



## IDENTIFICERING OG UDVIKLING AF TEAM DANMARKS BRAND DNA

Hvilke mulighedsrum tegner sig?

Wilke, September 2017



# Indhold

---

## **Introduktion**

Kort om projektets design

## **Detailanalyse**

Overordnede pejlemærker

Deep dive i målgruppens opfattelse af Team Danmark

## **Retningsanvisning**

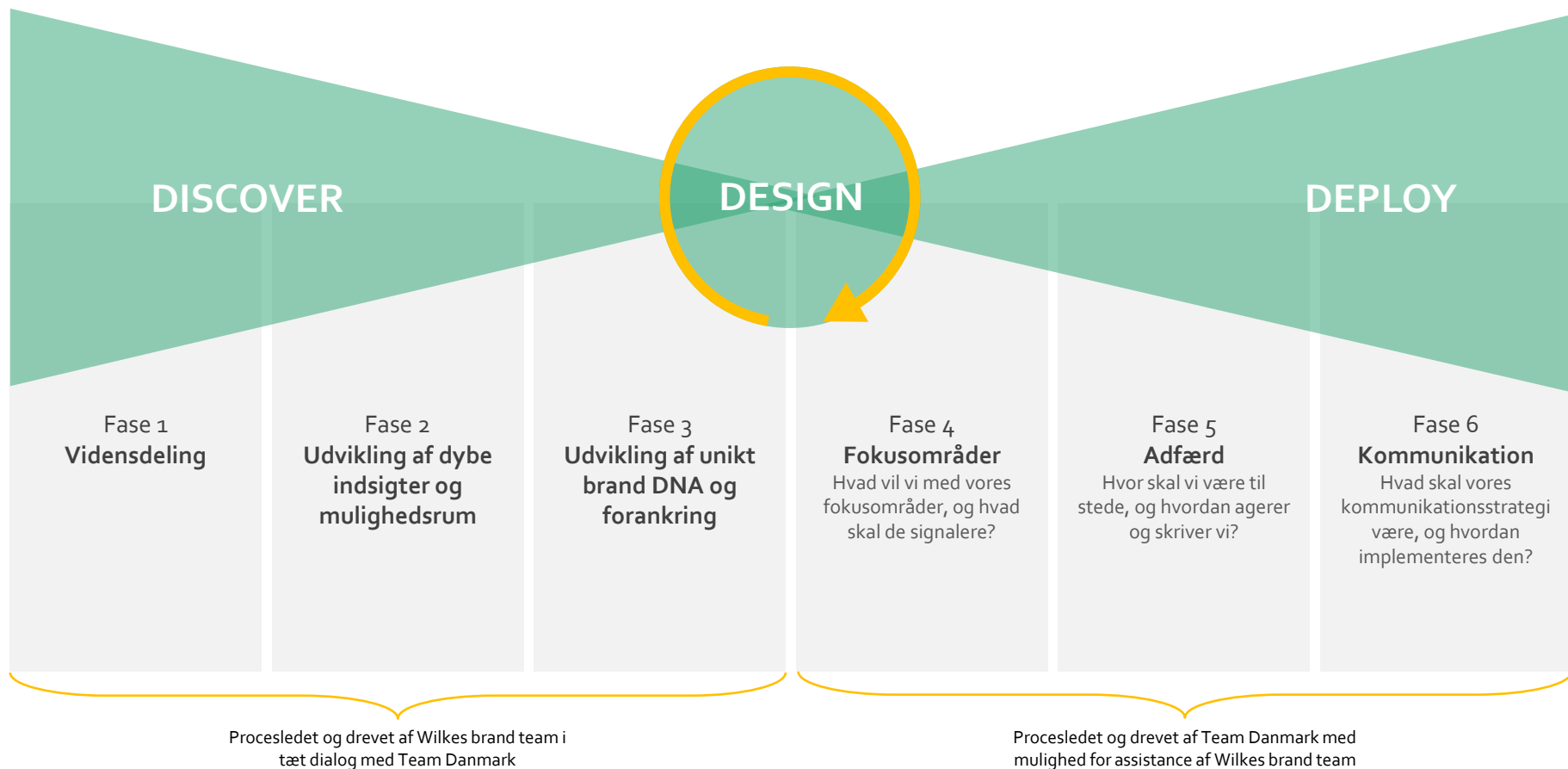
3 mulighedsrum er defineret

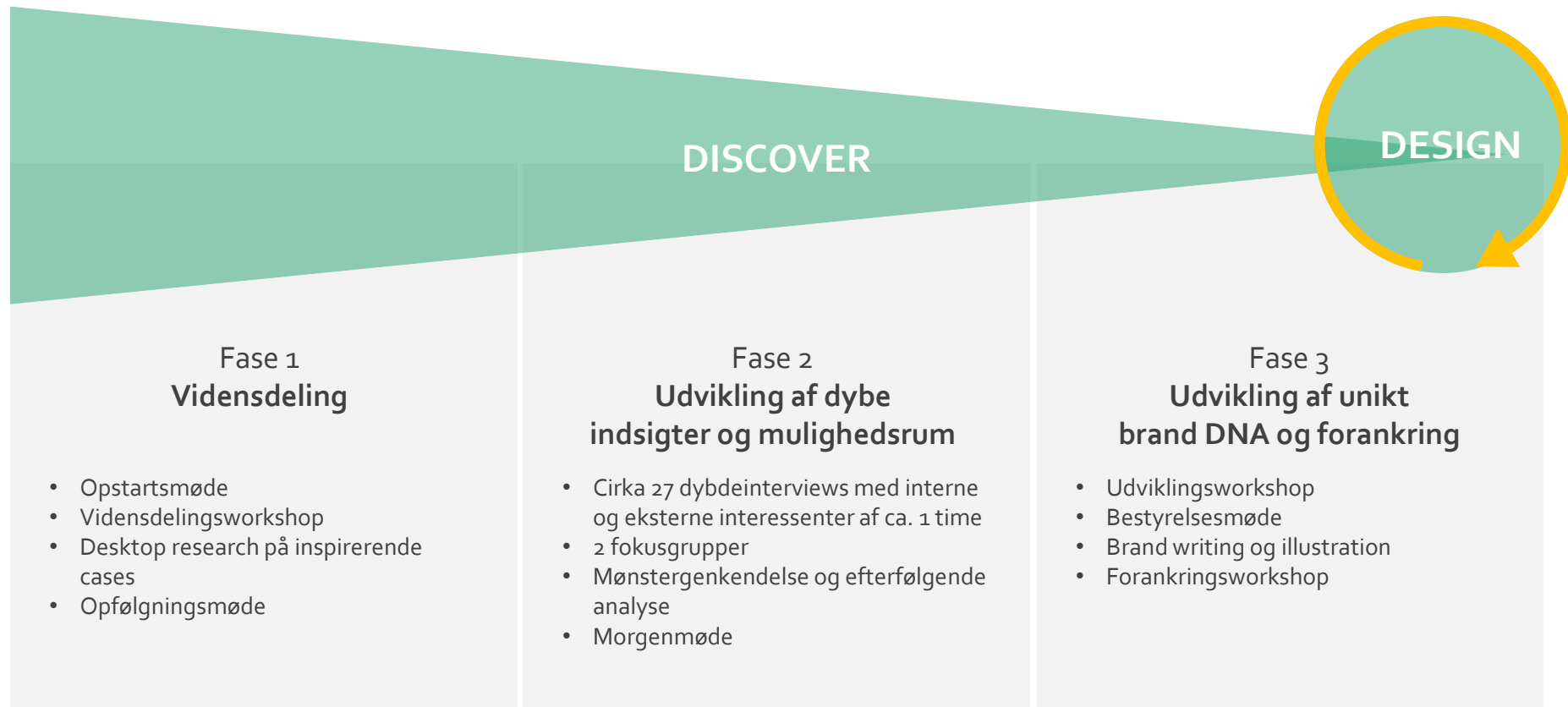
## **Kontakt**

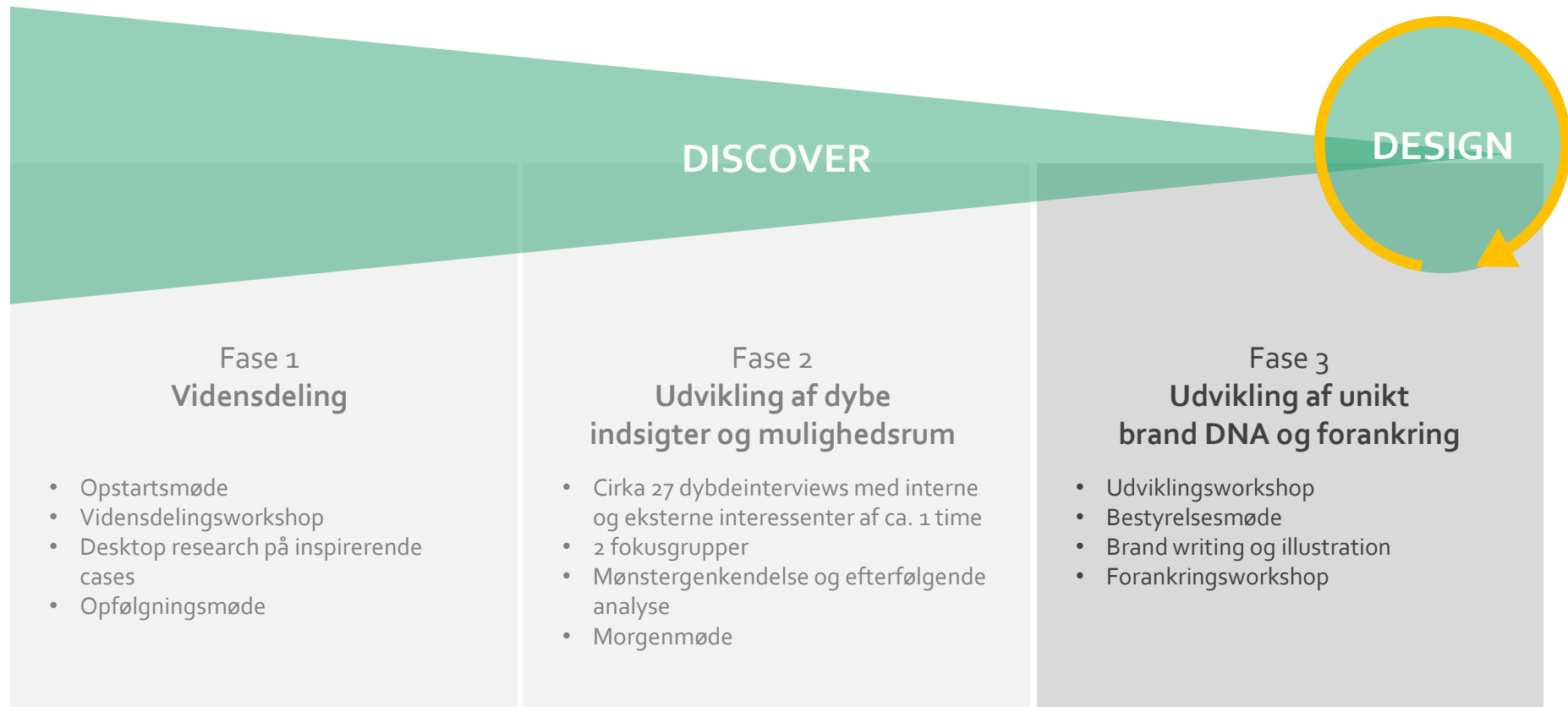


# INTRODUKTION

## Den samlede proces der fører til et brand DNA







## INTRODUKTION

### Målgruppen: 8 delmålgrupper er repræsenteret

---

#### TEAM DANMARK

Repræsenteret gennem medarbejderworkshop samt 4 dybdeinterviews med ledelsen.

#### FORBUND

Repræsenteret gennem 3 dybdeinterviews med direktører, landstrænere m.m.

#### MEDIER

Repræsenteret gennem 2 dybdeinterview med journalister.

#### VIRKSOMHEDER

Repræsenteret gennem 3 dybdeinterviews med marketingansvarlig, produktchef m.m.

#### OFF. INTERESSENER

Repræsenteret gennem 5 dybdeinterviews med politikere, kommuner m.m.

#### UDDANNELSESINST.

Repræsenteret gennem 3 dybdeinterviews med rektorer, centerledere m.m.

#### ATLETER

Repræsenteret gennem 5 dybdeinterviews med eliteatleter.

#### DANSKERE

Repræsenteret gennem 2 fokusgrupper af 2½ times varighed i Kbh.



### RAPPORT

Indeholder dybe indsigter opnået på baggrund af kvalitativ research.



### MULIGHEDSRUM

De mønstre og den viden, der er skabt på tværs af alle indhentede data, er kondenseret til inspirerende beskrivelser.



