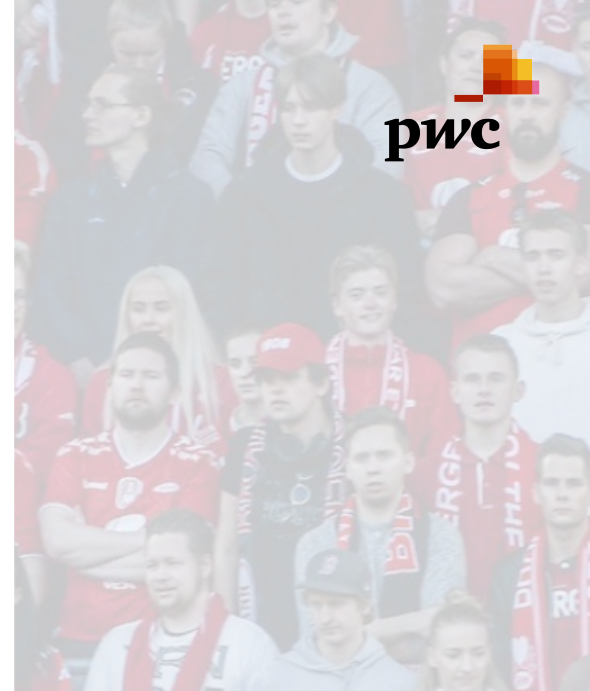




Informasjonsgrunnlag

Potensiell kvinnesatsing SK Brann



Februar 2020

Introduksjon til dokumentet

Bakgrunn og formål

Flere Eliteseriekubber har den siste tiden vurdert en etablering av kvinnelag. Kilder vi har snakket med mener at dette er det neste og nødvendige steget for å ta norsk kvinnefotball til et nytt nivå. I følge UEFA er det markedet for kvinnefotball som vokser mest, og mange begynner å få øynene opp for det kommersielle potensialet.

Denne rapporten er utarbeidet i et samarbeid mellom PwC og SK Brann i perioden november 2019 til februar 2020. PwC har samlet inn all informasjon og gjennomført intervjuer. SK Brann har innledet kontakt med alle respondentene. Rapportens formål er å danne et informasjonsgrunnlag som kan brukes i en videre prosess internt i SK Brann.

Hoveddelen av innhold og informasjon i denne rapporten kommer fra offentlig tilgjengelige kilder, samt fra intervjuer med sentrale ressurspersoner i Norges Fotballforbund og Toppfotball Kvinner, representanter fra norske klubblag og sponsorer.

Rapportens oppbygging

Rapporten består av en oppsummering og fire hoveddeler. Den første delen redegjør for status i kvinnefotball i Europa. Denne delen dekker trender, utvikling i tilhengerskare og satsing fra land og forbund. Den andre delen vil redegjøre for status i kvinnefotballen i Norge og ta for seg de samme temaene som for kvinnefotball i Europa. Videre i rapporten redegjøres den økonomiske situasjonen til klubber både i Europa og Norge. I rapportens siste del redegjøres det for ulike organisasjonsmodeller som er i bruk i Norge i dag. Denne delen av rapporten er basert på dybdeintervjuer med klubbene. Her har klubbene også redegjort for hvilke kritiske suksessfaktorer de anser som viktigst for at en kombinert satsing skal bli vellykket.

Rapportens oppbygging

1. Oppsummering

2. Kvinnefotball i Europa

- Trender og utvikling
- Rammebetingelser
- Satsing og ambisjoner

3. Kvinnefotball i Norge

- Trender og utvikling
- Rammebetingelser
- Satsing og ambisjoner

4. Økonomi: Inntekts- og kostnadsbildet

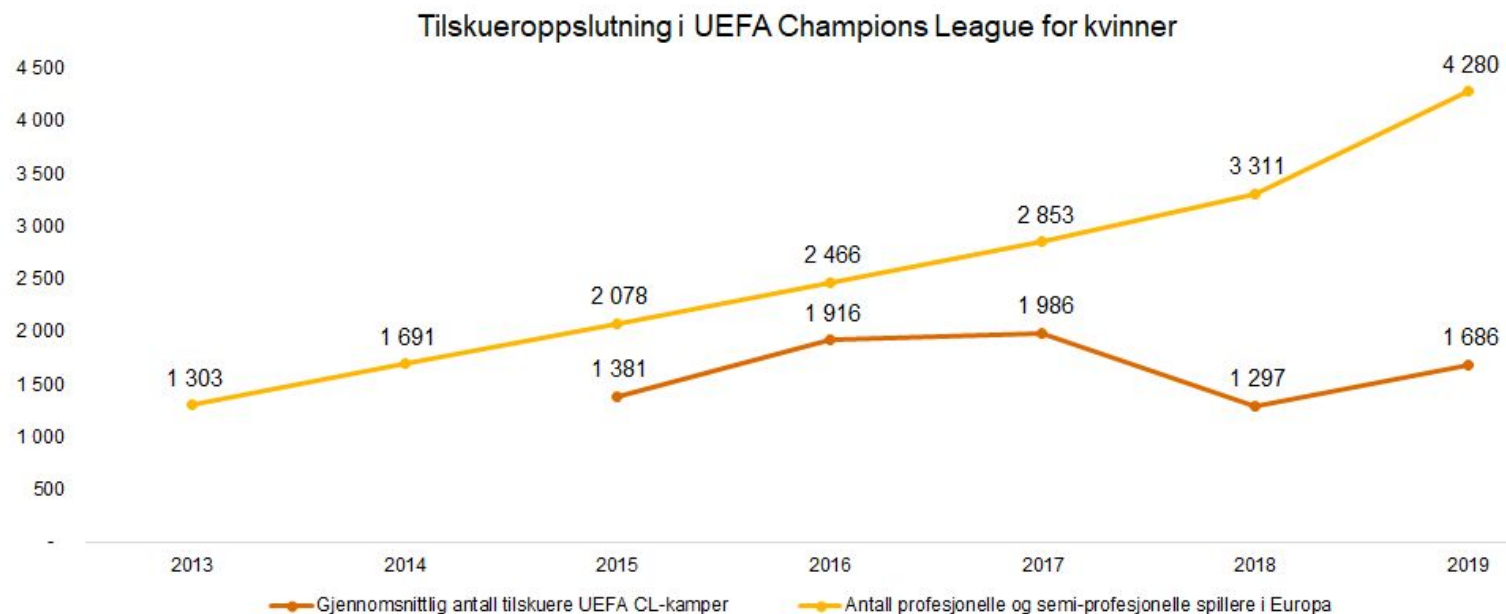
5. Organisasjonsmodeller og konsept

An aerial photograph of a lush green soccer field. The field is marked with white lines for the center circle, half-way line, and goal areas. The grass is a vibrant green, and the white lines are clearly visible. In the bottom right corner, there is a small white number '3'.

Oppsummering

Kvinnefotballen i Europa er i kraftig utvikling, men med unntak av få lysglimt i enkeltkamper holder ikke tilskueroppslutningen følge

Kvinnefotballen i Norge og Europa er i stor utvikling. Antall spillere har økt med 50 % siden 2017, og konkurransen og kvaliteten i sporten øker som følge av at klubber blir mer profesjonell og har større økonomiske krefter. Nasjonale og internasjonale konkurranser spisser seg til, mye drevet av økt økonomisk gevinst av å hevde seg. Antall lag i Champions League har for eksempel økt fra 32 lag i sesongen 2001/2002 til 62 lag i 2018/2019 sesongen. Det investeres relativt store summer i mange europeiske klubber, fordi investorene ser et uforløst kommersielt potensiale i markedet for kvinnefotball. I mars 2019 ble det satt verdensrekord i antall tilskuere på en kvinnekamp mellom Atlético Madrid og FC Barcelona med 60 739 tilskuere, men til tross for lysglimt som dette og utvikling på mange nevnte områder holder ikke den gjennomsnittlige tilskueroppslutningen i de fleste ligaer i Europa følge med utviklingen. Den eneste ligaen med en positiv tilskuerutvikling er den engelske toppdivisjonen med 3 743 tilskuere etter 12 kamper. Til sammenligning hadde Toppserien et tilskuersnitt på 262 i 2019, svenske Damallsvenskan 871 tilskuere og den tyske ligaen Frauen-Bundesliga 833 tilskuere i gjennomsnitt.



Norsk kvinnefotball ønsker også å henge med på denne utviklingen, og forbundet har iverksatt tiltak for å forsøke å tilrettelegge for dette

Norsk kvinnefotball ønsker å være med på utviklingen i fotball-Europa, og sentrale kilder i bransjen forteller at norsk kvinnefotball bør gjøre grep for å rigge seg for en sterkere konkurranse i årene som kommer for å i det hele tatt hevde seg internasjonalt. Norge er ett av seks land som har mer enn 100 000 registrerte spillere og har i utgangspunktet et veldig stort potensial, men hele 86 % av alle spillere er under 18 år. Sammenlignet med andre store europeiske fotballnasjoner er dette tallet veldig høyt, og kan være noe av grunnen til Norges fallende posisjon på internasjonale rankinger. Årsaken til at en høy andel av kvinnelige spillere faller fra i tidlig alder er at de enten flytter for å studere, begynner i jobb eller av andre økonomiske årsaker ikke prioriterer å fortsette i fotballen.

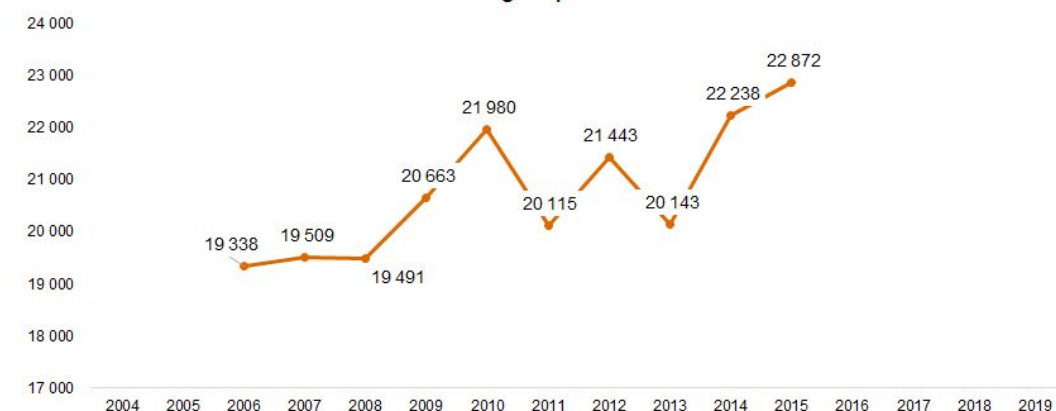
Fotballforbundet har iverksatt tiltak som skal forebygge mot at kvinner slutter i tidlig alder og har blant annet innført samarbeid med ManpowerGroup for å se på muligheten til å hjelpe spillere med å finne jobb som kan kombineres med fotball. Forbundet har også innført finansiering av "proffdager", hvor spillere kjøpes fri fra jobb og andre forpliktelser en dag i uken for å kunne ha fellestreninger på dagtid og forbedre restitusjonstid. Samtidig har forbundet innført finansiering av toppspillerutvikler for alle kvinneklubber for å dyrke de beste spillerne i Norge.

Alle disse tiltakene tyder på at kvinnefotball har behov for et økonomisk løft for å holde spillere lenger i idretten, som vil være en viktig faktor for å beholde Norges internasjonale posisjon. Norske herreklubber har begynt å se på muligheten for å etablere eller samarbeide med kvinnelag for å bidra til at dette realiseres.

Antall kvinnelige spillere



Antall kvinnelige spillere over 20 år

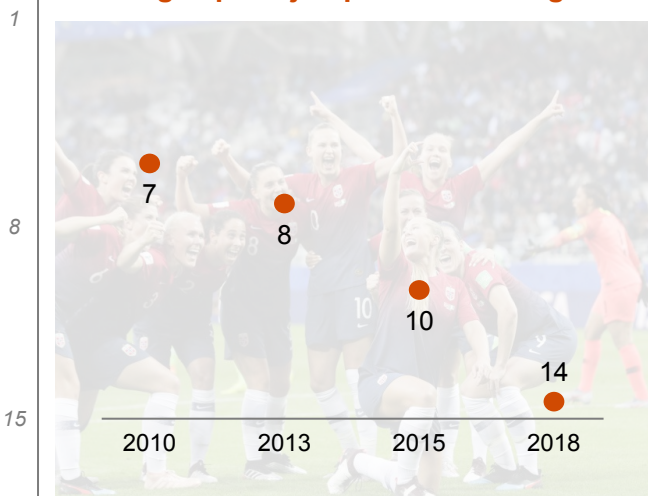


Til tross for veldig mange kvinnelige spillere i Norge mister vi vår posisjon i Europa på både klubb- og landslagsnivå

Norsk kvinnefotball mister sin posisjon i fotball Europa. For første gang på mange år får Toppserien bare et direktekvalifisert lag til Women's Champions League som følge av at Norge har falt til nummer 14 på rangeringen. Siden 2010 har også Norges posisjon på FIFA-rangeringen falt betraktelig. Norges Fotballforbund ser på dette som et faresignal og publiserte i 2016 en handlingsplan med hovedmål om å øke fokuset på kvinnefotballen. I 2019 nådde NFF bare ett av fire nedfelte mål i handlingsplanen.

Ser vi dette i kombinasjon med utviklingen i tilskuere per kamp i Toppserien, på 262 i 2019, ser vi et behov for en endring for å holde følge med resten av fotball-Europa. Det forventes at herreklubbene viser sin medvillighet til å bidra, spesielt forventes det at de store og sterke klubbene i landet tar ansvar.

Norges posisjon på FIFA-rangeringen



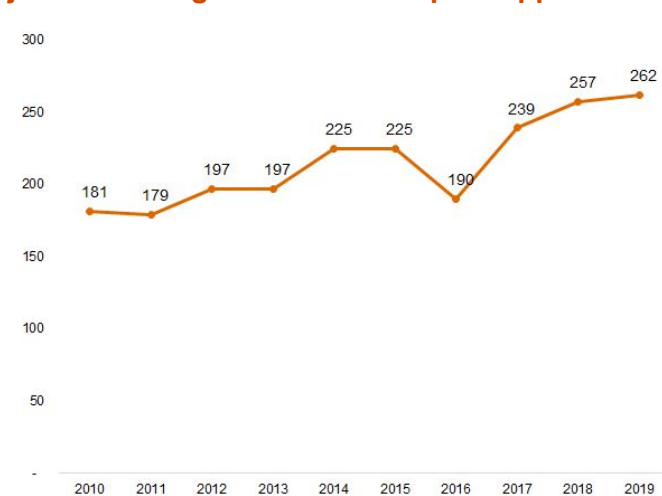
Norges posisjon (klubb) i Women's Champions League



De åtte beste nasjonene får to klubber direkte kvalifisert til første hovedrunde, mens nasjonene ranket 9-12 får et lag direkte inn i første hovedrunde og et lag i kvalifisering. Det betyr at nå som Norge for første gang kun vil få et klubb lag direkte kvalifisert nå som vi er ranket nummer 14.

UEFAs ranking til Women's Champions League baserer seg på hva de deltagende klubbene har prestert i turneringen i løpet av de siste 5 årene.

