PERSONLIGA VÄRDERINGAR 2

Av de värderingar du har strukit under ska du välja ut tre värderingar som du vill fokusera extra på nu och framåt. Välj ut minst en i varje del av blomman, alltså de tre nivåerna grund, bidrag och självförverkligande.
Skriv in dina värderingar i de tomma ringarna.

BIDRAG

SJÄLVFÖRVERKLIGANDE

GRUND

Välj därefter veckans fokusvärdering – det vill säga den värdering som du vill fokusera på extra mycket under veckan. Ställ dig frågan: Hur kan jag leva efter denna värdering ännu tydligare?

Vad kan jag göra annorlunda? Vad kan jag göra mer eller mindre av?

Hur kommer människor i min omgivning märka hur jag lever efter min värdering?

DINA STYRKOR

Många sociala entreprenörer blir bra på att göra det som de redan vet att de är duktiga på och tycker är roligt. De är också ofta skickliga på att delegera det som de tycker att de är mindre bra på. Därför är det viktigt för dig att reflektera kring dina styrkor för både din personliga utveckling och din idés skull.

Skriv ner tre styrkor du har.

Till exempel envis, empatisk, lugn, hjälpsam, målmedveten, ärlig, snabbtänkt, humoristisk, energisk, engagerad.

DINA STYRKOR

Hur använder du dina styrkor idag?

Vilka styrkor har du som du inte använder dig av idag?

Hur kan du använda dem i ditt sociala entreprenörskap?

ÖVNING – SAMHÄLLSUTMANING OCH LÖSNING

PROBLEMGLASÖGONEN

När du utforskat vilka värderingar som vägleder dig kan en bra övning vara ”Problemglasögonen”.

Tänk dig att du tar på ett par glasögon som gör att du kan utforska världen utifrån dina vägledande värderingar. Ett tips är att göra det medan du tar en promenad eller läser dagstidningen.

När du aktivt ser världen utifrån dina värderingar, fråga dig själv vad som borde vara på ett annat sätt.

Ofta är det just krocken mellan våra värderingar (vår syn på hur samhället borde vara) och hur verkligheten ser ut just nu många sociala entreprenörer får sin idé.

Detta angelägna samhällsproblem
vill jag ta mig an:

VAD ÄR ROTEN TILL PROBLEMET?

LÖS ORSAKEN TILL PROBLEMET – INTE SYMPTOMEN AV DET

För att skapa en bra förståelse kring problemet du vill lösa behöver du lägga tid på en analys av orsak och verkan. Vi försöker hitta roten till samhällsproblemet så vi kan förhindra problemet från att uppstå i det första ledet. Det handlar om att ställa oss frågor som: Hur kan vi stoppa hemlöshet på lång sikt, utöver att ge mat och tillfälligt skydd? Ett bra sätt att analysera detta på är att göra övningen "Fem lager av varför".

INNAN DU BÖRJAR – NÅGRA ENKLA TIPS

- → Det kan finnas många rötter till ett problem. Försök identifiera ett i taget.
- → Roten till ett problem behöver inte vara universellt. Väldigt ofta är de specifika och kopplade till en specifik kontext. Till exempel anledningen till att den psykiska ohälsan bland unga ökar kan bero på olika saker. Välj den anledning du tycker känns viktigast.
- → Be en kompis spegla det du säger: "Så enligt dig beror ohälsa bland unga på…"

GÖR SÅ HÄR:

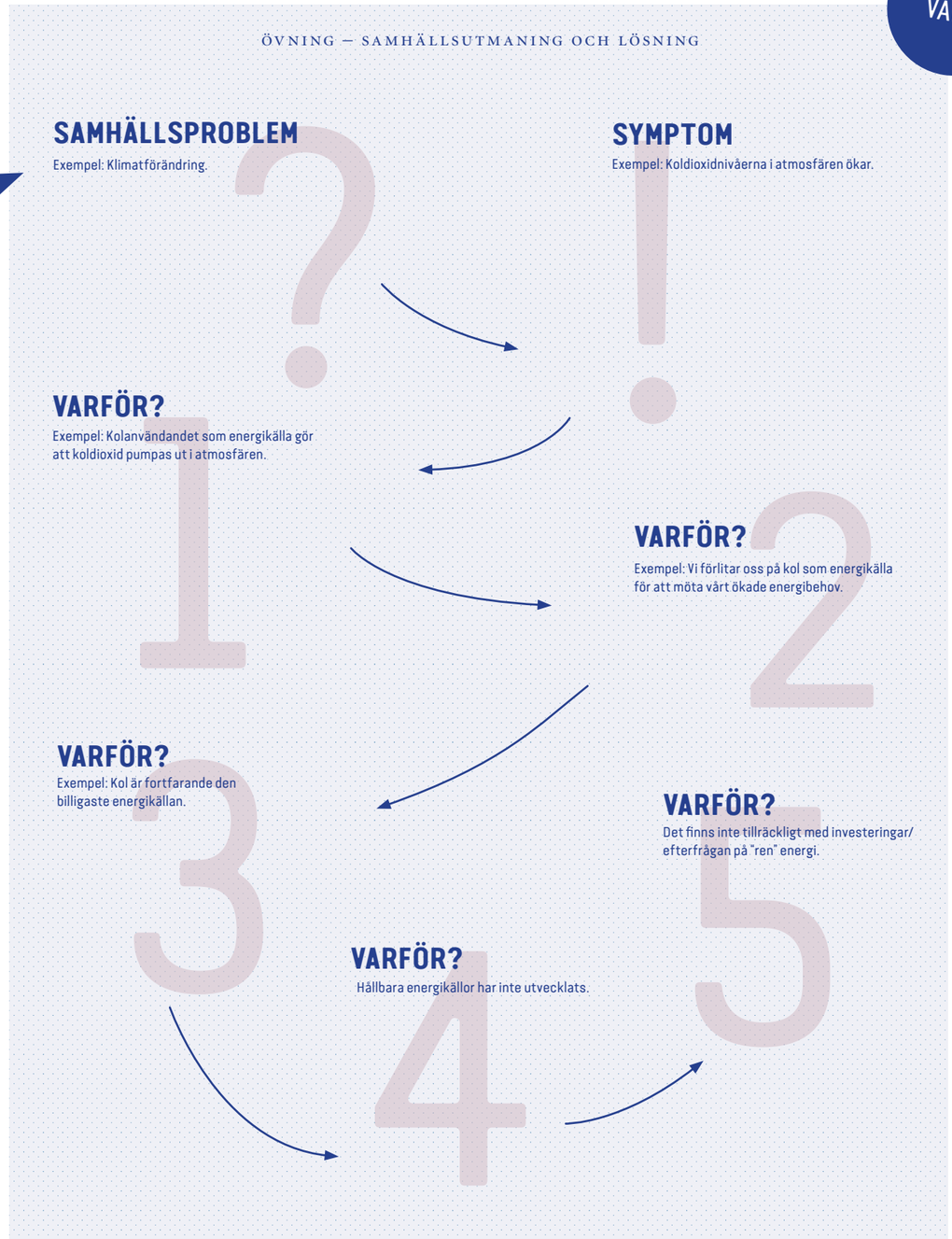
Skriv ner problemet du ser.

