

# Rapport

LIEBHERR 2018 WORLD TEAM TABLE TENNIS CHAMPIONSHIPS HALMSTAD, SVERIGE 2018

År 2013 gav Internationella Bordtennisförbundet (ITTF), genom ett beslut fattat i Paris, Halmstad rätten att arrangera 2018-års LIEBHERR World Team Table Tennis Championships. Idag vet vi att den ovanligt långa tidsperioden mellan detta och turneringen inte bara hjälpte oss med förberedelserna utan också gav oss tid att fördjupa oss i vad som krävs för att arrangera ett större bordtennisevenemang.

Under denna tid fick Sverige och vår stad inte mindre än tre ytterligare internationella evenemang. Vårt hårda, innovativa och passionerade arbete gav oss ITTF:s Legends Tour 2014, World Cup för herrar 2015 och det europeiska OS-kvalet 2017. Dessa evenemang utgjorde grunden för våra förberedelser för att leverera en av de bästa VM-turneringarna på länge - LIEBHERR World Team Table Tennis Championships 28 april–6 maj i Halmstad Arena.

Tillsammans och i nära samarbete med Svenska Bordtennisförbundet tog vi initiativet till att engagera allmänheten och skapa ett större intresse för bordtennis. Projektet PING PONG POWER startades och kärleken till bordtennis blomstrade verkligen under den intensiva veckan då mästerskapet genomfördes.

Vi är väldigt stolta - inte bara över vårt allmänna tillvägagångssätt och den lokala organisationens arbete, utan också över hur en stad och dess in-

vånare (med Halmstad Arena helt klädd i blått) tillsammans gjorde detta möjligt. Bordtennisen lämnade ett avtryck i staden, regionen och landet. Med en målsättning om att nå "The Next Level" kan vi stolt säga att vi lyckades tillsammans.

Det blev också tydligt hur idrott kan vara en enande kraft. I Halmstad förenades Nord- och Sydkorea i ett gemensamt lag, vilket uppmärksammades över hela världen. Det gav oss tilltro till idrotten. Det svenska landslagets framgångar, och deras första vinst i ett världsmästerskap på 14 år fick taket i arenan att lyfta.

När vi nu lämnar denna slutgiltiga rapport gör vi det med blandade känslor. Det hårda lagarbetet, alla passionerade människor, det starka samhället, alla spelare och ledare gjorde tillsammans LIEBHERR World Team Table Tennis Championships till något väldigt speciellt.

Vi i den lokala organisationen och Svenska Bordtennisförbundet vill tacka för möjligheten och förtroendet. Stoltheten som lag-VM har skapat hos de som tagit del av evenemanget i Halmstad kommer vi bära med oss länge.

## **JOHNNY EWERSTEIN PROJEKTLEDARE WTTC 2018**





## INNEHÅLL





Först och främst vill vi tacka det Internationella Bordtennisförbundet (ITTF) för att de trodde på oss som värdar för ett av de finaste evenemangen inom bordtennisvärlden. För 90 år sedan, 1928, stod Stockholm värd för det andra bordtennisvärldsmästerskapet någonsin. Under åren har Sverige stått värd för det prestigefyllda evenemanget hela sex gånger, fyra gånger i Stockholm och två gånger i Göteborg. För Svenska Bordtennisförbundet är det viktigt att vara en del av den internationella scenen och sportens utveckling genom att vara medlemmar i styrelser, kommittéer med mera, men också som arrangör av olika evenemang. Vi är övertygade om att detta också är ett sätt att stärka banden inom vår egen svenska bordtennisfamilj och därför är det en del av vår vision för framtiden.

Från första början var det viktigt för oss att göra lag-VM till något mer än bara ett mästerskap. Vi ville skapa en språngbräda för utveckling av svensk bordtennis. Det gjorde vi utifrån nyckelord som är en del av vår strategi: synlighet, tillväxt och hållbarhet. Ett av de huvudsakliga syftena var att lyfta fram vår sport som en drivkraft för integration, socialt arbete och för att förbättra folkhälsan, vilket manifesterades genom projektet PING PONG POWER.

Vi hoppas att den uppmärksamhet som VM fick här på hemmaplan leder till att det blir fullt hus på bordtennisstränningar i hela Sverige. Det svenska bordtennisförbundet är kända för att vara en skicklig arrangör. Eftersom VM var så inspirerande, och dessutom en milstolpe för bordtennisen, så kommer vi även fortsättningsvis att ansöka om att få arrangera olika evenemang.

Vi vill också framföra ett tack till Halmstads kommun och alla talangfulla medarbetare, samt de fantastiska volontärer som gjorde detta möjligt. Sist, men inte minst, tack till vår briljanta personal och Svenska Bordtennisförbundets styrelse.

\*\*\*

#### DO'S AND DONT'S:

- Engagera alla delar av er nationella bordtennisfamilj: spelare, föräldrar, ledamöter o.s.v. Ni kommer att behöva dem.
- Försök att göra någonting långsiktigt - något mer än "bara världsmästerskapet".