Gjennomsnittlig antall tilskuere per Toppseriekamp

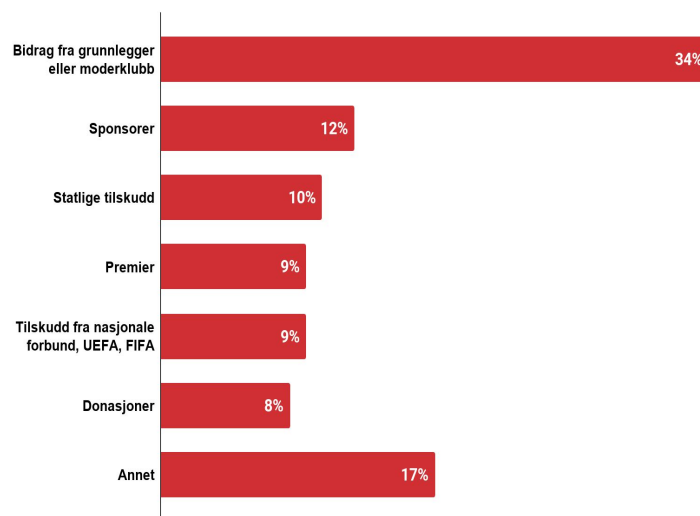


Det investeres store summer i klubbene, men bare 13 % av europeiske kvinneklubber rapporterer et positivt sluttresultat

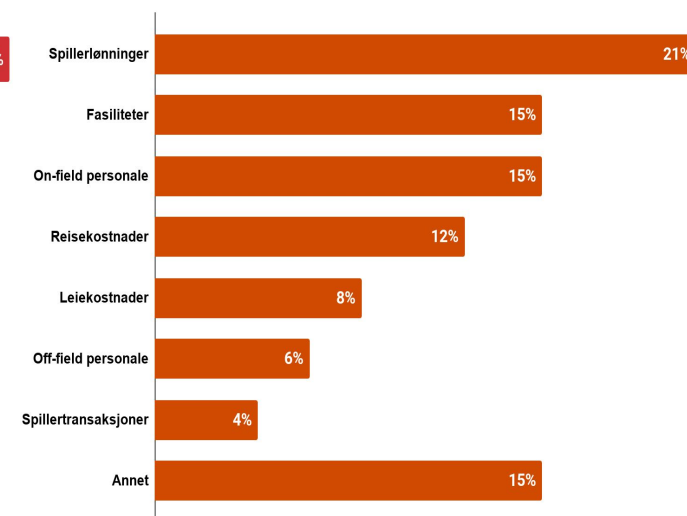
Grunnet den raske utviklingen investeres det mye penger i kvinnefotballen. Klubbene henter spillere fra andre byer og land, og det signeres spillere med lønninger på et høyere nivå enn tidligere. Denne utviklingen har resultert i at det per i dag er svært få klubber som driver lønnsomt. Hele 35 % av alle europeiske klubber har rapportert et negativt sluttresultat i sesongen 2017/2018, mens 52 % av alle lag gikk i 0 og 13 % gikk i pluss. 7 av 12 klubber i svenske Damallsvenskan endte med negativt resultat i 2018. I en rapport utarbeidet av EY poengteres det at balansen mellom økte inntekter og kostnader ikke er bærekraftig.

Situasjonen i Norsk kvinnefotball er ikke helt ulik resten av Europa. De aller fleste klubber bruker alle midler på å profesjonalisere hverdagen til spillerne. Totalomsetningen i Toppserien har på to år gått fra 61 millioner kroner til 91 millioner kroner, uten at driften genererer særlig mer penger. Toppserielagene har en minimal organisk inntektsvekst, og egen inntjening (billettinntekter m.fl) utgjør en relativt liten andel av de totale inntektene. Toppserielag tjener heller ikke penger på overganger og god spillerlogistikk. I 2019 var det høyeste budsjettet i Toppserien på 12 MNOK og det laveste på 3,25 MNOK. Ved maksimal innvilget støtte fra fotballforbundet kan en klubb få 3,75 MNOK. Klubben med høyest sponsorinntekter i 2019 hadde 7 MNOK og laveste 1 MNOK. I et intervju med VG sa Hege Jørgensen, daglig leder Toppfotball Kvinner, at det vil kreve mellom 15 og 20 MNOK årlig å komme i toppen av Europa.

Inntektsmiks for europeiske kvinnelag



Kostnadsmiks for europeiske kvinnelag



Informasjon og data er hentet fra UEFA-rapport (2019) basert på svar fra 69 europeiske toppklubber.

7 av 12 klubber i Damallsvenskan i Sverige endte med et negativt resultat i 2018, og over halvparten av alle lag i Europa gikk i 0 i 2017/2018 sesongen.

I dag er det i hovedsak fire modeller for å organisere et herre- og kvinnelag i toppdivisjonen i en klubb

De senere årene har flere klubber etablert kvinnelag fordi de ser et kommersielt potensial i et marked med sterk utvikling, samt økt positiv omdømmeeffekt og utvidet marked for sponsorer. Med utgangspunkt i de klubbene som i dag driver en kombinert satsing på toppnivå er det fire modeller som peker seg ut for å organisere et herrelag og et kvinnelag i en klubb:

Integrert organisasjonsmodell: Stabæk er et eksempel på en helintegrert organisasjonsmodell, hvor alt fra seniorlag til akademi for begge kjønn er organisert i den samme organisasjonen. Lagene har felles økonomi og administrasjon, og inntekter fordeles etter en bestemt fordelingsnøkkel.

Kvinnelaget som en del av breddeavdelingen: Vålerenga er organisert som et allianseidrettslag med flere juridiske enheter. A-lag Herrer og Gutter 19 er organisert i en enhet med egen økonomi, administrasjon og markedsavdeling. A-lag Kvinner og breddeavdelingen er også organisert i en egen juridisk enhet med ansvar for egen økonomi, administrasjon og markedsavdeling.

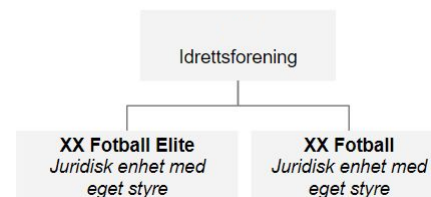
Organisert som to separate organisasjoner: Lillestrøm Sportsklubb (herrer) og LSK Kvinner er organisert som to individuelle klubber, og er ikke koblet sammen som et allianseidrettslag. Klubbene driver helt separat og er ansvarlig for egen drift, økonomi og administrasjon. De har inngått en avtale om å ha rettigheter til å bruke samme logo.

Et forpliktende samarbeid gjennom avtale: Rosenborg BK og Trondheims-Ørn har i desember 2019 inngått en forpliktende avtale hvor Rosenborg BK skal bidra med økonomiske midler og kompetanseoverføring for å løfte Trondheims-Ørn tilbake til et internasjonalt nivå.

Helintegrert organisasjonsmodell



Kvinnelaget som en del av breddeavdelingen



To separate organisasjoner



Et forpliktende samarbeid



Det er flere gjennomgående kritiske suksessfaktorer for etablering av et kvinnelag i en eksisterende herreklubb

Suksessfaktorer fra samtale med norske og svenske klubber



To separate kostenheter. Å organisere herre- og kvinnelaget som to separate kostnadsenheter er avgjørende for å hindre at økonomiske svingninger for det ene laget påvirker det andre.



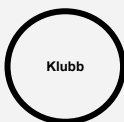
Helhjertet satsing med avklart ambisjonsnivå. Det bør være fulltidsansatte i administrasjonen og på sport i organisasjonen for begge lag. Dette signaliserer at satsingen er godt forankret på alle ledd.



Genuin interesse. En kvinnesatsning må være drevet av en genuin interesse, og ikke bare kommersielle og økonomiske faktorer. Disse interessene og holdningene må gjenspeiles i hele organisasjonen, fra styret til administrasjon og til spillere.



Robust infrastruktur. Fasilitetene må tåle den belastningen det medfører å ha to lag i toppen av norsk og internasjonal fotball. Det ene laget kan ikke gå på bekostning av det andre og motsatt.



Bli oppfattet som en klubb. For å oppnå de omdømmeeffektene en får med satsing for begge kjønn må klubbene oppfattes som en klubb med samme mål og visjon.

Andre kritiske suksessfaktorer fra et sponsorperspektiv



Timing er viktig for å hindre at en kvinnesatsing blir oppfattet som et resultat av at andre Eliteseriekubber gjør det og/eller diverse krav fra NFF/UEFA, derfor er tidsaspektet viktig.



God forankring blant sentrale interessenter og samarbeidspartnere er viktig for å sikre en helhetlig satsing hvor alle involverte jobber mot samme mål.



Helhetlig mediehåndtering er avgjørende for å sikre god kommunikasjon i alle ledd og sørge for at de "riktige" drivkreftene bak en satsing blir kommunisert ut.



Det er store forventninger i fotballmiljøet om at store sterke klubber skal etablere en satsing eller på annen måte bidra til videre utvikling

Samtlige respondenter i denne rapporten, både klubber, sponsorer, ansatte i forbund og andre har vært klar i sin tale om at like muligheter på tvers av kjønn, i aller høyeste grad er forventet i samfunnet, og fotballmiljøet er ikke et unntak. De fleste sponsorer jobber internt i bedriftene sine mot for eksempel FNs bærekraftsmål, og flere har ytret at de også vil ha større forventninger om at alle organisasjoner de sponser skal jobbe mot de samme målene i fremtiden. Alle andre interessenter vil også forvente mer av store og sterke klubber med lang historie.

5 LIKESTILLING MELLOM KJØNNENE



Samtidig er det viktig å påpeke at en kvinnesatsing ikke skal være drevet av påbud fra forbund eller omverdenen. Satsingen må være motivert av de riktige verdiene og holdningene, og at etterlevelsen av FNs bærekraftsmål 5 er en villighet til å ta samfunnsansvar og et ønske om å løfte kvinnefotballen til det neste nivået.

Selv med økende eksternt press og forventninger er det viktig å påpeke at det i dag er en stor økonomisk risiko forbundet med å drive et kvinnelag. Satsingen er i stor grad avhengig av ekstern støtte og det er som nevnt få klubber som går med overskudd. Kvinnefotball får mye spalteplass og oppmerksomhet i media, men tilskueroppslutningen holder ikke følge. Mange norske herreklubber er også presset på administrative ressurser, og en etablering av kvinnesatsing på toppen av dette kan skape intern kamp om ressurser dersom det ikke ansettes dedikerte ansatte til kvinnesatsingen.



En satsing kan ikke være motivert av tvang eller *“fordi alle andre gjør det”*. Det utvidede samfunnsansvaret må være tydelig, og et ønske om å ta kvinnefotball til et nytt nivå og gi herrer og kvinner like muligheter bør stå sentralt.

- Aktør i sponsormarkedet



Kvinnefotball i Europa

Trender og utvikling

De siste 3 årene har antall registrerte kvinnelige fotballspillere økt til 1,6 millioner og antall profesjonelle med 50 %

Positiv utvikling i både antall og nivå på europeiske kvinnespillere

Europa har i løpet av de siste 3-5 årene opplevd en sterk økning i antall kvinnelige fotballspillere. I 2019 er det registrert 1,6 millioner kvinnelige fotballspillere på tvers av hele Europa. I tillegg til å vokse i bredden, har sportens øverste nivå også utviklet seg. Flere nasjonale fotballforbund vier mer ressurser til utvikling av kvinnefotball, noe som har resultert i at både nivå på spillere og antall profesjonelle spillere har økt. Siden 2017 har antall profesjonelle spillere økt med hele 50 %.

Profesjonaliseringen av forbund, klubber og spillere har skapt resultater globalt. I årets VM for kvinner i Frankrike var 53 % av spillerne i turneringen registrert i europeiske klubber - tilsvarende en 30 % økning fra forrige VM i 2015.

1,6

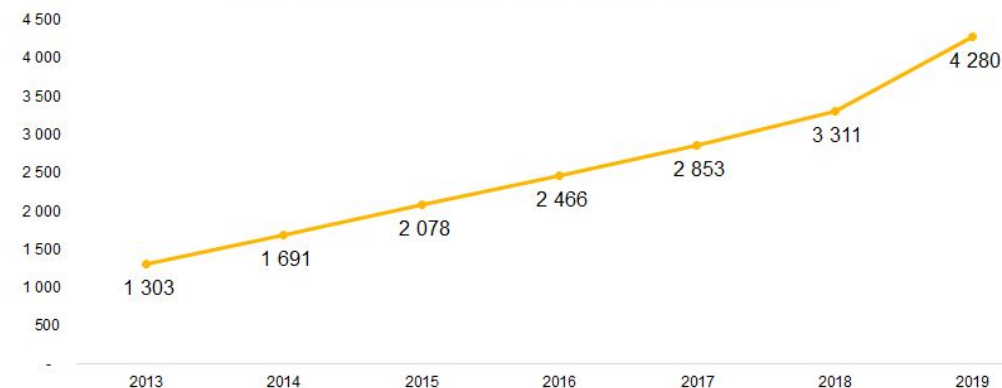
millioner

antall registrerte
kvinnelige fotballspillere

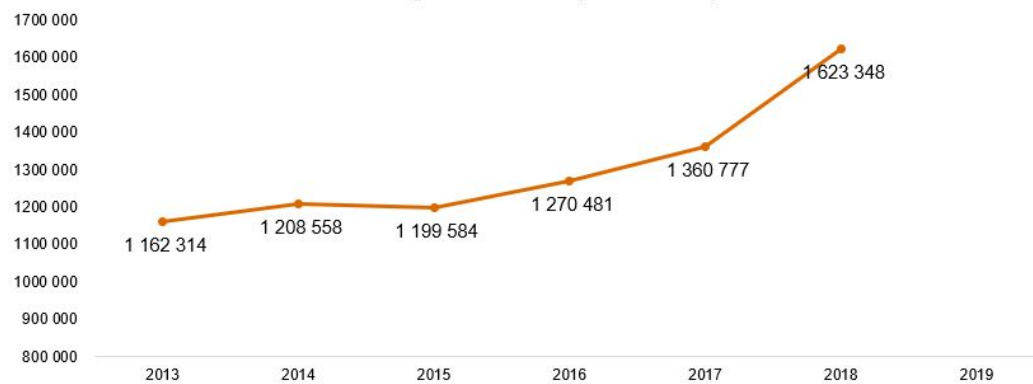
50%

økning i antall profesjonelle kvinnelige
fotballspillere siden 2017

Antall profesjonelle og semi-profesjonelle spillere i Europa



Antall registrerte fotballspillere i Europa



Antall lag i UEFA CL for kvinner har doblet seg siden 2000 som en følge av at stadig flere herreklubber etablerer kvinnesatsing

Antall kvinnelige fotballklubber har hatt en stabil økning de siste tiårene. Antall profesjonelle lag har også økt, noe som har ført til at antall lag i UEFA Champions League for kvinner har doblet seg fra 30 lag i år 2000 til 62 lag i 2019.

Flere europeiske herreklubber etablerer kvinnesatsing

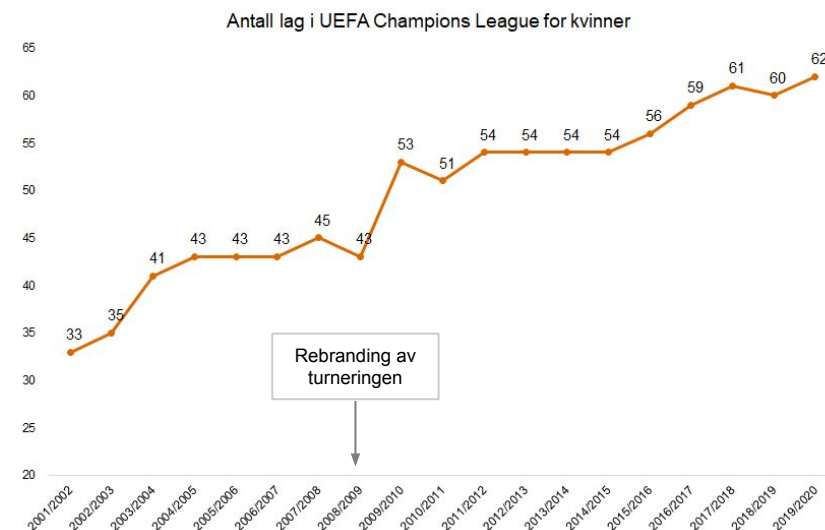
I 2007 var Arsenal en pionér blant europeiske herreklubber ved å også ha et suksessfullt kvinnelag. Kvinneklubbene i Europa var i stor grad preget av klubber som kun var dedikert til kvinnefotball. Da den europeiske klubbligaen for kvinner ble *rebranded* som Champions League i 2009, begynte flere og flere profesjonelle herreklubber å vurdere etablering.

