspår. En riktig utförslöpa, alltså. Branschen spår en intensifiering av utomhusupplevelser året om och arbetar på att utveckla nya koncept, paket och aktiviteter till nya och befintliga målgrupper. Svenska skidanläggningar håller i dag en hög standard med moderna liftar och snösystem och välpreparerade pister. Därtill serveras ett stort och varierat aktivitetsutbud, högkvalitativt boende och mat i världsklass.

Välkomna till skidsverige!

2,1 miljoner svenskar åkte utför 2012/13
1.3 miljarder kronor omsattes i liftkort 2012/13
225 skidanläggningar i Sverige

1 www.trillevallen.com
Klassiska Trillevallen
TrilleVallen
ÅRE

2
bydalsfjällen
bydalsfjallen.se

3
Funäs fjällen
www.funasfjallen.se

4
LOFS DALEN
www.lofsdalen.com

5 100 km preparerade skidspår!

GRÖVELSJÖN
www.svenskaturistforeningen.se

6 **Idre Fjäll**
Vinterparadiset för hela familjen!
www.idrefjall.se



13
Stöten SÄLEN
www.stoten.se

14
Valfjället
www.valfjallet.se

HÅLL KOLL PÅ LÄGET I BACKEN!

snörapporten
www.snorapporten.se

7
RIKSGRÄNSEN
www.riksgransen.se

8
BJÖRKLIDEN
Fjällby
www.bjorkkliden.com

9 **Dundret**
Gällivare Lapland
Fjällupplevelser mitt i stan.
www.dundret.se | facebook.com/dundret

10 Killikill i Kittel

KITTEL FJÄLL
KITTELFJALL.COM

11
STORLIENS HOGFJÄLLSHOTELL
www.storlienhogfjallshotell.se

12 **Aktivitetshotellet**

Continental Inn
0647-17170
www.areinn.se

ALLA PÅ SNÖ

Alla på snö är ett rikstäckande projekt som ger elever i årskurs 4 en kostnadsfri skidupplevelse under skoltid. Visst vill du vara med!
Besök www.allapasno.nu

Skidrådets organisationer:
 SVENSKA SKIDFÖRBUNDET
 FRILUFTETS FRAMJANDET
 SLAO
 SVENSKA SKIDKLUBBAR
 GIH

Samarbetspartners:
 SKISTAR
 VATTENFALL
 ICA

Idrottsmännen som tjänar mest pengar

Tidigare i höst vann Henrik Stenson PGA-tourfinalen, vilket innebar en sammanlagd prissumma på 74 miljoner kronor. En stor summa som fick triathleten Jonas Colting att se rött och ifrågasätta golf som sport och huruvida Stensons prestation motiverade den enorma prissumman. Helt klart är i alla fall att om man blir duktig inom golf så kan man tjäna mycket pengar, men hur ser prispengarna ut inom olika individuella idrotter?

En individuell idrottare som blir framgångsrik inom sin sport kan räkna med att det kommer att generera intäkter, oftast fördelade på prispengar, sponsring och eventuella löneintäkter. Fördelningen ser olika ut beroende på idrott, till exempel så är löneintäkter vanligt förekommande inom racing, men i friidrott är det prispengar och intäkter från sponsring som utgör den största delen. Men inom vilken individuell idrott är prispengarna egentligen störst, och finns det någon idrott där prispengarna är lika stora för både män och kvinnor? Vilken sport bör man satsa på för att öka sin chans att tjäna riktigt mycket pengar och vilken idrott ger störst chans att få en stabil försörjningsström?

Företaget Trade in Sports driver investeringsplattformen TradeInSports.com där sportfans kan investera i bland annat golf- och tennisspelare. Idrottarna får kapital till att finansiera sina satsningar och i utbyte får investerarna t.ex. en andel av spelarnas framtida prispengar under en förutbestämd tidsperiod. I kölvattnet av debatten kring Stensons prispengar i tour-finalen förtydligar Trade in Sports i denna artikel hur prispengarna egentligen ser ut inom de individuella idrotterna.

Det första Trade in Sports noterade i sin studie var att prispengarna har ökat kraftigt på senare tid. Inom två av de största individuella idrotterna sett till prispengar, tennis och golf, har prispengarna mer än tredubbats på 20 år.

Tyvärr är prispengarna för damer fortfarande generellt mycket lägre än för herrar, och gapet könen emellan tycks inte ha minskat under den period som har studerats.

