

**Verktyg som gör dig bäst
när det gäller**



LEDAR- TRÄNAR- OCH FUNKTIONÄRSSKAP	4
BARN OCH UNGDOMARS FYSISKA, MOTORISKA OCH SOCIALA UTVECKLING	6
ATT SKAPA FÖRTROENDE	8
INLÄRNING	9
LEKENS BETYDELSE VID INLÄRNING	11
FEEDBACK	12
ENGAGERA KLUBBEN - BLI FLERA	13
ETIK OCH MORAL	14
MENTORSKAP	15
MENTORNS EGENSKAPER OCH FÄRDIGHETER	15
METODER	16
KOMMUNIKATION	17
FEEDBACK	18
COACHNING	20
TEAMBUILDINGSÖVNINGAR	21
FYSISK TRÄNING OCH MOTION	22
STYRKETRÄNING	30
RÖRLIGHETSÖVNINGAR	33
BENÖVNINGAR	34
ÖVERKROPPSÖVNINGAR	35
MAGE/RYGG	38
COREÖVNINGAR	39
OLYMPISK RÖRLIGHET	41
ALKOHOL, DOPING OCH DROGER	43
ALKOHOL	43
KOSTTILLSKOTT	47
DROGER	47
NUTRITION - MER ÄN NÄRING	48
DIGESTION - Nedbrytning av maten	48
KOLHYDRATER	50
KOSTFIBRER	51
FETT	52
PROTEIN	54
VITAMINER	54
MINERALER	54
VATTEN	55
MENTALTRÄNING	60
VÄRDEGRUNDÄr vad jag står för	61
TROVÄRDIGHET	62
RAMAR	63
FRÅN DÅ TILL NUTID	63
MÅL	63
MARKNADSFÖRING	70
MARKETING MIX	79
MÅLGÅNG	84
MEDIEHANTERING	86
PRESSMEDDELANDEN OCH PRESSKONTAKTER	87

FÖRORD

Det finns mängder med värdefull kunskap och kompetens bland människor som sysslar med idrotten bilsport. Några av dem har i denna bok delat med sig av sin kunskap.

Boken är ett stöd till att utveckla och förbättra bilsporten. Klubben och distriktet har en viktig roll att vidareutbilda förare och funktionärer till en högre nivå.

En förare behöver i dag utveckla sig som förare, idrottare, affärsman, företagsledare och utveckla sig som person. Alla grenarna går mot att du behöver var en toppidrottsman i alla dessa bitar när du strävar efter att bli bäst. Bilarna utvecklas och blir säkrare och farterna höjs. Det gör att en förare och kartläsares kropp utsätts för stora krafter och behöver vara vältränade även på hobbynivå. Det finns få sporter som kan konkurrera med bilsporten när det gäller kombinationen av mänsklig prestation och avancerad teknik.

Boken ger en inblick och en mängd konkreta tips och förslag på hur idrottaren och teamet kan utvecklas och förbättras till att må bra, fungera väl tillsammans och vara bäst när det gäller.

Vi hoppas att den kan bidra till att utveckla och förbättra dig att bli bäst när det gäller.

En idrottare är som en tävlingsbil. För att den ska fungera och topp prestera gäller det att serva bilen och förse den med rätt bränsle och oljor. En motor körs in innan tävlingen för att den ska hålla. En kropp behöver vara tränad för att den ska hålla. Det är noga vilket bränsle och vilken olja en motor ska tillföras för att de ska kunna ge max effekt. Det är lika noga med vad en förare äter och dricker för att föraren ska kunna prestera bäst när det gäller. En förare behöver veta hur motorn och chassiet fungerar för att kunna kommunicera med sin mekaniker om vad som behöver justeras. Det är lika viktigt att veta hur dina tankar påverkar dig och hur du justerar dem så att du blir bäst när det gäller.

Svenska Bilsportförbundet (SBF) har 480 klubbar med 110 000 medlemmar fördelade på 12 distrikt. SBF har 20 000 licensierade förare och lika många funktionärer/ledare.

Våra sportgrenar är Backe, Bilorientering, Crosskart, Dragracing, Drifting, Folkrace, Karting, Offroad, Racing, Radiostyrd Bilsport, Rally, Rallycross, Virtuellt bilsport samt enkla tävlingsformer

Svenska Bilsportförbundet 2010

Åsa Gerdes

Utbildning och Utveckling

Bilder: Adrian Friberg

LEDAR- TRÄNAR- OCH FUNKTIONÄRSSKAP

Författare: Maria Gerdes

Ledarroll - även givande för ledaren

Att vara tränare för aktiva förare kräver rätt mycket tid. Men för den tiden du ger får du väldigt mycket positivt tillbaka. Du kan utveckla dig mycket inom ledarskap och pedagogik om det är det du vill. Du kan utveckla dina färdigheter att planera, kommunicera och vara pedagogisk. Du kan också utveckla dina kunskaper om barn, ungdomar, fysiologi, träningens olika delar men också din attityd till dina medmänniskor. Man kan säga att ledarskap är att lära för livet. Möjligheten finns för just detta.

Som tränare för ungdomar och barn får du automatiskt en roll som förebild, på samma sätt som lärare, föräldrar och idoler m fl. Med den kommer även fostrarens roll. Genom dina ställningstaganden fostrar du ungdomarna att acceptera eller förkasta, tillåta eller förbjuda. Så som du agerar påverkas också ungdomarna att göra. Skillnaden mellan ett föredöme och en fostrare är att din fostran mister helt sitt värde om du inte gör likadant som du lär ut. Om du som förebild kommer försent till varje träning kommer ungdomarna aldrig värdera att passa tider. Ofta lyssnar barn och ungdomar bättre på andra vuxna än sina egna föräldrar.

I tonåren vill ungdomar gärna ha någon att likna sig med, eller någon man vill bli som. Inom bilsporten finns det många manliga förebilder, men ganska få kvinnliga. Att det saknas kvinnliga tränare som följer ungdomarna upp genom tonåren kan vara en anledning till att många unga tjejer hoppar av under puberteten. Nu när tjejerna inte är majoritet inom motorsport, vill vi gärna ha kvar så många tjejer som möjligt även efter puberteten. Det kan kännas lättare för dem att ha en kvinnlig tränare tillgänglig som kan dela med sig av sina erfarenheter. Något som då kan vara bra för klubben är att stimulera kvinnliga ungdomstränare att följa med grupper genom hela tonåren.

När det gäller barn så gör de som du gör, inte som du säger. Är det barn du har hand om så är kommunikationen viktig. Se dem i ögonen när du talar till dem och använd ett vårdat språk. Det är även viktigt att bekräfta barnen, mycket och ofta och berömma deras framgångar.

När man har en grupp ungdomar under en längre tid är det viktigt att utvecklas tillsammans med gruppen så att nya kunskaper och erfarenheter kan spridas till dem. När man börjar reflektera över det du som tränare gör för barnen, och vad det bidrar till i din egen utveckling, kan man tydligt se vilket värde du har.

Som tränare gör du en viktig insats för barnen, du betyder mycket för dem, du hjälper dem att utvecklas och ni har roligt tillsammans. Att föräldrarna visar sin uppskattning, och kanske klubben gör det någon gång, är ytterligare grädde på moset.

Det egna värdet av ledar-/tränar-/funktionärsskapet

En annan och djupare sida av ledarskapet är det så kallade egenvärdet. Det innebär att du är ledare, tränare och funktionär även för din egen skull. Det kan till exempel vara att du kommer till träningen för att du tycker det är kul och stimulerande att träffa barnen och ungdomarna. Det ger dig väldigt mycket att se dem trivas tillsammans och du gläds åt att se deras utveckling på olika stadium, och att skratta och ha kul tillsammans med dem. Du trivs med att prata med deras föräldrar och de tycker att det är givande. Du tycker om att vara betydelsefull för många människor. Du och de andra tränarna i ditt team är med och formar den verksamhet ni bedriver och det är du stolt över. Det kan innebära att du umgås med flera av tränarna och funktionärerna i ditt sociala liv utanför klubben.



I dagens samhälle är det stressigt dagarna i ända. Många gånger har vi mycket, ibland alldeles för mycket, att hinna med på dygnets 24 timmar. Man ska hinna med jobbet, familjen, barnen och huset. Utöver det kommer fritidsaktiviteterna, så som motorsporten. Det är ofta väldigt tidskrävande, framförallt för eldsjälarna som lägger ner all tid och kraft på motorsporten. Vad man kan göra för att lätta på trycket som tränare, är att engagera föräldrar att vara med och hjälpa till. Föräldrar tycker ofta att det är spännande att vara med och prova på det deras barn gör på fritiden. Det får dem att känna sig involverade i barnens sociala liv. Ställ krav på att föräldrarna ska engagera sig i klubben redan från början.

I motorsporten är föräldrarnas engagemang en viktig del. De skjutsar omkring, hjälper till och ger stöd och support. Föräldrarna är inte bara viktiga för barnen, utan även för tränaren. Deras stöd och hjälp behövs på banan och i garaget.

Att skapa ett team på flera tränare, ledare och funktionärer är ett bra sätt att ge varandra idéer och inspiration. Då kan man ha en träff någon gång i månaden och dela med sig av det man lärt sig och kanske få hjälp med ett bekymmer. När man träffas på dessa möten kan det vara bra att diskutera vilket mål man strävar efter. En grupp med många viljor som strävar åt olika håll, fungerar inte. När ett bestämt mål har satts kan ni tillsammans fundera på hur er verksamhet ska bli effektivare och utvecklas. När en grupp bestående av olika människor diskuterar ett problem eller en fråga, får man fler synvinklar på detta. Det gör att utvecklingen kan ske effektivare.



Förslag till handlingsplan

Först och främst ska målen vara utvärderingsbara! De bör utvärderas minst två gånger per år. När ett mål har uppnåtts är det dags att ta fram ett nytt mål.

Vad vill vi förbättra?

Prioritera!

– Vad vill vi och kan förbättra i vår klubb, arbetsgrupp, osv. ?

Lista tre områden/frågeställningar som vi/ni vill förbättra.

Motivera!

– Hur ska vi gå tillväga för att åstadkomma förbättringen?

– Viktigt är åtgärderna - hur? - när? ..och vem eller vilka som ansvarar?

– Vad behövs för att nå ...?

– Vilka resurser behöver tillsättas? – personer? – pengar? Vem eller vilka kan ...?

För att tydliggöra ett mål behöver ni sätta upp en handlingsplan;

Exempel på handlingsplan för en klubb

Mål för förbättringar Begränsas till 2-3 st	Åtgärder/aktiviteter	Tidsplan Klart när?	Ansvariga	Uppföljning
Vår klubb har mentorer	Varje ny förare tilldelas en mentor	Under sommaren -09 Klart dec -09	Klubbstyrelsen	På styrelsemötena
Vi har en utbildningsansvarig i vår klubb	Utse en utbildningsansvarig Stående punkt på dagordningen	Under hösten - 09 Klart dec -09	Klubbstyrelsen Alt. Utb. ansvarig	På styrelsemötena

BARN OCH UNGDOMARS FYSISKA, MOTORISKA OCH SOCIALA UTVECKLING

Fysisk utveckling för barn

Upp till 10-11 års ålder växer de flesta tjejer och killar lika mycket, det vill säga ca 5 cm om året. Under den tiden är skelettet ganska mjukt och för att få ett starkt skelett senare i livet behövs fysiska aktiviteter. För att få ett tåligt och hållbart skelett behöver det belastning när det är mjukt, annars kan det inte växa.

När barnen är mellan 7-10 år gamla utvecklas även nervsystemet i deras kroppar. Deras sätt att känna, uppfatta och styra sina rörelser avanceras. En allsidig träning är ett bra sätt för att ge barnen stimulans till förändringarna. När nervsystemet utvecklas gör även motoriken sig mer uppmärksam. Motoriken är viktig för barnens självkänsla, när de har klarat en liten utmaning får de stimulans och känner sig positiva till att fortsätta och göra fler utmaningar. Vid den åldern byggs och utvecklas barnens muskler. Det är dock ingen större skillnad mellan tjejers och killars muskelmassa, men det är påvisat att muskelmassan är större hos aktiva barn, än vad den är hos passiva.



Alla följer ett mönster i sin uppväxt och utveckling. Skillnaden är att det tar olika lång tid för olika personer. Ett fel som ledare och föräldrar ofta gör är att jämföra barnen sinsemellan, istället för att jämföra barnets egna framsteg och utveckling. Alla mognar olika och kan därför inte dömas efter ålder. I en grupp med 8-åringar kan den biologiska åldern ligga mellan 6 och 10 år. Därför blir det fel om man jämför en 6-åring och en 10-åring i utvecklingen. Det är viktigt att skapa en positiv miljö runtomkring barn för att ge dem en stimulerande och positiv utveckling.

Motorisk utveckling för barn

Barns motoriska utveckling handlar om de kan göra vissa rörelser och senare sätta ihop dem till kombinationer. Det handlar även om hur mycket nervsystemet har utvecklats och kan uppfatta sin närmiljö, omgivning och redskap etc.

Den så kallade guldåldern befinner sig barnen i vid 8-12 års ålder därför att det är nu som nervsystem och skelett växer ifatt varandra i utvecklingen. Nu är den bästa tiden för att utveckla koordinationsförmågan och nu läggs även grunden för den tekniska inläringen. Balans är en betydande del i detta. Barn kan lära sig utveckla sitt balanssinne genom att till exempel cykla, åka skridskor eller stå på ett ben och blunda. Balans är något man bör träna från barnsben för att få med automatik en perfekt balans ända upp i tonåren.

Psykisk och Social utveckling för barn

Hos barn sker utvecklingen intellektuellt, socialt och känslomässigt sedan födseln, de är därför väldigt påverkbara av miljön runtomkring dem. En positiv, stödjande och trygg miljö, hjälper barnen att få självkänsla och detta är något som alla vuxna som jobbar med barn borde hjälpa till att utveckla och träna. Barn vill lyckas, därför är det viktigt att anpassa utmaningar till deras nivå. Att de tillåts lyckas leder till en positiv psykisk utveckling, vilket stimulerar deras hjärna och de får intrycket att det är roligt att lära. Tänk på att även anpassa träningen till dem som har långsammare utvecklingstakt, eftersom även de har behovet av att få lyckas ibland. Det kan även hjälpa dem med utvecklingen.



Det är mycket viktigt att man uppmärksammar varje individ i en grupp, och kanske främst de som utvecklas långsamt. Vissa barn kan upplevas som stökiga, medan andra hamnar tyst i ett hörn. De har ett behov av att synas och få uppmärksamhet, men glöm inte bort de andra. Se var och en av dem som de barn de är, inte för det de kan prestera.

Fysisk utveckling för ungdomar

Tjejer och killar är lika varandra i kroppsbyggnad och tänkande fram till tioårsåldern ungefär, då puberteten börjar för många av tjejerna. De flesta tjejer växer både mentalt och fysiskt ifrån killarna. Inte förrän ett par år senare gör killarna sin pubertetsdebut och deras kroppar börja formas till en mans. Tjejer kan känna sig svagare och klumpigare under puberteten, när deras kroppar växer och mer fettvävnad bildas. Killarna tappar lätt motoriken under denna påfrestande period, och med tanke på att deras tillväxt är runt decimetern per år så är detta inte så konstigt.

Tjejers tillväxt avtar nästan helt när de fått sin första mens och fram till dess växer deras höfter bredare och mer fettvävnad bildas. Detta kan få många tjejer att känna sig klumpiga och osmidiga, fast det i själva verket inte är så.

Under puberteten försämrar många sin uthållighet, och det beror på både fysisk och psykisk utveckling. Som tränare kan man tänka på att köra lite lugnare träningspass, men i och med att man tränar musklerna under hela tiden ökar chanserna till att göra en "comeback" senare i tonåren. När killarna hamnar i puberteten börjar de växa så det knakar. De ökar nämnvärt i längd och muskelmassan och syreupptagningsförmågan byggs upp. Många killar presterar ofta mer i puberteten än innan, men ett bra fysiskt resultat innefattar en kombination av styrka, motorik, cirkulation och ämnesomsättning, och alla måste de tränas upp.

Motorisk utveckling för ungdomar

Under puberteten växer kroppens olika delar olika fort och det gör att kroppsdelarna blir lite oproportionerliga. Det är viktigt att under den här tiden träna sin motorik för att behålla och höja sina resultat. När man tränar motoriken och koordinationen så går det ut på att man ska lära sig så många olika rörelser och saker som möjligt.

Psykisk utveckling för ungdomar

Ungdomar i den här åldern utvecklas mycket mentalt. De börjar nu tänka stort, så det är lätt hänt att de känner sig förvirrade och vilsekomna här i livet. Som ledare, funktionär eller tränare bör du förbereda dig på att bli ifrågasatt och spela bollplank. De flesta ungdomar gör en inre revolution och du bör därför vara beredd på vissa förändringar. De ska lära sig finna en egen ståndpunkt, att sätta förväntningar och krav på sig själv och sin omgivning, och det är en krävande procedur. Ibland kan de överreagera på småsaker, men det är inget ovanligt. Det är många hormoner och tankar som rör sig i deras kroppar.

Det krävs, under den här tiden, att du som tränare har stor förståelse och lyhördhet för dina ungdomar. Det är viktigt att skapa tillit. De håller nu på att lära sig att vara vuxna och vill gärna bli behandlade som det, fast de ibland även känner ett behov av att vara barn. Lyssna på ungdomarna och hör vad de har att säga, plocka upp idéer och förslag. De har ett stort inflytande på varandra och kompisarna blir allt viktigare, så lyssna på vad alla har att säga och inte bara på de som hörs mest. Nu är det kompisarna snarare än föräldrarna som är den stora inspirationskällan. Ofta vill ungdomar vara med för att diskutera och utveckla, så bjud in dem till engagemang i klubben och stöd dem i deras arbete. De lär sig hantera konflikter och skapa "förhållningsregler" i gruppen, det vill säga de lär sig hitta sin plats och samarbeta med varandra. Men de nya kompisförhållandena sätter också en del press på ungdomarna. Som tränare, ledare, funktionär och förälder borde vi satsa och lyssna mer på ungdomarnas förslag och idéer, både gällande träningens upplägg men även på annat. Det skapar nämligen ett klimat där ansvar, hänsyn och individens egna synsätt tas i akt. Då ökar ungdomar sitt intresse för att bli nästa generations förare.



ATT SKAPA FÖRTROENDE

Att skapa förtroende mellan tränare och förare är oerhört viktigt för utvecklingen. Speciellt för ungdomar. De håller på att lära sig vad som är rätt och fel och testar gränser, därför är det viktigt att de kan lita på dig som tränare. Förtroende får du genom att till exempel möta barn och ungdomar på deras sociala och mentala nivå. Här kommer förslag på två olika sätt:

- Se dem, lyssna på dem och prata om det som de har behov av att prata om.
- Använd samma ord, språk och tonläge som de.

Du kan till exempel sätta dig på huk när du pratar med dem som inte är så långa, för att inte få dem att känna sig små. När unga känner sig hörda, trygga och sedda skapas förtroende, respekt och tillit. För att få en ungdom att lyssna på dig och ta in det du säger, krävs just förtroende. Finns inte det så slutar de att lyssna. Förtroende skapar man hos de nya ungdomarna man har hand om genom att möta dem där de är och leda utifrån det. Det innebär att man måste möta dem på deras nivå, förstå och lyssna på dem och skapa ett förtroende, inte förrän det finns kan man hjälpa dem att utvecklas. Det gör man genom att se, lyssna och lära känna ungdomarna.



Ett exempel på att ”möta och leda”

Sara är tränare/ledare för karting och en ny tjej, Lisa, har börjat köra. Redan under första träningen ser Sara att det finns mycket att utveckla hos henne. Hon väntar med att påpeka läget och börjar istället med att möta Lisa där hon står just nu genom att se, lyssna och bekräfta henne. På det sättet byggs ett förtroende upp mellan dem, och först efter en tid börjar Sara hjälpa och leda Lisa att utvecklas i sin teknik ytterligare.

Om man missar det här mötet och därmed även chansen att skapa förtroende blir det genast svårare. De aktiva slutar lyssna, eftersom de inte känner någon tillit, och det gör det avsevärt svårare att leda dem.

Lek med tanken

Många tränare börjar tidigt lära barnen avancerade inlärningsmoment som är alldeles för svåra för dem. De använder argumentet att ”de måste ju få lite utmaningar”. Det stämmer till en viss mån, men vad som är viktigt är att barnen måste få lyckas. Det är nämligen detta som är grunden till deras självsäkra utveckling. Leken har en stor betydelse i barns uppväxt, den är nyckeln till framgång. Förklaringen till det finns i barnens och ungdomarnas högra och vänstra hjärnhalvor. Varje hjärnhalva har olika arbetsuppgifter, och vi behöver kunskapen från båda två för att fungera som bäst.

Det är viktigt att träna båda hjärnhalvorna, ungdomar med många egenskaper från båda halvorna fungerar bäst både fysiskt och psykiskt. De behöver den vänstra hjärnhalvan för att kunna använda den rätta tekniken och finjustera små detaljer. Men ibland behöver de även göra något utöver det vanliga, där fantasi och kreativitet är de rätta redskapen och då använder man sig av den högra hjärnhalvan. För att få roliga och effektiva aktiviteter och lekar behövs en bra blandning av båda hjärnhalvorna.

Högerövningar

Fantisera – hitta på en historia, berätta för varandra om något som hänt och gör om det lite.

Leka – inne, ute, olika övningar. Det finns många böcker med olika lekar.

Vara kreativ – barnen/ungdomarna skapar egna övningar, egna sätt att köra.

Måla, spela musik/sjunga, hitta på heja ramsor

Vänsterövningar

Logiskt tänkande – vad som krävs för att utföra X? Gör olika tanke experiment.

Teknikövningar – träna tekniska moment och olika körtekniker

Analysera/föra statistik – utvärdera sig själv och sin körning. Skriv ner eller få hjälp att skriva ner och delge det till en erfaren förare som kan berätta för dig vad du gjorde bra och vad du kan göra annorlunda nästa gång.

INLÄRNING

Inläring för barn och ungdomar

Barn och ungdomar lär sig från sina fem sinnen: se, höra, känna, lukta, smaka. Vissa lär sig bäst med bilder, andra med muntliga instruktioner och vissa får lättast in anvisningar genom att själv göra dem. Därför är det lättast, när man som ledare ska förklara något för sin grupp, att kanske visa bilder, berätta om vad det är de ska göra och sedan låta dem prova på det själva.

”Se-personer”

De så kallade ”se-personer” vill gärna se vad det är du menar genom texter, bilder och teckningar. Ett annat sätt är att visa vad det är du vill att de ska göra, genom att helt enkelt göra det själv. Alla sorters bilder så som illustrationer, ritade förklaringar, blädderblock och video hjälper dem att lättare lära sig och förstå. Det kan vara bra om du eller någon av ungdomarna kan visa vad det är du vill att de ska göra.

Ca 30 % favoriserar synen som sin huvudsakliga inlärningskanal. De vill läsa, se bilder och diagram. De har snabb inlärningsförmåga och passar bra inom det traditionella skolväsendet. En person som sitter still och ser rakt fram eller uppåt när han/hon lyssnar kan tänkas vara en visuell inlärare.

En visuell person är ofta organiserad, ordentlig, observant, tyst, försiktig, betänksam, stavar bra, läser och talar snabbt, minns bilder, störs inte av ljud, vill läsa framför att höra, behöver en tydlig plan, vill ha hela bilden klar för sig, ser möjligheter, har fantasi. Den visuella kan kännas igen på att han pratar med hög röst, kort andning, rak kroppshållning och håller hakan högt.

En person som föredrar visuella sinnesintryck lagrar också informationen med hjälp av bilder inne i hjärnan. Inte sällan präglas även språket av det bildmässiga sättet att handskas med information. En person med visuell preferens kanske uttrycker sig så här:

”Jag kan se bilden framför mig”

”Jag kan inte se något problem i det här”

”Jag ska titta närmare på det här”

”Jag ser problemet klart och tydligt”

”Höra-personer”

Det finns de som lär sig bäst genom att höra. De förknippar sina kunskaper med ljud så som röster, toner och musik. Därför måste du vara tydlig i dina muntliga instruktioner, de lyssnar ofta väldigt noggrant. Man kan t ex använda musik under instruktion för att underlätta för dem. De använder ord så som jag hör, lyssnar högt, *lågt buller/ljud*. Ca 25 % har hörseln som sin huvudsakliga inlärningskanal och lär sig bäst genom ljud, musik, samtal och diskussioner. De vill gärna förhandla, prata, och vara allmänt sociala. En auditiv person sägs flacka med blicken från sida till sida eller titta neråt åt sidan när han funderar.

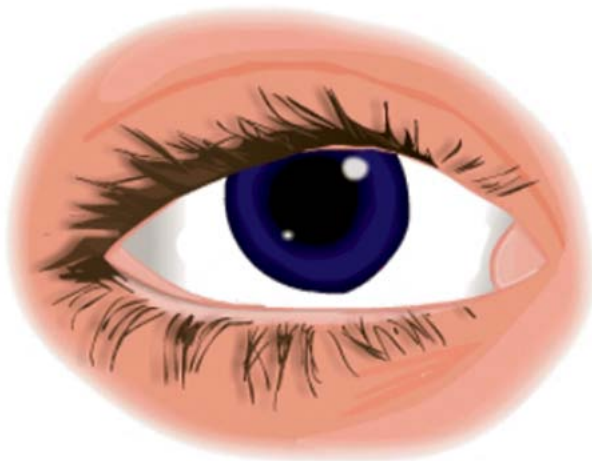
Den auditive pratar gärna, blir lätt distraherad, minns stegvis och via sekvenser, berättar gärna alla detaljer, läser gärna högt, lyssnar på muntliga instruktioner, talar ofta bättre än han skriver, minns ljud och röster. Varierar tonfall och tempo när han pratar. En auditiv person lagrar informationen med hjälp av ljud och genom att höra sin egen och andras röster i huvudet. På det sättet blir också språket präglad av personens lär- preferenser. En person med auditiv preferens kan tänkas uttrycka sig så här:

”Det där låter bra”

”Om du lyssnar nu och låter mig förklara ...”

”Berätta för mig hur det fungerar”

”Det låter som musik i mina öron”



”Känna-personer”

”Känna-personer” är de som använder det så kallade kinestetiska sinnet för att lära sig, genom att göra. De kopplar gärna det du berättar till en fysisk rörelse, eller en speciell känsla i kroppen. Är det en rörelse man ska lära sig så kan man använda sig av kroppskontakt, t ex att tränaren håller i ungdomens armar och gör rörelsen ”åt” denne eller gå banan tillsammans och få prova på själva. Man kan gärna använda sig av olika övningar. Det ger ungdomarna en känsla för vad det är som ska göras. De använder ord så som att det känns rätt, fel, varm, kall, får jag prova.



Ca 15 % är kinestetiker och lär sig bäst när de är delaktiga, rör sig, experimenterar och upplever.

Kinestetiken gillar beröring, rör sig mycket, reagerar fysiskt, minns egna upplevelser bäst, lär sig genom att göra, använder gester och rörelser, de talar långsamt, använder rörelseord, känner efter inom sig, tycker om oregelbunden layout, begrundar händelsen i en story via kroppsliga rörelser, är starkt intuitiv, är dålig på detaljer och agerar gärna ut sin fantasi. En kinestetisk person föredrar att koppla samman det han/hon lär sig med egna känslor, och informationen lagras och hämtas fram med hjälp av egna känslor. En person med kinestetisk preferens uttrycker sig kanske så här:

- ”Det här känns bra för mig”
- ”Jag känner mig inte tillfreds med det här”
- ”Vi fick bra kontakt”
- ”Nej, nu är jag inte riktigt med”
- ”Ah, nu greppar jag det här”
- ”Det känns inte bra”



LEKENS BETYDELSE VID INLÄRNING

Att leka med barnen ligger naturligt för de flesta av oss. Vad värmer mer än lekande barn som springer skrattandes omkring? Barn älskar att leka, och det är en väldigt viktig del i barnens utveckling också. Leken är också ett sätt för barnen att utveckla motorik, koordination, balans, rörlighet och muskelstyrka, fast de inte tänker på det. Leken är bra för att värma upp innan en träning eller tävling. Det är viktigt att kroppen är uppvärmd innan körningen för att förebygga skador.

”Fantasin är viktigare än kunskap. Kunskapen är begränsad, men den kan berika fantasin. Fantasin har inga gränser.”

– Albert Einstein, vetenskapsman

Einstein var inte den enda världskända vetenskapsmannen som la vikt i lekens betydelse. Aristoteles och Platon påstod att en lekfull och rolig inläring var mer effektiv och lärosam, än vad en tvångsmässig var. Lusten och glädjen som medföljer i lekar aktiverar processerna i hjärnan som gör att hjärnan lättare kan ta in information. När barn leker som aktivast kopplar de bort allt som händer runtomkring och blir helt fokuserade på deras lekande. Leken kan användas till många olika ändamål och genom leken får barn omedvetna färdigheter. De tränas i flera olika kategorier som nämns här nedan.



”Att vara lekfull och seriös på samma gång är fullt möjligt och definierar det ideala mentala tillståndet.”

- John Dewey, filosof och pedagog

Lekens betydelse vid Social kompetensträning

Allt ifrån att kunna samarbeta och lösa problem, till att kunna ta kontakt, vara ärlig mot andra och handskas med förändringar. Det är bra att ta till lekar när barn kommer i nya grupperingar och ska lära känna varandra. Öva på att prata inför gruppen. Hålla små föreläsningar.

Lekens betydelse vid Konfrontation med egna och andras känslor

Hur barn handskas med bland annat glädje, besvikelser, aggression och hur de reagerar på sina och andras vinster och förluster.

Lekens betydelse vid Konfrontation med frågor som rör etik och moral

Hur agerar barnen om någon fuskar? Hur löser man konflikter, och vad lär sig barnen av det som hänt?

Lekens betydelse vid Stärkt självkänsla

När barn får leka utmanande och mer krävande lekar, men som fortfarande är på deras nivå, stärks de mentalt. Det är alltid skönt att lyckas med en krånglig uppgift, som till exempel leka en tävling där barnen och ungdomarna är alla funktionärer, och där föräldrarna är förarna.

Lekens betydelse vid Ansvarstagande och initiativförmåga

Leken blir inte rolig för alla om den inte är på en jämn och rätt nivå. Därför bör barnen få vara med och bestämma lek och regler. Det blir även en träning av samarbetsförmågan.

Lekens betydelse vid Fysträning och uppvärmning

För att kroppen ska hålla för de påfrestningar det innebär att vara förare och kartläsare är det av stor vikt att redan från början, när barnen och ungdomarna börja köra bil, blir introducerade till fysträningen genom lek. Vid varje träff planerar ni in olika fysiska lekar t ex innan en träning eller en tävling så att uppvärmningen ingår som en naturlig del redan från början.

