

# DIE BRAZILMASTERS.94.02

PRESSEKONFERENZ // FRANKFURT AM MAIN // 16/05/2011



# DAS BETEILIGUNGSANGEBOT DER PERMIRAS AG & CO SPORTEVENTFONDS KG

//

Erstmalig können sich Anleger in Deutschland unternehmerisch im profitablen Segment des Sporteventmarketings beteiligen

## WEITERENTWICKLUNG EINES BEWÄHRTEN KONZEPTS AUS DER FAMILIE DER ALTERNATIVEN INVESTMENTS:

//

- „Klassischer“ geschlossener Fonds (Kommanditbeteiligung) mit innovativem Investitionskonzept

//

- Neue Assetklasse: Anlageobjekt = Fußballgala-Eventserie als eigene Marke

//

- Rendite aus Überschuss der Vermarktungserlöse über die Eventkosten



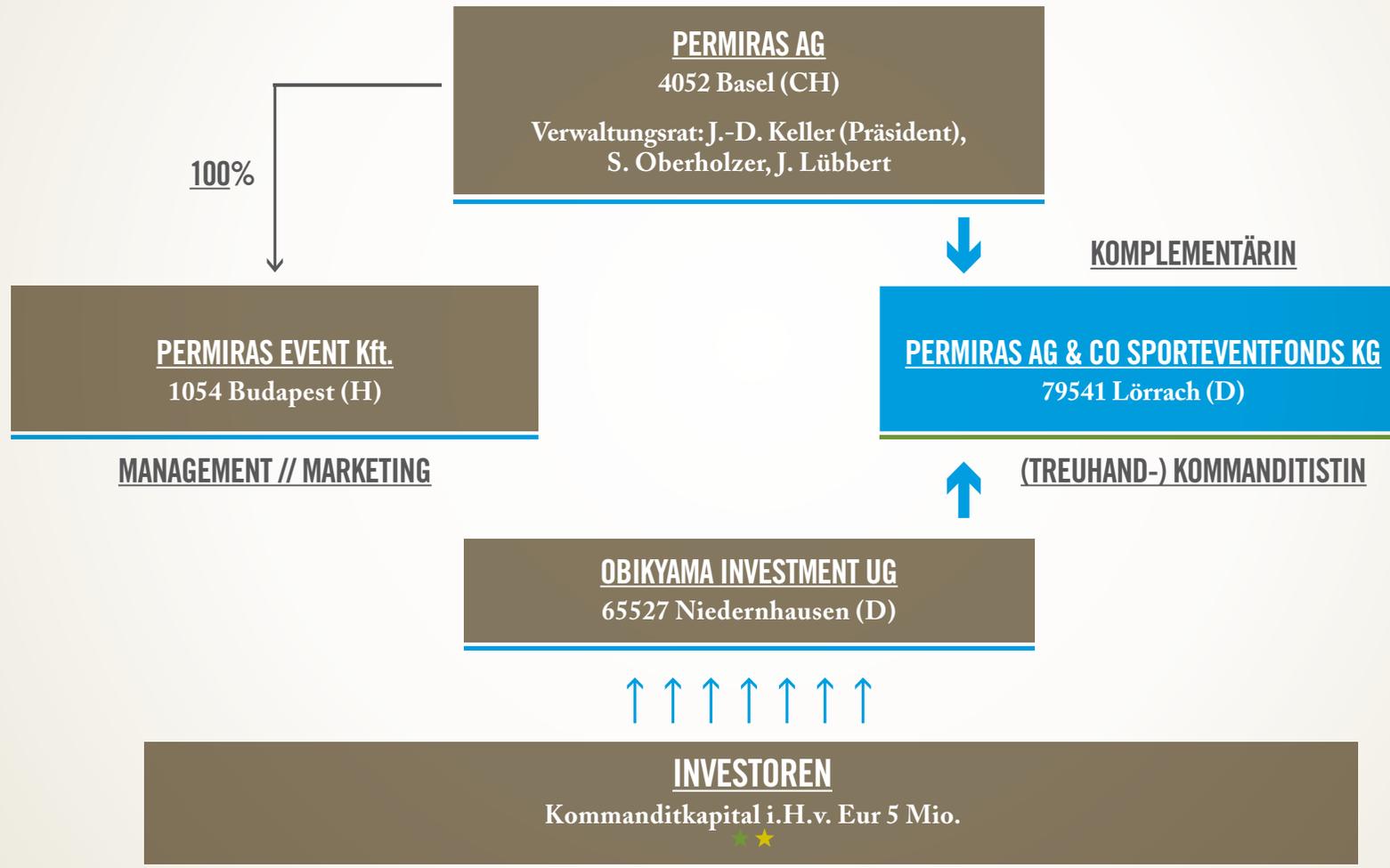
# ECKDATEN

//		
Emittentin:	Permiras AG & Co Sporteventfonds KG	
Fondsvolumen gesamt:	EUR 5.000.000,--	
Laufzeit:	31.12.2016	
Prognostizierte Ausschüttung:	mind. 8% p.a.	
Steuerliche Behandlung:	Einkünfte aus Gewerbebetrieb	
	1. Tranche	2. Tranche
Vertriebsstart:	16.05.2011	III. Quartal 2011
Mindestbeteiligung*:	EUR 200.000,--	EUR 10.000,--