Hitta ett symptom eller indikator – något som tydligt visar att det finns ett problem.

1. **Fråga dig själv**
   – varför är det så?
2. **Utifrån det du just sa**
   – varför är det så?
3. **Utifrån det du just sa**
   – varför är det så?
4. **Utifrån det du just sa**
   – varför är det så?
5. **En sista gång:**
   Utifrån det du just sa
   – varför är det så?

När du kommer till "varför?" nummer fyra eller fem kanske du upplever att du börjar närma dig roten till problemet.

Det vill säga du har identifierat grunden till att symptomen uppstår och om detta förändras så kommer själva problemet faktiskt försvinna. I exemplet på nästa sida ser du att det är först i det femte lagret av varför som vi identifierat roten till problemet.[7]



VAD?

ÖVNING – SAMHÄLLSUTMANING OCH LÖSNING

SAMMANFATTA PROBLEMET / SAMHÄLLSUTMANINGEN

Hur skulle du förklara samhällsutmaningen för någon som inte hört talas om den? Vilka symtom visar på att det är ett problem?

Till exempel: en samhällsutmaning som jag ser är att många unga inte har inflytande på ett reellt sätt i den kommunen jag bor i. Symptom som visar på detta är att jag och mina vänner i kommun x har svårt att påverka och mina vänner anser att det inte finns forum som de kan ha inflytande över.

ÖVNING – SAMHÄLLSUTMANING OCH LÖSNING

VÅR SYN PÅ HUR VI FÖRÄNDRAR — ”THEORY OF CHANGE”

När du har reflekterat kring vad, alltså vilken samhällsutmaning du vill ta dig an eller något du vill förändra, är det dags att formulera din theory of change. Det vill säga hur din lösning förändrar problemet. Enkelt uttryckt handlar det om din story och om hur och varför världen kommer bli annorlunda tack vare din idé.[9]

SAMHÄLLSPROBLEM

Symptom

Se sida 36, där du sammanfattade ditt problem.

Roten till problemet

MITT FÖRSLAG PÅ LÖSNING

Min idé är… Om x sker så händer x

Exempel: Min idé är att om unga får gå ett ledarskaps- och demokratiprogram under sommaren istället för traditionellt feriearbete tror jag att många fler kommer att förstå hur och på vilket sätt de kan påverka i den kommun de bor i.

VAD?

ÖVNING – SAMHÄLLSUTMANING OCH LÖSNING

SAMMANFATTA LÖSNINGEN/DIN IDÉ

VAD?

VEM GÖR DIN LÖSNING SKILLNAD FÖR?

Redan från början i din process – lägg tid på att analysera vem som är mottagare/användare av din idé. Involvera dem som din idé är till för så tidigt som möjligt. Till exempel, om du har startat ett demokratiprogram för unga, bjud in dem i processen så tidigt som möjligt för att få deras åsikter och tankar om vad som ett sådant program ska innehålla.

Vem är det som har nytta av min idé, det vill säga vem blir situationen bättre eller annorlunda för om min idé blir verklighet (alltså, vem eller vilka är min målgrupp)?

Hur kan jag redan nu involvera användaren?

ÖVNING – SAMHÄLLSUTMANING OCH LÖSNING

DIN HISTORIA

Det är de goda historierna som fångar vårt intresse och engagerar oss.
Det är oftast lättare att minnas en god historia än fakta och statistik.
Börja till exempel med att formulera dessa tre historierna:

PROBLEM	LÖSNING	FRAMGÅNG
Vad var det för problem du såg?	Hur gick du tillväga för att lösa problemet?	Vad har du uppnått?

ÖVNING – SAMHÄLLSUTMANING OCH LÖSNING

DU OCH DITT BUDSKAP

Grundläggande för att nå ut med ditt budskap är att svara på frågorna:

→ Varför? Vad är syftet med din kommunikation?

→ Vem? Vem vill du ska höra? Vilken målgrupp har du?

→ Vad? Vad vill du berätta?

→ Hur? Hur ska du kommunicera med målgruppen?

→ Var? Var hittar vi målgruppen?