FEEDBACK

Utvecklas genom feedback

Samtal

Andreas är kartingförare och får kritik från sin tränare/pappan Janne efter en tävling. Så här låter det. "Du var nervös idag! Du var väldigt spänd. Du gjorde ändå ett hyfsat race, men du kunde ha varit mer laddad så hade du haft en bättre tid. Jag förstår att du var förbannad efter det racet. Det hade jag också varit efter ett sådant halvhjärtat race. Det är bara att komma igen nästa gång..."

Hur visste Janne att Andreas var nervös? Hur visste han om han var laddad eller inte? Hur visste han att han var förbannad? Det Janne gjorde var en bedömning på vad han hade sett och hört och sedan tolkat detta. Tolkningarna skulle kunna vara rätt. Men de skulle även kunna vara helt felaktiga.

Det är bara tolkningar som du antagit efter det du sett och hört. Berätta vad du sett och hört utan att lägga in tolkningar och antaganden. Annars är det inte användbart för föraren själv. Du som tränare kan inte känna det föraren känner. (Du som förälder kan inte heller känna vad ditt barn känner, bara gissa och fråga vad barnet upplever).

Som tränare är det viktigt att lära sig så kallad sorterad feedback. Detta för att undvika att göra sådana bedömningar som Janne gjorde.

Sorterad feedback innebär att du som tränare...

- Först frågar om föraren vill ha feedback. Om föraren vill det, fråga om han eller hon vill ha den nu eller sen.
- Bara ha jag-du-sortering, det vill säga att du pratar för dig själv och vad du tycker och föraren pratar för sig, utan att lägga egna tolkningar och värderingar.
- Ger feedback på någonting du sett och/eller hört. Det kan vara förarens kroppshållning, gångstil, förberedelser, ansiktsuttryck, rop, ljud, prat etc.
- Om föraren önskar, säger du vad du tror eller ställer frågor utifrån det du har sett och hört.

Syftet med sorterad feedback är att vara extra öron och ögon för föraren. Fördelen med att en tränare bara berättar vad han/hon hört och sett är att det ger föraren möjlighet att själv reflektera och eventuellt göra någon utveckling i teknik eller dylikt.

Här är ett exempel på vad Janne borde ha sagt istället.

"Andreas, jag såg att du rörde dig spänd både under uppvärmningen och under förberedelserna inför racet. Jag undrar om du var nervös? Jag tänkte att du nog var förbannad efter racet, stämmer det? Jag föreslår, om det passar dig, att du nästa gång slappnar av innan racet."

Att ge sorterad feedback är inte alltid lätt, så här kommer en mall på sorterad feedback som du som tränare kan använda.

- Börja med att ge feedback på det du såg och hörde
 - Jag såg...
 - Jag hörde...
- Om föraren önskar så fortsätter du med att säga vad du tror eller ställ frågor utifrån det du sett och hört:
 - Jag tyckte...
 - Jag föreslår följande...
 - Jag tänkte...
 - Jag undrade...

Du får "rött kort" om du exempelvis säger:
– Du var nervös idag
– Du såg laddad ut!
– Du var förbannad!



ENGAGERA KLUBBEN – BLI FLERA

De flesta som börjar med en idrott vill utveckla sig och förbättra sin teknik för att kunna prestera bättre och bättre. Det är på klubben som grundutbildningen bör ske. Om varje klubb bestämmer sig för att vidareutbilda sina förare och kartläsare på samma sätt som man i dag utbildar sina funktionärer så skulle nivån höjas och varje förare/kartläsare skulle inte behöva uppfinna hjulet på nytt själva.

Tänk om klubben i samband med en tävling hade en utbildningsdag där etablerade aktiva kom och utbildade nya utövare i körteknik, i hur man ställer in förarmiljön, i kommunikation i teamet etc. Då skulle vi snart se ännu fler talanger.

SISU Idrottsutbildarna är vår utbildningsorganisation och har många kurser för ledare/funktionärer/tränare. Ta kontakt med ditt SISU-distrikt, så hjälper de dig.

Sociala aktiviteter för hela klubben

Att ordna aktiviteter för hela klubben är bra på flera sätt. Ni får dels ett bättre samarbete med hela klubben och ni lär känna varandra. En annan sak är att klubben kan uppmuntra sina förare att ta med sig en kompis på de här aktiviteterna och på så sätt samtidigt rekrytera nya medlemmar. Klubben har då även en plan för hur de tar hand om en ny medlem för att den ska känna sig välkommen i gemenskapen.



Om klubben har egen verkstad – ordna speciella tjejtider

Lär ut fordonsteknik, både praktiskt och teoretiskt. Arrangera en kurs som helst hålls av tjejer för tjejer eller bygg en folkracebil. Och kanske det viktigaste av allt: gör reklam för det. Se till att varenda motorsportsintresserad tjej i hela området vet om att ni gör det här.

Prova på dagar

Låt allmänheten, unga och gamla, få känna adrenalinkicken som bilsport ger. Görna flera sportgrenar, så det finns att välja mellan. Finns det pratglada veteraner i klubben kanske de kan underhålla i klubbstugan! Kan någon elitförare närvara? Ordna en utställning med fordon, verktyg, trailer, safetybil, bilder mm – och kanske en marknad med saker till salu. Även här är det viktigt att klubben i förväg har planerat för hur de ska följa upp de som är intresserade av att bli medlemmar i klubben.



Meningsfull ledighet

På skollov har mängder med barn och ungdomar ingenting att göra. Ordna aktiviteter med radiostyrd bilsport där de får utbildning både praktiskt och teoretiskt. En annan variant är att bjuda in till läger med utflykter till garage där kända förare huserar eller till mekarkurser i klubbens egna lokaler.

ETIK OCH MORAL

Respekt



När man är ute och tävlar mot andra, i klubben, landet eller världen, är det viktigt att visa respekt. Det finns tyvärr de som har rätt ”rymliga samveten”, som inte drar sig för att köra oschysst, eller fuskar med bilen genom att trimma eller ha otillåtna delar. Du som tränare har ett ansvar att träna dina barn och ungdomar i schysst spel och lära dem vad som är rätt och fel. Du är även förebild och måste därför vara lite extra noga med hur du uppträder mot andra. Att respektera vuxna är en mycket vägande del eftersom det är de som ska leda barnen och ungdomarna in i vuxenlivet. Många av domarna, funktionärerna och tävlingsarrangörerna är vuxna och självklart ska dessa ha respekt också. Det är förstås även viktigt att visa respekt för sin klubbkamrat. Det kan till exempel innebära att man lånar ut ett verktyg som han eller hon behöver eller att man hejar på varandra i lokalen. Det gäller även när ni är motståndare i tävlingar. Att ha respekt för sina motståndare behöver inte innebära att man ska vara bästa kompis med respektive, utan att vara schysst och undvika bråk och konflikter är tillräckligt.

Ansvar och konsekvens

Att kunna ta ansvar för sina handlingar är en viktig del i livet. Man ska kunna stå för det man säger och det man gör, annars bör man tänka om. Men det är mänskligt att fela och misstag kan ju alla göra. Det innebär också att man måste kunna erkänna sina misstag. Om man råkade bryta en regel, göra något oschysst under en tävling eller helt enkelt begick ett misstag så ska man kunna medge det. Det är inte alltid det lättaste, och många gånger tar det emot. Det finns de som anser att man förlorar sin värdighet i och med att man erkänner att man inte är felfri, men det kan inte bli mer fel. Det gör en bara mänsklig. Det är förarens ansvar att ta hand om sin utrustning, sin bil och sitt team. Det är föraren som blir bestraffad om mekanikern eller föräldrarna har fuskat med bilen eller betet sig illa. Det innebär att du håller ordning på dina saker och vårdar dem. Om man lånat något av klubbens material ska det lämnas tillbaka hela, rena och i samma skick som de var när man lånade dem. Att ta ansvar för sina handlingar innebär även att kunna ta konsekvenser. Bryter man mot reglerna i en tävling, måste man ta konsekvenserna, även om det var ett misstag. Man måste alltid tänka på följderna av sina handlingar.

Lär förarna vara goda förebilder

En tränare är inte bara någon som lär barnen och ungdomarna att köra, utan är även en förebild. En god förebild följer reglerna, respekterar andra och tar ansvar för sig själv, sina handlingar och sitt material. Man arbetar mot att barnen och ungdomarna ska ta efter detta och bli bra förebilder de också. På banan är det ”fair play” som gäller och man ska hålla sig till reglerna. Att sätta sig ner med barnen och ungdomarna och låta dem diskutera kring vad en god förebild är kan vara en bra idé. Låt dem själva få komma fram till vad ansvar innebär och vad respekt är för något.

Några frågor som man kan diskutera med sina ungdomar är

- Varför finns det regler? Vilka regler ”behövs”?
- Hur kan man fuska i motorsport? Skulle du vilja vinna om du visste att du hade fuskat?
- Hur är en bra vinnare? Hur är en dålig? Hur är en bra förlorare? Hur är en dålig?

MENTORSKAP

Författare: Åsa Gerdes och Hanna Sandberg

”Mentorskap är ett förhållningssätt, en process där två personer lär av varandra mot ett i förväg överenskommet mål.”

Våra valda sanningar är att alla behöver vi en mentor, en samtalspartner för att utvecklas som människa. En mentor är ett stöd, en person som man kan fråga om tips och råd.

Vad är mentorskap:

- Ge en kontinuitet och trygghet i klubben
- Få en ny ledare/funktionär att ta ansvar
- Påminner, stöttar, uppmuntrar och bygger självförtroende
- Är ett bollplank, är tillgänglig, någon att fråga

Tanken är att du, med din kunskap och erfarenhet, ger handledning och stöd åt en medlem, som är i början av sin funktionärs-/ledarkarriär. Din insats som mentor blir en viktig del i adeptens funktionärs-/ledarutveckling i organisationen, på evenemang eller på tävlingen. Det blir ett ömsesidigt lärande, där både mentorn och adepten får nya perspektiv.

Din roll som mentor är:

- Att vara en samtalspartner, en som lyssnar och diskuterar olika frågor, ett bollplank
- Att bjuda på din tid och erfarenhet så att adepten vågar åta sig nya uppdrag och arbetsuppgifter
- Att vara uppmuntrande och ett stöd för adepten
- Att stämma av emellanåt
- Puscha när adepten är ”osäker”

Din roll som adept är:

- hålla kontakten med din mentor
- ge av din kunskap
- att du är självständig samtidigt som du kan ta emot tips och råd
- att vilja utvecklas, göra ditt bästa

MENTORNS EGENSKAPER OCH FÄRDIGHETER

Vilka egenskaper och färdigheter bör man ha för att fungera som mentor på bästa sätt? Goda intentioner är grundläggande, samt kunskap och insikt i motorsporten. Mentorn bör ha god självinsikt. Det innebär att man är medveten om sina egna förutsättningar och begränsningar som person. Vilket fås genom ett reflekterat förhållningssätt till sina egna värderingar och normer samt tar ansvar för sina egna val och relationer.

Carl Rogers (1955) beskriver tre kvaliteter som en mentor bör ha för att vara effektiv.

Våga vara dig själv

En viktig del i mentorskapet är att du som mentor inte spelar någon roll eller sätter upp en fasad. Du behöver inte visa upp alla dina sidor, utan bara de som känns viktiga i samtalet. På så sätt visar du adepten att du inte sitter inne med lösningen eller svaret.

Empati

Att vara empatisk innebär att du klarar av att sätta sig dig in i, uppleva och förstå hur adepten mår och känner i olika sammanhang. Genom gemenskap med adepten och en öppen miljö, där adepten känner sig sedd och trygg, är förutsättningarna stora för ett bra samtal.

Oreserverad positiv respekt

Oreserverad positiv respekt innebär att man accepterar adepten på ett icke-dömande sätt. Det innebär inte att du måste hålla med adepten när det gäller hennes/hans inställning och åsikter. Däremot måste du visa en respekt gentemot adepten för den personen den är, oavsett svagheter och styrkor. Det här förhållningssättet skapar förutsättningar för ett bra samtalsklimat.

METODER

Observation

Genom att observera hur adepten talar, i vilken hastighet och med vilket kroppsspråk kan du styra kommunikationen så att den passar adepten. Det sänder ut en signal om att det är adepten som är i fokus under samtalets gång. Vilket leder till att adepten känner sig sedd och trygg och lättare kan kommunicera sina tankar.

En aktiv process

En viktig del i mentorskapet är att kunna lyssna på det adepten säger. Att lyssna innebär inte att du sitter tyst utan det är en aktiv process där du visar adepten att du tar personen ifråga på allvar och är intresserad av vad som sägs. För att visa adepten att den har full uppmärksamhet är att använda sig av "minimal respons". Minimal respons innebär att man använder sig av verbala och icke-verbala små tecken, som till exempel en nick, ett kroppsspråk som signalerar intresse, uttryck som "aha, hmm".

Att vara en bra lyssnare:

- Lyssna på helheten, häng inte upp dig på detaljer
- Se till att vara här och nu
- Visa med ditt kroppsspråk att du lyssnar
- Fråga om du inte förstår
- Sammanfatta det du hörde och fråga om du har förstått rätt

Tänk dig att – frågor

Tänk dig att – frågor är en form av tankeexperiment. Du kan exempelvis säga: "Vad skulle hända om...? Tänk dig att...". Genom att ställa den här sortens frågor så kommer adepten indirekt svara på det som känns jobbigt. De här frågorna upplevs ofta som mindre jobbiga och bidrar till en mindre defensiv reaktion än direkta frågor.

Dela med sig av sin erfarenhet

Under vissa samtal med adepten känns det naturligt att dela med sig av sina egna erfarenheter. Det kan bidra till att adepten lättare kan prata om sin egen situation och bredda synen på sitt eget problem.

Om du väljer att dela med dig av din erfarenhet ska du ha i åtanke att det inte uttrycks så att det blir betungande för adepten. Det ska inte heller delges för ofta för då mister det en del av sin effekt. Fråga adepten om den vill ta del av din erfarenhet.



KOMMUNIKATION

Mentorskap bygger på kommunikation. Vad ska man då tänka på för att kommunikationen ska bli så bra som möjligt?

Kroppshållning:

- En framåtlutande hållning visar på uppmärksamhet
- En person som har tillbaka lutad kroppshållning kan vara lite osäker eller så är den uttråkad och kan uppfattas som nonchalant av omgivningen.
- En person som har en upprätt och rakryggad kroppshållning ger intrycket av ett bra självförtroende.
- Har en person en ihopsjunken kroppshållning kan det tyda på uppgivenhet och besvikelse eller undergivenhet.

Öppna och slutna frågor

De flesta har hört ordspråket: ”som man frågar får man svar”. Utmaningen i mentorskap är att ställa frågor som ger ett grundligt svar.

Öppna frågor är de som ger beskrivande svar.

Exempelvis: Hur menar du? Hur tänker du då? Kan du utveckla det? Vad hände sedan?

Slutna frågor kan svaras kortfattat eller med ja och nej.

När man ställer frågor bör man i första hand använda de fem frågeorden

- Vem...
- Var...
- Hur...
- Vad...
- När...



FEEDBACK

Att ge feedback, såväl positiv som negativ kan vara både svårt och känsligt. Här får du tips på hur du kan ge feedback på ett bra sätt.

Bestäm ditt mål

Vad vill du med feedbacken? Är det att leda dig själv eller någon annan till någon typ av handling? Ställ frågan: Jag undrar om du vill ha feedback på? Önskad feedback är bättre än oönskad.

Tänk på att

Jag ansvarar, upplever, tänker och tycker för mig.
Jag ansvarar för mig, har förtroende för mina egna tankar och åsikter
Du ansvarar för dig, vad du tycker, tänker och upplever.
Jag låter dig vara den du är och respekterar dig för den du är.

Använd specifika exempel

Att ge feedback är inte alltid lätt. Tänk på att börja ge feedback på det du såg och hörde. Då når ditt budskap lättare fram.

– Jag såg... - Jag hörde...

Om adepten önskar, så fortsätt med att säga vad du tror eller ställ frågor utifrån det du sett och hört:

– Jag tyckte...
– Jag föreslår följande...
– Jag tänkte...
– Jag undrade...

Tänk på att det är dina egna tolkningar som du antagit efter vad du sett och hört. När du berättar vad du sett och hört, gör det utan att lägga in dina egna värderingar och antaganden. Annars är det inte användbart för adepten. Du som mentor kan inte känna det adepten känner.

Se upp för stopporden

Stoppord, är bra att undvika när du ger feedback eller har ett samtal

Men - tar bort effekten av det positiva du säger
Man - säg inte man om du menar vi eller jag
Måste - uppfattas negativt och tar mer energi än vad det ger
Inte - tala om vad du vill istället
Varför - lockar fram negativa svar och du/jag går i försvarsställning

Använd jag-perspektivet

Rikta feedbacken till den det berör, gå inga omvägar. Tala i jag form, använd inte termer som vi eller man. Beskriv beteende som du ser. Värdera inte.

Ge specifik feedback, inte allmän

Rikta bara feedback åt beteenden som mottagaren kan göra något åt.
Kolla om mottagaren har uppfattat ditt budskap. Lyssna på svaret.

Välj rätt tidpunkt

Ge feedback i rätt tid, återkoppling för långt efter händelsen ger mindre effekt. Ge lagom mycket feedback. Mottagaren ska få möjlighet att kolla sin feedback mot andra.

Att kunna ge och ta emot feedback

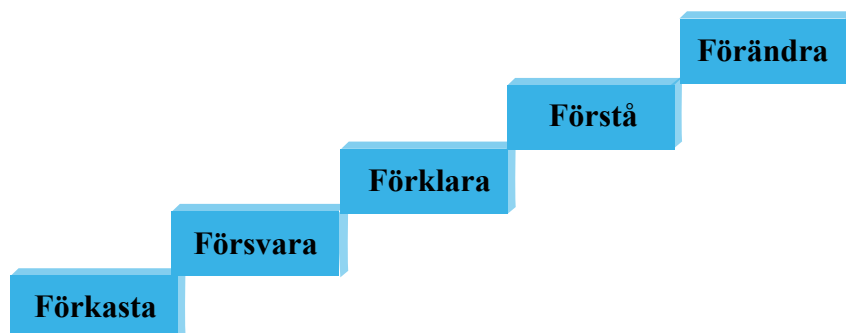
Våra beteenden och arbetsinsatser utvärderas jämt, både av oss själva och av andra personer i vår närhet. Det är därför viktigt att skapa en miljö där feedback är tillåtet och uppskattat. Lika självklart som det är att ge feedback, lika självklart är det kunna ta emot feedback på ett bra sätt. Feedback är en gåva, det är viktigt att du frågar; "Vill du ha feedback?". Blir svaret nej acceptera det. Att ge feedback är en balans, och ju mer du tränar desto lättare blir det.

Feedbacktrappan

Beroende på var den du ger feedbacken, befinner sig i trappan, kommer du att få olika svar. Att ta emot feedback är inte så lätt alla gånger och kan starta olika reaktioner. Exempelvis så är det lätt att avfärda, försvara eller förklara sig. Feedbacktrappan beskriver de olika reaktioner och beteenden som kan uppstå.

Effekten av feedback blir påtagligare ju högre upp du står i feedback trappan, det blir även lättare att både ge och ta emot feedback. Det handlar om att reflektera var du själv befinner dig. Du kan befinna dig på olika nivåer beroende på vilken situation du befinner dig i och med vilka människor du har runt omkring dig, ex när mamma säger till, en kompis som du har börjat tröttna på, på jobbet, i skolan etc.

Feedbacktrappan



Förkasta - det här gäller inte mig. Du får hitta någon annan att skylla på.

Försvara - nej så var det inte...

Förklara - ja men, alltså det var så här

Förstå - den du ger feedbacken till tar emot, lyssnar och funderar på det du sa, blir medveten och accepterar.

Förändra - jag lyssnar, tar till mig och gör en förändring

COACHNING

All utveckling kräver en inre motivation, checka med dig själv. Vilken är din drivkraft? Om du tänker att saker är omöjliga då blir dom det. Om du tänker att det är möjligt så har du stor potential att påverka att det blir så. Det är svårt att förändra människors attityder på lång sikt, det kan endast påverkas på kort sikt. För att få till en långsiktig förändring måste det skapas inifrån, alltså en inre bild av förändring och en vilja att göra det.

Mål

Om du inte vet vart du är på väg, så kommer du inte komma någonstans. För att ta fram dina mål måste du ställa frågan till dig själv: Vad är jag bra på? Vad är mitt mål, vad vill jag uppnå? Välj ut ett område du vill förbättra, det ska vara framtidsorienterat. Beskriv hur du vill ha det och hur du vet att du har nått det. Vad behöver du göra för att komma dit? Vad ska till för att du ska göra en förändring?

Det finns tre sorters mål

Känslomål: Det går inte att mäta i tid eller centimeter. Du ska sätta upp hur du vill känna, inför och under en tävling eller ett möte. Jag har gjort mitt bästa, jag är nöjd med min prestation.

Resultatmål: Jag ska vara tävlingsledare/domare så här många gånger under året. Jag ska ha de här uppdragen, sitta i de här utskotten osv.

Prestationsmål: Varje gång jag genomför ett uppdrag ska jag göra det lite bättre än förra gången. Du slår ditt personbästa, men det är bara relaterat till dig själv och dina egna prestationer.

Att sätta mål

Det som är möjligt i tanken visar sig ofta vara möjligt även i verkligheten. Alla människor ser framåt och fantiserar. Det är du som sätter upp dina fantasier till mål både mål som är nära och de som är lite längre bort.

Alla målen ska vara utmanande och du ska uppleva att de är nåbara. De ska vara mätbara och du ska veta när du har nått ditt mål. Det ska vara mål som du som du upplever är viktiga för dig och din utveckling. Det du gör, gör du bara för din egen skull, du väljer.

Målen ska vara nedskrivna och du ska kunna berätta om dem.

Så den magiska frågan: vad vill jag uppnå...och hur vet du det?

Framtiden i förväg

Beredskapsträning är ett sätt att för mindre erfarna ledare och funktionärer att skaffa sig en erfarenhet innan något händer. Att tänka sig in i olika situationer och se hur du kan tänka dig att hantera dem. Att vara väl förbered och att hitta olika lösningar.

Framtiden har inte hänt men genom att förbereda inför olika scenarion, allt från troliga till helt otänkbara situationer, så kommer du att hantera läget på bästa sätt när det dyker upp. Frågan är inte om situationen ska inträffa utan när.

Att vara perfekt

Försök att sätta dina nära mål "lagom" högt. Lär dig glädjas åt de små segrarna och framstegen. Fokusera mindre på resultatet och mer på glädjen i det du gör. Det är viktigt att du försöker sträva efter att känna dig nöjd med hur det har gått på tävlingen eller mötet. Hur har din prestation varit?



TEAMBUILDINGSÖVNINGAR

Teambuildning passar både för nystartade grupper och grupper som arbetat under en längre tid. Det kan vara de som vill knyta nya kontakter inom gruppen, bredda och utveckla "vi känslan" och ta fram kraften i teamet.

Efter övningarna är det bra att diskutera vad som hände under uppgiften. Vad som gick bra och vad som gick mindre bra. Det är speciellt viktigt om en övning gick mindre bra. Då måste ni utvärdera.

Vad lärde ni er på övningen?

Vad fungerade bra ?

Vad fungerade mindre bra?

Vad kunde ni ha gjort annorlunda?

Vad kände ni?

Hur pratade ni?

Hur hanterade ni de olika åsikterna?

Vem bestämde?

Hur kom ni fram till lösningen?

Vad kan ni ta med er till nästa övning?

1. Trubbeltråd ca 15-20 min

En tråd är spänd mellan två träd i höfthöjd. Det gäller för laget att ta sig över den utan att nudda tråden.

Laget är en kedja och måste hela tiden vidröra varandra, kontakten får endast ske över tråden ej under. Om kedjan bryts eller om någon nuddar linan får laget börja om.

Laget kan få ett antal nuddar T.ex. tre st.

Material: Lina eller gummiband

2. Isflaken ca 20 min

Gruppen befinner sig på ena sidan älven och ska till den andra. Till sin hjälp har de ett antal isflak. Två mindre än de är till antal. Hela gruppen ska ta sig över till andra sidan. De måste hela tiden ha kontakt med isflaket annars åker de med älven och försvinner. Det vill säga släpper de kontakten med isflaket tar du bort den plattan. Älvkanterna är markerade med två linor.

Material: "Isflak" /plattor cirka 25x25 cm, markeringar för Älvkanten

3. Fyrkanten 15-20 min

Alla ställer sig på ett led, axel mot axel. Alla får ögonbindel. Du ger dom repet att hålla i.

1. Nu ska de bilda en kvadrat. De får prata med varandra.

2. De ska bilda en triangel utan att prata med varandra

Material: Ett långt rep

4. Skjut inte problemen framför er 15-20 min

Alla får varsitt snöre att hålla i. Snörena sitter fasta i en ring som är uppträtt på ett rep. På repet finns ett antal knoppar som de ska ta sig igenom. De får inte släppa.

Material: ett långt rep med tre knoppar, nyckelring samt små snören

FYSISK TRÄNING OCH MOTION

Författare: Pierre Styfberg och Åsa Gerdes

Varför är fysiska egenskaper viktigt?

För en förare är inte körtekniken allt. För att kunna nå höga höjder inom bilsport måste alla förarens fysiska egenskaper vara upptränade. Med detta menar vi koordinationen, uthålligheten, snabbheten i reaktion och aktion och slutligen rörligheten, smidigheten och styrka. Alla dessa egenskaper bidrar till att föraren blir mer medveten och får bättre kontroll över sin kropp och sina reaktioner.

Vad menar vi med fysiska egenskaper?

Koordination

Koordinationen är ett samspel mellan muskel- och nervsystem och hjärnan. Denna behöver man träna upp för att kroppen lätt ska kunna samordna rörelser, och är en mycket viktig del i barns och ungdomars utveckling. Därför bör de ofta ges möjlighet att träna upp denna och få prova på nya rörelser. En anledning till att du som tränare bör se till att dina ungdomar får en bra fysisk träning, med många rörelseövningar, är att de ska kunna få en så bred rörelserepertoar som möjligt. Det är en stor fördel med att arbeta med barn och ungdomar när de är i en period i livet som kallas den "motoriska guldåldern", 8-12 år. Det är under denna period som de har bäst förutsättningar att lära sig nya saker. Bättre koordination hos ungdomar ger inte bara bättre totalresultat rent idrottsmässigt sett, utan minskar även risken för överbelastning och skador.

Uthållighet och kondition

När man pratar om uthållighet är det lätt att bara tänka på längdskidåkning och långdistanslöpning, men även för en förare är det bra med att ha en tränad syreupptagningsförmåga. Uthålligheten är en viktig del i träningen. När man tränar uthållighet så handlar det mycket om att träna kroppen att ta upp och transportera mer syre till de olika organen. Motorsport är en relativt hög intensiv sport där man kör med en hög puls. Enligt forskare är den konditionsnivå ungdomarna kommer upp till innan tjugofemårsåldern, avgörande för vilken konditionsnivå man kommer upp till som vuxen. Det är bland annat därför det är viktigt att i unga år ge barn möjlighet till att även arbeta med en högre puls. Fördelar med bra uthållighet och kondition är till exempel att man blir mer fokuserad på körningen än om man är fysiskt trött i slutet av racet. Vålbefinnandet ökar och man känner sig ofta mer självsäker om man orkar mer. En annan fördel är den allmänna hälsoeffekten, att man mår bättre och samtidigt minskar risken för skador och infektioner, t.ex. förkylningar.

Styrka

Styrka är förmågan att övervinna eller motverka ett motstånd hos muskulaturen, detta är en komplex fysisk egenskap. Den styrkeform som tränas och används hos förare är grundstyrkan. Grundstyrkan tränar man för att allmänt utveckla muskulaturen och för att förbättra kapaciteten i senor och ligament. Träningen genomförs med låg belastning men många upprepade gånger.

Snabbhet i reaktion och aktion

Snabbhet handlar om att utföra en rörelse på snabbast möjliga sätt. Att träna snabbhet är en viktig träning för ungdomar, detta ger grunden för snabbheten i deras vuxna år. Förmågan att snabbt reagera vid en start eller i en kurva kopplar ihop faktorerna avslappning och koordination. För att kunna tänka klart och agera snabbt gäller det att kunna slappna av. När man känner sig lugn och säker framför ratten kan koordinationen få mer spelrum. *Reaktionsnabbhet* är när man reagerar snabbt på en retning, t.ex. vid starten.

Rörlighet

Att vara rörlig innebär att man har förmågan att gå "långt ut" i en rörelse, röra sig med stort rörelseutslag. Rörelserna begränsas om musklerna är korta, men genom att stretcha, töja och tänja blir musklerna elastiska och smidiga. Efter ett fysiskt träningspass är det viktigt att stretcha efteråt. Många tränare utelämnar stretchingen åt ungdomarna, utanför träningspass, eftersom de inte tycker att tiden räcker till. Risken är då att det görs lite snabbt i duschen eller omlädningsrummet. Risken för skador ökar då markant. Stor rörlighet och smidighet är fördelar bakom ratten.

Träning av motorik och koordination

Man anser gärna som tränare i motorsport att denna sortens träning, så som bollspel och lekar, inte har med den utövade motorsporten i sig att göra, men detta är ett felaktigt påstående. Som tidigare nämnts så är den allmänna fysiska träningen mycket viktig för förare som siktar högt. Med väl upptränade fysiska egenskaper ökar koncentrationen, kontrollen över kroppens rörelser och självpålitligheten. Dessa, och förartekniken, är de viktigaste egenskaperna en förare ska ha.

I åldern 10-14 år är träningen av att koordinera rörelser mest gynnsam. I koordinationsträning ingår även motorik, kunskapen att kunna göra fler korrekta rörelser samtidigt. Dessa tränas enklast genom koordinationsbanor, lekar och bollspel. Tidtagning passar bra på koordinationsbanor och förbättrar även ungdomarnas reaktionsförmågor. När man tränar koordination är det alltid bättre med korta pass och kontinuerlig upprepning. Det är med andra ord bättre att köra korta pass dagligen, än långa 1-2 gånger i veckan. Därför är denna sortens övning lämplig att ha i början av träningspassen när ungdomarna är ”alerta” och ”vakna” i musklerna. Använd fantasin och kom på nya spännande övningar som ungdomarna tycker är roliga.

Träningsplanering under ett år

Oftast har klubbarna bara verksamhet under den körbara säsongen, men inte resten av året. Ibland innebär det att vi tappar medlemmar på grund av den inaktiva delen på året då de söker andra fritidsintressen att ägna sig åt året runt. Fördelen med att ha åretrunt- verksamhet inom motorsport är att du som tränare har kontinuerlig kontakt med ungdomarna och kan ge råd och stöd i hur de ska träna fysisk och psykiskt under lågsäsong.

Högsäsong

Det är förstås inte bara under lågsäsong som de aktiva ska träna fysiskt och psykiskt, under högsäsongen är kvällsträning ett mycket bra sätt att hålla deras aktiviteter igång.