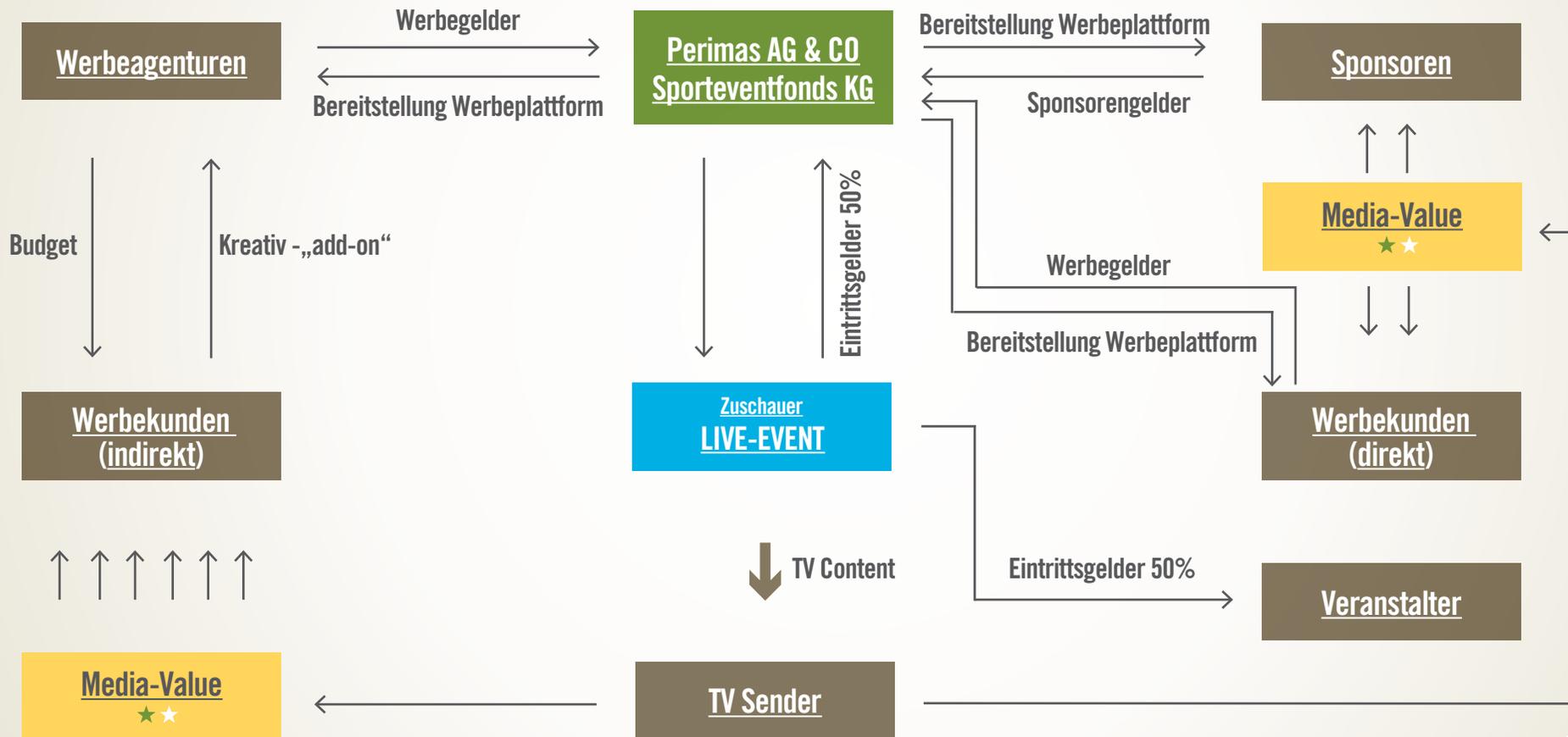
\* zzgl. 5% Agio



# BETEILIGUNGSSTRUKTUR



# DAS GESCHÄFTSMODELL



# STRATEGISCHE ERFOLGSFAKTOREN

//  
Permira Gruppe versteht sich als Träger eines Marketingkonzepts mit eigener „Marke“

//  
Geschäftsmodell basiert auf der weltweit populärsten Sportart – dem Fußball

//  
Wir bieten die besten Repräsentanten des erfolgreichsten Landes in dieser Sportart  
(Brasilianische Weltmeister)

//  
Investition generiert mediale Wertschöpfung aus gemeinschaftsstiftenden Ritualen

//  
Integration der kulturelle Lifestyle Dimension Brasiliens als strukturierte  
Werbeplattform



# BRAZILMASTERS.94.02 ALS INVESTITIONSOBJEKT

//  
Das Investitionsobjekt:

WELTWEITE FUSSBALLGALA-EVENTSERIE ÜBER 5 JAHRE

//  
MIT DEN BRAZILMASTERS.94.02 – DEN BOTSCHAFTERN DES SPIRIT OF BRAZIL

//  
MEHR ALS 60 SPIELE AUF ALLEN 5 KONTINENTEN





# 2 GROSSE MANNSCHAFTEN

DIE WELTMEISTER VON 1994 & 2002



★★ BM.94.02

8 ★★ BM.94.02



# EINE GROSSE NATION

★★ BM.94.02



# EINE STARKE MARKE

BRAZILMASTERS.94.02

★ ★ BM.94.02

10 ★ ★ BM.94.02





BRAZILMASTERS 94 02



# BRASILIEN ...

//  
