

# DIREKTIV

## LAG-SM



# INNEHÅLLSFÖRTECKNING

<b>1. INLEDNING</b>	<b>4</b>
1.1 Officiellt namn	4
1.2 Datum och antal dagar	4
1.3 Kungörelse	4
1.4 Försäkring och tillstånd	4
1.5 Andra evenemang	4
1.6 Annullering	4
<b>2. LOKAL ORGANISATION</b>	<b>4</b>
<b>3. SPORTSPECIFIK INFORMATION</b>	<b>6</b>
3.1 Tävlingsform	6
3.2 Tidsprogram	6
3.3 Inbjudan	6
3.4 Arrangörsbidrag	7
3.5 Information inför tävlingen	7
<b>4. LOKALER</b>	<b>7</b>
4.1 Tävlingshall	7
4.2 Matläggning	7
4.3 Hagarnas storlek och antal bord	7
4.4 Belysning	7
4.5 Spelområdet	8
4.6 Träningshall	8
4.7 Övriga lokaler	8
4.7.1 Konferensrum	8
4.7.2 Arbetsrum	8
4.7.3 Domarrum	8
4.7.4 Spelarlounge	8
4.7.5 Omklädningsrum	8
<b>5. TÄVLINGS- OCH TRÄNINGSMATERIAL</b>	<b>8</b>
<b>6. ADMINISTRATIONSPROGRAM</b>	<b>9</b>
<b>7. MAT, LOGI OCH LOKALA TRANSPORTER</b>	<b>9</b>
7.1 Transport	9

<b>8. FUNKTIONÄRER/VOLONTÄRER</b>	<b>9</b>
8.1 Tävlingsledare/projektledare	9
8.2 Volontärer	9
8.3 Speaker	10
8.4 Tävlingschef	10
8.5 Överdomare	10
8.6 Matchdomare	10
8.7 Resultatrapportörer	10
8.8 Fotograf	10
8.9 Medie- och kommunikationsansvarig	10
<b>9. ENTRÉ</b>	<b>11</b>
<b>10. ÖVRIGA RÄTTIGHETER</b>	<b>11</b>
<b>11. MARKNADSFÖRING &amp; SYNLIGGÖRANDE</b>	<b>11</b>
11.1 Grafisk profil	11
11.2 Branding	11
11.3 Övrigt gällande reklam i arenan	11
11.4 Utställningsområde	12
11.5 Hemsida	12
11.6 Programblad	12
11.6.1 Tidningen Pingis	13
11.7 Annonser/kampanjer	13
11.7.1 Målgrupp	13
11.7.2 Ambassadörer	13
11.7.3 Kampanjer	13
11.7.4 Marknadsföringskanaler	14
11.8. Webbsändningar	14
<b>12. PRISPALL OCH PRISUTDELNING</b>	<b>14</b>
12.1 Mästerskapstecken	15
12.2 Prisutdelning	15
<b>13. RESULTATREDOVISNING</b>	<b>15</b>

# 1. INLEDNING

Dessa direktiv är en del av det avtal som upprättats mellan Svenska Bordtennisförbundet, härafter "SBTF", och den lokala organisationen där **FÖRENINGEN** är avtalspart, härafter "den lokala organisationen".

SBTF bär huvudansvaret för mästerskapet och vid oenighet mellan parterna är det SBTF som äger rätt att fatta beslut. SBTF är också rättighetsinnehavare vilket betyder att de kommersiella rättigheterna till mästerskapet inte får säljas vidare utan godkännande av SBTF.

Svenska Bordtennisförbundets namn och logotyp ska finnas med i all officiell kommunikation så som på hemsida, i marknadsföring och i print. Svenska Bordtennisförbundet ska också nämnas som en av arrangörerna i all kommunikation både i och utanför tävlingsarenan.

Direktiven ska ses både som krav som ska uppfyllas men också som en hjälp för att evenemang ska bli så lyckat och väl genomfört som möjligt. Eventuella avvikelser från dessa direktiv, som SBTF och den lokala organisationen kommit överens om, regleras i ett separat dokument.

## 1.1 Officiellt namn

Lag-SM Ungdom i bordtennis **ÅR**

## 1.2 Datum och antal dagar

**DATUM** (två dagar)

## 1.3 Kungörelse

SBTF ansvarar för att mästerskapet kungörs i SBTF:s tävlingskalender.