### UDVIKLINGSWORKSHOP

Her arbejdes med de tre mulighedsrum, og der skabes én retning for det fremtidige brand DNA.



### FORANKRINGSWORKSHOP

Med baggrund i den endelige brand DNA retning udarbejdes retningslinjer for det fremtidige arbejde hermed.







## OVERORDNEDE PEJLEMÆRKER

Der er overordnet en positiv perception af Team Danmark, men det er for svært at mærke, hvem I er, og hvad I vil

---

### I BOOSTER ATLETERNES PRÆSENTATIONER I DANMARK OG PÅ VERDENSPAN...

På tværs af delmålgrupperne er der generelt en **positiv oplevelse** af jer som en aktør, der **bidrager positivt og væsentligt** til at sætte dansk eliteidræt på verdenskortet.

### ... MEN HVILKEN POSITION EJER I?

Det er generelt **vanskeligt for målgruppen af placere jer** ift. andre aktører. Jo tættere samarbejde jo mere klart et billede, men overordnet set har man vanskeligt ved at forstå **snitfladerne** mellem aktørerne i feltet (især Team Danmark og DIF) og helt at sætte fingeren på, hvad der er **Team Danmarks berettigelse**. Især OL ejerskabet skaber forvirring. Undersøgelsen bekræfter derfor også, at en klarere position er et område, Team Danmark bør arbejde strategisk med fremadrettet.

### ... OG HVOR ER I HENNE I DET OFFENTLIGE RUM?

Målgruppen oplever generelt **manglende synlighed** af Team Danmark og beskriver i forlængelse af dette en **tilbageholdende, nærmest ydmyg fremtræden**. Team Danmark er altså forbundet med en ordentlighed, der overordnet set er positiv, men som samtidig gør, at organisationen opleves at **mangle kant og slagkraft** i det offentlige rum – især i medierne og på den politiske scene. Dette understøttes yderligere af, at Team Danmark overvejende har synlighed hvert 4. år op til OL.

Det skaber en vis **undren i målgruppen**, at Team Danmark ikke (som de øvrige aktører) i højere grad markerer sig i feltet. Størstedelen har en klar forventning om, at organisationen rummer ekspertise og perspektiv, der er relevant i den offentlige debat, og samtidig anskues Team Danmark også som en politisk aktør, der har en interesse i at gå forrest og være med til at forme feltet.

## OVERORDNEDE PEJLEMÆRKER

### Der lever mange forskellige fortællinger i målgruppen

*"Medaljerne er det, som de er sat i verden til"*

*"Team Danmark er ligesom specialforbundene, ligesom træneren, ligesom forældrene en del af et tandhjul i en eller anden fødekæde, hvor de har en stærk opgave."*

*"Jeg tror, at hvis Team Danmark bliver den her lille organisation, som arbejder med nogle udøvere hernede i hjørnet, så får vi ikke den synlighed omkring eliteidræt, som vi har brug for, for også at få en politisk bevågenhed."*



*"De kommer med penge, det er helt kynisk. Team Danmark er den organisation, der støtter os økonomisk med det største beløb, og hvorfor gør de det? Fordi vi leverer nogle resultater. Så jeg beskriver dem altid som en økonomisk organisation, som hjælper os med noget økonomi og noget know-how og ekspertviden, men kun fordi du leverer resultater."*

*"Team Danmark kæmper for det ypperligste mesterskab OL, og det er deres eksistensberettigelse. Men de må ikke tage ejerskab over det."*

*"Atleterne tænker ikke over, hvad de får fra Team Danmark, da pengene jo kommer fra et forbund. Og der er meget stor fokus på, at det er sponsorerne, vi skal pleje, da Team Danmark igennem finansloven altså får deres penge og dermed er sikret."*

## OVERORDNEDE PEJLEMÆRKER

Der er 4 gennemgående spændinger, som kendetegner målgruppens oplevelse af Team Danmark

### TEAM DANMARK ER VERDENSKLASSEPRÆSTATION

I er først og fremmest til for eliten. Jeres kernekompetence er at øge de små marginaler, der gør hele forskellen.



### TEAM DANMARK ER TALENTARBEJDE

I identificerer og udvikler talent, der er den grundlæggende forudsætning for at vinde medajler. Talentarbejdet er samtidig jeres ben ud i samfundet.

### TEAM DANMARK ER EN RESSOURCE I BRED FORSTAND

I er den mangfoldighed af dynamiske ressourcer, der skal til, for at atleten kan levere de bedste resultater.

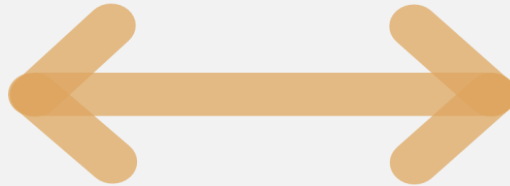


### TEAM DANMARK ER ALENE ØKONOMISK STØTTE

I er først og fremmest den tiltrængte økonomiske støtte, der giver atleten overskud til kun at fokusere på sporten.

### TEAM DANMARK ER HOLISTISK

I har fokus på det hele menneske og udvikler flere sider af atleten.

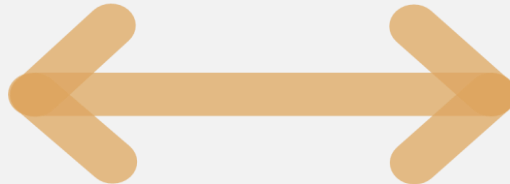


### TEAM DANMARK ER HØJT SPECIALISERET

I udvikler atleten inden for sportsgrenen.

### TEAM DANMARK ER REJSEN

I er atletens rejse. I står ved atletens side i sejr og nederlag og har kontinuerligt fokus på næste skridt.



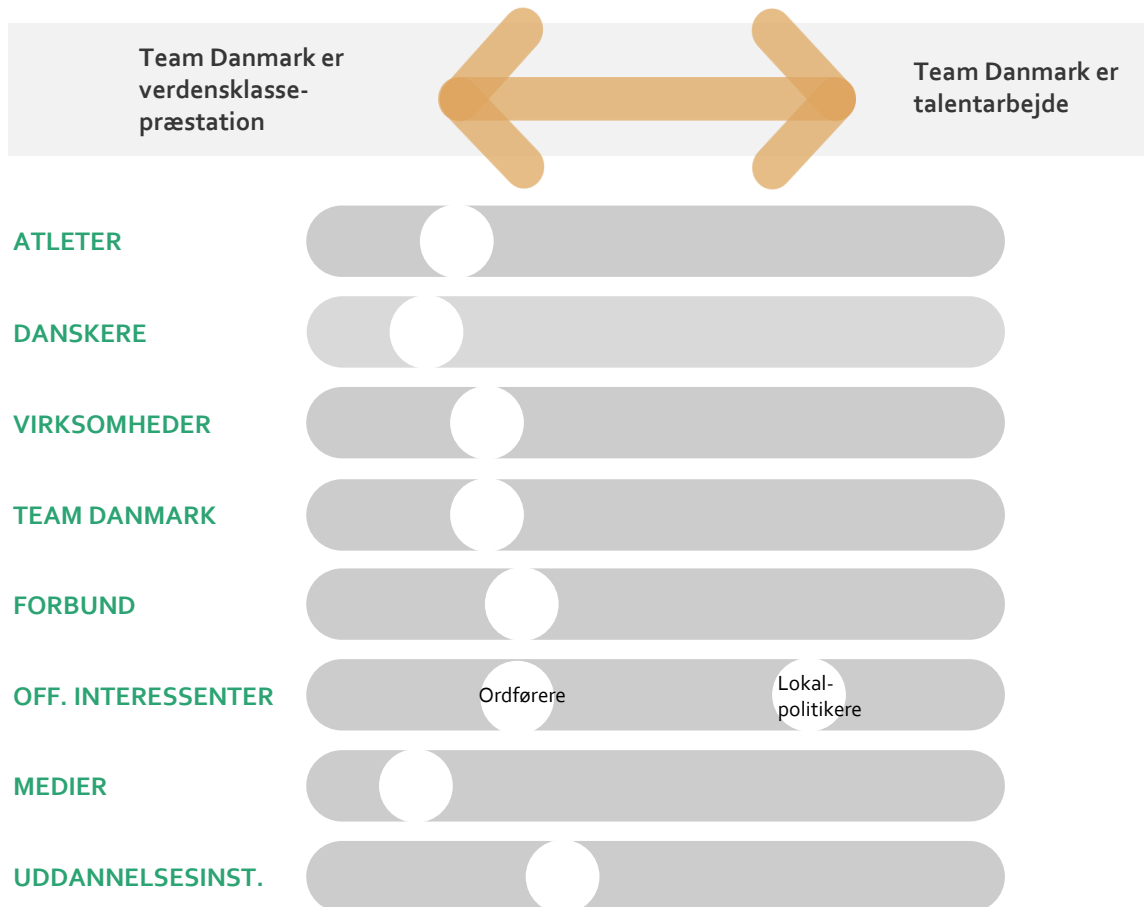
### TEAM DANMARK ER MEDAJLEN

I er en succes, når atleten står på skamlen, og I har øjnene låst fast på det ultimative mål: medajlen.

## OVERORDNEDE PEJLEMÆRKER

### Der er bred enighed om, at Team Danmarks formål er at skabe verdensklassepræstationer

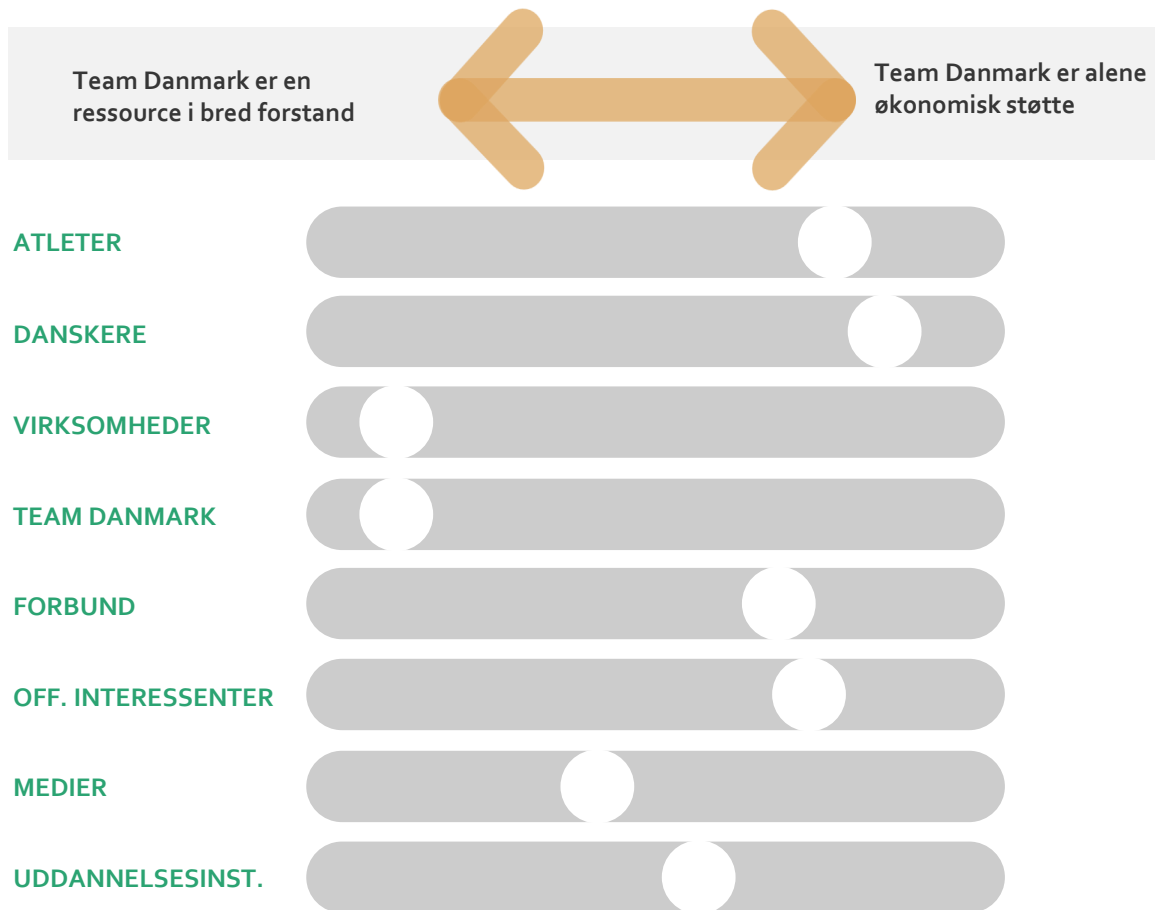
- Der er konsensus omkring, at Team Danmark har et **elitært sigte** og ingen relation har til breddeidrætten.
- Team Danmark er anerkendt for at være en organisation, der kæmper for at skabe eliteatleter, der kan opnå **international succes** – dette er kernen!
- Denne fortælling rummer dog også en usikkerhed omkring, i hvilken udstrækning Team Danmark arbejder med talentarbejde.
- Samlet set er opfattelsen, **at talentarbejde er en lille del** af Team Danmark (for de største talenter), mens talentarbejdet ellers primært ligger hos DIF og specialforbundene.
- Med sit elitære og internationale sigte bliver Team Danmark dermed mere **distanceret** end øvrige spillere på markedet.



