



HELSINGBORG 29 APRIL – 3 MAJ

IFF U19 WORLD  
FLOORBALL  
CHAMPIONSHIPS  
HELSINGBORG 2015

# HISTORISKT U19-VM I SVERIGE

U19-VM I HELSINGBORG  
29 APRIL - 3 MAJ 2015  
SUMMERAS

# HISTORISKT U19-VM I SVERIGE

- 2-3
- Innehåll
- 4-5
- Arrangemang & organisation
- 6
- Sveriges resultat
- 7
- Resultat
- 8
- Media
- 9
- Marknadsföring
- 10
- Biljetter
- 11
- Turism



Foto: Fredric Berggren, Calle Ström  
Layout: Skåneidrotten





## 36 MATCHER PÅ FEM TÄVLINGSDAGAR

U19-VM genomfördes under fem tävlingsdagar i två matcharenor (Helsingborg Arena och Idrottens Hus) och två träningsarenor (Helsingborg Arena B och C). Totalt spelades 36 matcher, 18 i respektive tävlingsarena. Världsmästerskapet blev historiskt då det var det första U19-VM som avgjordes i Sverige.

U19-VM blev ett riktigt familjeevenemang, där drygt hälften besökte VM tillsammans med familjen. Två tredjedelar av besökarna kom från Sverige, medan störst andel av de utländska besökarna kom från Norge, Schweiz och Finland.

### CITY RECEPTION

Värdstaden Helsingborg, genom borgmästare Mats Sander, bjöd in IFF och internationella gäster från de deltagande nationerna till en City Reception

onsdagen den 29 april på Rådhuset i Helsingborg. Därefter åkte deltagarna till Helsingborg och den officiella invigningen av U19-VM.

### OPENING CEREMONY

Inför Sveriges premiärmatch mot Norge på onsdagen 29 april i Helsingborg Arena hölls den officiella invigningen av U19-VM 2015 med en flaggceremoni samt tal av Helsingborg stads borgmästare Mats Sander och IFFs generalsekreterare John Liljelund. Därefter framfördes de båda nationalsångerna live.

### VOLONTÄRER

Rekryteringen och hanteringen av volontärer inför och under arrangemanget gjordes genom ackrediteringssystemet Mobilise, som även hanterade

övriga målgrupper (deltagande spelare, internationella delegater, media etc.). Totalt ackrediterades över 340 volontärer under evenemanget.

Ackrediterings- och volontärscentret var beläget i Helsingborg Arena, medan servering av volontärsmåltider delvis skedde på den närliggande Olympiaskolan.

94 procent av volontärerna var nöjda med att ha varit en del av U19-VM, varav 57 procent var mycket nöjda.

### LOGISTIK

De deltagande nationernas lokala transporter inom Helsingborg till/från matcher/träningar gjordes huvudsakligen via fem bussar, som tydligt exponerade U19-VM. Det totala antalet busstransfers uppgick till drygt 200 st, varav merparten gjordes inom Helsingborg. Persontransporterna av IFF och domare till/från Helsingborg och inom staden skedde via fem personbilar, som också tydligt marknadsförde U19-VM.

### ANTIDOPING

På uppdrag av IFF och VM-organisationen genomförde Riksidrottsförbundet dopingkontroller av de landslag som spelade i A-divisionen (totalt åtta tester).



## ORGANISATION

Ansvar för det operativa genomförandet av VM-arrangemanget har legat på Svenska Innebandyförbundets arrangemangsenhet, tillsammans med Skånes Innebandyförbund och FC Helsingborg.

De olika parterna i projektet har under 2014/15 träffats månadsvis i samordnings syfte, i så kallade LOK-möten. Parterna inom LOK har varit: Svensk Innebandys arrangemangsenhet, Skånes Innebandyförbund, FC Helsingborg, Helsingborgs stad och Helsingborg Arena.

Den operativa projektledningen har avrapporterat vid regelbundna möten för en referensgrupp för U19-VM, bestående av representanter från Svenska Innebandyförbundet, Skånes Innebandyförbund, FC Helsingborg, Event in Skåne och Helsingborgs Stad.





## SVERIGE PÅ FJÄRDEPLATS

Sverige gick in i U19-VM som regerande världsmästare från mästerskapet i Hamburg två år tidigare. Det hela slutade emellertid med en fjärdeplats. Så här var Sveriges VM.

Med knappt tre månader kvar till U19-VM spelade Sverige dubbla Finnkamper i Malmö. Resultatet blev först en 6-3-seger, följt av en förlust med 3-6 dagen efter. Helt jämt med Finland inför VM.