Körteknik

Samla ungdomarna innan och efter träffen och gå igenom vad som har gått bra och vad som behövs förbättras, försök även prata enskilt med var och en av dem och låt dem reflektera om vad de själva tycker att de behöver träna extra på.

Träna en eller två moment varje gång och låt dem nöta in tekniken om hur man tar en kurva eller kör om. Vid varje tillfälle, starta med uppvärmning och avsluta med stretching. Prata om vikten i att de sköter sin fysträning för att deras kroppar ska hålla under hela säsongen. Använd olika mentala tekniker och fråga hur de tänker före, under och efter träning och tävling.

Lågsäsong

Under lågsäsong kanske ni inte träffas varje vecka. Men försök ändå att träffas regelbundet. Under lågsäsong är det bra att uppmuntra ungdomarna till att hålla på med fysträning och mentalträning så de är väl förberedda inför högsäsongen. Uppmuntra dem som vill till att föra träningsdagbok så de själva kan se hur de utvecklas.

Vid träffarna

Vid dessa lågsäsongsträffar kan man t ex

Laga mat tillsammans

Gå på bio

Diskutera etiska och moraliska frågor

Lär ut hur ungdomarna ska fysträna

Gå igenom teori, läs gärna olika förares böcker.

James Milligans förslag på cirkelträning, stretching och uppvärmnings program.

Det är viktigt att du skapa rutiner för din idrott både hur du förbereder dig mentalt, fysisk och hur du förbereder ditt material. Som förare ska du veta att du har gjort allt du kan för att vara väl förberedd inför tävlingen.

Att träna gör dig inte till en snabbare förare, men till en uthålligare förare. Desto bättre kondition du har ju snabbare återhämta du dig. Kroppen klarar även värmen bättre därför att den bättre tar tillvara vätska. Träna gör du för att behålla fokus och kunna koncentrera dig under hela tävlingen. Blir du trött en bit in i tävlingen blir det svårt att behålla fokus och koncentration och olyckor kan lätt hända.

Att fysträna och stretcha är skadeförebyggande. Du bör träna både bak och framsidan på din kropp för att få balans. Före varje tävling och träning är det viktigt att du stretchar och värmer upp. Det gör att du presterar bättre när din kropp är redo. Det är precis som din bli. Du vill starta med en varmkörd motor för att de ska hålla och du ska få ut max av den. En annan jämförelse är att din kropp är som gummi, när det är kallt går den lätt sönder. Många struntar i att förbereda sin kropp då de kan uppleva att det är generande att göra det i depån.

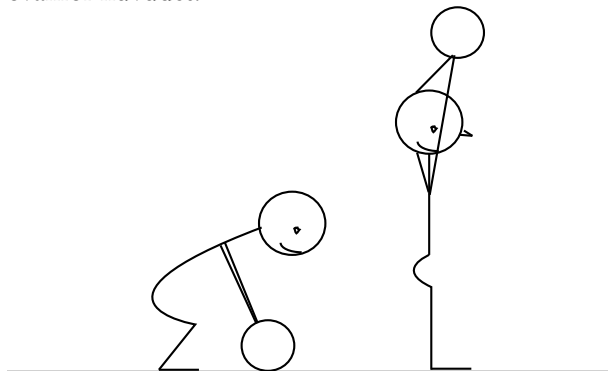
CIRKELTRÄNING

Träningscirkel ca 30-40 min. Varje station gör du i ca 30 sek -1 min. och upprepar övningarna i den takt som passar dig. Varannan övning är pulshöjande.

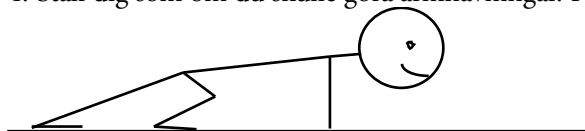
1. Armhävningar

2. Spring på stället/runt alt hoppa rep

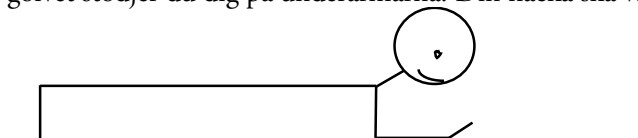
3. Övning med medicinboll alt. Ta en petflaska som du fyller med vatten, Du väljer själv vikten. Sitt i hukandeställning och håll bollen mot golvet, res på dig i din fulla längd och sträck armarna och bollen ovanför huvudet.



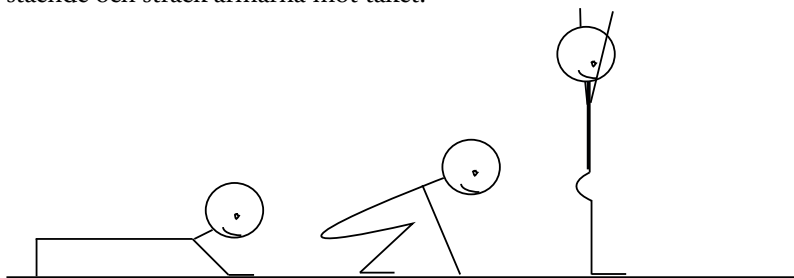
4. Ställ dig som om du skulle göra armhävningar. Håll armarna stilla och spring på stället.



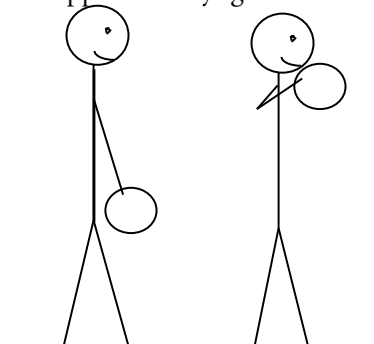
5. Plankan. En coreövning. Ställ dig som om du skulle göra armhävningar, istället för att ha händerna på golvet stödjer du dig på underarmarna. Din nacka ska vara rak.



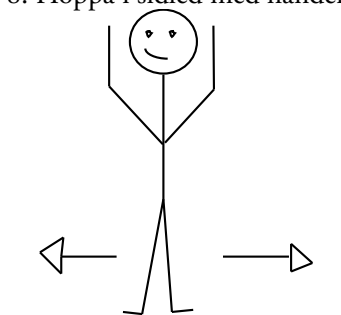
6. Inta armhävningsposition, hoppa upp till hukande ställning, händerna har du kvar i golvet. Hoppa upp till stående och sträck armarna mot taket.



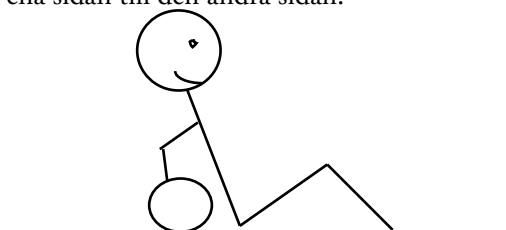
7. Stående rodd. Sätt ihop händer nedanför magen som om du skulle ro. "Ro" upp den i brösthöjd. Använd en käpp eller en tyngreboll.



8. Hoppa i sidled med händer ovan huvudet.

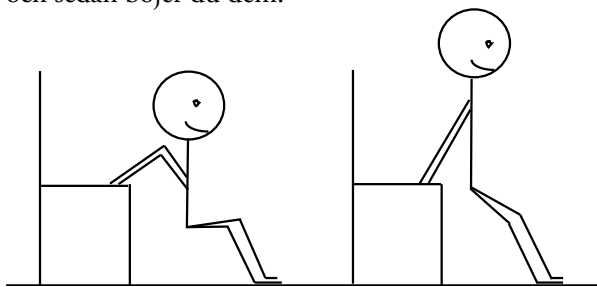


9. Sitt ner sätt fötterna och stjärten i golvet, luta ryggen lite tillbaka, se till att den är rak. Känn efter att du fortfarande har balans. Flytta en medicinboll eller en petflaska fylld med, för dig lagom mycket vatten, från ena sidan till den andra sidan.



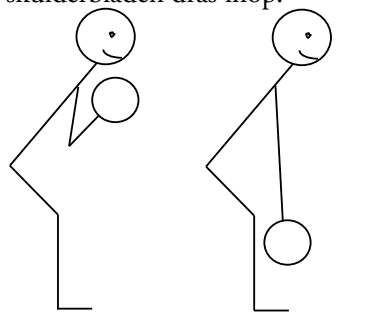
10. Spring på stället

11. Ta en stol eller en väggfast bänk. Du ska träna baksidan av armarna med sk. dips. Börja med raka armar och sedan böjer du dem.



12. Spring på stället eller hoppa från sida till sida. (se bild 8)

13. Fällkniven. Använd en pinne eller kvastskaft. Ryggen ska vara rak och när du drar upp armarna ska skulderbladen dras ihop.

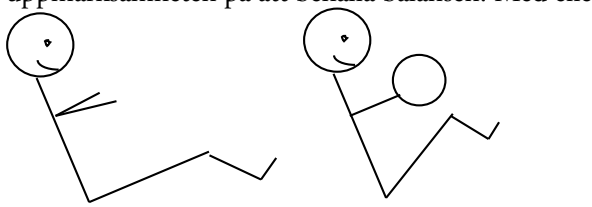


14. Spring på stället.

15. Sidoplankar, coreövning.

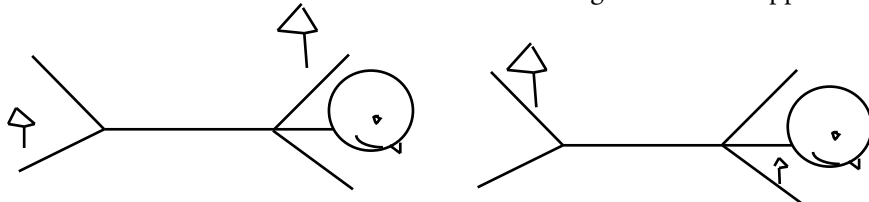
16. Spring på stället eller hoppa sida till sida (se bild 8)

17. Sitt på stjärten och ha fötterna i luften. Hitta balansen. Sträck ut och dra ihop kroppen och ha hela tiden uppmärksamheten på att behålla balansen. Med eller utan vikt/boll.



18. Spring på stället.

19. Ligg på magen på golvet, med näsa riktad mot golvet och med armarna och bena som ett X. Lyft höger arm och vänster ben och sedan tvärt om. Arbeta långsamt och var uppmärksam på att du behåller balansen.



20. Ställ dig som om du skulle göra armhävningar. Håll armarna stilla och spring på stället. Se bild 4

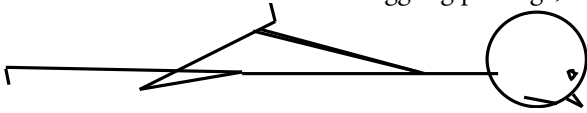
Varva ner i 2 min genom att bara gå runt i din egen takt.

Lägg dig ner på rygg och andas. Andas in genom näsa och ut genom munnen. 4 sek in och 4 sek ut.

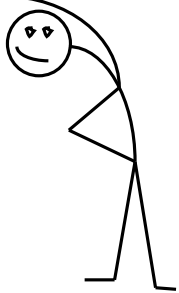
Strechövningar

Nu är det dags att stretcha. Varje övning tar ca 20- 30 sek.

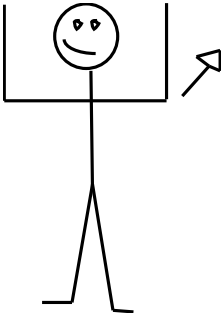
1. Stretcha ut framsidan av lår. Lägg dig på mage, böj upp ena benet mot rumpan och håll ihop knäna.



2. Sidoböj. Stå upp sträck ena armen över huvudet och den andra armen strävar neråt



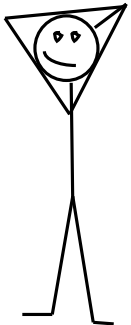
3. Bröst musklerna. Böj armarna i vinkel och dra bakåt. Tills skulderbladen tar emot varandra.



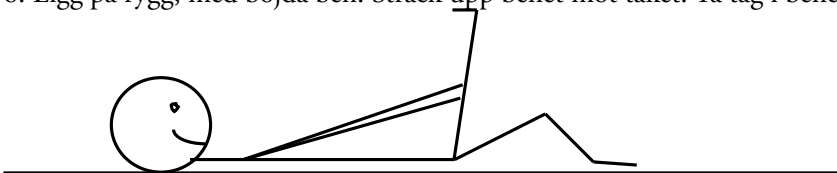
4. Bakre bröstmuskler. Knäpp händerna framför dig och vänd ut och in på dem och sträck framåt.



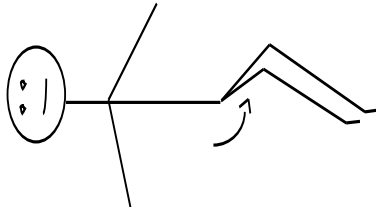
5. Baksidan av armarna. Lägg ena armen över huvudet, ta tag i armbågen med den andra handen och dra.



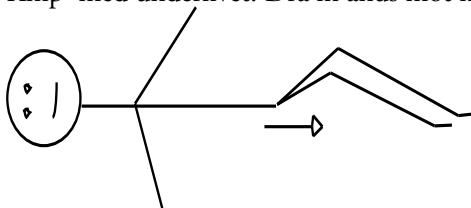
6. Ligg på rygg, med böjda ben. Sträck upp benet mot taket. Ta tag i benet ovanför knäet och sträck.



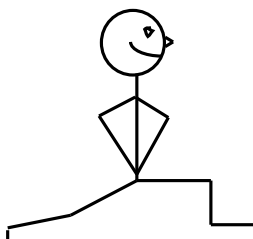
7. Ligg på rygg med böjda ben, lägg ut armarna på varsin sida om kroppen som ett kors. För knäna långsamt från sida till sida.



8. Bålen. Ligg på rygg på golvet med böjda ben. Lägg ut armarna på varsin sida om kroppen som ett kors. Knip med underlivet. Dra in anus mot naveln och håll i 5 sek. slappna av och dra in osv.



9. Höftböjaren, . Stå på knä och placera ena foten ett steg framför dig (foten ska vara framför knäet). Skjut fram höften tills du känner att det stretchar ordentligt i höftens framsida. Håll överkroppen upprätt hela tiden.



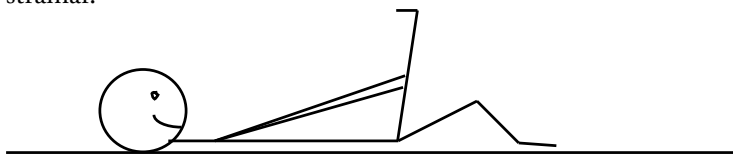
Uppvärmning inför racet

Uppvärmningsövningar inför träning eller tävling ca 15 min, så nära inpå som möjligt.

1. Skuggboxa, löpning eller hoppa hopprep i 5 min.

Resten av övningarna ca 30-45 sek per övning

2. Ligg på rygg med böjda ben. Ta tag med båda händerna strax under knäet och lyft upp benet så att det stramar.

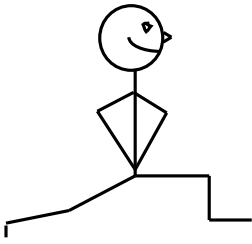


3. Ligg på rygg med böjda ben, lägg ut armarna som ett kors. För knäna långsamt från sida till sida.



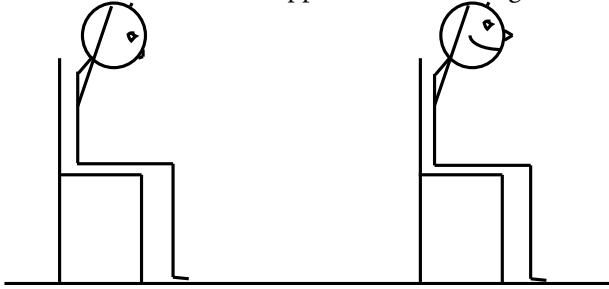
4. Ställ dig på alla fyra. Lyft upp armen följ med, med blicken. För ner armen så lång under magen till andra sidan som möjligt.

5. Höft böjaren . Stå på knä och placera ena foten ett steg framför dig (foten ska vara framför knäet). Skjut fram höften tills du känner att det stretchar ordentligt i höftens framsida. Håll överkroppen upprätt hela tiden.

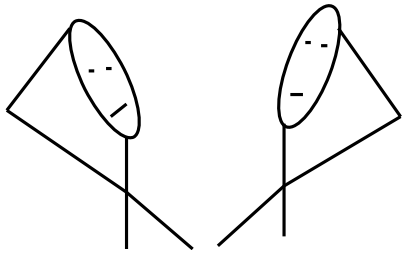


6. Pärönmuskeln, en stjärtmuskel som styr benens snabbhet. Ligg på rygg ta tag i smalbenet/foten och dra den mot magen/bröstatet.

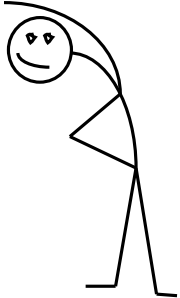
7. Nacken. Sitt på en bänk eller stol. Rak i ryggen. Dra in hakan, böj huvudet framåt och knäpp händerna bakom huvudet. Pressa upp huvudet samtidigt som du håller emot.



8. Nacken. Sitt på en bänk eller stol med rak rygg. Dra in hakan. böj nacken mot sidan, hjälp försiktigt i till med andra handen



9 Stretcha från sida till sida.



STYRKETRÄNING

STEG 1

Uppvärmning 10-15 minuter (löpning, rephoppning, etc.)

Rörlighetsträning	Set	Reps	Vikt
Utfallssteg	2	16 (8/ben)	
Knäböj	2	10	
Hamstring	2	8/ben	
Ben			
Utfallsgång	3	16 (8/ben)	
Bäckenlyft (Hamstrings)	3	10/ben	
Överkropp/mage			
Liggande rotationer	3	10+10	
Armhävning	3	10	
Stående Rodd	3	10	
Situps med pinne	3	15	
Core (med viktskiva)	1	15-30 sek/position	

STEG 2a

Uppvärmning 10-15 minuter (löpning, rephoppning, etc.)

Rörlighetsträning	Set	Reps	Vikt
Olympiskrörlighet	2	10	
Rotation	3	10/sida	
Ben			
Knäböj	3	8-10	
Marklyft (raka ben)	3	8-10	
Överkropp			
Bänkpress/armhävning	3	8-10	
Chins/Ryggdrag	3	max eller 8-10	
Rotationer med vikt	3	10+10	
Mage			
Rullningar	3	8	
Sidlyft	3	10/sida	
Situps med Pinne	3	15	
Core (med viktskiva)	1	30-45 sek/position	

STEG 2b

Uppvärmning 10-15 minuter (löpning, rephoppning, etc.)

Rörlighetsträning	Set	Reps	Vikt
Olympiskrörlighet	2	10	
Sidböjning	3	10/sida	
Ben			
Knäböj	3	8-10	
"Klockan"	3	24	
Bäckenlyft på plint	3	10/ben	
Överkropp			
Bänkpress/armhävning	3	8-10	
Framåt lutande Rodd	3	8-10	
Stående axelpress	3	8-10	
Mage/Rygg			
Rullningar med fällkniv	3	8	
Joystick	3	10/sida	
Goodmorning	3	10	
Core (med viktskiva)	1	30-45 sek/position	

STEG 3a

Uppvärmning 10-15 minuter (löpning, rephoppning, etc.)

Rörlighetsträning	Set	Reps	Vikt
Olympiskrörlighet	3	10	
Rotationer	3	10/sida	
Hamstring	3	10/ben	
Ben			
Knäböj fram	3	8	
Utfallsgång med rotation	3	14 steg	
Bäckenlyft på plint	3	8-10/ben	
Överkropp			
Bänkpress		12,10,8,6,4,2	
Chins	4	max	
Hantelpress (axlar)	4	8	
Stående rodd	4	8	
Mage/rygg			
Marklyft	3	10	
Sidlyft med hantel	3	10/sida	
Joystick	3	10	
Core (med viktskiva)	1	45-60 sek position	

STEG 3b

Uppvärmning 10-15 minuter (löpning, rephoppning, etc.)

Rörlighetsträning	Set	Reps	Vikt
Olympiskrörlighet	3	10	
Sidböjning	3	10/sida	
Ben			
Knäböj	4	12,10,8,6,4,2	
Utfallsgång	4	14 steg	
Marklyft (raka ben)	3	8-10	
Överkropp			
Bänkprens (hantlar)	4	8	
Stående Rodd	4	8	
Alternerande hantelprens	3	8/arm	
Framåt lutande Rodd	3	8-10	
Mage/rygg			
Goodmorning	4	10	
Rullningar med fällkniv (vikt i händerna)	3	8	
Sidlyft med hantel	4	10/sida	
Core (med viktskiva)	1	45-60 sek position	

RÖRLIGHETSÖVNINGAR

Sidböjning



Rotation



Utfallssteg



Situps



Hamstring



BENÖVNINGAR

Utfallsgång



Knäböj



Utfallsgång från plint



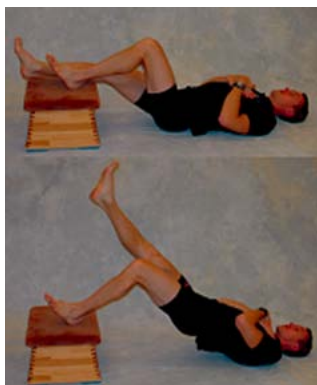
Knäböj med stängen fram



Komplexstyrkeövning med viktskiva



Bäckenlyft på plint



Marklyft med raka ben



Utfallgång med rotation



ÖVERKROPPSÖVNINGAR

Armhävning/push up



Bänkpress



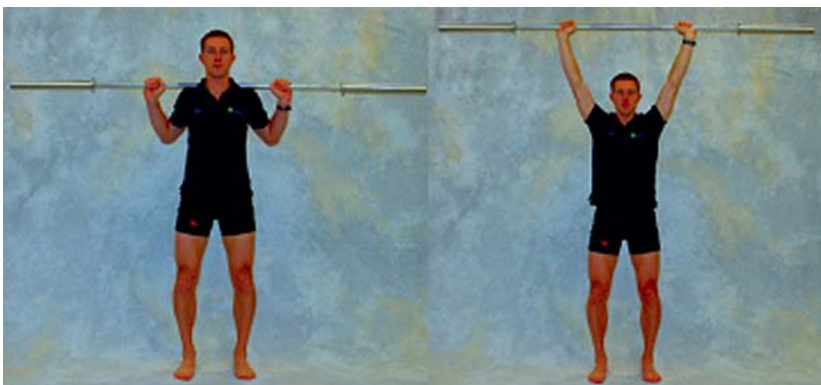
Bänkpress med hantlar



Liggande rotationer



Stående axelpress, bakom nacken



Stående hantelpress



Alternnerande hanrelpress



Stående rodd



Ryggdrag



Stående, framåt lutad, rodd



Chins/Lastdrag



MAGE/RYGG



Joystick



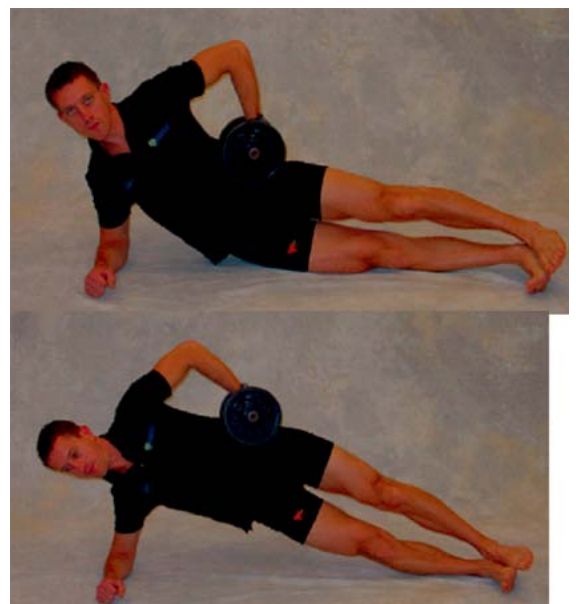
Goodmorning



Sidlyft



Sidlyft med hantel



Rullningar med "fällkniven"

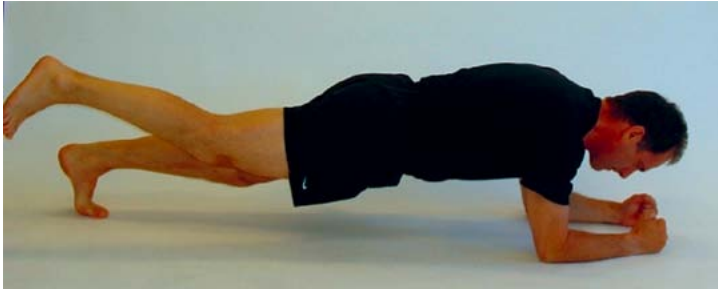


COREÖVNINGAR

Position 1 "Plankan"



Position 2 a + b höger resp. vänster ben



Position 3 a + b höger resp. vänster arm



Position 4 a + b "diagonalen" höger arm & vänster ben / vänster arm & höger ben



Position 5 a + b höger resp. vänster sida



Position 6 a + b höger resp vänster sida



OLYMPISK RÖRLIGHET





ALKOHOL, DOPING OCH DROGER

Författare: Förbundsläkare Jan Erik Berglund

Doping är fusk!

Det är lika bra att konstatera detta direkt. Nu är det så att Bilsporten genom åren har varit förskonade från dopingfall.

Ett fall uppmärksammades under föregående säsong inom motorsport. Det var när en motorcykelförare fångades i en dopingkontroll. Det är nog ingen som misstänker att den personen dopade sig i den meningen att höja prestationsförmågan. I hans fall visste han inte om att han åt dopingklassade mediciner. Äter man någon form av medicin måste man alltid kontrollera om det är klassat som doping.

Än viktigare idag är för de unga att låta bli kosttillskotten. När det gäller kosttillskott är det visat att i princip ingen behöver detta i Sverige idag.

Droger, ja, här gäller det att fundera lite på vad det innebär. Den kanske vanligaste drogen vi har i vårt samhälle, det är alkohol!

ALKOHOL

Alkohol är doping inom vår sport. Det är egentligen ganska naturligt, då ingen sätter sig bakom ratten efter att ha druckit. Det är också så att man ska vara medveten om hur alkohol förbränns i kroppen. Om du druckit alkohol under kvällen, före och kanske till och med fram till morgonen så är du inte nykter och "rattmässig", förrän efter flera timmar. Det är tyvärr några inom vår sport som bittert fått uppleva detta.

Det finns ingen metod att påverka förbränningen. Det är vetenskapligt bevisat. Detta till trots så finns det en hel del "huskurer", men det finns ingen som fungerar. Är man det minsta osäker så – avstå från bilkörning.

Vad som händer när man kör i berusat tillstånd eller för all del vid "bakfylla" är att de flesta av våra normala reaktioner är satta ur spel.

Vad är det som händer när man dricker alkohol? Dels så minskar hämningarna. Personen i onyktert tillstånd kanske tar risker som vederbörande inte skulle ha gjort i nyktert tillstånd. Självkritiken minskar och man blir störst, bäst och vackrast. Sedan så försämras omdömet. Det innebär i regel att en noggrant genomtänkt plan kanske inte blir så som den skulle ha blivit om personen varit nykter.

Dessutom kör man som den världsmästare man egentligen är! Detta får med all säkerhet mycket ödesdigra konsekvenser. De bedömningar som vi gör i stort sett varje dag blir, när alkohol finns med, helt orealistiska. Ser man till dessa konsekvenser av alkohol så begriper alla hur lite som stoppar oss från att ta bilen fast vi inte borde göra det.

Prestationsförmågan påverkas när man har druckit! Synförmågan påverkas redan vid 0,1 ‰ dvs. långt under den gräns som enligt lag är tillåten i Sverige, i Sverige tillåter vi 0,2 ‰. Reaktionsförmågan påverkas så att reaktionstiderna förlängs ordentligt. Att kunna koordinera sina rörelser i en tävlingsbil är mycket viktigt och denna förmåga försämras. Det går att mäta upp till 14 dagar efter det du har druckit alkohol. Tunnelseende utvecklas vilket innebär att bedömningen av omgivningen i trafik och tävlingsmiljö försämras. Bedömningen av kritiska situationer har vid praktiska körförsök visat sig nedsatta redan vid 0,2 – 0,3 ‰. Slutligen kan man konstatera att alkoholen påverkar vakenheten påtagligt. När det gäller att köra bil dagen efter så inverkar tröttheten mycket. Det kan påpekas ännu en gång att ingen metod eller medicin finns som kan påskynda alkoholens förbränning. Alkohol förbränns med ca 0,15 ‰/timme. Man beräknar att körförmågan är nedsatt till ca 20 % vid dagenefter- körning. En pilot som skall flyga måste enligt bestämmelserna avstå från alkohol minst åtta timmar innan flygning.

Är det värt detta? Som tävlingsförare så finns det all anledning att tänka efter före. Under tävlingsperioder så måste det vara lättare att helt avstå – det är ju det enda säkra.

Det finns några fakta runt alkohol och bilkörning, i Sverige, som ger lite att fundera på:

- Av förare som dog i en trafikolycka hade 29 % alkohol i kroppen!
- Var 60:e timme dödas någon till följd av rattfylleri!
- Var tredje personbilsförare som omkommer i trafiken har alkohol i kroppen!
- Problemet är störst bland unga. I singelolyckor med dödlig utgång i åldersgruppen 15-24 år har 60-70% alkohol i kroppen.

Inom Svensk Bilsport har vi en nolltolerans när det gäller alkohol. Alkohol är vidare enligt World AntiDopingAssociation (WADA) en förbjuden substans.

Sedan gäller det dig själv som förare och dina sponsorer! Hur är PR-värdet när det förknippas med rattfylleri? Det kan knappast stärka ditt varumärke!

DOPING

Att använda doping i vilken form det än må vara är fusk och dessutom ett lagbrott. När det gäller doping så måste vi skilja på vad som är Sveriges lag och som övervakas av polis och allmän åklagare. Den andra delen är vad idrottsrörelsen bestraffar utifrån Riksidrottsförbundets (RF) stadgar, vilka utgör grunden för antidopingarbetet.

När det gäller dopingklassade substanser är det enligt Sveriges lag (polisen) förbjudet att:

1. Införa i landet.
2. Överlåta – Sälja.
3. Tillverka.
4. Köpa åt någon annan.
5. Inneha.
6. Använda.

När det gäller Sveriges lag så är straffen välreglerade med böter eller fängelse i högst sex månader för ringa brott. För ett allvarigare dopingbrott är straffet fängelse i högst två år och slutligen vid grovt dopingbrott fängelse i sex månader upp till fyra år.

När vi ser på idrotten och doping så regleras detta av de stadgar som RF har fastlagt. Rättssäkerheten är också noggrant tillgodosedd för att ge den enskilde en rättvis bedömning.

Viktigt att komma ihåg är att dopinglagen sköts av polis/åklagare och RF:s stadgar sköts av idrotten. Detta innebär att man praktiskt sett kan få straff från två olika instanser.

RF har ingen skyldighet att polisanmäla, men alla bestraffningsbeslut offentliggörs. Utifrån dessa offentliggöranden så agerar åklagaren, detta har skett i några fall i Sverige.