→ När? När är bäst tid att kommunicera med dem?[9]

ATT BYGGA ETT VARUMÄRKE –"BRANDING"

Ditt varumärke är det helhetsintryck som andra får och har av dig och din verksamhet. Du bygger ditt varumärke genom alla dina kommunikationsinsatser och de formella och informella möten du har. Därför är det viktigt att du alltid tänker på hur du och din organisation vill uppfattas av andra.

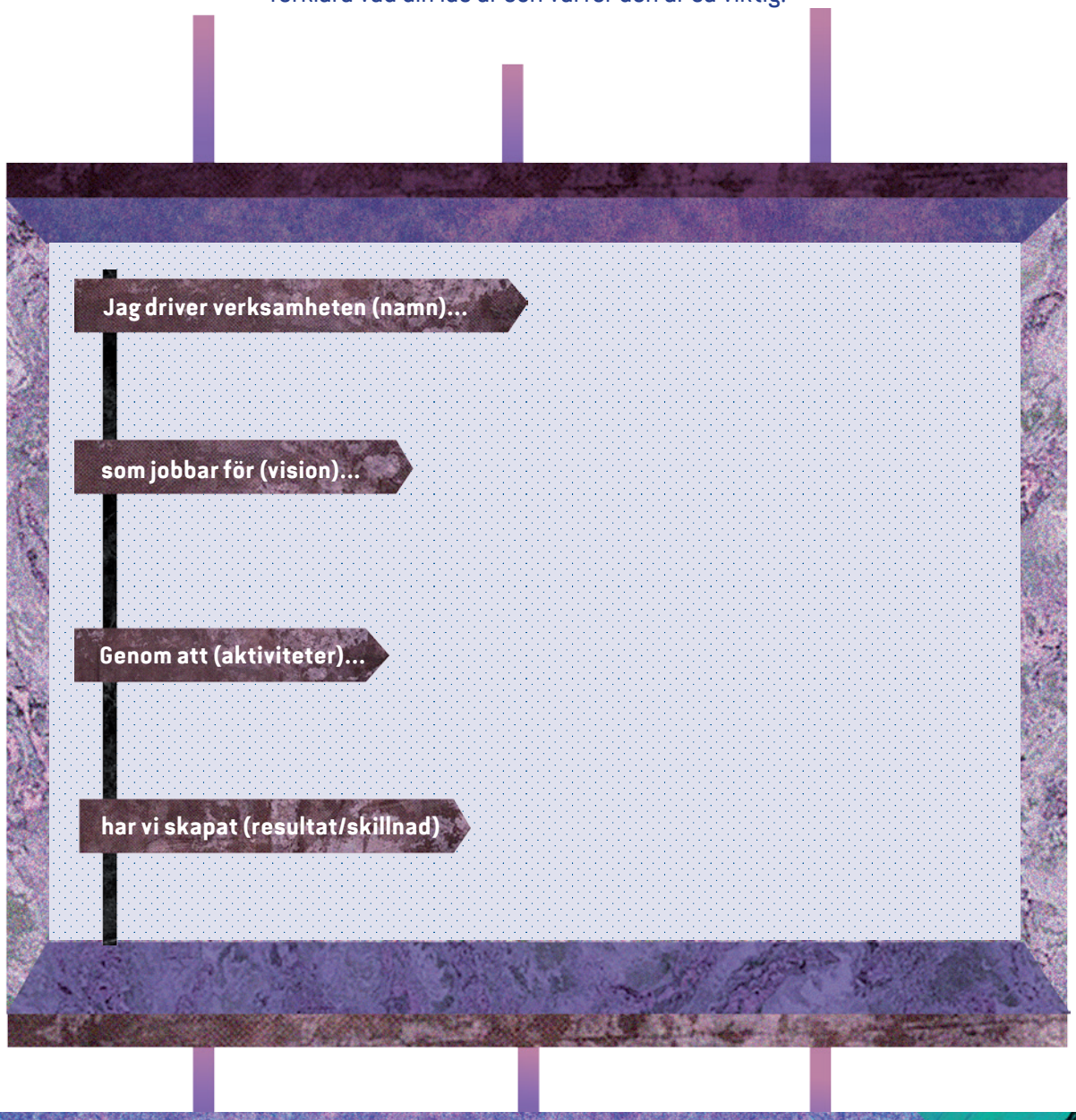
"För oss har det varit viktigt att tänka till innan vi medverkar i media och alltid vara säkra på att vi har något att berätta så att det stärker vårt varumärke"

NATASSIA FRY OCH PEGAH AFSHARIAN, KOMPIS SVERIGE

VARFÖR?

HISSPITCH

Du kommer berätta om din idé många gånger för många människor. För att få med dig andra är det viktigt att du lyckas förklara vad din idé är på ett sätt som fångar essensen av det ni gör och får andra att vilja bidra. Metoden "hisspitch" brukar användas för just detta. Att du på väldigt kort tid (så kort som det tar att åka några våningar i en hiss) ska kunna förklara vad din idé är och varför den är så viktig.