De tjänar mest

Inte helt överraskande så är det världseliten i tennis och golf som toppar listan över mest inspelade prispengar. Världsettan i golf under 2012, Rory McIlroy, spelade in 53 mkr men får trots den summan se sig slagen av tennisspelaren Novak Djokovic som kammade hem 83 mkr i prispengar under samma år. Även på damsidan tjänade tennisspelaren Victoria Azarenka betydligt mer, 48 mkr, än den bästa golfaren Inbee Park, 15 mkr. Man

skulle kunna tro att de absolut största friidrottstjärnorna även placerar sig i toppen på listan över de som drar in mest prispengar, men Usain Bolt är inte i närheten av de summorna med prispengar om 0,5 mkr. Det är till och med så att han får se sig passerad av både de e-sportspelare och beachvolleybollspelare som tjänar bäst.

Skillnader mellan kvinnor och män

När man tittar på tabell 1 nedtill på sidan ser man att idrotten i de flesta fall inte är ekonomiskt jämställd. Det samma gäller om man tittar på de idrottsare som är lägre rankade, prispengarna för kvinnor är lägre överlag. Det är dock stora skillnader mellan olika sporter. I golf blir det mer ojämnt ju lägre ner på rankingen man kommer, medan tennisen är tvärtom. Med andra ord så är idrotten inte något undantag för hur resten av samhället ser ut. Den ovärdiga löneskillnaden mellan män och kvinnor i Sverige uppgick till 13,9 % under 2012. Inom idrotten är gapet mellan mäns och kvinnors prispengar avsevärt större. I tabell 2 nedan åskådliggörs den procentuella skillnaden i prispengar mellan män och kvinnor. Mätningarna som utgör genomsnittet är rankingplats 1,10 och 50 inom respektive idrott.

– Det är marknaden som styr var peng-

2. SKILLNADER MELLAN MÄN OCH KVINNOR

SPORT	SKILLNAD I % MELLAN MÄN OCH KVINNOR
Golf	357,5
Tennis	49,6
Alpint	43,8
Beachvolleyboll	16,8

arna hamnar. Väljer folk att följa damernas alpina skidåkning framför herrgolf framöver så kommer prispengarna att fördelas om till förmån för damskidåkarna. De stora pengarna kommer från försäljning av tv-rättigheter och hamnar av naturliga skäl där det största intresset finns. Jag tror att intresset för damidrott kommer öka relativt sett mer framöver och att klyftorna mellan dam- och herrsidan följaktligen kommer minska, säger Trade in Sports vd Claes Holmström.

Släpper man det internationella perspektivet något och ser med svenska ögon på det



FOTO: ANATOLY MASLENNIKOV/SHUTTERSTOCK.COM

här fenomenet kan man konstatera att situationen faktiskt tycks vara ännu värre i det annars så jämställda Sverige. Björn-Anders Larsson har i sin studie "Kvinnors intäkter som andel av sponsring, reklam och övriga intäkter inom sport i Sverige" jämfört intäkter för män och kvinnor

– Av den totala summan prispengar inom idrott i Sverige är det endast 10 procent som går till kvinnliga idrottare, säger Björn-Anders Larsson på Idrottsekonomiskt Centrum.

Prispengarnas distribution

Hur prispengarna är distribuerade över rankinglistorna är en viktig faktor för hur bra man som idrottare måste bli inom sin sport för att kunna leva på sin idrott. I en sport som alpin skidåkning är prispengarna stora för de absolut bästa, men dollar sedan ganska fort. Detta kan inte förklaras med att variansen är låg avseende vilka åkare som placerar sig i toppen, det vill säga att ett fåtal åkare dominerar idrotten, utan tycks bero på att idrotten har valt att distribuera en stor del av prispengarna till toppen.

Till exempel tjänade världsettan Lindsey Vonn på damsidan 4 mkr, att jämföra med 50-placerade Mariella Voglreiters 0,05 mkr. På samma vis är prispengarna i beachvolleyboll väldigt koncentrerade runt toppen där en spelare rankad 50 inte tjänade mer än 0,03 mkr per år i kontrast till ettan som tjänade närmare 0,8 mkr per år.

Inom golf och tennis går det att ha en sämre ranking men trots det kunna vinna en del pengar inom sin idrott, i synnerhet på herrsidan. Detta beror inte endast på större totala prispengar, utan även på en jämnare fördelning av prispengarna över olika rankinggrupper. Som tidigare nämnts tjänar världsettan i tennis mer pengar än

INTÄKTSKATEGORIER FÖR INDIVIDUELLA IDROTTARE

Prispengar: Den summa pengar som en idrottare tjänar på sin placering i en tävling, turnering eller cup.