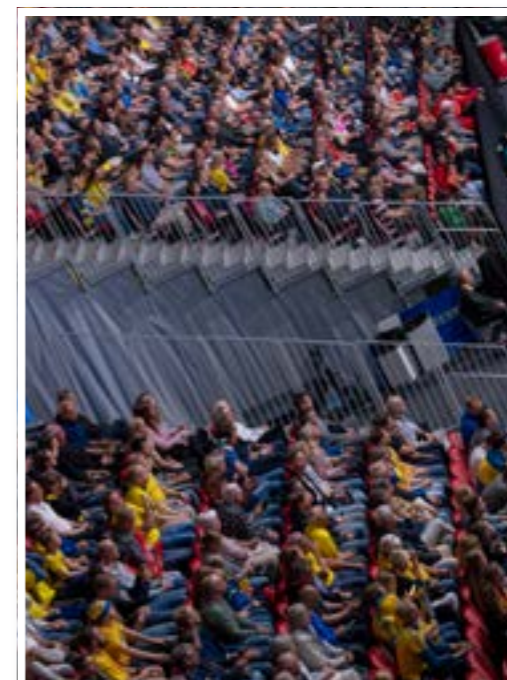
**H**ela Halmstad andades bordtennis under genomförandet av VM. Världsmästerskapet var verkligen närvarande i hela staden medan tävlingen pågick; människor spelade bordtennis på torget, i skolor och på äldreboenden och stadens invånare var stolta över att se ett världsmästerskap i Halmstad Arena. Att använda evenemanget för att aktivera människor på det viset är en bra idé. Det måste vara synligt i staden, men inte för tidigt. Det är bäst att göra det till en stor sak under en kortare period.

Tävlingen förde också vår organisation närmare samman. Olika delar av kommunen arbetade tillsammans mot ett gemensamt mål - att vara värd för ett fantastiskt evenemang som skulle uppskattas av många. Vi är stolta över att kunna säga att vi lyckades.

En kommun har en bred verksamhet och det var till början svårt att få igång organisationen. Att ha ett professionellt team med fokus endast på evenemanget är viktigt - intresset kommer sedan att öka när det närmar sig.

Vi valde att vara värdar för det här evenemanget av många olika skäl. Vår stad har en lång idrottshistoria och en fin tradition inom bordtennis. Idrott är en drivkraft för såväl integration och socialt arbete som för förbättring av folkhälsan. Ett världsmästerskap i en stad av Halmstads storlek är också positivt för företag i hela regionen vilket i sin tur skapar arbetstillfällen. Samarbete med andra städer och deras hotellnäring var viktigt. Nyheten att de båda koreanska nationerna skulle spela som ett förenat lag gjorde Halmstad fick uppmärksamhet från hela världen.





Projektet PING PONG POWER pågick mellan 2014 och 2018 med en total budget på tv miljoner euro. Det inkluderade Legends Tour 2014, Men's World Cup 2015, det europeiska OS-kvalet 2017, EM-kvalmatch mellan Sverige och Danmark 2018 och till sist World Team Table Tennis Championships 2018. Destination Halmstad AB och det Svenska Bordtennisförbundet bildade organisationskommittén och delade på kostnaderna i enlighet med ett separat avtal. De presenterade siffrorna avser totaler.

Den totala budgeten för världsmästerskapet var 1 miljon euro. Den största intäktsposten var mat och logi, 1,4 miljoner euro. Logi och transport var den största utgiftsposten, 2,1 miljoner euro, och förberedelse av arenan inklusive TV-produktionen kostade 1,2 miljoner euro. En gynnsam valutaväxlingskurs och få oväntade kostnader ledde till att resultatet stod i överensstämmelse med den upprättade finansiella planen.

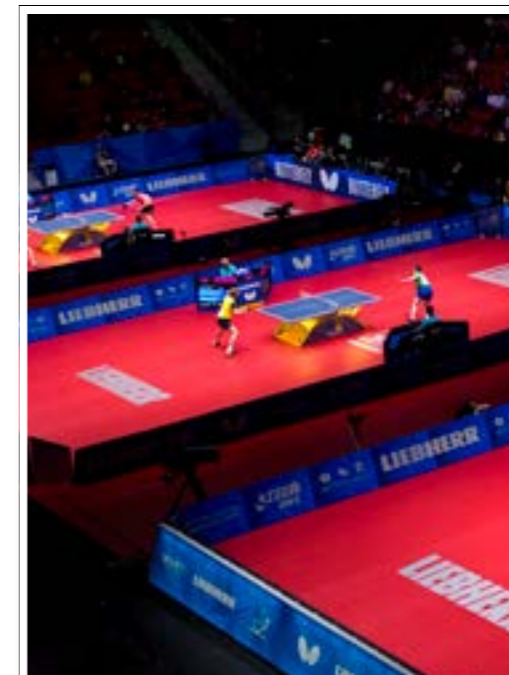
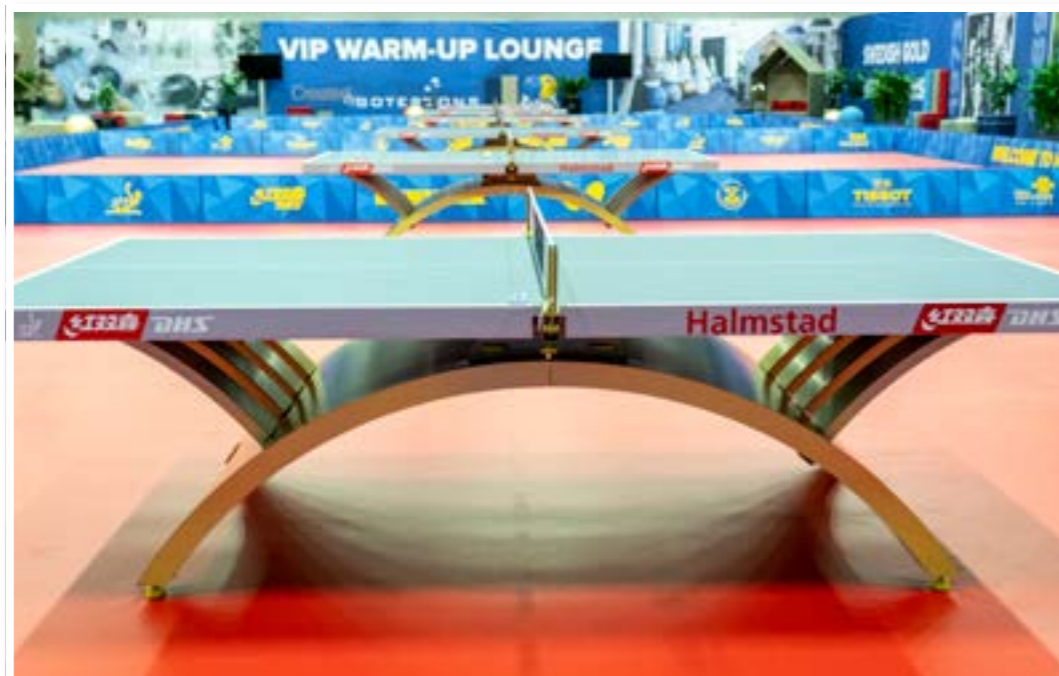
Som vid alla projekt är det viktigt att göra regelbundna avstämningar mellan resultat och budget. Som ett led i att säkerställa detta hade varje områdeschef ett budgetansvar och rapporterade alla avvikelser till projektledaren. Destination Halmstad hanterade fakturorna för mat och logi. Filemaker användes för tilldelning, utgående fakturor skapades i Excel och skickades