## 1.4 Försäkring och tillstånd

Det är upp till den lokala organisationen att införskaffa lämplig försäkring för anställda, volontärer spelare, material samt arena/lokaler. Det är också rekommenderat att försäkringen täcker förluster som den lokala organisationen kan utsättas för vid inställt evenemang.

Det är upp till den lokala organisationen att ansöka om tillstånd hos polisen samt övriga instanser där det kan behövas.

## 1.5 Andra evenemang

Den lokala organisationen får inte utan tillstånd från SBTF arrangera andra evenemang under perioden för mästerskapet.

## 1.6 Annullering

I det fall den lokala organisationen av någon anledning inte skulle genomföra mästerskapet står den lokala organisationen som ansvarig gentemot SBTF, deltagarna samt eventuella underleverantörer.

# 2. LOKAL ORGANISATION

Den lokala organisationen ansvarar för att tillsätta en intern organisation för tävlingen där viktiga funktioner finns specificerade samt bemannade. Nedan är förslag på viktiga roller som behöver

tillsättas. Det är upp till den lokala organisationens behov ifall fler roller än nedan nämnda behöver tillsättas. Roller kan vid behov även slås ihop.

### **Projektledare**

Ansvarar för helheten i projektet och är den person som är ansvarig gentemot SBTF. I ansvarsområdet ingår bland annat att vara föreningens kontaktperson gentemot SBTF i frågor som rör arrangemanget, att tillräckligt med funktionärer finns samt att allt i övrigt enligt dessa direktiv följs av den lokala organisationen.

### **Tävlingsledare**

Har ett övergripande ansvar för tävlingens planering och genomförande. Personen i fråga ska ha genomgått SBTF:s tävlingsledarutbildning samt ha gedigen erfarenhet av att genomföra bordtennistävlingar. Tävlingsledaren arbetar i nära samarbete med SBTF:s tävlingschef.

### **Lokal Medie- och kommunikationsansvarig**

Är den lokala organisationens kontaktperson mot lokal massmedia före, under och efter arrangemanget samt den som svarar för intern och extern kommunikation lokalt. Medie- och kommunikationsansvarig ska också i god tid (minst 6 månader före) planera arbetet tillsammans med ansvarig på SBTF. Kontakten gentemot nationell media (exempelvis rikstäckande TV) sköter SBTF.

### **Försäljningsansvarig**

Har till ansvar att få ett stort överskott från försäljning före och under tävlingen. I det kan ingå allt från mat och fika till försäljning av tröjor och andra saker.

### **Ansvarig för marknadsföring**

Ska skapa intresse för tävlingen genom olika marknadsföringsaktiviteter. En marknadsföringsplan ska i god tid arbetas fram för hur mästerskapet på bästa sätt synliggörs i kommunen. Det är viktigt att identifiera vilka potentiella målgrupper som finns samt hur dessa nås (kanaler; sociala medier, tidningsannonser, radioreklam, citydressing, affischering, riktade utskick, kundaktiviteter, sociala projekt, etc.) Att få mycket publik till mästerskapet är grundläggande för ett lyckat evenemang. Läs mer under **punkt 11 Marknadsföring och synliggörande av evenemanget**.

SBTF svarar för att marknadsföra evenemanget i sina befintliga kanaler (hemsida, sociala medier och nyhetsbrev).

### **Sponsoransvarig**

Har till uppgift att knyta till sig sponsorer för att öka intäkterna och/eller minska kostnaderna för tävlingen. Det kan till exempel ske genom annonsförsäljning i programblad till att sponsorer skänker varor eller tjänster till den lokala organisationen. Denna person är med fördel samma som den ansvarige för marknadsföring. Det är upp till den lokala organisationen att inhämta information kring gällande regler och lagar för denna typ av samarbeten (moms, reklamskatt, barteravtal, etc.). Mycket information finns tillgängligt via Skatteverkets hemsida.

Arbetsorganisationen ska lämnas till SBTF:s tävlingschef för godkännande senast 6 månader innan, en person kan ha flera roller inom organisationen.

### 3. SPORTSPECIFIK INFORMATION

Lag-SM-tävlingen omfattar sex (6) lagklasser, U18 Herrar och U18 Damer samt P16 och P14 för pojkar och F16 och F14 för flickor. Varje klass består av sex lag som kvalificerat sig via kvalspel.