Sponsorpengar: Pengar som idrottaren får från sina sponsorer. Oftast krävs motprestation gentemot den organisation som sponsrar idrottaren.

Startpengar: Den summa pengar som en idrottare kan få enbart för att ställa upp i en tävling.

DE 10 INDIVIDUELLA IDROTTARNA MED STÖRST TOTALA INTÄKTER 2012 (M SEK)

Tiger Woods:	508
Roger Federer:	465
Phil Mickelson:	317
Floyd Mayweather:	221
Manny Pacquiao:	221
Fernando Alonso:	195
Rory McIlroy:	192
Maria Sharapova:	189
Lewis Hamilton:	179
Novak Djokovic:	175

Källa: Forbes. Inkluderar samtliga intäkter inkl. start-, sponsor- och prispengar.

den i golf, vilket också har varit fallet historiskt. Nedanför de topprankade spelarna inom respektive idrott tjänar däremot golfspelaren oftast mer pengar än tennisspelaren. Samtidigt är det tvärtom på damsidan, det vill säga att tennisspelaren spelar in mer prispengar än golfspelaren på samma rankingplats.

I tabell 3 ovan kan man utläsa att pris-

3. JÄMFÖRELSEINDEX Ökning av prispengar relativt ranking, ett stort tal indikerar en stor skillnad i prispengar mellan toppen och botten på rankingen.

SPORT	HERR	DAM
Tennis	384 %	393 %
Golf	205 %	808 %

pengarna i tennis är relativt lika fördelade över rankingen för både damer och herrar medan det inom golf är precis tvärtom. De stora och jämnt fördelade prispengarna i herrgolfen gör det möjligt för en relativt sett stor mängd herrgolfare att livnära sig på sporten.

– Man kan dra många spännande slutsatser av dessa siffror. Distribution inom herrgolfen tyder på tuff konkurrens och att många spelare kan vinna tävlingarna, vilket gör att pengarna fördelas jämnt över rankinglistorna. I tennisen däremot är det mindre vanligt att högre rankade spelare överraskar och slåss om titlarna. De bästa spelarna är helt enkelt för dominanta och formatet gör det svårt för högre rankade spelare att komma långt i enstaka turneringar, säger Claes Holmström.

TEXT: JONATHAN SEGERLUND

1. DE TJÄNAR MEST

SPORT	RANKING	HERR		DAM	
		NAMN	PRISPENGAR (MSEK)	NAMN	PRISPENGAR (MSEK)
Tennis	1	N. Djokovic	83	V. Azarenka	48
Golf	1	R. McIlroy	52	I Park	15
Alpint	1	M. Hirscher	3	L. Vonn	4
E-sport	1	W. Lee Sak	1	-	-
B. volleyboll	1	J. Gibb	0,8	L. Franca	0,8
Friidrott	1	U. Bolt	0,5	S-A. Fraser-Pryce	0,5

OM UNDERSÖKNINGEN

Undersökningen baseras enbart på prispengar inom olika idrotter, inga andra intäkter som till exempel löneintäkter eller sponsringintäkter har tagits i beaktning. Med andra ord ska inte summorna som presenteras ses som en enskild idrottarens totala inkomst. Alla prispengar som finns nämnda avser år 2012 och är omvandlade från respektive valuta till svenska kronor med den 31 december 2012 som utgångspunkt. Undersökningen är medvetet gjord enbart på de touret/tävlingar där de som anses vara de bästa utövarna är verksamma och inkluderar endast intäkter från denna tour. Det kan förekomma att t.ex. en golfspelare vinner prispengar på en annan tour som inte redovisas här. Bonusar, till exempel amerikanska Fed Ex Cup-bonusar, är inte inräknade. Prispengarna inom friidrotten är baserade på samtliga deltävlingar i Diamond League, under Olympiska spelen delas inga prispengar ut av IOK utan eventuella prispengar ges i så fall av varje lands enskilda förbund. Dessa eventuella prispengar har inte tagits med. Sporterna som tagits i beaktning i denna undersökning är tennis, golf, friidrott, beach volleyboll, alpint och e-sport.

Stor framgång för Bandy-VM 2013

Intresset för Bandy-VM växer. Under VM 2013 kom fler åskådare än budgeterat, vilket gav ett ekonomiskt överskott för arrangören IFK Vänersborg. Under hösten har dessutom VM 2014 i ryska Irkutsk fått stor uppmärksamhet i svensk media.



Stig Bertilsson

Bandy-VM 2013 blev en stor framgång. Arrangörerna budgeterade med 20 000 åskådare, men totalt kom hela 36 000 personer.