... ist im globalen Vergleich eine der am schnellsten wachsenden Wirtschaftsregionen.

//  
... ist bekannt für ausgelassene Lebensfreude, spektakuläre Natur, sagenhafte Strände und großartigen Fußball.

//  
Trotzdem hat Brasilien als Reiseziel für Europa, Asien und Nordamerika nur untergeordnete Bedeutung.





**BRASIL IEN IST EINES DER AM SCHNELLSTEN  
WACHSENDEN WIRTSCHAFTSGEBIETE DER WELT**

★★ BM.94.02



# 2014 + 2016 – HISTORISCHE HERAUS- FORDERUNG UND EINMALIGE CHANCE!

//  
Fußball-WM und Olympische Spiele bieten einmalige Möglichkeiten, potenzielle Handelspartner und Touristen nachhaltig für Brasilien zu begeistern.

//  
Entscheidend wird es jedoch sein, die aufgrund der Events kontinuierlich steigende Aufmerksamkeit für Brasilien schon in den kommenden Jahren bestmöglich zu nutzen.



# BRAZILMASTERS.94.02 – DIE LEGENDEN DES WELTFUSSBALLS

//  
Seit Generationen begeistern brasilianische Mannschaften und Spieler Fußballfans in der ganzen Welt.

//  
So sind die Spieler der Weltmeistermannschaften von 1994 und 2002 mit ihrem leidenschaftlich schnellen, technisch perfekten Spiel zu lebenden Legenden geworden, die heute noch Millionen Menschen faszinieren.

