

## Medienmitteilung

# Infront führt Regie bei globaler Vermarktung und Medienproduktion der 2009 IIHF Weltmeisterschaft

## Schweizer Agentur verantwortet wesentliche kommerzielle Aspekte des Turniers - TV-Zuschauerrekord erwartet

**Zug, Schweiz, 22. April 2009** - Die 2009 IIHF Weltmeisterschaft im Eishockey findet vom 24. April bis 10. Mai in der Schweiz, genauer in Bern und Zürich-Kloten, statt. Das Turnier verspricht in jeglicher Hinsicht eine Vorzeigeveranstaltung zu werden. Es profitiert von der umfassenden weltweiten Vermarktung der Sponsoring- und Medienrechte unter der Regie von Infront Sports & Media, der internationalen Sportmarketing-Agentur mit Sitz im Schweizerischen Zug.

Neben Kanada und den USA nehmen die besten Europäischen Eishockey-Nationen an der WM teil, darunter der Weltmeister von 2008, Russland (derzeit 2. der IIHF Weltrangliste), Schweden (3), Finnland (4), Tschechien (5), Schweiz (7), Slowakei (8), Weißrussland (9), Deutschland (10), Lettland (11), Norwegen (12), Dänemark (13), Österreich (16), Frankreich (18) und Ungarn (20). Weil die WM in der günstigen Zeitzone für wichtige europäische Eishockey-Märkte statt findet ist mit einem neuen TV-Zuschauerrekord zu rechnen.

### Vermarkter mit facettenreichem Aufgabenspektrum

Infront ist seit 28 Jahren der kommerzielle Partner des Internationalen Eishockey-Verbandes (IIHF). Die Partnerschaft - eine der langjährigsten in der Sportmarketing-Welt - gestaltet sich 2009 umfassender denn je zuvor. Zur WM im Heimatmarkt, kümmert sich die Schweizer Agentur nicht nur um die weltweite Vermarktung der Medien- und Sponsoring-Rechte sondern steuert zudem umfangreiche Service-Leistungen bei, darunter die Produktion und Verbreitung des internationalen Sendesignals, einen speziellen Web-TV-Service, umfassende Geschäftskundenbetreuung (Sponsoren / Medienpartner) sowie den Betrieb der Hospitality-Zonen in den Arenen. Über 300 Mitarbeiter und temporär verpflichtete Spezialisten stehen während des zweiwöchigen Events für Infront im Einsatz.

Zusammen mit dem Schweizer Eishockey-Verband SEHV betreibt Infront zudem das Organisationskomitee der 2009 IIHF Weltmeisterschaft als Joint-Venture. Infront bringt hier unter anderem die operativen Erfahrungen aus zahlreichen früheren Turnieren ein.

Bruno Marty, Executive Director Winter Sports bei Infront, erklärt: „Dank der langfristig angelegten Partnerschaft zwischen der IIHF und Infront können wir die IIHF Weltmeisterschaft an sich sowie deren Vermarktung gemeinsam kontinuierlich fortentwickeln. So ist es möglich das Turnier mit jährlichen Innovationen und Verbesserungen weiter voranzubringen.“

### TV-Zuschauerrekord erwartet

Die 2009 IIHF Weltmeisterschaft wird erneut Erfolgsgeschichte hinsichtlich der medialen Reichweite sowie der Einschaltquoten weltweit schreiben. Dies insbesondere weil das Turnier in Europa - dem Kontinent mit den meisten teilnehmenden Ländern - und damit in der passenden Zeitzone für die meisten Fans ausgetragen wird. Bei der WM 2008 in Kanada wurde gegenüber 2007 ein Anstieg der Sendestunden um 20 Prozent verzeichnet, während die kumulierte Zuschauerzahl bei respektablen 600 Millionen lag. 2009 dürfte der letztere Wert auf über 700 Millionen ansteigen.

Das Turnier wird weltweit in über 100 Ländern von mehr als 70 Sendern ausgestrahlt. Die meisten Sender werden live oder mit geringer Zeitverzögerung übertragen, je nach Zeitzone und Programmplan. Zusätzlich ist mit umfassender Berichterstattung in nationalen Nachrichtenprogrammen zu rechnen. Internationale Nachrichtensender sorgen für eine echte weltweite Abdeckung.

### **Loyale Sponsoren zeugen von Erfolg**

Das Sponsorenprogramm für die IIHF Weltmeisterschaft wird jährlich optimiert, um die bestmögliche Sichtbarkeit und Marketing-Flächen für jedes der beteiligten Unternehmen und dessen Marken zu schaffen. Infront verfolgt ein konsistentes Kommunikationskonzept mit Banden- und Untereiswerbung, Branding-Flächen auf Straf- und Spielerbanken, Team-Sponsorings, Produktplatzierungen, spezielle Interview-Stellwände sowie Promotions-Stände.

Die Gruppe der Sponsoren wird angeführt von Škoda. Der drittälteste Autohersteller der Welt agiert seit 17 Jahren in Folge als Hauptsponsor. Škoda verfügt über ein umfassendes Sponsorenpaket inklusive Produktplatzierungen in jeder Arena, der Bereitstellung des Offiziellen Fahrservices sowie Team-Sponsorings für die Tschechische und Slowakische Nationalmannschaft.

