

HANDBOK FÖR

# Hälsosamma matmiljöer inom idrotten

Tillsammans gör vi det hälsosamma valet till det enkla.



CANCER  
FONDEN

# Innehåll

|                                                                                      |             |
|--------------------------------------------------------------------------------------|-------------|
| <b>Låt idrotten visa vägen</b> .....                                                 | <b>3</b>    |
| <b>Riksidrottsförbundets kostpolicy</b> .....                                        | <b>4</b>    |
| <b>Gör det hälsosamma valet till det enkla</b> .....                                 | <b>5</b>    |
| Vad menas med hälsosamma matmiljöer? .....                                           | 5           |
| <b>Ett första steg</b> .....                                                         | <b>6</b>    |
| <b>Fem vägar till förändring – enligt WHO</b> .....                                  | <b>7-11</b> |
| Åtgärd 1. Förbättra matutbudet .....                                                 | 7           |
| Åtgärd 2. Använd priset som verktyg .....                                            | 8           |
| Åtgärd 3. Nudging: Gör det enkelt att välja hälsosamt .....                          | 9           |
| Åtgärd 4. Kommunicera kring hälsosamma matvanor .....                                | 10          |
| Åtgärd 5. Begränsa marknadsföring av ohälsosamma livsmedel - för barnens skull ..... | 11          |
| <b>Ytterligare överväganden – vägen mot fler hälsosamma arenor</b> ...               | <b>12</b>   |
| Hälsosam, säker och hållbar mat för människors och planetens hälsa .....             | 12          |
| Hälsosammare mat vid andra typer av evenemang .....                                  | 12          |
| Ett steg i taget .....                                                               | 12          |

---

## Vem kan använda handboken?

Den här handboken vänder sig till idrottsklubbar och föreningar, samt arrangörer av alla typer av idrottsarrangemang – från lokala matcher och cuper till internationella mästerskap.

Handboken kan också användas av kommuner, regioner, de som driver idrottsarenor och andra beslutsfattare som genom riktlinjer och policys vill skapa hälsosamma matmiljöer i idrottssammanhang.

Handboken fokuserar främst på idrotten men kan anpassas för att inkludera kriterier utöver hälsosam mat, såsom hållbarhet, eller för användning vid andra typer av arrangemang.

Denna översättning har inte skapats av Världshälsoorganisationen (WHO). WHO ansvarar inte för innehållet eller korrektheten i denna översättning. Den engelska originalutgåvan *Healthier food and healthier food environments at sports events: an action guide for sports event organizers*. Geneva: World Health Organization; 2023. Licence: CC BY-NC-SA 3.0 IGO) är den bindande och autentiska versionen.

# Låt idrotten visa vägen

Varje vecka samlas tusentals barn, unga och vuxna på fotbollsplaner, i idrottshallar och på arenor runt om i Sverige. De tränar, tävlar och hejar – men ofta i miljöer där godis, läsk och snabbmat dominerar. Det står i kontrast till idrottens roll som en viktig kraft för folkhälsa.

Idrott och hälsa hänger nära samman – men i verkligheten ser vi ofta en motsättning mellan främjandet av fysisk aktivitet och den mat som erbjuds i idrotts-sammanhang. I idrottens värld formas normer och vanor, inspiration uppstår och gemenskapen är stark. Det gör de här miljöerna till en unik arena med stora möjligheter att främja folkhälsan.

Forskning visar att våra matvanor i hög utsträckning påverkas av vår matmiljö. Det kan handla om hur det ser ut i matbutiken, vilken mat som finns att köpa där och vad den kostar. Hur ser utbudet ut på simhallen eller på hockeymatchen? Hur påverkas vi av vilken reklam vi ser på stan, i kollektivtrafiken och mobilen?

## Därför måste idrotten erbjuda bättre mat

Barn behöver näringsrik mat för att växa och utvecklas. Samtidigt är det viktigt att begränsa tillgången till näringsfattig och energität mat i vardagen för att ge barn förutsättningar till bästa möjliga hälsa.