Hur är det med ansvaret? Det är väl ändå ledarna, tränaren eller "Nån Annan"?

Nej, det är alltid **Du själv** som ansvarar för allt som Du stoppar i Dig!! Det finns **ingen möjlighet** att skylla på "Nån Annan".

Ett bra sätt att ta reda på vad som gäller och vad som är nytt är att gå in på RF:s hemsida: www.rf.se (sedan klickar du dig fram till Antidoping). Här finner du listorna med vad som är förbjudet. På hemsidan hittar du också den "Röda listan" som reglerar de läkemedel som vi har i Sverige och som är förbjudna vid träning respektive tävling.

Den vision som vi har i svensk idrott är att:

1. Vinnaren ska kunna glädja sig åt en **ärlig** seger.
2. Förloraren ska kunna känna sig trygg i att ha **förlorat i en ärlig kamp**.
3. Åskådaren ska vara säker på att **ingen tävlande har använt** förbjudna medel.

Inom RF:s organisation finns tre verksamheter som är viktiga i detta sammanhang, Dopingkommissionen, Dopingnämnden och Antidopinggruppen.

Dopingkommissionen består av flera jurister som är till för att garantera en god rättsäkerhet. Vidare beslutar kommissionen om dopingkontroller och regler. Kommissionen genomför alla anmälningar till bestraffning, oavsett specialidrottsförbund (SF). Dopingnämnden (DON) bestraffar alla, vilket ger en likartad bedömning och bestraffning. Överklagan av beslut i DON kan ske till Riksidrottsnämnden (RIN).

Antidopinggruppen är en enhet på RF:s kansli som bland annat styr var och när dopingkontroller skall ske, sköter kontroller beställda av specialidrottsförbund, föreningar och tävlingsarrangörer. Gruppen genomför nya regler och uppdaterar dopinglistan. Vidare handläggs bestraffningsärenden och dispensärenden.

Dopingens bestraffning kan sammanfattas:

- **Antidopinggruppen**
 - o Tar proverna
- **Dopingkommissionen**
 - o Anmäler
- **Dopingnämnden**
 - o Bestämmer straffet
- **Överklagande**
 - o RIN

Vilka kan bestraffas för doping?

Alla medlemmar på alla nivåer inom RF och alla idrottsutövare som representerar svensk idrottsorganisation (oavsett medlemskap). Dessutom gäller detta alla ledare, tränare instruktörer, funktionärer eller stödpersoner.

De olika substanserna och metoderna som är förbjudna, finns väl beskrivna på RF:s hemsida (www.rf.se).

Några exempel på sjukdomar som har medicinering som är värda att nämna är astma, diabetes och högt blodtryck. När det gäller astma så är både spray och kortison att betrakta som doping. Diabetesbehandling, i synnerhet vid typ I diabetes, är insulin vanligt, även detta är doping. Högt blodtryck, är kanske inte så vanligt bland unga, men många mediciner vid denna diagnos är dopingklassade.

Skall alla som behandlas med dessa mediciner uteslutas från idrott? Nej, naturligtvis inte! Här kommer ett dispensförfarande in i bilden. Varför skall man ha ett dispensförfarande? Jo, för att idrottsutövare, som av medicinska skäl måste använda dopingklassade läkemedel, ska kunna utöva sin idrott. I Sverige är det endast RF:s dopingkommission som kan bevilja en dispens. Alltså Svenska Bilsportförbundet (SBF) kan inte bevilja en dispens.

När det gäller internationella tävlingar på hög nivå så måste vi inom bilsporten, SBF, söka och få dispensen beviljad av FIA. Det allra viktigaste i detta sammanhang är att notera att det tar längre tid att få dessa dispenser. Se till att vara ute i god tid!

Hur man söker dispens i Sverige, finns beskrivet på RF:s hemsida (www.rf.se) på FIA:s hemsida finns ansökningshandling till FIA (www.fia.com) När det gäller dispenser inom Sverige så indelas SBF i två kategorier: hög och låg.

Hög nivå är alla som har internationell licens (FIA) samt även förare som ingår i JES-satsningen. Låg nivå är alltså övriga.

Dopingkontrollen

Dessa beslutas av dopingkommissionen och styrs av Antidopinggruppen på RF. De kan också beställas av klubbar och tävlingsarrangörer.

Dopingkontrollerna är mycket noggrant reglerade, för att inte det skall uppstå några möjligheter till tvivel. Läs om dopingkontrollen på RF:s hemsida.

Vilka är skyldiga att ställa upp på dopingkontroll?

Skyldighet att ställa upp på dopingkontroll

- Vem? ALLA idrottsutövare.
- När? ALLTID träning/tävling/annat tillfälle.
- Var? ÖVERALLT Sverige/utomlands.

Att vägra dopingkontroll eller att smita undan betraktas och bestraffas som ett positivt dopingprov! Det vill säga du betraktas som dopad.

För att undvika problem så måste du tänka igenom din situation.

1. Om du äter mediciner av något slag. Kontrollera på Röda listan.
2. Begär dispens om nödvändigt.
3. Var beredd på att du kan bli uttagen till dopingkontroll.

Vissa Individuella idrottare har skyldighet att lämna kontaktrapport varje månad och skall vara tillgänglig för dopingkontroll minst två tillfällen per vecka.

Är du en av dom? Kontrollera med ditt specialidrottsförbund (SBF).

Det är viktigt att alla idrottare tar det fulla ansvaret för vad man äter. När det gäller t.ex. naturmedel, naturläkemedel och mediciner som beskrivits innan.

Här vill vi speciellt avråda er från att köpa läkemedel, naturläkemedel eller naturmedel via nätet. De tabletter som du får är med största sannolikhet inte det du har beställt. Medicinerna från nätet har inte genomgått den kontroll som vi i Sverige kräver. Det kan finnas stor risk att du kan få skador för livet av dessa "läkemedel". Behöver du läkemedel, naturmedel eller naturläkemedel ska dessa köpas över disk i Sverige.

KOSTTILLSKOTT

Något som alltid är en källa till stor risk är kosttillskott. I kosttillskotten ingår tyvärr både förstadier till och även anabola steroider. Vissa kosttillskott är ”spetsade” med anabola steroider. Risken att fastna i en dopingkontroll är då stor. Flera idrottare har råkat ut för detta, med en viss ökning de senaste åren.

Mer utförligt om kosttillskott finns på RF:s hemsida.

Här kan Du läsa om hur Sveriges Olympiska kommitté ser på fenomenet kosttillskott.

När det gäller kosttillskott

Du - tar risken

Du - betalar priset

Du - betalar pengarna

Och Du - Mammans eller Pappas köttbullar - RÄCKER

LÅNGT!!



DROGER

När det gäller droger så kan vi konstatera att detta är något som du till varje pris skall undvika. Droger för inga positiva saker med sig. Det kan bara gå åt ett håll. Detsamma gäller även dopingmedel. Ofta blir det ena en inkörsport till det andra.

Sammanfattningsvis om alkohol, doping och droger:

- **Du** - får ta de medicinska konsekvenserna.
- **Du** - tappar i trovärdighet.
- **Du** - förlorar i Goodwill (PR).
- **Du** - måste förklara inför sponsorer.
- **Du** - förlorar sponsorer.
- **Du** - har ansvaret.
- **Är det värt detta??**

Tänk över detta och bilda dig en egen uppfattning. Se till att du tar ställning mot detta då kan du kanske påverka andra att sluta.

NUTRITION - MER ÄN NÄRING

Författare: Petra Lundström och Jörgen Tannerstedt

I stort sett allt det vi äter och dricker bryts ned till olika beståndsdelar, det kommer in i alla celler där det slutligen utövar en effekt på kroppen. Kostens betydelse för prestation är många gånger underskattad och det är lika viktigt med en koststrategi som att man har en träningsstrategi.

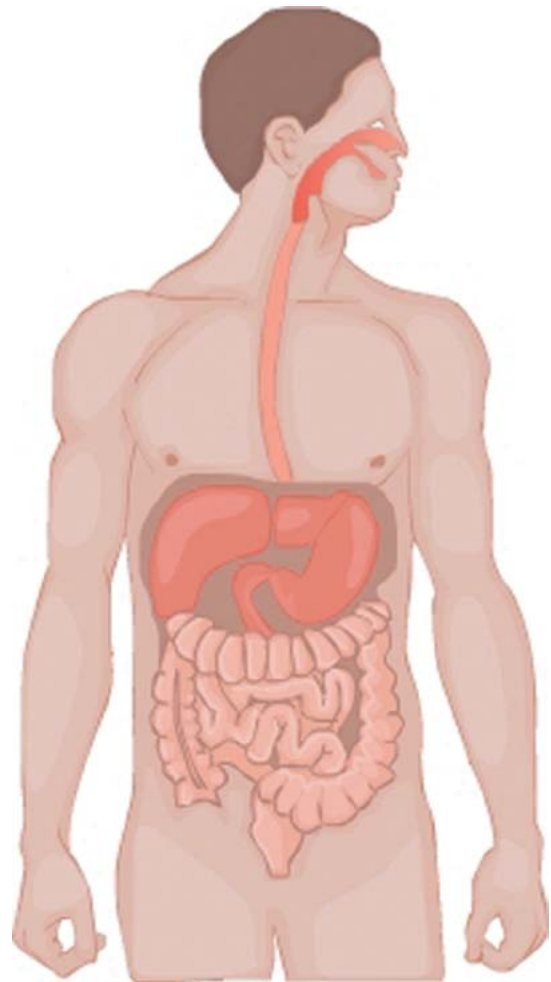
Kosten påverkar bland annat nervsystemet och immunförsvaret vilket i sin tur påverkar prestationen, både den fysiska och den psykiska. Ett otillräckligt kostintag kan medföra att man känner sig trött, arg, ledsen, irriterad och omotiverad. Det i sin tur påverkar både den fysiska och mentala förmågan negativt.

DIGESTION - Nedbrytning av maten

Digestion är nedbrytningen av maten och det sker i framför allt i munhåla, matstrupe, magsäck och tunntarm. Innan kolhydrater, fetter och proteiner kan transporteras ut i blodet och användas av cellerna måste de brytas ned till glukos, fettsyror och aminosyror.

Det tar mellan 2-4 timmar att tömma magsäcken och antalet timmar beror på **sammansättningen** utav maten. Kolhydrater är lättast att bryta ned, därefter proteiner och sist kommer fett. Mättnadskänslan beror dels på hur man har satt ihop kosten och dels på mängden. En långsam magsäckstömning ger en långvarig mättnad.

Mag och tarmkanalen har ett eget nervsystem (enteriska nervsystemet) som står i kontakt med det centrala nervsystemet. Det gör att digestionen påverkas av matens utseende och smak samt hur vi mår när vi äter. För att kunna spjälka maten så effektivt som möjligt krävs blod i mag och tarmkanal och det innebär att man ska sitta ned i lugn och ro när man äter. Om man äter stående, gående, framför TV eller datorn omfördelas blodet från mag och tarm till skelettmusklerna. Det gör att man inte kan bryta ned maten lika effektivt och konsekvensen kan bli att magen känns uppblåst och man blir gasig. Dessutom fungerar inte mättnadssignalerna till hjärnan vilket gör att man kan känna sig mindre mätt något som i sin tur kan innebära att man kan äta mer än vad man behöver.



Energi och energiomsättning

För att våra celler ska fungera krävs energi som kommer från kolhydrater, fett och protein. Alla enskilda celler som bildar organ behöver energi för att fungera vilket är nödvändigt för att i slutändan kunna prestera. Energi bildas i cellerna från kolhydrater, fett och protein. En stor del av energin i kroppen förbrukas när cellerna sköter det vi kan likna vid tillverkning, sortering, postgång, intern och extern kommunikation, sophantering och för ett försvar mot yttre invasion av kroppen. Via maten får vi i oss kolhydrater som bryts ned till **glukos**, fett bryts ned till **fettsyror** och proteiner bryts ned till **aminosyror**, som bland annat kan omvandlas till glukos. Glukos och fettsyror transporteras in i mitokondrier där de används för att tillverka ATP (adenosintrifosfat). ATP används för att utföra arbete, ex en muskelsammandragning (kontraktion). Fungerar inte mitokondrierna kan inte energi bildas och arbete kan inte utföras. Det finns sjukdomar som leder till att mitokondrierna slutar att fungera. Sjukdomarna är dödliga eftersom ingenting kan fungera utan mitokondrier.

Metabolismen (ämnesomsättningen) delas in i **basal metabolism** vilket är ungefär 65 % av det dagliga energiintaget. Det är den mängd energi som krävs för att kunna upprätthålla organens och nervsystemets funktion. När vi bryter ned föda sker en värmeutveckling som kallas för **termogenesen**. Den är väldigt lite ca 5-10% av det dagliga intaget. Slutligen är det den **dagliga fysiska aktiviteten** som använder 30-35 % av det totala energiintaget. Det är omöjligt att känna till sin egen ämnesomsättning, man kan antingen mäta eller uppskatta den genom beräkningar. Muskelcellerna förbrukar mer energi jämfört med fettcellerna. Mängden muskelmassa påverkar den basala ämnesomsättningen genom att öka den jämfört med en liten mängd muskelmassa som inte har samma energibehov. Den **totala ämnesomsättningen per dygn** kan man påverka på två sätt; mängden muskelmassa som påverkar den **basala ämnesomsättningen** och nivån av daglig fysisk aktivitet som påverkar **den totala ämnesomsättningen**. En hög daglig fysisk aktivitetsnivå kräver mer energi jämfört med en stillasittande tillvaro. För att kunna prestera fysiskt är det viktigt att befinna sig i **energibalans**. Äter man mer eller mindre än vad behovet kräver, innebär det antingen positiv eller negativ energibalans och bägge påverkar prestation negativt.



Energibalansen påverkar:

- Prestationsförmåga
- Kroppssammansättning
- Hälsa
- Skadefrekvens
- Menstruation (könshormoner, både testosteron och östrogen)
- Tillväxt
- Immunförsvar

Konsekvensen av att äta för lite under en dag

- Låg tillgång på energi ökar frisättningen av stresshormoner. (bl.a kortisol och katekolaminer)
- Lågt blodglukos påverkar den mentala kapaciteten
- Nedbrytningen av muskelmassan ökar eftersom aminosyrorna används för att tillverka glukos
- Metabolismen sjunker (ämnesomsättningen)

Ovanstående medför att:

- **Prestationsförmågan minskar**

Långvarig energibrist



- Muskelstyrkan minskar
- Uthållighet försämras
- Maxhastighet sjunker
- Koordination försämras
- Blodvolym minskar
- Risken för skador ökar
- Risken för depression ökar
- Halten av könshormoner sjunker
- Kroppstemperaturen sjunker
- Försämrat immunförsvar
- Sämre kognitiv förmåga (minnes och problemlösningsförmåga)

KOLHYDRATER

Kolhydrater är den viktigaste energikällan och är ett samlingsnamn för olika sockerarter, stärkelse och kostfibrer. Dessa är ihopkopplade i mer eller mindre komplicerade strukturer. (Kallas för monosackarider, oligosackarider och polysackarider). Glukos (som är en monosackarid) finns både i maten och är den slutliga nedbrytningsprodukten av kolhydrater. När glukos kommer ut i blodet kallas det för blodglukos eller blodsocker.

Glukos tillverkas även i små mängder i levern. Bildandet av glukos kallas för glukoneogenesen (nysockerbildning). När två monosackarider kopplas samman bildas en disackarid och den vanligaste är den vi kallar "vanligt socker" Polysackarider kan innehålla tusentals monosackarider och de delas upp i digererbara (nedbrytningsbara) och icke digererbara. Det är endast de digererbara som kan användas som energikälla. Den viktigaste digererbara polysackariden är stärkelse som endast finns i vegetabiliska livsmedel. De icke digererbara kallas för kostfibrer och de beskrivs i Nordiska Näringsrekommendationer som "den rest av vegetabiliska livsmedel som inte bryts ner av matspjälkningsenzymer och som oförändrad når tjocktarmen".

Funktionen hos kolhydrater

Den viktigaste funktionen hos stärkelse och de olika sockerarterna är att fungera som energikälla. Vi kan inte lagra lika mycket av kolhydrater som vi kan lagra fett. En vältränad individ har lättare för att lagra glykogen i musklerna vilket är viktigt under fysisk aktivitet. Glykogenet bryts ned till glukos och används för att tillverka ATP. Kolhydrater är tillsammans med fett bränsle vid fysiska aktiviteter, men till skillnad från fett tar kolhydraterna slut och då klarar vi inte längre av att prestera optimalt.

Hur mycket kolhydrater behöver man per dag?

- Stillasittande 4-5 gram/kg/dag
- Lätt träning 5-7 gram/kg/dag
- Hård träning 1-2 h/dag 7-12 gram/kg/dag
- Extrem hård träning/tävling 10-12 gram/kg/dag
- Kostfiber 25-35 g/dag
- Socker <10 E%

Bra källor för kolhydrater är:

fullkornsbröd, gryn, gröt, müsli, mjöl, pasta, ris, potatis, bönor, grönsaker, frukter, ärtor och rotfrukter.



Vad är kolhydrater (KH)?

- > Söta - kallas även för sockerarter
- > Människans viktigaste energikälla
- > Utgör 1 kg av den totala kroppsvikten. 400g finns lagrat som glykogen i lever och muskel
- > Finns i arvsmassan
- > Ingår i bindväv, hud, ögats glaskropp samt i körtelsekret

Vissa organ kräver tillgång till kolhydrater i form av blodglukos(blodsocker)

- Hjärnan
- Njurarna
- Immunförsvaret



KOSTFIBRER

Trots att kostfibrer inte bryts ned påverkar de funktioner i kroppen på olika sätt. Det finns två typer av kostfibrer.

De **lösliga gelbildande** fibrerna har flera positiva effekter. Om det finns mycket av dem i maten töms magsäcken långsammare, digestionen (matsmältningen) tar längre tid vilket medför att blodsockerhöjningen blir långsammare och dessutom lägre. Dessutom fungerar de som näring till nyttiga bakterier i tarmen. Bland annat stärker de immunförsvaret och minskar risken för tarminfektioner. Nackdelen är att om man äter för mycket av kostfibrer kan det leda till magknip, gaser och uppblåst mage.

De **olösliga fibrerna** binder vatten vilket gör att konsistensen på avföringen blir mjukare och passagen går lättare vilket motverkar förstoppning.

Glykemiskt index

När kolhydraterna bryts ned till glukos skickas det ut från tarmen till blodet. Halten av blodglukos stiger vilket medför en frisättning av insulin från pankreas. (bukspottskörteln) Insulinets uppgift i det här sammanhanget är att transportera glukos till fett, lever och muskelceller. Glukos tas upp i cellerna och lagras som glykogen eller används direkt för att tillverka ATP. Insulin kommer samtidigt att medverka till att fettinlagringen ökar och fettförbränningen minskar. Begreppet GI är kopplat till endast kolhydrater. Det visar hur snabbt blodsockerhalten stiger efter ett intag av **ett** livsmedel som innehåller en bestämd mängd kolhydrater. Varje livsmedel får ett numeriskt värde som jämförs med vitt bröd, vars värde är 100. Ett GI på 70 och över betraktas som högt, GI under 55 betraktas som lågt. Teorin är att livsmedel med lågt GI ger en långsam höjning av blodsockret vilket ger en bättre mättnadskänsla. Det gör att man bättre kan kontrollera sötsug och förhindrar att man äter mer än vad man behöver. Livsmedel med högt GI ger en snabb höjning av blodsockret som följs av höga insulinnivåer. Resultatet blir att blodsockret sjunker snabbt och man kan till exempel känna; hunger, sug, trötthet eller irritation.

Är GI bra eller dåligt?

GI begreppet är kontroversiellt och anledningen är att det inte tar hänsyn till det totala innehållet av kolhydrater i en måltid. Det gör däremot Glykemisk belastning (GL) som är ett värde på den mängden kolhydrater i en portion, $GI / 100 \times \text{gram kolhydrater per portion} = GL$.

Ett GL på 10 är lågt, 11-19 är medel och 20 är högt.

Ett livsmedel med högt GI kan i en portion ha ett lågt GL. Morötter har ett GI på 92 men i en portion får de ett lågt GL.

Fördelar med lågt GI

- Är mer smakrik
- Ger bra mättnad
- Innehåller oftast mycket vitaminer och mineraler
- Förbättrar mag- och tarmkanalens funktion pga högt fiberinnehåll
- Fibrerna och bakterier i tarmen bildar fettsyror som är viktiga för hälsan
- Underlättar att hålla vikten, man kan undvika viktpendling

Nackdelar med lågt GI

- Idrottare med högt energibehov riskerar att få i sig för liten mängd energi eftersom livsmedel med lågt GI ofta har låg energitäthet men ger bra mättnad.
- Kan ge uppblåst och orolig mage



Snabb



Medel



Långsam

Mängden socker i några vanliga livsmedel

Skumgodis, 100 g 15 sockerbitar
Lakrits, 100 g 19 sockerbitar
Ljus choklad, 100 g 40 sockerbitar
Kexchoklad, 100 g 29 sockerbitar
Popcorn, 100 g 0 sockerbitar
Gräddglass, 1½ dl 2 sockerbitar
Dajmstrut, 1 st. 6 sockerbitar
Läsk, 33 cl 10 sockerbitar
Festis, 60 cl 15-20 sockerbitar (beroende på smak)
O'boy, i glas 6 sockerbitar
Ketchup, 2 msk 13 sockerbitar
Start müsli, 100 g 7 sockerbitar



FETT

Fett mer än energi

Fett (lipider) är en energikälla men har även andra viktiga funktioner i kroppen och hjärnan. Förenklat delas fett in i enkelomättat fett, fleromättat fett och mättat fett. Indelningen av namn är kopplat till fettsyornas utseende och det betyder att, beroende på hur de ser ut, har de olika funktioner i kroppen. Fettet lagras främst i våra fettceller men det finns även ett lite lager av fett i lever och i muskler. Under dygnet utnyttjas fettlagret för att tillverka energi. Förmågan att utnyttja fett beror på flera faktorer; mitokondriernas storlek och kapacitet, mängden fett man äter, kostens sammansättning och typen av fysisk aktivitet. En uthållighetsidrottare är bättre på att använda fett jämfört med en kortdistanslöpare. Fettet i kroppen är ett organ som tillverkar och utsöndrar leptin som är ett hormon vilket påverkar olika funktioner. Till exempel styrs långsiktigt mängden mat man äter utifrån den mängd kroppsfett individen har. Hjärnan består till ca 70 % av fett, fettet i kroppen fungerar som stötdämpare åt de inre organen och fett skyddar mot kyla. Under hälen, i ögonhålor och i handflator finns fettkuddar. Fett är viktigt för upptaget av fettlösliga vitaminer och ett lågt intag kan medföra att man får brist utav dessa. Både ett för högt eller lågt fettintag få negativa konsekvenser för hälsan och prestationsförmågan.

Fett är bra för:

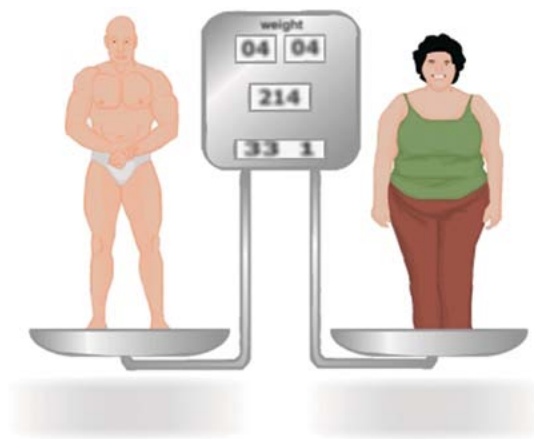
- Signalsubstanser och hormoner
- Behövs för hjärnans och nervernas funktioner
- Krävs för upptaget av fettlösliga vitaminer **A D E K**
- Ger bra mättnadseffekt

Praktiska råd – fett

- > Ca 25-35 % av det totala dagsintaget. Motsvarar ungefär den mängd energi som blir över när man har försatt sig med kolhydrater och protein efter sitt behov.
- > Idrottare med högt energibehov bör ligga vid den övre gränsen för att täcka sitt energibehov
- > Idrottare med lågt energibehov kan ligga på den nedre gränsen för att ge plats åt mer kolhydrater i kosten
- > Enkelomättade fetter rekommenderat dagligt intag 10-15 % av det totala dagsintaget
- Finns i; olivolja, rapsolja och avokado
- > Omega-3, rekommenderat dagligt intag 2-3% av det totala dagsintaget
- Finns i; fet fisk, linfröolja, valnötter
- > Omega-6, rekommenderat dagligt intag 6-7 % av det totala dagsintaget
- Finns i; majsolja, solrosolja, druvkärneolja och rapsolja
- > Mättat fett < 10 % av det totala dagsintaget
- Finns i; animaliska livsmedel
- > Transfetter – bör undvikas
- > Ett intag av totalt 3000 kcal per dag inkluderar ca 117 gram fett

Kroppssammansättningen

Man kan inte bedöma en persons kroppssammansättning genom att betrakta någon från utsidan. En smal person kan till exempel ha en mycket liten mängd muskelmassa och en stor mängd fett. Sammansättningen delas in i fett, muskler och ben. Det finns olika metoder att mäta sammansättningen, och alla har sina för- och nackdelar. Det är viktigt att vara medveten om att olika metoder inte kan jämföras med varandra rakt av, resultatet kan påverkas av vilken metod man använt. Dessutom måste man vara extra försiktig med tonåringar eftersom förhållandet mellan muskelmassa och fett delvis är beroende av könshormoner. Mängden kroppsfett oavsett om den är liten eller för stor har en negativ effekt på olika funktioner som i sin tur påverkar prestationen. Body mass index BMI används som ett mått på om man är normal-, över eller underviktig. BMI ger ingen information om kroppssammansättningen och är inte särskilt användbart på individnivå för att avgöra om man är överviktig eller underviktig.



Essentiella fettsyror

Celler är omgivna av membran som till stor del består av fett. Typen av fett man får i sig via maten påverkar membranens utseende och funktion. De fleromättade fettsyrorna har ett krokigt utseende till skillnad från mättat fett som har ett rakt utseende. De fleromättade tar därför stor plats och gör att membranen blir mer genomsläppligt vilket påverkar ut och införseln av olika ämnen i en cell. De fleromättade fettsyrorna kan dessutom "sätta på eller stänga av" en del gener vilket i sin tur påverkar vilka proteiner som tillverkas.

Essentiellt innebär att vi måste tillföra ett ämne via kosten, vi kan inte tillverka det själva. Det finns essentiella fettsyror; omega-3 och omega-6. Vissa aminosyror är essentiella. Vitaminer och mineraler är essentiella

Transfetter

Färdigproducerade livsmedel kan innehålla något som kallas för transfetter. Det är en industriell behandling av fetter. På förpackningen i ingredienslistan kan det stå transfetter eller delvis härdat fett. Ett högt intag påverkar uppkomsten av bukfetma, hjärt och kärlsjukdomar och diabetes typ II.

Fett i samband med tävling

Eftersom det tar lång tid att bryta ned och transportera ut fett i blodet bör man undvika ett högt intag av fett inför tävling. Det kan leda till illamående och ont i magen.

Transfetter finns till exempel i:

- Kakor
- Godis
- Glass
- Pulversåser
- Friterade potatisprodukter
- Färdig mat
- Pulversoppor

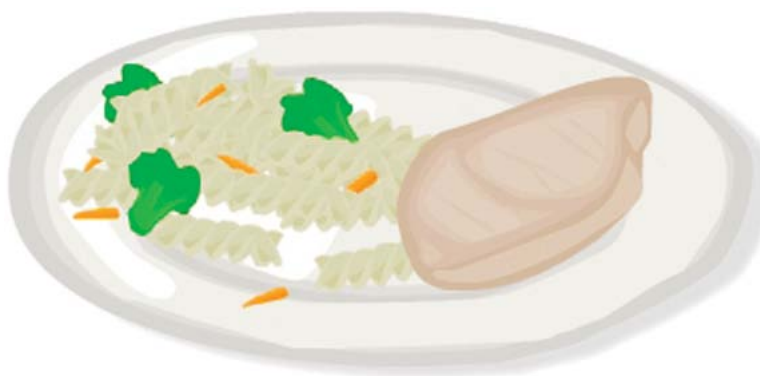


PROTEIN

För att musklerna och all annan vävnad ska kunna byggas och repareras behövs protein. Det är ett väldigt användbart ämne i kroppen och därför är det för värdefullt för att bara gå åt som energikälla. Proteinet kan inte lagras på samma sätt som kolhydrater och fett kan, därför måste vi fylla på med protein varje dag. Överskott av protein blir antingen till fett eller restprodukter. Det protein som är viktigt för oss är det så kallade högvärdiga proteinet. Det är protein som är likt vårt eget proteinmönster, som finns i kött, fågel, fisk, mjölk och ägg. I dessa finns bland annat åtta livsnödvändiga proteiner som kroppen inte kan producera själv. Dessa finns i stort sett bara i animaliska livsmedel, med undantag från majs, linser, ärtor, groddar och bönor. Så det går att leva helt vegetariskt och ändå få i sig detta, men man måste äta mer och orkar inte riktigt lika mycket. Det är därför det är viktigt att äta en varierad kost.

Här är en tabell på proteininnehållet hos några vanliga livsmedel

Pasta, 150 g okokt 7,2 gram
Potatis, 2 st. medelstora 3,1 gram
Ris, 150 g okokt 3,9 gram
Fläskfilé, 100 g 28,0 gram
Lövbiff, 100 g 29,0 gram
Torsk, 100 g 17,0 gram
Lax, 100 g 18,4 gram
Banan, 1 st. 1,0 gram
Äpple, 1 st. 0,4 gram
Ost, 1 skiva 2,8 gram
Ägg, 1 st. 6,9 gram
Havregryn, 1 dl 4,7 gram
Mjölk, 3 % 2 dl 6,8 gram



VITAMINER

Hippokrates rekommenderade lever för att bota nattblindhet. Han hade ingen aning om varför men vi vet att det är vitamin A och att det finns rikligt av det i lever. Med undantag för vitamin D kan vi inte själva tillverka vitaminer utan måste tillföra dem via kosten. Vitaminer delas in i fettlösliga; A, D, E, K och vattenlösliga B-komplex och C. De fettlösliga kan vi lagra och därför behöver vi inte tillföra dem dagligen. De fettlösliga vitaminerna ska man vara försiktig med och inte ta som ett tillskott på egen hand eftersom man kan ganska lätt komma upp i giftiga nivåer. Till exempel kan ett något ökat intag av vitamin A i bland leda till depression och benskörhet. Ett för högt intag av vitamin D ökar mängden kalcium in olika vävnader och det kan påverka den mentala funktionen negativt. De vattenlösliga vitaminerna är viktiga för en mängd olika funktioner, bland annat fungerar de som länkar och regulatorer i ett antal metabola reaktioner som frigör energin från maten. De vattenlösliga vitaminerna kan vi inte lagra i stora mängder och det är viktigt att få i sig dem regelbundet för att undvika låga nivåer av dem. Vitaminer och mineraler är livsnödvändiga och ett för lågt eller för högt intag får negativa till livsfarliga konsekvenser för individen.