#### 3.1 Tävlingsform

De sex (6) lagen i respektive klass möts alla mot alla. Matcherna genomförs på ett bord per lagmatch. Till finalspelet inlämnas en preliminär laguppställning och en lagranking upprättas. Spelordningen i finalspelet bestäms utifrån lagrankingen enligt följande spelordning:

**Omgång 1:** 1-6, 2-4, 3-5

**Omgång 2:** 4-1, 5-2, 6-3

**Omgång 3:** 1-5, 2-3, 4-6

**Omgång 4:** 3-1, 6-2, 5-4

**Omgång 5:** 1-2, 3-4, 5-6

Uträkningen av placering i klasserna sker enligt regler för seriespel. För vunnen lagmatch erhålls två poäng och för förlorad lagmatch noll poäng. Det lag som erhållit flest poäng, när samtliga matcher spelats har vunnit klassen, det lag som fått näst flest poäng blir tvåa etc.

Vid samma poängssumma för två eller flera lag avgörs placeringen i första hand av skillnaden mellan antal vunna och förlorade individuella matcher, i andra hand av skillnaden mellan antal vunna och förlorade set, i tredje hand av skillnaden mellan antal vunna och förlorade bollar i samtliga matcher. Är allt det lika avgörs det av de inbördes resultaten mellan de berörda lagen.

Lagmatcherna spelas enligt Davis Cup-modell. Lagmatcherna spelas med fyra singelmatcher och en dubbel enligt följande: A-X, B-Y, Dubbel, A-Y, B-X. En eller två andra spelare än de som spelar singel kan delta i dubbelmatchen. Matchen avbryts när ett lag uppnått tre (3) matchvinster. Samtliga matcher spelas i bäst av 5 set till 11.

#### 3.2 Tidsprogram

##### Lördag

**09.00** 1:a omgången i F14, F16 och U18 D

**11.00** 1:a omgången i P14, P16 och U18 H

**13.00** 2:a omgången i F14, F16 och U18 D

**15.00** 2:a omgången i P14, P16 och U18 H

**15.30**

**17.00** 3:e omgången i F14, F16 och U18 D

**17.30**

**19.00** 3:e omgången i P14, P16 och U18 H

##### Söndag

4:e omgången i F14, F16 och U18 D

4:e omgången i P14, P16 och U18 H

5:e omgången i F14, F16 och U18 D

Prisutdelning

5:e omgången i P14, P16 och U18 H

Prisutdelning

#### 3.3 Inbjudan

Den lokala organisationen upprättar informationsmaterial med uppgift om vilka förutsättningar som gäller på spelorten. Av informationen ska bland annat framgå hur bokning av logi ska ske, möjligheter till lunch/middag samt lokala transporter. Informationsmaterialet sänds till SBTF för vidare distribution till berörda föreningar.

SBTF upprättar, tidsprogram, kvalificeringslistor, seedning och sänder den, tillsammans med den lokala organisationens informationsmaterial, direkt till berörda föreningar samt distrikten.

I inbjudan ska påpekas vikten av att återbud lämnas så snart som möjligt till SBTF. Vid återbud kallar SBTF reserv i ordning enligt reservlista som SBTF tar fram.

### **3.4 Arrangörsbidrag**

Arrangören erhåller ett arrangörsbidrag från SBTF för arrangemanget om 12 000 kronor. Dessutom ersätts kostnad för lokalhyra och överdomare. Arrangören fakturerar SBTF efter avslutat mästerskap.

### **3.5 Information inför tävlingen**

Den lokala organisationen ska senast två veckor före tävlingen ge full information på tävlingens officiella hemsida.

Informationen ska innehålla aktuella anmälningslistor och övrig information som nämns under **punkt 3.2 Inbjudan**. I informationen ska nämnas att tilldelad nummerlapp ska bäras under hela tävlingen samt att spel ska ske i föreningens officiella tävlingsdräkt. För löpande resultatservice ska informeras om hur man hittar denna.

## **4. LOKALER**

Den lokala organisationen svarar för iordningställande samt kostnad för tävlingshall och övriga utrymmen som behövs för att genomföra SM enligt dessa direktiv.