Dessvärre dominerar ofta snabbmat, sockersötade drycker och godis utbudet i kiosker och serveringar i idrotts-sammanhang trots att forskningen visar att vi behöver röra oss mot hälsosammare alternativ. Vi vet också att det finns en allt större efterfrågan från besökare att erbjudas mat som är hälsosam.

## En viktig arena för ungas hälsa

För att få till en riktig förändring räcker det inte med att informera om vad som är bra – vi behöver själva skapa miljöer där det hälsosamma valet också är det enkla och självklara valet. Idrottsrörelsen har kraften att vara just en sådan normskapande arena. Den når breda målgrupper, ofta familjer med barn, och kan med rätt insatser bidra till att bygga sunda vanor och normer som håller över tid.



*Det räcker inte att prata om bra mat – vi måste skapa miljöer där det goda valet är det enkla valet.*

## Snabbguide för en bättre matmiljö

Läs vidare i handboken för att upptäcka hur dessa fem vägar kan omsättas i praktiken – steg för steg.

### 1 Förbättra utbudet

Erbjud fler hälsosamma val – frukt, grönsaker, nötter, fullkornsbröd, vatten och Nyckel-märkta produkter.

### 2 Använd priset som verktyg

Sätt lägre pris på bra alternativ och ta bort kampanjer på godis och läsk. Det ohälsosamma kan gärna vara dyrare.

### 3 Gör det lätt att välja rätt

Lyft fram bra val genom placering, färg och beskrivning. Det hälsosamma ska kännas självklart och attraktivt.

### 4 Kommunicera hälsosamma val

Använd skyltar, budskap och ambassadörer för att visa att ni står för hälsa – både i kiosken och i klubbens kommunikation.

### 5 Begränsa reklam för ohälsosam mat

Skydda barn från marknadsföring av godis, läsk och snabbmat. Inför policy och riktlinjer för barn- och ungdomsverksamheten.

WHO har tagit fram en internationell handlingsplan för hur idrottsarrangemang – stora som små – kan bli arenor för hälsosamma matvanor.





# Riksidrottsförbundets kostpolicy

Riksidrottsförbundet vill att den svenska idrottsrörelsen tar ansvar för och stimulerar till bättre matvanor för att förstärka sin roll som hälsofrämjande kraft i samhället.

I Riksidrottsförbundets kostpolicy identifieras en rad olika inspirerade utmaningar och uppmaningar.

- Idrottsrörelsen behöver öka medvetenheten om hur matvanor påverkar hälsa, välbefinnande och prestation. Föreningar och förbund bör ge tydlig information och konkreta råd till utövare, föräldrar och ledare – och samtidigt minska utrymmet för skräpmat i idrottsmiljöer.
- Ledare och idrottsutövare ska ha kunskap om kostens betydelse för hälsa och prestation. Därför bör all idrottsutbildning innehålla moment om kost baserade på vetenskap och fria från kommersiella intressen.

- Hälsofarliga alternativ ska alltid finnas tillgängliga på anläggningar och vid arrangemang. Det kräver bra avtal med leverantörer, lättillgängligt dricksvatten och ett utbud av näringsrika produkter och måltider anpassade för idrottsutövare.
- Sponsor- och samarbetsavtal ska stödja hälsosamma matvanor. Det innebär att ompröva samarbeten som omfattar osunda produkter och i stället söka partners som erbjuder hälsosamma alternativ.

Skanna QR-koden och läs mer om Riksidrottsförbundets kostpolicy.

Eller klicka här för att läsa mer



# Gör det hälsosamma valet till det enkla

Hälsosamma matvanor är avgörande för hälsan – både vår egen och planetens. De är viktiga för hjärnans utveckling och kroppens tillväxt, och i alla åldrar ger de mer ork och bättre mående.

Barns hälsa främjas av att äta mycket grönsaker, frukt, fisk och fullkorn, och endast lite av kaloririk, näringsfattig mat som läsk, godis och chips.

Då minskar risken för övervikt och obesitas. På kort sikt minskar hälsosamma matvanor också risken för karies, näringsbrist och undervikt. På längre sikt minskar risken för kroniska sjukdomar som typ 2-diabetes, hjärt-kärlsjukdom och flera former av cancer.

