



Nestea BeachVolley Tour 2010



Landets største tour (www.beachvolley.dk)

Nestea Beachvolley Tour er blevet den største og mest mediedækkede beachvolley-turnering. Tour'en afvikles med 8 stævner i weekenderne i og omkring skolernes sommerferie. Der spilles på mellem 20 og 45 baner hele lørdagen og hele søndagen. En stor styrke ved Nestea Beachvolley Tour er, at eliten spiller om det officielle DM i en gennemgående turnering, mens hvert enkelt weekendstævne er afsluttet for øvrige spillere. Således deltog ca. 4.500 spillere i Nestea Beachvolley Tour 2009 fordelt på bredde- og eliterækker med estimeret over 80.000 tilskuere og strandbesøgende.

De unge og de moderne individorienterede

Gallup støtter os i påstanden om, at miljøet på strandene er meget ungt og i kompasrosen: Moderne individorienteret (se side 3-4)

Populære strande

Spillestederne vælges blandt de mest benyttede sommerstrande, og er placeret således, at vi kommer hele Danmark rundt - fra Nordjylland til Sydsjælland - i skolernes sommerferie.

Spilleplan 2010

- 19-20/6: Indledende runde - Århus Beach Park
- 26-27/6: Indledende runde - Nyborg Strand
- 03-04/7: Indledende runde - Løkken Strand
- 10-11/7: Indledende runde - Ishøj Strand
- 17-18/7: Indledende runde - Århus Beach Park
- 24-25/7: Semifinaler - Kerteminde Strand
- 07-08/8: Semifinaler - Vejers Strand
- 21-22/8: Finaler - Amager Strandpark





Koncept

A day at the beach

Hvert enkelt Beachvolley-stævne opbygges med salgsboder (sodavand, mad, is, m.m.), musik/DJ's, tilskuertribuner, event/publikumskonkurrencer samt om muligt Beach Parties/Beach Camps for deltagerne.

Events/konkurrencer

Udover diverse synlighedselementer (se side 5) er der i samarbejde med eventmanager mulighed for at gennemføre events/publikumskonkurrencer på strandene. Events/konkurrencer kan efter aftale styres af tour'ens DJ's og eventmanager, således at sponsor ikke behøver at være repræsenteret.

Salg/sampling

Det vil på alle strande være muligt at opstille egen stand, hvorfra salg kan foregå. De mange deltagende, tilskuere og øvrige strandgæster gør desuden sampling oplagt.

Praktik/crew etc.

Efter nærmere aftale med vores faste eventmanager påtager vi os gerne det praktiske arbejde forbundet ved involveringen - det værende opstilling og nedtagning, gennemførelse af konkurrencer, transport og vedligeholdelse af reklamematerialer, opfølgning/dokumentation efter tour'en, etc.

Prisniveau

Vi tilbyder hele tour-sponsorater for kr. 144.250,- ekskl. moms. Udgifter til transport og produktion af egne reklamematerialer andrager typisk ca. kr. 25.000,- excl. moms.





Den typiske målgruppe på strandene

De udøvende (ca. 4.500):

Ifølge Index DK/Gallup er der i segmentet beachvolley og volleyball en klar overrepræsentation af:

- unge i alderen 12-29 år
- studerende

Tilskuerne (ca. 80.000):

Strandens øvrige besøgende, heriblandt:

- børnefamilier
- skolefrie børn og unge
- bedsteforældre med børnebørn
- etc.

		Total	Beachvolley	Volleyball	Badminton	Basketball	Cykling	Golf	Håndbold	Ishockey	Skisport	Tennis	Fodbold	
			Dyrker selv	Dyrker	Dyrker	Dyrker	Dyrker	Dyrker	Dyrker	Dyrker	Dyrker	Dyrker	Dyrker	
Total	Opregnet0	4.645	48	81	316	70	396	185	64	16	219	132	388	
	Stikprøve	4.397	26	52	248	27	391	147	30	7	199	84	192	
	Lodret%	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	
Erhverv	Skoleelev/s tuderende	Opregnet0	750	30	52	79	34	61	36	22	8	59	53	181
		Stikprøve	364	12	21	35	13	32	13	8	3	36	23	61
		Lodret%	16,1	62,2	65	24,9	48,8	15,4	19,4	34,1	53,1	27	40,5	46,6
(G) Alder 2	12-19 år	Opregnet0	535	17	37	68	26	58	12	35	8	30	44	163
		Stikprøve	203	7	15	27	10	23	5	10	3	17	15	51
		Lodret%	11,5	34,5	46,4	21,5	36,6	14,6	6,5	54,2	53,1	13,7	33,3	42,1
	20-29 år	Opregnet0	620	19	20	52	26	34	44	9	2	40	22	83
		Stikprøve	366	10	12	26	8	27	19	6	1	29	13	36
		Lodret%	13,4	38,4	24,9	16,6	36,8	8,5	23,9	13,4	13,6	18,5	16,9	21,3