ÖVNING – SAMHÄLLSUTMANING OCH LÖSNING

VISION

Det drömscenario ni jobbar för

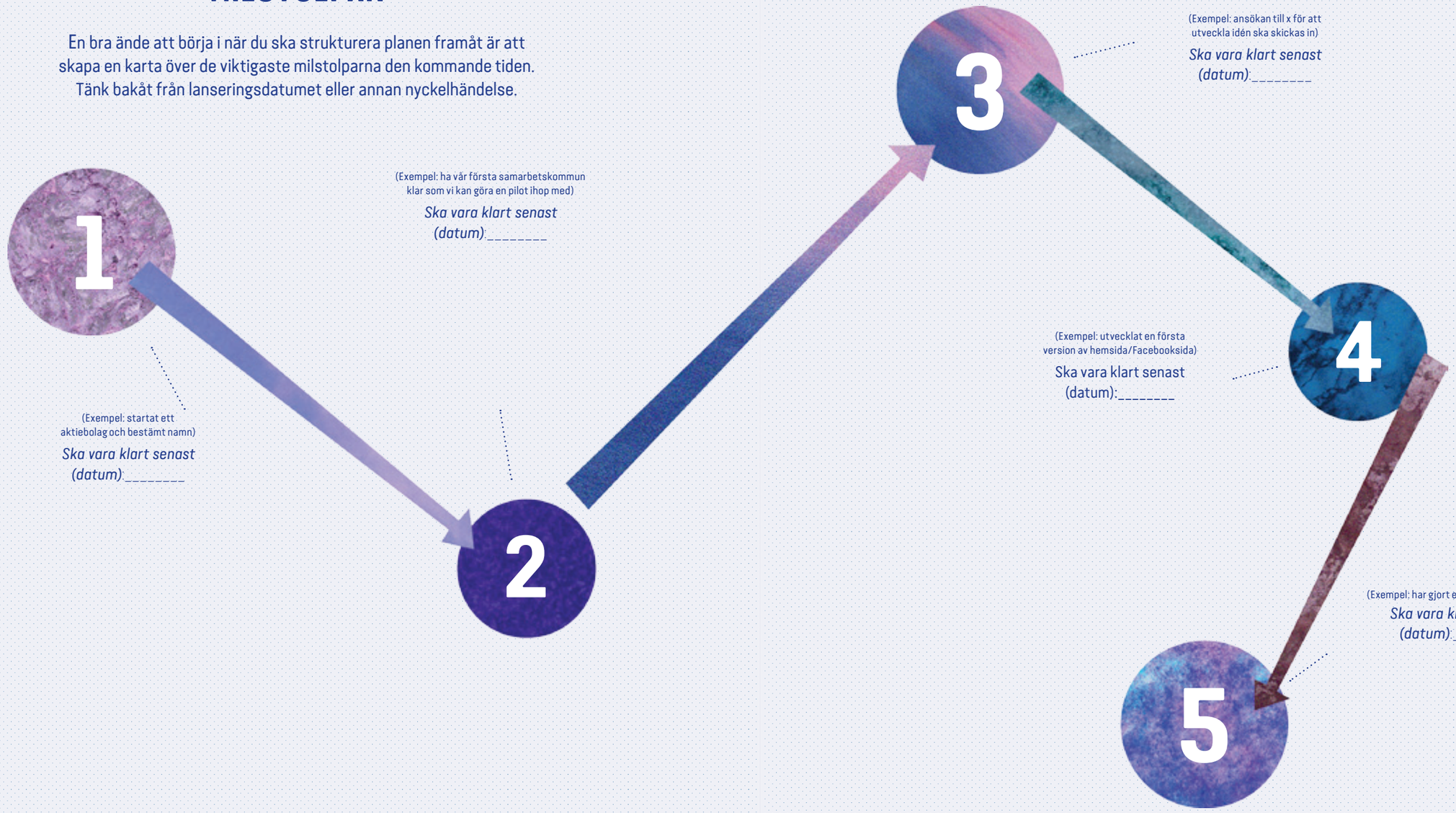
MISSION

Vår övergripande affärsidé
som leder mot visionen

ÖVNING – SAMHÄLLSUTMANING OCH LÖSNING

MILSTOLPAR

En bra ände att börja i när du ska strukturera planen framåt är att skapa en karta över de viktigaste milstolparna den kommande tiden. Tänk bakåt från lanseringsdatumet eller annan nyckelhändelse.