Per i dag har flere og flere toppklubber på herresiden etablert kvinnelag, og mye takket være en solid økonomi oppnår de raskt resultater internasjonalt og har blant annet hevdet seg i UEFA CL. Alle de største engelske klubbene har nå, etter at Manchester United lanserte en kvinnesatsing i 2018-2019, også et kvinnelag. Flere storklubber i Europa følger etter, og både Real Madrid og Eintracht Frankfurt har annonsert at de vil initiere en overtakelse av lokale kvinnelag. I Frankrike har 36 av 40 klubber i de to øverste divisjonene for menn nå også dedikerte kvinnelag - med Lyon og Paris Saint-Germain i spissen.

Trenden er også synlig i skandinaviske land. I Danmark anbefalte blant annet "Kvindekommissjonen" i 2018 at alle toppklubber på herresiden skulle *forpliktes* til å etablere en toppfotballsatsing også på kvinnesiden. Likevel henger mange europeiske land fremdeles etter, og totalt sett er det bare 28 % av alle profesjonelle klubber tilbyr fotball for kvinner i dag.

Globalt fotavtrykk

Den positive utviklingen i europeiske kvinnelige fotballklubber er også synlig i VM-sammenheng. 53% av alle spillere i årets VM for kvinner i Frankrike spiller for europeiske klubber. Dette er en økning på over 50 % siden fotball-VM for kvinner i 2015. FC Barcelona, Olympique Lyonnais og Chelsea FC stod for flest spillere, med hhv. 15, 15 og 12 spillere hver.





**“The World Cup has become a
European Championship”**

Britta Carlson, Tysklands assistenttrener om VM 2019

De største driverne for å etablere en kvinnesatsing er blant annet for å bedre omdømme og tiltrekke seg nye målgrupper

UEFA har kartlagt generelle drivkrefter blant kvinneklubber i Europa som en del av deres Research Grant Programme 2018/2019. To motivasjonsfaktorer viser seg å være sentrale. Den første er økt total tilhengerskare, da mange klubber anser tilhengermarkedet på herresiden er noe mettet og at kvinnefotball er et naturlig neste steg for å sikre videre vekst. Den andre er bedret rykte og posisjonering av klubb. Begge disse faktorene vil blant annet kunne tiltrekke seg nye sponsorer og etablere klubber som samfunnsansvarlige aktører.

Mest sentrale drivkrefter for etablering kvinneklubber i Europa

Nå ut til en ny målgruppe og øke total tilhengerskare

Moral forpliktelse

Mulighet til å tiltrekke seg nye sponsorer

Bedret rykte og posisjonering av klubb

Andre viktige motivasjonsfaktorer

- Ønske om å ta samfunnsansvar
- Tro på at kvinnefotball har potensiale til å bli et godt kommersielt produkt
- Kvinners nye rolle i samfunnet
- Institusjonelle mekanismer (reguleringer, standarder, krav) som for eksempel lisenskrav
- Etablerte klubber har de rette ressurser og infrastruktur til å gjøre det
- Klubber ønsker å gå foran som et forbilde
- God publisitet
- Forventning om at FIFA/UEFA/nasjonale forbund skal innføre lisenskrav
- God eksponering
- Press fra institusjonelle organer og andre sentrale/innflytelsesrike interessenter

Satsingen på kvinner gjenspeiles i mange av Europas største herreklubber og hos kommersielle aktører som Nike

Et ønske om å ta samfunnsansvar, å gi menn og kvinner like muligheter, press fra sentrale interessenter og troen på kvinnefotball som et kommersielt produkt viser seg også å være noen av hovedårsakene til at mange store herreklubber og globale kommersielle aktører velger å satse på kvinnefotball.

Eksempler

FC Barcelona investerer store summer i sin kvinnesatsing

FC Barcelona er en av de europeiske storklubbene som har et helprofesjonelt kvinnelag. Klubben setter årlig av rundt 35 millioner kroner til kvinnelaget, og kjøper kvinnelige fotballstjerner akkurat slik som herrelaget. Ingen spillere jobber på dagtid og de har et støtteapparat tilsvarende herrelaget.

FC Barcelona er blant annet opptatt av å sikre likestilling og like muligheter for begge kjønn. Damelaget fremstår som forbilder her, og visjonen er tydelig også blant yngre jentelag.

Manchester United ønsker en klar utviklingsbane for yngre akademispillere

Manchester United er den siste blant "de seks store klubbene" i England som starter opp et damelag. De ønsker å bygge damelaget på samme prinsipper som herrenes A-lag, ved å blant annet gi akademispillere en tydelig vei til toppfotball i klubben. Å skape disse mulighetene for yngre kvinnelige akademispillere belyses som en av hovedgrunnene til den nyetablerte kvinnesatsingen.

Real Madrid har omsider besluttet å etablere et kvinnelag i den spanske toppligaen, etter lang tid med kritikk

Real Madrid har lenge blitt kritisert for å ikke ha en etablert kvinnesatsing i klubben. Toppklubben har nå kjøpt kvinnelaget Deportivo Tacon og annonsert at de vil spille i Liga Iberdrola fra og med neste sesong.

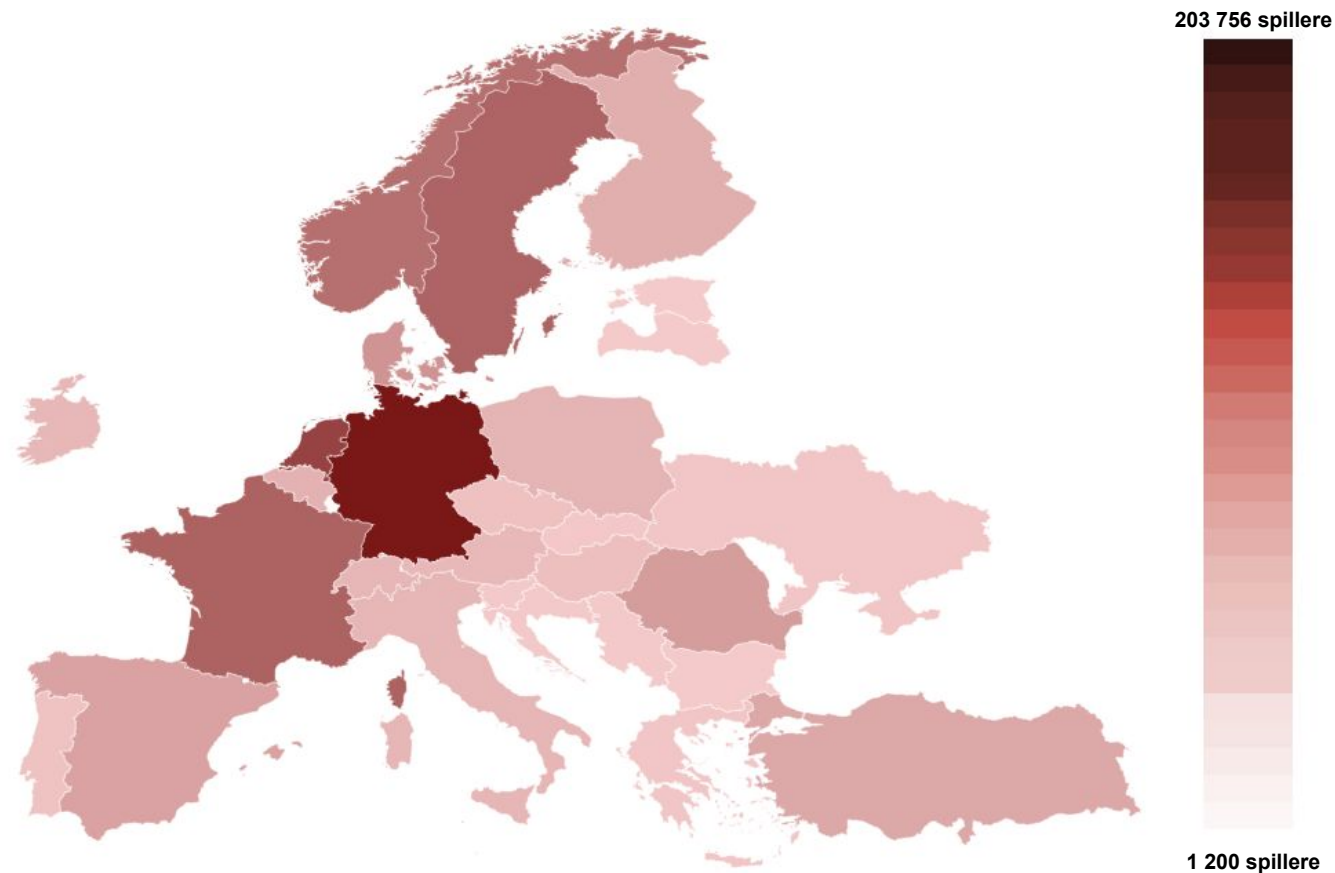
Nike ser et stort potensiale i kvinneidrett og kvinnefotball i Europa, og er i dag hovedsponsor for UEFA Women's Football

At store kommersielle aktører som Nike er inne som hovedsponsor for kvinnefotball i Europa, viser at kvinnefotball også har en høy kommersiell verdi. I 2018 kunne Nike vise til en omsetning på 6,9 milliarder dollar på deres kvinnekolleksjoner og at den kvinneorienterte omsetningen økte mer enn for menn.

Norge er et av landene i Europa med flest kvinnelige fotballspillere og er helt i toppen sett opp mot innbyggertall

Antall kvinnelige fotballspillere er betydelig lavere i Sør- og Øst-Europa enn i nordligere land. Tyskland, Nederland, Norge, Sverige, England og Sverige er de seks europeiske landene med 100 000 eller flere registrerte kvinnelige fotballspillere. Samtlige av disse lagene kom til kvartfinalen i årets VM.

Land	Registrerte kvinnelige spillere	Antall innbyggere	%
Tyskland	203 756	82 790 000	0,25 %
Nederland	155 035	17 080 000	0,91 %
Frankrike	118 842	66 990 000	0,18 %
Sverige	117 729	9 995 000	1,18 %
Norge	110 000	5 258 000	1,97 %
England	102 804	55 620 000	0,18 %
Danmark	62 280	5 749 000	1,08 %
Romania	52 572	19 640 000	0,27 %
Spania	46 208	46 720 000	0,10 %
Tyrkia	40 213	79 810 000	0,05 %
Finland	32 221	5 503 000	0,59 %
Belgia	28 416	11 350 000	0,25 %
Rolen	26 727	38 430 000	0,07 %
Russland	25 865	144 500 000	0,02 %
Italia	23 665	60 590 000	0,04 %



A background image of a soccer goal on a green field. The goal is white with a white net. The field is green with white lines. The text is overlaid on the left side of the image.

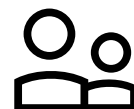
“The pace of growth of this sport is impressive and our growing investments clearly show how committed we are to accelerate. We are preparing to face the next challenges and reach new goals. The popularity of women's football is on the rise, with the 2017 European Championship recording an audience of 178 million viewers worldwide, as well as a record number of stadium attendances of over 240,000 fans”

Nadine Kessler, leder for kvinnefotball i UEFA

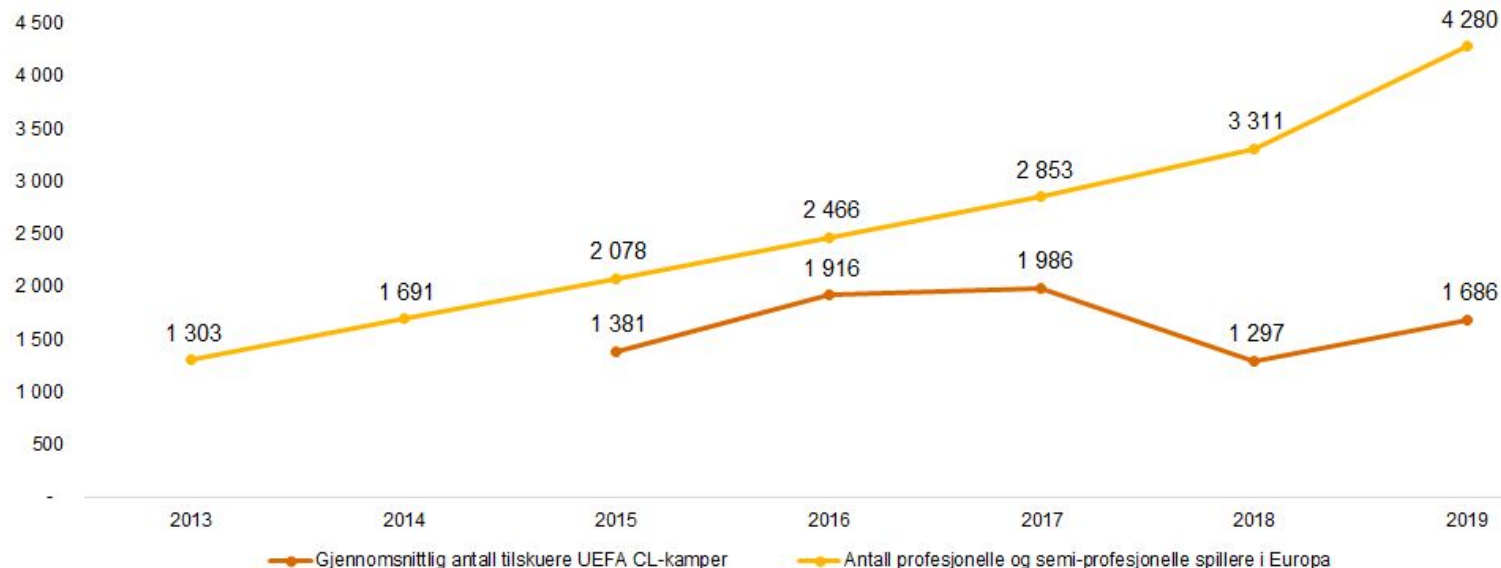
Til tross for en sterk økning i kvinnefotballens størrelse, holder ikke tilskueroppslutningen følge med den bratte utviklingen

I media florerer det med lovord om den økte oppslutningen rundt kvinnefotball og det blir registrert flere rekordtall på enkeltkamper. 19. mars 2019 ble det blant annet registrert 60 739 tilskuere på kampen mellom Atletico Madrid og Barcelona. Dette er ny rekord for en kvinnelig klubbkamp. Likevel følger ikke utviklingen i tilskueroppslutning rundt kvinnefotball på generell basis den sterke økningen i sportens størrelse.

Selv om utviklingen i oppslutning rundt kvinnefotball ikke er like sterk som utviklingen i sportens størrelse, er den fremdeles positiv. Trenden er derimot ikke like oppløftende globalt. Gjennomsnittlig antall tilskuere på VM-kamper for kvinner har i snitt sunket med 15 % (fra et VM til det neste) i løpet av de siste fire mesterskapene. Hvor VM blir arrangert kan antas å ha en viss påvirkning, men en reduksjon i antall gjennomsnittlige tilskuere har også blitt registrert mellom sammenlignbare VM (VM 2011 i Tyskland med et gjennomsnittlig tilskuertall på 26 430 og årets VM i Frankrike med et gjennomsnittlig tilskuertall på 21 756).