//  
Auf der BrazilMasters-Tour zeigen diese legendären Spieler den Selecao Fans in der ganzen Welt, dass sie nichts ihrer Fußballkunst verlernt haben.





# BRAZILMASTERS.94.02

## LEGENDEN DES WELTFUSSBALLS

★ ★ BM.94.02



16 ★ ★ BM.94.02



# BRAZILMASTERS.94.02 – DIE TOUR

//  
Von 2011 bis 2016 werden die Stars der brasilianischen Weltmeister-Teams bis zu 120 Gala-Spiele rund um den Globus bestreiten.

//  
Die Vergangenheit hat gezeigt, wie groß das Interesse an Freundschaftsspielen mit Topstars ist. Bereits 2008 fanden die ersten Testspiele der BrazilMasters.94.02. statt, die in über 40 Ländern ausgestrahlt wurden.

//  
Allstar-Veranstaltungen anderer Sportarten zeigen ebenfalls das Potenzial dieser Kombination aus perfektioniertem Sport und Unterhaltung – z.B. die Harlem Globetrotters oder die Seniors-Touren beim Golf und Tennis.

//



# BRAZILMASTERS.94.02 – ALLE SIND DABEI!

//  
Für die BrazilMasters-Tour konnte ein Pool von 42 der ehemaligen Nationalspieler verpflichtet werden, u.a. Superstars wie:

Taffarel, Zetti, Gilmar Rinaldi, Roque Junior, Junior Baiano, Aldair, Marcio Santos, Ronaldao, Goncalves, Valber, Ricardo Rocha, Serginho, Vampeta, Flavio Conceicao, Mazinho, Emerson Moises, Cesar Sampaio, Juninho Paulista, Zinho, Djalminha, Paulo Sergio, Viola, Edmundo, Paulo Rink, Müller, Donizete, Carlos Alexandre Torres, Giovanni, Romario, Bebeto, Cafu, Jorginho, Rai, Dunga und weitere Spieler. Trainer: Carlos Alberto Torres

//  
Bei jedem Match der BrazilMasters-Tour werden jeweils 18 verfügbare Spieler im Kader stehen.

//  
Jeder im Team versteht sich als Botschafter Brasiliens und der brasilianischen Lebenskultur - im Vorfeld der WM 2014 und der Olympischen Spiele 2016. Alle freuen sich auf die Tour, auf die Matches genauso wie auf Interviews, PR-Auftritte und die Rahmenveranstaltung. Die Spieler brennen darauf, der Welt ihr Land zu präsentieren.

//



# BRAZILMASTERS.94.02 – DIE WELTWEITE TV-PRÄSENZ

//  
Die BrazilMasters-Tour wird über 5 Jahre weltweit für große Aufmerksamkeit sorgen.

//  
Es ist von einer garantierten TV-Ausstrahlung in 70-100 Ländern auszugehen.

//  
Die exklusive Partnerschaft mit der erfahrenen TV-Produktionsgesellschaft RTV-Live aus Böblingen stellt perfekte Bilder und eine hochprofessionelle Berichterstattung sicher.

//



# BRAZILMASTERS.94.02 – TV MEDIAWERT

//  
Folgende Formate werden produziert und den Sendern für jedes Spiel zur Verfügung gestellt:

- Ankündigungstrailer à 30 Sekunden
- 95-minütige Aufzeichnung des Spiels
- 5-minütige Zusammenfassung der Highlights

//  
Der Mediawert des TV-Auftritts der BrazilMasters.94.02 als Botschafter Brasiliens allein liegt auf Basis der konservativen Erwartungen an die “television coverage” für die gesamte Tour bei geschätzten 62,7 Mio. EUR.

//



# BRAZILMASTERS.94.02 – TV MEDIAWERT DES SPONSORINGS

Weiterhin liegt der geschätzte TV-Mediawert auf gleicher Basis für die Werbeformen

//

- 30-Sekunden-Spot (1x pro Ausstrahlung)
- Präsenz auf LED-Längsbande
- auf Hintertor-Bande
- für Trikot-Werbung

//

kumuliert bei 90,8 Mio EUR.

