



# MANUAL FÖR BORDTENNIS-SM

VERSION: 2026-2027

## INLEDNING

Denna manual är en del i det avtal som upprättats mellan Svenska Bordtennisförbundet (SBTF) och den arrangerande föreningen.

SBTF bär huvudansvaret för mästerskapet och vid oenighet är det SBTF som fattar det slutliga beslutet. SBTF är också rättighetsägare vilket betyder att mästerskapets kommersiella rättigheter inte får säljas vidare utan SBTF:s godkännande.

SBTF:s namn och logotyp ska finnas med i all officiell kommunikation såsom hemsida, i marknadsföring och i print inför, under och efter mästerskapet. SBTF ska nämnas som arrangör i all kommunikation och den arrangerande föreningen som "lokal arrangör".

Manualen ska ses både som en kravspecifikation och som en hjälp för den arrangerande föreningen. Avvikelser från denna manual kan komma överens om mellan SBTF och den arrangerande föreningen.

Tävlingens officiella namn ska vara "Bordtennis-SM [ÅR]"

Bordtennis-SM genomförs med 4 dagars tävlingsspel.

SBTF ansvarar för att Bordtennis-SM kungörs i SBTF:s Tävlingsprogram.

Det är upp till den arrangerande föreningen att införskaffa lämpliga försäkringar för anställda, volontärer, spelare, material samt arena/lokaler. Det är också rekommenderat att försäkringen täcker förluster som i händelse av inställt arrangemang.

Det är upp till den arrangerande föreningen att ansöka om nödvändiga tillstånd, som till exempel hos polis och övriga instanser.

Den arrangerande föreningen får inte utan tillstånd från SBTF arrangera andra evenemang under perioden för Bordtennis-SM.

I de fall den arrangerande föreningen av någon anledning inte skulle genomföra Bordtennis-SM står den ansvarig gentemot SBTF; deltagarna samt eventuella underleverantörer.

Om den arrangerande föreningen inte motsvarar de krav som finns i SBTF:s regler, direktiv samt i denna manual kan detta resultera i en straffavgift. SBTF:s styrelse fattar beslut om sådan straffavgift, som kan uppgå till maximalt 50 000 kronor.

## **LOKAL ORGANISATION**

Den arrangerande föreningen ansvarar för att tillsätta en lokal organisation för Bordtennis-SM i vilken viktiga funktioner är specificerade och bemannade. Förslag till organisation ska godkännas av SBTF senast sex månader innan tävlingen. Nedan följer viktiga roller som behöver tillsättas. Den arrangerande föreningen bestämmer om ytterligare roller behövs eller om roller kan 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 denna manual 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.

### **Andra möjliga roller**

- Marknadsföringsansvarig
- Försäljningsansvarig
- Sponsoransvarig

## **TÄVLINGEN**

Bordtennis-SM ska genomföras i enlighet med SBTF:s Spelregler, SBTF:s Tävlingsregler samt SBTF:s Direktiv för Bordtennis-SM.

Inbjudan till och information om Bordtennis-SM ska publiceras offentligt samt skickas till berörda föreningar och distrikt för kännedom senast sex veckor innan tävlingen.

Full information om Bordtennis-SM ska förmedlas av den arrangerande föreningen senast två veckor före tävlingen. Med detta avses all tävlingsrelaterad information liksom all praktisk information gällande till exempel mat och boende.

## **HALL OCH LOKALER**

Den arrangerande föreningen ansvarar för iordningsställande samt kostnad för tävlingshall och övriga utrymmen som behövs för att genomföra Bordtennis-SM enligt denna manual. Samtliga lokaler och hallar ska vara tillgänglighetsanpassade.

### **Tävlingshall**

Tävlingen ska genomföras med maximalt 8 tävlingsbord i en eller flera tävlingshallar. Huvudarenan ska ha en publikkapacitet om minst 800 personer.