ÖVNING – SAMHÄLLSUTMANING OCH LÖSNING

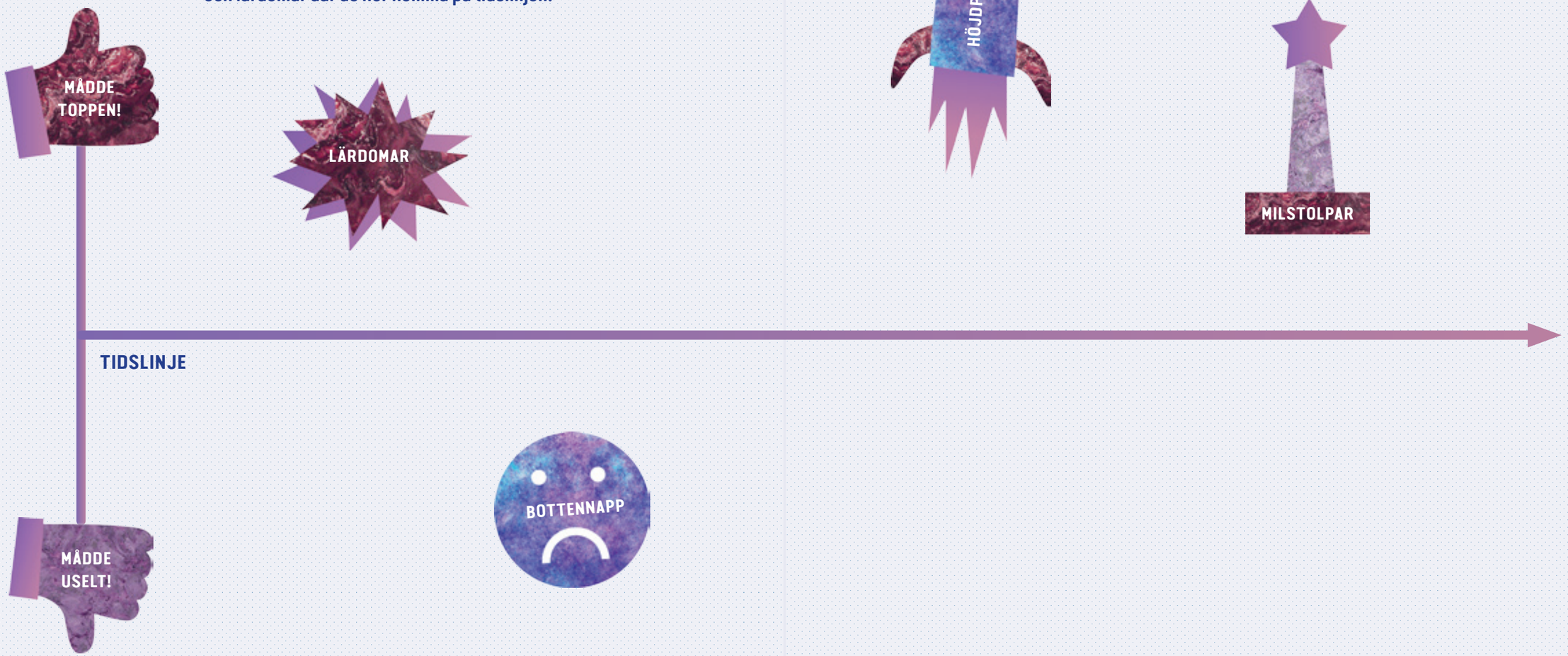
VERKSAMHETSPLAN

En verksamhetsplan behöver inte vara krånglig eller ett långt dokument. Många gånger räcker det att skriva upp SMARTA:a mål, ansvarsområden, deadlines och vilka aktiviteter ni ska genomföra för att nå målet. Det kan exempelvis se ut så här:

	DINA MÅL	VEM ÄR ANSVARIG?	NÄR KLART?	AKTIVITETER FÖR ATT NÅ MÅLET:
MÅL 1				
MÅL 2				
MÅL 3				

UTVÄRDERINGS-TIDSLINJE

Att utvärdera behöver inte vara ett tungt textdokument. Att göra en tidslinje över till exempel ett verksamhetsår eller efter ett projekt kan vara ett bra och roligt sätt att samla lärdomar och dela erfarenheter. Fyll i enskilt och dela sedan ut i teamet. **Placera ut milstolpar, höjdpunkter, bottennapp och lärdomar där de hör hemma på tidslinjen.**



ÖVNING – SAMHÄLLSUTMANING OCH LÖSNING

VILKA ANDRA VILL SAMMA SAK?

Du verkar i en omvärld som du påverkas av och som påverkas av dig. Ett bra tips är att ha koll på vilka andra aktörer som vill samma eller liknande saker som du och se hur ni på bästa sätt kan samverka. Det är något som många sociala entreprenörer säger att de önskar att de lagt mer tid på. Gör en kartläggning av relevanta aktörer för att bättre förstå deras roll och om det finns möjligheter att samverka.[10]

NAMN PÅ ORGANISATION/ AKTÖR	MAKT OCH INFLYTANDE ÖVER FRÅGAN MELLAN 1–5	HUR SKILJER SIG DERAS "THEORY OF CHANGE" FRÅN VÅR?	HUR KOMPLETTERAR VI VARANDRA?	HUR SKULLE VI KUNNA SAMVERKA FÖR ATT SKAPA ÄNNU MER SAMHÄLLSPÅVERKAN?

ÖVNING – SAMHÄLLSUTMANING OCH LÖSNING

VÅR OMVÄRLD

En PEST-analys är ett enkelt och överskådligt sätt att analysera omvärlden och hur den kommer påverka er utveckling. Även om det inte går att förutse exakt vad som kommer hända framöver så är det här är ett bra verktyg för att kunna blicka framåt och reflektera över hur du kan vara proaktiv när världen förändras.[11]

POLITISKT, EKONOMISKT, SOCIALT, TEKNOLOGISKT

	Hur ser det ut idag? Hur påverkar det utformandet av din idé/lösning?	Hur tror du att det kommer se ut om tre år? Hur påverkar det utformandet av din idé/lösning?
POLITISKT		
EKONOMISKT		
SOCIALT		
TEKNOLOGISKT		

VIKTIGASTE UPPGIFTERNA

I små värdestyrda organisationer är det vanligt att ”ha många roller i en”. En person kan vara såväl projektledare, ha hand om ekonomin, göra all kommunikation, sköta rekrytering och så vidare. Många sociala entreprenörer gör allt själva och när det äntligen finns utrymme att anställa någon är det ofta en enorm lättnad. Det frigör tid som du kan ägna åt strategi och långsiktighet. Fundera över hur du ska prioritera din tid och på vad de viktigaste uppgifterna skulle vara för den du anställer.

Min roll som grundare:	Mina sex viktigaste arbetsuppgifter:	Hur stor del av en arbetsvecka i % ska respektive uppgift ta?
Den första rollen jag skulle anställa:	Den personens sex viktigaste arbetsuppgifter:	Hur stor del i % lägger jag på respektive uppgift idag?

OLIKA ROLLER

Förutom att vi i ett team har olika ansvarsområden så har vi också olika styrkor och sätt att vara och verka på. Grovt kan vi dela in olika roller i ett team i fyra olika typer;

SAMORDNARE

Ser till så att alla mår och har det bra. Kan beskrivas lite som en som en "vallhund" som samlar ihop och håller ihop en grupp.

RESULTATJÄGARE

Resultatet är det viktiga, hur vi sedan kommer dit är sekundärt. Resultatjägaren blir ofta otålig av allt "pratande" och vill sätta igång och jobba och bygga prototyper direkt.

ORGANISATÖR

Organisatören har sinne för det lilla, detaljerna och att få allt praktiskt att fungera.

NYTÄNKARE

Drivs av visioner och den stora bilden. Är stark i uppstartsfasen och desto mindre intresserad av detaljer.