## OVERORDNEDE PEJLEMÆRKER

### Den økonomiske side af organisationen overskygger i vid udstrækning de øvrige ressourcer

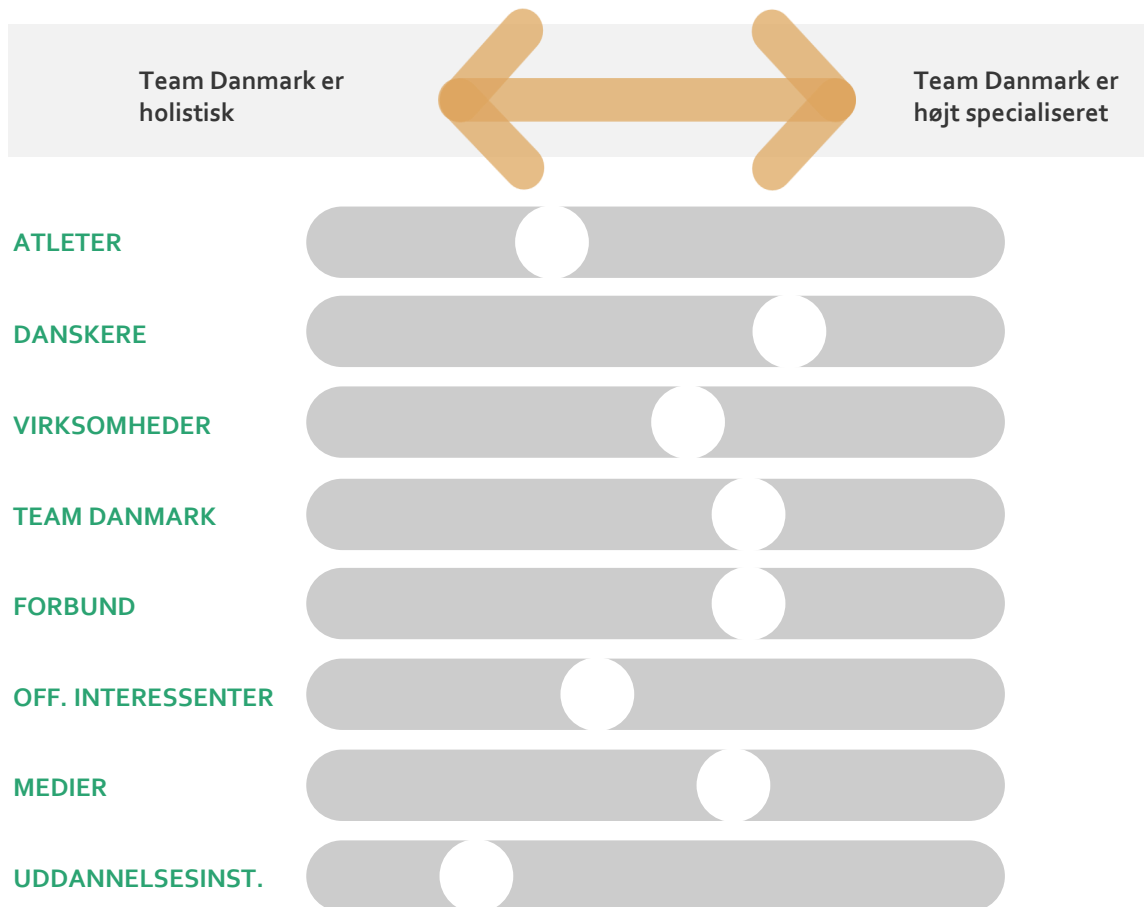
- Når der tales om eliteidrætsmiljøet, så nævnes gentagende gange at det kræver hårdt og dedikeret arbejde fra atleterne - og dette ofte med få økonomiske ressourcer.
- Når atleten optages i Team Danmark, opnår denne (typisk) **økonomisk støtte** – og dette opleves således som **essentielt**.
- Derefter følger desuden **ekspertise, faciliteter m.m.**, men det er mere **uklart**, hvilke tilbud der ligger, og det kommer ofte til at fremstå **sekundært** til det økonomiske bidrag.
- De mange ressourcer, der ligger i Team Danmark ud over den økonomiske støtte, vurderes ikke dårligt, men det er umiddelbart en lukket kreds, der har et indgående kendskab hertil, og som reelt kan sætte ord på, hvilken forskel de gør.



## OVERORDNEDE PEJLEMÆRKER

### En holistisk tilgang er meget positivt associeret men bliver også mødt med et vist forbehold

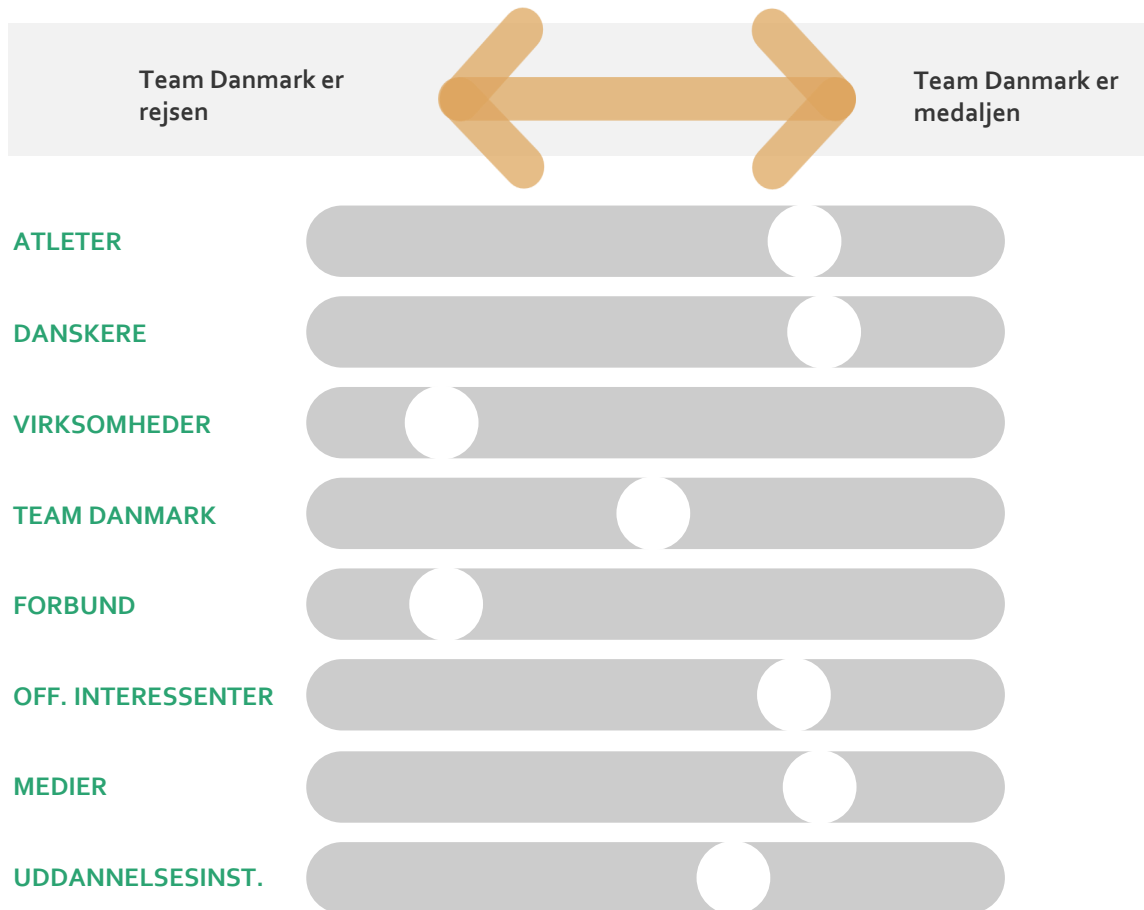
- Der er et forholdsvis **bredt kendskab til Den Danske Model** og ønsket om at skabe og arbejde med atleter i balance.
- Der er **mange stærke, positive associationer** forbundet med Den Danske Model, men også **diskussioner omkring, hvorvidt den svækker de sportslige ambitioner.**
- For eliteatleterne klinger den holistiske tilgang samtidig lidt hult, når **svigtende præstationer relativt hurtigt kan få store økonomiske konsekvenser.**
- Samlet set er der enighed om, at Team Danmark **først og fremmest skal tune atleterne, så de skaber resultater.**
- Mennesket bag må dog ikke glemmes, da dette trods alt er afgørende for atleten samt dennes potentiale som rollemodel.



## OVERORDNEDE PEJLEMÆRKER

### Øjnene rettet mod medaljen - benarbejdet driver ikke noget nær det samme engagement

- Med sloganet *Guld til Danmark* og klare medaljemålsætninger udtrykker Team Danmark som organisation, at **medaljen er omdrejningspunktet!**
- Medaljen er ligeledes det, der **driver både internt og eksternt engagement** – alle ønsker at føle sig som en del af sejren.
- Men den megen fokus på resultaterne gør samtidig, at Team Danmarks **mange øvrige ressourcer og store forarbejde træder i baggrunden.**
- I mediebildet og blandt danskerne er der meget **begrænset interesse i at høre om rejsen og Team Danmarks rolle med mindre, det netop kobles til en medalje.**
- Undtagelsen er (større) **virksomheder og uddannelsesinstitutioner, der begge ser et potentiale** i at drage lære fra sportsmiljøet samt at benytte atleterne som rollemodeller.





## OVERORDNEDE PEJLEMÆRKER

### Der er interesse for at udvide engagementet hos de fleste interessentgrupper

#### TEAM DANMARK

##### FORBUND

Især mindre forbund viser stor interesse for den mangfoldighed af ressourcer, de oplever, at Team Danmark har.

Nogle efterlyser dog en nemmere vej (mindre akademisk og mere fleksibel) til at benytte ressourcerne.

##### MEDIER

Selvom det ikke er det primære fokus, giver medierne udtryk for, at Team Danmark i noget højere grad end i dag kunne optræde som vidensressource og meningsdanner.

##### VIRKSOMHEDER

Team Danmark har et stort potentiale som sparringspartner for (større) virksomheder, der ønsker at drage læring fra sportens verden. Et samarbejde er dog også motiveret af den potentielle værdimæssige afsmitning på brands og produkter, og befolkningens kendskab til Team Danmark opleves derfor som et centralt – og nok lidt underprioriteret - aspekt.

##### OFF. INTERESSETER

Lokalpolitikere udtrykker interesse for at styrke relationen til Team Danmark. Ved at centralisere kompetencer og aktiviteter oplever nogle imidlertid at miste både atleter og adgang til ressourcer. Der ligger derfor også en opgave i at sikre, at eliteidræt ikke opleves som et københavnerprojekt.

##### UDDANNELSESINST.

Uddannelsesinstitutionerne vil generelt gerne trække endnu mere på den mangfoldighed af ressourcer, der ligger hos Team Danmark. Det gælder især i undervisningen og i arbejdet med at skabe rollemodeller i atleterne.

##### ATLETER

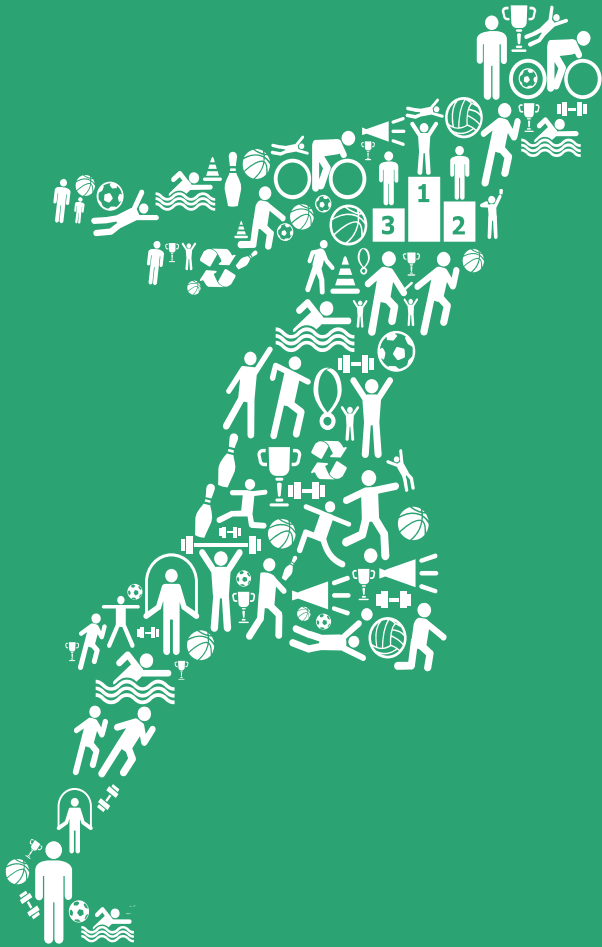
Atleterne så generelt gerne en mindre stram økonomisk styring fra Team Danmarks side.