sedan via e-post till mottagaren. Fakturan innehöll information om namn, funktion, rumstyp, in- och utcheckningsdatum och belopp. Vår upplevelse var att mottagarna var mycket nöjda med den information som gavs på fakturorna. 150 fakturor skickades ut innan turneringen med uppmaning att betala i förväg via banköverföring och av dessa betalades 81 fakturor via bank, vilket kunde läggas till grund för ackreditering.

\*\*\*

#### DO'S AND DONT'S:

- Ha en kortterminal på ackrediteringskontoret.
- Håll deadlines! Sena ändringar i ITTF:s system tog mycket tid och ledde till frustration.
- Fakturor i Excel - väldigt många ändringar i nästan varje faktura hanterades till en mycket lägre kostnad än med ett fullfjädrat system.
- Underskatta inte behovet av administrativ ekonomi-personal på plats under tävlingen.



Det tekniska arbetet i samband med ett evenemang som VM är både utmanande och inspirerande. Flera ITTF-inspektioner och samordningsmöten med värdföretaget för TV-sändningarna initierades tidigt i processen. Totalt spenderades nära 1 miljon euro på den tekniska uppsättningen (inklusive för TV-sändningar) och på att förbereda arenan inför VM.

Fyra huvudsakliga leverantörer arbetade nära tillsammans med den lokala organisationskommittén för att arrangera evenemanget.

Compass Fairs tillhandahöll nödvändig arbetskraft för alla större byggprojekt som att lägga in golv, bygga upp utställningsområdet och göra spelområdet attraktivt.

Tylösound AB tillhandahöll särskilda ljusrigggar och ljudutrustning för alla mötesrum och var också fullt ansvariga för driften. Särskilt omnämmande ska ljuskonsulten Pontus Thorén och hans företag Light By Me ha, för deras excellenta utförande.

Linson AB tog på sig ansvaret för att bygga och sköta totalt 55 meter av LED sarg-reklamator och två stora skärmar i lokal A och lokal B för att kunna följa resultat och interna sändningar. Miletos AB och Mikael Krantz tog

på sig alla nätverks- och IT-lösningar och arrangemang för TV-sändningen - planering och implementering.

Dessutom var tre mindre, smarta och professionella leverantörer inblandade inom områdena musikproduktion, storbildvisning och som Maskotstand in. Ytterligare underhållning hittades lokalt med utmärkt koordinering av ceremoniansvarige Karin Prina.

Som med alla projekt av detta slag så var en ordentlig planering grunden för det framgångsrika genomförandet. Alla intressenter var engagerade i ett tidigt skede genom flera möten som hölls inom en för mästerskapet särskilt tillsatt sportpresentationsgrupp. Denna grupp träffades flera gånger i syfte att samordna idéer och definiera vilket ansvar det tekniska teamet skulle ha.

Tack till alla inblandade för det goda arbete och den fantastiska prestationen!

**M**arknadsföringen av VM i Halmstad delades in tre olika kampanjer med olika budskap. Den första kampanjen startade när biljettförsäljningen påbörjades för Swedish Open i mitten av november, ungefär sex månader innan evenemanget, med nyckelordet “informera”. Den andra startade i början av februari med nyckelordet “övertyga”. Den tredje och sista kampanjen startade i mitten av april med nyckelordet “påminn”. Kampanjerna hade olika teman. Den första drevs för öka biljettförsäljningen, den andra försökte skämta med människors stereotypiska föreställningar om bordtennis och den tredje hade som målsättning att höja intresset för landslagets stjärnor.