Samtliga lokaler och hallar som används ska vara tillgänglighetsanpassade. I fall det krävs förflyttningar till flera våningsplan ska hiss finnas.

### **4.1 Tävlingshall**

Tävlingshallen ska vara en idrottshall i storleken minst 40x20 meter, med minst 300 sittplatser. Vid användande av B-hall ska denna ha samma spelförhållanden som i A-hallen.

Golvet i tävlingshallen skall vara av lämplig typ för bordtennisspel. Golvet kan täckas med av SBTF godkänd matta, som utan kostnad för den lokala organisationen kan lånas av SBTF. Den lokala organisationen svarar för transportkostnad till och från spelorten samt kostnad som kan uppkomma i samband med läggning av mattan, exempelvis tejp. Om den lokala organisationen väljer att lägga matta översänds från SBTF en instruktion för läggning av mattan.

### **4.2 Mattläggning**

Instruktion för läggning av mattan finns som bilaga till dessa direktiv.

Denna instruktion ska ovillkorligen följas och den tejp som anvisas ska användas. Vid skador på mattorna som kan hänföras till att instruktionen ej följts, kan SBTF kräva ersättning.

### **4.3 Hagarnas storlek och antal bord**

Hagarnas mått för lag-SM ska vara minst 12 x 6 meter. Tävlingen spelas med 9 tävlingsbord.

### **4.4 Belysning**

Belysningen i tävlingshall ska vara jämn över hela spelområdet. Belysningen ska vara minst 800 lux i hela det området där tävlingen spelas.

Bländande fönster eller fönster som släpper in dagsljus, ska täckas så att detta inte stör spelet. Vita ytor, exempelvis på fast eller tillfällig reklam får inte förekomma i spellokalen om det finns risk att detta kan störa spelet.

## **4.5 Spelområdet**

Det är viktigt att spelområdet och dess närhet inte beträds av människor som inte ska vara där. Endast spelare, domare och personal med rätt behörighet får äntra spelområdet. Fotografer med rätt ackreditering får också beträda spelområdet och dess närhet.

Inne i själva spelhagarna får endast spelare, domare och eventuella bollkallar befinna sig. Det är upp till personal (volontärer/funktionärer), som tillsätts av den lokala organisationen, att se till att detta efterlevs.

## **4.6 Träningshall**

I anslutning till tävlingshall(ar) ska finnas en träningshall med minst åtta (8) bord. Spelförutsättningarna ska så långt som möjligt vara samma som i tävlingshall(ar).

Möjlighet till träning i tävlings- och träningshall ska finnas från och med första speldagen kl. 08.00.

## **4.7 Övriga lokaler**

### **4.7.1 Konferensrum**

Under förutsättning att SBTF senast en månad innan tävling efterfrågar ett konferensrum ska den lokala organisationen tillhandahålla ett konferensrum för minst tio personer, som under tävlingsdagarna står till SBTF:s förfogande.

### **4.7.2 Arbetsrum**

SBTF:s personal behöver ett arbetsrum för minst fem personer med trådlös internetuppkoppling, bord och stolar. Det är fördelaktigt om rummet har utsikt över spelområdet.

### **4.7.3 Domarrum**

Ett rum där domarna kan återhämta sig mellan sina pass. Vatten, kaffe, te och frukt ska finnas samt bekväma möbler (både vanliga stolar samt soffor/fåtöljer).

### **4.7.4 Spelarlounge**

Ett rum där spelarna kan återhämta sig mellan sina matcher. Vatten, mineralvatten, sportdryck, kaffe, te och frukt ska finnas samt bekväma möbler (både vanliga stolar samt soffor/fåtöljer).

### **4.7.5 Omklädningsrum**

Minst fyra omklädningsrum för män (2) och kvinnor (2) ska finnas.

## **5. TÄVLINGS- OCH TRÄNINGSMATERIAL**

Allt material till tävlingen i form av hagar, bord, domarbord, nät och räkneverk samt bollar tillhandahålls av den lokala organisationen som ansvarar för att materialet är av hög kvalitet. SBTF äger dock rätten att anvisa material enligt SBTF:s bestämmande.