MINERALER

Cirka 4 % av kroppens massa består av mineraler och de finns i enzymer, hormoner och vitaminer. Kalcium, fosfor och magnesium ger kroppen form och struktur genom att vara beståndsdelar i skelettet. Natrium, kalium, kalcium, magnesium och klor kan antingen vara positivt eller negativt laddade. De kallas då för joner och påverkar; nervsystemets funktion, regleringen av vätskemängd och pH. Zink är viktigt för sårhäkning och när informationen av cellernas DNA (generna) tolkas för att kunna tillverka proteiner. Jod ingår i en hormon som påverkar ämnesomsättningen. Järn används för framställning av energi. Järn krävs för att bilda ATP i mitokondrierna och för att transportera syre från lungorna till alla kroppens celler. Den vanligaste bristsjukdomen i Sverige är järnbrist. Högst risk för järnbrist har alla som har ett ökat behov; idrottare, barn, ungdomar och kvinnor. Symtom på järnbrist är håglöshet, trötthet och irritation. Men även immunförsvaret, den fysiska prestationsförmågan och inlärningsförmågan påverkas. Misstänker man att man har järnbrist måste man uppsöka läkare, man kan inte gissa sig till det.

Fria radikaler och antioxidanter

Fria radikaler och antioxidanter förekommer ofta i samband med hälsa och prestation. Radikaler är en atom eller vanligast ett molekyl som saknar en elektron i sitt yttersta skall. För att komma i "balans" så kan radikalerna sno elektroner från andra molekyler som då kan skadas och bli farliga för oss. Det antioxidanter gör är att ge bort en elektron till de radikalerna utan att de då själva bildar ngt farligt ämne. Antioxidanter säljs ofta med motivering att de förbättrar muskelfunktion, förhindrar cancer och en mängd andra sjukdomar. När ATP bildas i mitokondrierna bildas även fria radikaler som en biprodukt. De är instabila och vill reagera med olika komponenter i en cell för att öka sin egen stabilitet. De ger sig på fetter, proteiner och DNA och leder till något som kallas för oxidativ stress. När fria radikaler attackerar olika ämnen uppstår det skador av olika slag. Hur stora och svåra skadorna blir beror på vilka ämnen som står i vägen. Fettsyror med viktiga funktioner i cellernas membran är känsliga. Attacker på DNA kan ge skador som kontrollerar tillväxten av cellerna vilket kan medföra att tumörer bildas.

Fria radikaler framställs som onda och antioxidanter som goda, men fria radikaler är nödvändiga för att allt ska fungera. De behövs bland annat för glykogeninlagringen, för muskelns funktion och för cellernas kommunikation. Immunförsvaret bildar fria radikaler som fungerar som kemiska stridsvapen. De används för att bekämpa virus och bakterier och är helt nödvändiga för att immunförsvaret ska fungera. Fria radikaler balanseras med antioxidanter. Dels har vi endogena

(egentillverkade) antioxidativa system och dels får vi i oss antioxidanter via kosten. Våra egna antioxidativa system uppgraderas om det behövs men en stor del måste komma från maten. Frukt, bär, grönsaker, rotfrukter, nötter, mandlar och fullkornsprodukter är bra källor. Utöver vitaminer och mineraler finns det även andra ämnen i maten som har antioxidativ effekt. De mest kända är karotenoider, antocyaner, flavonoider och indoler. De förekommer framförallt i bär, frukt och grönsaker. Antioxidanter jobbar tillsammans, samverkar flera stycken samtidigt. Antioxidanter samarbetar med varandra. En antioxidant kan återanvända en förbrukad antioxidant. Tar man bara en och äter i stora doser skapar man en obalans eftersom de andra antioxidanterna inte ökat i samma utsträckning. Dessutom kan ett högt intag av antioxidanter hämma muskelns funktion. I samband med träning bör man undvika stora doser av antioxidanter. För att få i sig dem är det bästa sättet att äta så varierat som möjligt och anpassa sig till säsong. Risken att överdosera intaget via kosten är obefintligt.



VATTEN

Beroende på ålder, kön och kroppssammansättning består en individ av cirka 40-70 % vatten. Vatten utgör 65-75 % av muskeln totala vikt medan endast 50 % utgör fettets totala vikt. Kroppen består av två vätskerum; det som finns inne i cellerna (intracellulärt) och det som finns utanför cellerna (extracellulärt). Den dagliga omsättningen av vätska är relativt stabil över tid. En stillasittande person i en omgivning där temperatur är cirka 20 grader omsätter ungefär 2,5 liter vatten per dygn. En aktiv person i en omgivning med en temperatur som överstiger 25 grader kan göra av med mellan 5-10 liter per dygn. Källorna till vätska är vatten, mat och metabola processer.

Värme och vätska

Vätskebalansen är mycket viktig för att kunna prestera. Prestationen påverkas rejält om man förlorar 2 % av vätska vilket motsvarar 1,4 kg om man väger 70 kg. Vid fysisk aktivitet ökar vätskeförlusten eftersom svettning ökar, en varm och fuktig miljö ökar vätskeförlusterna ännu mer och förmågan till att kyla ned kroppen och hjärnan minskar. Dessutom medför en minskad plasmavolym minskat blodflöde till muskler och hjärta. Om hjärtat får för lite blod klarar det inte av att pumpa ut den mängd blod som behövs för att kunna prestera. Hjärtat försöker kompensera det genom att ökar antalet slag per minut och konsekvensen blir att prestationen sjunker.

Kläder och reglering av kroppstemperatur

Materialet i kläder är viktigt för att minska förlusten av vätska under hög omgivande temperatur. Bomull och linne absorberar snabbt fukt och blir blöta till skillnad från olika material som ”andas”. Effekten av syntetiska material som polypropen (Coolmax, Drylite) är att man får en hög fuktighet nära huden som hålls kvar vilket fördröjer förlusten av vätska via förångning. Dessutom blir den typen av material inte blött vilket minskar risken för nedkylning i kallt klimat. Starta alltid med välfyllda vätskedepåer och ersätt alltid vätskeförlust efter träning och tävling. Under hård fysisk aktivitet som överstiger 60 min är det viktigt att dricka. Den mängden vätska som de flesta brukar tolerera är 150-300 ml var 15-20 min. Spordryck är i sådana situationer ett utmärkt alternativ. Spordrycker har en sammansättning av glukos, fruktos och elektrolyter för att dels öka mängden tillgänglig energi och dels återställa vätskebalansen. Kolsyrade drycker rekommenderas **inte**.

Kyla och vätska

Träning i kallt klimat medför risk för stora förluster av vätska. En anledning är att kall luft innehåller avsevärt mindre fukt särskilt vid hög höjd. Förlusten av vätska via andningsvägarna kan därför bli ganska stor eftersom den inkommande luften måste värmas upp och fuktas. Kyla ökar även urinproduktionen vilket ytterligare ökar vätskeförlusten. En annan anledning till vätskeförlust är att man sätter på sig för mycket kläder vilket ökar svettningen. Alla de här faktorerna förvärras av att många undviker att dricka när det är kallt. Vid uthållighetsträning i kyla är det viktigt att börja väl hydrerad, att dricka under tiden om att vara noga med att dricka efter träning.

Funktioner hos vätska:

- Ger struktur och form till kropp och hjärna
- Lokal för olika enzymatiska och kemiska reaktioner
- Transportör av antikroppar, näringsämnen, syre, hormoner till kroppens vävnader
- Transportör av överskotts- och slaggprodukter
- Reglerar kroppstemperaturen

FAKTORER SOM PÅVERKAR VÄTSKEBALANSEN

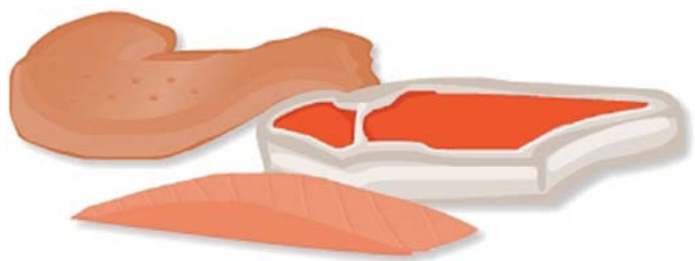
- Kroppsstorlek
- Kroppssammansättning
- Fysisk kondition
- Klimatet (luftfuktighet och temperatur)
- Aktivitetens längd och intensitet

Protein

Protein är organiska föreningar som finns i alla kroppens vävnader. Proteiner har en rad olika funktioner, allt ifrån att transportera syre till att fungera som hormon eller användas som energi. Överallt i kroppen där det sker en reaktion eller om något måste kontrolleras är proteiner involverade.

Proteiner är uppbyggda av en eller flera kedjor utav aminosyror som är proteinets minsta beståndsdel. Vilka aminosyror som ingår och i vilken ordning de sitter inuti kedjan gör att proteinet får en unik struktur och specifika egenskaper. I våra kroppspoteiner ingår 20st aminosyror varav 9 av dessa klassas som essentiella som vi inte kan tillverka själva utan vi måste få i oss dem genom kosten.

Protein får vi i oss framförallt när vi äter animaliska produkter som kött, fisk, fågel och mejeriprodukter men även från vegetabiliska produkter som baljväxter och nötter. När vi äter protein bryts de ner till aminosyror som kan tas upp och transporteras ut för att bygga upp nya proteiner någonstans i kroppen. Till skillnad mot fett och kolhydrater kan vi inte lagra några större mängder protein i kroppen vilket medför att vi behöver äta protein vid upprepade tillfällen under dagen.



Hur bra vi bryter ner proteinet och kan ta upp aminosyrorna påverkas av varifrån proteinet kommer. Kroppen har en bättre förmåga att bryta ner animaliskt protein än vegetabiliskt. Animaliskt protein har en större tillgänglighet och innehåller en större mängd essentiella aminosyror än vegetabiliskt protein. Vegetabiliskt

protein innehåller i regel även mindre av någon enskild essentiella aminosyror, vilket ställer större krav på planeringen av kostens sammansättning. Genom att kombinera flera olika vegetabiliska proteinkällor får man en komplettering och tillräckligt av samtliga essentiella aminosyror. För att kompensera för den sämre tillgängligheten av aminosyror från vegetabilier kan man om man följer en vegankost behöva öka på sitt proteinintag med ca 10 %.

Redan sedan antiken har idrottare förstått kopplingen mellan protein och prestation och framförallt inom kraftidrotter har man traditionellt konsumerat stora mängder protein. De senaste decenniernas forskning har konstaterat att en idrottare har ett ökat proteinbehov jämfört med en normalaktiv person. Vid träning ökar kroppens behov av aminosyror genom att vissa aminosyror används som energi under träningen. Ju högre intensitet man har i arbete desto mer aminosyror bryts ner till energi. Aminosyror behövs även för att stimulera nybildandet av protein och reparera skador på muskulaturen som uppstått under träningen.

Mängden protein man behöver äta under en dag för att kunna upprätthålla kroppens behov är 0,8g protein/kg kroppsvikt för en normalaktiv person enligt WHO. För en idrottare är behovet större och runt 1,2 – 2,0g/kg är den mängd protein som rekommenderas. För uthållighetsidrottare är rekommendationen upp till 1,5g/kg och för kraft- och styrkeidrottare 2,0g/kg. Ett ännu högre intag av protein än 2g/kg verkar inte ha någon ytterligare effekt på prestationen. Man har dock sett att i samband med viktminskning kan ett högre proteinintag, 2-3g/kg vara fördelaktigt för att bevara sin muskelmassa i så stor utsträckning som möjligt.

Tabell proteinbehov

Medelsvensson	0,8g/kg
Uthållighetsidrottare	1,5g/kg
Styrkeidrottare	2g/kg
Vid viktminskning	2-3g/kg

Att få i sig den mängd protein man behöver är för de flesta inget problem. I snitt äter en medelsvensson ca 1,2g/kg och täcker mer än väl upp det behov som finns. För idrottaren med ett större behov är det inte heller svårt att täcka det. Genom att en idrottare har ett större energibehov och äter mer mat, kommer man per automatik få i sig mer protein och med en normal varierad kost kommer relativt lätt upp till 2,0g/kg.

Det finns idag inget som tyder på att ett högt proteinintag är skadligt. I vissa sammanhang kan det förekomma uppgifter om att protein kan ge skador på njurarna och urkalkning av skelettet men det finns inget stöd för dessa påståenden. Hos individer med nedsatt njurfunktion är ett högt proteinintag skadligt men friska individer har en kraftig överkapacitet av njurarnas funktion och ett intag av protein upp till 2-3g/kg är ofarligt. Om man äter mer protein än vad kroppen behöver kommer överskottet att brytas ner och användas som energi.

Måltidsplanering

Oavsett om man tränar mycket eller lite måste man planera sina måltider. Det är viktigt att fördela antalet måltider jämt över dagen/kvällen. Frukost lunch och middag är huvudmål dessutom behövs mellanmål. Det bör gå minst två timmar efter att man har ätit ett huvudmål innan man tränar. Ett mellanmål bör man ta cirka en till en och en halv timme innan träning. Äter man lunch vid tolvtiden och tränar vid femtiden kräver det ett mellanmål innan träning. Resultatet av träningen beror på vad och när man äter både innan och efter (se återhämtning).

Måltidssammansättning

Det du alltid har fått höra är ingen myt. Frukosten ÄR det viktigaste målet på dagen. En stadig och bra frukost gör att du kan prestera mer både mentalt och fysiskt. En dålig frukost, till exempel en rostad macka med marmelad och kaffe, skjuter blodsockernivån högt i skyn, som sen sjunker ner till en nivå under den du hade innan frukosten. Om man ska träna på morgonen kan man ta en liten frukost innan träningen, så som en macka av grovbröd eller en frukt och dricka. Hoppas man över det blir inte träningen lika effektiv som den annars skulle ha varit. Efter träningen är det viktigt att äta en ordentlig frukost eller ett rejält återhämtningsmål. En bra frukost består av gröt på havregryn, råg eller grahamsgryn, sylt och mjölk. Eller fil/yoghurt med osockrad müsli och några grova smörgåsar med pålägg, frukt och dryck. Lunch och middag är

de andra två viktiga huvudmålen. Man kan äta både varma och kalla huvudmål men det är viktigt att dricka vatten eller mjölk till och gärna ta en macka eller två för att komplettera innehållet på kolhydrater.

Tallriksmodellen

Man behöver inte kolla näringsinnehållet och slå i tabeller för att få i sig det man borde. Tallriksmodellen är ett väldigt bra hjälpmedel för att komponera en måltid där man får i sig det man behöver.

Mellanmålen är till för att fylla på med näring, därför är det väldigt olika från person till person hur ofta och mycket man äter mellanmål. För någon som tränar mycket behövs påfyllning av glykos och näring innan varje träning, för normalaktiva kan det räcka med en frukt mellan måltiderna. Det man ska undvika är godis och kaffebröd, då dessa bara är tomma kalorier.

Mat och dryck före tävling

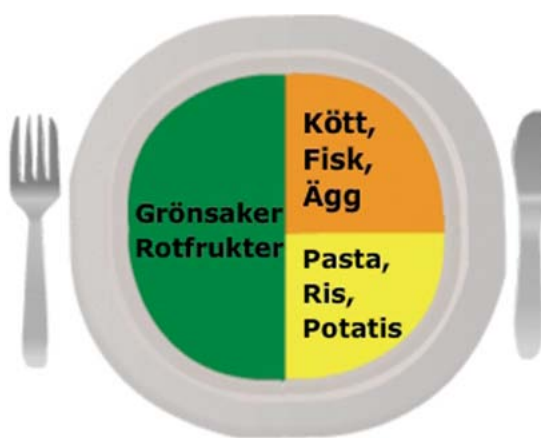
Innan ett träningspass är det viktigt att man fyller på med kolhydrater. Detta görs helst 1,5-2 timmar innan passet börjar, för att magen ska hinna bearbeta näringen. Om man äter mer än 4 timmar innan träningen, hinner blodsockernivån sjunka och man blir trött. Se till att dricka vatten ända fram till träningspassets början, under träningen kan man eventuellt fylla på med sportdryck. Under pauser mellan långa tävlingspass kan det vara bra att fylla på med lite matigare mellanmål med mycket kolhydrater och lite fett, såsom pastasallad till exempel. Är det bara kortare pauser tillförs kolhydraterna bäst genom dryck. Det är viktigt att maten man intar dagarna innan tävlingar/matcher inte innehåller så mycket fett eller fibrer. Dessa kan oroa en redan nervös mage. Undvik också sportdrycker precis innan uppvärmning, annars kan man få sockersvängningar. Med ett ordentligt kostförberedande klarar man en tävling på 1-1,5 timme utan att behöva fylla på med energi och med bra påfyllda vätskeförråd klarar man att arbeta intensivt i 45 minuter utan att tillföra extra vätska.

Mat och dryck under tävling

Tävlingar som är upp till 45 minuter kan man klara utan att fylla på med vätska och energi, men är det varmt och du svettas mycket så ska man dricka under tiden. Men tänk då på att dricka små klunkar ofta, en till två dl var 10-15 minut är lagom. Undvik att dricka kolsyrade drycker då dessa upprör magen. Det tar också lång tid för kroppen att ta upp kolhydraterna när de är omgivna av kolsyra. Finns det koffein i drycken också tar det ännu längre tid. Under tävlingar som pågår i mer än 60 minuter är sportdrycker att föredra. Allra bäst är det att tillföra den i början av tävlingen, och inte vänta på att blodsockernivån sjunkit. När man har många körtillfällen eller när man ska kvala vidare i turneringar kan man behöva tillföra energi och dryck mellan tävlingsomgångarna.



Tallrik för en aktiv



Tallrik för stillasittande

Här är lite tips på vad man kan äta och dricka:

20-30 minuters paus - vatten, sportdryck, fruktsoppa, ljust bröd, yoghurt

1 timmes paus - vatten, sportdryck, blåbärssoppa, nyponsoppa, ljust bröd, yoghurt med müsli, potatismos, mager soppa

2 timmars paus - vatten, sportdryck, gröt med sylt och mjölk, müsli med mjölk eller yoghurt, kokt ris med kokt fisk, ljust bröd, frukt

3 timmars paus - vatten, som ovan eller lagad mat. Men undvik hårt stekt kött, friterat, grovt bröd och stark kryddad mat.

Återhämtning

Efter aktivitet är kroppens alla förråd tömda och det är viktigt att fylla på allting så fort som möjligt efteråt. Slarvar man med detta kan det ta upp till tre dygn för kroppen att ta igen sig. Det är främst proteiner och snabba kolhydrater som man vill få i sig efter en aktivitet, dessa hjälper kroppen att reparera och bygga upp musklerna. Återhämtningsmålet kan bestå av yoghurt, mjölk eller ost, och ska helst intas inom en halvtimme efter avslutad träning eller tävling. Sedan ska man äta en ordentlig måltid som är mycket rik på kolhydrater, inom några timmar efter det. Vätskebalansen ska också få en chans att återställa sig efter ett fysiskt ansträngande pass. Drink först 5 dl direkt efter aktiviteten och därefter ca 1,5 dl varje kvart. Då får kroppen chansen att återställa sig och hinna ta tillvara på näringen.

Ett bra återhämtningsmål kan bestå av:

- Smoothie gjord på 2 dl mellanmjölk, 2 dl vaniljyoghurt, 1 dl jordgubbar, 1 msk druvsocker och 1 banan
- Mu Mjölk (mjölk med olika smaker) 4 dl + 2 bananer
- 4 dl fruktyoghurt + 1 dl russin

Sportdryck

1 liter vatten, 1 dl Semper energi (finns på apoteket), 2-3 msk Dextropur (finns i matvaruaffärer), 1-2 msk koncentrerad saft (för smakens skull), 1 krm salt.
Blanda och drick!

Sportdryck

* Ger ca 12 dl

* Ingredienser:

3-4 cm färsk ingefära, skalad och skivad, 1 liter vatten, 2 citroner, 1 dl pressad saft samt rivet skal, ½ dl honung, 1 tsk salt

* Tillagning

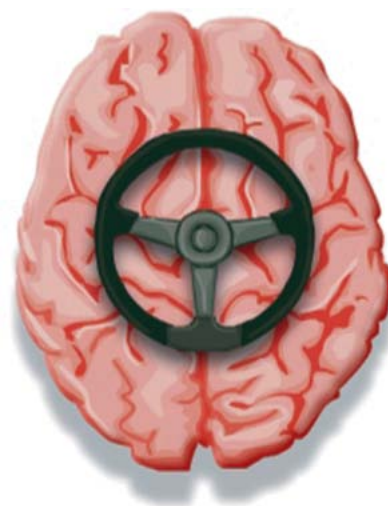
Skala och skiva ingefäran. Koka i vattnet cirka 15 minuter. Blanda i övriga ingredienser och kyl. Sila av citronskal och ingefära innan servering. Håller i kyl i minst en vecka.

MENTALTRÄNING

Författare: Åsa Gerdes

Den här Bokens första del är fylld med frågor som bara du kan svara på. Den andra delen finner du övningar på hur du kan öka din prestationsförmåga. Att vara bäst när det gäller.

Mentalträning är samlingsnamnet på olika strategier där de psykiska styrkorna inom människan står i centrum. Strategierna används i ett syfte att lära sig styra över sina egna tankar, tillstånd, känslor och handlingar. Träning bygger på människans fria vilja och förmåga till självkontroll. Att träna upp sin mentala teknik innebär en förbättrad självständighet och förmåga att ta ansvar för sig själv. Exempel på sådana mål kan handla om att höja sitt självförtroende.



De idrottare, team, organisationer och klubbar som lyckas har oftast ett antal framgångsnycklar på plats. Nyckelfaktorerna ingår i Kommunikologin, studien av och läran om dynamiken i kommunikation och förändring. Det är läran om det som är gemensamt i förändrings- och utvecklingsprocesser.

Viljan att vinna är inte lika viktig som viljan att förbereda sig för att vinna. Frågan är; har du viljan att förbereda dig för att vinna?

Vad får människan att prestera vad den vill? Har du funderat på vad prestation är för dig. Vad vill du nå? Det kan vara olika saker/mål över tid och var du befinner dig i livet. Du vet en massa saker som du borde göra och skillnaden mellan kunskap och kompetens är om du verkligen genomför det du har sagt att du vill.

Hur vet du om du har lyckats med det du vill. Och hur vet du det? Varje gång du sätter upp ett mål ska du kunna mäta resultatet. Det ska bli en skillnad.

Exempel, Jag sätter upp ett mål att jag ska ringa två sponsorkontakter i veckan. Det är lätt att mäta. Jag kan besvara frågan om jag nått mitt mål med ja eller nej.

Vilka är mina Intentioner/avsikter/förutsatser

Vet du varför du gör det du gör. Kan du ställa dig frågorna; leder det här jag gör nu, till de mål som jag har satt upp? Vart ska jag? Vad vill jag? Varför gör jag det jag gör? För vem gör jag det? Är det för att få status, ta revansch, visa pappa eller kanske någon annan. Varför håller jag på med det jag gör och vad är min drivkraft?

Vet du varför du håller på med det du gör? Då vet du oftast vad din drivkraft är. Vad som driver dig att gå ut och klara av din löparrunda även när det är kallt och regnigt. I ett team kan det finnas olika drivkrafter till varför du/ni gör det du/ni gör. Någon är med för att få meka med en tävlingsbil, någon kanske är med för gemenskapen osv. Det är viktigt att teamet vet varför teamet gör det, de gör och att ni tillsammans bestämmer varför ni är där. Målet behöver vara tillräckligt viktigt och ni bör veta vad det ska leda till.



När du vet vad du vill. Kan du checka av det.

Är drömmen/målet tillräckligt stark?

Är det tillräckligt viktigt?

Är det värt det?

Har jag verkligen viljan att göra det?

Kan du besvara alla frågorna med ett JA. Då kan du ta dig igenom den jobbiga perioden som blir när det går neråt på grund av att du jobbar med förändring som ska leda till en förbättring på sikt. T ex lära sig att bromsa med både höger och vänster fot.

VÄRDEGRUND

Är vad jag står för

Vad står du för? Om det ska bli sant hur ska du då vara?
Uppfattar du dig själv som du vill, och uppfattar andra människor det så?
Hur vill du bli uppfattad – av konkurrenter, media och sponsorer? Vem vill du vara?

Det handlar om att skapa en medvetenhet hos dig själv. Det är först när du blir medveten om ditt beteende som du har en chans att förändra ditt beteende. Ofta är människor inte medvetna om sitt beteende. Det handlar om att kommunicera med sig själv och med andra för att synliggöra och skapa en medvetenhet om hur du beter dig.

Vilka valda sanningar råder i ditt team. Innan ni har bestämt tillsammans vad som gäller, då gäller allt. Det gäller att komma överens om vad som gäller i olika situationer och i just det här sammanhanget. Och du ska stämma av att det stämmer överens med din värdegrund/vad du står för.

Vem har bestämt vilka valda sanningar som gäller? Du matas med en massa sanningar, en del tar du med dig. Fundera på vilka valda sanningar som är bra för dig.

”Jag har mina fördomar/valda sanningar och dem bygger jag på mina erfarenheter. Jag kan bli medveten om vilka valda sanningar som jag har. Och fundera på vilka ska jag behålla och vilka ska jag packa ur.”

Vad har du i din rygg säck?
Ligger det rätt saker där för att du ska kunna prestera?
Vad vill du packa i/ut och är de rätt packade?

Om någon säger saker eller agerar på ett sätt som får dig att undra, kan du välja att tolka den personens agerande eller uttalande på ett positivt sätt eller ett negativt sätt. Ska du gissa vad personen har för avsikter, då ska du gissa på sådant som gör att du mår bra.

Istället för att tolka, att någon gör något som är negativt mot dig eller för någon annan, fråga vad personen tänker eller menar. När du gör/säger så där och så där. Hur tänker du då?

Samla på de valda sanningar som får dig att må bra och prestera väl.

En metafor;

Hemma inreder vi med saker som vi trivs med, saker som vi gillar. Men i vårt huvud inreder vi med en massa saker som vi inte gillar. Varför sparar vi inte bara på sådant vi gillar, på ”goa” saker som får oss att må bra.



TROVÄRDIGHET

Att vara trovärdig innebär att det du säger och det du gör hänger ihop. Om du säger ja till saker eller inte säger ja till det, vad får det för konsekvenser? Är du beredd på konsekvenserna? När ni/du bestämmer något, då ska det gälla för att skapa trovärdighet.

Har du din uppmärksamhet på det som du kan påverka eller det du inte kan påverka.

Vad du kan påverka, ex. din egen inställning, humöret, utrustning, val av handling. Det ger energi.

Vad du inte kan påverka ex. fel på domare, bilen, teamet, motståndaren mm. Det tar energi.

Du kan troligen inte vara i den goda cirkeln hela tiden. Ibland hamnar du i den negativa cirkeln och behöver gnälla av dig. Du kan ta makten över ditt tillstånd och skapa det tillstånd du vill ha och vara uppmärksam på det som du kan påverka.

Tydlighet, berätta och var tydlig med vad jag vill

När du/ni har bestämt att det är dit du/ni vill, gäller det att alla jobbar för att du/ni ska nå det.

Vad innebär det..? Det bestämmer du eller om det är ni, så bestämmer ni det tillsammans

Vad menar du/ni med det här..? Och i vilka situationer...?

För att du ska bli tydlig med vad du vill är det viktigt att aldrig sluta att diskutera och berätta. Det är viktigt att tala om hur du vill ha det. Frågan du kan ställa dig är: Går kommunikationen fram, har personen förstått det du vill? Tar du ansvar för att ta reda på att motparten har uppfattat det du vill? Eller utgår du ifrån att folk har uppfattat vad du sagt.

Jag och du

Säg jag när du menar jag, ordet man kan vara vem som helst. Om du använder ordet vi, bör du vara säker på att du talar för hela gruppen och att de står för vad du säger.

"Vi tycker"... har ni pratat om det här eller är det bara du som tycker så. Vad har du mandat att prata för?

Det kan finnas dem som alltid kör över andra genom att tycka och tänka för andra.

Ex. Du borde... (kanske du, säger till någon) hur vet du att det passar andra? Det kanske bara passar dig och vem har rätt att tala om för andra om vad den borde eller inte borde.

Du får lära dig själv istället vad du borde. Bli medveten om att du gör det här istället för det här. Exempel: Är jag medveten om att jag prioriterar mitt sociala liv, istället för att ringa mina sponsorer?

Du tar ansvar för det du kan, och skyller inte på alla andra. Du gör det du behöver göra. Vad får du energi av? Och vad gör du för att få input av det?

Du är den som presterar och tar ansvar för din prestation.

Du tänker och tycker för dig, och andra tänker och tycker för sig. Du ansvarar för dina tankar och andra för sina.

Självkänsla är hur du upplever dig själv, och ditt eget värde. Självkänsla är hur bra vi känner oss själva, och hur vi upplever det vi vet om oss själva. Känslan kommer inifrån.

Självförtroende har med din prestation och kompetens att göra, andra bedömer den och det kommer utifrån.

All utveckling kräver en inre motivation hos varje person. Om attitydbeteendet är negativt blir resultatet negativt. Motivation är en pusselbit för att lyckas. Det finns två sorters motivation.

Inifrån- din egen motivation, stimulans, din inre kraft blir din motor som motiverar dig.

Yttre motivation - beröm, uppskattning och mutor.

Båda ger energi. Dock är det den inre som är den viktigaste motorn. Den måste finnas där hela tiden för att du ska utvecklas. Beröm dig själv och se vad du har gjort. Det stärker dig i din roll och den du är.

RAMAR

Det finns olika ramar i livet som du befinner dig i. t.ex skolan, privatlivet, livet som förare/aktiv m.fl.

Vet du i vilken ram du är nu och vad som gäller för den.

Vilka ramar behöver du ha för att ha ett gott tillstånd. Har du rätt ramar för att förbereda dig för att vinna. Kartlägg det genom att ställa följande frågor; Hur ser mitt schema ut för dagen? Håller jag mig till det jag har planerat eller låter jag saker/personer störa mig Gör jag det jag ska och belönar mig själv efteråt med att fika eller något annat som jag tycker om. Gör jag det jag ska och har bestämt mig för att göra för att jag ska må bra och ha rätt tillstånd?



Var är du just nu i tankarna? Koncentrerar du dig på här och nu, eller på något annat? Fokuserar du dig på det du ska göra? Hur ska du göra för att komma in i det tillstånd du vill vara i? Vill du fokusera på det du kan påverka, eller det du inte kan påverka?

Hur gör du för att komma in i ramen? Tala om för hjärnan vad det är som gäller just nu. Har du begränsat med tid, gäller det att fokusera här och nu. Inga problem får följa med när du ska prestera. Du får inte kliva in i bilen förrän du har sorterat ut det som inte behöver vara med i bilen. Eller när du ska ringa till en sponsor, sortera först bort det som inte ska finnas där innan du tar telefonen.