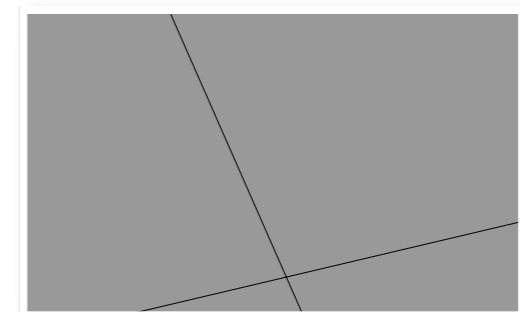
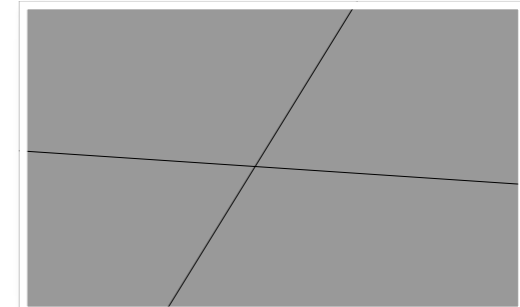
De huvudsakliga marknadsföringskanalerna identifierades tidigt (ungefär ett år innan evenemanget). Instagram, Facebook, Mailchimp och en officiell webbplats sattes upp där också biljettförsäljningen sköttes. Den officiella webbplatsen producerades i WordPress.

Kommunikationen var en utmaning eftersom alla intressenter arbetar med en bredd av målgrupper: Svenska Bordtennisförbundet, Halmstad kommun, ITTF, Destination Halmstad och den lokala VM-organisationen var involverade. En kommunikationsplan utvecklades därför och 8-10 möten hölls i kommunikationsgruppen innan världsmästerskapet. Det primära målet för biljettförsäljningen var att sälja 12 000 biljetter vilket uppnåddes innan turneringen startade. Totalt trycktes 18 000 biljetter upp varav cirka 2 500 var gratisbiljetter.

\*\*\*

#### DO'S AND DONT'S:

- Använd sociala medier för annonsering. Det är enklare och mer kostnadseffektivt. De flesta människor finns närvarande där.
- Följ experters råd gällande biljettförsäljning (Jonny Cowan, ITTF, rekommenderas).
- Börja marknadsföringen inom bordtennisfamiljen. De är viktigast.
- Påbörja inte biljettförsäljningen för tidigt eftersom dina budskap kan bli uttjatade.
- Försök inte uppfinna hjulet när det gäller biljettförsäljning. Håll det på en enkel nivå och använd etablerade biljettförsäljningsagenter.
- Se till att det finns interna produktionsmöjligheter (video-redigering och skrivande).





**K**onceptet PING PONG POWER initierades av två huvudsakliga skäl: för att attrahera människor till bordtennisen och för att skapa medvetenhet om det kommande världsmästerskapet. För Halmstads kommun och Svenska Bordtennisförbundet har det grundläggande skälet för att arrangera ett evenemang av denna storlek alltid varit att skapa något som kommer att fortsätta att leva vidare även efter mästerskapet - ett arv. Ett annat mycket viktigt mål var att göra allmänheten medveten om hur lättillgängligt bordtennis är och vilka hälsofördelar som finns.

Kärnvärdena i projektet PING PONG POWER var HÄLSA, INTEGRATION, TILLVÄXT och UTVECKLING. En rad olika aktiviteter har genomförts sedan projektet startades med den gemensamma nämnaren att alla kärnvärden skulle finnas med i varje aktivitet. Här följer en kort lista över aktiviteter:

- Your Brain on Table tennis - föreläsning av Will Shortz (New York Times).
- Bordtennislektioner för Halmstads kommuns medarbetare.
- Bordtennis på äldreboenden med Jörgen Persson (övre vänstra bilden).

Ett av de avgörande skälen till att projektet kunde genomföras och fick sådan stark genomslagskraft var ett partnerskap med en av VM:s största sponsorer Butterfly, en av världens största tillverkare av bordtennisprodukter. Tack

vare samarbetet med Butterfly kunde ett bordsprogram genomföras inom ramen för PING PONG POWER-projektet. Fler än 75 bordtennisbord placerades ut i förskolor, skolor, flyktingförläggningar, fritidslokaler och på allmänna platser. Bordsprogrammet var uppskattat och bidrog helt klart till den framgångsrika biljettförsäljningen för VM.

PING PONG POWER-projektet kommer att drivas vidare av Svenska Bordtennisförbundet.

\*\*\*

### DO'S AND DON'T'S:

- Sociala aktiviteter kan ha enorm inverkan på ert evenemang.
- Försök inte att uppgifna hjulet. Bordtennisen själv är ett perfekt marknadsföringsverktyg.
- Hitta en sponsor/partner som delar din vision.
- Satsa på ett fåtal aktiviteter som du vet att du kan genomföra med ett gott resultat.
- Alla kan spela bordtennis. Dra nytta av det!

Juvelen i kronan för världsmästerskapet 2018 var utan tvekan lokalen Halmstad Arena. Denna mångsidiga arena öppnades 2010 och omfattar en rad lokaler i olika storlekar som utformats för att ha olika funktioner t.ex. fäktning, brottning, dans, bordtennis, ishockey, volleyboll och handboll.