Om SBTF anvisar material kan allt material till tävlingen enligt ovan tillhandahållas fraktfritt som



lån för den lokala organisationen från SBTF. I sådana fall ansvarar den lokala organisationen för att materialet återsänds till av SBTF anvisad plats i oskadat skick (dock inte förbrukningsmaterial såsom bollar). Det är av yttersta vikt att speciellt emballage för borden återanvänds vid återsändandet och att borden emballeras på ett professionellt sätt. Om borden skadas i transporten och slarvig packning kan påvisas så kan den lokala organisationen bli ansvarig för skadorna.

Den lokala organisationen ska senast tre månader före tävlingen kontakta SBTF för besked om material.

## **6. ADMINISTRATIONSPROGRAM**

Det finns inget färdigt administrationsprogram för denna tävling. Dock ska kontinuerlig resultatuppdatering via SBTF:s ProFixio göras.

## **7. MAT, LOGI OCH LOKALA TRANSPORTER**

Den lokala organisationen ska se till att tävlande, ledare och press erbjuds hotellboende i olika prislägen.

Den lokala organisationen ska stå för mat och logi till SBTF:s tävlingschef samt medieansvarig under tävlingen från middag onsdag till och med lunch söndag.

Den lokala organisationen ska stå för mat och logi under ett dygn till max två av SBTF:s styrelseledamöter inklusive förbundschef om anmälan görs till den lokala organisationen senast två veckor innan tävlingsstart.

Den lokala organisationen ska erbjuda spelare och ledare möjlighet till lagad mat i anslutning till tävlingshallen eller i dess omedelbara närhet. I spelhallen ska finnas servering, tillgänglig för såväl publik som deltagare, som hålls öppen under den tid som tävlingen pågår. Den lokala organisationen sätter själv pris för dessa måltider.

### **7.1 Transport**

Den lokala organisationen ska erbjuda spelare, ledare, press och SBTF fortlöpande avgiftsfri transport mellan av den lokala organisationen rekommenderade hotell och spellokal om avståndet där emellan överstiger en (1) kilometer.

## **8. FUNKTIONÄRER/VOLONTÄRER**

### **8.1 Tävlingsledare/projektledare**

Den lokala organisationen ska utse en tävlingsledare som har det övergripande ansvaret för planering och genomförande av SM-tävlingen. Tävlingsledaren ska ha stor vana av större tävlingsarrangemang och ha genomgått SBTF:s tävlingsledarutbildning. Tävlingsledaren är den som är den lokala organisationens ansvarige person gentemot SBTF.

### **8.2 Volontärer**

Den lokala organisationen ansvarar för att tillräckligt antal funktionärer/volontärer finns tillgängliga. Den lokala organisationen svarar för deras eventuella kostnader.

### 8.3 Speaker

Den lokala organisationen utser i samråd med SBTF en bordtenniskunnig speaker. Det är oerhört viktigt att speakern är påläst och insatt i bordtennisens regler. Speakern ska guida publiken på ett sådant sätt att det blir lätt att följa tävlingen. Speakern ska också genomföra intervjuer med vinnarna under förutsättning att det inte stör spelet på borden intill. Den lokala organisationen svarar för dennes eventuella kostnader.

### 8.4 Tävlingschef

SBTF utser tävlingschef, som har yttersta ansvaret och som kontinuerligt följer arrangemangets planering, deltar i minst ett planeringsmöte med den lokala organisationen samt finns närvarande under tävlingsdagarna. SBTF svarar för dennes kostnader med undantag av det som anges i **punkt 7 Mat, logi och lokala transporter.**

### 8.5 Överdomare

SBTF utser, efter förslag från den lokala organisationen, en överdomare. SBTF svarar för kostnader enligt **punkt 3.4 Arrangörsbidrag.**

### 8.6 Matchdomare

Den lokala organisationen utser tillräckligt antal matchdomare. Vid varje match de tre första speldagarna ska en domare tjänstgöra, lägst av kategori distriktsdomare. Vid finaldagens spel ska det dock vara två domare per match och huvuddomaren ska som lägst vara förbundsdomare och assisterande domare som lägst distriktsdomare. Den lokala arrangören svarar för eventuella kostnader.

### 8.7 Resultatrapportörer *(Denna punkt gäller endast om webbsändningar planeras)*

För att komplettera webbsändningarna med korrekt ställning behövs personer som med hjälp av en app klickar in aktuell ställning boll för boll. Eftersom det kommer vara sändning från två bord behövs minst två personer per pass. Då det är långa dagar rekommenderas att dagen delas in i två till tre pass.