Om du vet vilket tillstånd du behöver ha för att prestera som bäst. Behöver du veta hur du får tillgång till det tillståndet. Vad behöver du göra för att komma dit. Att få vinnartillståndet.

Hur når du dit.

FRÅN DÅ TILL NUTID

Vad tar du med dig till nästa tävling/träning från gången innan. Har du någon nytta av det tillståndet du hade då, har du nytta av det NU. Det kan hända något i en ram t.ex du är kär. Har du nytta av det i nästa ram, när du sitter i bilen och ska koncentrera dig på att köra tävlingen här och nu. Det som händer där och då kan du lämna utanför bilen och ta tag i det sedan, efter tävlingen/träningen.

Vissa saker skapar ”goa” tillstånd, ta med det tillståndet till här och nu. Vissa säger att man lär sig av sina misstag, andra att man lär av sina framgångar.

När du har gjort en bra prestation ska du belöna dig själv och spara på den ”goa” känslan. Fundera på vad finns det för ”goa” grejer du kan spara på för att plocka fram det när du behöver det. Spara på de bra resultaten och minns dem. Spela upp filmen i huvudet. Koppla ihop det med något, en gest, ett ljud, en bild som gör att du kan nå ditt vinnartillstånd på bråkdelen av en sekund och precis när du vill.

Personlig utveckling, Upplevelsen är lika viktig som prestationen

All utveckling kräver en inre motivation, checka med dig själv. Vilka är dina drivkrafter? Om du tänker att saker är möjliga att nå så har du större potential att påverka att det blir så. Det är svårt att förändra människors attityder. För att de ska förändras måste det skapas inifrån. Alltså en inre bild av förändring och viljan av att göra jobbet.

Hur når du dina intentioner/ditt tillstånd/dina mål?

Vilket beteende har du, vilka är dina valda sanningar, är du en vinnare - eller en loser?

Vad har du din uppmärksamhet på? Att du inte har råd, eller att du ännu inte vet hur du ska se till att du får råd!

När du som idrottare känner att du utvecklas, kan du koncentrera dig bättre, du får bättre självförtroende, eller kan hantera din tävlingsituation utan att bli alltför nervös. Då finns det goda förutsättningar för att uppleva glädje i din idrott. Den mentala träningen, det vill säga hur du hanterar och förstår dina känslor, tankar och hur de påverkar varandra har en given plats. Genom att träna hur du styr dina tankar och känslor mot det som är positivt ökar glädjen. Pressen kan du lära dig kontrollera och du presterar bättre och lättare.

Exempel: *Jag vet att jag kör bäst/ tränar bäst när jag är glad(rätt tillstånd), därför ser jag till att jag är glad(har rätt tillstånd) när jag ska träna eller tävla.*

När du utför en rörelse många gånger så att du inte behöver fundera på hur du utför den då är den automatiserad. Du kan då koppla bort det och koncentrerar dig på annat. Även beteende, tankar och känslor fungerar likadant. Du behöver träna dina tankar och det tillstånd du vill ha tills de är automatiserade så att du även i stressade situationer använder det inövade beteendet.

MÅL

Mina mål, Om du inte vet vart du är på väg någonstans kommer varje väg att ta dig ingenstans.

För att ta fram dina mål måste du ställa frågan till dig själv: Vad är jag bra på? Vad är mitt mål, vad vill jag uppnå? Välj ut ett område du vill förbättra, det ska vara framtidsorienterat. Beskriv hur du vill ha det och hur du vet att du har uppnått det. Vad behöver du göra för att komma dit? Vad ska till för att du ska göra en förändring?

Tre sorters mål

Känslomål; går inte att mäta i tid eller centimeter.

Du sätter upp mål för hur du vill känna/tillstånd du vill ha, inför och under din träning och tävling

Du mäter det genom att fråga dig själv, har jag gjort mitt bästa, är jag nöjd med min prestation

Resultatmål; Så här många pallplatser under säsongen, de här varvtiderna på den här banan. Att göra en viss tid på coopertesten och ett visst resultat i brutalbänken.

Prestationsmål; Du slår ditt person bästa, men det är bara relaterat till dig själv och dina egna prestationer. Även om du inte vinner är du en vinnare ändå för du har nått det målet du satte upp.

Du bör skilja på den du är, personen och det du gör, prestationen.

Att sätta mål

Det som är möjligt i tanken visar sig ofta vara möjligt även i verkligheten.

Alla människor ser framåt och fantasierar. Det är du som sätter upp dina fantasier till mål. Både mål som är nära och de som är längre bort. Lägg upp dem, rita eller skriv upp målen på en tidslinje, så de blir synliga. Målen bör vara utmanande och du ska uppleva att de är nåbara. De ska vara mätbara och du ska veta när du har nått ditt mål. Målen ska vara nedskrivna och du ska kunna berätta om dem. Det ska vara mål som du upplever är viktiga för dig. Det du gör, gör du bara för din egen skull, det är du som väljer.

Exempel

Har du ett mål att du ska ta tre pallplatser under kommande säsong. Behöver du ställa dig frågan. Vad är jag villig att jag göra för att nå dit. Väljer jag att med glädje fysträna 5 ggr/vecka, träna min mentala förmåga 4-5 ggr/veckan, för att kunna prestera så väl som jag förmår. Tar jag kontakt med så många sponsorer som det krävs för att ekonomin ska fungera. Eller kommer jag att helt lita på materialet/bilen och sedan skylla på den när jag inte lyckas nå mitt mål.

Så den magiska frågan är! Vad vill du uppnå...? Och hur vet du det? Är du beredd att göra jobbet?



Målbilder

Med målbilder menas inre bilder. De inre bilderna kan du justera och skapa så som du vill ha dem. Använd din fantasi. Se vilka färger, former, klarhet bilden har, är det en stillbild eller är den rörlig, hur stor är den? Var har du den placerad? Vad hör du för ljud? Vilka lukter känner du? Vad är det för känslor du känner när du ser det du ser.

Ha målbilderna tydliga för dig (se till att den inte blir en begränsning)

Var nöjd att du presterar det du presterar även om du inte vinner. Har du satt upp ett mål och når det, gläds med det.

Checka av regelbundet mot dina mål, är du på väg dit du vill?

Jag kan styra mina prestationsmål.

Jag kan inte styra vad andra presterar.

Presterar jag väl utifrån de förutsättningar jag har?

Skiljer jag på vad jag kan kontrollera och påverka och vad jag inte kan styra över.

Om inte bör du ändra i planeringen

Har du det tillståndet du vill ha? Du ska lära dig hålla reda på vilket läge/tillstånd du vill ha. Så att du bara kan köra, träna, tävla och vara utifrån det bästa läge du vill ha. Tillståndet ska du kunna ta fram på en bråkdel av en sekund.

Att vara perfekt

Försök att sätta dina nära mål "lagom" högt. Lär dig glädjas åt de små segrarna.

Fokusera mindre på resultatet och mer på glädjen i det du gör. Det är viktigt att du försöker sträva efter att känna dig nöjd med hur det har gått på träningen eller tävlingen. Hur har din prestation varit?

Träna på att göra målbilder

Se till att du är bekväm i en miljö som passar dig.

Ta några djupa andetag och känn hur hela kroppen slappnar av.

Föreställ dig i tanken att du är på banan.

Koncentrera dig på att använda ett sinne i taget.

Försök att få med så många detaljer som möjligt.

Hur ser banan ut framför dig, din bil, ditt team vilka färger finns, hur stor är bilden. Vad händer om du gör den större och ännu färggrannare.

Lyssna efter ljud, hur låter din bil, vad säger den du lyssnar på för att få goda råd?

Vad känner du för lukter?

Föreställ dig känslan i kroppen, när du sätter dig i bilen och spänner på dig ditt bälte. Fixar det sista och startar motorn och sätter händerna på ratten.

Du vet att du har förberett dig så bra som bara du kan.



Bilderna ska ha samma hastighet som i verkligheten, varken fortare eller långsammare.

Prova att göra detta under en kort stund. Lägg till ett sinne i taget. Träna att göra dem i olika miljöer.

Efter ett tag skapar du målbilder inte bara för att det är kul utan med olika syften för att förbättra din prestation inom olika områden.

En riktigt bra målbild ger dig rätt tillstånd. När du väl har tränat i dina målbilder blir dem lättare att plocka fram när du behöver tillståndet, även i stressiga situationer. Du ska kunna ta fram dem på en bråkdel av en sekund.

Att Hitta Tillståndet

Du styr dina tankar och kan välja att inte påverkas, du kan välja att det går lätt.

Tänk på en gång eller den gången när det gick som bäst och tillför den känslan här och nu, en gammal känsla. Du väljer själv i vilket sammanhang. Vad upplevde du då, finn känslan i kroppen. Var sitter den? Stanna i tillståndet. Fundera på vad det är du ser. Vad är det du hör, Vad är det du känner? Vill du förändra något i det du hör, I det du ser eller i det du känner? Upplev ditt tillstånd. Välj en gest, en trigger eller något som du gör med din kropp som ett ankare. Varje gång du gör denna gest eller rörelse så triggas du igång det valda tillståndet.

Hitta lösningarna i dig själv, inte i de yttre faktorerna

Utgå från att möjligheterna att prestera väl finns inom dig. Det får inte bli så att du hela tiden hittar yttre omständigheter att skylla på för att du har presterat dåligt. Vädret, bilen, banan, teamet, pappa/mamma.

Det konstiga är att ju mer du tränar ju mer tur har du!!

Bli medveten om vad som påverkar ditt tillstånd

Vilka valda sanningar har du?

Vad skyller du på?

Belöna dig själv

Sätt upp mål att nå längs vägen. Skriv in det i din årsplan

När du har sprungit löprundan får du göra det här

När disken är färdig så får du se på TV så här länge

När du har gjort din mentalträning så får du spela dator så här länge

Osv.

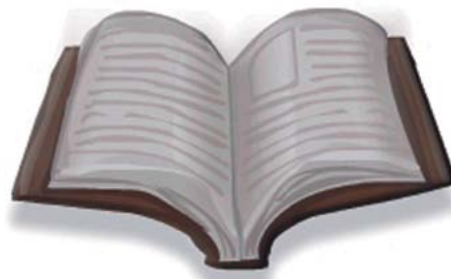


Skriv dagbok.

Att skriva dagbok är att lära sig beskriva sina egna tankar och känslor, det leder till ökad självkänedom.

Avsluta varje träningspass eller tävling och skriv ner och förstärk det som är positivt. Vad fungerade, vad hände, vad kände och vad lärde du dig.

Analysera även vad som behöver utvecklas eller förbättras.



Skriva/dokumentera

Varför lyckades jag vid det här tillfället (En vinnare är nyfiken på att veta)

Varför går det som det går?

Vad hände?

Vad kände jag?

Vad lärde jag mig?

Beskriv

Vad gör du, Varför gör du det du gör, Vad ska det tillfredställa?

Vad vill du, Gör du det du vill göra, Hur vet du det?

Frågan blir, varför gör du det inte det då!

Förstärk det positiva

Om du varje gång väljer att tolka dina prestationer som lyckade förenat med glädje kommer du att vilja fortsätta prestera och då ökar chansen att dina framtida prestationer blir både framgångsrika och du upplever dem som positiva.

Du vet varför du är här!

Du har arbetat hårt för det, du är precis så här bra, förmodligen bättre.

Framtiden i förväg

Beredskapsträning är ett sätt för mindre erfarna förare att skaffa sig erfarenhet innan det händer. Att tänka sig in i olika situationer och hur du reder ut dessa. Att vara väl förberedd, att hitta olika lösningar, är att inte läcka energi.

Framtiden har inte hänt men du gör det till ett minne och lägger upp det som om du redan har en erfarenhet.

Var förberedd på det oförutsägbara

Tänk på olika situationer som händer när det är tävlingsdags både troliga och otroliga. Fundera ut hur du vill lösa dem. Det kan handla om att vädret slår om, att du blir påkörd, bilen fungerar inte som det är tänkt, du hamnar i konflikt.

Tänkvärt

Tänk och prata som en vinnare
Gå, rör dig och uppträd som en vinnare
Lita på din kropp, låt kroppen utföra det du har tränat den till
Le när du känner dig nervös
Ta några djupa, långsamma andetag när du tappar koncentrationen

Inre dialog

Det går att lära sig att påverka det inre samtalet, den inre dialogen.
Du kan välja att alltid tänka positivt, även när det känns svårt.

Jag är startsnabb
Jag kör bäst på begagnade däck
Jag är en bra förare när det regnar
Jag klarar det här, det här kommer att gå bra
Jag är väl förberedd och kommer att göra det absolut bästa utifrån det material jag har
Jag känner mig starkare för varje gång som jag tränar och tävlar
Det är svårt att vinna mot mig
Jag har stort tålamod

Ge dig själv utmaningar som motiverar
Jag kommer att lyckas
Ge inte upp, du vet att du kan vinna
Fortsätter ni att jobba gör ni ett bra race
Du lär av dina framsteg och vill göra nya

Träna tankestopp och Positiva styrord

När det kommer negativa tankar, kan du i förväg har bestämt hur du ska stoppa dem. Bestäm vilka positiva ord du använder. De här orden har du förberett innan och övat på så de är automatiserade. På så sätt vänder du den negativa inre dialogen till en positiv och du presterar bättre.

Du kan skapa styrord för olika situationer.
Minska spänningen i kroppen... *lugn, coola ner*
Öka spänningen, adrenalinet... *öka, kom igen*
Öka koncentrationen... *Här och nu, fokusera*
Behålla självförtroendet... *jag är bäst, jag klarar det, jag har gjort detta förr*

Hitta rätt fokus, rätt tillstånd

Triggers, ritualer, gester. Det är med hjälp av dessa som du ser till att du har precis den koncentrationen, spänningen eller tillstånd du vill ha. Du kan bara vara bäst när det gäller, helt enkelt.
Det ska vara kopplat till kroppen. Det handlar om att du ska ha den rätta känslan, upplevelsen, tillståndet, koncentrationen precis när du behöver den och du ska snabbt, på en bråkdel av en sekund ta fram den igen.

Träna på att skapa rutiner och sätta ramar

Det är av stort värde att ha rutiner som mer eller mindre är automatiska. Det skapar trygghet och en känsla av rätt koncentration och du slösar inte onödig energi. Har du rutiner för ditt idrottande hanterar du förändringar lättare.

Skapa rutiner både när det gäller din fysiska träning och din mentala träning. Börja träna i din hemmiljö. Morgonrutinen innan du ska till skolan eller jobbet. Skriv ner den och gör likadant under en vecka. Notera vad du vill förändra för att den ska bli optimal.

Rutinen när du kommer hem från skolan/jobbet, notera den. Gör ett schema och följ det under en vecka. Notera vad du vill förändra för att det ska bli optimalt.

Rutiner vid tävling och träning.

Skapa rutiner runt din träning och ditt tävlande. Träna tävlingslikt, gör alla förberedelser tävlingslikt.

Var så förberedd att du bara kan slå på din autopiloten i alla situationer i tävlingen

Hur ser din rutin ut innan du linarup

Vill du skärma av dig inför att du ska prestera, kan du ta en handduk över huvudet, sätt dig för dig själv, låt ingen prata sönder dig innan du ska prestera, lyssna på musik eller vad som passar dig?
(Ta reda på vad musiken gör för dig, vilken musik som piggar upp dig, får dig att koncentrera dig, irriterar dig, får dig bli avslappnad osv.)

Hitta den rätta känslan, tillståndet och bilderna som gör att du kan optimera din prestation.

När du tycker att det du håller på med är roligt, går det oftast bättre och det känns lättare. Det går oftast bättre att hålla koncentrationen och rätt spänning i kroppen.

Se till att du har ett leende på läpparna och i ditt inre när du går till träning och tävling.

Hjälp din omgivning att känna glädje, prata positivt om din idrott, träning, team, ledare, tränare.

Du bestämmer själv vad du tycker och tänker om det du gör. Dina tankar påverkar dina känslor och din prestation. Om du låter glädjen ta utrymme ökar chansen till bra prestation.

Bryt en dålig situation

Skaffa er i teamet en gemensam, intränad signal eller ord som ni kan använda när ett samtal eller en situation håller på att spåra ur. När någon av er säger ordet eller gör gesten måste alla gå iväg till sin "ringhörna" och lugna ner sig.

Det kan ske med kombinationen av att vi ses om 10 min och löser det här. Den gemensamma signalen måste respekteras av alla och får inte missbrukas.

När det har gått bra

Skapa någon gest du gör när du upplever att det har gått bra. Det skapar ett gott tillstånd i kroppen och fyller på med positiva upplevelser.

Kontrollera din ilska

När du tappar fokus och koncentration för att du blir arg, ilsken eller besviken på domaren, tävlingsledaren, mekanikern, bilen, konkurrenterna. Tar det energi från din prestation och det gör att du presterar sämre.

Erkänn för dig själv att du är arg, ilsken besviken

Sätt ord på det. Känn efter vad du verkligen känner.

Tala om för dig hur situationen påverkar dig

Godta dina känslor

Lär dig förstå hur olika sätt att reagera och hantera din ilska påverkar dig och dina chanser att lyckas. Låt det gå en stund, få perspektiv på dina känslor. Fatta sedan ett beslut om hur du vill agera.



Mentala bilder och föreställningar

Välj ut ett område du vill förbättra/förändra

- Det ska vara framtidsorienterat
- Det ska vara mätbart
 - Vilka inre omständigheter ska vara uppfyllda
 - Vilka yttre omständigheter ska vara uppfyllda
- Sätt upp delmål

Målet ska vara i jag-form, alltså något du vill göra/uppnå.

Vad vill du vara när målet är uppnått och hur mäter du det?

Hur vet du när du har nått målet. Är det tillräckligt viktigt?

(Är det inte tillräckligt viktigt kommer du inte att lägga ner det arbetet som krävs för att nå ditt mål)

Föreställning

Föreställ dig och beskriv ett önskat tillstånd som du vill uppnå eller behålla

Vad ser du?

Vad hör du?

Vad känner du?

Vad känner du för lukter?

Hur är upplevelsen?

Använd fantasin, det kan vara ett tillstånd du faktiskt har upplevt eller ett du skulle vilja uppleva.

Öva – träna – Öva – träna – repetera, tills du genom att bara tänka på tillståndet kan få det precis när du själv önskar.

Välj ut vad du vill träna

När du kör ditt race/träning så kör du det på det sättet som du i förväg har bestämt dig för att köra det. Om det är något som inte fungerar, när du är ute och kör. Notera bara det och fortsätt gör det du gör. (försök inte justera under racet)

Efter tävlingen/träning ta upp det noterade som inte fungerade och bestämmer hur du vill ha det när det fungerar. Öva- träna- öva och när du upplever att det är så bra som du vill ha det så infogar du det i din körning

Två slutfrågor som är framtidsorienterade

I fall du redan visste att du var så bra/duktig som du ville vara, hur skulle det vara?

Vad har du gjort som möjliggjorde den framtid som du har uppnått?

James Milligans Positiv mind setting, att skapa rätt tillstånd.

Du bör ha samma tillstånd varje gång du kör. Ta reda på vilket tillstånd du behöver för att prestera som bäst.

Självförtroende – är att tro på dig själv.

Koncentration – är att ta bort allt som inte har med körningen att göra.

Systemet består av fokus, avslappning, tömma huvudet och hitta sitt bästa tillstånd.

Fokusera, ta ett djup andetag, slappna av, töm, rensa huvudet, ta bort alla tankar och skapa rätt tillstånd genom att tänka på din favoritbana. Kör ett varv, använd händerna och fötterna precis som om du körde. Känn hur det känns och upplev det.

Avslappning, sätt dig skönt, blunda om det passar dig, andas in genom näsan och ut genom munnen. 4 sek in- 4 sek ut. Böj upp fötterna, spänn dem och slappna av genom att andas ut. Fortsätt att spänna olika kroppsdelar när du andas in och spänn av när du andas ut. Ta i tur och ordning, lären, magen, axlarna, biceps och händerna.

Fortsätt med din kontrollerade andning.

Hitta en positiv tanke som gör dig glad. Tankar som får dig att prestera som bäst.

Hitta tanken, vad känner du, vad hör du, vad ser du.

Kontrollera din andning. Gå tillbaka till din favoritbana och gör nu ditt bästa varv hittills, slå rekord.

MARKNADSFÖRING

Författare: Rebecka Gabrielsson Medförfattare Åsa Gerdes

Metoder, teorier och verktyg

Tack vare den allt hårdnande konkurrensen inom idrottsvärlden har marknadsföring som ämne blivit allt viktigare. Det beror på att fler områden öppnats upp för konkurrens och det påverkar även idrottsvärlden. När konkurrensen ökar är det absolut nödvändigt att varje enskild aktör profilerar sig och lär känna sina styrkor och svagheter. För att göra det krävs analysverktyg och förståelse för de samband som skapar konkurrenskraft. Vi ska nu försöka, utan att göra anspråk på att fullständigt utreda begreppens härkomst och innebörd, bidra till en ökad kunskap om vad segmentering, positionering, konkurrensfördel, varumärkesstrategi, nätverk, sponsring kan stå för. Detta innebär att du kommer att få den grund i teorier och metoder i ämnet som krävs för att kunna gå från ord till handling.



Det finns många böcker i marknadsföring. Detta stycke är en liten överblick över fälten men ger en god grund att stå på, utan att för den skull vara enkel. Tanken är att få med det viktiga och grundläggande för att du ska nå dina mål i att marknadsföra dig själv som varumärke och produkt.

Marknadsföring i en konkurrensintensiv värld

För en bra marknadsföringsstrategi är det bra att ha kunskaper i marknadsföring och en bakgrunden till ämnet. Här ges en introduktion i historiken och framväxten och en samhällsbeskrivning där marknadsföraren skapar egna förutsättningar för sig själv för att utveckla marknadsföringserbjudanden. Denna grund är viktig att ha med sig för att få en full förståelse till varför det krävs ett hårt arbete. Nya förutsättningar uppstår konstant på en marknad med rivalitet. De medvetna konsumenterna ställer idag krav, för att göra intryck som blir avtryck krävs tid, slit och en strategi.

Varför marknadsföring och dess begrepp

Marknadsföring som begrepp kom in i samhället under första delen av 1900-talet. Före dess hade det inte funnits något direkt behov. Idag vet vi att världen ser annorlunda ut. Bruset av marknadsföring växer och det krävs fantasi, påhittighet och tillit för att komma igenom. Begrepp som effektiviserar och internationaliserar används inte bara av marknadsförare utan även av arkitekter, sjukgymnaster, politiker etc. När du väl lärt känna marknadsföringens begrepp kommer du upptäcka hur mycket lättare det är att greppa resonemang och kommunikation med marknadsförare. Segmentering och konkurrensfördelar och analyser får en ny och tydligare innebörd. Vissa ord är inte alls så krångliga eller hårda som de vid första antydning verkade, så som aggressiv och diskriminering. Vi ska nu inleda begreppsdefinitioner som är viktiga i din utveckling som marknadsförare.

Fem synsätt inom marketing management

Vi ska behandla fem synsätt på marknadsföring. Den tydligaste skiljelinjen mellan synsätten går mellan försäljningsfokus och marknadsföringsfokus. Det är här du ska börja tillämpa ett organiserat och långsiktigt marknadsföringsarbete och göra det till en anpassad del av din organisations kultur och prioriteringar. Skillnaden mellan försäljning och marknadsföring handlar ursprungligen om att sälja existerande produkter medan marknadsföring är en process för organisationen som handlar om att

- Analysera marknaden
- Förstå vad konsumenten vill ha
- Ta fram en produkt med en konkurrensfördel
- Sälja den till rätt kunder
- Bygga långsiktiga kundrelationer.

Försäljning ses ofta som en separat del i organisationen medan marknadsföring är en del av organisationens grundläggande idé

Som marknadsförare är du intresserad av de konsumenter som ännu inte är kunder. Konsument är individer som konsumerar, kunder är de som handlar. En marknadsförare tänker på potentiella eller tänkbara kunder. Men även de som aldrig kommer bli din kund måste du ta hänsyn till. Vi kommer till det lite senare i avsnittet om varumärkesstrategi.

Efterfrågan och utbud är centrala begrepp när det gäller att förstå marknader. När efterfrågan är större än utbudet finns ett efterfrågeöverskott och säljaren är i ett överläge. Detta fenomen är inte lika vanligt i dagens Sverige som för några decennier sedan. Idag är det mer vanligt med utbudsöverskott dvs. fler produkter till salu än det finns köpare. Här kan vi idag uppleva att sponsring och idrottens behov konkurrerar.

En modell är alltid en modell. Och utifrån det vet vi att många företag inte passar in i modellen. En modell är en teoretisk tillämpning som kan beskriva generella karaktärsdrag och hjälpa oss att analysera och förstå marknadsföringstänket. För varje steg finns problem och karaktärsdrag och med hjälp av modellen lär vi oss att förstå och utvecklas.

PRODUKTIONSFOKUS - bygger på antagande. Kunden väljer produkter som har hög tillgänglighet och lågt pris.

PRODUKTFOKUS - bygger på antagandet att kunder köper den produkt som erbjuder bäst kvalitet och prestanda.

Produktfokus kan leda till att SUBSTITUTPRODUKTER tar över ens potentiella kunder. Med det menas att konkurrenskraftiga alternativ som fyller samma grundläggande behov.

Produktfokus kan även leda till NÄRSYNTHEM. Man ser inte vad kunden egentligen efterfrågar, detta beror många gånger på en bristande omvärldsanalys. Hemläxan om konkurrenternas fördelar och nackdelar är bortglömd.

SÄLJFOKUS - nu fokuserar vi på försäljning och promotionsåtgärder såsom säljstöd och annonskampanjer. Detta synsätt används ofta på produkter som saknar automatisk efterfrågan. Fokuserar mer på säljningstransaktioner än på kundrelationer. Det medför risker. Fokuserar vi på att sälja det vi har snarare än att bygga upp en automatisk efterfrågan genom en attraktiv produkt, har vi valt att inte tänka långsiktigt. Denna modell och synsätt rekommenderas ej inom sponsring. Det kan innebära att kunder skräms bort och får en negativ bild av företaget och varumärket.

MARKNADSFÖRINGSFOKUS - bygger på synsättet att en organisation blir framgångsrik genom att förstå kunder behov och önskemål och på det sättet få en högre tillfredsställelse hos kunden än konkurrenterna. Kundorientering skapar alltså konkurrenskraft och lönsamhet.

SAMHÄLLSFÖRANKRAD MARKNADSFÖRING - handlar om att överbrygga den motsättning som finns mellan kortfristiga och långsiktiga mål. Att åka omkring i en bränsletörstig racingbil är exempel på en aktivitet som kan tillfredställa individen, men kan skapa en sämre levnadsmiljö i samhället. Det är din uppgift att överbrygga motsättningen genom ett ansvarsfullt agerande. CSR – Corporate Social Responsibility är ett område som får allt mer uppmärksamhet i samhället. Här har idrotten en viktig funktion att fylla. Företagets policys styr hur företag gör affärer, ställer krav på arbetsförhållanden, etc. Det finns ingen generell modell för samhällsansvar idag.

Hur arbetar du och din organisation med marknadsföring?
Nu kan du ställa dig frågan hur du vill arbeta med marknadsföring i din organisation. Fundera också på hur din organisation bör utveckla sitt förhållningsätt till marknadsföring

En konkurrensintensiv värld

Nu ska vi titta några karaktärsdrag i den konkurrensintensiva värld vi lever i. Dessa drag ska du ha med dig då det idag gäller att profilera dig och ditt erbjudande utifrån ökade kundkrav, ökat fokus på immateriella värden och en globalisering.

Konkurrensen medför nästintill per automatik att kunderna ställer högre krav. Detta sker tack vare det stora valutubudet och då upptäcker konsumenten även flera dimensioner av erbjudanden.

Konsumenten tar omedvetet saker för givet tills ett företag ändrar på branschlogiken och erbjuder något osjälvklart. Konsumenterna är mindre toleranta mot fel. Vilket ställer höga krav på dig som ska arbeta med sponsring. Tiden då vi kunde "lura" någon på pengar är förbi. Idag måste du vara mer bildad och kunnig än någonsin.



Marknadsanalys

Nu ska vi titta närmare på organisationens omvärld och de marknader du avser att verka på. Vi går igenom olika metoder och verktyg för att kunna analysera. Vikten att analysera omvärlden och marknaden understryks genom olika exempel som inte ägnat sig åt detta.

Alla verkar i ett sammanhang, i en omgivning. För att vara framgångsrik måste du ständigt uppmärksamma på vad som händer i din omgivning. Ju mer föränderlig omgivningen är desto viktigare är det att vara proaktiv. En proaktiv attityd innebär att förändringar, kostnadsnivåer och kundbeteenden ses som möjligheter snarare än problem. En proaktiv attityd innebär att man skapar sin egen tillvaro snarare än att bli ett offer för omständigheterna.

Marketing myopia

Granskar du inte omvärlden riskerar du att marketing myopia – närsynthet. Detta innebär att man är så fokuserad på det man gör och inte märker vad som händer i omvärlden. Denna ouppmärksamhet kan generera i att konkurrenter springer förbi dig och tar marknadsandelar. Vad kan gå snett? Organisationen satsar resurser på fel saker. Ex varför ta fram en bruksanvisningsbok på 1000 sidor när ingen läser den, räcker inte en 100 sidig bruksanvisningsbok?

Konsumentbeteende

Skaffa kunskap om dina konsumenters beteende och önsknings är ett kritiskt område för marknadsförare. Här krävs att man måste fundera över vilka kunder man vill ha, var finns de, hur ska man nå dem och på vilket sätt? Det kan låta lättare än vad det är i verkligheten. Vi ska nu försöka förstå konsumenternas överväganden, tankegångar och köpbeslut samt hur du kan påverka processen

Köpbeteende och köpprocessen

Här kommer nu att introduceras två modeller som är viktiga för att få en förståelse för konsumentbeteende. Att konsumenter köper, var och vad de köper kan vi ta reda på genom försäljningsdata och marknadsundersökningar. Men för att ta reda på varför de köper, då måste vi förstå hur han eller hon tänker. Den första, något förenklade modellen, lyfter fram köparens karaktär och beslutsprocess.

Marknadsföring o annan påverkan

Produkt
Plats
Pris
Påverkan



Köparens ”svarta låda”

Köparens karaktär

Köparens besluts-
process



Köparens respons

Val av produkt
Val av varumärke
Val av återförsäljare
Kptid
Köpbelopp

Denna tankekedja börjar med påverkan från vad som erbjuds. Därefter följs köparens svarta låda där köpslut fattas och valen tar form. ”Svarta lådan” heter den då beslutsprocessen inte är åtkomlig mer än att ta reda på vem konsumenten är och vad som påverkar. Här kommer flera steg in i svarta lådan som påverkar.