Golvet i tävlingshall(ar) ska täckas med av SBTF godkänd matta som utan kostnad lånas av SBTF. Den arrangerande föreningen svarar dock för transportkostnad till och från spelorten samt kostnad som kan uppkomma i samband med läggning av mattan, exempelvis tejp. 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 av den arrangerande föreningen.

Ytor utanför tävlingshagarna ska täckas av en mörk matta (grå, svart), väggar av mörkt tyg eller av branding. Detta för att skapa en intimare känsla med mer fokus på spelområdena.

### **Belysning**

Belysningen i tävlingshall ska vara jämn över hela spelområdet. Belysningen ska vara minst 1000 lux i hela det området där tävlingen spelas. Det är önskvärt att ljuset kompletteras med rörlig effektbelysning. 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.

### **Spelområdet**

Spelområdet och dess närhet får inte beträdas av obehöriga. 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 bollplockare befinna sig. Det är upp till personal (volontärer/funktionärer), som tillsätts av den arrangerande föreningen, att se till att detta efterlevs.

### **Träningshall**

I anslutning till tävlingshallen ska finnas en eller flera träningshallar med minst åtta bord. Spelförutsättningarna ska så långt som möjligt vara samma som i tävlingshallen. Möjlighet till träning ska finnas från och med onsdag klockan 18:00.

### **Mediarum**

Ett särskilt pressrum i anslutning till tävlingshallen ska finnas. I pressrummet ska finnas tillgång till löpande resultatservice och möjlighet för ackrediterade journalister att koppla upp sig mot internet. Det bör i pressrummet finnas tillgång till enklare förtäring.

### **Domarrum**

Ett rum där domarna kan återhämta sig mellan sina matcher. Minst vatten, kaffe, te och frukt ska finnas samt möjlighet för avkoppling.

### **Övriga lokaler**

- Konferensrum för minst tio personer som under tävlingen står till SBTf:s förfogande.
- Arbetsrum för SBTf:s personal med wifi, bord och stolar.
- Omklädningsrum, minst två för män och två för kvinnor.
- Massagerum, ett för män och ett för kvinnor med minst en massagebänk per rum.
- Dopningskontrollrum, ett rum i de fall dopingkontroll är planerad.

## **TÄVLINGS- OCH TRÄNINGSMATERIAL**

Allt material till tävlingen i form av hagar, bord, nät, domarbord och räkneverk samt bollar tillhandahålls fraktfritt som lån för den lokala organisationen från SBTf. Allt material (inte förbrukningsmaterial såsom bollar) återsänds till av SBTf anvisad plats i oskadat skick. Det är av yttersta vikt att speciellt emballaget för borden återanvänds vid återsändandet och att borden emballeras på ett professionellt sätt. Om borden skadas i transporten och slarvig packning kan påvisas så riskerar den arrangerande föreningen erhålla straffavgift.

Det är önskvärt om minst två av hagarna är så kallade "show courts". Dessa hagar är större än övriga, har andra bord samt andra barriärer. På dessa bord spelas matcher med extra intresse och så många finaler som möjligt.

Den arrangerande föreningen tillsammans med SBTf och dess materialleverantör bestämmer tillsammans ifall det är möjligt att bygga hallen med dessa två "show courts".

## **KOST, LOGI OCH LOKALA TRANSPORTER**

- Den arrangerande föreningen ska se till att tävlande, ledare och press erbjuds hotellboende i olika prislägen.
- Den arrangerande föreningen ska stå för kost och logi till SBTf:s tävlingschef, kommunikationschef samt eventchef under tävlingen från middag onsdag till och med lunch söndag.
- Den arrangerande föreningen 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 arrangerande föreningen sätter själv pris för dessa måltider.
- Den lokala organisationen ska erbjuda spelare, ledare, press och SBTF fortlöpande avgiftsfri transport mellan av lokala organisationen rekommenderade hotell och spellokal om avståndet överstiger en (1) kilometer.