Nogle giver dog også udtryk for, at Team Danmark kunne hjælpe med at styrke atletens eget brand mhp. at opnå andre supplerende sponsorater.

##### DANSKERE

For danskerne har Team Danmark umiddelbart begrænset interesse og relevans, og kendskabet til Team Danmarks arbejde og organisation er meget lavt. Koblet til medaljen og eliteatleten er billedet dog et andet, og det bør således være løftestang i kommunikationen.

Potentialet er umiddelbart størst i **mindre forbund**, i (større) **virksomheder** og på **uddannelsesinstitutioner**, hvor et samarbejde i en eller anden udstrækning allerede er etableret, men fremtidige indsatsområder er samtidig i vid udstrækning en strategisk beslutning.



DETAILANALYSE

# Deep dive i målgruppens opfattelse af Team Danmark

# ATLETERNE





MÅLGRUPPE: ATLETER

## FÆLLESSKAB OG STOLTHED VIGER MED TIDEN FOR FOKUS PÅ PRAKTIK OG RESULTATER

For eliteatleterne handler samarbejdet med Team Danmark om **arbejdet henimod OL og en verdensklassepræstation**. De har ikke fokus på talentarbejde men i stedet **præstationsoptimering**.

Verdensklasseatleterne taler med **stolthed** om dengang, de blev en del af Team Danmark, men denne følelse er nu trådt i baggrunden og erstattet af et **fokus på praktik** (hvordan hænger min økonomi og hverdag sammen) **og resultater** (krav fra Team Danmark der sikrer atletens fremtidige økonomi). Det stærke fokus på egne præstationer underminerer således også følelsen af at være et team, som organisationens navn ellers indikerer.



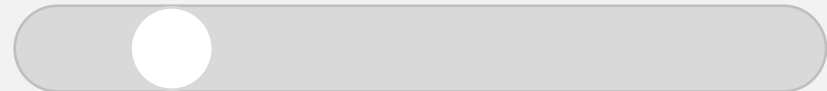
*Team Danmarks opgave er at få elitesporten til at blomstre og præstere og kæmpe om guld til Danmark. Det er deres fornemmeste opgave at få de bedste forhold til de atleter, så de kan præstere optimalt.*



## SPÆNDING

Team Danmark er verdensklassepræstation

Team Danmark er talentarbejde



### I er attraktive, når...

- I støtter atleterne i at optimere deres præstationer og stiller gode faciliteter til rådighed

### Pas på med...

- at glemme fællesskabet der også betyder noget for atleterne
- at kvæle gejsten og glæden ved sporten hos verdensklasseatleterne



MÅLGRUPPE: ATLETER

## ØKONOMISK STABILITET ER AFGØRENDE FOR AT KUNNE HOLDE FOKUS PÅ SPORTEM

Atleterne **betvivler ikke Team Danmarks ekspertise og kompetencer** og fremhæver mange af de muligheder og ydelser, Team Danmark stiller til rådighed, som positive. Den økonomiske støtte er imidlertid helt central, fordi en **stabil økonomi hjælper atleterne til at holde fokus på deres sport**. Den sikrer samtidig, at de har mulighed for at indkøbe det nyeste **udstyr** og kan deltage i de vigtigste **konkurrencer**.

Mange atleter oplever dog støtteordningerne som uoverskuelige og uigennemsigtige og ønsker sig mere strømlinede forhold for alle atleter. Der efterlyses desuden hjælp til at få økonomien til at hænge sammen i forhold til andre sponsorater m.m.



*Som jeg ser det, så er der flere forskellige ben i støtten. I forhold til ekspertbistand, der tror jeg ikke, der er nogen andre, der ville kunne gi' mig noget der er mere kvalificeret eller bedre [end Team Danmark].*



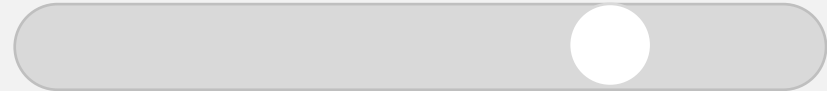
*Havde jeg kigget på økonomien, hvor meget jeg har sat til i forhold til dem, der gik ud af sporten hurtigt, så er det fuldstændigt hul i hovedet, at jeg bliver ved, fuldstændigt.*



## SPÆNDING

Team Danmark er en ressource i bred forstand

Team Danmark er alene økonomisk støtte



### I er attraktive, når...

- I fjerner bekymringer i livet uden for sporten, så atleterne kan fokusere udelukkende på deres præstation
- I hjælper atleten med at styrke deres eget brand i forhold til sponsorater, der kan supplere støtten fra Team Danmark

### Pas på med...

- at sidestille de to ben af Team Danmarks støtte, fordi mange af de ressourcer, der stilles til rådighed, da vil træde i baggrunden for den økonomiske støtte



MÅLGRUPPE: ATLETER

## NÅR MAN PERFORMER GODT I LIVET, BLIVER MAN MERE MOTIVERET I SPORTEM

Der er enighed om, at Team Danmark bærer en stor del af æren og ansvaret for, at atleten har **noget at komme tilbage til** eller kaste sig ud i, når sporten ikke længere skal være det primære.

Men den holistiske tilgang giver også værdi, mens man er aktiv udøver, fordi det opleves at **styrke både motivation og fokus på sporten, når man klarer sig godt på andre arenaer**. Ved at have sit fokus i to lejre oplever atleterne samtidig **nemmere at kunne håndtere kriseperioder** i deres sport. For atleterne klinger den holistiske tilgang imidlertid hult, hvis støtten reduceres, så snart medaljerne udebliver.



*Team Danmark prøver at være hele pakken og prøver at hjælpe os med alle aspekterne.*



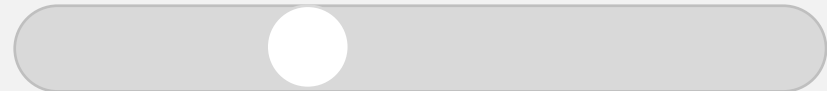
*Jeg føler, at når jeg ikke leverer, så er jeg intet værd.*



## SPÆNDING

Team Danmark er holistisk

Team Danmark er højt specialiseret



### I er attraktive, når...

- atleten føler sig værdifuld – selv i kriseperioder og sportslige nederlag
- I hjælper atleten til succes i sporten OG i livet
- I hjælper atleten videre, når livet som verdensklasseatlet stopper

### Pas på med...

- at italesætte den danske model som noget, der kun har værdi efter endt sportskarriere
- at fremstå selvmodsigende. At have fokus på det hele menneske samtidig med konsekvent økonomisk styring opleves modstridende



MÅLGRUPPE: ATLETER

## DE INDIVIDUELLE SPECIALISTER ER MÅSKE MED PÅ REJSEN, MEN ORGANISATIONEN HAR PRIMÆRT FOKUS PÅ MEDALJEN

Hverdag, træning og forberedelse fylder meget for atleterne, og her er det vigtigt med et stærkt og støttende team. Team Danmark **betyder meget på denne rejse**, og specialisternes gejst og engagement er åbenlyst. Det er en central pointe, at **atleternes relation er primært til de enkelte specialister**, når det gælder rejsen.

I kontrast her til står ofte organisationen, der opleves at have (for) stærkt fokus på medaljerne. Atleterne føler til tider, at deres indsigter i egne behov og forhold tilsidesættes i mødet med det organisationen Team Danmark, samt at de skal dele deres medaljer med Team Danmark, fordi det ofte er forudsætningen for fortsat økonomisk støtte.



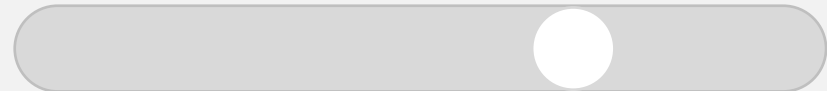
*Jeg har vundet mange medaljer til Team Danmark.*



## SPÆNDING

Team Danmark er rejsen

Team Danmark er medaljen



### I er attraktive, når...

- I hjælper atleterne med at optimere de marginaler, der sikrer medaljen
- I står side om side med atleterne, engagerer jer og deler gejst og bekymringer på rejsen

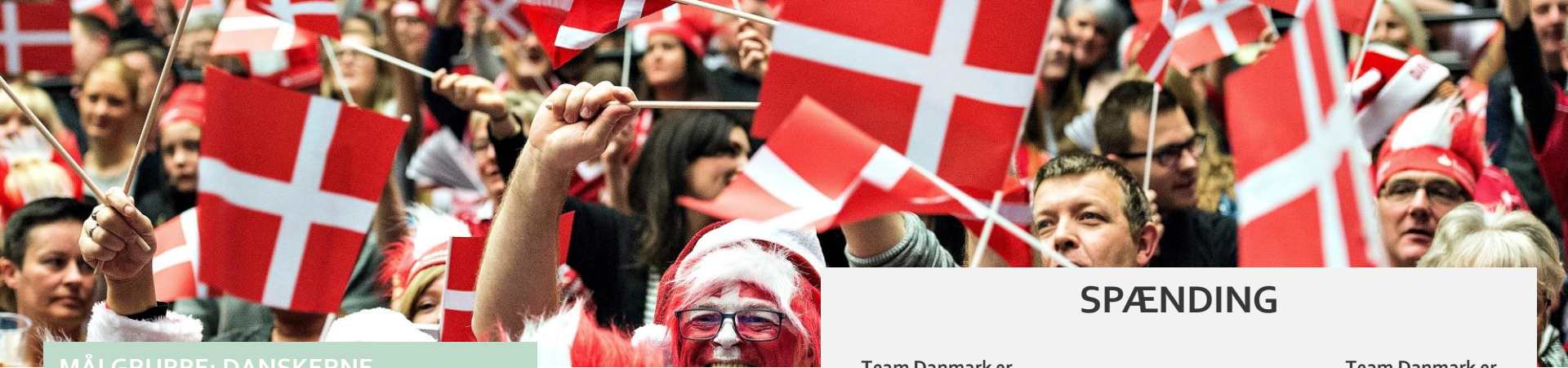
### Pas på med...

- ikke at lytte til atleterne, der selv er individualister
- at gøre jeres vigtige bidrag på rejsen til de individuelle specialisters

# DANSKERNE







## MÅLGRUPPE: DANSKERNE

### VI ER KUN INTERESSEREDE I TEAM DANMARK, NÅR DER LEVERES VERDENSKLASSEPRÆSTATIONER

Når danskerne taler om Team Danmark, så er **formålet at sikre guldmedaljer til Danmark** og skabe de oplevelser, hvor man sidder i spænding på kanten af stolen.

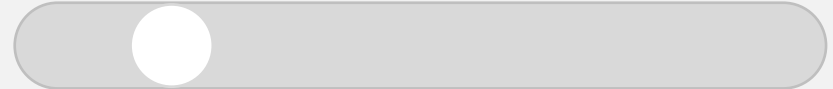
**Talantarbejdet ses som et naturligt fundament** for, at fremtidens eliteatleter kan formes men har omvendt **ikke stor interesse**. Flere nævner, at Team Danmark samarbejder med gymnasierne, så talenter får mere fleksible vilkår, men **vidensniveauet er generelt lavt**.

Ultimativt er historien om talentet kun interessant for den almindelige dansker, hvis dette talent har udviklet sig til en verdensklasseatlet, der har leveret gyldne resultater.