Personal från SBTF kommer i god tid gå genom resultatsystemet med berörda personer.

De personer som ska arbeta med resultatrapporteringen behöver en fungerande smartphone då verktyget som används är en applikation som hämtas gratis.

### 8.8 Fotograf

Den lokala organisationen ska engagera en fotograf som är van vid att fotografera bordtennis. Fotografen ska ta spelbilder under alla dagar samt vid alla prisutdelningar. Bilder tas i samråd med SBTF:s kommunikationsansvarige på plats.

Bilderna ska löpande laddas upp på flickr.com eller liknande molnbaserad tjänst där SBTF utan kostnad kan hämta bilderna. Det ska vara fritt för SBTF att använda bilderna i alla sina kanaler.

Fotografen kommer att ges fotocredit när bilderna publiceras. Den lokala organisationen står för alla eventuella kostnader.

### 8.9 Medie- och kommunikationsansvarig

SBTF utser en Medie- och kommunikationsansvarig som har till uppgift att inför och under mäs-

terskapet verka för att spridningen i riksmidia blir så stor som möjligt. SBTF:s medie- och kommunikationsansvarige ska samarbeta med den lokala medie- och kommunikationsansvarige för att på så sätt bli så effektiva som möjligt. SBTF svarar för dennes kostnader med undantag av det som anges i **punkt 7 Mat, logi och lokala transporter**.

## 9. ENTRÉ

Den lokala organisationen bestämmer biljettpriser och erhåller samtliga entréintäkter. Deltagare samt två ledare per deltagande förening, har rätt till fri entré.

Personer som enligt SBTF:s stadgar har rätt till fritt inträde, ska erhålla fribiljetter eller frikort. SBTF förser den lokala organisationen med en lista på de personer som har rätt till fritt inträde.

## 10. ÖVRIGA RÄTTIGHETER

SBTF äger ensamrätt till TV-, radio och internetsändningar.

## 11. MARKNADSFÖRING OCH SYNLIGGÖRANDE AV EVENEMANGET

### 11.1 Grafisk profil

För att ge mästerskapet en identitet är det viktigt att skapa en grafisk profil. Den grafiska profilen ska finnas i allt som har med mästerskapet att göra. SBTF ansvarar för att ta fram den grafiska profilen.

Den grafiska profilen består av minst (men inte begränsad till):

- Färger/mönster
- Typsnitt
- Bilder
- Logotyp

### 11.2 Branding

För att skapa en känsla av att det är ett svenskt mästerskap som spelas och inte en vanlig tävling eller seriematch är det viktigt med branding utanför och i tävlingsarenan. Förslag på branding är vepor, roll-ups, backdrops, affischer och banderoller.

Den framtagna grafiska profilen ska synas i all branding.

### 11.3 Övrigt gällande reklam i arenan

SBTF disponerar reklamplatser på 70 % av samtliga barriärer och hälften av samtliga reklamytor på spelgolvet.

Den lokala organisationen disponerar reklamplatser på 30 % av samtliga barriärer och hälften av samtliga reklamytor på spelgolvet samt reklamplatser på nummerlappar, domarbord, handdukskorgar, nät och funktionärskläder.

Reklamen på barriärerna får vara maximalt 40 cm hög och ska tryckas i färgen Pantone 415u (matt grå färg). Om den rekommenderade färgen inte används är det viktigt att färgen klart skiljer sig gentemot bollens färg, alltså är vitt inte tillåtet. Eventuell reklam ska vara centrerad.

Den lokala organisationen svarar för samtliga kostnader kring sin egen reklam vad gäller tryck etc.

Den lokala organisationen är skyldig att informera SBTF senast tre månader innan arrangemanget om man tänker utnyttja reklamplatserna på sina barriärer.

Reklamen får inte konkurrera med SBTF:s sponsorer.

Den lokala organisationen är skyldig att senast fyra (4) veckor innan tävlingen kontakta SBTF:s ansvarige för kommunikation och marknadsföring om eventuell reklam i tävlingsprogram eller på tävlingsarenan, som kan vara kontroversiell.