– Vi fick ett stort genomslag i media och hade bra marknadsåtgärder, vilket gav en fantastisk publikfest.

Flera matcher hade överraskande stor publik, och i finalen kom 6 000 åskådare, säger IFK Vänersborgs ordförande Stig Bertilsson, som efter VM blev utsedd till "Årets Ambassadör" i kommunen tack vare succén.

Enligt en lokal turistekonomisk bedömning omsatte besökare i Trollhättan och Vänersborg mellan sju och tio miljoner kronor under VM. För arrangörsföreningen IFK Vänersborg gav mästerskapet en ekonomisk vinst på 700 000 kronor.

– Det är en stor skillnad mot VM 2009 i Västerås som blev en kännbar förlustaffär för arrangörsföreningarna. VM blev också en stor framgång för Arena Vänersborg

som är skapad för stora arrangemang, och vi tittar nu på nya stora evenemang som kan värvas till Vänersborg.

Den 2 februari 2014 spelas VM-finalen i Irkutsk och bara fem dagar senare börjar OS i Sotji, vilket gjorde att VM 2014 riskerade att hamna i skymundan av OS. Intresset har dock varit stort i svensk media under hösten tack vare ett integrationsprojekt i Borlänge som har startat ett somaliskt landslag i bandy. Under ledning av bandyikonen Per Fosshaug gör Somalia debut i B-VM 2014 som första afrikanska bandylandslag.

TEXT: PIERRE EKLUND

VM 2013

När: 27 januari - 3 februari 2013

Huvudort: Vänersborg

Mästare: Ryssland

Framgång: Publiksuccé med 700 000 kronor i vinst för IFK Vänersborg



VM 2014

När: 26 januari - 2 februari 2014

Huvudort: Irkutsk

Framgång: Största VM hittills sett till antal deltagande nationer.

Låga kostnader för Vetlandas nya bandyhall



FOTO: BIRGER LALLO

Under bandyns arenaboom har de höga kostnaderna fått stor uppmärksamhet, men att bygga en hall för elitseriebandy behöver inte resultera i en dyr affär.

Sapa Arena i Vetlanda kostade 40 miljoner kronor, och blev 2012 vald till Årets Bandyarena.

Efter att Svenska Bandyförbundet satte upp målet att Elitserien i bandy ska spelas inomhus startade arenabyggnationer över hela landet. Till skillnad mot Lidköpings, Sandvikens och Vänersborgs nya arenor, som fick kritik eftersom de kostade över 200 miljoner kronor vardera att bygga, valde Vetlanda en annan lösning.

– Vi byggde en hall där det fungerar utmärkt att spela elitseriebandy. Den stora skillnaden är att vi inte kan anordna inomhusevenemang som Melodifestivalen eftersom hallen saknar den uppvärmning och de faciliteter som krävs, säger Stewe Jonsson, ordförande för arenabolaget Vetlanda Arena AB.

Sapa Arena, som har en kapacitet för 2 000 åskådare, saknar dock loger, och omklädningsrummen finns i den gamla utomhusarenans anläggning som ligger intill den nya hallen. Förutom Sapa Arena byggdes en träningshall för ishockey samtidigt som den gamla utomhusarenan fick en konst-

gräsplan och blev en fotbollsarena. Totalt kostade allt 61 miljoner kronor.

– Allt byggdes av ett arenabolag som till viss del drivs ideellt och ägs av föreningar och privatpersoner. Kommunens kostnad blir endast en hyra på 6,8 miljoner kronor per år, vilket är vad de betalade för driften av den gamla anläggningen. Ett tiotal kommuner, bland annat Bollnäs och Karlstad, har varit på studiebesök och sett att elitseriebandy inte kräver dyra hallar.

TEXT: PIERRE EKLUND

SAPA ARENA

Byggnationen möjliggjordes av kommunens hyra på 6,8 miljoner kronor. Cirka 60 företag sponsrar Vetlanda Arena AB och Sapa Profiler AB är namnsponsor. I hallen arrangeras även en årlig bomässa.

Finansiering bandyhall, ishall och konstgräsplan

Aktiekapital	4 MKR
Eget arbete/materialsponsring	2 MKR
Banklån	53 MKR
Förlagslån	2 MKR
Summa	61 MKR

Intäkter

Hyra kommunen	6,8 MKR
Hyra föreningar	800 TKR
Sponsring	1,5 MKR
Summa	9,1 MKR

Kostnader

Drift	2,6 MKR
Personal	1,8 MKR
Underhåll	500 TKR
Ränta	1,7 MKR
Avskrivningar	2,2 MKR
Summa	8,8 MKR

Ge all energi på fotbollsplanen. Vi hjälper till med den utanför.