## SPÆNDING

Team Danmark er verdensklassepræstation

Team Danmark er talantarbejde



### I er attraktive, når...

- I medvirker til at skabe store, gribende sportsoplevelser
- I samler danskerne og skaber nationalfølelse
- I leverer danske succeshistorier og medaljer

### Pas på med...

- at bruge ressourcer på at fortælle om andet end de gyldne øjeblikke, der altid bør motivere historien



*Det kunne være fint med et program på DR2 om atletens kamp. Så kunne man bare slette det, hvis det ikke bliver til medaljer.*



## MÅLGRUPPE: DANSKERNE

### TEAM DANMARK HÅNDTERER ØKONOMIEN MEN RUMMER FORMENTLIG FLERE FACETTER

Danskerne har et meget **begrænset indblik** i, hvilke kompetencer Team Danmark besidder, og hvilken rolle organisationen konkret spiller i forhold til atleterne. Direkte adspurgt nævnes mentale trænere, fysioterapeuter m.m., men det er overvejende antagelser og ikke noget, der vækker megen interesse. De af danskerne, der har størst sportsligt engagement, har en smule indsigt i samarbejder og snitflader med specialforbund og DIF – men for langt hovedparten er såvel vidensniveau som interesse meget begrænset.

Enkelte bliver lidt mere nysgerrige, da det går op for dem, at de **gennem skatten betaler til Team Danmark** – og de kunne i det lys godt tænke sig **mere gennemsigtighed af midlernes konkrete anvendelse og værdiskabelse**.

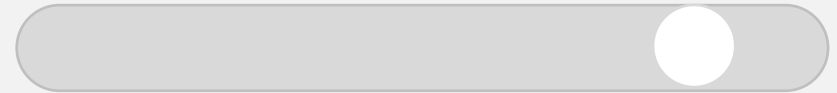


*De køber udøverne fri fra deres arbejde eller hjælper dem med at finde et arbejde, så pengene går som løn til udøverne (...), og så får de penge, hvis de skal ud og rejse, f.eks. roerne der ikke kan træne herhjemme om vinteren.*

## SPÆNDING

Team Danmark er en ressource i bred forstand

Team Danmark er alene økonomisk støtte



### I er attraktive, når...

- I sikrer, at atleterne har de økonomiske midler, kompetencer og viden, så de kan vinde medaljer til Danmark

### Pas på med...

- at blive for detaljeorienteret omkring Team Danmarks arbejde



## MÅLGRUPPE: DANSKERNE

### DET VÆRDSÆTTES, AT TEAM DANMARK TØR VÆRE AMBITIØSE OMKRING SPORTSLIGE RESULTATER

På tværs af grupperne er der **stor anerkendelse af, at Team Danmark som organisation er meget eksplicit omkring sine sportslige ambitioner** og ligefrem tør sætte tal på medaljemålsætningen. Det opfattes på den ene side som lidt udansk, på den anden som imponerende ambitiøst og i tråd med en udvikling i tiden.

At Team Danmark samtidig arbejder med "Den Danske Model" og har fokus på det hele menneske, **afspejler for danskerne nogle positive værdier** og menes at være givtigt for atleterne. Den giver dog ikke direkte værdi til danskerne.

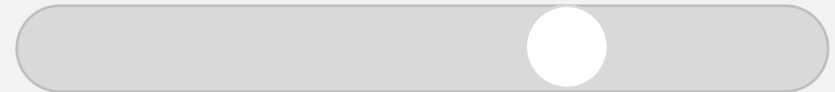


*Hvis ikke du promoverer og viser passionen, så bliver det kedeligt at se på. Det havde vi lidt med Wozniacki, "vi tager en kamp af gangen" – hun måtte godt have vist ambitioner om at vinde, men der er man bange for den her Jantelov.*

## SPÆNDING

Team Danmark er holistisk

Team Danmark er højt specialiseret

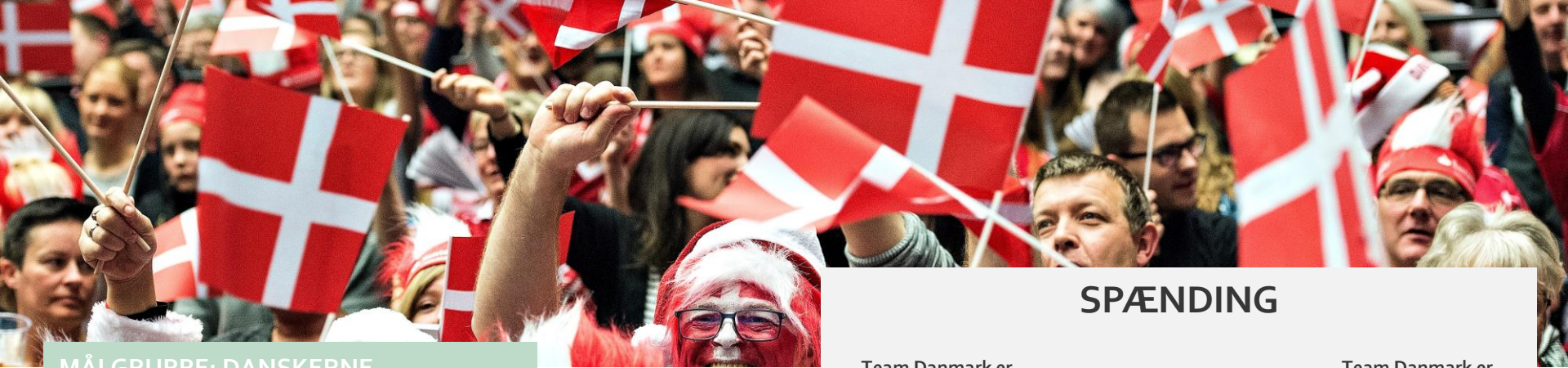


### I er attraktive, når...

- I er sportsligt ambitiøse
- I ser stort på Janteloven

### Pas på med...

- at bruge ressourcer på at fortælle om andet end sportslige resultater og evt. det sportsfagligt arbejde



## MÅLGRUPPE: DANSKERNE

### MEDALJEN ER DET, DER FANGER DANSKERNES INTERESSE

Danskerne har overvejende fokus på de **store sportslige resultater**, og deres **relation er ofte primært til atleterne** på trods af bevidstheden om, at Team Danmark spiller en betydningsfuld rolle i deres succes.

De taler om de store øjeblikke med højt engagement, stolthed og nationalfølelse, men fortællingerne vidner også om, at resultatet ikke altid ses isoleret. Eksempler er fortællinger om Pernille Blume som *"underdog"* til OL i 2016 samt 49'er krisen og sejren til OL i 2008. Når **sejren kan krydres med en farverig fortælling om vejen derhen, er den endnu stærkere – men kun i retrospektiv!**

Mange nævner sloganet *"Guld til Danmark"*, der understøtter deres **oplevelse af, at Team Danmarks primære berettigelse er medaljerne.**

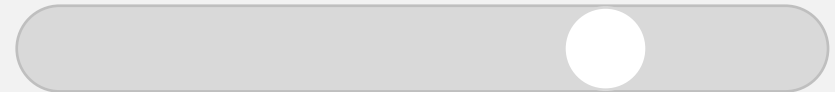


*"Hvis de opfinder noget, der er genialt eller anderledes, så kan de stå alene, men det er dér, de skal op, før de har noget at sige. De er et støtteapparat og med til at skabe grobund for, at atleterne kan præstere."*

## SPÆNDING

Team Danmark er  
atletens rejse

Team Danmark er  
medaljen



### I er attraktive, når...

- I er medskabere til de store sportslige resultater
- I efter en sejr giver et indblik i rejsen dertil

### Pas på med...

- at blive detaljeorienteret omkring Team Danmarks rolle på atletens rejse, hvis det ikke kan knyttes til et stort sportsligt resultat

# VIRKSOMHEDERNE





## MÅLGRUPPE: VIRKSOMHEDER

### DET FORMODES, AT TEAM DANMARK ER MERE END ELITE

Virksomhederne oplever nærmest Team Danmark som **synonym med eliteatleter**. Dette hænger i høj grad sammen med, at virksomhederne igennem deres støttekoncepter har mulighed for at trække på atleterne.

Der ligger dog også en uklar forventning om, at Team Danmark bidrager med mere til samfundet end "blot" at støtte eliten. Talentarbejdet bliver nævnt som et bredere fokus og opleves på den ene side som vigtigt. Omvendt kan det ikke bruges i virksomhedernes egen markedsføring, fordi den formodede interesse blandt befolkningen er for lav.

For virksomhederne **er det vigtigt, at Team Danmark har et lidt bredt perspektiv, og er synlige i befolkningen**, fordi det gennem et samarbejde vil have en positiv afsmittende effekt på dem selv.

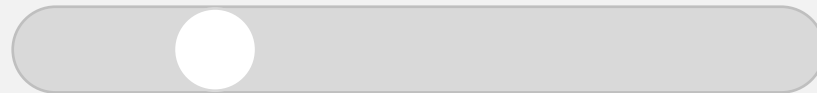


*Jeg formoder, at de gør noget for befolkningen altså mere end eliten. Men jeg ved ikke nøjagtigt, hvad det er. Jeg føler, at vi har et bredt fokus, når vi sammen med Team Danmark skaber produkter til befolkningen.*

## SPÆNDING

Team Danmark er verdensklassepræstation

Team Danmark er talentarbejde



### I er attraktive, når...

- Atleterne vinder medaljer og skaber opmærksomhed i medierne og befolkningen
- I har et stærkt brand
- succesen smitter af på salg af produkter

### Pas på med...

- at glemme fortællingen om, hvad Team Danmark bidrager med til den bredere befolkning



## MÅLGRUPPE: VIRKSOMHEDER

### VIRKSOMHEDERNE HAR IGENNEM SAMARBEJDET FÅET STORT KENDESKAB TIL RESSOURCERNE HOS TEAM DANMARK

Der er mange positive fortællinger om, at samarbejdspartnerne igennem deres kontrakter har adgang til atleter og kompetencer hos Team Danmark.

Virksomhederne fortæller, at **nøgleordene i samarbejdet er viden (forskning), sparring (fx samarbejde om produkter, ledelse m.m.) og inspiration (foredrag)**. Dermed kan de i langt højere grad end andre delmålgrupper sætte ord på, hvilke ressourcer Team Danmark besidder; **det nære samarbejde synes at lykkes.**

For virksomhedernes øjne er Team Danmark dermed også associeret med **langt mere end den økonomiske sikring af atleterne.**

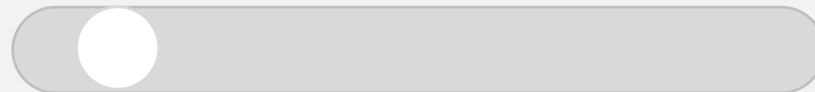


*Vi har benyttet os af diætister og kokke, der virkelig ved noget om deres område. Det har vi kunne bruge både internt og eksternt.*

## SPÆNDING

Team Danmark er en ressource i bred forstand

Team Danmark er alene økonomisk støtte



### I er attraktive, når...

- I viser, at I besidder stor viden (kost, sundhed og træning) – og dermed kan bidrage med noget i virksomhederne

### Pas på med...

- at fortællingen ikke bliver for ensopret (økonomi), da dette ikke er særligt attraktivt for virksomhederne



## MÅLGRUPPE: VIRKSOMHEDER

### ATLETERNE SKAL VÆRE GODE ROLLEMODELLER, MEN SEJR ER AFGØRENDE

Virksomhederne er bekendt med, at Team Danmark i nogen udstrækning arbejder med et bredere menneskeligt perspektiv. Dette har umiddelbart stor interesse for virksomhederne, idet der gemmer sig nogle **gode fortællinger, som den almindelige dansker kan spejle sig i**. Samtidig ønsker virksomhederne, at de atleter, som de benytter sig af i markedsføringsssammenhænge, **er nogle, som danskerne beundrer og kender** – og den sportsfaglige succes og kompetence opleves derfor også som en grundlæggende forudsætning for potentialet.

Virksomhederne har også **intern interesse** i Team Danmarks arbejde med 'Den Danske Model', fordi de står overfor nogle af de samme udfordringer, når ambitiøse medarbejdere skal balancere karriere og privatliv.



*Vi har talt meget om det hele menneske, da det kan kobles til erhvervslivet og er noget, som vi benytter i vores uddannelse af ledere.*

## SPÆNDING

Team Danmark er holistisk

Team Danmark er højt specialiseret



### I er attraktive, når...

- atleterne vinder medaljer og skaber opmærksomhed i medierne og befolkningen
- I har fortællinger om atleterne, som befolkningen kan spejle sig i

### Pas på med...

- at lade Den Danske Model stå alene





## MÅLGRUPPE: VIRKSOMHEDER

### TEAM DANMARK KNYTTES TIL REJSEN OG HØSTER STOR ANERKENDELSE HERFOR

Når virksomhederne taler om Team Danmark, så er dette meget i relation til rejsen, idet de er **bekendte med mange af de kompetencer og ressourcer**, som Team Danmark stiller til rådighed. Atleten ses som den, der ejer medaljen, men Team Danmark har ydet et afgørende bidrag.