Väl i VM väntade en grupp med Norge, Polen och Tjeckien. Mot Norge togs en komfortabel vinst med 13-2 efter bland annat sex poäng av Dennis Svensson. I andra gruppsspelsmatchen tog Polen visserligen ledningen men sex raka mål gav ändå Sverige en stabil seger med 6-1 inför gruppfinalen mot Tjeckien. En tuff och jämn batalj slutade med 5-4-seger för svenskarna och därmed väntade en semifinal mot Schweiz, som slutat tvåa efter Finland i den andra gruppen.

Matchen mot Schweiz blev en riktig rysare. Sverige hamnade tidigt i underläge och efter två perioder låg Sverige under med 2-5. En reduktion tidigt i tredje perioden gav hopp, men när Schweiz åter utökade sin ledning till tre måls avstånd med knappt fem minuter kvar såg det mörkt ut. Då trädde Marcus Karlsson fram och på mindre än två minuter hade han både reducerat dubbelt och kvitterat till 6-6. Det resultatet stod sig perioden ut och efter en mållös sudden death väntade straffar. Där stod slutligen Schweiz som oväntad segrare och Sverige fick rikta in sig på bronsmatch mot Tjeckien.

Där blev det ännu en tight match. Lagen följdes åt och när slutsignalen efter tre perioder lät så stod det åter 6-6 på resultattavlan. Sudden death igen och denna gång avgjordes det i förlängningen då Tjeckien avgjorde med sitt 7-6-mål. Därmed slutade Sverige på en fjärdeplats och för första gången någonsin slutade ett svenskt innebandylandslag utanför medaljplats i ett VM.

## RESULTAT U19-VM 2015

### A-DIVISIONEN

#### GRUPP A

POLEN - TJECKIEN	4-10
SVERIGE - NORGE	13-2
POLEN - SVERIGE	1-6
TJECKIEN - NORGE	13-0
TJECKIEN - SVERIGE	4-5
NORGE - POLEN	4-6

1. SVERIGE	3	3	0	0	24-7	6
2. TJECKIEN	3	2	0	1	27-9	4
3. POLEN	3	1	0	2	11-20	2
4. NORGE	3	0	0	3	6-32	0

### A-DIVISIONEN

#### GRUPP B

LETTLAND - SCHWEIZ	5-11
SLOVAKIEN - FINLAND	6-8
LETTLAND - SLOVAKIEN	6-6
SCHWEIZ - FINLAND	4-12
SCHWEIZ - SLOVAKIEN	6-5
FINLAND - LETTLAND	10-1

1. FINLAND	3	3	0	0	30-11	6
2. SCHWEIZ	3	2	0	1	21-22	4
3. SLOVAKIEN	3	0	1	2	17-20	1
4. LETTLAND	3	0	1	2	12-27	1

### A-DIVISIONEN

#### PLACERINGSMATCHER

7TH PLACE:	LETTLAND - NORGE	5-3
SEMI-FINAL 2:	FINLAND - TJECKIEN	6-2
SEMI-FINAL 1:	SVERIGE - SCHWEIZ	6-7 PS.
5TH PLACE:	POLEN - SLOVAKIEN	2-12
BRONZE GAME:	TJECKIEN - SVERIGE	7-6 OT.
FINAL:	FINLAND - SCHWEIZ	13-3

### B-DIVISIONEN

#### GRUPP C

USA - UNGERN	3-12
DANMARK - KANADA	13-11
UNGERN - KANADA	6-6
USA - DANMARK	2-13
KANADA - USA	16-10
UNGERN - DANMARK	3-3

1. DANMARK	3	2	1	0	29-16	5
2. UNGERN	3	1	2	0	21-11	4
3. KANADA	3	1	1	1	33-29	3
4. USA	3	0	0	3	14-41	0

### B-DIVISIONEN

#### GRUPP D

JAPAN - TYSKLAND	1-18
AUSTRALIEN - ESTLAND	3-8
TYSKLAND - ESTLAND	9-3
JAPAN - AUSTRALIEN	6-9
ESTLAND - JAPAN	15-2
TYSKLAND - AUSTRALIEN	16-1

1. TYSKLAND	3	3	0	0	43-5	6
2. ESTLAND	3	2	0	1	26-14	4
3. AUSTRALIEN	3	1	0	2	13-30	2
4. JAPAN	3	0	0	3	9-42	0

### B-DIVISIONEN

#### PLACERINGSMATCHER

15TH PLACE:	JAPAN - USA	6-11
SEMI-FINAL 1:	DANMARK - ESTLAND	8-7 OT.
SEMI-FINAL 2:	TYSKLAND - UNGERN	5-3
13TH PLACE:	KANADA - AUSTRALIEN	9-2
11TH PLACE:	UNGERN - ESTLAND	8-7
FINAL:	TYSKLAND - DANMARK	3-4 OT.