### Allt under ett och samma tak

Tack vare denna layout var det möjligt att hålla hela mästerskapet under samma tak. Den huvudsakliga lokalen med biljettförsäljningskapacitet på 3 000 personer byggdes från dag ett upp utifrån ett centre-court-koncept medan de två ombyggda hockeyplanerna användes för de lägre divisionerna och hade en total kapacitet på 4 000 personer. Den enda lokal som inte fanns i samma byggnad som de andra var en träningsanläggning med 35 bord vilken återfanns 150 meter bort.

### Utställningsområde

Utställningsområdet var litet jämfört med de andra lokalerna, men ändå välbesökt. Alla besökare som lämnade arenan var tvungna att passera igenom utställningsområdet. Standardstorleken på utställningsbåsen för de som inte var ITTF-sponsorer var 24 kvm och för ITTF-sponsorer mellan 50-60 kvm.

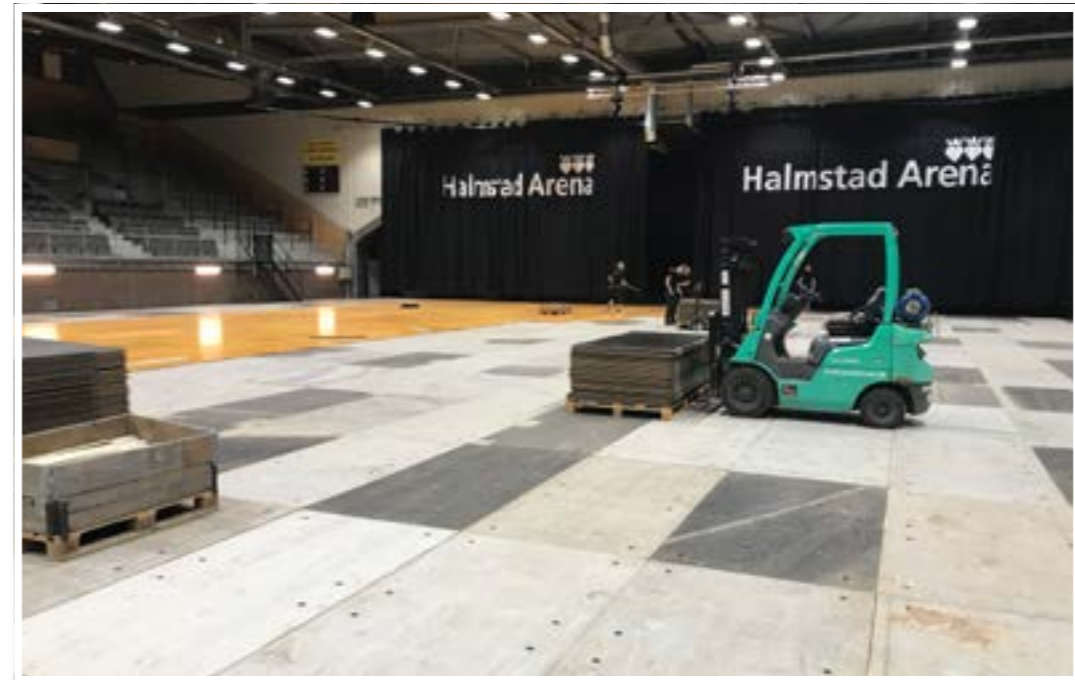
### Alternativt golv

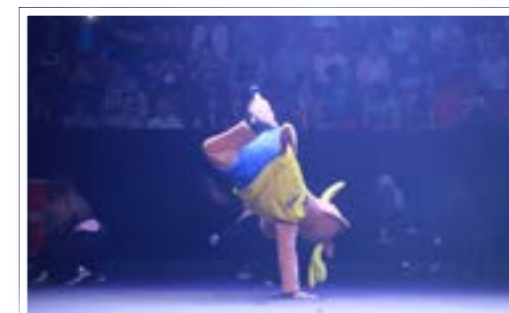
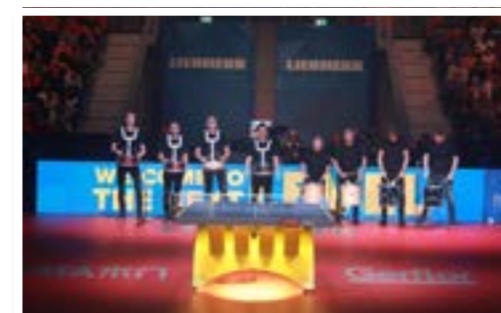
På grund av de olika typer av golv som finns i arenan (idrottsgolv på betong, betong och konstgräs) behövdes ett alternativt golv installeras för att jämna ut skillnaderna. Cirka 8 500 kvm av undergolv installerades, vilket tog många arbetstimmar, för att säkerställa bästa möjliga förhållanden för spelarna och naturligtvis också Gerflor-matta. Små ojämnheter som t.ex. från silvertejp kommer att synas genom Gerflor-mattan och det rekommenderas därför att de tas bort.

\*\*\*

### DO'S AND DONT'S:

- Ha en tydlig plan över hur du vill bygga upp arenan så att den kan användas så effektivt som möjligt. Tänk i nya banor när det gäller hur du vill använda lokaler och fokusera inte på hur de tidigare använts.
- Använd tillräckligt med skyltar för att visa vägen, inte bara med publiken i åtanke utan också för personal och spelare.
- Försök inte att spara pengar på golvläggningen. Det är en av de viktigaste frågorna för spelarna. Små ojämnheter kommer att både kännas och synas genom bordtennismattan.





Ceremonierna är en viktig faktor för att skapa den storslagna upplevelse som ett världsmästerskap ska ge. Arbetet med ceremonierna inkluderade, förutom de uppenbara procedurerna, också blomsterdekorationer, medaljer, intåg och värdar.