Virksomhederne efterlyser ikke, at Team Danmark som sådan udviser større ejerskab for medaljen. Men samarbejdspartnerne har et behov for, at befolkningen kender til Team Danmarks rolle og arbejde, så den økonomiske investering i samarbejdet betaler sig.

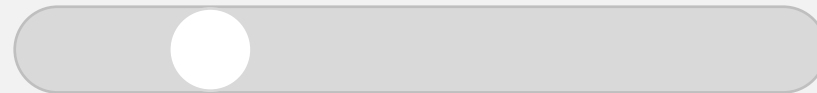


*Jeg er overbevist om, at Team Danmark spiller en stor rolle for atleterne og at de brænder for det arbejde.*

## SPÆNDING

Team Danmark er  
atletens rejse

Team Danmark er  
medaljen



### I er attraktive, når...

- I skaber de rette rammer og betingelser for atleterne.
- I fortæller om, hvad I konkret har gjort (historier om at atletens gode resultater bygger på ny forskning om kost, udvikling af et nyt udstyr el.lign.)

### Pas på med...

- at lade atleten løbe med al opmærksomheden og æren

# TEAM DANMARK

A female swimmer in a maroon swimsuit and white cap is adjusting her goggles. She has a tattoo on her left forearm. In the foreground, a blurred male figure in a brown shirt is visible. The background shows an indoor swimming pool with lane lines.



MÅLGRUPPE: TEAM DANMARK

## VI BRÆNDER FOR ELITEIDRÆTTEN

Medarbejderne i Team Danmark fremstår som ildsjæle, der er drevet og fascinerede af eliteidrætten. De er typisk selv sportsmennesker med vindermentalitet og behov for anerkendelse, og det former deres tilgang til arbejdet. De **brænder for at assistere den enkelte atlet** i at nå sine mål, og **rejsen hen mod medaljen opleves som helt central**, fordi det netop er her, de kan gøre en forskel.

På den anden side er man i Team Danmark optaget af talentarbejde og har eksempelvis spillet en afgørende rolle ifm. folkeskolereformen i 2011 og oprettelsen af idrætsklasser. Disse bedrifter når dog ikke ud i alle i organisationens led – **er talentarbejdet mon primært i fokus hos ledelsen?**



*Vi har alle behov for at være en del af OL.*

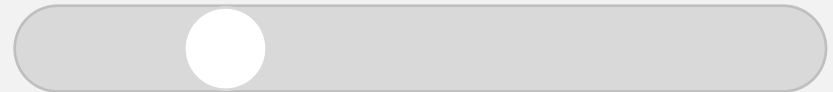


*... jeg kunne også have nævnt talentudvikling.*

## SPÆNDING

Team Danmark er verdensklassepræstation

Team Danmark er talentarbejde



### I er attraktive, når...

- der opnås store sportslige succeser, som medarbejderne oplever at have væsentlig del i
- den enkelte medarbejder får mulighed for at arbejde tæt sammen med atleterne på rejsen

### Pas på med...

- at blive for siloopdelt, hvor den enkelte kun kender sit eget ekspertområde og ikke er tilstrækkelig bevidst om talentarbejdet



## MÅLGRUPPE: TEAM DANMARK

### VI VIL VÆRE SYNONYM MED KVALITET OG ET HØJT FAGLIGT NIVEAU

Team Danmarks medarbejdere føler indimellem, at den **omkringliggende verden ser dem som sponsorer**, og det er en fortælling, de ikke bryder sig om. Medarbejderne anser derimod sig selv som **højt specialiserede eksperter inden for hver deres område**. De placerer sig selv blandt **verdens bedste** – og oplever også en klar forventning om, at det er det niveau, de skal levere.

Undersøgelsen indikerer, at medarbejderne typisk lægger mest vægt på de ressourcer, de personligt kan levere. Der er især **fokus på viden og ekspertise og koblingen til den sportslige praksis**.



*Jeg tror, der er rigtig mange ude i samfundet, der opfatter Team Danmark som en sponsor for eliteatleter (...) vi skal få synliggjort at vi er en vidensinstitution - en samling eksperter, som udvikler eliteidræt.*

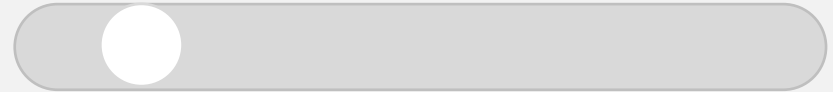


*Vi skal meget gerne stå som dem, der kan omsætte teori til praksis med forståelse i begge retninger.*

## SPÆNDING

Team Danmark er en ressource i bred forstand

Team Danmark er alene økonomisk støtte



### I er attraktive, når...

- I giver den enkelte medarbejder mulighed for at opdyrke og anvende eget fagområde og egen ekspertise – og lader dem bygge deres personlige brand
- I udadtil viser og fortæller om den mangfoldighed af ressourcer, Team Danmark har

### Pas på med...

- at lade fortællingen om Team Danmark som sponsor komme til at leve for stærkt



## MÅLGRUPPE: TEAM DANMARK

### VI VIL UDVIKLE HELE MENNESKER, MEN FOKUSERER SELV PRIMÆRT PÅ SPORTEM

Medarbejderne er meget **optagede af atleternes sportslige succes**, og oplever, at det netop er denne, de er sat i verden for at fremme.

**Den Danske Model og "det hele menneske"** er forbundet med en vis **ambivalens**. På den ene side giver det arbejdet særlig **mening** og er forbundet med **stolthed**, fordi det skaber atleter i balance og plads til både modgang og et liv ved siden af sporten. På den anden siden oplever nogle, at den holistiske tilgang **tilsidesætter vindermentaliteten**. *Går vi ikke længere 100% efter guld?* Nogle **savner også konkrete eksempler** på, hvordan man reelt arbejder med at udvikle flere sider af atleten. *Efterlever vi overhovedet det, vi prædiker?*



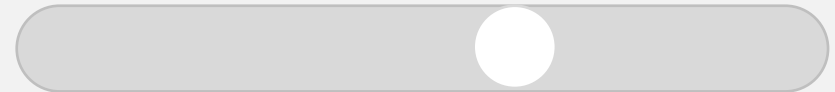
*En atlet i balance med sig selv, der giver det mening at gå på arbejde.*

*Team Danmark skal være en eksponent for det kompromisløse i et dansk leverpostejsklima.*

## SPÆNDING

Team Danmark er holistisk

Team Danmark er højt specialiseret



### I er attraktive, når...

- medarbejderne får lov at gøre en sportslig forskel
- den holistiske tilgang opleves at understøtte de sportslige resultater
- det er klart for medarbejderne, hvordan den holistiske tilgang kan foldes ud i praksis

### Pas på med...

- at lade den holistiske tilgang stå alene – Potentialet er til gengæld stort, hvis store sportslige resultater og en holistisk tilgang kan gå op i en højere enhed



## MÅLGRUPPE: TEAM DANMARK

### VI ER STOLTE AF DE SAMARBEJDER, DER FØRER TIL MEDALJER

Medarbejderne oplever selv **at være en del af holdet**, og særligt hvor samarbejdet har udmøntet sig i medaljer udtrykker de stor stolthed over at stå ved atletens side. Medarbejderne lægger også meget vægt på det store arbejde, der ligger til grund for de sportslige resultater – både for eget og atletens vedkommende. **Selvom medajlen er det ultimative resultat, er det lidt paradoksalt, da det netop er på rejsen, at de for alvor kan gøre en forskel.**

Der er umiddelbart intern uenighed om, hvilken grad af "medajlemedejerskab" Team Danmark har. Medarbejdere tæt på atleten udviser stor loyalitet og tager ikke i samme udstrækning ejerskab som medarbejdere højere oppe i organisationen. *Hvilken ejerskab kan og bør Team Danmark tage over medajler vundet i jeres regi?*



*Vi er sat i verden for at vinde medaljer, og guld er bare det sejeste.*



*Vi skal turde være et røvhul over for folk for at hjælpe dem og presse dem.*

## SPÆNDING

Team Danmark er rejsen

Team Danmark er medaljen



### I er attraktive, når...

- medarbejderne får mulighed at være med, når medaljerne vindes, så de ser resultatet af deres store arbejde.
- I både har fokus på rejsen og resultaterne.

### Pas på med...

- kun at sætte fokus på resultater og de gange medaljen er kommet i hus, da medarbejderne da ikke i tilstrækkelig grad anerkendes for deres store arbejde.
- at italesætte medaljerne som Team Danmarks – selv medejerskab er umiddelbart vanskeligt at hævde.

# FORBUND





## MÅLGRUPPE: FORBUND

### TEAM DANMARK SKÆRER DE TALENTER FRA, SOM IKKE HAR VERDENSKLASSEPOTENTIALE

Forbundene oplever, at Team Danmark har **fokus på de stærkeste**, når de fordeler ressourcer. Der er bred enighed om, at målsætningen er at hente medaljer til Danmark, hvilket netop understøtter satsningen på de stærkeste.

Med det stærke medaljefokus kan **talenterne blive lidt glemt**, hvilket gør ondt på den enkelte atlet og især de mindre forbund. Forbundene er dog samtidig enige om, at DIF har et lidt bredere fokus på talenterne, hvormed **organisationerne komplementerer hinanden**.

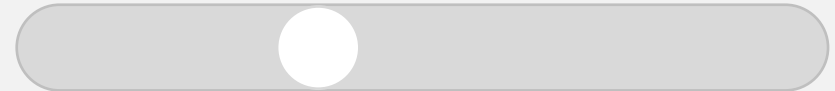


*Der er klar rollefordeling mellem DIF og Team Danmark. Det handler om præstationsopfyldelse i Team Danmark, mens det handler om bredde og udvikling på længere sigt hos DIF.*

## SPÆNDING

Team Danmark er verdensklassepræstation

Team Danmark er talentarbejde



### I er attraktive, når...

- I er med til at vinde medaljer
- I er tydelige omkring jeres prioriteringer og snitfladen med især DIF i talentarbejdet

### Pas på med...

- at talenterne ikke tabes





## MÅLGRUPPE: FORBUND

### DE MANGE RESSOURCER KOMMER IKKE NOK UD OVER RAMPEN

Team Danmark rummer mange ressourcer, men organisationen har **ikke formået at skabe tilstrækkelig bred viden om og anerkendelse** af disse. Viden er et område, hvor det forventes, at Team Danmark kan bidrage, men der er **usikkerhed** omkring, hvordan organisationen samarbejder med universiteterne og forholder sig til udenlandsk forskning. Undersøgelsen vidner om, at **de små forbund har større behov** for og interesse i at samarbejde med Team Danmark og få del i mangfoldigheden af ressourcer. Samarbejdet opleves dog til tider at bære præg af et **lidt tungt system** og en virksomhed, som **ikke er tilstrækkelig agil**.

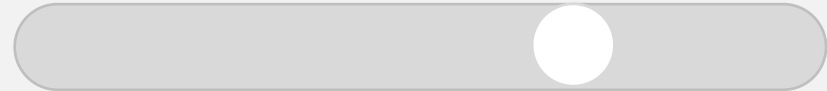


*De kommer med penge, det er helt kynisk. Team Danmark er den organisation, der støtter os økonomisk med det største beløb, og hvorfor gør de det? Fordi vi leverer nogle resultater. Så jeg beskriver dem altid som en økonomisk organisation, som hjælper os med noget økonomi og noget know-how og ekspertviden, men kun fordi du leverer resultater.*

## SPÆNDING

Team Danmark er en ressource i bred forstand

Team Danmark er alene økonomisk støtte



### I er attraktive, når...

- I giver økonomisk støtte til såvel forbund som atleter.
- I giver adgang de øvrige ressourcer for de små forbund, der kæmper egne begrænsede ressourcer
- I skaber fleksible rammer for at benytte ressourcerne
- I etablerer alternative og nytænkende samarbejder med de store forbund, som har væsentlig anerledes / mindre behov

### Pas på med...

- at være for træge og akademiske (brug af ressourcer kræver noget fleksibilitet og velvilje) = ikke for meget masterplan



## MÅLGRUPPE: FORBUND

### DET ER SPORTEM, VI SATSER PÅ, MEN DER SKAL SELVFØLGELIG VÆRE BALANCE

Delmålgruppen oplever det generelt som **en styrke, at Team Danmark arbejder med et bredere menneskeligt perspektiv**, men giver samtidig udtryk for, at det **aldrig må holde atleten tilbage i sporten**. Den internationale konkurrence kræver stort og vedvarende engagement, og hvis atletens sportskarriere pludselig rykker, skal alt andet kunne tilsidesættes. Det stiller krav om **stor fleksibilitet i livet uden for sporten og dermed også i arbejdet med det hele menneske**.