- Kultur, subkultur och socialgrupp
- Referensgruppen, familj, roll och status(referensgrupp är en grupp du bollar dina idéer med innan du använder idéerna)
- Ålder, generation, yrke, ekonomi, livsstil, personlighet, självbild
- Motivation, inlärning, övertygelse, attityd.

Läs in och lär dig om dig själv och det företag (person) du önskar ska bli din kund.

Typer av marknader

TYP AV MARKNAD	INTERNATIONELL BENÄMNING	TRANSAKTION
Industriell marknad	B2B	Organisation säljer till varandra
Konsumentmarknad	B2C	Organisation säljer till konsument
Privat marknad	C2C	Konsument till konsument
Konsument erbjuder tjänster o varor	C2B	Konsumenter säljer till organisationer.

Vilka skillnader är det mellan industriell och konsumentmarknad? Detta är viktigt att kunna då det påverkar ditt sätt att hantera de 4P som vi går igenom lite längre fram.

	Industriell marknad	Konsumentmarknad
Kund	Långvarig o komplex	Flyktig och enkla
Beslutsfattande	Flera individer o avdelningar	Hushåll fattar beslut själv
Pris	Anbud, professionell,	Listpris
Påverkan	Personlig försäljning	Annonser
Plats	Kedjor	Mellanhänder

Marketing management

Ett klassiskt begrepp som handlar om hur organisationen väljer målmarknader, tilltalar, rekryter och behåller kunder genom att ta fram konkurrensfördelar. För att kunna positionera sig och attrahera rätt kunder måste man överväga att segmentera marknaden samt arbeta aktivt med sitt varumärke. Vi talar även om de mer övergripande strategierna kring företagets roll och hur man kan profilera sig. Vi kommer lite längre fram beröra konkurrensstrategi och hur organisationen utvecklar sina konkurrensfördelar genom att förhålla sig till konkurrenter. Vi talar om positionering och avgränsningar eller segmenteringar där vi delar upp marknaden i olika målgrupper. Vi ska även gå igenom varumärkesstrategi, där det handlar om att bestämma inriktning på sitt varumärke och göra det attraktivt.

Konkurrens- och marknadsföringsstrategi

Konkurrensstrategi handlar om företagets övergripande inriktning så som varför vi har existensberättigande och vad vi har för konkurrensfördel. Varför väljer någon dig?

Framgången ligger i att ha en tydlig och genomtänkt konkurrensstrategi som utgångspunkt. Vilka är din målgrupp och vilket är budskapet. Strategin visar vad organisationen är bra på jämfört med andra. Detta sätt ger en vägledning i att bli mer konkurrenskraftig, resurseffektiv och attraktiv. När du hittar rätt sätt att använda kompetens och resurs på och vänder dig till rätt målgrupp, har du skapat det bästa av dina förutsättningar.

Konkurrensstrategin kommer till uttryck i varumärket, som utgör marknadsens uppfattning av företaget. Vi talar om varumärkesuttrycken så som synliga och osynliga aspekter. Synliga aspekter är logotyp, skyltar, annonser, och hur du exponerar dig. Osynliga aspekter är de attityder som du och din organisation ger ut till kunder. Otrevligt bemötande kan förstöra en konsuments positiva upplevelse av varumärket. Signaler som representanter av dig sänder ut ska överensstämma med varumärket annars kan förvirring kring dig som varumärke uppstå. Detta kräver att din organisation lär känna verksamhetsidé, identitet och uppsatta mål. Det ska finnas tydliga begränsningar i vad man kan uppnå så som att du saknar resurser och/eller kompetens

- 1) Strategisk planering: verksamhetsidé, identitet, resurser, styrkor, svagheter
- 2) Konkurrensstrategi
- 3) Portföljstrategi
- 4) Marknadsföringsstrategi: segmentering och positionering genom 4P

Affärspportföljen förändras och utvecklas över tiden. Här bestämmer du vad du bör satsa på och vilka engagemang som bör avveckla. Visionsarbete är ett annat sätt att bemöta affärspportföljen.

För varje del i affärspportföljen bör en marknadsföringsstrategi tas fram. Strategin bygger på att företag segmenterar och positionerar sig. Positioneringen sker genom 4P:

- Produkt
- Prissättning
- Plats
- Påverkan

Strategisk planering

Alla organisationer måste veta varför de finns och vilket sammanhang de ska verka i för att ha en långsiktig överlevnad och lönsamhet. Även för icke vinstdrivande organisationer är en tydlig inriktning A och O för välmående. I strategisk planering bestäms den övergripande inriktningen baserat på förutsättningarna och möjligheterna. Organisationen måste jämkas samman med marknaden. Ett viktigt verktyg för att göra detta är SWOT-analysen, som vi återkommer till alldeles strax.

Aktiviteter som ingår i strategisk planering är:

- 1) Målskrivning
- 2) Fastställa övergripande mål
- 3) Ta fram affärspportföljen

Därefter är det dags att arbeta och planera marknadsföringsstrategier för de respektive affärsområden.

Verksamhetsidé

Verksamhetsidé, affärsidé eller målskrivning är helt enkelt svar på frågor som varför finns du? Och varför vill någon satsa på dig? Det måste finnas minst ett starkt skäl för kunden att välja just dig och din organisation. Det finns goda skäl att regelbundet återvända till de grundläggande frågorna efter varje säsong eller period som avtal och kontrakt löper ut.

För att verksamhetsidén ska kunna fungera bör den uppfylla följande krav:

- Måste vara tydlig
 - Gör den känd för den egna organisationen
 - Den bör vara informativ gällande vad organisationen ska åstadkomma och för vem, den bör uttrycka konkurrensfördelarna som organisationen har
 - Den måste vara väl förankrad i alla led
 - Den bör vara marknadsorienterad, lyft fram vad organisationen har att erbjuda.
- Konsumenterna bör tilltalas av verksamhetsidén och den bör i sig skapa intresse

Studier visar att företag med en väl genomtänkt verksamhetsidé fungera bättre och är mer lönsam. Frågan kvarstår om organisationen speglar att man är en välskött organisation eller om verksamhetsidén har gjort organisationen framgångsrik?

Nu övergår idé mot mål.

Tillväxtmål de kommande fem åren är vårt mål att växa omsättningsmässigt med 20 %
Positioneringsmål vi vill profilera oss som ett mer välde signerat och exklusivt varumärke
Lönsamhetsmål vi ska öka vinsten med 10 % årligen under de kommande tre åren
Andra mål vi ska inte byta racingklass förrän vi kommit topp tre



Målen är en konkretisering eller en operationalisering av verksamhetsidén. Detta innebär dock inte att det är förbjudet att ändra längs med vägen. Förändringar är ett normaltillstånd.

Dock visar det sig att framgångsrika organisationer håller sig till en verksamhetsidé över tiden och sällan ändrar den särskilt mycket. Målen kan dock ändras beroende på vad som händer på marknaden.

SWOT-analys

Ett verktyg där nulägesanalys av organisationens styrkor och svagheter länkas till möjligheter och hot av omgivningen.

- Styrkor (strength, exempel; gott kontaktnät, kompetenta medarbetare
 - Svagheter (weaknesses) exempel; problem med åldersstrukturen, dålig lokalisering på gruppen
 - Möjligheter (opportunities) exempel; bra ny teknologi där vi ligger före konkurrenterna
 - Hot (threats) exempel; ökade kostnader slår hårt,
- Det är bra att engagera flera av organisationens medlemmar när man gör analysen. Ju fler som är med i processen desto större engagemang skapar det och det bli enklare när ord ska bli till handling. Fyra till fem insikter per kategori gör SWOT-analysen enklare att arbeta med.



Segmentering och positionering

Detta är två centrala begrepp inom marknadsföring. Segmentering innebär att konsumenter grupperas, ex bilfirmor, möbelföretag, affärsänglar etc. Positionering är ett aktivt arbete för att profilera varumärket, dig. Positioneringen speglar nyansskillnaderna mellan dig och dina konkurrenter. Dessa två begrepp kan användas tillsammans för att skapa väletablerade konkurrensfördelar.

Alla kan inte göra allt, därför är det viktigt att bestämma vem som gör vad och hur organisationen ska positionera sig. Detta handlar inte bara om vilka man kan nå utan även om dem man vill nå. Här är det jätteviktigt att du funderar på vad som är viktigt för dig och vad som kan vara viktigt för din kund och hur ni kan stärka varandras varumärke.

STP-processen

Segmentering

Targeting

Positionering

Tre aktiveringar för att bli framgångsrik:

- Segmentering handlar om identifikation
- Targeting handlar om att välja ut de man ska satsa på
- Positionering handlar om att aktivt skapa ett attraktivt sätt att nå grupperna på

Detta är en viktig process framför allt på marknader där utbudet är större än efterfrågan, många alternativ och intensiv konkurrens.

Varför segmentering

Ordet segmentering innebär indelning av marknaden. Man grupperar målgrupperna i behov och önskemål. Ex höginkomsttagare, företag med 10-25 anställda, bilfirmor etc. Syftet är att effektivisera marknadsföring och marknadskommunikation efter varje kund och tilltala det företaget man vill co-branda med. Det kan till och med handla om att utarbeta en social relation till kunden. Om kommunikationen är lika för alla kunder kommer genomslaget av marknadsföringen bli svagt, du bör inte bli för allmän i utan i den här processen måste du arbeta med att hitta balansgång mellan anpassat budskap för varje kund och hela marknaden. Gruppindelningen i segmenteringen bör uppvisa ett likartat köpbeteende. Blir segmenteringen för stor kan man tappa en del av grundtanken i processen. Blir segmenteringen för lite kan det "kosta mer än det smakar"

Targeting

Utifrån vad du kommer fram till i segmenteringen måste du nu fatta beslut om targeting. Det vill säga välja rätt målmarknader. Detta är steg två i STP-processen. För att säkerställa rätt och hög effektivitet i marknadsföringen bör segmenten vara:

- Distinkta
- Tillgängliga
- Lönsamma
- Mätbara

Tänk på att dina företag tänker på exakt samma sätt när de ska välja dig i sin marknadsföring. Här bör du kunna läsa på och förstå både din egen organisation och den organisation du vill få som kund. "I år ska vi samarbeta med alla Coop" "appel vänder sig till motorsporten" Detta förpliktigar mycket mer än vi kan föreställa oss och kräver stor förberedelse för organisationen.

Positionering

Nu är det dags för tredje steget i STP-processen. I positioneringen används olika verktyg för att särskilja vad organisationen erbjuder, 4P. 4P är produkt, pris, plats och påverkan. Positioneringen kräver långsiktigt varumärkestänkande. Positioneringen utgår och handlar om dina emotionella och rationella egenskaper. Hur kommuniceras du, hur förpackas du? Vad kostar du? Hur uppfattas du som varumärke? Vi återkommer längre fram med mer verktyg för att kunna svara på de frågorna. Här är det viktigt, mycket viktigt att förstå och göra sin hemläxa om konkurrenterna och deras erbjudanden. Ex. Toyota Prius är miljövänlig, Mercedes S-klass uppfattas som lyxig Audi S3 är sportig och Volvo är säker. Vilken positionering klarar du av att arbeta utifrån?

Varumärkesstrategi

Nu ska vi försöka förstå perspektiv och koppling mellan varumärke, konkurrensstrategi och kommunikationsstrategi. Vi lyfter fram varumärkets funktion som bas i diskussionen.

Kunskapen kring varumärken ökar och vi förstår mer hur varumärke fungerar och kan utvecklas. Här måste du arbeta hårt och medvetet för att lyckas som idrottsperson. Ett välprofilerat varumärke, ett starkt varumärke kan vara skillnaden mellan överlevnad på elitnivå eller ej.

Ofta förknippas varumärke med namn, beteckning, symbol och kombinationer. Med hjälp av dessa kan man definiera dig som vara och produkt och organisation. Med tiden kommer varumärket att bli mycket mer än så för dig, den kommer att bli din image och självkänsla vilket även blir en del av varumärkets egenskaper.

Starkt varumärke speglar många gånger en stark organisationsidentitet. Lika mycket som det visar vad du erbjuder visar det också vad du inte erbjuder. Ex Porsche är en snabb och sportig bil, men inte rymlig. När ett varumärke betonar en egenskap kan det även utesluta en annan egenskap. Detta är viktigt att komma ihåg och vara medveten om i sina val mot att bli en produkt. Ingen kan vara allt och därmed saknar ingen allt.

Varumärket har ett gott minne vilket betyder att individer kommer ihåg vad organisationen eller du har gjort. Denna uppfattning underskattas många gånger, trots att det påverkar ditt varumärke många gånger glöms det ofta bort i vardagen. Fundera på dina egna uppfattningar kring IKEA och Ingvar Kaprad.

Dimensionerna av varumärkets styrka och svagheter är viktigt att påpeka. Alla vill ha ett starkt varumärke eller vara förknippat med ett, men beroende på potentialen i din organisation bör du välja en grad av exklusivitet som går att följa och växa dig starkare successivt.

Starka varumärken bedöms utifrån längden av attraktivt produktsortiment. Budskapet ska efterlevas i verkligheten. Kontinuitet är ett annat viktigt ord i sammanhanget. Starka varumärken håller sig till grundläggande värden. Försök återspegla dig som produkt i marknadsföringssammanhang med verkligheten på och utanför ditt territorium. Starka varumärken har en någorlunda jämn efterfrågan. Styrkan i varumärket reflekteras i dina aktiviteter. Många vill förknippas med ett starkt varumärke. Och det blir enklare att dra till sig samarbetspartners. Här är det även viktigt att arbeta med de s.k. icke-kunderna, de som inte köper eller väljer att förknippas med dig, deras uppfattning och känsla får aldrig underskattas. Svaga varumärken är en spegelbild av det som utmärker ett starkt varumärke. Det betyder att vi många gånger måste sälja till ett lägre pris. Det mest övergripande kännetecknet av ett svagt varumärke är bristande struktur i marknadsföring, marknadskommunikation och distribution. Olika strategier och tomma ord håller inte utan skapar irritation och besvikelse. Tillslut kommer marknaden att ifrågasätta varumärkets existens och positionen på marknaden stagnerar.

Svaga varumärken har en mer osäker efterfrågan. Det är svårt att övertyga konsumenten om att köpa produkten när det enda skälet att välja samarbete med dig är ett lågt pris.

Varumärket som positioneringsverktyg

Detta är det viktigaste delen i varumärkesarbetet, att skapa och skapa positionering. Det går att positionera sig bara på egenskaper som ” snygg ” eller ” god kvalité ”, men för att arbeta långsiktigt och hållbart bör man basera säkerställningen på konkurrentanalysen. På så sätt kan du förhålla dig till konkurrenter och deras styrkor och svagheter och därefter positionera din egen konkurrensfördel. Det går inte nog att poängtera tydligheten i sitt varumärke genom information om rationella och emotionella egenskaper.



Varumärkets egenskaper

Egenskaper
Värderingar
Bugget el. Exklusiv

Varumärkets namn

Val av namn
Familjenamn
Produkt
Modifiera

Vem äger varumärket

Co-branding
Återförsäljare
Licensavtal

Utveckling

Utvidgning
Styrning

Co-branding - sponsring

Detta koncept innebär att två eller fler varumärken marknadsförs tillsammans. Syftet är att stärka flera varumärken tillsammans. Här gäller det att hitta liknande målgrupper och vara noggrann i sin segmentering. Vi talar om aktiv eller passiv co-branding. Aktiv co-branding sker nämligen & olofsen samarbetar med Audi. Ett exempel på passiv co-branding är om Saab säljs till Kia. Co-branding gäller även i regioner, ex Norrköping- Linköping. Detta är ett mycket effektivt sätt att profilera sig framgångsrik.

Vad är sponsring?

I dagens samhälle har det blivit allt viktigare för idrottsföreningar att få finansiärer utifrån. De ekonomiska kraven på klubbar och individer för att kunna överleva har på senare tid blivit större och därför utgör sponsring en allt större och viktigare del av idrottens ekonomi. För att ett hockeyslag ska få spela i elitserien måste en elitlicens uppfyllas. Elitlicensen innebär bestämmelser om att ett lag som sportsligt kvalificerat sig för elitserien därutöver ska uppfylla vissa angivna krav på ekonomisk stabilitet, god organisation, ungdomsverksamhet och arenakapacitet. Uppfylls inte elitlicensen får laget inte spela i högsta divisionen trots att klubben rent sportsligt skulle klara av detta.

Sponsringens utveckling gynnas i dag av att dagens företag inte längre kan konkurrera enbart med pris och produkt. För många företag är det viktigt att bygga upp ett gott förtroende med kunderna, kunna binda kunden till sin produkt. Det är här du som förare och varumärke kommer in i bilden. Du blir ett verktyg mellan företaget och dess kund. Du blir en av företagets fördelar gentemot dess konkurrenter. Detta är en viktig roll som är A och O för dig och din organisations framtid.

Vad är nyckeln

Forskning visar att det finns orsaker till varför någon vill co-branda eller sponsra. Att vara ett attraktivt sponsringsobjekt innebär att du har ett gott rykte både organisatorisk och sportsligt. Aktörerna inom din organisation uppfattas som väldigt trevliga och professionella. Den främsta orsaken till att företag vill sponsra är din organisation anses ha ett bra anseende och att inga skandaler förekommer inom organisationen.

Beroende på vilka mål och motiv företagen har med sponsringen ställer de olika krav på samarbetet. Det vanligaste motivet till sponsring är exponering av företagen. Alla undersökta företag vill förknippas med idrott som har ett gott rykte. Många företag vill samarbeta med idrotten då det gynnar samhället och dess invånare. Det framkommer tydligt att sponsorerna inte riskerar att skamfila sitt rykte genom till exempel dopingskandaler eller liknande skulle uppstå. De mindre företagen tenderar att tänka mer med hjärtat.



Sponsringens värde är olika för företagen. Värdet beror på företagets motiv, mål och krav med sponsringen. Sponsringen gör att ett företag kan ha en viss fördel gentemot en konkurrent i ett affärsutbyte. Sponsring bidrar även till att skapa positiva attityder om det egna företaget, att synas med idrottsföreningar ger mycket tillbaka. Att synas med ett väletablerat varumärke stärker hela organisationen och bidrar till att gemene man kan få en mer positiv bild av företaget. Skapandet av nätverk är den största fördelen med sponsringen enligt forskning. Sponsring är alltså inte att klistra en dekal på en bil eller låta någon annan betala får att man ska få utöva sin hobby. Sponsring är ett utbyte av tjänster. Det du erbjuder bör vara mer värt än det kostar för din sponsor. Sponsring är försäljning och den svåraste formen, då det handlar om uppsökande försäljning. Du måste ta de första kontakterna och driva hela processen.

Försäljning innebär att man erbjuder sina tilltänkta kunder en produkt. Produkten kan bestå av en vara eller en tjänst och det viktiga är att man i sitt erbjudande även uppger pris och leveranstid.

Produkten inom sponsring kan tex. bestå av följande:

- Man erbjuder exponering av företagets varor och tjänster
 - Man erbjuder företaget sina specialistkunskaper
 - Man erbjuder företaget sina kontakter, s k business-to-business
 - Man erbjuder företaget sina unika personliga egenskaper, t ex som vinnare eller som arrangör av något unikt.
- Priset för ditt sponsorpaket är inte vad du har för kostnader för ditt arrangemang där och då eller för en tävling. Sponsring är vad kunden tycker att det du erbjuder dem är värt i konkurrens med andra marknadsföringsåtgärder. I ditt sponsorpaket kan du addera bl a annonsering, mässor, tv-reklam och andra typer av marknadsföringsaktiviteter. Att skapa en sponsorprodukt är A o O i försäljningen. Det är otroligt viktigt att du genom skattemyndigheten tar reda på reglerna för sponsring just för din organisation och ditt företag. Var noga när du skriver fakturan så det blir rätt för dig och din kund från början. Leverans när det gäller sponsring är att du följer den överenskomna planen och gör det som du har åtagit dig inom givna tidsramar. Principen är att inte lova för mycket och att hålla det man har lovat.

När man tar fram sin produkt är det viktigt att man får fram en egen unik mix. De viktigaste ingredienserna i den "blandning" som man presenterar är att man:

- Har lyssnat på marknadens och sponsorernas önskemål.
- Har en egen idé som skiljer sig från andras.
- Har rätt typ av aktiviteter för den tilltänkta målgruppen.
- Har något som stämmer med de personliga egenskaper man representerar.

MARKETING MIX

Nu ska vi omsätta marknadsföringens principer till handling och operationalisera marknadsföringen. Här gäller det att arbeta målmedvetet och mycket aktivt skapa sin egen position.

4P – Produkt, Prissättning, Plats, Påverkan

Det är svårt att svara på frågan vilken som är viktigast. Men utan produkt blir marknadsföringen besvärlig eller nästintill omöjlig. Produkten måste vara attraktiv och ha konkurrensfördelar, unika egenskaper som konsumenterna uppfattar och ger mervärde.

Prissättningen kan ha flera strategier. Både på ett strategiskt plan och ett taktiskt plan. Här är det viktigt att känna sitt värde och vara beredd på att prissättningen kommer att ifrågasättas.

Plats handlar om hur du så kostnadseffektivt som möjligt ska få ut dig till dina konsumenter. Detta är ett avgörande moment för köparens intryck av dig som varumärke.

Påverkan är det fjärde P:et. Detta är en bred palett med olika kommunikationsmetoder som finns tillgängliga idag. Idag talar vi om budskap – brus och mottagare. Denna kommunikationsprocess är av stor vikt som kräver målsättningar och strategier. Det finns både planerad och oplanerad kommunikation och det är främst den planerade som du kan arbeta med, men även den oplanerade bör du vara medveten om. Det är här alla rykten sprids från konkurrenter, journalister, internetforum etc.

Marknadsmixen

Detta område utgörs av fem områden.

- Annonsering
- Personlig försäljning
- Säljstöd
- PR
- Direktmarknadsföring

Alla dessa kanaler är i hög grad möjliga och viktiga att planera för din organisation.

Annonsering i tidningar, magasin, tv, internet eller utomhusaffischering gör det möjligt att nå en geografisk spridning. Du måste veta varför du gör det och vad du vill uppnå. Här kan det vara av stor vikt att verka på flera fronter för att bygga varumärket och bygga ett namn och en stjärna.

Personlig försäljning ger en direktkontakt mellan säljaren och köpare vilket gör att frågetecken kan suddas ut direkt. Gillar man varandra är sannolikheten att en affär blir av större. Här har du som säljare en enorm och betydelsefull roll för att säljande delen av företaget, hitta nya kunder, kommunicera med marknaden, känna av, och smala in feedback, sälja och bygga relationer med kunder. Detta är en tuff och tidskrävande bit i marknadsföringen, men kanske den viktigaste.

Säljstöd skapar starka incitament. Tag 3 betala för 2 – dock kanske lite svårt i idrottsbranschen, men det finns effekter av detta och idéer man kan arbeta efter. Det handlar om att våga tänka utanför sin valda sanning och leta upp möjligheterna.

PR- public relations handlar om att få information att framstå som nyheter snarare än reklam. Det finns mer eller mindre sofistikerade metoder att nå ut med sitt varumärke. Det handlar om produktanseringar i olika former, sponsring, events etc.

Områden som faller under PR är:

- Relationer med press
- Produktpublicitet
- Relationer med samhället
- Lobbying
- Investeringsrelationer
- Relationer med potentiella givare

DM – direktmarknadsföring är en massmarknadsföring som används för att komma i kontakt med många konsumenter. Erbjudandet skräddarsys i brevutskick, e-postutskick telemarketing etc. Nackdelen är att konsumenter tröttnar lätt på det.

Varumärkesambassadör

Du kommer att vara en ambassadör, dels för någon annans varumärke genom co-branding och sponsring, hela din organisation är ambassadörer för ditt varumärke och givetvis är dina kunder ambassadörer för ditt varumärke. Just det ansvaret som din organisation har för ditt och andras varumärke är viktigt i hela förtroendeprocessen. Du måste samordna den kommunikativa effekten. Detta gäller särskilt när du arbetar med co-branding i kombination. Det är viktigt att du är tydlig och gör din organisation medveten om att ni behöver tänka annorlunda och skapa rutiner. Samt att alla i organisationen vet vem som ska göra vad och att organisationen verkligen förstått allvaret och förtroendet ni fått med sponsring. Som ambassadör visar du idrottsvärlden att du är en elitidrottare som tar en plats i motorvärlden och visar vägen för andra.

MARKNADSFÖRING AV DIG SJÄLV OCH DIN RACING

Omvärldsanalys

Börja med att fundera ut hur du själv vill ha det. Skriv ner hur du själv tänker och därefter sätter du dig en dag eller två med din egen organisation och ni tar tillsammans fram en plan för tre år framåt. Denna plan är i nästan skriven i sten. Givetvis behöver ni varar flexibla och anpassningsbara vid behov. Men byt inte inriktning och målfokus mer än var tredje år. Denna analys är ett levande dokument. När ni kliver in i år två är det dags att gå igenom dokumentet och se vad ni ska förbättra, förtydliga och förändra. Den som gör denna hemläxa bäst, vinner i längden. Det är här förtroendet för dig och din organisation börjar. Det går aldrig att dokumentera för mycket och du som chef är ansvarig för dig själv och för hela din organisation. Gör dem medvetna om vilken nivå du förväntar dig. Gör denna aktivitet tillsammans med organisationen samtidigt. Då har du sparat mycket tid och kraft till annat.

Vad ser andra hos dig och hur är din egen syn på dig.

- Vad är det kunden uppfattar och vilka löften upplever kunden att du ger
- Tolkningen vad du håller på med ligger hos kunden, det är lättare att skapa nya uppfattningar än att förändra gamla.

Vem vänder du dig till

- Vad vill de ha
- Hur bygger du in det i ditt varumärke

Du vill skapa ett förtroende

- Att individen har ett förtroende för varumärket, att det är känt och respekterat
- Varumärket står för hög kvalitet, socialt ansvar, stabilitet och ledarskap
- Målgruppen känner till varumärket och förstår vad det erbjuder

Du vill skapa attraktion

- Varumärket är tilltalande, unikt och kraftfullt
- Varumärket skiljer sig från konkurrenterna
- Varumärket uppfattas som att det drivs och har en stark vision, varumärket vill skapa förändring och utveckling

Budskap

- Visa på ett tydligt budskap vilka unika värden företaget besitter, vad står du för
- Du ska ut på marknaden och ska bygga upp varumärke som alla förknippar med racing

Produktvärde

- Vad levererar du för kundnytta
- Vad är unikt med ditt erbjudande
- Vad känner tecknar just dina tjänster

Vad är du bäst på?

- Vad skiljer dig från andra
- Hur hjälper du kunden att dra egna slutsatser om varför de ska välja dig

Vad står företaget för?

- Vilka kärnvärden har du
- Vilken är din filosofi, vad genomsyrar företaget?

Vad behövs för att växla upp

- God ekonomi
- Tydlig plan, vart är du nu och vart ska du
- God organisation
- Rätt kompetens, rätt man på rätt plats
- Rekrytera professionellt, vad vill du med de du rekryterar
- Ledningen, ansvarsfördelning.

Varumärket

- Dra nytta av det sociala ansvaret, utbildning av barn, unga och vuxna
- Skapa en image av goda gärningar, av att företaget tar ett socialt ansvar

Kommunicera ut

- Vilka kanaler använder du dig av i dag för att kommunicera ut ditt budskap, vad har det gett.
- Vilka kanaler ska du använda dig av framöver
- Goggle, Internetreklam, filma inslag till Youtub, annonser på andras hemsidor
- Annonsera i lokalpress
- Nätverka med andra intressenter, föräldraföreningar, fackföreningar, idrotten

Målgrupp

- Identifiera målgruppen, vem konsumerar det du säljer, hur ser dom ut och varför köper dom vår tjänst.
- Kön, ålder, geografiskt boende, utbildningsnivå, tjänar, läser för tidningar, arbetar med.

Samarbetspartners

- Vem vill du synas tillsammans med
- Står dem för samma värderingar som du, stödjer ett samarbete ditt varumärke? Kan vi kommunicera ut ett gemensamt budskap/ värde tillsammans med dem
- Vad vinner du på ett samarbete, vad vinner de på ett samarbete?
- Vad erbjuder du samarbetspartners, vad är unikt med dig
- Vad innebär det att vara en samarbetspartners till dig
- Vad har du för mål och syfte med att samverka med andra

Att gå från ord till handling, en verktygslåda

Teori och metod ska omsättas till handling. Nedan ser du några ledord och tankar som är viktiga i din marknadsföringsstrategi. Eftersom du är en produkt, en ambassadör, egen företagare med eget varumärke och idrottsutövare är det otroligt viktigt att tänka igenom och rita kartan noga innan du ger dig ut i verkligheten. Gör dig själv och din organisation medveten om hur hela du ser ut. Glöm inte heller bort att de kundrelationer du skapar och de företag du kommer i kontakt med tänker på precis samma sätt som du.

Nu är det bara att börja lista och skriva ner allt utifrån de teoretiska bakgrunder du nu har skaffat.

Innan du kontaktar de tilltänkta kontaktpersonerna på företagen bör du ha tagit fram ett lämpligt material, eftersom det är det första man kommer att fråga efter om man vill gå vidare. Basen utgörs av:

- Ett kontaktregister med uppgifter om den som är ansvarig för sponsring på det aktuella företaget.

- Ta fram en enkel presentation som innehåller vad du har gjort och vad du tänker göra. Ta även fram några representativa bilder.

- Pressmaterial. Är det så att du har kommit så långt att det mesta är klart, bör du även informera lokal- och fackpress.

När du ska börja din införsäljning av dig själv bör du ha funderat på följande:

Vad är det jag säljer?

Hur ser mina produkter ut?

Vad är det som är unikt med mig? Och vad är det som skiljer mig från mängden?

Hur ser mitt varumärke ut? Vad står jag för?

Utifrån det ska du forma ditt presentationsmaterial, dina bilder och texten. Både på hemsida, broschyrer och visitkort.

Säljprocess

Fundera på med vilka företag vill du synas, vilka representerar ditt varumärke?

Gör en lista och en resusch på företagen, leta reda på vilken person det är som du vill kontakta.

Vad kan du erbjuda dem? Det är som att söka ett och att sälja en tjänst samtidigt.

Varför söker just du det här jobbet

Vilka egenskaper har du? När har dessa egenskaper hjälpt mig? Och när har dom stjälp dig?

Vad har jag att sälja.

Reklamplats, på bil, overall, vara med på eventdagar, mässor, nätverksatréffar med andra aktörer som min spon-

sor kan göra affärer med, prova på aktiviteter, vara med på olika aktiviteter med företagets kunder och personal, (från dessa aktiviteter får ni bra bildmaterial).

Synas i media. Hålla föredrag, bjuda in VIP gäster. Pressrealiser, nyhetsbrev.

Hitta ett kärnfullt argument i varför företaget/personen ska sponsra er

Vi vill hjälpa er att sälja mer.

Vårt mål är att ni ska växa lika mycket som vi gör.

Emotionellt planet, satsa på mig

Lova det ni kan hålla, kan ni hålla mer är det en bonus.