### Invigningsceremoni

Invigningsceremonin bestod av tre olika delar: officiella tal, artistuppträdanden och en hyllning av svensk bordtennis historia. Artistuppträdandena inkluderade en kör som sjöng Mamma Mia av ABBA och den svenska nationalsången, en dansgrupp som uppträdde tillsammans med den officiella maskoten Halmoo och en uppvisning av musikvideon för den officiella sången "Name You Beautiful" av Per Gessle och Galavant (<https://www.youtube.com/watch?v=MmNayL0sztc>).

Ett nytt inslag i invigningsceremonin var en ed som spelare och domare svor - att de skulle tävla och döma på ett rättvist och ärligt sätt, utan dopningspåverkan.

### Avslutningsceremoni

Avslutningsceremonin följde de procedurer som anges i ITTF:s direktiv, som tal av ITTF:s representanter och arrangörstaden samt också en ceremoni där flaggan och pokalen Egypt Cup lämnades över till nästa stad som ska stå som arrangör. Avslutningsceremonin genomfördes strax efter finalen men före medaljceremonin.

### Medaljceremonier

Under ett lag-VM är det främst två olika medaljceremonier som ska genomföras: Marcel Corbillion Cup (kvinnor) och Swaythling Cup (herrar). Ceremonier utförs dock också för vinnarna i andra och tredje divisionerna. Dessa ceremonier kom lite i skymundan i förhållande till de stora ceremonierna i huvudlokalen. Istället för heltäckande bakgrunder bakom hela prispallen var endast en del täckt och resten av stämningen skapades med ljussättning (se bilder).

Lag-VM 2018 överträffade förväntningarna avseende mediebevakning med råge. TV-produktionen sändes över stora delar av världen vilket var attraherade andra medier. Bordtennis är en liten sport i Sverige och har nästan försvunnit från TV där stora sporter som fotboll, friidrott, ishockey och vintersporter tar plats. Från svenskt perspektiv var det mycket viktigt att övertyga SVT att sända i en av deras huvudkanaler. Det nationella medieintresse för världsmästerskapet var ändå lågt under månaderna innan evenemanget, även från SVT:s sida. De lokala medierna visade större intresse och rapporterade nyheter om Lag-VM i bordtennis flera år innan mästerskapet. Särskilt anpassat material skickades kontinuerligt till både lokal och nationell press under det sista halvåret innan mästerskapet. Det lönade sig först en vecka före invigningsceremonin då den nationella medietäckningen exploderade. Utöver nyheter om spelare och tävlingen så täcktes såväl sociala som ekonomiska och organisatoriska ämnen. Det blev god PR för den lokala organisationskommittén och hela evenemanget.

Under mästerskapet ökade medieintresset ännu mer i och med det svenska landslagets framgångar. Antalet närvarande från internationella medier ökade också när det var dags för utslagningsomgången. Medieintresset kulminerade i och med den historiska händelsen att de båda koreanska lagen slog sig samman. Detta blev en världsnöhet och resulterade i enorm publicitet som gick långt utöver den uppmärksamhet finalerna fick.

Mediacentret inhystes i en fullstor baskethall med kontorsutrymmen, en mixad zon för spelartillgång och presskonferensutrymme. Ackrediterade massmedier berömde pressfaciliteterna, särskilt det korta avståndet till arenan.

\*\*\*

## DO'S AND DONT'S:

- Inkludera lokala medier tidigt. Deras tidiga rapportering fungerade som bränsle för att väcka intresse i nationell och internationell press.t.
- Fokusera på de sociala aspekterna och historier med en mänsklig vinkling. Det gör att media fokuserar mindre på resultaten i själva tävlingen och evenemangets finanser, utan istället förstärker bilden av ett evenemang som är något större än bara sport.
- Sätt upp för-evenemang som har nyhetsvärde och paketera dem som en nedräkning till huvudevenemanget.
- Förvandla mindre misstag som den lokala organisationskommittén gör till småroliga "blundernyheter". Alltid värt besväret.



Arbetet med att bearbeta potentiella lokala partners startade under det senare halvåret 2017 och säljorganisationen bestod av ungefär 1,5 heltidstjänster. Projektet kunde ha dragit nytta av att arbetet hade startat tidigare. Det hade också varit bra att fokusera endast på försäljning och inte så mycket på för-evenemang.

Vi tog fram tre olika partnererbjudanden för att komplettera ITTF:s sponsorstruktur. Nivå 1, 2 och 1-dags partnerskap. En kombination av de återstående exponeringsmöjligheterna på plats och biljett/företagspaket. Arenans VIP-område användes under evenemanget. Detta fungerade bra och ett samarbete med möbelföretaget Götesson gav området en exklusiv look. Vi hade också förberett ett separat område för företagsrepresentation, "Företagsloungen", där vi erbjöd grupper en något mindre version av VIP-paketet.

En stor utmaning när det gällde att sätta upp VIP-området var att uppskatta antal besökare per dag. Vi kunde se i systemet hur många VIP-biljetter som hade sålts men många ytterligare personer hade dessutom tillgång till området genom sina avtal. Detta gjorde det svårt att få en god överblick men det löstes på ett bra sätt i samarbete med arenarestaurangens ägare genom dagliga avstämningsmöten.

