Pressmeddelande

november 2011

**Ny teknik ger synskadade en ny fotbollsupplevelse**

**Pepsi Refresh har hjälpt till att finansiera en ny teknik som bidrar till att förbättra upplevelsen av att spela fotboll för synskadade. The Sound of Football revolutionerar blindfotbollen och har potentialen att i grunden förändra vardagen för synskadade.**

– Genom ”The Sound of Football” har vi tagit ett första steg mot en bättre fotbollsupplevelse. I framtiden hoppas jag att tekniken kan användas till att skapa nya hjälpmedel där människor med synnedsättning kan ”se” i vardagliga situationer med hjälp av ljud, säger Mikael Ståhl, politisk sekreterare på riksorganisationen Unga Synskadade.

Blindfotboll spelas idag genom att spelarna har en bjällra på skorna och att det sitter en bjällra i bollen. Målvakten är seende och skriker instruktioner till utespelarna. En ganska enkel metod med sina begränsningar förstås. Grunden till lösningen för The Sound of Football hittades i militär ”tracking” teknik.

Med hjälp av tekniken kan man läsa av positionen på spelare, boll, mål och allt annat på en fotbollsplan i realtid. Alla koordinater skickas vidare till varje spelare genom en iPhone-app och informationen översätts till 3D-ljud. Spelarna hör, med andra ord, olika ljud beroende på var de befinner sig på plan och om till exempel bollen, spelare, sidlinjer och mål finns i närheten.

– Det var svårt i början, men när man vant sig var det en helt otrolig upplevelse. Jag visste var jag hade målet och mina med- och motspelare. Jag kunde till och med glidtackla in en boll i mål, säger Daniel Göransson, 23 år och en av de första att prova den nya tekniken.

Daniel var en aktiv utövare innan han för fem år sedan tappade synen. Som en av fem synskadade var han med och testade tekniken för första gången i en fotbollsmatch på Söderstadion. Laget med synskadade mötte ett lag med före detta professionella fotbollsspelare i en match där ingen på planen kunde se.

Bakom “The Sound of Football” står Pepsi Refresh. Ett projekt som handlar om att uppmuntra idékraft där ungdomar får komma med förslag på lösningar på saker de vill förändra.

För att läsa mer om projektet, om tekniken, för att uppleva tekniken själv, var vänlig besök [www.thesoundoffootball.com](http://www.thesoundoffootball.com).

**För mer information, var vänlig kontakta**

Henric Byström, PR-Chef Carlsberg Sverige,  tel: 070-483 05 48, e-mail; [henric.bystrom@carlsberg.se](mailto:henric.bystrom@carlsberg.se)

**Om Pepsi Refresh**

Pepsi Refresh är ett projekt som handlar om att uppmuntra ungas idékraft och entreprenörskap där svenska ungdomar får komma med förslag på lösningar på fyra huvudutmaningar, ett antal flashutmaningar och användarutmaningar. Idéerna presenteras genom att deltagarna laddar upp text, bild och rörligt material på en digital plattform. De tio bästa idéerna i huvudutmaningarna går till final. Varje finalist får 10 000 kronor som en morot att fullfölja sin dröm medan vinnaren i huvudutmaningarna får 100 000 kr och coachning för att kunna förverkliga sin idé.

**Om Carlsberg Sverige**Carlsberg Sverige är Sveriges ledande bryggeri och erbjuder ett brett urval av drycker. Företaget utvecklar, tillverkar och säljer öl, mineralvatten och läsk samt distribuerar ett vin- och spritsortiment. Carlsberg Sveriges framgångar är en kombination av starka lokala och internationella varumärken, bryggartradition och hög kompetens som sträcker sig 300 år tillbaka i tiden. Carlsberg, Pripps Blå, Falcon, Ramlösa och Pepsi är några av de varumärken som ingår i sortimentet. Carlsberg Sverige ingår i den internationella koncernen Carlsberg Group, med verksamhet på 150 marknader.