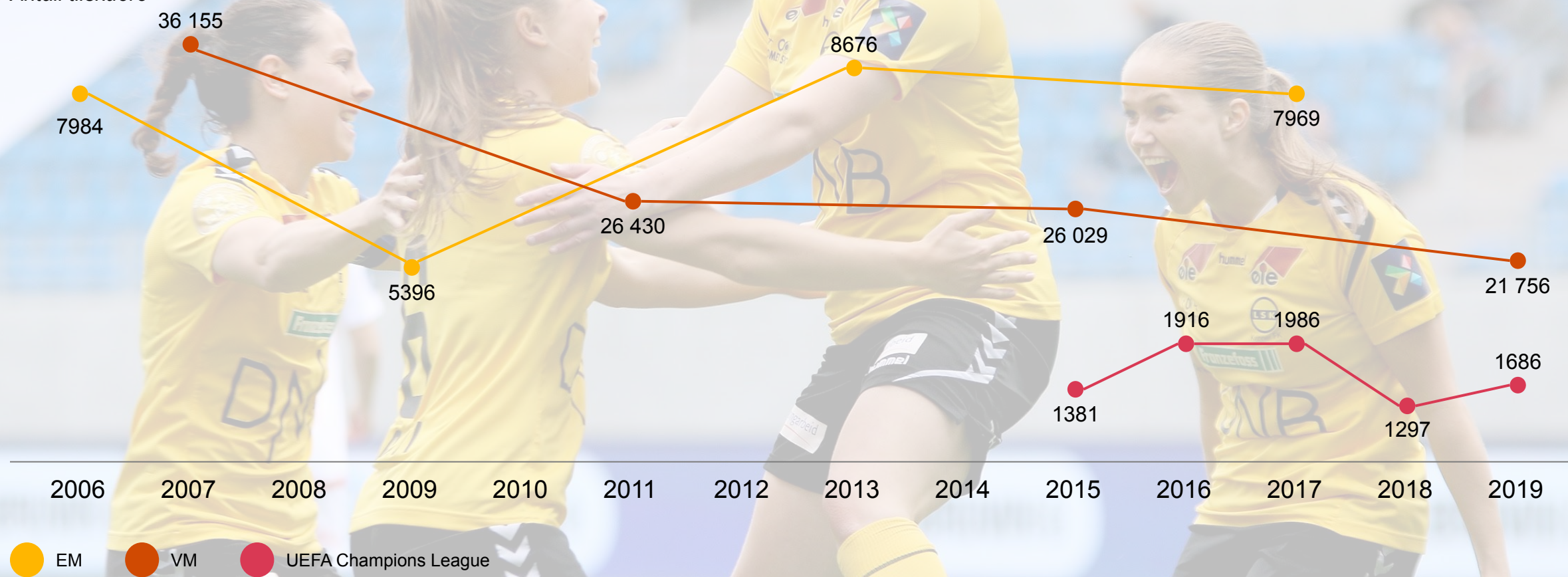
**60 739**tilskuere på kamp mellom
Atletico Madrid og Barcelona**1 686**gjennomsnittlig antall tilskuere
på CL-kamper i 2019**15 %**reduksjon i gjennomsnittlig antall
tilskuere på CL-kamp siden 2016

Tilskueroppslutning i UEFA Champions League for kvinner



Utviklingen i tilskuertall i både VM, EM og UEFA Champions League for kvinner har vært relativt flat fra 2006-2019

Antall tilskuere



Det er stor forskjell i oppslutning rundt kvinnefotball mellom land, ligaer og ulike klubber

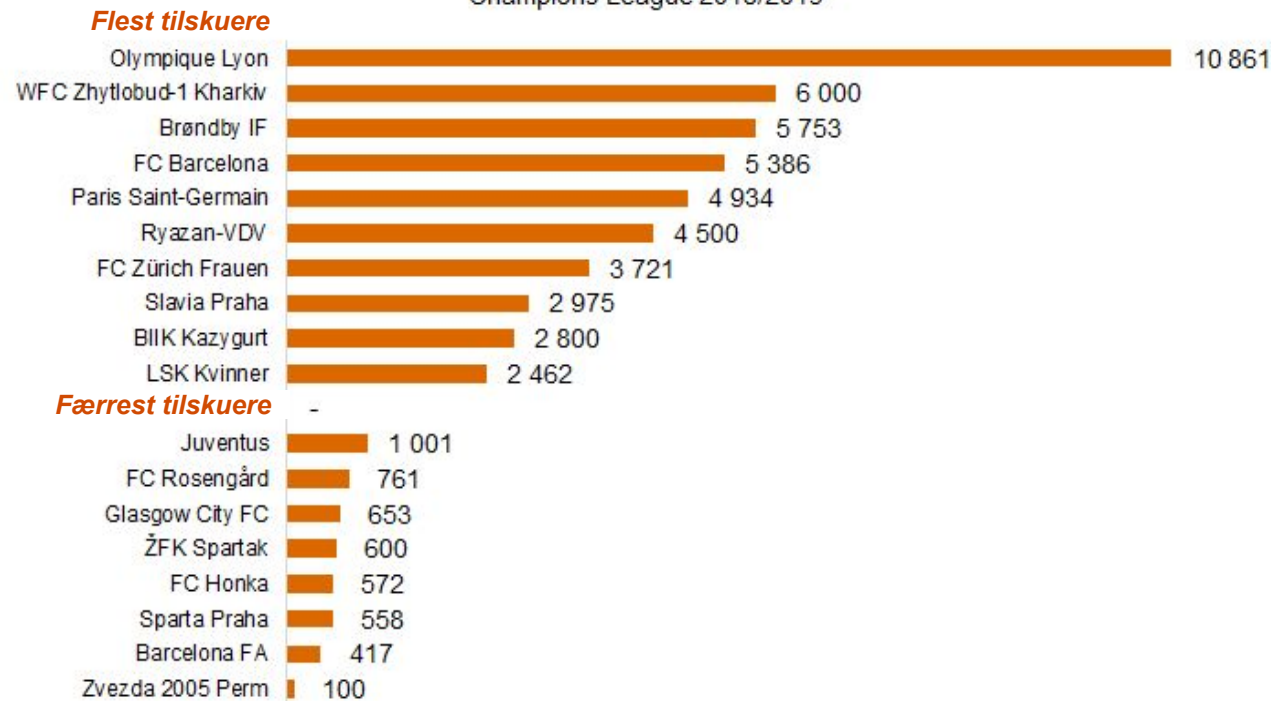
Lyon hadde et gjennomsnitt på 10 861 tilskuere i CL forrige sesong, til sammenligning hadde LSK 2 462 tilskuere.

Det er stor forskjell på oppslutning rundt kvinnefotball mellom land og for ulike klubber. Lyon hadde et gjennomsnitt på 10 861 tilskuere per hjemmekamp i Champions League 2018/2019, mens ligger snittet for LSK Kvinner's Champions League-kamper på 2 462 i samme år.

Det er ikke bare Norge som sliter med lave tilskuertall. I stort sett hele Europa er trenden negativ, og oppslutning i form av antall tilskuere er synkende. Turbine Potsdame, et av de beste kvinnelagene i Tyskland, er en av klubbene som opplever at antall tilskuere svikter og kan vise til en 25 % reduksjon de siste 5 årene. Stephan Smidth, talsperson for klubben, mener også at en boost rundt enkelte turneringer, som for eksempel årets VM i Frankrike, ikke vil være nok for å sikre en bærekraftig vekst i oppslutning. Andre tyske klubber lider av samme skjebne, og Wolfsburg har gått fra et gjennomsnittlig tilskuertall på 2 400 for fem år siden, til 1 300 i år. Trenden er også synlig i andre store nasjoner som Spania, Italia og Frankrike.

England er et av få land som ser ut til å vise til det motsatte. Womens Super League i England har så langt i sesongen 2019/2020 et gjennomsnittlig tilskuertall på 3 743. Dette er tilskuertall fra de første 12 serierundene, men dersom tilskuertallet holder seg på dette nivået innebærer det en sterk økning fra i fjorårets gjennomsnitt på 1010. Daniel Ferguson, markedsansvarlig i WSL, peker på at store investeringer fra sponsorer og herreklubber samt at flere kamper vises på TV kan forklare økningen i interessen. WSL investerer også i økt markeds kunnskap innad i klubbene slik at de i større grad kan markedsføre seg selv og fokusere på de riktige målgruppene.

Gjennomsnittlig antall tilskuere per hjemmekamp
Champions League 2018/2019

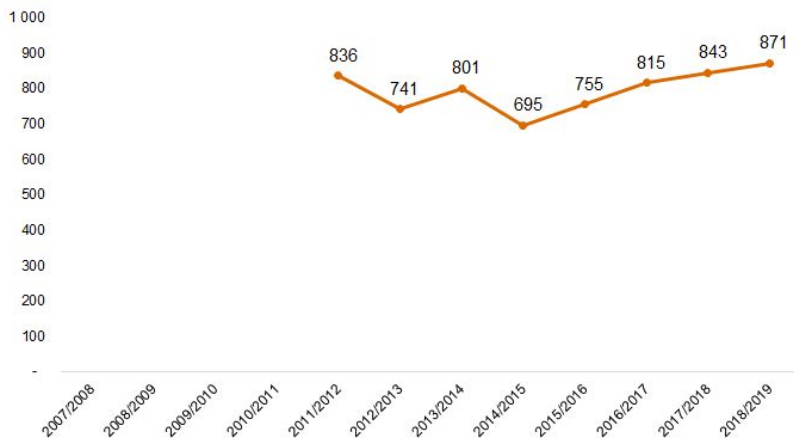


Women's Super League i England er en av få europeiske ligaer som opplever en positiv utvikling i tilskueroppslutning

Til tross for flere rekordtall på enkeltkamper, opplever mange europeiske ligaer sviktende utvikling i gjennomsnittlig tilskuertall. Dette gjenspeiles blant annet i Frauen-Bundesliga i Tyskland de siste seks årene. I Sverige synes oppslutningen å være noenlunde stabil, mens England er en av få ligaer hvor utviklingen har vært svært positiv. De har hatt en oppadgående trend siden 2011. Så langt etter 11 runder er gjennomsnittet på 3 743 tilskuere i England, med Tottenham Hotspur på topp med 11 446 og Reading WFC på bunn med 1 124.

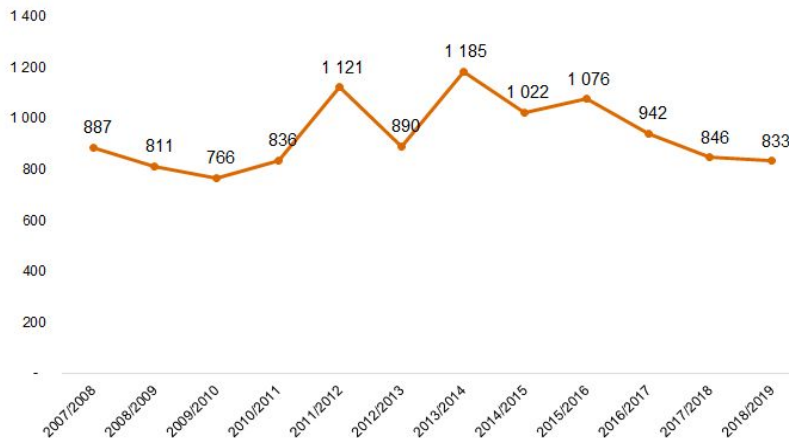
Damallsvenskan i Sverige

Gjennomsnittlig antall tilskuere per kamp



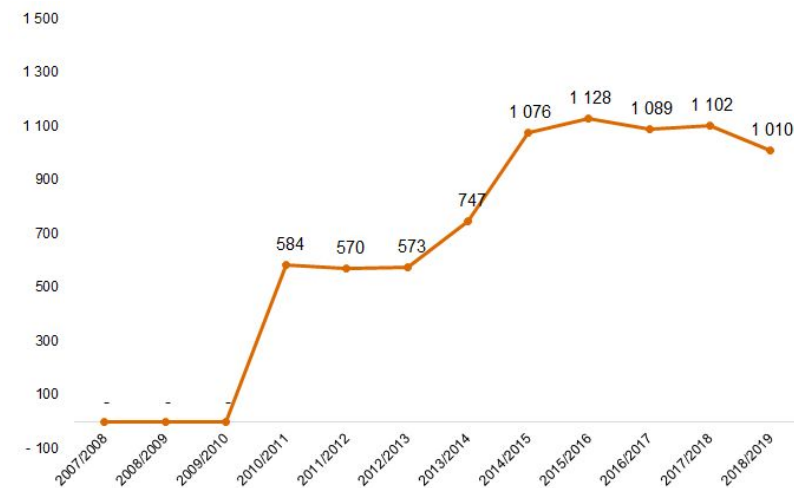
Frauen-Bundesliga i Tyskland

Gjennomsnittlig antall tilskuere per kamp



Women's Super League i England

Gjennomsnittlig antall tilskuere per kamp



WSL ble ikke arrangert i perioden 2007-2010



Kvinnefotball i Europa

Rammebetingelser

Det er store variasjoner i spillerlønnninger, og lave overgangssummer preger kvinnefotball i Europa



Spillerlønnninger

Det er store variasjoner i spillerlønnninger i Europa. Det er flere europeiske kvinnelige fotballspillere som spiller på øverste nivå i sine nasjonale ligaer som ikke lever av fotball og i beste fall mottar symbolske summer som lønn. Helprofesjonelle klubber som Lyon og Manchester City betaler spillerne sine mellom 20 000 - 350 000 EURO i året.



Broadcasting, TV-rettigheter og sponsorer

Antall europeiske fotballforbund med sponsorer dedikert til kvinnefotball har økt fra 9 i 2013 til 17 i 2017. Til tross for gode sponsoravtaler, er de fleste ligaer avhengig av å selge TV-rettigheter for betydelige summer. Frankrikes øverste liga for kvinner solgte i 2019 rettighetene i fem år til Canal+ for 6 millioner euro - seks ganger mer enn for avtalen for to år siden.



Overgangssummer

Størrelsen på overgangssummer kan være en god indikasjon på hvor profesjonalisert kvinnelige europeiske ligaer er. På verdensbasis ble den gjennomsnittlige overgangssummen målt til 810 dollar. Dette tallet er så lavt fordi bare 3.4 % av alle overganger er spillere forpliktet til profesjonelle kontrakter - og bare 3.2 % av alle overganger har en reell transaksjonsverdi. Til sammenligning er dette tallet 15.1 % for menn. 65 % av overgangene var inn til europeiske ligaer.



Premiepenger og belønninger

I tillegg til en premiesum mellom 25 000 EURO - 250 000 EURO for 1. - 4. Plass i Women's Champions League, mottar alle lag 20 000 EURO for hver runde de kvalifiserer seg til. I 2017 var den totale premiesummen for kvinners fotball-EM 8 millioner EURO - nesten fire ganger så mye som i 2013. I 2019/2020 sesongen er det forventet at vinneren får rundt 460 000 EURO.



Englands øverste liga for kvinner er i dag den eneste profesjonelle ligaen i Europa, og spillerne lever av fotballen



Spillerlønninger

Til tross for at flere og flere spillere og klubber har blitt profesjonalisert de siste årene, er det fremdeles stor variasjon i spillerlønn for kvinner i den engelske toppserien Barclays FA WSL. Lønningene varierer fra 5000-10 000 EURO for spillere som enda ikke er kategorisert som profesjonelle, og opp til 35 000 EURO for de som tjener mest. Dette er lønn direkte fra klubb. Engelske klubber kan maksimalt bruke 40 % av deres omsetning til spillerlønninger. Denne begrensningen har som mål å hjelpe klubber å sikre en bærekraftig vekst og drift.

Rundt 30 engelske spillere har også individuelle kontrakter i tillegg til kontrakten med klubb.



Broadcasting og TV-rettigheter

TV-rettighetene for Barclays FA WSL selges nå som et eget produkt. For første gang har rettighetene til Barclays FA WSL blitt solgt til Mexico. Sky Mexico har kjøpt rettighetene for tre år. Kilder fra FA sier at den seksifrede inntekten fra avtalen skal brukes til videreutvikling av TV-produktet slik at de sikrer at produktet blir attraktivt for TV-kanaler også i fremtiden.