Vi hade också en lokal livsmedelsproducent, Wapnö, som partner vilka använde VIP-området för att visa upp sina produkter, exempelvis kött och yoghurt. Detta var ett framgångsrikt samarbete som adderade värde och ökade kvaliteten på VIP-buffén.

\*\*\*

#### DO'S AND DONT'S:

- Ta fram ett paketerbjudande så tidigt som möjligt. Detta innebär att identifiera sponsringsstrukturen och de exponeringsmöjligheter som finns utöver vad som redan täcks av ITTF. Identifiera också de områden där det går att dra ner på kostnaderna genom utbyte av tjänster.
- Bjud in så många potentiella partners som möjligt för en träff ungefär 1,5 år innan det stora evenemanget. Samarbete med bilpartners bör inledas på ett mycket tidigare stadie. Delvis på grund av det stora antal bilar som behövs (cirka 20 bilar) och delvis för att diskussionen med den lokala återförsäljaren måste gå vidare till den nationella distributören eller återförsäljningsföretaget vilket kommer att ta tid.





**P**aris, London, Kuala Lumpur... och Halmstad! Med endast 100 000 invånare är Halmstad den minsta stad som någonsin arrangerat ett världsmästerskap i bordtennis. Bordtennis är en av världens största idrotter och världsmästerskapet i Halmstad sågs av ungefär 300 miljoner TV-tittare från 140 olika nationer världen. Det gör det till ett av de största sportevenemang som ägt rum på svensk mark. Evenemanget gav ett unikt tillfälle att sprida bilden av både Halmstad och Sverige runt om i hela världen. Världsmästerskapet blev en succé både för sporten och Halmstad som en destination.

Under VM-projektet vände Halmstad sin storlek till en fördel genom unik närhet, personligt värdskap, innovativa lösningar och ett lokalt engagemang som inte funnits vid någon av de tidigare mästerskapen. Exempelvis skrev Halmstads egen pop-ikon Per Gessle evenemangets officiella sång. Temat "Welcome to the Next Level" löpte som en röd tråd genom hela projektet – från början, genom planering, genomförande och vidare till den mycket viktiga uppgiften att föra arvet från världsmästerskapet i Halmstad vidare. Världsmästerskapet har befäst Halmstads status som en evenemangsstad, stärkt dess profil och lyft Halmstad till en attraktiv

evenemangsstad både i Sverige och på internationell nivå.

I VM-projektet belystes det breda perspektivet och det visade sig att ett stort evenemang verkligen kan inkludera ett helt samhälle. Det mod vår kommun visade betalade sig också finansiellt. Detta står klart för oss när vi kontrollerar siffrorna för turismintäkter och hotellnätter såväl som för konsumtionen i allmänhet. Antalet internationella besökare ökade med flera hundra procent.

Ytterligare en tillfredsställande faktor är att vi lyckades att arbeta nästan uteslutande med lokala och regionala partners vilket naturligtvis är mycket viktigt från samhällssynpunkt. Detta betyder att världsmästerskapet var hållbart både ur finansiellt och miljömässigt perspektiv.

Världsmästerskapet genomfördes också i nära samarbete med aktörer från närliggande kommuner, både olika idrottsföreningar och regionala företag. Vi hade också ett nära samarbete med Högskolan i Halmstad. Alla dessa faktorer skapade en lokal förankring och mycket stolthet bland Halmstads invånare.

TTF introducerade i år ett nytt och förbättrat anmälningssystem online till följd av tekniska problem med data från föregående års mästerskap. All data såsom fotolänkar importerades till vårt eget system genom en enkel knapptryckning. Trots att vi till en början fick utmärkt stöd från tävlingsledaren Dimosthenis Messinis blev förfarandet mycket försenat. Det gav oss lite tid att utvärdera och skraddarsy utifrån våra egna behov, en möjlighet som skulle ha kunnat spara mycket tid senare.

Vi hade direktkontakt med Didier Leroy angående alla anmälningar. Han tog emot de flesta ändringar och kunde fatta beslut avseende de mest problematiska förfrågningarna. Flera olika aspekter behövde övervägas vid tilldelning beroende på division, förbund, individuellt förhållande, för att inte nämna etiska värden med tanke på att 150 olika länder från hela världen fanns representerade. Det var svårt att hantera eftersom en ändring avseende ett förbund eller ett par delegater skulle leda till följdförändringar.

Tyvärr hölls inte de deadlines som angavs i prospektet. ITTF:s system fanns tillgängligt online från och med slutet på januari. Vi skickade de första fakturorna i slutet på mars eftersom vissa av problemen med ITTF förblev olösta. Förfrågningar om att ändra i fakturorna inkom omedelbart. Det var möjligt att anmäla sig även efter tidsfristen och det var faktiskt möjligt att anmäla sig fram till, och även under evenemanget.

Specifik reseinformation bekräftades inte förrän nära ankomst. Organisationskommittén blev tvungna att betala höga hotellavgifter på grund av ungefärliga in- och utcheckningsdatum, inte bara för förbund men också till en högre grad för personer som hade rätt till gratis logi. Om en spelare som hade rätt till gratis logi avbokade så gjorde det att en annan fick rätt till gratis logi vilket ledde till högre avbokningsavgifter. Dessutom stod datum inte alltid i överensstämmelse med det bokade ackrediteringspaketet vilket ledde till avbokningsavgifter.