Dessutom är våra matvanor en viktig pusselbit för att nå de globala klimatmålen.

Trots detta är det bara vart tionde barn som äter enligt de svenska kostråden, och obesitas bland barn i åldern 11-15 år har femdubblats sedan 1980-talet. Det är därför inte förvånande att matutbudet inom idrotten väcker allt större intresse – på idrottsarenorna möts människor i alla åldrar, och vanor för livet grundläggs där.

Idrottsarrangemang – stora som små – är unika tillfällen där vi har chansen att visa att hälsosam mat inte bara är viktig – den kan också vara tillgänglig, prisvärd och uppskattad. Trots goda intentioner är det fortfarande

vanligt att kiosker, serveringar och sponsringsytor domineras av läsk, godis och snabbmat. Men bilden håller på att förändras. Och samtidigt växer opinionen för att även marknadsföring och sponsring inom idrotten bör främja hälsa – inte motarbeta den.

## Matmiljön inom idrotten är viktig eftersom den:

- **påverkar hur barn och unga lär sig att äta** – matvanor grundläggs tidigt i livet.
- **signalerar vad som är normalt och accepterat** – och skapar sociala normer.
- **när brett** – majoriteten av barnen i Sverige är en del av den svenska idrottsrörelsen.
- **speglar våra värderingar** – står vi för hälsa och välmående eller något annat?

## Vad menas med hälsosamma matmiljöer?

Hälsosamma matmiljöer innebär bland annat att större andel av måltider, snacks och drycker som serveras eller säljs uppfyller näringskriterier för en hälsosam kost. Det handlar till exempel om att prioritera frukt, grönsaker, fullkornsprodukter, vatten och Nyckelhålsmärkta alternativ – och samtidigt minska på sådant som innehåller mycket fett, socker eller salt.

En hälsosam matmiljö underlättar bra val genom att göra hälsosam mat lättillgänglig, prisvärd och synlig. Samtidigt bör miljön vara fri från budskap, reklam eller sponsring som uppmuntrar till ohälsosamma val – både i fysiska och digitala miljöer. Det handlar om att göra det hälsosamma valet till det självklara.



*Att skapa matmiljöer där det hälsosamma alternativet är det enkla och självklara är inte bara en folkhälsofråga – det är en framtidssäkrad investering för både individ och samhälle.*





# Ett första steg

WHO har tagit fram en internationell guide för hur hälsosamma matmiljöer kan bli verklighet vid idrottsarrangemang. Den här handboken, anpassad till svensk kontext, sammanfattar de viktigaste åtgärderna och ger konkreta exempel på hur ni kan gå till väga.



Det handlar inte om att förändra allt på en gång. Det handlar om att ta första steget – att erbjuda fler goda val, att visa omtanke, och att med små medel göra stor skillnad.

Efterfrågan finns. Allt fler vill ha tillgång till bättre alternativ – även på läktaren. Forskningen visar att det är möjligt att förbättra utbudet utan att det påverkar intäkterna negativt. Tvärtom kan tydliga åtgärder skapa stolthet, öka kundnöjdheten och bidra till att er klubb eller arrangemang uppfattas som modern och hållbar. Men det behövs fler pionjärer och förebilder för att sätta bollen i rullning.

Idrottens kraft kan användas till mer än rörelse – den kan också visa vägen till bättre matvanor och friskare befolkning. Tänk dig ett Sverige där hälsosam mat är en självklar del av varje match, varje cup och varje paus. Där kioskernas utbud speglar omtanke och framtidstro. Dit vill vi nå. Och det börjar med er.

## Fem vägar till förändring – enligt WHO

WHO lyfter fem tydliga områden där idrottsklubbar och arrangörer kan göra skillnad:

1. Förbättra matutbudet
2. Använd priset som verktyg
3. Nudging: Gör det enkelt att välja hälsosamt
4. Kommunicera kring hälsosamma matvanor
5. Begränsa marknadsföring av ohälsosamma livsmedel – för barnens skull

För att lyckas med dessa förändringar är det viktigt att ha något att utgå ifrån. Ni behöver inte själva definiera vad som menas med en hälsosam matmiljö – det finns redan tydliga och forskningsbaserade rekommendationer att luta sig mot. De nordiska näringsrekommendationerna (NNR) och Livsmedelsverkets kostråd ger en stabil grund och kan fungera som vägledning i arbetet.