Ligasponsor - Barclays

Den britiske banken Barclays har inngått en treårig avtale med FA WSL med varighet til sommeren 2022. Banken skal bidra med i overkant av 10 millioner PUND årlig. Banken har gjennom avtalen kjøpt navnet til ligaen og den heter ligaen heter Barclays FA Women's Super League i avtaleperioden. Avtalen har som hovedmål å drive vekst i damefotballen i Storbritannia, spesielt inn mot skoler, og Barclays' bidrag skal legge til rette for en mer profesjonell hverdag for spillere i den øverste ligaen. Barclays bidrar også til at det utbetales premiepenger, noe som ikke skjedde før i historien.





Kvinnefotball i Europa

Satsing og ambisjoner

UEFA lanserte i 2019 en egen strategiplan med mål om å gjøre kvinnefotball til en mer profesjonell idrett innen 2024

Utvikling av kvinnefotball er en av de fire strategiske prioriteringsområdene i UEFA sin overordnede strategi, “Together for the Future of Football”, for perioden 2019-2024. Nært knyttet til denne har UEFA for første gang lansert en egen strategiplan dedikert for kvinnefotball. Denne forplikter UEFA til et femårs strategisk rammeverk med mål om å blant annet støtte, veilede og løfte både kvinnefotballen i seg selv og kvinners posisjon i fotball-Europa. Strategiplanens mål er å gjøre kvinnefotball til en større, mer profesjonell og ressurssterk idrett innen 2024.

Strategiplanen sikter mot følgende mål innen 2024:

2,5
millioner

Antall kvinnelige fotballspillere skal doubles fra 1,3 millioner til 2,5 millioner spillere



Endre oppfatning av kvinnefotball rundt om i Europa



Doble rekkevidden og verdien av UEFA Women's EURO og UEFA Women's Champions League



Forbedre spillernes vilkår gjennom standardavtaler for landslagsspillere og sørge for *safeguarding policies*



Doble kvinneandelen i alle UEFA sine organer

I strategiplanen har en rekke prioriteringer og tiltak blitt definert for å sikre at UEFA når sine mål innen 2024

2,5
millioner



**Antall kvinnelige fotballspillere skal
dobles fra 1,3 millioner til 2,5 millioner
spillere**

- Øke både kvalitet og antall mannlige og kvinnelige trenere i både breddeidretten og på toppnivå
- Oppfordre herreklubber til å få i gang et tilbud for jenter og kvinner
- Investere i program med formål om å øke antall jenter og kvinner som spiller fotball
- Sikre at alle spillere har tilgang til fotball, uavhengig av talent
- Sikre passende miljø for trening og spillerutvikling

**Endre oppfatning av kvinnefotball
rundt om i Europa**

- Øke engasjement rundt kvinnefotball
- Utarbeide og levere en kommunikasjons- og mediaplan med koordinert budskap og promotering
- Inkludere kvinnelige fotballspillere, trenere, dommere og futsalspillere i UEFAs andre aktiviteter
- Utarbeide innovative løsninger, reklameinntekter og modeller for mediarettigheter for sponsorer og partnere som støtter UEFA sine strategiske mål
- Illustrere den økonomiske verdien av kvinnefotball til medlemsforbund, klubber og samfunnet

**Doble rekkevidden og verdien av UEFA
Women's EURO og UEFA Women's
Champions League**

- Strebe etter finansiell bærekraft for aktører innenfor kvinnefotball
- Levere de beste kvinnelige idrettsarrangementene
- Skape en inspirerende og engasjerende konkurransearena som appellerer til et diversifisert publikum
- Utvikle programmer som fokuserer på kvinners tilgang til fotball
- Benytte lisenskrav, både fra UEFA og nasjonale fotballforbund, til å øke standarder og tilgang til kvinnefotball
- Skape appellerte og relevante merkevarer

**Forbedre spillernes vilkår gjennom
standardavtaler for landslagsspillere
og sørge for *safeguarding policies***

- Profesjonalisere det kvinnelige elitenivået gjennom regulatoriske mekanismer og innsikt
- Tilrettelegge for gode spillermuligheter og utviklingsløp for kvinnelige talenter, som tillater kontinuerlig utvikling
- Oppfordre nasjonale fotballforbund til å samarbeide med utdanningsinstitusjoner for å i større grad kunne tilrettelegge for å kombinere fotball og utdanning
- Etablere en plattform for kontinuerlig innsikt i utvikling i deltakelse, spillere, finansielle nøkkeltall etc.
- Være forpliktet til å utvikle kvinnefotball globalt

**Doble kvinneandelen i alle UEFA sine
organer**

- Sikre god styring av kvinnefotballsatsing gjennom UEFAs regler og forskrifter
- Utvikle strategiske prosesser som videre skal fokusere på in-house ressurser og aksellerere utviklingen i kvinnefotball
- Sikre at kvinner og kvinnefotball er godt representert i alle UEFA organer og UEFA administrasjonen som helhet
- Involvere alle interessenter og berørte parter i beslutninger vedr. kvinnefotball
- Implementere program innenfor utdanning, ledelse og coaching
- Benytte solidaritetsprogram til å sikre riktig strategisk styring i alle nasjonale fotballforbund



“The potential of women's football is unlimited and that is why UEFA has moved to increase the funds available to the national federations, in order to help improve the movement female all over the continent”

Aleksander Ceferin, president of UEFA

UEFA har flere andre initiativ og satsinger med formål om å fremme europeisk kvinnefotball sin posisjon i verden

Økt finansiering og støtte til nasjonale forbund

UEFA skal gjennom UEFA Women's Football Development Program (WFDP) øke sin finansiering, øremerket utviklingsprogrammer for kvinnefotball, til hvert nasjonale forbund med 50 % (fra 100 000 EURO til 150 000 EURO). I tillegg tilbyr UEFA veiledning til nasjonale fotballforbund i hvordan de skal markedsføre kvinnefotball utad.

Kvinnefotball som en egen plattform

For å sile ut kvinnefotball som en egen, selvstendig plattform har UEFA separert (*"unbundled"*) sponsorrettigheter for herre- og kvinnefotball. Nike er allerede en av hovedsponsorene for UEFA Women's Football og støtter UEFA's femårsplan for å etablere fotball som den ledende kvinnelige lagsporten i Europa. I tillegg har UEFA skilt ut kvinnes finarearena i Champions League fra herrenes, som skal underbygge kvinnefotballens egne plattform.

Partnerskap med VISA

I desember 2018 annonserte UEFA et historisk langsiktig partnerskap med VISA, som ble den første UEFA-sponsoren som utelukkende er dedikert til kvinnefotball. Nadine Kessler, leder for kvinnefotball i UEFA, mener at dette beviser at kvinnefotball virkelig begynner å utvikle en egen dimensjon innenfor det kommersielle landskapet. VISAs engasjement og forpliktelse understreker de nye høydene idretten har nådd.

Kvinnelige ambassadører

UEFA har rekruttert velkjente kvinnelige fotballspillere som ambassadører for å sikre gode rollemodeller for yngre talenter, på lik linje som de tidligere har gjort på herresiden.

FIFA har også satt i gang tiltak og initiativ som skal styrke kvinnefotball globalt



I oktober 2018 lanserte FIFA for første gang en global strategi for kvinnefotball.



I oktober 2018 doblet FIFA tilgjengelig premiepott for FIFA World Cup 2019 for kvinner i Frankrike til USD 30M.



FIFA ønsker å doble antall kvinnelige fotballspillere til 60M innen 2026.

Trenden i kvinnefotballen er økt satsing fra UEFA, forbund og herreklubber, men tilskueroppslutningen holder ikke følge

Oppsummering kvinnefotball i Europa

Flere og flere store herreklubber etablerer kvinnesatsinger, med et mål om å nå toppen

Flere og flere herrelag etablerer kvinnesatsinger med et mål om å øke tilhengerskare og styrke omdømme. Disse to faktorene fremstår som største motivasjoner bak herrelagenes etablering av kvinnelag. Denne trenden kan blant annet føre til at det på sikt vil bli vanskeligere å hevde seg i Europa, og derfor vil en timing-dimensjon spille inn på en beslutning om å etablere et lag eller ikke.

Stagnert tilskueroppslutning

Den generelle trenden er at tilskueroppslutning rundt kvinnefotball har stagnert i de fleste europeiske ligaer. England er unntaket, og skyldes først og fremst store investeringer i deres nasjonale liga Women's Super League, i tillegg til økt mediedekning.

Økt satsing på kvinnefotball fra forbund

UEFA har for første gang lansert en egen strategiplan dedikert til kvinnefotball. Dette sender ut signaler om økt satsing på dette området.

Økt oppmerksomhet fra kommersielle aktører

Kvinnefotball opplever økt oppmerksomhet fra kommersielle aktører i hele Europa. I desember 2018 inngikk for eksempel UEFA et historisk langsiktig partnerskap med VISA, som ble den første UEFA-sponsoren som er utelukkende dedikert til kvinnefotball.

A photograph of four female football players in yellow jerseys celebrating on a field. The player in the center is jumping with her arms outstretched, and the others are embracing her. They are all smiling and shouting. The background shows a stadium with blue seats and a large 'Polar' logo on the wall.

Kvinnefotball i Norge

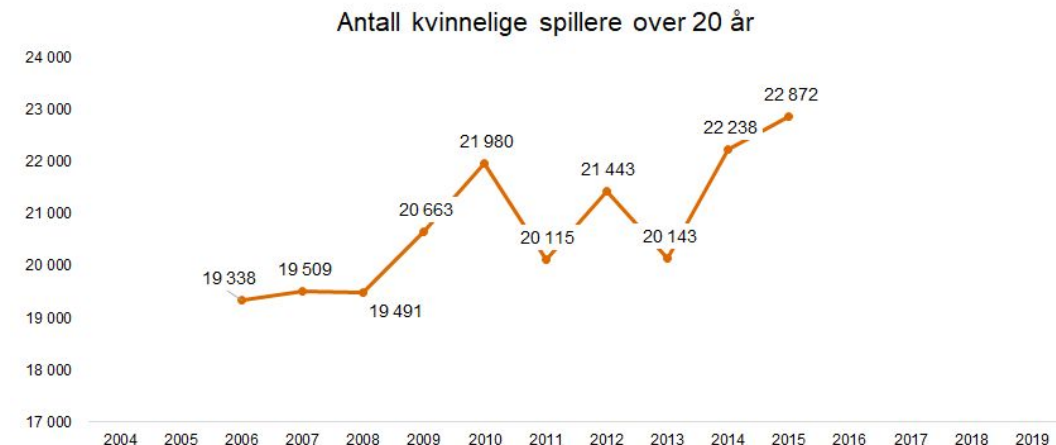
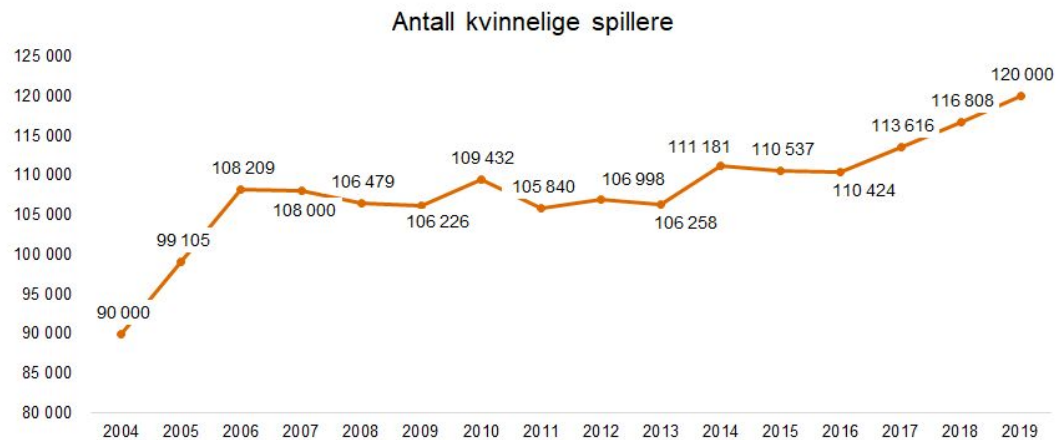
Trender og utvikling

Norge er ett av seks land i Europa med over 100 000 registrerte kvinnelige spillere, og tallet har økt jevnt

Fotball har vært Norges største jenteidrett i lang tid. Norge er også et av seks land i Europa med over 100 000 registrerte kvinnelige fotballspillere. Per 2019 er det 120 000 jenter og kvinner som spiller fotball i Norge. Utviklingen har lenge stått i ro, men de siste fire årene har den skutt fart og vokst med i underkant av 10 %. Utviklingen i antall seniorspillere har dog vært svakere, og bærer preg av at det i dag er vanskelig å leve av fotball i Norge.

Hele 86 % av alle jente- og kvinnespillere i Norge er under 18 år. Dette er en betydelig høyere andel enn i andre europeiske nasjoner. Dette kan både forklares av det enorme aktivitetstallet Norge kan vise til i segmentet barn og unge, men viser også en utfordring knyttet til å beholde spillere i voksen alder.

I 2018 ble det identifisert 588 klubber som tilbyr seniorlag for kvinner i Norge, hvor 92 av disse tilhører de tre øverste divisjonene (Toppserien, 1. divisjon og 2. divisjon). Per i dag er det kun to Stabæk og Vålerenga fra den nåværende Eliteserien som har egne kvinnelag. I tillegg bør det nevnes at LSK Kvinner Fotballklubb kan bruke samme logo, merkenavn og forkortelse som Eliteserielaget, men ikke kalle seg Lillestrøm. Dette er dog en trend som ser ut til å snu. Norsk Tipping sin holdningsundersøkelse rundt kvinnefotball i Norge viser at 66 % er helt enig eller enig i at Eliteserielag som Brann og Rosenborg bør etablere elitelag for kvinner. Rosenborg er godt i gang med å realisere et samarbeid med Trondheims-Ørn og skal stille med et lag i Toppserien allerede neste sesong.



120 000

antall registrerte norske kvinnelige fotballspillere



588

antall norske klubber som tilbyr seniorfotball for kvinner (2018)



2 (3)

antall profesjonelle herre-klubber med Toppserielag

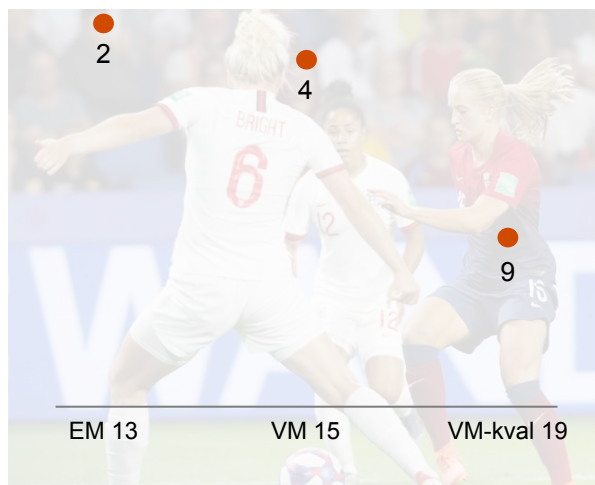
Til tross for høyt antall registrerte spillere mister vi vår posisjon ute i Europa på både klubb- og landslagsnivå ...

Til tross for at Norge er en av Europas største fotballnasjoner på kvinnesiden, mister vi vår posisjon ute i Europa på både klubb- og landslagsnivå. Dette er tydelig ved å se på utviklingen i Norges ranking for både FIFA, UEFA og Champions League, som alle er ranking basert på prestasjon.