//

Der Ermittlung dieser Werte zugrunde gelegt wurde neben den Erfahrungswerten der Testspiele aus 2008 vor allem ein Gutachten von RTV-Live, das in 104 Ländern 351 potenzielle Sender sowie die relevanten Tausender-Kontakt-Preise dieser Sender identifiziert hat.



**FREUNDSCHAFTSSPIELE MIT TOPSTARS WAREN  
IMMER SCHON PUBLIKUMSMAGNETEN.**

★★ BM.94.02



# BRAZILMASTERS.94.02 – DIE LIVE-ATMOSPHERE ZÄHLT

//  
Wesentlicher Erfolgsfaktor für die TV-Übertragung und die Emotionalität der Veranstaltung sind volle Ränge sowie begeisterte Zuschauer.

//  
Unsere Austragungsorte sind die kleinen „Hexenkessel“ - moderne mittelgroße Stadien für etwa 30.000 fußballverrückte Zuschauer, die in ihrem Stadion selten internationale Topstars zu sehen bekommen. Außerdem sieht die Strategie eine moderate, familienfreundliche Preisgestaltung von 8 - 10 EUR pro Ticket vor.

//  
Diese Planung garantiert eine fantastische Atmosphäre im Stadion, die vor den TV-Bildschirmen ihre Fortsetzung finden wird.

//



# BRAZILMASTERS.94.02 – MEHR ALS FUSSBALL!

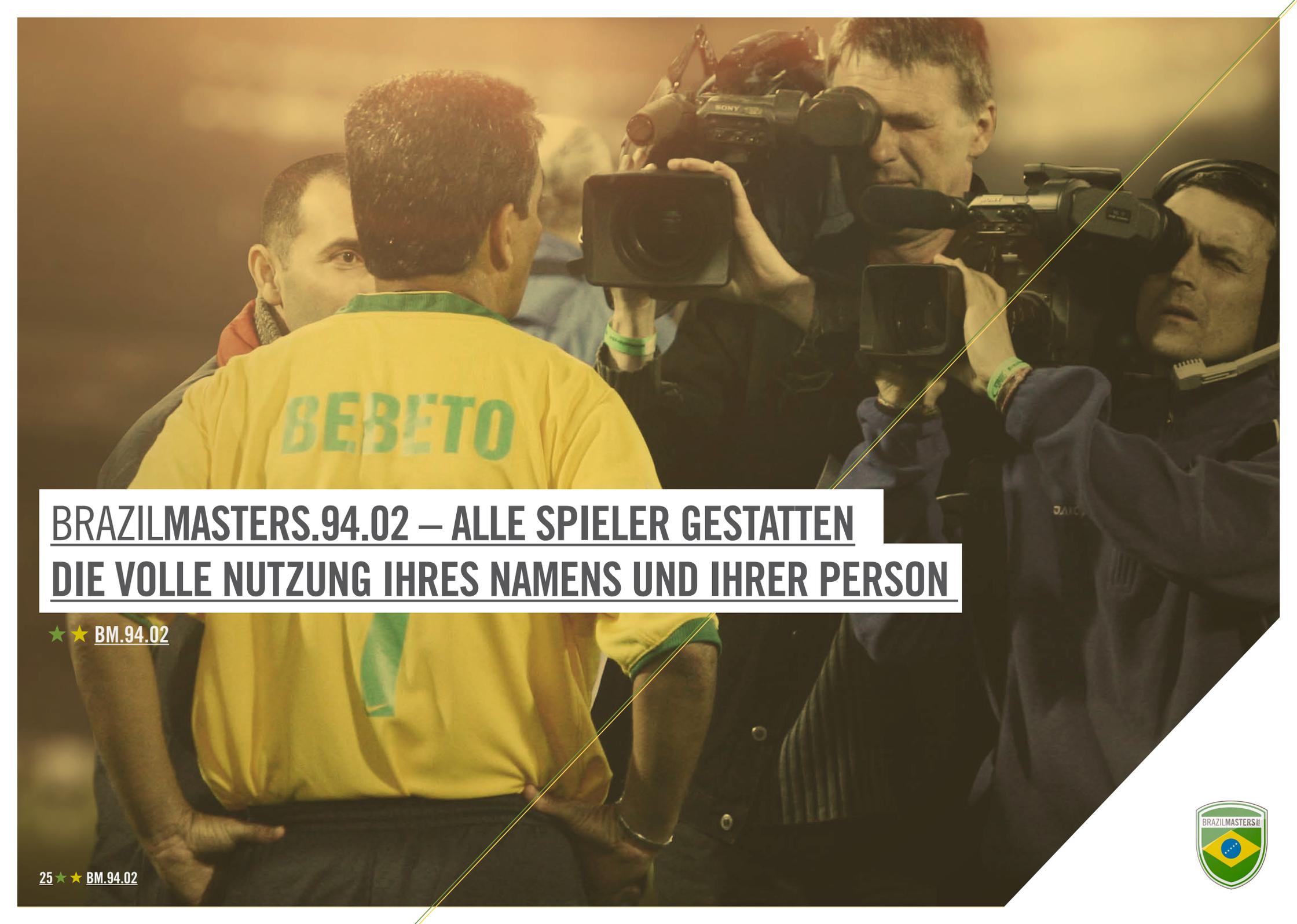
//  
Hauptevent der BrazilMasters94.02 ist natürlich das Live-Ereignis „1000% gelebte Fußballleidenschaft“. Die spürbare Liebe zum Fußball der brasilianischen Superstars ist darüber hinaus starker Ausdruck ihrer Lebensfreude.