Undersøgelse: Index DK / Gallup Marketing, 1H 2007

Kontrolgruppe: Alle personer Størrelse ('000): 4.645

Målgruppe: Beachvolley & Volleyball, dyrker selv

Målgruppestørrelse: 48.000/26 & 81.000/52



Det typiske livsstilssegment på strandene

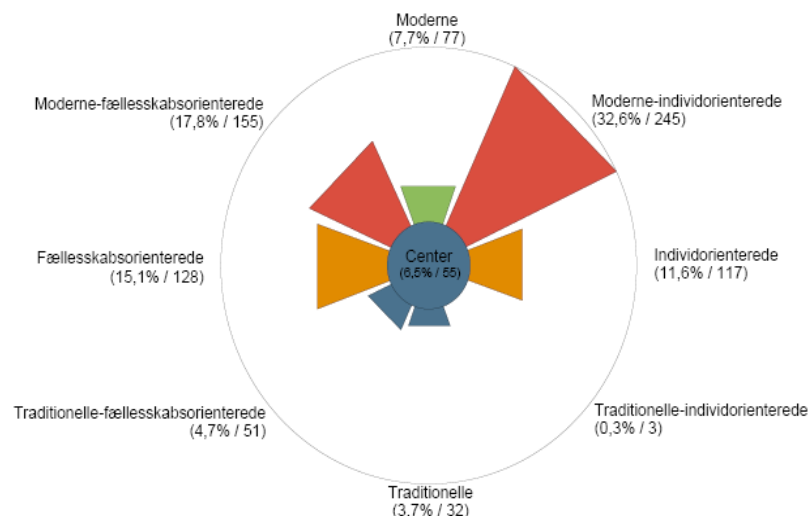
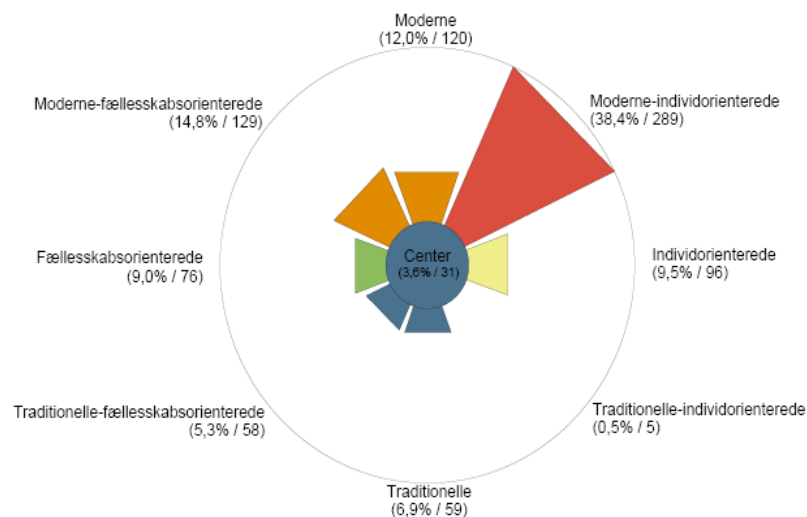
De moderne individorienterede

En klar overrepræsentation af de moderne individorienterede, der bl.a. er kendetegnet ved:

- typisk 20-39 år
- højere indkomst
- kulturslugere (biograf, cafe, restaurant, etc.)
- meget modebevidste
- meget aktive (også i ferierne)
- ivrige dagblads- og magasinlæsere
- „apperance is everything“

- Høj interesse for og forbrug af især:
 - ny teknologi
 - biler
 - stereoanlæg/Hi-fi
 - PC'er og internet

Undersøgelse: Index DK / Gallup Marketing, 1H 2007
Kontrolgruppe: Alle personer Størrelse ('000): 4.645
Målgruppe: Beachvolley & Volleyball, dyrker selv
Målgruppestørrelse: 48.000/26 & 81.000/52





Locationsponsorat

- * Navngivning af egen elitebane
- * 8 bandereklamer - heraf 4 ved centre court og 4 ved egen elitebane
- * 1 stk. tribunebanner ved centre court – hvis vejret tillader det
- * Egen daglig publikumskonkurrence
- * Højtalerspeak af radioreklame, egen tekst, o. lign.
- * 10 VIP-billetter til DM-finalen medio august
- * Logoeksponering på tour'ens hjemmeside www.beachvolley.dk
- * Mediedokumentation dækkende TV, print og internet
- * Evaluering på publikum- og deltagerantal
- * Mulighed for salg og sampling på strandene samt egen stand (excl. fee til samplere)
- * Mulighed for, at egne events integreres i set-upet, markedsføringen etc.
- * Mulighed for eget VIP set-up, egen turnering ifm. kick off, o. lign.
- * Mulighed for e-mail kommunikation til spillerne
- * Mulighed for tilrettet POS materiale
- * Option på brandet netkant og banelinier på egen elitebane
- * PR/presse samarbejde med Dansk Volleyball Forbund
- * Brancheeksklusivitet

Pris kr. 25.000,- ex. moms, produktion, transport og handling.

DVBF/Sport One Danmark er garant for pressearbejde, mediedokumentation, den øvrige praktik, eventansvarlighed, m.v.