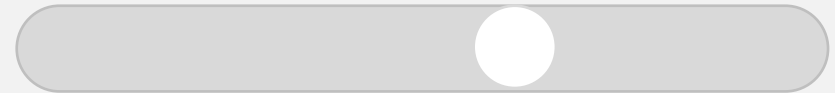


*Det nytter ikke noget at sidde fem timer på en stol og så skulle træne for fuld kraft bagefter. Konkurrenterne i udlandet er langt mere dedikerede, og det skaber en ulige konkurrencesituation.*

## SPÆNDING

Team Danmark er holistisk

Team Danmark er højt specialiseret



### I er attraktive, når...

- I giver atleten de optimale betingelser for at præstere i sporten
- I skaber gode rammer for, at atleterne kan opnå en balanceret tilværelse

### Pas på med...

- at låse jer fast til én model - fleksibilitet er et nøgleord



## MÅLGRUPPE: FORBUND

### TEAM DANMARK SKABER RAMMERNE, MEN ATLETEN ER OMDREJNINGSPUNKTET

Forbundene oplever ikke, at Team Danmark kan eller bør tage medaljemedejerskab. **Team Danmarks plads er i bag scenen**, hvor I **skaber gode betingelser for at præstere** - og når det gælder, er det atleten, der er i fokus. Team Danmark kan sagtens fortælle den gode historie om **rejsen mod medaljen**, men har ikke en plads på podiet. På trods af dette opleves Team Danmarks **fysiske tilstedeværelse ved konkurrencerne som meget positiv** og som en klar **indikator på medarbejdernes store personlige og faglige engagement**.



*Nogle er vandbærere, og det må man bare acceptere.*

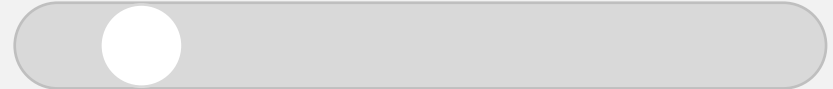


*De følger os rundt og føler stemningen og står og er med til at klappe og er nede forbi omklædningsrummet.*

## SPÆNDING

Team Danmark er rejsen

Team Danmark er medaljen



### I er attraktive, når...

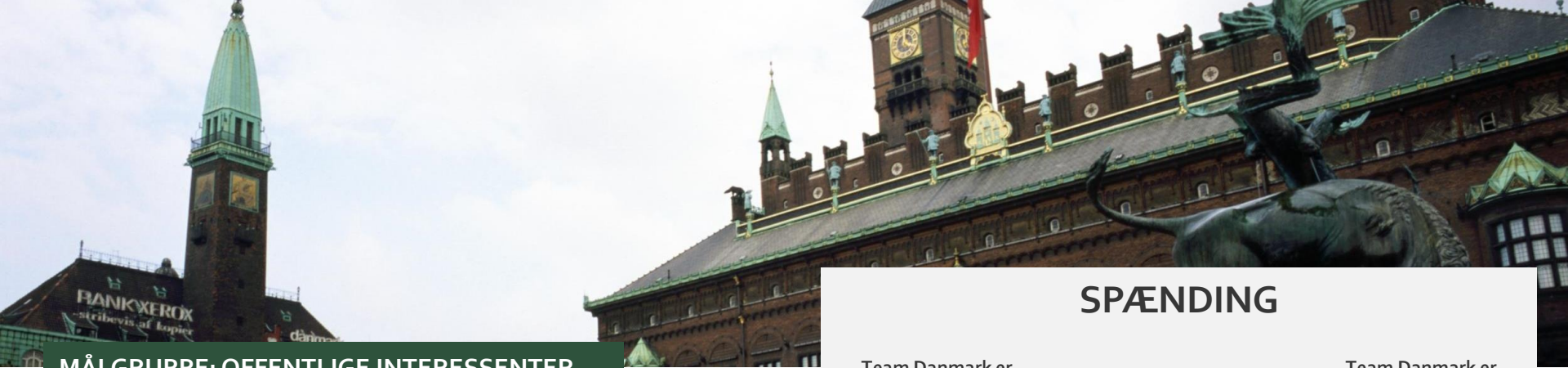
- I skaber gode betingelser for atleterne
- I optræder som en del af teamet omkring atleten og står ved deres side, når det gælder

### Pas på med...

- at søge spotlyset, da det i høj grad er arbejdet bag scenen, man anerkender



# OFFENTLIGE INTERESSENER



## MÅLGRUPPE: OFFENTLIGE INTERESSETER

### TEAM DANMARK ER SAT I VERDEN FOR ELITEN, MEN TALENTARBEJDET ER POLITISK ET STÆRKERE VÆRKTØJ

Overordnet set er de offentlige interessenter enige om, at Team Danmarks **primære mission er at skaffe medaljer til Danmark**, og elitesporten opleves som noget, der kan **skabe stolthed og sammenhængskraft i samfundet**.

Blandt lokalpolitikere falder snakken imidlertid hurtigt på **talentarbejde**. Her er megen fokus på at **give gode betingelser for borgere, der viser talent**. Desværre oplever kommunerne ofte at miste talentet, når det begynder at blomstre, fordi træningsfaciliteterne og øvrige ressourcer er samlet i de større byer. De så derfor også gerne, at Team Danmark havde satellitter ud i landet, og / eller i højere grad formåede at være tilstede derude frem for at trække talenterne til sig.

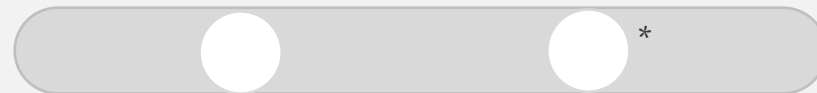


*Det er som om, at afstanden fra København til Århus er større end fra Århus til København.*

## SPÆNDING

Team Danmark er verdensklassepræstation

Team Danmark er talentarbejde



*\*Lokalpolitikere har mere fokus på talentarbejde*

### I er attraktive, når...

- I skaber store internationale resultater
- I hjælper kommunerne med talentarbejde

### Pas på med...

- at Team Danmark ikke bliver en meget centralt styret organisation, hvor alle talenterne er nødt til at søge hen



## MÅLGRUPPE: OFFENTLIGE INTERESSENER

### TEAM DANMARK SKAL FORBEDRE INDSATSEN, SÅ ATLETERNE IKKE SKAL LEVE PÅ SU-BUDGET

Der er bred enighed om, at **atleterne ofte er (for) presset på økonomien**, og den **økonomiske støtte fra Team Danmark opleves derfor som helt central**. Det er en problematik, som delmålgruppen gerne så, at Team Danmark tog mere på sig – enten ved at **øge støtten** (hvilket forudsætter at Team Danmarks egen økonomi boostes) eller hjælpe atleterne med **alternativ / supplerende finansiering** (fx sponsorater).

Det store fokus på den økonomiske støtte betyder, at **de øvrige ressourcer træder i baggrunden**. Dette understøttes for nogle af en oplevet ulige adgang til samme (jfr. pointe på forrige side om central styring).

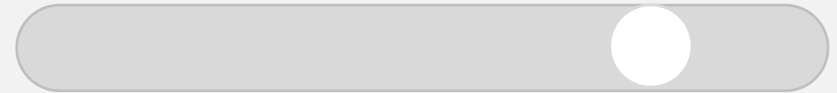


*Det er ikke rimeligt at atleterne skal leve på SU-budget. Der er behov for forbedringer.*

## SPÆNDING

Team Danmark er en ressource i bred forstand

Team Danmark er alene økonomisk støtte



### I er attraktive, når...

- I tager ansvar for at skabe gode økonomiske betingelser for atleterne
- I (sekundært) stiller andre ressourcer til rådighed for atleterne

### Pas på med...

- at understøtte fortællingen om ulige geografisk adgang til ressourcer



## MÅLGRUPPE: OFFENTLIGE INTERESSETER

### DEN DANSKE MODEL ER INTERESSANT, MEN NOK OGSÅ LIDT UDFORDRET I DEN HÅRDE INTERNATIONALE KONKURRENCE

Der er fra politisk side en stor bevidsthed om, at Team Danmark gennem Den Danske Model arbejder **helhedsorienteret og med et særligt værdisæt**. Man italesætter især samarbejdet med **uddannelsessystemet** som et afgørende aspekt, men også potentialet for at skabe **rollemodeller** opleves som centralt.

Flere nævner dog samtidig, at den internationale konkurrence er uhyre hård og kræver fuld dedikation. Den Danske Model og det iboende værdisæt skal derfor kunne **rammesætte atletens liv og karriere, uden at det bliver en bremseklods**.



*Den danske model må ikke blive en undskyldning for ikke at satse det hele og gå efter guldet.*

## SPÆNDING

Team Danmark er holistisk

Team Danmark er højt specialiseret



### I er attraktive, når...

- I har et sæt stærke menneskelige værdier som afsæt for jeres arbejde
- I giver tilbage til samfundet igennem stærke rollemodeller
- I hjælper atleter med at sikre livet efter elitesporten

### Pas på med...

- at lade den holistiske tilgang stå alene – den skal rammesætte eller fremme det sportslige



## MÅLGRUPPE: OFFENTLIGE INTERESSETER

### TEAM DANMARK ER EN STØTTEFUNKTION, DER SKAL SKAFFE MEDALJER TIL DANMARK

Et nøgleord, der går igen i delmålgruppen, er "*støttefunktion*". Team Danmark er for politikkerne at se især sat i verden for at understøtte og komplementere arbejdet i specialforbundene og DIF mhp. at udvikle atleterne, så der kan sikres medaljer til Danmark. På denne måde **knyttes Team Danmark til atleternes resultater**, og det er ligeledes det, jeres succes måles på.

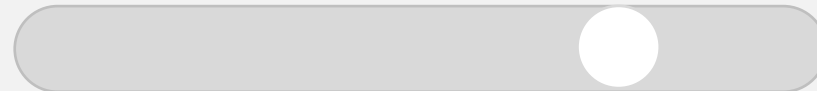


... men medaljerne er det, de er sat i verden for.

## SPÆNDING

Team Danmark er rejsen

Team Danmark er medaljen



### I er attraktive, når...

- der skabes store internationale resultater
- I hjælper atleter (på tværs af landet) til at opnå succes

### Pas på med...

- at tage for megen ejerskab, da mange gerne vil føle sig som en del af succesen (især de små kommuner)



**MEDIER**

**NEWS**

# NEWS

## MÅLGRUPPE: MEDIER

### MEDIERNE VISER PRIMÆRT INTERESSE, NÅR TEAM DANMARK HAR VÆRET MED TIL AT SKABE STORE SPORTSLIGE RESULTATER

Team Danmark opleves som værende *”rendyrket elite”*. Det er det, der **adskiller dem fra de primære konkurrenter**, som både beskæftiger sig med eliten og breddeidrætten – og dette er således Team Danmarks berettigelse. Set med mediernes øjne er det samtidig også her, den **interessante historie** skal findes.

Selvom **talentarbejdet** opleves som en naturlig del af Team Danmark som **fundamentet for den fremtidige elite**, er det **hverken her tyngden eller den brede interesse skal findes**.

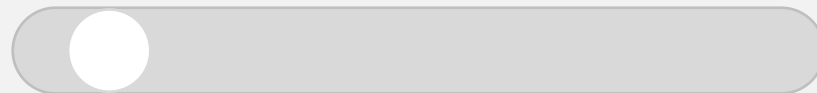


*Team Danmark og samfundet som sådan skal turde stå ved, at man har en organisation, der primært er sat i verden for eliten.*

## SPÆNDING

Team Danmark er verdensklassepræstation

Team Danmark er talentarbejde



### I er attraktive, når...

- I leverer store internationale resultater
- I fodrer medierne med historier om eliteatleterne
- I tør stå ved jeres elitære fokus og berettigelse

### Pas på med...

- at have en forventning om en almen bred interesse for talenterne

# NEWS

## MÅLGRUPPE: MEDIER

### ET KRAFTCENTER FOR VIDEN OG EKSPERTISE

Undersøgelsen viser, at medierne har et **godt indblik i, hvilke ressourcer Team Danmark har**. Især betragtes Team Danmark som et af verdens førende kraftcentre for sportslig **viden og ekspertise**, og for en journalist er det derfor også et oplagt sted at søge baggrundsviden.

Medierne har dog ikke interesse i at fortælle den brede historie om Team Danmark, da forventningen er, at det ikke vil blive mødt med interesse af befolkningen. Hvis en bredere historie skal fortælles om Team Danmark, skal dette knyttes op på en succesfuld eliteatlet eller handle om banebrydende ny forskning.