## **FUNKTIONÄRER OCH VOLONTÄRER**

SBTF ska utse:

- Tävlingschef, som har det yttersta operativa ansvaret för tävlingen och som kontinuerligt följer den arrangerande föreningens planering inför tävlingen. SBTF svarar för dennes kostnader med undantag för kost och logi enligt ovan.
- Kommunikationschef, vars uppgift är att inför och under Bordtennis-SM verka för maximal spridning i lokal- och riksmmedia, samt att öka tävlingens och spelarnas synlighet på sociala medier. SBTF svarar för dennes kostnader med undantag för kost och logi enligt ovan.
- Eventchef, vars uppgift är att inför och under Bordtennis-SM bistå och rådgiva den lokala arrangören vad avser frågor gällande hall, material samt hur arrangemanget kan lyftas i termer av branding och marknadsföring. SBTF svarar för dennes kostnader med undantag för kost och logi enligt ovan.

SBTF ska även utse:

- En överdomare och en assisterande överdomare. Den arrangerande föreningen svarar för deras kostnader enligt av SBTF fastställda ersättningsnivåer.
- Minst åtta nationellt uttagna matchdomare. Den arrangerande föreningen svarar för deras kostnader för resa, boende och mat.

Arrangerande förening ska, utöver nämnda roller i den lokala organisationen, utse samt bära kostnaderna för:

- Speaker, utses i samråd med SBTF och bör vara en bordtenniskunnig person som är påläst om både regler och spelare för att på bästa sätt kunna guida publiken under tävlingen.
- Domarkoordinator, vars uppgift är att assistera överdomarna inför tävlingen, samt att under tävlingen assistera överdomare samt domare.
- Lokala matchdomare, ska utses i tillräckligt antal och med rätta kvalifikationer för att kunna genomföra Bordtennis-SM i enlighet med gällande regler och direktiv.
- Ansvariga för webbsändning och resultatrapportering, i tillräckligt antal för att kunna hantera webbsändning med tillhörande resultatrapportering löpande under Bordtennis-SM.
- Fotograf, en skicklig fotograf som är van vid att fotografera bordtennis som kan ta spelbilder under speldagarna samt bilder från prisutdelningar, som ger SBTF gratis

tillgång till bilderna i utbyte mot fotocredit till fotografen. Bilderna ska namnges och levereras på lämplig plattform löpande.

- Hallansvarig, med ansvar för att tävlingshallar och träningshallar ställs i ordning och hålls i ordning utifrån SBTF:s anvisningar under hela tävlingen, samt ansvarar för att allt material sänds tillbaka i godtagbart skick.
- Volontärer, i tillräcklig utsträckning för att kunna genomföra Bordtennis-SM som helhet.

## **RÄTTIGHETER**

Den lokala organisationen bestämmer biljettpriser och erhåller samtliga entréintäkter.

Deltagare i SM 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.

SBTF äger ensamrätt till TV-, radio och internetsändningar.

## **MARKNADSFÖRING**

### **Grafisk profil**

En grafisk profil ska finnas i allt som har med Bordtennis-SM att göra. SBTF ansvarar för att ta fram den grafiska profilen. Den grafiska profilen består av minst (men inte begränsat till):

- Färger/mönster
- Typsnitt
- Bilder
- Logotyp

### **Backdrop**

Arrangerande förening ska ta fram en backdrop för Bordtennis-SM om minsta måtten 3x2 (bredd x höjd) meter finnas. På backdopen är det fritt för den lokala organisationen att visa sina lokala samarbetspartners så länge SBTF:s och SBTF:s partners och den officiella SM-logotypen finns med. Innan backdopen trycks ska den samt fördelningen av logotyperna godkännas av SBTF. Backdopen används därefter för spelarintervjuer, för prisutdelningar och för andra aktiviteter.