# STORT INTRESSE FÖR U19-VM



**TV**  
Sportsground anlitas som Host Broadcaster för arrangemanget, vilket innebar att de tog ett helhetsansvar och koordinerade alla webbsändningar från VM. Samtliga matcher sändes på IFFs Youtube-kanaler (internationellt) och Helsingborg Dagblads Youtube-kanal (nationellt). Tre matcher sändes på TV via TV4-gruppen; Gruppmatchen mellan Sverige-Tjeckien, semifinalen mellan Sverige-Schweiz och finalen mellan Finland-Schweiz. Totalt sågs matcherna på IFFs Youtube-kanaler 277 497 gånger och 42 000 tittare såg matcherna på TV4 Sport/TV12.

**PR/PRESS**  
VM-organisationen ansvarade för PR- och pressbearbetning/-värdskap samt framtagande av officiellt matchprogram. Totalt ackrediterades 70 medierepresentanter vid evenemanget (inklusive TV), varav 40 utländska. Mediecentret för evenemanget var beläget i Helsingborg Arena, i direkt anslutning till matcharenorna.

**OFFICIELL HEMSIDA – WFC2015.SE**  
Den officiella hemsidan för U19-VM 2015 lanserades i december 2014. Mellan december 2014-maj 2015 hade hemsidan 28 000 unika besökare från 92 länder.

**SOCIALA MEDIER**  
VM-organisationen startade och ansvarade för IFFs officiella kanaler för U19-VM på Facebook med 1300 likes, Instagram med 700 följare och Twitter med 400 följare. Dessa numera uppbyggda kanaler kommer att nyttjas av framtida arrangörer av U19-VM på såväl dam- som herrsidan, närmast i Belleville, Kanada 2016 och därefter av Växjö 2017.

VM använde IFFs Events Mobile App under arrangemanget.

# U19-VM SYNTES RUNTOM SVERIGE

**GRAFISKT MANÉR**  
Det grafiska manéret för U19-VM skapades under våren 2014 och stod färdigt i november 2014. Manéret vidareutvecklades succesivt fram till VM-starten den 29 april 2015.

**MARKNADSFÖRING**  
En marknads-/kommunikationsplan utarbetades i syfte att skapa kännedom, öka intresset samt sälja biljetter till arrangemanget. Utöver detta skapades en aktivitetsplan som löpande uppdaterades fram till U19-VM.

**PARTNERS**  
U19-VMs kommersiella partners, såväl de nationella som internationella, har varit betydande i arbetet med att skapa engagemang för VM-arrangemanget och med att synliggöra detsamma. Under 2015 och inte minst under månaden före VM syntes evenemanget runt om Sverige och inte minst i Helsingborg.

**FUN ZONE**  
Marknadsföringen startade med deltagande på Fun zone under VM för herrar i Göteborg i december 2014, där U19-VM-organisationen marknadsförde evenemanget i en monter.

**TROPHY TOUR**  
Med start på Finkampen i Malmö 6-7 februari genomfördes en "Trophy tour" med vinnarpokalen där även t ex SM-finalen i Stockholm, SSL-matcher, SM-slutspelet och ungdomsturneringar besöktes.



# MÅNGA UNGDOMSLAG BESÖKTE VM

U19-VM lockade totalt drygt 12 000 åskådare till arenorna. Finalen sågs av 1 800 åskådare, medan Sveriges bronsmatch sågs av 1 300 st. Totalt såldes närmare 4 300 biljetter. En betydande del av biljetterna var föreningsbiljetter som såldes till ungdomslag från ett 20-tal föreningar i Södra Sverige och Danmark, totalt knappt 800 st.

## BILJETT FÖRSÄLJNING

Biljettförsäljningsplanen inkl. biljettpriserna sattes under hösten och biljettförsäljningen startade fem månader före U19-VMs första speldag, i samband med herrlandslagets VM-genrep i Helsingborg Arena den 29 november 2014. Ett andra biljettsläpp gjordes 29 januari.

## MÅLGRUPPER

De primära målgrupperna identifierades till innebandyspelande ungdomar (10-19 år) i södra Sverige samt den övriga innebandyfamiljen lokalt/regionalt. Utifrån dessa grupper skapades biljettkonceptet/-prissättningen.



# TURISTEKONOMISK OMSÄTTNING PÅ 7 MILJONER

U19-VMs totala turistekonomiska omsättning uppgick till nästan 7 miljoner kronor. RESURS undersökning från evenemanget visar att det totalt blev 5300 gästnätter i Helsingborg och ytterligare 300 gästnätter i Skåne av besökare och lag.

Två tredjedelar av besökarna var från Sverige och av dessa kom fyra av tio ifrån Skåne. Av de

utländska besökarna kom flest ifrån Norge följt av Schweiz och Finland.

Besökarnas upplevelse av U19-VM var överlag god med snittsiffror mellan 4,1 och 5,1 på en 6-gradig skala.





# TACK FÖR ATT NI GJORDE VM-FESTEN MÖJLIG!