Genom att använda dessa ramverk blir det enklare att fatta beslut och skapa kriterier som fungerar i praktiken. Det kan handla om att säkerställa att frukt, grönsaker och fullkorn alltid finns tillgängligt, att vatten lyfts fram som förstahandsval och att ohälsosamma produkter begränsas. På så sätt kan ni steg för steg bygga en matmiljö som inte bara underlättar för människor att välja hälsosamt, utan också förebygger sjukdom och stärker folkhälsan.

På följande sidor hittar ni fem konkreta åtgärder som kan vägleda och inspirera er.

Skanna QR-koden och läs mer om WHO:s handlingsplan på engelska:

Eller klicka här för att läsa mer



*Healthier food and healthier food environments at sports events: an action guide for sports event organizers. Geneva: World Health Organization; 2023. Licence: CC BY-NC-SA 3.0 IGO.*

# Åtgärd 1

## Förbättra matutbudet

Vilken mat vi väljer att äta påverkas bland annat av vad som erbjuds. Att förbättra utbudet i er kiosk eller annan servering betyder inte att ni måste plocka bort allt onyttigt. Tvärtom handlar det om att erbjuda bättre alternativ och se till att dessa är synliga, tillgängliga och gärna standardval.

### Små förändringar kan göra stor skillnad, till exempel:

- en fruktkorg vid kassan
- en skylt vid vattenkranen
- ett hälsosamt mellanmål i blickfånget

När fler hälsosamma alternativ finns tillgängliga och presenteras på ett sätt som lockar, väljer fler också att köpa dem. Det visar forskning från både skolmiljöer, arenor och föreningskiosker.

Det finns inget som tyder på att försäljningen minskar – tvärtom kan omsättningen öka tack vare ett bredare och mer efterfrågat utbud. Många är trötta på att det bara finns godis, läsk och snabbmat på idrottsanläggningarna. Genom att svara på den efterfrågan kan klubbar och arrangörer både tillfredsställa besökarnas önskemål och samtidigt främja hälsosamma matvanor.



*Ett förbättrat matutbud är inte en uppoffring – det är en investering i bättre vanor, i ert varumärke och i trivseln hos besökarna. När fler känner sig sedda och hittar alternativ som stämmer med deras värderingar, då stärks också bandet mellan er och publiken. Det visar att ni tar ansvar – och leder vägen mot en mer hållbar idrott.*

### Fem konkreta exempel på hur matutbudet kan förbättras

1. Placera de hälsosamma alternativen i ögonhöjd eller nära kassan
2. Erbjud smörgåsar med fullkornsbröd, Nyckelhålsmärkta alternativ och vegetariska rätter
3. Gör vatten synligt och tillgängligt
4. Ställ fram hälsosamma snacks som naturella nötter, smoothies eller rawbollar
5. Låt hälsosamma alternativ synas i menyer och skyltar – med namn som väcker nyfikenhet och aptit.

# Åtgärd 2

## Använd priset som verktyg

Priset är en annan faktor som påverkar vad vi väljer att äta – det är ett av de mest kraftfulla verktygen vi har för att förändra matvanor. Inom idrotten, där många beslut fattas snabbt och på plats, kan prissättning vara ett effektivt sätt att göra hälsosamma val mer attraktiva. Forskningen är tydlig: när hälsosammare alternativ blir billigare än mindre hälsosamma, ökar försäljningen av dem.

Studier från skolor, personalrestauranger och idrottsanläggningar visar att prismekanismer fungerar. När frukt, grönsaker och fullkornsprodukter prissätts lägre – och sockersötade drycker eller snacks höjs i pris – sker en märkbar förändring i vad vi köper.