//  
Den Spirit brasilianischer Lebenskultur werden die Spieler auch mit ihrer Präsenz rund um die Spiele jederzeit authentisch verkörpern – ohne sich verstellen zu müssen. Als gestandene Medienprofis werden sie viele PR-Auftritte bei lokalen Medien wahrnehmen. Außerdem werden an den Austragungsorten sehr medienwirksame, überraschende Aktionen der Stars in der Öffentlichkeit, wie z.B. Flash-Mobs stattfinden.

//  
Die Spieler werden in ihren Statements immer aktiv für ihr Land sprechen, Vorurteile abbauen und das positive Lebensgefühl Brasiliens authentisch repräsentieren. Sie stellen im Rahmen der BrazilMasters.94.02 außerdem ihre Bild- und Namensrechte voll zur Verfügung.

//





**BRAZILMASTERS.94.02 – ALLE SPIELER GESTATTEN  
DIE VOLLE NUTZUNG IHRES NAMENS UND IHRER PERSON**

★ ★ BM.94.02



# BRAZILMASTERS.94.02 – DIE SHOW ZUM SPIEL

//  
Bei jedem Spiel werden 3 Zuschauer im Stadion ausgelost, die die einmalige Chance zum 1 Million Dollar-Schuss aus 35 Metern an die Querlatte erhalten.

//  
Außerdem wird im Vorfeld für 5 Amateur-Fußballer ein Traum wahr: Sie nehmen an einem Training ihres lokalen Profi-Clubs teil. Anschließend spielt einer von diesen fünf einen 20-Minuten-Einsatz bei der Fußball-Gala gegen die BrazilMasters.94.02.

//  
Natürlich sind als Rahmenprogramm auch künstlerische Acts je nach regionaler Verfügbarkeit bekannter Künstler angedacht.

//  
Rund um die Matches wird es jeweils brasilianische VIP-Abende für Presse, Partner und Sponsoren geben, die auf einer After-Match-Party gemeinsam mit den BrazilMasters.94.02 und den Gastgeber-Teams feiern können.

//



# HIER KOMMEN DIE SPONSOREN INS SPIEL

## // ÜBERGREIFENDE RECHTE:

//  
Zeit und Ort der Events werden mit den globalen Sponsoren abgestimmt

//  
Patronat: Namensrecht Teamsponsorship BrazilMasters.94.02

//  
Nutzungsrecht am Team BrazilMasters94.02 für Above-the-line (TV, Print, Katalog, Plakate) + POS/Promotions

//  
Branding Team-Outfit (Logo-Platzierung: 15x25 cm auf Spiel-, Trainings- und Freizeitkleidung)

