

15 januari 2009, kl 18.30 ordnade [Svenska Havskappseglingsförbundet](#) årets första Go For Speed på KTH. Patrick Lindblom har skrivit en bra rapport nedan.

2009 års första upplaga av Svenska Havskappseglingsförbundets seminarier serie "Go for Speed" handlade om att driva kappseglingsprojekt strukturerat samt att driva kappseglingsprojekt med finansiärer.



Trond Kristensen från Norge inledde med att berätta en intressant historia om hur han och hans team i Too Aiming First (First 36.7) hade lagt upp arbetet för att kunna lyckas med de fina resultat de har presterat, som att ha vunnit NORC-serien flera år i rad och oftast ligga topp 5 i de tävlingar de ställer upp i genom att segla **konsistent**.

Han började med att ställa den retoriska frågan om varför man överhuvudtaget kommer på tanken på att köpa en segelbåt för att kappsegla när man är i medelåldern och aldrig har suttit i en segelbåt tidigare. Svaret var förstås att han ville **prester**a och **lära** sig något nytt genom sin nya hobby. Seglingen tog snart över och blev det stora intresset.

Första säsongen läste han massor av seglingsteori och såg likheterna i den projektledning han är van vid från sitt arbete. Genom mycket medvetet och strukturerat träningsarbete arbetade teamet under några säsonger upp sin båthantering till en nivå som imponerade på den taktiker de sedan tog ombord för att börja vara på rätt ställe på banan. Trond menar att det är först när båthanteringen fungerar perfekt som de kände någon vinning av att börja arbeta taktiskt. Innan båthantering och båtfart sitter är den bästa taktiken helt enkelt att försöka starta bra och på så sätt få segla i fri vind i början av racet.

Trond och hans besättning har under åren arbetat fram ett rollbaserat system som gör det lättare att byta manskap – vilket i sin tur är en förutsättning för att kunna hålla en konsistent nivå över säsonger. Saker händer ju och folk får ändrade förutsättningar – teamet måste kunna fortsätta fungera ändå. Inför 2009 har flera i besättningen beslutat att segla på den nya [King 40](#) som kommer till Norge. Trond är helt lugn över detta och konstaterade kallt att systemet fungerar och han nästa säsong måste rekrytera och lära upp några nya men att detta är en del

av att driva seglingsprojekt. Målet är alltså att liksom tidigare år vinna NORC-serien samt någon av klassikerna totalt.

De kommer säkert att lyckas.



Därefter var det dags för **Bengt Falkenberg**, VD på Albatross Segel och skeppare på First 45 "Teknova" att berätta om hur man driver kappseglingsprojekt med externa finansiärer. Bengt inledde med att berätta om sin bakgrund i jollevärlden och hur han när han gick över till storbåtsvärlden snabbt fick en insikt:

Det är betydligt svårare att ta sig till start med en bra båt och ett bra manskap än att segla själva tävlingarna.

Bengt har under många år arbetat strukturerat med kommersiella kölbåtsprojekt som ett sätt att finansiera en testbänk för sin segelutveckling. Bengt har många erfarenheter och delgav oss en lång rad goda råd till alla som försöker få finansiering för att kunna göra mer av sin segling.

Det första och kanske viktigaste rådet är att sluta tänka "sponsring".

Att någon skall betala pengar för att få ha sin logotyp på båten och sedan inte få några övriga motprestationer är oftast fruktlöst. Vill du ha extern finansiering till ditt projekt skall du istället tänka "samarbetspartner" och se till att leverera tillbaka ett värde som överstiger de pengar som betalas in. Du behöver något från din partner och du har mycket att erbjuda din partner förutom att placera logotypen på båten! Det är alltså i kombination som skapar ett värde som överstiger det företaget betalar.

"Höj ribban!"

Bengt upplevde det mycket svårare att få fram 50 000 kronor till en säsong i sin Express än 250 000 kr till en satsning i en nyare och större båt. Det här hänger förstås ihop med att företaget skapar sig en bild av vad ett alternativ på samma budget kan ge. 50 000 kan man då lika gärna

spara, för de kommer inte att ge något tillbaka. En större summa – och därmed en större motprestation – kan däremot vara värd att satsa på då den ger tillbaka något som märks.

Hur hittar man en samarbetspartner?

Att ”kallringa” företag där man inte har några kontakter resulterar nästan alltid i ett nej. Den framkomliga vägen är istället att bearbeta sitt nätverk och då inte bara båtägarens. En kappseglingsbesättning om 5-15 personer har i många fall ett mycket stort nätverk om man lägger lite tid på att kartlägga det och bearbeta det strukturerat. När du får kontakt med ett företag som är intresserad av att höra mer skall du ha ett färdigt paket att presentera. Du skall veta hur mycket pengar du behöver och vad du kan erbjuda i gengäld. Du skall också fundera igenom vad du behöver för övriga resurser från partnern för att kunna leverera ett bra värde – t.ex. kanske hjälp från marknadsavdelningen hos företaget kan underlätta olika delar.

När du får nej – och det kommer du att få – låt dig inte nedslås. Agera professionellt – tacka för att de ville lyssna och fråga om de kan komma på någon annan i deras nätverk som skulle kunna vara intresserad. På detta sätt bearbetar du nätverket vidare, utökar det för framtiden och ökar möjligheterna att företaget kan vara intresserade ett annat år. Om du surar kommer du inte att få någon ny chans.

För att kunna sätta ihop ett erbjudande som har ett värde för din partner måste du förstå vad som är viktigt för de som inte lever i seglingsvärlden. Aktiviteter med partners kunder, att du blir deras ansikte in i seglingsvärlden där det finns många beslutsfattare o.s.v. kan många gånger vara mer värdefullt än logotypens placering eller det faktum att ni vinner många tävlingar.