I många sammanhang är vi beredda att betala mer för hälsosammare mat. Men i idrottsmiljöer spelar priset ofta en större roll. För många som besöker sportarrangemang väger kostnaden tyngre än hur hälsosamma alternativen är. Därför är det särskilt viktigt att använda priset aktivt, så att tröskeln till bättre val blir lägre – framför allt för barn och unga.

Att styra med priset behöver inte innebära att ni förlorar pengar. Många arrangörer har märkt att de hälsosamma alternativen säljer i större volymer, vilket väger upp för lägre priser. Det handlar också om att visa vägen – att som arrangör eller förening stå upp för sunda vanor och visa att hälsa är viktigt för er. När det kombineras med andra åtgärder, som nudging och kommunikation, blir effekten ännu starkare.



*Prissättning är en konkret, beprövad åtgärd som snabbt kan ge resultat. Genom att justera priset kan ni hjälpa fler att göra val som främjar hälsan, i dag och på lång sikt.*

### Fem konkreta exempel på hur priset kan användas för att främja bättre matval

1. Sänk priset på frukt, Nyckelhålmärkta produkter och vatten
2. Höj priset på de mindre hälsosamma alternativen
3. Ta bort kampanjer och rabatter på produkter med mycket socker, fett eller salt
4. Erbjud billigare måltidserbjudanden eller kombomenyer som består av hälsosammare mat- och dryckesalternativ
5. Erbjud gratis vatten – i kiosken, vid serveringar, i vattenstationer.

## Åtgärd 3

# Nudging – gör det enkelt att välja hälsosamt

Miljön runt oss – det visuella, det fysiska och det sociala – kan både hindra och underlätta hälsosamma val. Ett sätt att påverka är genom nudging – små förändringar som gör det enklare för människor att välja bättre mat och dryck, utan att ta bort alternativ eller begränsa valfriheten.

Nudging handlar om så kallad valarkitektur: *hur alternativen presenteras och hur det påverkar våra beslut*. Det kan till exempel vara att placera frukt eller en hälsosammare rätt nära kassan eller i ögonhöjd, märka ut vissa alternativ på menyn, eller göra maten lättillgänglig som "grab-and-go".

Forskning visar att nudges fungerar i många miljöer – allt från skolor och arbetsplatser till värden och idrottsarenor. I sportmiljöer har de till och med visat sig kunna öka andelen hälsosammare val utan att intäkterna minskar. Just i idrottssammanhang, där köerna är långa och besluten tas snabbt, kan små justeringar göra stor skillnad.

Nudges är ofta billiga eller helt kostnadsfria att införa, och även om de kan kräva viss planering och underhåll är de ett effektivt första steg för att skapa en matmiljö som främjar hälsa – både för barn, unga och vuxna.



*Genom att använda nudging visar föreningen vägen mot bättre matvanor – utan pekpinnar eller stora investeringar. Det är en konkret åtgärd som gör skillnad, redan imorgon.*

### Fem konkreta exempel på nudging som kan fungera för matmiljöer inom idrotten

1. Placera de hälsosamma alternativen som frukt, smoothies, russinpaket, fullkornssmörgåsar, nötter och flaskvatten i ögonhöjd eller precis vid kassan
2. Skylta tydligt med vatten (kran/flaska) som förstahandsval i stället för sockrade drycker
3. Använd färgkodning eller symboler som markerar hälsosammare alternativ i menyn
4. Beskriv maten med lockande, smakdrivna namn – till exempel *Power-macka med ost & paprika*, *Coachens wrap* eller *Rallyrussin*
5. Gör hälsosamma alternativ lättillgängliga – gärna färdigförpackade som *grab-and-go*.

# Åtgärd 4

## Kommunicera kring hälsosamma matvanor

Idrott har kraft att påverka – inte bara på planen, utan också genom de budskap som sprids runt omkring. Kommunikation är ett av de mest kraftfulla verktygen för att forma normer, påverka attityder och skapa en gemensam förståelse för vad som är normalt, önskvärt och möjligt.