Fotboll måste vara en av världens minst komplicerade sporter. En fotbollsplan. Två mål. En boll, och tillräckligt många för att få ihop två lag. Precis så är det. Och ändå inte.

För fotboll handlar inte bara om att spela fotboll. Många av landets ungefär 3 200 klubbar kämpar för att få pengarna att räckta till. Bara energin kan stå för upp till en tredjedel av alla kostnader. Planer ska lysas upp, klubbhus hållas varma, och alla som har barn vet att de lätt kan duscha bort sig ur verkligheten.

Men med rätt investeringar kan energikostnaderna halveras.

Därför driver vi på E.ON Energifonden tillsammans med Svenska Fotbollförbundet. Tanken är enkel. Alla fotbollsklubbar som äger sin anläggning kan söka bidrag för att finansiera åtgärder som minskar energiåtgången i klubben. Maxbeloppet är 25 000.

Vi startade Energifonden 2011, och har hittills delat ut över fem miljoner till 246 klubbar. Men vi vill att ännu fler söker bidrag. Bra för klubbarna, förstås, men också ett steg på väg mot ett mer hållbart samhälle. Och det är därför vi gör det här. El ska göra nytta. Tillsammans kan vi se till att den gör det.

Läs mer om Energifonden på eon.se/fotboll

e-on



Sport & Affärens årssummering 2013

Vid en prisceremoni på Ulriksdals Wärdshus delades priserna för Sport & Affärens summering av idrottsåret 2013 ut. Från vänster Göran Havik, Svenska Fotbollförbundet, Henrik Stenson, Sofia Olsson, sponsingsansvarig på Ica och Niklas Karlsson, Svenska Skidförbundet.



Årets idrottsevenemang
UEFA DAM-EM 2013

” Med förbundskaptenen Pia Sundhage och turneringsgeneralen Göran Havik i spetsen, i fruktbar samverkan med sju värdkommuner, blev denna turnering en publikmässig och turistekonomisk succé som får mycket stor betydelse för svensk damfotboll och Sverige som potentiell arrangör av nya internationella idrottsevenemang.



Årets idrottsprestation
HENRIK STENSON

” Inte ens med bland de 200 bästa spelarna på världsrankingen för två år sedan – nu Top 3. Henrik Stenson vann både DP World Tour Championship och Race to Dubai och blev därmed den förste golfaren i världen att ta hem slutspelet i både Europa och USA. Att hålla formen intakt, konkurrenterna bakom sig och nerverna i styr under hela året i en globalt sett mycket stor precisionsport gör detta till årets idrottsprestation.



Årets idrottssponsor
ICA

” ICA har en lång och betydelsefull historia som idrottssponsor på lokal och central nivå. 2013 tar man det till en ny nivå genom att koncentrera sina insatser till målgruppen barn/ungdomar och kvinnor genom sin hälsoinriktade sponsorstrategi 'Var med och må bra'.



Årets Specialidrottsförbund
SVENSKA
SKIDFÖRBUNDET


” För sitt gedigna arbete med att locka nya generationer till skidsporten både utför och på längd och för starka sportliga prestationer. Resultatet ses både på landsbygden, i våra storstäder och i fjällen i form av nya aktiva i alla åldrar och nya, nöjda sponsorer. Skidförbundet jagar ständigt nya värdskap för större idrottsevenemang. Förutom världscuptävlingar i olika discipliner söker Åre alpina VM 2019 och Falun är värd för skid-VM 2015. Förbundets framgångsrika verksamhet kan få stor betydelse för en eventuell svensk ansökan om vinter-OS 2022.

SNART HÄNDER DET...

...Junior Hockey-VM i Malmö!



26 DECEMBER 2013- 5 JANUARI 2014



2014
WORLD JUNIOR
CHAMPIONSHIP
SWEDEN
Malmö

Köp biljetter nu!



INNEBANDY-SM Dam-och herrfinaler
12 APRIL 2014



SM-FINALER Handboll
Dam-och herrfinaler
24 MAJ 2014

I samarbete med:

MALMÖ
malmotown.com

Biljetter: www.ticnet.se, 077-578 00 00
VIP /Företagspaket: 040-642 04 00
Restaurang: 040-642 04 44

MALMÖ ARENA
- malmoarena.com -

Audi
Vorsprung durch Technik



It's quattro[®] time.

Välkommen vinter! Upplev äkta
fyrhjulsdrift i någon av våra 140 olika
quattromodeller.

Provkör hos närmaste återförsäljare.