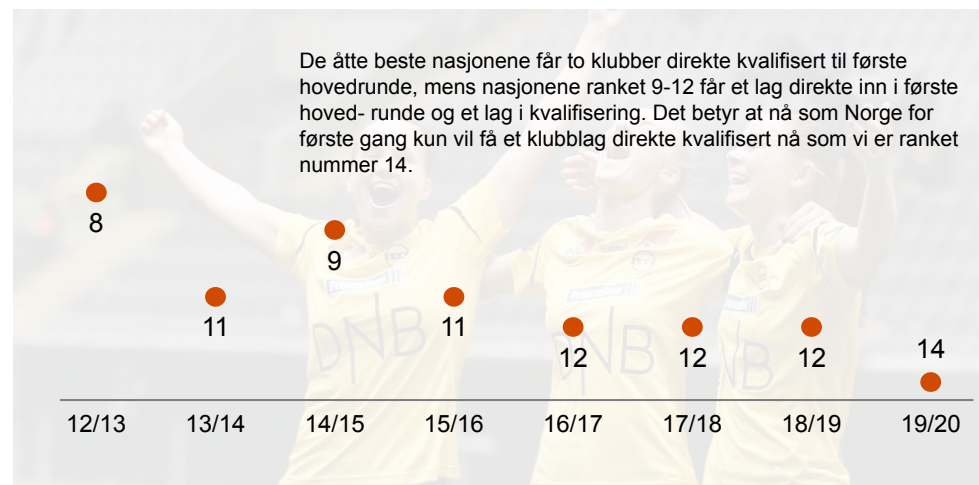
Norges posisjon på FIFA-rankingen



Norges posisjon på UEFAs ranking



Norges posisjon (klubb) i Women's Champions League



UEFAs ranking til Women's Champions League baserer seg på hva de deltakende klubbene har prestert i turneringen i løpet av de siste 5 årene.

... selv om Norge ifølge UEFA er en av Europas mest og best utviklede nasjoner innenfor kvinnefotball

*På bestilling fra
Espelundsutvalget
utarbeidet UEFA en rapport
for å kartlegge Norges
posisjon innenfor
kvinnefotball i Europa.
Rapporten viser til følgende
funn:*

Norge er blant Europas mest og best utviklede nasjon innenfor kvinnefotball.

Norske klubber har ikke oppnådd samme internasjonale resultater som de norske landslagene.

Ut i fra folketall er Norge ledende i Europa i forhold til overførte midler til kvinnefotballen.

Målt i totalverdi er det samlede regnskap for norsk toppfotball på kvinnesiden blant det høyeste i Europa.

Et fåtall klubber har preget toppsjiktet i Norge over de siste årene, hvilket ikke skiller seg fra andre sammenlignbare ligaer i Europa.

Norge skiller seg fra en del andre europeiske ligaer ved at det er få klubber som har både topplag på kvinne- og herresiden.

Toppserien er en attraktiv liga for utenlandske spillere. Sammenlignet med andre middelstore nasjoner er det flere utenlandske spillere i norske klubber.

At samtlige kamper i Toppserien streames på etablerte plattformer gir bedre dekning enn i de fleste andre europeiske ligaer.



I følge Espelundsrapporten har dagens toppserielag en del utfordringer knyttet til organisasjon og økonomi

Den typen klubb lag som dominerer i Norge er de klubbene som har lag for begge kjønn, men hvor kvinnelaget har mer sportslig suksess enn herrelaget. Dette er i stor kontrast til resten av Europa, hvor det i mye større grad er vanlig at kvinnelaget er en del av en klubb som også har et eliteserielag for menn. Det er per i dag bare to (tre, inkl. Lillestrøm) Toppserielag som også har et herrelag i Eliteserien.

I følge Espelundsrapporten kjennetegnes Toppserieklubber, og spillere i Toppserien, av følgende:



Organisatorisk svake

Toppserieklubbene har i dag få administrativt ansatte og fremstår i sum som svake organisatorisk.



Mangelfullt støtteapparat

Det sportslige og medisinske apparatet til Toppserieklubbene fremstår som mangelfullt.



Avhengig av å kombinere fotball med utdanning/jobb

Med få unntak kombinerer spillerne i Toppserien fotballkarriere med utdanning eller jobb.



Lav snittalder

Spillere i Toppserien har en snittalder på 22,7 år.



Tidlige pensjonister

Mange spillere legger opp i midten av 20-årene, ofte grunnet økonomi.



Få profesjonelle spillere

Antall spillere på profesjonell kontrakt øker, men den største andelen profesjonelle spillere ligger i det nedre sjiktet for ytelser (4000-8000 kr i måneden).

Også i Norge begynner flere og flere Eliteserielag for herrer å vurdere en økt satsing på kvinner

Lise Klaveness er i følge Aftenposten (2019) en av de som er overbevist om at det neste steget for norsk fotball er at flere herreklubber etablerer kvinnelag, blant annet fordi mange kvinneklubber ikke har nok ressurser eller bredde i troppen til å kunne forsvare en robust satsing over tid. Stadig flere herrelag synes å være enig med Lise Klaveness, og de siste par årene har flere store klubber uttrykt interesse og planer for en kvinnelig (toppserie)satsing.

Eksempler

Rosenborg tror at en kvinnesatsing vil være styrkende for både publikumsoppslutning og merkevaren

I mai begynte Rosenborg vurdere etablering av kvinnelag, og på desembers styremøte ble det bestemt at storklubben får et lag i toppserien allerede neste år. Det er snakk om en sammenslåing med den allerede etablerte toppserieklubben Trondheims Ørn. Ivar Koteng, styreleder i RBK, peker på at mange jenters drøm om å spille for Rosenborg er grunn nummer en til at klubben nå tar tak for å etablere et integrert kvinnelag. I tillegg ønsker de å identifisere seg med mer enn bare 50 % av befolkningen - og tror at en kvinnesatsing vil være positivt for både publikumstall og markedet.

Vålerenga tiltrekker seg flere profilerte norske spillere på grunn av stort budsjett og "proffdager"

Vålerengas fotballdamer satser, og laget har et av de største budsjettene i den kvinnelige Toppserien. Med et budsjett på over 10 millioner kroner, i tillegg til "proffdager", er det mange profilerte spillere som blir tiltrukket. Etter perioder hvor laget har vært for avhengig av internasjonale spillere på kortsiktige kontrakter, har Vålerenga begynt "på nytt" og startet med en mer langsiktig og varig satsing med flere norske spillere som grunnpilarer. Klubben har per i dag ikke noe økonomisk samarbeid mellom dame- og herresiden, men har et sportslig samarbeid innenfor kompetanse og medisin.

Aalesund ønsker å bli en fremtidsrettet toppklubb - for hele Sunnmøre

16. september ble det vedtatt en samarbeidsavtale mellom Aalesund Fotballklubb og FK Fortuna. Sammenslåingen er starten på en langsiktig målsetning om toppfotball også for kvinner hvor målet er at FK Fortuna på sikt skal integreres som en del av AaFK. Samarbeidsavtalen og den langsiktige målsetningen begrunnes blant annet med at Aalesund ønsker å være en fremtidsrettet toppklubb. Daglig leder og tidligere AaFK-spill, Eirik Holseth, mener at et samarbeid vil styrke både FK Fortuna og Aalesund Fotballklubb som organisasjon gjennom en enda sterkere merkevare.

65 % av respondentene i Norsk Tippings undersøkelse svarte at de ser kvinnefotball en gang i året eller sjeldnere

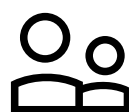
I forbindelse med UEFA Grow-programmet har UEFA gjennomført en interesseundersøkelse av samtlige av UEFAs medlemsnasjoner, samtidig som diverse tilskuerparameter knyttet til toppfotball kvinner er dokumentert. Selv om fotball er den desidert mest populære sporten å delta i for jenter i Norge, viser undersøkelsen at allmenninteressen for både ski og håndball er større totalt sett.

UEFAs undersøkelser viser blant annet at tilskueroppslutningen til Norges kvinnelandslag ligger på 21 % av tilskueroppslutningen til det norske herrelandslaget. Til sammenligning er dette tallet 33 % for Danmark.

Norsk Tipping sin holdningsundersøkelse viser at mange er helt uinteressert i kvinnefotball og at 65 % ser på kvinnefotball en gang i året eller sjeldnere.

Norges kvinnelandslag har aldri tidligere fått så mange medieoppslag i forbindelse med et mesterskap (Weiberg-Aurdal, 2019), som det de fikk under VM i Frankrike. Likevel har den forventede interesseøkning rundt kvinnefotball i Norge uteblitt, og blant annet ikke gitt utslag i form av økt antall tilskuere på norske klubbkamper.

Alle tall er heldigvis ikke bare mørke. Antall seere som følger med på norske Toppseriekamper på Amedias Direktesport.no-satsing har hatt en økning på 25 % per kamp i snitt hittil i år. I juni 2018 var det 620 236 brukere på A-media med tilgang til kampene.



262

antall tilskuere i snitt per
kamp i Toppserien



25%

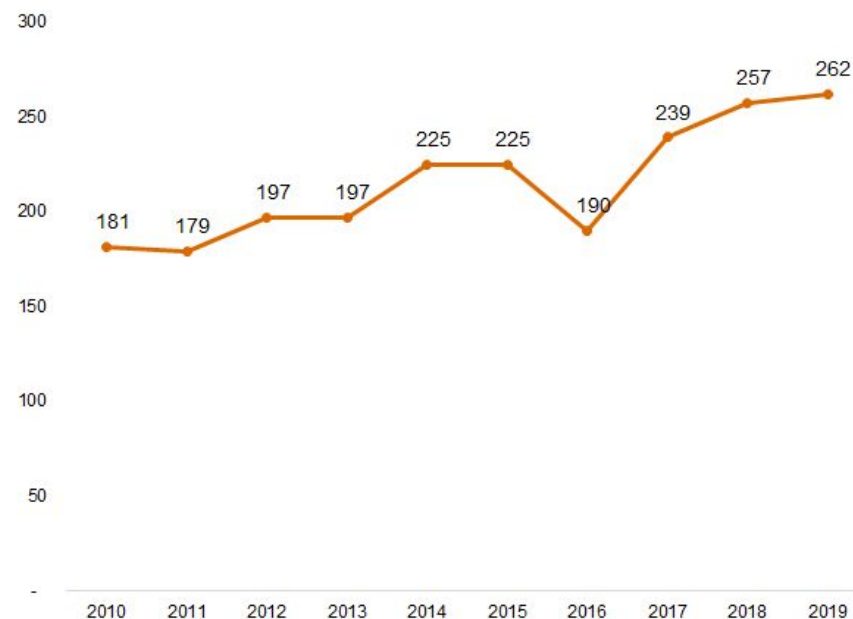
økning i gjennomsnittlig antall
seere per kamp hos Amedia



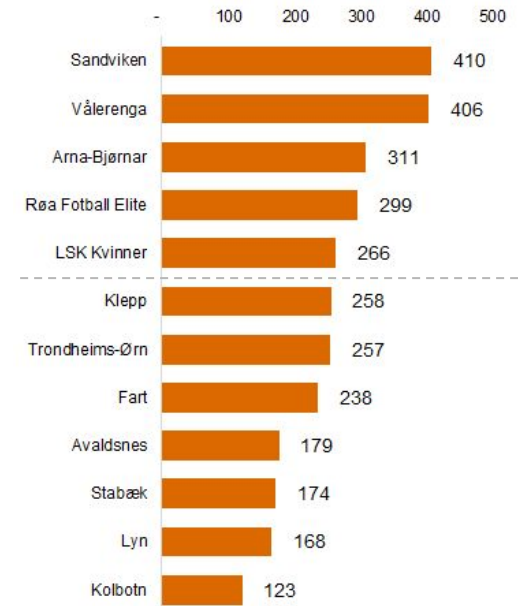
65%

ser på kvinnefotball en
gang i året eller mindre

Gjennomsnittlig antall tilskuere per Toppseriekamp



Tilskuertall per klubb





Kvinnefotball i Norge

Rammebetingelser

Toppserien i Norge er preget av lave spillerlønnninger og overgangssummer, men ser en økende interesse fra media



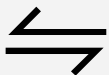
Spillerlønn

8 av 10 spillere i Toppserien tjener under 100 000 kr i året. 25 % mottar kun kjøregodtgjørelse ved å spille på øverste nivå i norsk kvinnefotball, mens 13,6 % har ingen inntekt. Det innebærer at de aller fleste som spiller i Toppserien er avhengig av å kombinere toppfotball med annen jobb og/eller studier.



Broadcasting og TV-rettigheiter

Norges fotballforbund har engasjert Amedia som ansvarlig for å sende damefotball i 5 år. Dette har en økonomisk ramme på **6,6 millioner**. Til sammenligning koster Eliteseriens TV-rettigheiter **2,4 milliarder**. At samtlige kamper i Toppserien streames på etablerte plattformer gir bedre dekning enn i de fleste andre europeiske kvinnelige ligaer. De siste årene har det oppstått en økende medieinteresse rundt kvinnefotball, og man skal ikke se bort fra at større TV-aktører i fremtiden vil bidra til å løfte kvinnefotball og Toppserien som TV-produkt.



Utdanningskompensasjon, overganger og kontrakter

Det er få overgangssummer som er av betydelig størrelse i Norge. De største overgangene som innebærer et pengebeløp ligger på mellom 100 000 - 150 000 norske kroner, og svært sjeldent over dette. Guro Reiten, årets spiller og toppscorer i Toppserien i fjor, ble solgt til Chelsea for 100 000 kr. Det pekes også på et stort forbedringspotensial hos klubber når det kommer til kompetanse rundt overgangsmekanismer og verdsetting av spillere. Utdanningskompensasjon er av ubetydelig størrelse, og ikke aktuelt ved internasjonale overganger. Den norske Toppserien har lenge vært preget av ettårskontrakter, men det observeres nå en økning i bruk av toårskontrakter.



Retningslinjer og lisenskrav

Det har en stund vært snakk om muligheter for å innføre krav om at Eliteserierklubber også må ha en kvinnesatsing for å få lisens. Flere europeiske land, som Italia og Romania, opererer med dette i dag. Likevel oppleves det i både NFF og TFK som lite sannsynlig at dette vil bli innført i Norge, fordi de ønsker at det skal tilrettelegges for en slik type satsing gjennom incentivskapende mekanismer fremfor krav og tvang.



I Norge mottar lagene i Toppserien 27 totalt MNOK fra forbundet, vesentlig mer midler enn hva lag i andre europeiske ligaer gjør

\$

Økonomiske bidrag fra FIFA

Under fjorårets VM for herrer, betalte FIFA cirka 72 000 kroner dagen per spiller til klubbene som hadde spillere med i VM. I år ble det for første gang også satt av rundt **71 millioner kroner** totalt til klubber som avga spillere til sommer VM for kvinner i Frankrike. Dette kan bety store summer for klubber med flere spillere på landslagsnivå.

Økonomiske bidrag fra NFF

I 2017 overførte NFF totalt **27 millioner kroner** til toppklubbene på kvinnesiden. Dette er vesentlig mer enn andre europeiske land som Sverige, Danmark og Nederland. Fotballforbundet i sistnevnte overfører til sammenligning rundt seks millioner kroner årlig.

Økonomisk støtte fra OBOS

OBOS har som mål å styrke kvinnefotballen i Norge og Sverige med **100 millioner NOK** ilt de neste 4 årene. I 2019 sponser OBOS Norsk toppfotball med **16 millioner kroner**. I tillegg støtter OBOS klubber med **75 000 kr per spiller** som deltar i VM.

Økte sponsorinntekter

Klubbenes egne sponsorinntekter har også vokst betraktelig, og kvinnefotball blir tilsynelatende et mer og mer attraktivt sponsorobjekt. I følge Hege Jørgensen har totalomsetningen i Toppserien økt fra **61 til 91 millioner kroner** de siste par årene.



A photograph of three female football players in blue jerseys celebrating a goal. They are huddled together, smiling and laughing. The player in the center is being embraced by the other two. The background is blurred, showing a stadium setting. The text 'Kvinnefotball i Norge' is overlaid on the left side of the image.