#### **11.4 Utställningsområde**

Den lokala organisationen ska utan ersättning upplåta försäljnings- eller utställningsplats för SBTF:s sponsorer i tävlingshallen. SBTF meddelar den lokala organisationen senast åtta veckor före SM tävlingen vilka sponsorer som önskar försäljnings/utställningsplats samt utrymmesbehov.

Övriga leverantörer av bordtennismaterial, som kontaktar den lokala organisationen, har rätt till försäljnings- eller utställningsplats mot skälig ersättning som betalas till den lokala organisationen.

#### **11.5 Hemsida**

Den officiella hemsidan för mästerskapet är viktig då all kommunikation gällande mästerskapet sköts via denna sida. Sidan ska vara i linje med den grafiska profil som tagits fram.

Informationen ska minst omfatta:

- Tid och plats där tävlingen spelas, gärna med vägbeskrivning
- Anmälningförfarande
- Beställning av mat och logi
- Aktuella anmälningslistor som uppdateras kontinuerligt allt eftersom förändringar sker
- Förteckning över seedade spelare
- Tidsprogram för tävlingen
- Tid och plats för lottning
- Tävlingsledare med telefonnummer
- Överdomare med telefonnummer
- SBTF:s tävlingschef med telefonnummer
- Typ av utrustning som exempelvis bord, golv och bollar (godkända plastbollar ska användas)
- Information om transportservice
- Övrig info om exempelvis träningsspel
- Löpande resultatservice
- Biljettservice

Hemsidan ska vara online minst fyra månader före mästerskapet. Hemsidan kan sättas upp av SBTF och fylls på med information av den lokala organisationen.

#### **11.6 Programblad**

Ett programblad med välkomstord från staden och SBTF, annonser, startfält, tidigare vinnare samt information om sevärdheter och annan lokal information, kan tas fram. SBTF erhåller utan

kostnad maximalt fyra helsidesannonser i programbladet. SBTF tillhandahåller annonsoriginal för dessa annonser.

Den lokala organisationen står för planering, framtagning och eventuella kostnader för programbladet.

Det är viktigt att den grafiska profilen återspeglas i programbladet. Programbladet ska skickas för godkännande till SBTF före tryck.

### **11.6.1 Tidningen Pingis**

Den lokala organisationen erhåller kostnadsfritt en halvsidesannons i tidningen Pingis för att marknadsföra evenemanget. Den lokala organisationen tillhandahåller SBTF annonsoriginal i form av en tryckfärdig pdf. Annonserna ska godkännas av SBTF.

## **11.7 Annonser/kampanjer**

För att locka publik till arenan och skapa intresse bland allmänheten är det viktigt att göra reklam för mästerskapet. Via sociala medier når man många människor men traditionell media såsom tidningsannonser och radioreklam bör också finnas med.

### **11.7.1 Målgrupp**

Det är viktigt att identifiera den målgrupp som med störst sannolikhet kommer besöka evenemanget för att på så vis kunna anpassa reklamen mot denna målgrupp. Exempelvis finns det ingen anledning att försöka övertyga icke-sportintresserade personer eftersom dessa förmodligen ändå aldrig kommer besöka denna typ av evenemang.

### **11.7.2 Ambassadörer**

En eller flera ambassadörer kan hjälpa till att sprida budskapen. Ambassadörerna kan via sina egna kanaler också dela inlägg för att på så vis skapa ännu större intresse. Ambassadörerna kommer med fördel från orten och är välkända där.

### **11.7.3 Kampanjer**

En kampanj delas ofta in i tre till fyra olika perioder, nedan följer ett förslag på hur en kampanj kan se ut.

- **Period 1** (3-4 månader innan): Informera. Inget speciellt budskap behövs utan det är informationen att mästerskapet kommer som är det viktiga. Logotyp, webbadress och datum ska finnas med.
- **Period 2** (2-3 månader innan): Övertyga. Det är nu målgruppen ska övertygas om att evenemanget ska besökas. Om biljetter säljs via ett biljettföretag ska den givetvis finnas med. Ett vanligt budskap för att övertyga kan vara "ta chansen", "missa inte", "endast begränsat antal biljetter".
- **Period 3** (1 månad innan till själva mästerskapet): Påminn. Målgruppen har redan två gånger tidigare exponerats för budskapen men nu behöver den påminnas.