Neben Škoda sind sieben weitere Marken seit zehn und mehr Jahren mit der IIHF Weltmeisterschaft verbunden, darunter AJ (Büromöbel - Schweden), Bauhaus (Heimwerkermärkte, Werkzeuge - Deutschland), Intersport (Sportartikel-Einzelhandel - Schweiz), Konica Minolta (Kopiergeräte - Japan), Nike (Sportausrüstung - USA), Tissot (Uhren und Zeitmessung - Schweiz) und Zepter (Kosmetik, Heim- und Küchengeräte - Frankreich). Die Gruppe wurde zuletzt ergänzt durch weitere bekannte Marken und Unternehmen: Boehringer Ingelheim (Rezeptfreie Medikamente - Deutschland), Henkel (Waschmittel und Klebstoffe - Deutschland, bereits in 2007), Ramirent (Baumaschinenvermietung - Finnland) sowie die Zürich Gruppe (Versicherungen - Schweiz).

### **Alle Spiel erstmals in HD-Qualität**

2009 werden erstmals in der Geschichte des Turniers alle WM-Spiele in hochauflösender Bildqualität (HDTV) produziert. Die sogenannte Host Broadcast-Produktion wird abermals von Infront Production und Host Broadcast Services (HBS) gesteuert und durch Mediatec Dream Team ausgeführt. Das Schwedische Unternehmen stellt im Rahmen der zentral multilateralen Medienproduktion ein hochwertiges internationales Sendesignal her und sorgt für dessen Verbreitung an die angeschlossenen Sendeanstalten weltweit. Zudem werden die Medienpartner bei ihren unilateralen Produktionen und Übertragungen unterstützt, unter anderem durch die Bereitstellung von Kommentatorenplätzen, TV-Studios, zusätzlichen Kamerapositionen und weiteren Services. Für die zentrale Produktion werden insgesamt 20 Kameras für jedes der 56 Spiel eingesetzt, darunter Torkameras und schwebende Mittelkreiskameras.

Die Betreuung der Sendepartner und die Koordination des Satellitensignals erfolgt durch das Infront Broadcaster Servicing Team, das auf enorme Erfahrung mit ähnlichen Sportgroßveranstaltungen wie beispielsweise die FIFA Weltmeisterschaft™ zurückgreifen kann.

### **Integriertes Streaming-Angebot auf IIHF.com**

Zur WM steht für Fans abermals ein umfassendes Web-TV-Angebot auf der Offiziellen IIHF-Website ([www.iihf.com](http://www.iihf.com)) zur Verfügung. Die Plattform wird von Infront Advanced Media Solutions, einer Tochtergesellschaft von Infront, produziert und bietet weltweit Live- und On Demand-Berichterstattung zu allen Spielen der 2009 IIHF Weltmeisterschaft.

Zwei Abonnement-Modelle stehen dabei zur Auswahl: Einzelspiele können für 6,95 Euro gebucht werden, ein Turnierpass für alle 56 Spiele kostet nur 39,95 Euro. Die Spiele werden als qualitativ hochwertiger Videostream angeboten. Der Zugriff ist lediglich in einigen wenigen Ländern blockiert in denen die entsprechenden Verwertungsrechte bereits anderweitig vergeben wurden.

### **Hospitality der Spitzenklasse**

Der Hospitality-Service für die WM wird von Infront Hospitality Management, einer weiteren Infront-Tochter, organisiert. Das Angebot in Bern und Zürich-Kloten entspricht den höchsten internationalen Standards und erweitert die Möglichkeiten für die Bewirtung von VIPs und Geschäftskunden während des Turniers signifikant. Die Planungen sehen drei unterschiedliche Hospitality-Bereiche vor. Grundsätzlich wird der Service an jedem Spieltag angeboten. Bis zu 180 Angestellte kümmern sich dann um die Bereitstellung von erstklassigen wechselnden Menüs. Infront Event Hospitality (ehemals Walch's Event Hospitality) ist seit 2005 im Bereich der VIP-Hospitality für die IIHF Weltmeisterschaft involviert und betreut daneben weitere Top-Events weltweit.

### **Über Infront Sports & Media**

Infront Sports & Media ist eine der erfahrensten Full-Service-Agenturen für Sportmarketing mit Sitz in Zug, Schweiz. Das Unternehmen verfügt über ein umfassendes Portfolio an erstklassigen Sportrechten. Zudem deckt es alle wesentlichen Service- und Geschäftsfelder im Sportmarketing ab, darunter die Vermarktung medialer Verwertungsrechte, Host Broadcast- und Programmproduktion, Event Management, Sponsoring und Online-Entertainment. Infront beschäftigt 500 Mitarbeiter in 23 Büros und 10 Ländern.

### **Infront im Wintersport**

Infront ist die weltweit führende Sportmarketing-Agentur im Bereich Wintersport. In den vergangenen Jahren wurde die Entwicklung des Wintersportgeschäfts erfolgreich vorangetrieben. Heute repräsentiert Infront sechs der sieben internationalen olympischen Wintersportverbände. Die Gruppe ist kommerzieller Partner von über 90% aller nationalen Skiverbände, die die FIS-Weltcups in den alpinen und nordischen Disziplinen ausrichten. Infront vermarktet außerdem die FIS-Weltmeisterschaften. Im Eishockey ist Infront seit vielen Jahren Partner der IIHF Weltmeisterschaft, zudem ist das Unternehmen im Biathlon, Bob und Skeleton, Curling sowie Rodeln engagiert.

- Ende -

### **Weitere Informationen erhalten Sie bei:**

Jörg Polzer  
Manager, Communication & PR  
Infront Sports & Media AG  
Tel. +41-41-723 15 15  
Fax +41-41-723 15 16  
[press@infrontsports.com](mailto:press@infrontsports.com)  
[www.infrontsports.com](http://www.infrontsports.com)