*Hvis jeg skulle søge og formidle den nyeste ekspertise inden for idrætsfremmende tiltag, så er det dér, jeg vil søge det .*



*Over for eliteudøvere optræder de som innovative medspillere og ressourceformidlere i bred forstand, men det er ikke synligt udadtil.*

## SPÆNDING

Team Danmark er en ressource i bred forstand

Team Danmark er alene økonomisk støtte



### I er attraktive, når...

- I giver adgang til den nyeste viden og et netværk af eksperter
- I kan hjælpe med baggrundsviden til historierne om de store resultater

### Pas på med...

- at have en forventning om en almen bred interesse for organisationen, jeres arbejde og kompetencer



NEWS

## MÅLGRUPPE: MEDIER

### SPORTEN ER I CENTRUM, MEN DEN DANSKE MODEL ER ET POSITIVT FUNDAMENT

Team Danmark er først og fremmest sat i verden for at sikre de **sportslige resultater**, og det er det, der tiltaler medierne.

Selvom Team Danmark **anderkendes for sit fokus på Den Danske Model**, og oplevelsen er, at atleterne har behov for støtte til at sikre balance i deres liv, har **medierne ikke interesse i at fortælle om det bredere perspektiv**, fordi det ikke opleves at have nogen nyhedsværdi. Historien om Sara Slott bliver således først rigtig interessant, da hun vinder sin OL-medalje.



*Fra et mediesynspunkt bliver det bliver primært interessant for os [red. medierne] op til OL, men det er svært i det daglige mediebillede af få Team Danmarks interne historier igennem.*

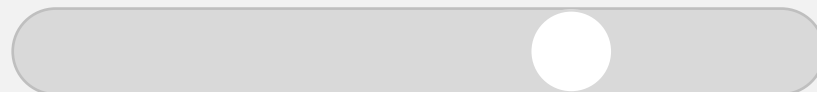


*Atleterne skal hjælpes til at leve hele liv, så de ikke kun er på toppen, når de performer godt.*

## SPÆNDING

Team Danmark er holistisk

Team Danmark er højt specialiseret



### I er attraktive, når...

- I arbejder med stærke, afbalancerede atleter på højeste sportslige plan

### Pas på med...

- at have en forventning om en almen bred interesse for organisationen, jeres arbejde og kompetencer

# NEWS

## MÅLGRUPPE: MEDIER

### FOKUS PÅ MEDALJEN ER NATURLIG VINDERMENTALITET OG SKABER BÅDE BERETTIGELSE OG DIFFERENTIERING

Det skarpe fokus på medaljerne **skærper Team Danmarks profil i konkurrencen og i medierne**. Selvom der er et felt af organisationer, der helt naturligt samarbejder om at vinde medaljer til Danmark, og alle skal og vil tage kredit for sejrene, så opleves **medaljerne som Team Danmarks primære berettigelse**. Rejsen og fundamentet opleves som vigtige aspekter, men udgør ikke samme stærke fortælling.

*Medaljerne er den væsentligste grund til at Team Danmark findes. Mange af de andre billeder [red: referer til billedsorteringsøvelse] signalerer fundamentet, men de hører ikke umiddelbart til Team Danmark.*

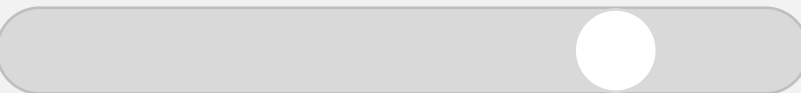
*Måske er det dét, der skaber et blurry billede, fordi man måske fra Team Danmarks side har forsøgt at brede sig lidt ud - måske skal synlighed ikke være på den danske model m.m., det skal i stedet være en forudsætning.*

*Hvis man skal beskæftige sig med alt muligt andet, så udvander man .. Derfor skal det primære budskab altid være: 'Sådan vinder vi medaljer'.*

## SPÆNDING

Team Danmark er rejsen

Team Danmark er medaljen



### I er attraktive, når...

- I leverer store internationale resultater og medaljer
- I fodrer medierne med historier om eliteatleterne
- I tør stå ved jeres medaljefokus

### Pas på med...

- at rumme for mange fortællinger
- at have en forventning om en almen bred interesse for organisationen, jeres arbejde og kompetencer

# UDDANNELSES- INSTITUTIONER





MÅLGRUPPE: UDDANNELSESINST.

## TEAM DANMARK SKABER MULIGHEDER FOR BÅDE TALENTET OG ELITEATLETEN

I undersøgelsen har vi både talt med gymnasier og universiteter, der har at gøre med atleter på forskellige stadier i deres karrierer. Det er generelt opfattelsen, at **Team Danmark skaber gode betingelser for de unge talenter så vel som de eliteatleter**, der studerer ved siden af deres sportskarriere.

Både gymnasierne og universiteterne taler om, hvordan de benytter eliteatleterne som rollemodeller i forhold til institutionernes øvrige elever, idet de udviser gode resultater, stort engagement og er meget ambitiøse.



*Vi bruger Team Danmark-ordningen til at løfte vores egne elever, altså de øvrige elever på gymnasiet, fordi vi ser det som et godt brand, hvor eleverne kan kigge på sportsudøverne og sige, 'når han kan, eller hun kan, så kan jeg også godt finde kræfter til at gennemføre min uddannelse'. Det skaber yderligere også en stolthed blandt elever og lærere, når disse elever opnår gode sportslige resultater.*



## SPÆNDING

Team Danmark er verdensklassepræstation

Team Danmark er talentarbejde



### I er attraktive, når...

- I skaber gode rammer for atleterne
- I skaber rollemodeller på uddannelsesinstitutionerne (og i samfundet)

### Pas på med...

- ...



## MÅLGRUPPE: UDDANNELSESINST.

### SAMARBEJDET HANDLER OFTE OM PRAKTIK OG ØKONOMI, MEN DER ER BEVIDSTHED OM DE ØVRIGE RESSOURCER

Relationen mellem uddannelsesinstitutionerne og Team Danmark er ofte orienteret omkring **planlægning og økonomi**, hvilket også former opfattelsen af Team Danmark som sådan. Det store fokus på økonomi understøttes yderligere af, at mange af deres **atleter eksisterer på et meget økonomisk grundlag og dermed også er ekstremt afhængige af Team Danmarks økonomiske støtte**.

Uddannelsesinstitutionerne er dog bevidste om, at Team Danmark har **brede kompetencer og ressourcer**, og de giver udtryk for gerne at ville have **større adgang til fx specialister og viden**, end det er tilfældet i dag. Det er især i undervisningssammenhæng, at der opleves at være et potentiale.



## SPÆNDING

Team Danmark er en ressource i bred forstand

Team Danmark er alene økonomisk støtte



### I er attraktive, når...

- I bidrager økonomisk til atleterne
- I skaber gode, fleksible rammer for atleterne på uddannelsesinstitutionerne

### Pas på med...

- at samarbejdet ikke bliver for bureaukratisk (masterplan m.m.)
- at relationen ikke bliver for praktisk – kontaktpersonerne er dedikerede og stolte af samarbejdet





## MÅLGRUPPE: UDDANNELSESINST.

### DEN DANSKE MODEL HAR BÅDE VÆRDI FOR DEN ENKELTE ATLET OG FOR DET OMGIVENDE SAMFUND

Fundamentet i samarbejdet er at skabe gode rammer for de studerende, og uddannelsesinstitutionerne er derfor også **begejstrede for Den Danske Model og værdierne omkring det hele menneske**. Det er dog centralt, at samarbejdet omkring atleterne er **tilpasset individuelle behov**. Den holistiske tilgang stemmer ligeledes godt overens med uddannelsesinstitutionernes mål om at skabe et **fundament for livet efter sporten**.



*Samarbejdet handler om at få koordineret og hjulpet de studerende atleter i deres hverdag, hvor både træning og uddannelse skal hænge sammen på en harmonisk måde.*



*Den Danske Model giver jo rigtig god mening, for det er jo de færreste der kan leve af deres sport hele deres liv, og man skal også ska ha' et liv, hvor man trives efter sporten.*



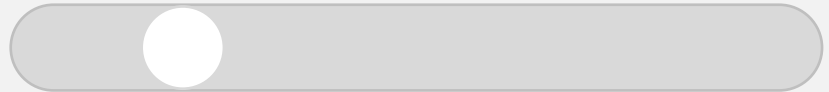
*One size fits all, den passer jo ikke helt - heller ikke i den her verden*



## SPÆNDING

Team Danmark er holistisk

Team Danmark er højt specialiseret



### I er attraktive, når...

- I assisterer udd.inst. i arbejdet med at få atleterne til at lykkes både sporten og i livet

### Pas på med...

- One size fits all



## MÅLGRUPPE: UDDANNELSESINST.

### VI TAGER OS AF REJSEN, OG TEAM DANMARK TAGER SIG AF MEDALJEN

Uddannelsesinstitutionerne oplever at være en **stor del af atleternes rejse**. De er til daglig helt tæt på den enkelte atlet og arbejder konkret med at skabe en hverdag, der fungerer og komplementerer træningen bedst muligt. Selvom Team Danmark er en vigtig samarbejdspartner i det arbejde, understøtter 'Guld til Danmark' i vid udstrækning den opfattelse, at **Team Danmark er til for at bringe medaljer hjem til Danmark og er en succes i de øjeblikke, hvor det lykkes**, mens uddannelsesinstitutionerne derimod er den kontinuerlige støtte på rejsen for den enkelte atlet.



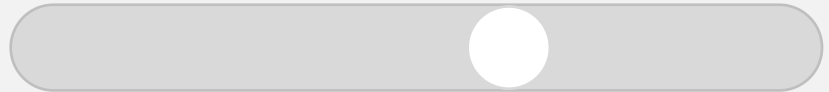
*Deres opgave er at skaffe medaljer til EM, VM eller OL, men 'Vi kæmper for guld til Danmark' skaber ikke nødvendigvis værdi for den enkelte atlet.*



## SPÆNDING

Team Danmark er rejsen

Team Danmark er medaljen



### I er attraktive, når...

- I hjælper atleterne til at skabe gode resultater
- I samarbejder med udd.inst. om hverdagens rammer

### Pas på med...

- at medaljen ikke bliver eneste succeskriterie



## RETNINGSANVISNING

### Tre brand DNA mulighedsrum

På baggrund af indsigterne fra undersøgelsen er der udarbejdet 3 mulighedsrum for Team Danmarks fremtidige brand DNA. Mulighedsrummene skal forstås som et oplæg, som Team Danmark skal arbejde videre med internt. Ved projektets afslutning vil Team Danmark stå tilbage med én (revideret) retning.

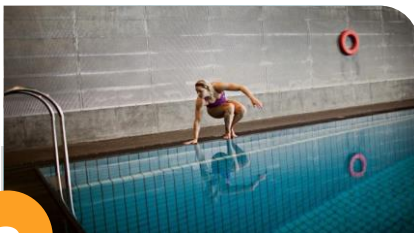


1

#### BRAND MULIGHEDSRUM | DET DANSKE HOLD |

##### Rolle og personlighed:

Team Danmark sætter det stærkeste hold af atleter, trænere og eksperter for Danmark – og indgår selv på holdet. Team Danmark skal signalere varme, engagement og støtte, for ingen kan præstere alene, og når nogen falder, hjælper vi hinanden op.



2

#### BRAND MULIGHEDSRUM | VORES HELT/VORES STOLTHED/ALL IN |

##### Rolle og personlighed:

Team Danmark står bag vinderne og er vindere. Igennem perfektion, dedikation, engagement og vilje kæmpes der for sejr. Vi tror på, at vi er de bedste, og vi tør sige det højt – her er ingen Jantelov. Alle marginaler er afgørende, og Team Danmarks eksperter kæmper for den sidste tiendedel, der er afgørende i den tætte konkurrence.



3

#### BRAND MULIGHEDSRUM | THE DANISH WAY |

##### Rolle og personlighed:

Team Danmark er med til at sikre rammer, der hjælper atleten med både at lykkes i sporten og i livet. Det sikrer balance og ro, og vi tror på, at en atlet i balance yder både bedre og længere.

# KONTAKT

---

Kundeansvarlig

**Søren Pedersen**

Business Development Director & Partner,  
Head of Analytics & Perspectives

+45 40 41 71 32

sp@wilke.dk

Projektleder og kvalitativ konsulent

**Rie Lykke Danielsen**

Senior Perspectives Consultant

+45 26 78 26 27

rda@wilke.dk

Kvalitativ assistent

**Rikke Flodin**

Praktikant

+45 60 18 59 52

rfl@wilke.dk

Kvalitativ konsulent

**Nomi Schäfer Kjærgaard**

Senior Perspectives Consultant

+45 29 93 55 39

nk@wilke.dk



**Wilke**

Asking for growth