Det tog onödigt lång tid att dubbelkolla våra listor efter att Didier godkände nya anmälningar, ändringar eller avbokningar. På grund av detta var vi tvungna att skriva om alla anmälningar många gånger för att se till att ingenting slumpvis utelämnats.

Onlinesystemet var inte pålitligt eftersom det inte visade avbokningar. Ibland visades en bokningsreferens som en namnändring istället för en avbokning. Det var svårt att få en överblick över alla ändringar eftersom vi hade en separat lista över hotelländringar och en annan lista över transportändringar.





**V**i fick kvalificerad hjälp av ITTF på plats, särskilt av Raul Calin, generalsekreterare, och Ramon Ortega Montes (Moncho), utvecklingsansvarig för Pan America. Eftersom de känner till många av ländernas ackrediteringshistoria så kunde de hantera olika situationer och hitta de rätta lösningarna.

Separata ackrediteringsbord för domare och volontärer sparade tid. Förbund som efterfrågade tjänster trots att de hade anlänt innan sina bokade officiella logi-paket hanterades professionellt på plats. Exempelvis som när en person som inte var ansvarig för en delegation ville ha tjänster i förväg.

Väntetider berodde framförallt på att ändringar behövde göras i många fakturor. Även när bekräftelse hade skett i förväg var det ett stort antal ändringar som behövde göras på plats. Det uppstod också till en början en del kaos runt ID-brickor och många fick göras om. Funktioner ändrades i efterhand, även för ITTF-familjen trots att ITTF klargjort alla funktioner i förväg, inklusive undantag.

Många av ITTF:s sponsorer efterfrågade också ändrade tillgänglighetskod-er även om de redan bestämts och bekräftats. Vi exporterade alla uppgifter angående registrerade ackrediteringar från vår egen databas 10 dagar före evenemanget. Ett tryckeri laminerade och skickade tillbaka dem till oss.

För icke-registrerade personer hade vi en printer på plats som kunde hantera formatet 105 mm x 148 mm. För alla extra brickor/kort användes plastkort istället för laminering. Vi använde oss också av en webbkamera för att ta bilder. Trots detta var trycket mycket högt på vårt kontor på grund av det stora antal ID-brickor som behövde ändras så vi var tvungna att i de flesta fall hoppa över att ta kort med webbkameran för att hinna med.

\*\*\*

#### **DO'S AND DONT'S:**

- Ha ett unikt ID för varje registrerad så att import av uppgifter går smidigt.
- Lös så mycket som möjligt gällande fakturering i förhand eftersom det kommer att gå åt tid under evenemanget för ändringar och nya förfrågningar.
- Utse en person som endast är ansvarig för ackreditering av media och inte för förbund.
- Sätt upp ett välorganiserat system för leverans av ID-brickor till alla andra kategorier för att undvika förvirring eller att de tappas bort och behöver tryckas upp igen.

**A**tt rekrytera kompetenta volontärer är en avgörande faktor för ett framgångsrikt mästerskap. Det lyckades vi med, om än i sista minuten. Rekrytering av volontärer måste påbörjas långt innan mästerskapet, helst ett helt år innan. Lika viktigt är det också att identifiera gruppleddare som kan styra och samordna arbetet inom specifika områden. Vi identifierade våra gruppleddare endast tre månader innan mästerskapet vilket var för kort tid för dem att förbereda sig och informera sina volontärer.

I och med att detta sköttes i elfte timmen blev många saker lidande som informationsflödet, särskilt avseende vilka specifika krav som ställdes på volontärerna. Det hölls också för få möten (och heller inte tillräckligt täta) och det var dessutom svårt att planera och förbereda arbetsscheman samt att förutse hur mycket utrustning till volontärer som behövdes.

Nu i efterhand förstår vi också att vi borde ha tagit till oss mer av tidigare arrangörers erfarenhet och lärdomar. Sammanfattningsvis: var proaktiv snarare än reaktiv! Våra volontärer gjorde ett fantastiskt jobb men på vissa områden fanns det ändå inte tillräckligt med personal, främst inom transport och säkerhet. Vilket behov av personal som finns inom dessa områden måste klargöras i god tid före tävlingen. Det är också mycket viktigt att se till att det finns tillräckligt med personal som kan jobba dagarna innan mästerskapet framförallt med byggnation och transporter.

Som ett, om än litet, tecken på vår uppskattning fick volontärer fritt inträde till matcher i gruppomgången och under den sista dagen. En månad efter evenemanget anordnades också en mycket uppskattad volontär-fest för att tacka alla inblandade.

\*\*\*

## DO'S AND DONT'S:

- Utse en huvudansvarig för samordning av volontärer i god tid före tävlingen (helst ett år innan eller mer) och börja att rekrytera omedelbart.
- Identifiera gruppleddare, ge dem grundlig utbildning och möjlighet att förbereda sig för den väntande uppgiften. Gör dem sedan ansvariga för sina respektive grupper och minska på så sätt ansvarsbördan för kärnorganisationen.
- Beställ ordentligt med kläder och material så att volontärerna får komplett utrustning - detta bygger en känsla av samhörighet för volontärerna och är ett välkommet tecken på uppskattning.



**Läs mer på  
[halmstadcvb.se](http://halmstadcvb.se)**



**FOTO:**

Remy Gros/ITTF, Jens Oredsson, Lasse Partanen, Anders Andersson, Johan Adermalm, Linda Hellring, Thomas Buza

**ART DIRECTOR:**

Thomas Buza

“Vision without action is a daydream.  
Action without vision is a nightmare.”