### **Branding**

För att skapa en känsla av att det är Bordtennis-SM 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. På all denna branding ska SBTF:s och SBTF:s partners logotyp alltid finnas med. All branding ska godkännas av SBTF. Den framtagna grafiska profilen ska synas i all branding.

### **Övrigt gällande reklam i arenan**

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

Den arrangerande föreningen 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 arrangerande föreningen svarar för samtliga kostnader kring sin egen reklam vad gäller tryck etc.

Den arrangerande föreningen är skyldig att informera SBTF senast tre månader innan arrangemanget om man tänker utnyttja reklamplatserna på sina barriärer. I det fall SBTF väljer att inte disponera 70 % av reklamplatserna på barriärerna, och dessa överlåtes till den arrangerande föreningen, ska SBTF:s och SBTF:s partners logotyper samt SM-logotypen, ändå alltid finnas med minst en repetiton per spelhage.

Reklam får inte konkurrera med SBTF:s sponsorer.

Den lokala organisationen är skyldig att senast fyra (4) veckor innan tävlingen kontakta SBTF:s kommunikationschef om eventuell reklam i tävlingsprogram eller på tävlingsarenan, som kan vara kontroversiell eller i fall osäkerhet kring konkurrerande varumärke finns.

### **Utställningsområden**

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

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

### **Hemsida**

Bordtennis-SM ska ha en officiell hemsida, antingen som egen hemsida eller som del av den arrangerande föreningens befintliga hemsida. All relevant information om tävlingen ska finnas på denna sida, vilket ska inkludera:

- 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

### **Programblad**

Ett programblad med välkomstord från staden och SBTF, annonser, startfält, tidigare vinnare samt information om sevärdheter och annan lokal information, kan om så önskas tas fram. SBTF erhåller utan kostnad maximalt fyra helsidesannonser i programbladet. SBTF tillhandahåller annonsoriginal för dessa annonser. Den arrangerande föreningen står för planering, framtagning och eventuella kostnader för programbladet. Programbladet ska skickas för godkännande till SBTF före tryck.

### **Tidningen PINGIS**

Den arrangerande föreningen erhåller kostnadsfritt en halvsidesannons i tidningen Pingis för att marknadsföra evenemanget. Den arrangerande föreningen tillhandahåller SBTF annonsoriginal i form av en tryckfärdig pdf. Annonsen ska godkännas av SBTF.

### **Annonser/kampanjer**

För att locka publik till arenan och skapa intresse bland allmänheten är det viktigt att göra reklam för Bordtennis-SM. Via sociala medier når man många människor men traditionell media såsom tidningsannonser och radioreklam bör också finnas med. I nedan grå ruta presenteras ett möjligt arbetssätt:

#### **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 kan det vara svårt att övertyga icke-sportintresserade personer eftersom dessa förmodligen ändå inte kommer besöka denna typ av evenemang.

## 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.

## 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 en 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.

## 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

## **WEBBSÄNDNING**

Bordtennis-SM ska live streamas med sändning från samtliga bord bord, med minst en kamera per bord. Sändningen ska ske via SBTF:s plattform eller via partner som SBTF bestämmer. Lokala arrangören tillhandahåller utrustning samt nödvändigt antal funktionärer.

## **PRISUTDELNINGAR**

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.

Vid prisutdelningarna ska en prispall användas. Prispallen ska vid behov vara tillgänglighetsanpassad och stor nog för att få plats med minst två rullstolar på varje nivå. Exempelvis kan scenpodier med ramp användas, med fördel i samma nivå.

Prispallen brandas med den grafiska profilen. Bakom prispallen ska finnas tävlingens officiella backdrop. För en trivsamt och högtidlig känsla ska även blommor och den svenska flaggan finnas.

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.

Varje prisutdelningspass inleds med att alla pristagare marscherar in tillsammans ledda av en fanbärare med svenska flaggan. Efter utdelade medaljer i respektive klass ska en fanfar spelas.

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