Vilken roll tenderar du att ta i en grupp? Ofta finns ett starkt inslag av två av dessa fyra. Genom att bli medveten om det kan du lättare analysera vad du skulle behöva komplettera ditt team med. Ingen roll är viktigare än den andra och givetvis kan vi ta olika roller i olika grupper och förändras över tid.[12]

Ringa in den rollen/rollerna du ofta tar i en grupp och beskriv gärna med exempel på hur detta tar sig uttryck:

SAMORDNARE

RESULTATJÄGARE

ORGANISATÖR

NYTÄNKARE

SOCIALT KONTRAKT

Oavsett om du jobbar med en projektgrupp en kort tid eller i ett team som arbetat ihop länge så är det väl investerad tid att tillsammans skapa ett ”socialt kontrakt”[14] som beskriver HUR ni jobbar tillsammans. Vad har ni bestämt för spelregler mellan varandra?

Exempel:

→ Vi börjar varje möte med att checka in så alla får berätta hur de mår.

→ Vi hjälper varandra att ta pauser en gång i timmen.

Hur ska vi arbeta tillsammans (”jobbregler”)? Vad är okej? Vad är inte okej?

Vad gör vi om vi arbetar på ett sätt som inte är okej?

Hur hjälps vi åt att ha balans och må bra?

Gemensamma aktiviteter?

Hur ska vi fira framgångar?

Datum och underskrifter:

ATT VÄXA IHOP MED UPPGIFTEN

Alla har vi olika erfarenheter av feedback, men dess enda syfte är att hjälpa andra människor att växa, bli duktigare, mer kompetenta och tryggare. Nedan följer lite vägledning och en mall för hur du bäst ger och tar emot feedback.

→ Använd ordet ”jag” inte ”man” eller ”vi”

→ Var konkret, specifik och tydlig. Ge exempel!

→ Berätta hur det får dig att känna dig

→ Ge förslag på utveckling

Nedan hittar du en enkel form för att ge varandra feedback, det räcker med några minuter för att göra övningen.

Tre saker jag uppskattar med dig är:

Detta har jag lärt mig av dig:

Ett gott råd jag har till dig:

VILKEN FORM SKA JAG VÄLJA?[17]

	Enskild firma	Handelsbolag	Aktiebolag	Ekonomisk förening
Antal ägare	1	Minst två	En eller flera	Minst tre
Ansvar för företagets skulder	Ja, personligen	Ja, personligen	Nej	Nej
Krav på revisor	Nej	Nej	Ja, godkänd eller auktoriserad (vid omsättning mer än 3 miljoner eller minst tre anställda)	Ja, men behöver inte vara godkänd eller auktoriserad.
Krav på insats	Nej	Nej	Minst 50 000 kr	Ja, men beloppet bestäms av medlemmarna
Beslut	Beslut		Röstantalet avgörs i proportion till aktieägandet	En medlem, en röst

	Föredelar för mig:	Nackdelar för mig:
svb		
Aktiebolag		
Enskild firma		
Stiftelse		
Förening		
Kooperativ		

ÖVNING – ATT SKAPA HÅLLBAR FINANSIERING

PLAN FÖR DIN AFFÄR

En affärsplan[20] förklarar det du gör, vilket samhällsproblem din idé löser; drömmen och visionen om vad som gör din idé unik. Det vill säga det som får dig att sticka ut från mängden (så kallade usp:ar, unique selling points). Affärsplanen är först och främst ett verktyg för dig och din verksamhet. Den skapar översikt över vad du vill göra och vilka mål du vill uppnå. En affärsplan är också användbar när du söker finansiering. Självklart vill externa finansiärer veta hur deras investering kommer att användas och på vilket sätt den skapar skillnad. För att din affärsplan ska bli så bra som möjligt är detta bra att ha med:

→ En intro till dig och ditt team – varför just du och varför just nu?
→ Samhällsproblem ni löser och hur.
→ Vilken skillnad ni skapar.
→ Vilka era kunder är.
→ En plan för finansiering.

SAMMANFATTA DIN IDÉ

Börja med en översikt. Vilken är din idé? Vilket socialt problem löser den? Vilka behov fyller den? Finns det en marknad för den?

START

PLANEN FÖR ÅR 1 OCH 2

EKONOMI

Utveckla er affärsidé genom att fundera på och bestämma er för hur er affärsmodell ska se ut. Hur ni ska ta betalt och finansiera idén?

MÅL

”En affärsplan ska vara kortfattad, översiktlig och konkret. Detaljer blir irrelevanta eftersom allt bygger på gissningar och förhoppningar”

LENNART GREBELIUS, SOCIAL INVESTERARE

DIN AFFÄRSIDÉ

Skriv ner din affärsidé med de USP:ar som ni erbjuder kunden. Motivera vad som gör er till det mest attraktiva valet.

FÖRSÄLJNING OCH MARKNADSFÖRING

Vilka är era kunder? Det hjälper ofta att föreställa sig en fysisk person. Därifrån är det lättare att bestämma vilken strategi ni ska ha, det vill säga hur ni bäst når ut till era kunder.

DRIFT

Vilka är era gemensamma mål och vilka resurser har ni (kontor, volontärer, etcetera.)

PERSONAL OCH TEAM

Vilka är med i teamet? Vilka är era roller?

VAD SKA MÄTAS?[22]

VAD VILL JAG FÖRÄNDRA?	HUR VILL JAG ATT SITUATIONEN SKA BLI ANNORLUNDA?	VILKA INDIKATORER ELLER VILKEN DATA VISAR ATT DET BLIVIT ANNORLUNDA?

TIDPLAN FÖR ATT SKALA UPP

Hur ser er plan ut för att skala upp? Redan nu kan det vara en bra idé att skapa en plan för de kommande tre åren. Glöm inte att få med milstolpar för varje år och vad ni tror är succékriterier för att lyckas. Tre viktiga frågor att ställa er:

→ Hur säkrar du kvaliteten i ert arbete när du skalar upp?