Nu har du följande klart;

En lista med företag som du har resurtchat

Ett presentationsmaterial, hemsidan, broschyr, visitkort och en PowerPoint presentation med talmanus

Du har övat dina argument inför andra

Du har övat in din presentation så väl att du kan ha ögonkontakt med dem du talar till.

Du har en anteckningsbok/fil där du skriver in och följer upp alla kontakter du tar

Nu är det bara att börja ringa. Målet är att du ska boka ett säljmöte. Du ska inte börja sälja på telefonen.

Du genomför säljmötet och etablerar en affär.

Det kan krävas flera samtal innan du får kontakt med rätt person på företaget. Personen kan vara på möte, ledig eller något annat.

Tackar personen nej till ett säljmöte, tacka då så mycket och be att få återkomma vid senare tillfälle.

Tackar personen nej efter säljmötet så tacka för att du fick disponera personens tid och be att få återkomma. Ta kontaktuppgifter och be att få skicka dina nyhetsbrev.

Blir det en affär ska ni skriva ett kontrakt. Det räcker inte med att bara skaka hand.

Nätverka. Bygg upp ett nätverk eller fler. Nätverka handlar inte i första skedet om att sälja eller köpa utan enbart om att bygga förtroende.

Bygga nätverk- köpa in dig. Nätverksorganisationer. Företagsgrupper.

Ett sätt att komma i kontakt med företag är att bli inbjuden till olika nätverk. När du väl är där kan du erbjuda dig att hålla fördrag om dig och din sportgren. Förbered dig med en presentation och ett talmanus, ha gärna med någon eller några filmsnuttar som illustration.

Innan du gör presentationen bör du öva så att du upplever dig som säker och kan hålla ögonkontakt med publiken. Öva hemma och inför personer ni känner. Gå vidare till bekanta

Blir du inbjudan på mingel, gå och ta med dig visitkort och be att få återkomma. Genom att återkomma vårdar du ditt kontaktnät och bygger relationer. Värda relationer kan du göra genom att åka över och sätta sig och ta en fika, höra av sig, skicka kort, brev mm

Strategier för införsäljning

Många förare skickar ett "allt-i-ett-paket" när tiden är knapp och man behöver pengarna. Ett sådant förfarande imponerar inte på någon sponsor och ger föga resultat, eftersom det inte är möjligt att "så och skörda" på samma gång. Att etablera en kontakt som genererar sponsorintäkter är en lång och i många fall mödosam process och bör ske på följande sätt:

- Tag en första kontakt per telefon och undersök företagets policy när det gäller sponsring och vem som är ansvarig för sådant.
- Efter den första kontakten och om den är positiv, är det lämpligt att skicka information om dig och din satsning.
- Efter att kontaktpersonen har fått den skickade informationen följer du upp med ett telefonsamtal där du föreslår ett möte där du besöker företaget.
- Vid mötet lyssnar du på vad företaget vill ha ut av en eventuell sponsring och presenterar några förslag.
- Efter mötet skriver du ner ett förslag på aktiviteter tillsammans med en offert.

Sponsorer jagar du året runt

Tidsperspektivet kan vara olika i olika sportgrenar. Räkna med att börja minst 6-8 månader innan säsongstarten börjar. Nästa års säongs sponsors jakt behöver du jobba med parallellt
Ha ett slutdatum då du ska ha budgeten klar inför kommande säsong.

Portfolio. Från och med idag och tre år framåt bör du dokumentera allt du gör. Alla beslut du fattar eller inte fattar bör ner i ett enkelt dokument. Detta dokument har du ansvar för att förmedla till din organisation.

MÅLGÅNG

”Det är inte målet som gör mig lycklig utan vägen dit” Det ligger mycket i det. Men för att överhuvudtaget ta sig till startplattan måste du lära dig att rannsaka dig själv och din organisation. Från och med nu är du så mycket mer än racingförare.

Varför köper ingen av dig

Många tolkar ett ”kanske” som ett kommande ja, men erfarenheten har visat att många företag inte vill säga nej direkt, eftersom det kan tolkas som oartigt. Men här presenteras några anledningar till varför företaget säger nej till att sponsra dig:

- Man har en policy där företagsledningen bestämt sig för att säga nej till all form av sponsring eftersom man inte anser sig få ut något av det. Eller så vill man inte sponsra riskfyllda aktiviteter och dit tillhör motorsport.
- Ditt upplägg passar inte den tilltänkta sponsorn, krav på målgrupp eller för att nå nya kundgrupper.
- Ditt pris är fel i förhållande till andra marknadsaktiviteter, eller vad andra erbjuder.
- Många företagare och beslutsfattare sponsrar verksamhet man själv är intresserad av, och då tillhör kanske inte din sport favoriterna.
- Du är antagligen inte den första kontakten företaget har haft med motorsport. Dina företrädare har kanske inte levererat det de har lovat, och sponsorn har av den anledningen fått ett negativt intryck av din sport.

Varför säger någon ja till att handla med dig

Har du fått ett positivt svar av den sponsoransvarige på företaget beror det antagligen på:

- Rätt personkemi. Personen tyckte om dig som person och kunde antagligen identifiera sig med dig som ung eller att man gillade din framtoning och positiva energi.
- Att du hade gjort en riktig behovsanalys av vad företaget ville få ut av ett sponsorengagemang och tagit fram rätt upplägg åt dem.
- Att du offererade rätt aktivitet till rätt pris.
- Att ditt upplägg var attraktivt för företagets målgrupper, och den ansvarige insåg de framtida affärsmöjligheterna som ditt upplägg innebär.

Vi ska i nästa steg gå igenom offertskrivningar, avslut, avtal och avtalsförklaringar.

Bekräfta alla överenskommelser skriftligt. Detta för att undvika missförstånd och för att slippa en massa besvär i efterhand. Tänk på att i ett företag börjar samt slutar folk ibland med kort varsel, och då kanske den nya medarbetaren inte tar hänsyn till en muntlig uppgörelse. Även om ett muntligt avtal gäller, kan det vara mycket svårt att hävda detta när ord står mot ord. Processer tar även mycket tid och dessa avtal brukar inte ha någon större prioritet hos domstolarna som ofta har svårt att tolka dessa avtal. Ett sponsoravtal ska innehålla följande punkter: Ett avtal är bindande åt båda håll och innebär att båda parter har ett ansvar för att respektive åtaganden hålls.



Avsiktsförklaring/ Letter of intent

Efter varje möte eller kontakt där något har bestämts, bekräftar du detta med ett brev, fax eller mejl. Förutom att det kan bespara dig en massa besvär i slutändan uppfattas det även som professionellt. Ett brev kan se ut så här:

Företagets namn
Organisationsnummer
Kontaktpersonens namn
Adress
Postadress

Datum: ååååmmdd
Gäller t.o.m

Bäste

Härmed bekräftar jag följande överenskommelse:

- Företaget ska.....
- Undertecknad ska....
- Ersättning för detta är...
- Mellan vilka parter avtalet gäller.
- Under vilken period avtalet gäller
- Vilka åtaganden som bolagen har gjort
- Vilka ersättningar som gäller och när de skall utbetalas.
- Vad händer vid en uppsägning och vilka ersättningar gäller då?

Med vänlig hälsning
Ditt företagsnamn
Organisationnummer/personnummer
Din Namnteckning
Namnförtydligande

Att tänka på

Jag behöver inte ha ansvar för alla bitar i mitt team, men jag ska veta och ha kontroll på vad som pågår.

Uppfinn inte hjulet igen, våga ta hjälp och gör det bättre.

Det är aldrig bra att i längden vara en kopia av andra, utan se till att utveckla din egen personlighet. Det lönar sig alltid att:

- Vara sig själv med de fördelar och brister du har. Ärlighet varar längst.
- Ha en positiv attityd, och kom ihåg att ingen är intresserad av att lyssna på dina problem.

Dessutom:

- Humor är mycket viktigt och löser ofta många problem, samtidigt som det skapar en bra stämning och sammanhållning.
- Även om du inte trivs i slips och kavaj är det viktigt att du är "hel & ren" och ger ett positivt intryck. Tänk på att du är företagets representant.

Lycka till och kom ihåg att slumpen inte är någon tillfällighet och att om du gör som du alltid har gjort så får du det du alltid har fått. Det är du som bestämmer och skapar din egen verklighet.



MEDIEHANTERING

Författare: Annemo Friberg

Det är upp till dig att lyckas med dina mediekontakter, oavsett du är förare eller engagerad ledare i en klubb. Kom ihåg att framgång föder framgång, och goda resultat väcker intresse hos omvärlden. Därför är viktigt att du förser media med information. Redan innan du har kommit så långt att du står på prispallen bör du kontakta din lokala tidning, för att berätta om ditt intresse och dina mål inom bilsporten. Fortsätt sedan att rapportera både i med- och motgång. Samma sak förstås om klubben ska till att bygga om, arrangera tävling, miljöcertifiera eller liknande. Det är viktigt att du skapar en god kontakt med media, och skickar eller ringer in och tipsar. Ju mer det skrivs om bilsport desto bättre för sporten som marknadsplattform. Den dag du och din klubb förekommer regelbundet i tidningar, radio och TV blir det lättare att rekrytera nya medlemmar och att locka fler - och större - sponsorer. Så se till att kontakta media så fort du har någonting att berätta!

- Se till att media vet om att du tävlar, och med vad. Ta inte för givet att de vet utan kontakta pressen!
- Berätta högt för dig själv – eller någon närstående – om din satsning. Vad du kör, vilka tävlingar du tänker delta i/har deltagit i och uppnådda resultat/mål. Bestäm dig helt enkelt för vad du vill ha sagt innan du skriver/ringer.
- Titta i de lokala tidningarna efter telefonnummer till redaktionen.
- Kontakta någon (gärna på sportavdelningen) och anteckna namnet på journalisten och e-postadress till avdelningen för att kunna skicka material i framtiden. Om journalisten också vill ha materialet – skriv upp e-postadressen direkt till vederbörande.
- Skapa en sändlista med e-postadresser i din dator, som du sedan uppdaterar med nya adresser till andra tidningar, radio och TV.
- Börja med tidningarna närmast där du bor. Det kan räcka med att du startat din karriär för att det ska bli ett reportage i lokaltidningen, medan riksmidia som Dagens Nyheter och Sveriges Television bevakar tävlingar och framgångar på SM-nivå och högre.
- Skriv egna pressreleaser som skickas till sändlistan. I början räcker det med fakta kring kärnfrågorna VAR (plats/ort, deltävling), NÄR (går tävlingen/gick den), och HUR (resultat) och något beskrivande (hårt motstånd, antal startande, väderförhållande etcetera) samt på vilket telefonnummer du kan nås. Var ärlig!
- Media kommer inte att skriva om dig, eller klubben, varje gång du hör av dig. Fast chansen mångfaldigas om du hör av dig och media får ett bra underlag.
- Börja alltid en nyhet med det viktigaste först – alltså det som lockar till fortsatt läsning. Frågan VARFÖR kan få sitt svar längre ner i texten, liksom var, när och hur.
- Skicka gärna med bilder i jpg-format och minst 1 Mb i storlek.
- I takt med att framgångarna ökar och kontaktnätet växer är det dags att ha en strategi: När ska pressreleaser skickas ut? Ska en presskonferens arrangeras? Hinner föraren/teamet sköta kontakterna med media, eller ska någon extern sköta det?
- Och sist men inte minst: Har du lovat höra av dig – GÖR DET!

PRESSMEDDELANDEN OCH PRESSKONTAKTER

Författare: Bo Schager

Generella råd och tips

Babysteps

Att i positiva ordalag synas i medierna blir allt viktigare för den som vill satsa på en idrotts-karriär. Inte minst i en dyr sport som motorsport där det idag är nödvändigt med sponsorer för att lyckas. Dina partners räknar med att du ska synas, och att du hanterar det bra när spotlights hamnar på just dig.

De första kontakterna med media kan därför bli en viktig skola inför framtiden. Det är bättre att börja i liten skala och skaffa sig rutin stegvis, istället för att hålla sig undan och sedan plötsligt bli intervjuad på engelska i direktsändning efter genombrottet.

Bygg relationer

Etablera gärna en direktkontakt med de lokala medierna. Det är värt att själv slå en signal till dem och presentera sig, och ta reda på till vilken/vilka adresser de vill ha den typen av pressmeddelanden. Det är dels ett bra sätt att bygga ett adressregister. Det ökar dessutom möjligheten att de tar in pressreleaserna framöver om de får ett namn och en röst på föraren/kartläsaren. Kanske kan det leda till ett reportage vid ett senare tillfälle.

Skulle de inte ta in texterna i början betyder det inte att de inte läser dem. Många gånger tar det lång tid innan en tidning reagerar och börjar ta pressreleaser. Ibland handlar det om att de bedömer att nyhetsvärdet i just den pressreleasen inte är tillräckligt stor. En rallyförare som bryter med mekaniska problem på SS3 är ingen kioskvältare när det gäller att skapa tidningsrubriker. Men om journalisterna med jämna mellanrum fått pressreleaser under säsongen så är tröskeln lägre för att skriva en artikel när det väl är dags.

Gör det enkelt för dem

Det handlar inte bara om att förse journalisterna med fakta och underlag. Många gånger har de inte tid att själva skriva en artikel, eller att de kanske inte är så insatta i sporten och därför tvekar en aning innan de vågar skriva. Då gäller det att göra jobbet så lätt som möjligt för dem. De ska helst kunna lyfta texten rakt in i sin egen tidning utan att behöva lägga för mycket tid på att skriva om den ur sitt eget perspektiv, rätta stavfel eller skala bort "sälj".

Bestäm vinkeln

Varje text ska ha en vinkel. Bestäm den innan du börjar skriva. Vilken är det allra viktigaste nyheten i texten, det är det som är vinkeln. En text ska bara ha en vinkel. Vill du både berätta att du vunnit en tävling och fått en ny huvudsponsor så delar du upp dem i två olika pressmeddelanden, och skickar dem med några dagars mellanrum.

Det viktigaste först

I en nyhetstext står alltid det viktigaste först. Skriv i precis samma ordning som när du berättar en nyhet muntligt. Om en tidning inte har plats för hela artikeln så kortar de ner texten bakifrån.

Var trovärdig och konkret

Undvik subjektiva formuleringar och sådan som kan uppfattas som överdrifter. Har du gjort något bra ska du inte vara rädd att skriva det. Men om du är saklig och korrekt så vinner du på det i längden. Om du överdriver dina framgångar kommer journalisterna snart att märka det och därför bli mer tveksamma till att använda ditt material.

Ange alltid källor till alla uppgifter och påståenden som inte är rena fakta. Var också noga med tid och plats för händelser i texten. Det är också viktigt att se till att texten är förståelig även för den som saknar specialkunskaper. En kort förklaring av termer och namn som förekommer i texten hjälper även den oinvigde att följa med i artikeln.

Berättarperspektiv och citat/pratminus

Skriv i tredje person, dvs inte i jag-form. Du får spela rollspel ett ögonblick och låtsas att du är journalisten som ska skriva om dig själv. Spara sen några bitar i jag-form som du använder som citat. Med 2-3 citat i texten så får den mer liv. Om ett citat är långt kan det vara vettigt att dela upp dem i två delar som du skiljer åt med en eller två meningar berättande text.

Citaten ger dig också en möjlighet att lägga in subjektiva kommentarer och beskrivningar ur olika perspektiv. Om teamchefen säger att "Kalle är landets största talang" smäller det högre än om Kalle säger "Jag är landets största talang".

Rubrik och ingress

Summera sedan det allra viktigaste i en kort ingress. För den som har bråttom ska det i princip räcka att läsa ingressen för att snappa upp det viktigaste: Vem har tävlat i vilken tävling, när var det och hur gick det?

Sedan skriver du en kort rubrik för att fånga läsarens uppmärksamhet. Ju kortare desto bättre.

Bildmaterial och bildtext

En bild kan både fånga läsarnas uppmärksamhet och komplettera texten med information som är svår att beskriva i ord. Bildmaterialet bör helst ha en relevant koppling till artikeln.

Bra bildmaterial ger dig en chans att exponera dina partners, men journalisten är inte ute efter att exponera dina partners utan är mer intresserad av "bra" bilder än av reklambilder.

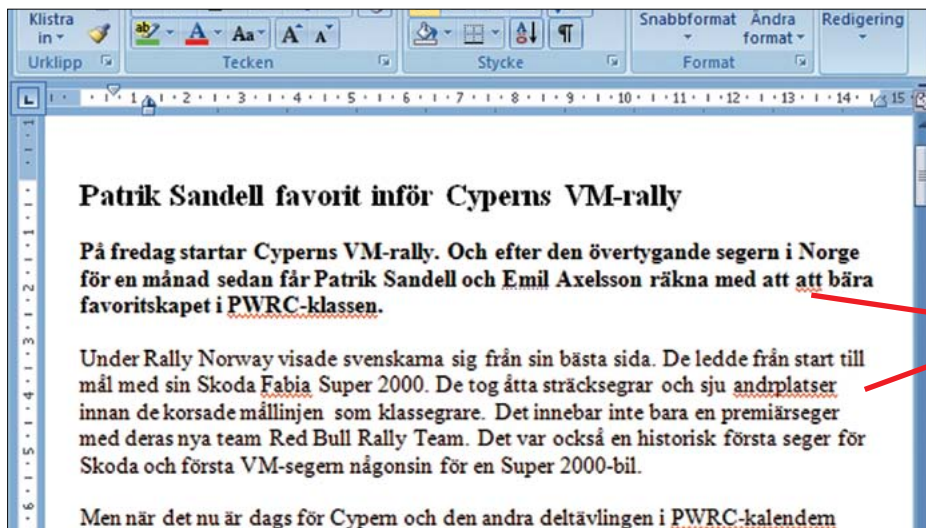
Bildtexten bör inte vara en direkt beskrivning av vad läsaren ändå själv kan se på bilden. Istället kan du lyfta ut en kort del ur ditt pressmeddelande, eller ännu hellre använda någon överbliven textrad. Något som är av intresse men som inte fick plats i den längre texten.

Skrivkramp? – Skriv ändå!

Fastna inte på formuleringar eller detaljer. Du kan alltid ändra och komplettera texten efteråt. När du sedan läser igenom texten kommer du lättare upptäcka vad som är bra och vad som behöver justeras. Ofta är texten bättre än vad du trodde just när du slet med den.

När du är klar: korrläs!

Använd ett program med stavningskontroll som hittar ord och stavningar som är felstavade, så har du chansen att rätta till dem innan du trycker på Sänd. Är du osäker kan du också låta någon annan läsa igenom texten och ge synpunkter. Man blir lätt hemmablind i sin egen text och kan missa de mest självklara misstagen vid en genomläsning. Ett klassiskt tips är att läsa upp texten högt för sig själv. Då hör du lättare om det är något som låter konstigt.



Hur duktig man än är på att skriva så smyger sig stavfel och grammatikfel lätt in i texten. Inte minst när man flyttar ord och meningar fram och tillbaka i en text. Men med stavningskontrollen blir det lättare att upptäcka missarna

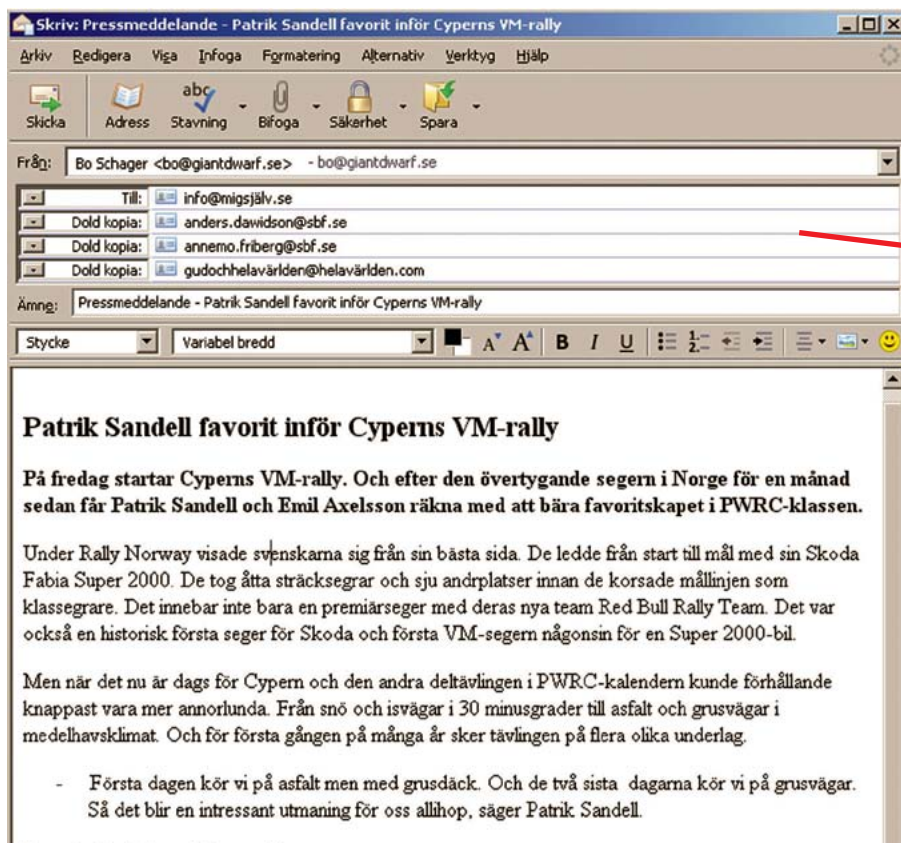
Kom ihåg-lista:

- **Bestäm vinkeln** – en vinkel per text
- **Det viktigaste först** – samma ordning som när du berättar muntligt
- **Sammanfatta med rubrik och Ingress** – allt viktigt ska finnas med redan här
- **Skriv i tredje person** – tänk dig att du är journalisten
- **Lägg in citat** – gör texten mer levande och lättläst
- **Var trovärdig** – undvik subjektiva bedömningar, ange källor till alla påståenden
- **Var konkret** – ange tid och plats
- **Korrläs** – rätta stavfel, stryk överflödiga ord och ta bort dubbla mellanslag
- **Skrivkramp?** – skriv ändå!

Samla och hantera adresslistor

När du är klar med texten är det dags att skicka ut den till media. Glöm då inte att det finns många olika typer av medier som kan ha ett intresse att skriva om dig: Lokalpressen där du bor, de stora riksmidierna, frilansjournalister, motorsportpress, motorsportsajter, bloggar mm. Många redaktioner har en allmän mailadress de vill ha pressreleaser till, ex sporten@lokaltidningen.se, men notera gärna om det är några reportrar som oftare än andra skriver om just motorsport och ta sedan även reda på deras mailadresser.

Sen är det viktigt att hantera mailadresserna med varsamhet, att inte lägga dem publikt i to-raden. Dels är det onödigt att mottagarna ser vilka andra som får samma utskick, det kan teoretiskt till och med innebära att någon väljer bort en artikel för att de ser att en konkurrent just fått samma info (ibland triggas medier dessutom lättare om de får en försäkran om att de är ensamma om ett material). Men framförallt kan det finnas personer på mailinglistan som av olika anledningar vill hålla sin mailadress hemlig, t ex om de är offentliga personer, då är det viktigt att de känner att man behandlar deras kontaktuppgifter varsamt.



Mottagarna är dolda för varandra.

Hur fungerar det i praktiken?

Genom dessa förändringar kan det som tidigare var ett nyhetsbrev, eller en racerappor till den närmaste omgivningen, omvandlas till en text fungerar både som pressmeddelande och nyhetsbrev. Du behöver i princip alltså inte skriva flera olika texter om du inte vill.

På nästa sida visar jag hur exempelvis en rallyrapport skulle kunna se ut omskriven som pressmeddelande. Och på sista sidan har jag använt en artikel i Dagens Nyheter för att markera olika delar i texten och vad de fyller för funktion.

Rallyrapport i original:

Hej!

Idag körde vi Ekratten i Asarum som gick ut på första sträckan som var 1.5 km. Vi tog en andra plats på sträckan, men vi var ganska missnöjda med tiden. Vägen var extremt lurig och tyvärr tappade Simon bort sig i noterna efter halva sträckan vilket gjorde sträckan ännu värre. (Det var många som tappade bort sig på denna sträckan på grund av vägens svårighet).

SS2 Här gick det lite bättre och även här hade vi en andra tid på sträckan, detta var också en väldigt lurig sträcka men vi var ändå ganska nöjda.

SS3 Detta var den roligaste sträckan, som gick på ett industriområde som innerhöll ungefär 70% asfalt. Vi bestämde oss för att showa lite och publiken verkade gilla oss = jubel och applåder.

SS4 Detta var en sträcka på 7km och var väldigt fin, som lönade sig med en andra plats på sträckan.

Tyvärr kom vi inte längre än till start på SS5 som var sista sträckan då jordkabeln till generatorn lossnade till vår besvikelse.

Detta var sista rallyt för säsongen och vi tackar alla sponsorer för detta året.

Mvh Simon och Robin
Adolfssonrallyteam

Samma text omskriven som pressmeddelande:

Robin och Simon tvingades bryta i Ekratten

I Lördags avgjordes Ekratten i Karlshamn. En tävling som är känd för luriga vägar med många stenar, där det gäller att hålla sig mitt på vägen. Robin Adolfsson och Simon Schandersson gjorde ett bra rally, men tvingades bryta med mekaniska problem på sista sträckan.

- Det började inte riktigt som vi hoppats. Första sträckan var svår och det var lätt att tappa bort sig i noterna. Vi var inte alls nöjda med tiden i mål, men den räckte ändå till en andraplats, säger Robin Adolfsson.

På den andra specialsträckan började Robin och Simon att hitta flytet i körningen och tog hem ytterligare en andraplats. Den tredje sträckan var en publiksträcka inne på ett industriområde, med ungefär 70% asfalt.

- Det var den roligaste sträckan. Vi bestämde oss för att showa lite och publiken verkade gilla det. Det blev mycket jubel och applåder, berättar Robin Adolfsson

Killarna körde hem ytterligare en andraplats på SS4, innan det plötsligt var slut på det roliga. Jordkabeln till generatorn lossnade och de tvingades parkera bilen.

- Det var en stor besvikelse, men det är sånt som händer. Vi hängde med bra så länge grejerna höll. Det är bara att komma igen till nästa tävling, avslutar Robin.

För mer info kontakta NN, på telefon 000-00 00 00 eller mail xxxxxx@xxxxxxx.se.

Marcus Ericsson slog banrekord i kvalet i Macau

Publicerat 2009-11-21 17:37



Stadsbanan i Macau anses vara en av världens svåraste.

Marcus Ericsson står i första startled i Macaus VM-lopp i formel 3, som avgörs tidigt på söndagsmorgonen svensk tid. Marcus satte banrekord i kvalet. "En seger i Macau smäller högt, säger 19-åringens mentor Eje Elgh inför loppet."

Japanska formel 3-mästaren Marcus Ericssons framgångsaga fortsätter. I kvalet till söndagens Macaus GP; som brukar betraktas som VM i formel 3, körde han snabbare än någon formel 3-förare gjort på den trånga stadsbanan och då har ändå förare som Aytron Senna och Michael Schumacher vunnit loppet.

I lördagens fortsatta kval blev den 19-årige Kumla-föraren tvåa, vilket också är startpositionen i söndagens lopp.

- På den här nivån är Macau det viktigaste racet dit bara de bästa i de olika formel 3-serierna inviteras och som alla team från formel 1 och nedåt tittar på när de bedömer förare, säger Viasat Sports expertkommentator Eje Elgh.

Formel 1-teamen har redan hört sig för om den unge svensken. Intresset lär inte bli mindre efter kvalet i Macau.

- Om man råkar vara på rätt plats vid rätt tillfälle får man frågor. Jag förmodar att det är många som antecknat hans namn på någon lista. Det förutsätter också att han fortsatt gör sitt jobb, menar Eje Elgh som tillsammans med Kenny Bräck hjälper Marcus.

- Macao är ett legendariskt race och alla de bästa har varit här. Det krävs en otrolig prestation och lite tur för att vinna till slut. Det skulle vara jättestort och bra för karriären, säger Marcus Ericsson.

- Samtidigt är det bara ett enda race. Det är i dagsläget svårt att säga vad som händer nästa år, det är mer upp till dem som bestämmer. Jag har testat lite GP2 (klassen under formel 1) och det vore en dröm att köra där. Men allt fokus just nu ligger på det här racet.

Den trånga stadsbanan i Macau är väldigt speciell.-

- Det är i allra högsta grad en berg och dal-bana. Den är fruktansvärt smal och snabb på sina ställen, kuperad, med blinda kurvor och hårnålar som du knappt kommer runt. Banan har i princip allt – utom säkerhet. Det är en gammal bana som i stort sett inte förändrats på 56 år, förklarar Eje Elgh.

-Det är världens mest utmanande bana och roligaste, att köra. Det gäller att köra på gränsen, intill kanterna för att få ut maximal fart. Murarna kommer otroligt nära. Och det gäller att inte tappa koncentrationen, då gör det ont. Den är mer "old style" än de nya formel 1-banorna, lägger Marcus till.

Ytterligare en svensk tävlar i Macau. Rickard Rydell kvalade in som tia i säsongens sista VM-lopp för standardbilar.

Sven Gustavsson
sven.gustavsson@dn.se

Tydlig och informativ rubrik

Bildmaterial med relevant koppling till artikeln.

En kort bildtext. Får gärna addera ngn ytterligare information, och inte bara repetera det läsaren ändå själv kan se på bilden.

Ingress som sammanfattar artikeln

Kort bakgrund, gör att även läsare utan förkunskaper kan förstå artikeln

Kortfattade förklaringar av vilka personerna som figurerar i texten är

Citat i texten gör den mer levande och lättläst.

Om texten är lång kan det vara bra med mellanrubriker för att hjälpa läsaren att hitta i texten. Här har journalisten/redigeraren istället valt att lägga vissa ord i fetstil.

EGNA ANTECKNINGAR

REFERENSER

Alexandersson, C & Pettersson, S (2001). *Leda med förtroende*. SISU Idrottsböcker & författarna

Hogedal, L (2003). *2+2=5 Teambildning och teamarbete*. SISU Idrottsböcker & författarna

Hogedal, L & Lycken, M (2007). *Jaget, laget, teamet*. SISU Idrottsböcker

Plate, A & Plate, J (2001). *Mental rådgivning – Din väg till målet*. SISU Idrottsböcker & författarna

SISU Idrottsböcker (2006). *Talangutveckling*. SISU Idrottsböcker

SISU Idrottsböcker (2007). *Idrottsledare för barn och ungdom*. SISU Idrottsböcker

Plate, J (2009) *Leka med tanken*, SISU Idrottsböcker

Utbildning:

Charlotte Alexandersson och Håkan Persson Perstation genom kommunikation, kommunikologi.

Föreläsning:

Karin Nyberg

Svenska Bilsportförbundet
Tel. +46 (0)8 626 33 00 - Fax. +46 (0)8 626 33 22 - www.sbf.se
Box 705 - SE-191 27 Sollentuna