//  
Logopräsenz in allen Print-Elementen



# DIE PERMIRAS GRUPPE



# WHO IS WHO – DER VERWALTUNGSRAT (= VORSTAND) DER PERMIRAS AG

//

**JEAN-DANIEL KELLER (47)**, Präsident des Verwaltungsrats, diplomierter Wirtschaftsprüfer, Inhaber der Wirtschafts-Testat AG, Basel (Schweiz)

//

**JENS LÜBBERT (47)**, Mitglied des Verwaltungsrats, Bankkaufmann und Diplom-Betriebswirt, seit mehr als 20 Jahren in der Finanzwelt in Führungspositionen tätig (WestLB, ABN AMRO, Commerzbank, derzeit AKBANK AG, Bereichsleiter Kredit Deutschland), Finanzierungs- und Kapitalmarktexperte, Frankfurt (Deutschland)

//

**STEFAN OBERHOLZER (48)**, Mitglied des Verwaltungsrats, Unternehmer, Brig (Schweiz)



# WHO IS WHO – DAS MANAGEMENT TEAM

//

**PETER PELLADY (45)**, Gründer der Permirus Unternehmensgruppe, erfolgreicher Sport- und Marketingmanager, Direktor der Permirus AG, Geschäftsführer der Permirus AG & Co Sporteventfonds KG, Geschäftsführer der Permirus Event Kft (Budapest)

//

**STEVEN EUGENE KUHN (44)**, Global Chief Operation Officer BrazilMasters.94.02, Sales & Marketing Manager, Principal/Partner S2K2 Precision Management (New York/Philadelphia/Berlin), erfolgreicher Buchautor

//

**UDO HANZAK (42)**, Chief Operations Manager BrazilMasters.94.02 in Brasilien (Rio de Janeiro)



# TÄTIGKEITSSCHWERPUNKTE

//

ENTWICKLUNG von internationalen Sportmarketingkonzepten

//

PR im Bereich Fußball, Talent Management und Showbusiness

//

ORGANISATION von exklusiven Sportveranstaltungen

//



# PERMIRAS – BERATUNGSPROJEKTE

//  
Vermarktung des Ungarischen Fußballverbandes (MLSZ) 2004-2005,  
inkl. TV-Rechte bei Freundschaftsspielen

//  
Vermarktung des Kroatischen Fußballverbandes 2005-2006

//  
Vermarktung der Persönlichkeit Lothar Matthäus seit 2004

//  
Entwicklung und Umsetzung von „Cross-Marketing“ Konzepten für  
Fußballverbände gemeinsam mit Peter Olsson

//  
Vermarktung und Management von 29 A-Länderspielen  
(Freundschafts- und Qualifikationsspiele)

Highlights: Ungarn vs. Brasilien / Ungarn vs. Argentinien / Kroatien vs. Brasilien / UAE vs. Brasilien



# ERFOLGSBILANZ (AUSZÜGE)

- //  
Idee und Konzeption für Trainingslager Brasiliens in der Schweiz für WM 2006
- //  
Vermarktung Banden- und TV-Rechte bei UEFA-Qualifikationsspielen
- //  
Konzeptentwicklung für Freundschaftsspiele im Auftrag der Hauptsponsoren von Clubs wie Real Madrid, FC Bayern München, u.a.
- //  
2006 // Idee „BrazilMasters.94.02“  
2007 // Vertrag mit RT ProSport  
2008 // Testspiele  
2010 // „von der Vision zum Produkt“ Konzeption und Optimierung  
2011 // 16. Mai Pressekonferenz, „Kick-off“ der Welttournee und  
Vertriebsstart des weltweit einzigartigen Sporteventfonds



# AUSBLICK, ZUKÜNFTIGE PROJEKTE IN PLANUNG

//

Merchandising BrazilMasters.94.02

- Vermarktung der Namensrechte der Spieler
- Entwicklung einer Produktstrategie für Merchandisingartikel
- Businessplan in Vorbereitung

//

Bereitstellung von Vermarktungskonzepten zukünftiger Ausrichterländer der großen internationalen Fußballwettbewerbe

//



★★ BM.94.02

**VIELEN DANK FÜR  
IHRE AUFMERKSAMKEIT!**

★★ BM.94.02