Kvinnefotball i Norge

Satsing og ambisjoner

Norges Fotballforbund har lagt opp til en historisk satsing på jenter og kvinner, spillerutvikling og klubb utvikling

Historisk satsing på kvinnefotball

Norge har tidlig tatt en ledende rolle innenfor kvinnefotball. Fotball har nå blitt verdens største jenteidrett, og de store fotballnasjonene bruker mer ressurser enn noen gang før. Dette resulterer i at det blir stadig tøffere for mindre nasjoner som Norge å holde seg i toppen - men dette påvirker ikke Norges ambisjoner. NFF er ikke fornøyd med å være utenfor topp 10 i verdenssammenheng. Det har derfor blitt lagt opp til en historisk satsing på jenter og kvinner, spillerutvikling og klubb utvikling. Satsingen har et klart mål om bedre kvalitet i bredden og flere spillere opp på høyt internasjonalt nivå.

Likelønnsavtalen mellom landslagene

NFF har omdisponert 3 millioner kroner og landslagsguttene har sagt ifra seg markedsinntekter på 600 000 kroner for å sikre likelønn for landslagsspillere uavhengig av kjønn. Her er Norge langt fremme. Norge blir trukket frem som et godt eksempel både i Europa- og verdenssammenheng og FIFA har blant annet invitert NFF til å delta på deres internasjonale likestillingskonferansen for å orientere om dette arbeidet.

Spillerutviklere og toppklubbstandard

Samtlige klubber i Toppserien har nå spillerutviklere og det har blitt lansert et eget trenerutviklingsprogram for kvinnelige trenere som har som intensjon å stimulere flere til å satse på denne karriereveien. En toppklubbstandard skal være med å sikre utvikling for klubbene i Toppserien. Toppklubbstandarden innebærer en "utviklingstrapp" innenfor områdene sport, organisasjon og kommersiell virksomhet. Klubbene får oppfølging og verktøy for å styrke seg på disse vesentlige områdene.

Fra 12 til 10 lag

På Fotballtinget i mars 2019 ble det vedtatt at antall lag i Toppserien reduseres fra 12 til 10 lag fra sesongen 2020 og det innføres sluttspill. Dette skyldes et ønske om at norsk kvinnefotball skal være blant de beste i også i fremtiden. Det er ønskelig å ha konkurransedyktige klubber på høyeste nivå internasjonalt, og Toppserien skal være en arena for utvikling av internasjonale spillere. Flere kamper skal være preget av reell konkurranse, og Toppserien og 1. divisjon skal løftes som kommersielle produkter.

Store fotballbegivenheter til Norge?

NFF ønsker å få til en søknad om et nordisk fotball-VM i 2027. NFF har også meldt sin interesse for kvinnes Champions League-finale i 2023, og vurderer å søke om å få denne til Norge. En internasjonal klubbkamp i Norge vil kunne resultere i en folkefest, og gi oppslutning rundt kvinnefotball en boost.

Økt satsing og investering er nødvendig for å sørge for at Norge holder tritt med utviklingen i resten av Europa

Kvinnelige europeiske toppligaer som Woman's Super League i England, har opplevd en eksplosiv utvikling i både størrelse og oppslutning de siste årene. Lise Klaveness hevder at Norge neppe vil kunne oppnå lignende prestasjoner som i årets VM igjen med dagens strukturer. Hun er opptatt av at gapet til andre europeiske nasjoner ikke kan bli for stort, og for å sørge for dette må det investeres.

I tillegg til allerede nevnte initiativ av NFF, er flere aktører på banen med viktige satsinger og tiltak:

Proffdager

Proffdager blir i Espelundsrapporten pekt på som det viktigste virkemiddelet for økt profesjonalisering av Toppserien. Toppfotball Kvinner har øremerket midler til proffdager og markedsansatte som skal bidra til å profesjonalisere klubbene i dagens toppserie og kvinnefotball som et generelt produkt i Norge. Proffdager har blant annet vist seg å være svært effektivt i klubber som for eksempel Vålerenga.

Mer midler til forskning

Universitetet i Tromsø (UiT) og Tromsø Forskningsstiftelse bidrar med til sammen 42 millioner for at det skal forskes på trening innen kvinnefotball. Dette er en indikasjon på at kvinnefotball vies mer oppmerksomhet i Norge, i tillegg til at det vil føre til et betydelig kompetanseløft.

Tilrettelegging for å kombinere jobb og fotball

Toppfotball Kvinner har inngått samarbeid med ManpowerGroup med målsetning om å profesjonalisere idretten og hindre tidlig frafall. Utfordringer med å kombinere karriere og toppfotball har ført til at mange kvinner i norsk toppfotball slutter for tidlig. Involvering av ManpowerGroup vil forhåpentligvis føre til bedre tilrettelegging og balanse slik at flere kan satse mer på idretten uten at det skal gå på bekostning av jobb, utdanning og utenomsportslig karriere.



Til tross for økt fokus på kvinnefotball, vil NFF kun nå ett av tre nedfelte mål for norske kvinnelandslag

NFFs handlingsplan 2016-2019

I NFFs handlingsplan for perioden 2016 - 2019 er kvinnefotball prioritert som ett av tre overordnede satsingsområder.

Fokusområder A-landslag kvinner

Skal jobbes med gjennom

Som skal medføre at disse tre målene nås

Utvikle enda flere spillere på et høyt internasjonalt nivå

Arena for kompetanseoverføring mellom klubb og forbund - både nasjonalt og internasjonalt

Høyere kvalitet i trenings- og kamphverdagen

Utvikle enhetlige tester for landslag og klubb, utvikle og implementere en helhetlig fysisk treningsfilosofi

Forsterke arbeidet med en tydelig toppidrettskultur

Tett oppfølging av de beste i hverdagen, stipend for tilrettelegging for våre beste spillere, spisse konkurransestrukturen

Følgende målsetninger ble nedfelt:

1. Kvalifisere seg til alle sluttspill i EM, VM og OL - og ta medalje i minst et av disse.
2. Være blant de 8 beste nasjoner på FIFAs ranking
3. Til enhver tid ha 5-8 spillere i de fire største ligaene i Europa.

Status

Per i dag vil kun en av disse målsettingene innfris - nemlig at 5-8 norske spillere spiller i Europas fire største ligaer.

Resultater og status hentet fra Espelundsutvalgets rapport (2018)

Handlingsplanens mål for kvinnelige toppklubber ser heller ikke ut til å nås

NFFs handlingsplan 2016-2019

I NFFs handlingsplan for perioden 2016 - 2019 er kvinnefotball prioritert som ett av tre overordnede satsingsområder.

Fokusområder norske klubblag

Skal jobbes med gjennom

Som skal medføre at disse tre målene nås

Nivået i klubb fotballen

Evaluere seriestrukturen i perioden
Identifisere tiltak for å sikre at hjemlig liga holder høyt europeisk nivå

Klubbøkonomien

Klubbenes organisasjon må styrkes, forutsigbar fordeling av ressurser, inngå markeds- og medieavtaler for toppserien

Øke kompetansen

Innføre kvalitetsklubbstruktur, implementere nye lisenskrav for trenere, kvotere trenere i kvinnefotballen til våre høyeste kurs når vilkårene for opptak er oppfylt

Forbedre treningshverdagen

Full integrering i NFFs utviklingsarbeid

Forbedre spillerutvikling

Implementere Landslagsskolen - spillerutviklingsprosjekt i samarbeid med toppklubb, krets og forbund, øremerking av utviklingsmidler mot stillinger som jobber med spillerutvikling i klubb

Følgende målsetninger ble nedfelt:

1. Etablere seg som ledende på UEFAs ligaranking og årlig delta med minst 2 lag i Champions League

Status

Målsetting vil ikke innfris da Norge er ranket som nummer 14 i 2019/20-sesongen, og dermed bare vil få et lag direkte kvalifisert til Champions League.

Resultater og status hentet fra Espelundsutvalgets rapport (2018)

Til tross for økende antall kvinnelige spillere mister Norge sin posisjon i Europa både på klubb og landslagsnivå

Oppsummering kvinnefotball i Norge

Kvinnefotball er stort i Norge, også i Europeisk sammenheng

Norge er ett av 6 land som har over 100 000 registrerte kvinnelige fotballspillere, og har de siste fem årene opplevd en betydelig utvikling til tross for at denne lenge har stått i ro.

Prestasjonsmessig mister Norge sin posisjon både globalt og i Europa

Til tross for en økning i størrelse, mister Norge sin posisjon som ledende kvinnelig fotballnasjon på både klubb- og landslagsnivå. Dette er tydelig gjennom at vi faller både på FIFA-, UEFA- og Champions League-rankinger. Spesielt urovekkende er Norges nyeste ranking i Champions League (14), som innebærer at Norge for første gang kun vil få ett klubblag direkte kvalifisert og ett lag som må gjennom en kvalifisering.

Flere Eliteserielag vurderer nå å etablere kvinnesatsing

I motsetning til resten av Europa, kommer de fleste lagene i Toppserien fra klubber hvor kvinnelaget er hovedsatsingen. Denne trenden ser dog ut til å snu, ettersom flere Eliteserielag nå vurderer en kvinnesatsing. Dette introduserer en ny timingdimensjon for Brann, ettersom flere samarbeidspartnere og andre interessenter understreker viktigheten av å etablere en kvinnesatsing for de "rette" grunnene. Det er viktig at det ikke blir oppfattet som noe Brann gjør på grunn av tvang eller "fordi alle andre gjør det".

Lav tilskueroppslutning - men økt oppmerksomhet?

Tilskueroppslutning i den norske Toppserien er lavere enn i andre europeiske ligaer, og utviklingen har stått på stedet hvil de siste årene. Uten konkrete grep eller tiltak for å snu denne trenden, innebærer dette at Brann ikke nødvendigvis kan regne med de store billettinntektene hvis det skulle bli aktuelt med et kvinnelag. Antall streaming/TV-seere har dog økt med 25 % per kamp fra i fjor, og det oppmerksomheten rundt kvinnefotball oppleves som økende.

Historisk satsing på kvinnefotball

NFF har lagt opp til en historisk satsing på kvinnefotball. Dette er nødvendig for at Norge skal kunne holde tritt med resten av Europa. Likevel er Europa per i dag preget av enkeltklubber som hevder seg i toppen, noe som innebærer at man ikke nødvendigvis er avhengig av gode nasjonale ligastrukturer for å etablere seg som et topplag i Europa.

A photograph of two female soccer players in action on a grass field. The player on the left is wearing a red jersey with 'RSM' and 'eik' logos, and red shorts. The player on the right is wearing a black jersey with 'spqrst' and 'KWM' logos, and black shorts. They are both leaning forward, competing for a soccer ball on the ground. In the background, there are other players and a small building with a blue roof.

Økonomi

Inntekt- og kostnadsbildet

Bare 13 % av europeiske kvinneklubber rapporterer et positivt sluttresultat



Inntekter og sponsorer

Europeiske kvinneklubber er per i dag svært avhengig av bidrag fra eiere eller moderklubb, da dette utgjør 34 % av inntektene til det gjennomsnittlige kvinnelag i Europa. Videre er inntektsmiksen typisk preget av sponsorer, tilskudd fra blant annet nasjonale forbund, UEFA og FIFA, samt premiepenger. Billettinntekter utgjør ikke en særlig stor inntektspost, og et fåtall europeiske kvinnelag har en billettpris over 10 EURO. 72,7 % av alle draktsponsorer betaler 75 000 EURO eller mindre per år.

Kostnader og budsjett

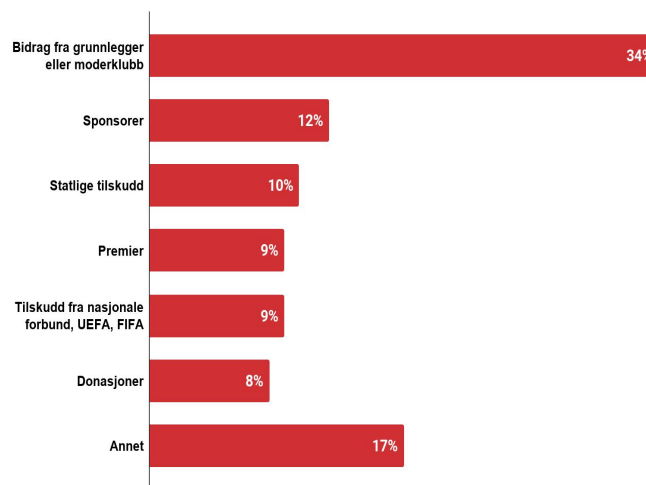
43,7 % av europeiske klubber bruker mindre enn 100 000 EURO per år på sitt kvinnelag, 37,5 % har et budsjett på mellom 100 000 - 500 000 EURO, mens resterende 18 % har et budsjett som er høyere enn 500 000 EURO. 83 % av klubbene som bruker mer enn 500 000 EURO per år, er integrerte klubber.

Den største utgiften for europeiske klubber er spillerlønninger, tett etterfulgt av "on-field" personale og kostnader knyttet til fasiliteter.

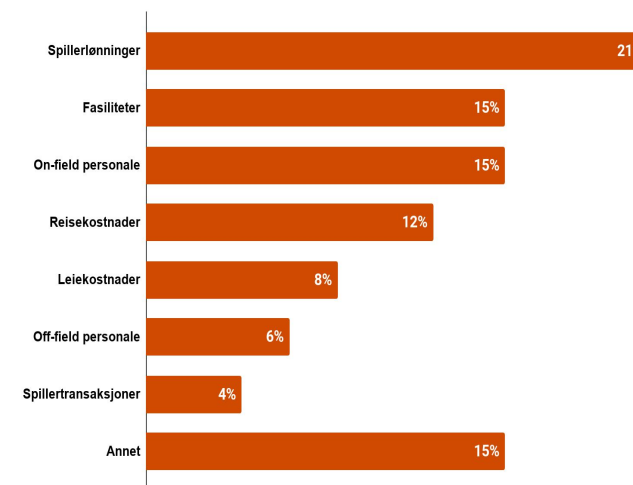
Sluttresultat

Rundt 35 % av kvinnelag i Europa meldte om et økonomisk tap under sesongen 2017/18. 52,4 % gikk i 0, mens resterende 12,7 % gikk i pluss. Bare 13 % av europeisk eklubber forventet et bedret økonomisk bilde i kommende sesong.

Inntektsmiks for europeiske kvinnelag



Kostnadsmiks for europeiske kvinnelag



Informasjon og data er hentet fra UEFA-rapport (2019) basert på svar fra 69 europeiske toppklubber.

Selv store klubber i England og Sverige sliter med å oppnå overskudd for kvinnelagene deres



Røde flagg i Women's Super League

Selv i England, hvor kvinnefotball har opplevd en boost de siste par årene, opplever flere store klubber økonomiske tap.

Arsenal er et av Englands best etablerte kvinnelag. I løpet av de siste fire årene har de likevel opplevd et akkumulert underskudd på rundt 420 000 pund. Arsenal er ikke eneste klubb med negative tall å vise til. Både Liverpool og Manchester City lider samme skjebne, mens lag som Chelsea så vidt holder seg over break-even med en årlig profitt på rundt 20 000 pund.

Til tross for økonomisk tap, er det en generell optimisme blant engelske klubblag på grunn av økende tilskuertall og profilering av engelske kvinnelige fotballspillere (Critchley, 2018).

I Damallsvenskan går 7 av 12 klubber med negativt sluttresultat

I 2018 hadde OBOS Damallsvenskan totale inntekter opp mot 180 millioner kroner. Dette er en økning på 15 millioner kroner fra 2017. Til sammenligning ligger totale inntekter for Allsvenskan på 1930 millioner kroner. Inntekter fra reklame og sponning utgjør 43 % av totale inntekter.