När en idrottsklubb, förening eller arrangör tydligt kommunicerar att hälsosam mat hör hemma i idrotten, sätter det tonen för hela upplevelsen. Det skapar inte bara förväntningar hos besökare och deltagare – det ger också legitimitet åt de förändringar som genomförs.

Forskningen visar att kommunikationsinsatser som kombinerar kunskap, synlighet och positiv identitet kan förstärka beteendeförändringar. När budskap om hälsosamma val är återkommande, visuellt närvarande och kopplade till positiva känslor – som stolthet, gemenskap och prestation – ökar chansen att de får genomslag. Särskilt effektiv är kommunikation som visar människor som väljer hälsosam mat i sammanhang som anses roliga eller eftersträvarsvärda. Till exempel barn som fikar med frukt efter matchen, eller idoler som väljer vatten framför energidryck.



*Att lyfta hälsosam mat som ett självklart val i er kommunikation är ett sätt att stå upp för era värderingar – och samtidigt hjälpa till att forma framtidens matvanor i en mer hållbar riktning. Det ger ringar på vattnet, både inom idrotten och utanför.*

Idrottsföreningar kan vara viktiga normbildare – inte med pekpinna, utan genom att föregå med gott exempel.

Om föreningen lyfter fram sina egna initiativ, gör hälsosamma alternativ synliga och använder sina kanaler och förebilder för att inspirera och engagera, så kan den skapa en positiv effekt som sprider sig.

Samtidigt är det viktigt att kommunikationen hänger ihop: att hälsosamma val lyfts fram, och att reklam för ohälsosam mat begränsas – särskilt i sammanhang där barn och unga är med.

### Så kan kommunikationen se ut

#### För besökare på arrangemanget:

- Affischer, skyltar och menyer med tydliga budskap om det hälsosamma utbudet
- Utrop i högtalarna som påminner om att det finns hälsosamma alternativ
- Roliga utmaningar, exempelvis att testa veckans frukt eller rösta på hälsosam favorit
- Profilmaterial (t.ex. flaskor, tröjor) som bär budskap om hälsa och hållbara vanor

#### För den bredare allmänheten och personer som följer föreningen digitalt:

- Inlägg i sociala medier som visar att hälsosamma vanor är en del av föreningens identitet
- Filmklipp med idrottsprofiler, era egna idrottsstjärnor eller tränare som berättar om sina matvanor eller visar vad som finns i väskan
- Samarbeten med influencers, sponsorer ambassadörer som pratar om hälsosam mat inom idrotten

## Åtgärd 5

# Begränsa marknadsföring av ohälsosamma livsmedel – för barnens skull

Barn och unga påverkas starkt av reklam – inte minst i miljöer där deras förebilder verkar och deras passion väcks till liv. Idrotten är en sådan plats. Här formas vanor, värderingar och framtidsdrömmar.

Om matchtröjor, arenaskyltar och reklambanderoller förmedlar budskap från företag som säljer läsk, godis eller snabbmat, då blir det svårt för barnen att värja sig. Det sänder dubbla signaler: "Spring ut på planen och kämpa, men ta en energidryck i pausen."

Forskningen är tydlig: marknadsföring och reklam för livsmedel med mycket socker, fett och salt påverkar vad barn föredrar, vad de ber sina föräldrar om, och vad de faktiskt äter.

WHO slår fast att arrangemang där barn deltar bör vara helt fria från denna typ av marknadsföring – en rekommendation som bygger på ett växande vetenskapligt stöd.

Samtidigt måste vi vara realistiska. Många föreningar är beroende av sponsring för att få vardagen att gå ihop. Att stänga dörren för stora sponsorer kan kännas orealistiskt – men det finns steg att ta.

Kanske kan ni börja med att sätta gränser för viss typ av marknadsföring vid barnmatcher och arrangemang?



*Att ta ställning för barnens hälsa är inte bara en fråga om etik – det är ett sätt att bygga förtroende, visa ledarskap och skapa en idrottsmiljö där det sunda är det självklara. Det finns en väg framåt – och varje steg räknas.*

Eller väljer bort profilprodukter med logotyper från ohälsosamma varumärken? Kanske kan ni be era sponsorer att lyfta sina hälsosammare alternativ – eller samarbeta med lokala aktörer som delar era värderingar?