→ Hur ser du till att säkra erfarenhetsutbyte och lärande i den större organisationen?

→ Vilken blir din roll och hur kommer den förändras över tid?[26]

OM ETT ÅR	OM TVÅ ÅR	OM TRE ÅR

LIVSKOMPASSEN

För att kunna skapa det liv vi vill leva så måste vi först ha en bra idé om hur vi vill att våra liv ska se ut. Ett sätt att utforska det och göra det tydligare för sig själv är att använda en så kallad livskompass.

Livskompassen har fyra huvudområden: relationer, hälsa, arbete/utbildning och fritid. Inom varje huvudområde finns ett antal undergrupper såsom mat, hälsa, karriär, träning, familj, nära relationer eller egen tid.

FRÅGA DIG SJÄLV

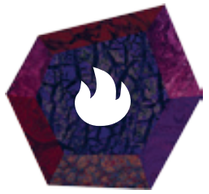
1. RELATIONER: Hur vill du vara och vad vill du ha ut av ditt liv och dina relationer? Vilken slags person vill du vara? Hos vem/vilka får du stöd och energi? Var känner du att du kan vara den du är/trygghet? Vilket typ av förhållande vill du vara i? Hur vill du vara som vän, familjemedlem, medmänniska?

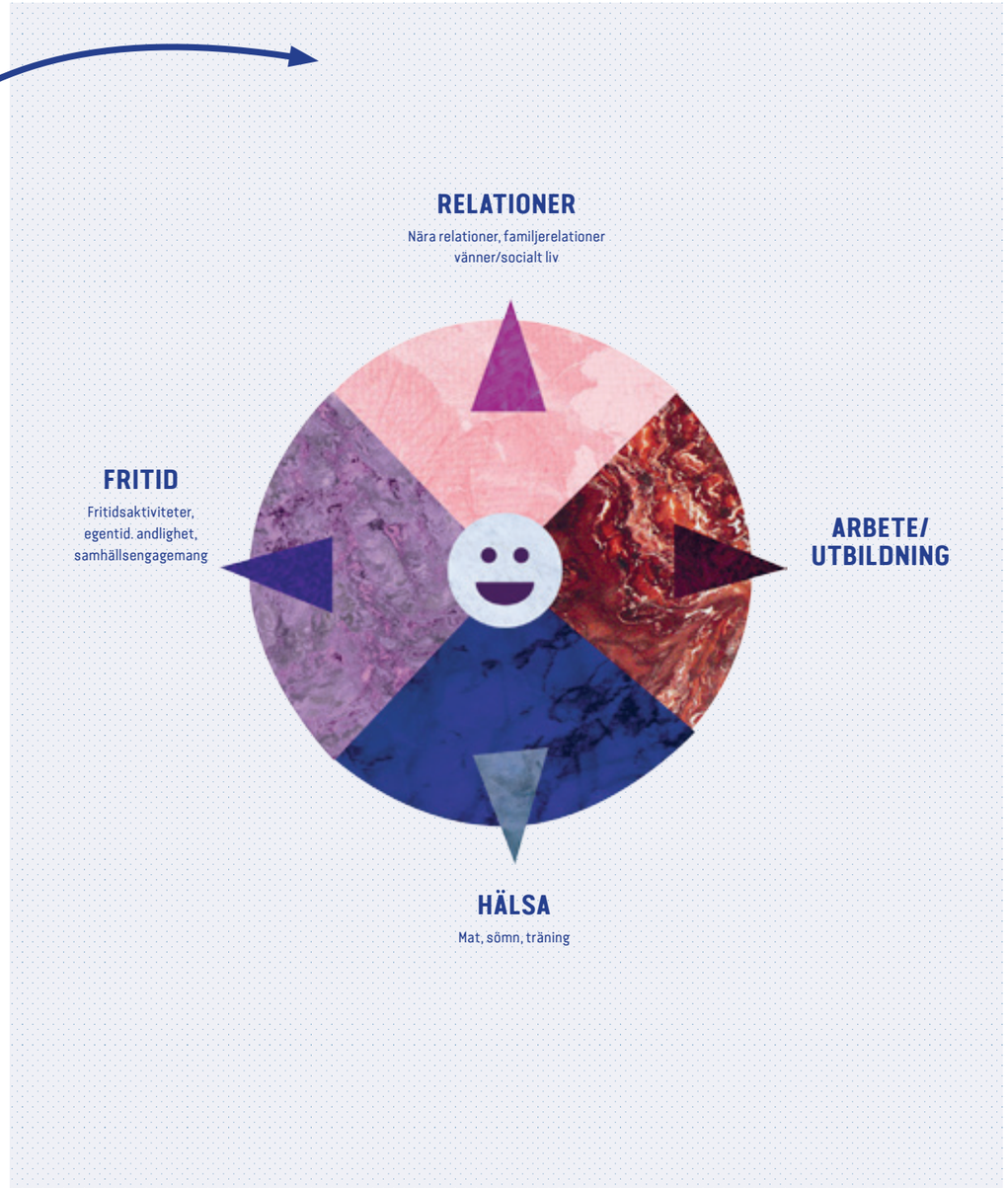
2. HÄLSA: Hur vill du ta hand om dig själv? Behöver du åtta timmars sömn för att må bra? Vilken typ av motion behöver du och vad tycker du är roligt? Behöver du en samtalspartner som du kan tala med om ditt arbete? Kan någon vara coach eller mentor för dig? Har du någon att dela dina bekymmer och glädje med i ditt professionella liv?