Varför skall din partner satsa på segling?

- **Miljövänlig** sport. Kappsegling sker trots allt med vindkraft och det är viktigt för många företag idag.
- Segling är till skillnad från många andra sporter **drogfri**. Det har förekommit ett enda dopningsfall någonsin i historien i seglingssporten!
- **Naturupplevelsen** i sig har ett stort värde för många människor.
- Kappsegling är en **social lagsport** – man stöttar ett TEAM.
- **Säkerhetsfokuset** i havskappsegling är en bra koppling för många företag.
- Många beslutsfattare seglar på sin fritid – maximal **exponering** i rätt målgrupp
- ”Drag along” – **många storföretag** satsar stort på segling: Volvo, Ericsson, Kinnevik, Audi, UBS etc. Bra klubb att vara med i.

Teambuildingaktiviteter är ett bra sätt att ge partnern värde för pengarna. En teambuildingdag har ett stort värde och kan genomföras på olika sätt beroende på båtvana och intresse. Man måste inte vara på båten hela tiden utan kan segla ut till en ö, genomföra kulturaktiviteter som guideade turer etc, äta mat på en krog och sedan segla hem igen.

Varför skall företaget satsa just på dig?

- Ju fler projekt du har gjort desto enklare blir det – referenser
- Har du inga resultat, sälj på målsättningarna – men var realistisk!
- Berätta om båttypen och resultaten som båttypen har gjort
- Använd besättningens meriter – sälj på TEAMET
- Var en professionell samarbetspartner – bolagisera satsningen
- Dokumentera vad pengarna kommer att användas till

Om företaget vill ha betänketid – ge dem $1 \frac{1}{2}$ - 2 månader. Har du inte fått ett besked inom den tiden kommer du inte att få det senare heller. Var även då professionell – tacka för deras tid och fråga om det finns andra i nätverket som kan vara intresserade. Inga hard feelings! Kanske är företaget redo nästa år istället?

Det är bra att börja förhandlingarna redan på hösten, men ha respekt för att folk inte har segling i tankarna då. Det är inte för sent på våren!

När du får ett ja är det viktigt att stänga avtalet. Även om du inte har fått ett påskrivet avtal i retur – överlämna eller skicka direkt den första fakturan och sätt förfallodagen per överenskommet betalningsdatum. Betalas fakturan är ni överens, betalas den inte har du ett problem som är viktigt att reda ut i tid innan säsongen börjar.

Se till att de aktiviteter som planeras verkligen genomförs. Om ni t.ex. har bokat en teambuildingaktivitet och partnern inte bjuder in sina gäster i tid och därför blir tvungen att ställa in aktiviteten är alla förlorare på detta – även du. Det kan kännas som att ni fick en dag ledigt, men i praktiken blev värdet av deras satsning lägre än planerat.

Det spelar ingen roll vems felet är. Man måste räkna med att bjuda in gäster till denna typ av aktiviteter minst två månader i förväg, därefter blir folk uppbokade. Så ligg på och se till att partnern lyckas med sin sida av aktiviteterna. Gör en checklista / guide för lyckade aktiviteter!

Följ upp satsningen hela tiden!

Jobba för att säkra en förlängning av kontraktet eller få en bra referens. Skapa en nära relation med flera hos företaget och utöka nätverket. Skicka inte bara mail, utan ring och följ upp hela tiden. Skriv regattarapporter och se till att de publiceras. Direkt efter sista seglingen för säsongen – gör en säsongssammanfattning med länkar till allt som har publicerats om båten/teamet och partnern.

Ca 3 veckor efter säsong avslutningen är det dags att följa upp året och börja tala om nästa säsong. Planera den i god tid!

Förr eller senare tar samarbetet slut!

Sura då inte utan se till att få rekommendationsbrev, nya kontakter. Tacka för tiden som varit, hälsa dem välkomna tillbaka och håll kontakten! Räkna inte med att köra längre än 3 år med en och samma partner. Sedan har de varit med på alla aktiviteter och fått ut det mesta värdet ur projektet. På't igen!

Betydelse av båtstorlek?

En stor båt är en fördel vid aktiviteter, men storleken är inte avgörande. Bengt är övertygad om att det är viktigare att ha en het båt än en stor. En Mumm 30 fungerar mycket bättre som plattform än en entonnare. En 45-fotare tar många gäster och syns bra på bilder men kostar också mer att driva. Avvägning!

Följ reglerna!

Det finns många regelverk som man inte tänker på när man ger sig in i finansiering av kappseglingsprojekt. Skall du ha gäster ombord behöver skepparen vara certifierat Fartygsbefäl klass VIII. Missa inte detta – om Kustbevakningen stoppar dig och du inte har rätt behörighet är du bortgjord för all framtid åtminstone i det företaget!

Ha koll på reklamlicens och reklamregler: Håll dig uppdaterad och följ regelverket. Detta är också viktigt för att kunna svara på frågor från partnern om placeringar av logotyper etc. Om inte reklamlicensen är betald kan du bli diskad från tävling och det är inte en bra merit för din partner.

Ta hjälp med skattefrågor. Skatteverket har mycket kunnig personal och hjälper till med förhandsbesked och dylikt. Revisorer och andra har också bra kunskap att bidra med. För oss som var på seminariet var det uppenbart varför Bengt alltid har partners att arbeta med i sina projekt. Han driver projekten professionellt och ger partnern ett värde tillbaka som överstiger det de betalar. Tack för att du delade med dig av erfarenheterna, Bengt!

Havskappseglingsförbundet tackar Trond och Bengt för en mycket intressant kväll och önskar alla intresserade välkomna till nästa tillfälle. Se www.shf.nu för tid och plats.