Tänk på att endast cirka 12 % av de som utsätts för en reklamkampanj till slut leder till någon form av action (köp/besök). Detta betyder att många människor i den aktuella målgruppen bör utsättas för exponeringen för att det ska bli någon form av resultat.

#### 11.7.4 Marknadsföringskanaler

Exempel på marknadsföringskanaler:

- Facebook (sida och evenemang)
- Instagram
- Hemsida
- Tidningsannonser
- Tidningsbilaga
- Radioreklam
- Lokal-TV-reklam
- Affischer på stan
- Guerillamarknadsföring
- Event på exempelvis gallerior eller andra platser med mycket folk
- Sociala evenemang
- Egna evenemang som tävlingar eller seriematcher

#### 11.8 Webbsändningar *(Denna punkt gäller endast om webbsändningar planeras)*

För att få ut vår sport till en bredare publik jobbar SBTF för nuvarande tillsammans med företaget Solidsport.

Solidsport erbjuder en plattform för streaming av olika idrotter och har rättigheterna att sända från SBTF:s Svenska Mästerskap, damernas och herrarnas Pingisliga by STIGA samt övriga SBTF-sanktionerade evenemang. Detta betyder att ingen annan, varken organisation, förening eller privatperson får streama från dessa mästerskap. Det är viktigt att detta kontrolleras av den lokala organisationen under mästerskapets gång.

SBTF ansvarar för att förse den lokala organisationen med den utrustning som krävs för att sända matcherna. SBTF kommer ha ansvariga på plats som ser till att sändningarna fortlöper som önskat. Minst två bord ska webbsändas.

Den lokala organisationen ska uppfylla följande:

- Planering vid uppbyggnad så att plats finns för utrustningen (bord 1-2)
- Två bord att ställa stativen på. Detta för att stativen ska komma högre upp.
- Ström till varje utrustning.
- Dedikerat trådlöst internet som endast får användas av denna utrustning. Hastigheten ska vara minst 100/100 Mbit/s. Om det trådlösa internetet inte är dedikerat måste nätverkskablar dras till varje enhet.

Tänk på att sladdar och annat inte får störa spelarna. Om möjligt läggs dessa under täckmattor eller tejpas fast.

Se även **punkt 8.7 Resultatrapportörer** som hör ihop med webbsändningar.

## 12. PRISPALL OCH PRISUTDELNING

Den lokala organisationen ansvarar för att en värdig prisceremoni genomförs efter finalspel i respektive klass. Formen för prisutdelningen ska godkännas av utsedd tävlingschef. SBTF utser prisutdelare.

## **12.1 Mästerskapstecken**

Vid prisceremonin ska pokaler delas ut till vinnande lag och mästerskapsmedaljer till de tre främsta lagen i respektive klass

Mästerskapstecken beställs av SBTF och bekostas av den lokala organisationen. Utöver mästerskapstecknen har den lokala organisationen möjlighet att dela ut egna hedersgåvor och blommor som bekostas av den själv.

## **12.2 Prisutdelning**

Vid prisutdelningarna ska en prispall användas. Prispallen brandas med den grafiska profilen.

Om möjligt kan prispallen stå framme redan när antalet bord reduceras. Detta för att minska tidsåtgången det annars tar att ta fram/plocka undan prispallen.

Vid prisutdelningar bör en backdrop placeras bakom prispallen. För att skapa en trivsamt och högtidlig känsla ska också blommor och den svenska flaggan/fanan finnas.

Varje prisutdelningspass inleds eller avslutas med den svenska nationalsången. Efter utdelade medaljer i respektive klass ska en fanfar spelas.

Tänk på att speakern ska ha rätt och uppdaterade resultatlistor vid prisutdelningarna.

## **13. RESULTATREDOVISNING**

Den lokala organisationen ansvarar för att löpande uppdatera resultatavlor för spelare, press och publik med aktuella resultat.

Den lokala organisationen ansvarar för att löpande aktuella resultat ska finnas publicerat på internet. Den lokala organisationen ansvarar för att sedvanlig tävlingsrapportering görs till SBTF.



## **SVENSKA BORDTENNISFÖRBUNDET**

[svenskbordtennis.com](http://svenskbordtennis.com) | [info@svenskbordtennis.com](mailto:info@svenskbordtennis.com)

[@svenskbordtennis](#) | [@pingislandslagen](#)