3. ARBETE/UTBILDNING: Hur ser ditt drömyrke och arbetsplats ut? Vilken typ av kollega/ledare vill du vara? Vad är du nyfiken på? Vad är viktigt för dig? Finns det något ämne/hantverk du vill fördjupa dig inom? Vad tror du att du behöver för konkret utbildning/kunskap för att lyckas med din dröm?

4. FRITID: Vilken typ av fritid vill du ha som social entreprenör (du kanske numera jobbar med det som tidigare var din fritidssysselsättning)? Vad tycker du är roligt att göra? I vilken situation mår du bäst och känner balans/harmoni? Mår du bäst själv eller i grupp? I naturen eller i stan? Vid havet? Var samlar du energi?

Fyll i din Livskompass på nästa sida genom att skapa en bild över hur stor del du vill att respektive del ska ta upp i ditt liv.[27]





MIN PERFEKTA DAG / VECKA

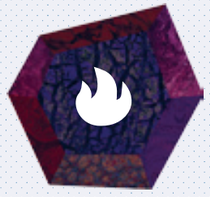
Så här ser mitt recept ut för att ha en perfekt dag eller vecka.

Hur skulle en perfekt dag/vecka se ut om du fick bestämma?

Hur ser din nuvarande dag/vecka ut?

Vad är skillnaden mellan nuläget och hur du skulle vilja ha det?

Denna person får jag energi från:

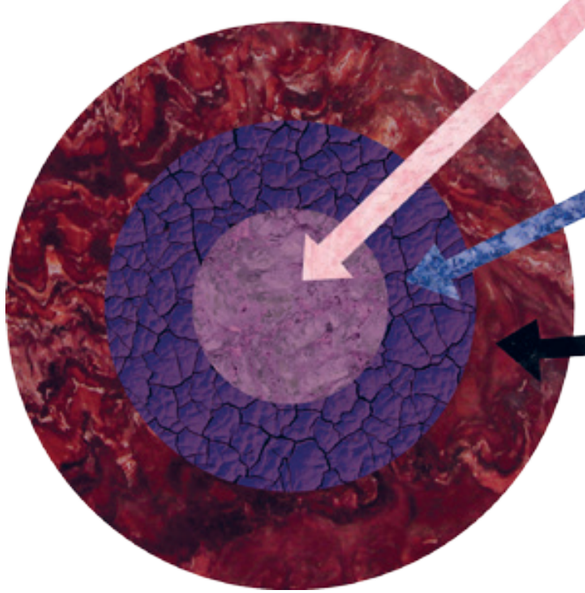


Här hittar jag ny energi:

Detta behöver jag för att må bra när jag jobbar med min idé:
(Till exempel max två möten per dag, inte kolla mailen efter kl. 18)

LAGOM UTMANAD?

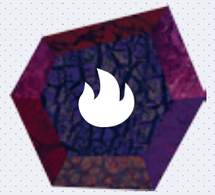
Att känna att en uppgift är övermäktig är en stor källa till stress för många. Ett bra sätt att hitta en mer balanserad inställning är att få koll på vad av de delar du jobbar med som känns enkla och trygga (komfortzon), som känns utmanande men hanterbara (sträckzon) och vilka som känns övermäktiga (skräckzon). Det är viktigt att du har uppgifter som är både i din komfort och sträckzon och att de uppgifter som ligger inom skräckzonen är delar du kan få hjälp och stöd med i. Kom ihåg att din sträckzon expanderar ju mer du tränar dig. Till exempel om en del av ditt jobb är att hålla föredrag om din idé kanske du upplever att det är i din sträckzon. Ju fler föredrag du håller kommer du att märka att det blir mer och mer din komfortzon.[28]



Min komfortzon är jag i när:

Min sträckzon är jag i när:

Min skräckzon är jag i när:



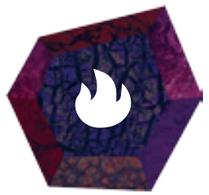
BRÅDSKANDE/VIKTIGT

Denna enkla modellen hjälper dig att prioritera och strukturera dina to do:s – brådskande/inte brådskande och på andra sidan viktigt/inte viktigt. Högst prioritet får alltså kombinationen brådskande + viktigt.

VIKTIGT OCH BRÅTTOM
Tänk faror, eldsvådor eller saker som inte kan vänta en sekund.

VIKTIGT MEN INTE BRÅTTOM
Typiskt långsiktiga saker som till exempel att träna för att må bra. Se till att det görs regelbundet, men det är inte något som du måste göra exakt nu.

BRÅTTOM MEN INTE VIKTIGT
Tänk typ telefonsamtal som inte är överenskomna i förväg, saker som triggar dig som du skulle kunna låta bli att reagera på varken viktigt eller bråttom – saker som man gör av oklar anledning men som egentligen inte borde ta så mycket av vår tid.



KONSTEN ATT SÄGA NEJ[29]

Många sociala entreprenörer lyfter vikten av fokus och att säga nej till sådant som inte är prioriterat som en viktig framgångsfaktor. Men hur vet du när det är dags att säga nej? En liten hjälp på vägen kan vara att tänka efter före:

- → Är detta rätt val för att nå min vision? Gå tillbaka till livskompassen och värderingar du har.
- → Hinner jag detta? Har jag möjlighet att utföra det och leverera bra kvalitét i rätt tid?
- → Är uppgiften prioriterad? Leder den till de mål du har inom det område du jobbar? Bedömer du att den nya uppgiften är en viktigare uppgift än den du redan håller på med så säger du ja, annars säger du nej.
- → Är jag rätt person för det här? Om du saknar rätt kompetens eller rätt förutsättningar så säger du nej.
- → Är du osäker? Be att få återkomma när du tänkt över ovan.

	INTE VIKTIGT	VIKTIGT
BRÅTTOM		
KAN VÄNTA		