Det är inte första gången idrotten står inför ett vägval. Tidigare har starka kommersiella intressen, som tobaks- och alkoholindustrin, haft stor närvaro inom sportens värld.

Men genom förändrade regler och värderingar valde idrotten i många länder en annan väg – och i vissa fall har offentlig finansiering och folkhälsosponsring trätt in som alternativ. Det visar att förändring är möjlig, och att det går att bygga nya partnerskap som stärker – snarare än undergräver – folkhälsan.

### Förslag på första steg

- Inför en sponsringspolicy för barn- och ungdomsverksamhet.
- Avstå från reklam för söta drycker, snacks och snabbmat under barnens matcher och tävlingar.
- Erbjud sponsorer alternativt exponeringsutrymme – lyft exempelvis lokala mataktörer med hälsosamt fokus.
- Prata öppet med sponsorer om föreningens värderingar och hälsomål.
- Ta fram riktlinjer för vilka varumärken som får synas i samband med föreningens arrangemang.

# Ytterligare överväganden – vägen mot fler hälsosamma arenor

## Hälsosam, säker och hållbar mat för människors och planetens hälsa

Att servera mat som både främjar hälsa och värnar planeten är ett naturligt steg för idrottsrörelsen. Fler och fler föreningar och arrangörer visar att det är fullt möjligt att kombinera hållbarhet med idrottsglädje – och samtidigt inspirera till bättre vanor.

Det kan handla om att minska köttalternativen på menyn, erbjuda kranvatten istället för drycker i plastflaskor eller göra tydliga insatser för att minska matsvinnet. Sådana initiativ väcker ofta engagemang och nyfikenhet hos både spelare, föräldrar och publik.

Reaktionerna kan initialt vara blandade – men erfarenheten visar att stödet växer när satsningarna är tydligt förankrade i föreningens värderingar och drivs med hjärta och öppenhet. Och framför allt: de visar att en mer hållbar idrott är möjlig – redan idag.

## Hälsosammare mat vid andra typer av arrangemang

Den här handboken riktar sig främst till klubbar, föreningar och arrangörer inom idrotten – men principerna kan användas långt utanför sportens värld. Samma idéer kan användas på konserter, festivaler, marknader och nöjesparker.

Där många människor möts finns också en möjlighet att påverka. Genom att erbjuda mat som stöttar hälsan – och en miljö som gör det enkelt att välja hälsosamt – bidrar vi till en samhällsförändring i positiv riktning. Och vi visar att hälsosamma val inte är ett hinder för upplevelse – utan en naturlig del av den.

## Ett steg i taget räcker långt

Ingen förväntar sig att hela utbudet och matmiljön ska förändras över en natt. Men varje förbättring räknas – och skapar ringar på vattnet. Genom att visa att ni bryr er om medlemmarnas och besökarnas hälsa stärker ni också idrottsföreningens identitet och värdegrund. Det handlar om att ta ansvar – och om att visa barnen vägen till goda vanor.



Cancerfondens vision är att besegra cancer. Genom att finansiera den främsta forskningen, sprida kunskap om cancer och påverka beslutsfattare i viktiga frågor, arbetar vi för att färre ska drabbas och fler ska överleva cancer.

Cancerfonden är en fristående, ideell organisation utan statligt stöd. Vårt arbete är helt beroende av testamenten och gåvor från privatpersoner och företag.

Vi är en av de största finansiärerna av svensk cancerforskning. Sedan 1951 har vi delat ut 16 miljarder kronor till de främsta forskningsprojekten i Sverige. Överlevnaden i cancer har mer än fördubblats under samma tid.

Tack vare forskningens framsteg överlever i dag två av tre som får cancer. Vi har kommit långt, men vi är inte framme än.

**#tillsammansmotcancer**



**CANCERFONDEN**

**Cancerfonden** | 101 55 Stockholm | Besök: David Bagares gata 5 | Telefon 010-199 10 10  
Plusgiro 90 1986-0 | Bankgiro 901-9514 | **cancerfonden.se**