Totale kostnader for alle klubber i OBOS Damallsvenskan ligger på 179 millioner kroner, og er noe lavere enn totalomsetningen. Det innebærer at klubbene til sammen oppnår et positivt sluttresultat på i underkant av 1 million kroner. Personalkostnader, som inkluderer lønn til spillere og ansatte, i OBOS Damallsvenskan ligger på rundt 112 millioner kroner, og er klubbenes klart største kostnadspost.

Selv om det totale sluttresultatet for alle klubbene i OBOS Damallsvenskan er positivt, går 7 av 12 klubber i minus.

I Norge har totalomsetningen i Toppserien har økt fra 61 millioner til 91 millioner kroner i løpet av to år fra 2017



Inntekter og sponsorer på liganivå

Etter at Toppfotball Kvinner tok over rettighetene til Toppserien, økte totalomsetningen fra 61 millioner til 91 millioner på svært kort tid (2017-2019). Den opplevde økte omsetningen skyldes blant annet at klubbenes egne sponsorinntekter har vokst betraktelig. Hege Jørgensen, leder i Toppfotball Kvinner, uttaler at det oppleves en økning i antall aktører som ønsker å sponse kvinnefotballen og generell interesse rundt norsk kvinnefotball og Toppserien fra kommersielle aktører.

Økte inntekter fører til at klubbene blir mer profesjonelle. I tillegg har Toppfotball Kvinner hatt mulighet til å gå fra 1 til 3 ansatte de siste par årene. Dette er med på å profesjonalisere kvinnefotball i Norge og har resultert i flere involverte kompetente folk, blant annet også tidligere spillere, som brenner for produktet i klubbene.

Inntekter og sponsorer på klubbnivå

Inntektsbildet for kvinnelag i Norge kan sies å være tredelt mellom lokale sponsorinntekter, sentrale sponsorinntekter (økonomisk støtte fra forbundet og Toppfotball Kvinner) og inntekter fra fotballskoler, prosjekter og akademier. Dette er i stor kontrast til herrelag, hvor spillersalg, media og publikumsinntekter typisk er "de tre store".

Det er store budsjettvariasjoner for de ulike Toppserielagene. Budsjettet for de ulike ligger på det laveste på rundt 3,25 MNOK til det høyeste på 12 MNOK. Lokale sponsorinntekter varierer mellom 1 MNOK og 7 MNOK, hvor de fleste lag ligger med rundt 2-3 MNOK. Av sentrale sponsorinntekter, som innebærer økonomisk støtte fra forbundet og Toppfotball Kvinner, vil lag som er kvalifisert til maksimal mengde støtte motta 2,4 MNOK totalt fra både NFF og TFK. Dette er ekskludert prestasjonsbasert bonus, hvor første plass i Toppserien blant annet mottar 500 000 kr. Støtte til Champions League er heller ikke inkludert, og ligger på 800 000 kr.

Det foreligger ingen data på gjennomsnittlig billettpris, men denne ser stort sett ut til å ligge på rundt 100 kr for voksne og 50 kr for barn. Gitt et gjennomsnittlig tilskuertall på 262 og 22 kamper, innebærer dette en inntekt på i underkant av 500 000 kr per sesong.

Budsjett for Toppserielag

3,25-12 MNOK

Sponsorinntekter for Toppserielag

1-7 MNOK

Sentrale sponsorinntekter ved maksimal støtte

(inkl. prestasjonsbasert bonus og støtte til Champions League)

3,7 MNOK

Estimat

Toppserielag må bruke alle inntjente midler for å kunne gi et godt tilbud i møte med økt internasjonal konkurranse

Kostnader og budsjett

De to største utgiftspostene for lag i Toppserien er personalkostnader (inkl. spillerstall, administrativt, trener- og støtteapparat) og høye leiekostnader for fasiliteter og baner. 8 av 10 spillere i Toppserien tjener under 100 000 kr og man kan spille i Toppserien med amatørkontrakt. En endring i dette regelverket ville ha satt et stort press på mange av dagens Toppserieklubber og det er ingen grunn til å tro at det vil endres med det første.

Toppserielag får ingen reisestøtte, bortsett fra gratis overnatting gjennom avtale med Thon Hotell.

Hege Jørgensen anslår i et intervju med VG at det kreves 15-20 millioner for å komme i toppen av Europa, mens et budsjett på 8-9 millioner kroner ville holdt for å nå toppen i Norge.

Sluttresultat

De fleste Toppserielag ender opp med et break-even sluttresultat. Det er svært få som går i underskudd, men økt internasjonal konkurranse fører også til at lag må bruke de pengene de har for å få de beste spillerne til å bli. Derfor tilhører det også til sjeldenhetene at norsk kvinnefotball på øverste nivå er lønnsomt for klubber.



A photograph of four female football players in yellow jerseys and black shorts, celebrating on a green field. They are all smiling and shouting, with their arms outstretched. The player in the center has her hair in a high ponytail that is flying. The background shows a blurred stadium with blue seating and a large blue banner with white text. The text is overlaid on the right side of the image.

“Jeg tror det i utgangspunktet kan være fornuftig av alle herrelag å vurdere hvordan en jentesatsing kan styrke deres merkevare. Manchester United og Manchester City gjør det ikke for å være greie. De gjør det fordi det er kommersielt interessant og fordi de mener dette er et strategisk klokt valg”

Fra intervju

Sponsorer mener at deres engasjement og betalingsvilje avhenger av hvordan Brann kommuniserer satsingen



Ettersom sponsorinntekter utgjør en betydelig andel av norske (og europeiske) Toppserielag, vil sponserers betalingsvilje og tanker om en eventuell kvinnesatsing i regi av Brann være sentral og direkte avgjørende.

Flere av dagens sentrale samarbeidspartnere hevder at en kvinnesatsing i regi av Brann sannsynligvis vil innebære en høyere betalingsvilje, men at de først og fremst anser det som negativt dersom Brann ikke tar initiativ til å henge med i den tydelige samfunnsutviklingen som er fremtredende i både Norge og i Europa.

Dagens sponsorer er tydelig på at deres betalingsvilje knyttet til en eventuell kvinnesatsing i stor grad vil være avhengig av hvordan en slik type satsing blir frontet. Timing og troverdighet blir sett på som viktige momenter, og det anses som viktig at det ikke virker som at satsingen er påtvunget på grunn av eventuelle lisenskrav fra NFF/UEFA eller utelukkende fordi det er kommersielt/økonomisk attraktivt. For å hente ut det fulle inntekspotensiale fra sponsorer vil det derfor være viktig å bruke god tid på hvordan en eventuell kvinnesatsing, og historien rundt, skal kommuniseres ut.

Sponsorer og samarbeidspartnere er også opptatt av at det må være definert en klar og tydelig plan rundt hvordan (og hvorfor) en kvinnesatsing skal bli etablert, som videre må forankres i alle ledd i klubben, samt andre interessenter som samarbeidspartnere, spillere og andre klubber i regionen. De er spesielt opptatt av hvordan et slikt produkt skal prises, ettersom motivasjon bak å sponse et kvinnelag gjerne er ulik motivasjonen som ligger bak sponsering av et herrelag. Et kvinnelag vil ikke kunne gi like høy eksponeringsverdi (på grunn av færre tilskuere og oppslutning generelt), men er svært verdifullt med tanke på omdømme og (utvidet) samfunnsansvar.

Kritiske suksessfaktorer fra et sponserperspektiv



Timing er viktig for å hindre at en kvinnesatsing blir oppfattet som et resultat av at andre Eliteseriekubber gjør det og/eller diverse krav fra NFF/UEFA, derfor er tidsaspektet viktig.



God forankring blant sentrale interessenter og samarbeidspartnere er viktig for å sikre en helhetlig satsing hvor alle involverte jobber mot samme mål.



Helhetlig mediehandling er avgjørende for å sikre god kommunikasjon i alle ledd og sørge for at de "riktige" drivkreftene bak en satsing blir kommunisert ut.

En satsing kan ikke være motivert av tvang eller "fordi alle andre gjør det". Det utvidede samfunnsansvaret må være tydelig, og et ønske om å ta kvinnefotball til et nytt nivå og gi herrer og kvinner like muligheter bør stå sentralt.

Det er få kvinneklubber som klarer å drive profitabelt i dag, men det er positive økonomiske utsikter

Oppsummering inntekt- og kostnadsbildet

Hovedmotivasjonen bak en satsing bør ikke være profitabel drift, hvert fall ikke på kort sikt

Få klubber i Europa kan vise til positive sluttresultater. I Sverige går 7 av 12 klubber i underskudd. Det samme gjelder store engelske kvinnelag som Arsenal, Manchester City og Liverpool. Det investeres store summer for å være konkurransedyktig.

Det er ikke mange norske Toppserielag som driver lønnsomt i dag

Dagens toppserielag har budsjetter i intervallet 3,25 - 12 MNOK. Sponsorinntekter ligger mellom 1-7 MNOK, hvor de fleste klubber har totale sponsorinntekter rundt 2-3 MNOK. På grunn av økt internasjonal konkurranse må Toppserieklubber stort sett bruke alle inntekter til å skaffe de beste spillerne ved å tilby en så profesjonell hverdag som mulig. Derfor ender få norske Toppserielag opp med positiv bunnlinje.

For å nå toppen må det investeres i spillerstall, trenerapparat og ha profesjonelle fasiliteter

Det anslås å koste rundt 10 MNOK årlig for å drive i toppen i Norge, mens ambisjoner om toppen av Europa bør møtes med budsjetter rundt 20 - 25 MNOK. En slik satsing ser ikke ut til å være bærekraftig i dag med tanke på dagens inntektsnivåer i ligaen, men det kan kanskje på lengre sikt bli bærekraftig med budsjett av den størrelsen.

Økende interesse fra sponsorer og andre kommersielle aktører

I Norge opplever lag i Toppserien økende interesse blant kommersielle aktører, og totale sponsorinntekter for alle klubber har økt betraktelig de siste årene. For Brann sin del vil det være avgjørende at en eventuell satsing blir frontet på en god måte og at det blir tydelig kommunisert at det gjennomføres av de "riktige" grunnene.



Organisasjonsmodeller og konsept

Mange kvinnelag i Europa er et utspring av et herrelag, men i norsk toppserie er det ofte kvinnelaget som er flaggskipet

I Europa og Norden har utviklingen av klubblag på kvinnesiden stort sett delt seg i fire modeller

Kvinnelag som utspringer av en stor herrekubb: Mange av de største kvinnelige klubblagene er satsinger som er etablert i klubber som allerede er store klubber på herresiden. Bayern Münchens, Olympique lyonnais, Evertons og Hammarbys kvinnelag er eksempler på dette. Denne gruppens lag dominerer spesielt i England, og er på inntog i Frankrike. I Norge og Sverige er den foreløpig lite representert. I Norge har Molde og Viking egne lag og Strømsgodset har startet et kvinnelag i 2019. I Sverige er det tre lag som følger denne oppskriften.

Klubber som historisk har begge lag: Mange klubber har lag for begge kjønn, men kvinnelaget har en større sportslig suksess enn herrelaget og naturlig er klubbens hovedsatsning. Denne modellen dominerer i Norge, og finnes i de fleste land.

Klubber med bare kvinnelag: Noen klubber har av forskjellige grunner ikke et herrelag i fotball. I Norge er det først og fremst Amazon Grimstad (1. divisjon) og Trondheims-Ørn som har valgt denne løsningen, men også Grei (1. divisjon) kan nevnes, enda laget er knyttet til to andre klubblag med herrefotball.

Herreklubber som strategisk inngår et forpliktende samarbeid med et kvinnelag: Noen herreklubber har inngått et forpliktende samarbeid med en klubb hvor kvinnelaget er hovedsatsingen eller rene kvinneklubber. Rosenborg har nylig inngått et offentlig og forpliktende samarbeid med Trondheims-Ørn og er den første i Norge av denne typen samarbeid.



I Norge er det tre ulike organisasjonsmodeller som har blitt benyttet for å samle kvinne- og herrelag i eliteserien i én klubb



Helintegreert organisasjonsmodell

En helintegreert klubb innebærer at begge lag er organisert i samme organisasjon med felles budsjett og navn. Alle markedsinntekter er felles og det er en internt definert fordelingsnøkkel. Det er per i dag bare Stabæk Fotball som har en helintegreert modell med satsing på både herre- og damesiden i Norge.



Kvinnelaget som en del av breddefotballen

En modell er å organisere kvinnelaget som en annen del av klubben enn herrelaget, men koblet sammen lagene som et allianseidrettslag. I denne modellen har ikke klubbens kvinnelag et felles budsjett med klubbens herresatsing. Denne modellen har Vålerenga praktisert lenge og kvinnelaget er organisert i klubbens avdeling for breddefotball.



Organisert som to separate organisasjoner

En tredje modell er at herre- og kvinnelaget har samme merkenavn, men er organisert som to separate organisasjoner. Det foreligger en avtale om at klubbene har rettigheter til å bruke samme logo.

LSK Kvinner og Lillestrøm Sportsklubb er et godt eksempel på dette i dag.

Rosenborg har inngått en forpliktende avtale med Trondheims-Ørn med mål om å løfte klubben



Organisering

Administrasjon

Rosenborg og Trondheims-Ørn vil fortsatt være to juridiske enheter i 2020. De har gjennom denne avtalen kommunisert et ønske om på lengre sikt å bli en klubb med et styre. De vil likevel jobbe tett sammen i sesongen 2020 og dra nytte av hverandres kompetanse.

Støtteapparat og fasiliteter

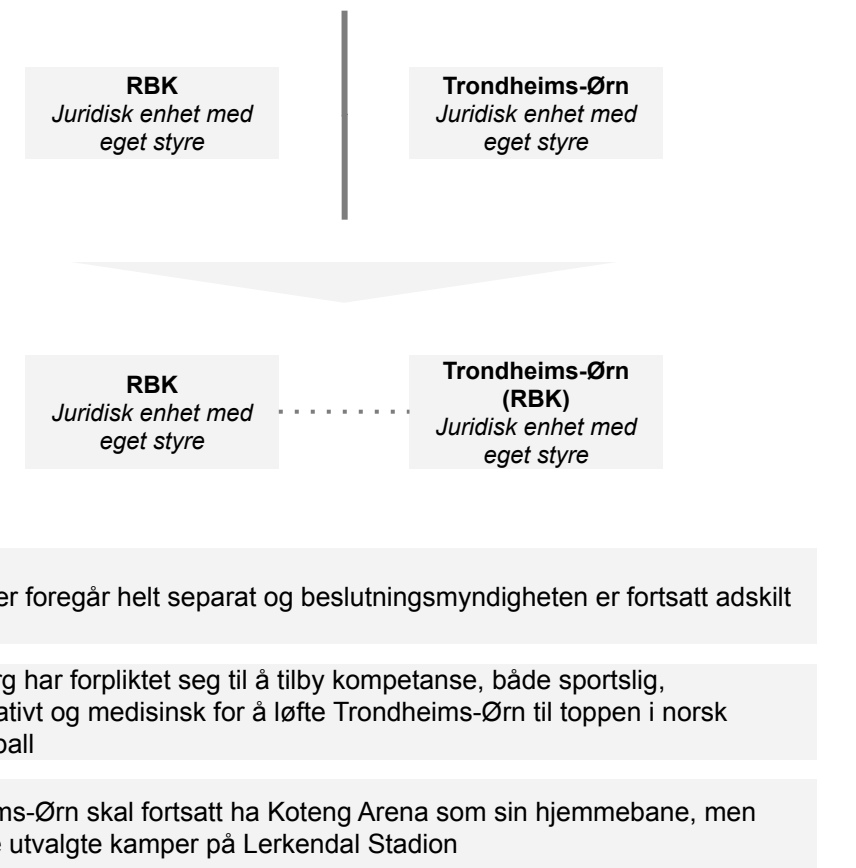
Klubbene vil ha eget støtteapparat og fasiliteter, men Trondheims-Ørn har tilgang på kompetanse og fasiliteter på Lerkendal Stadion. Trondheims-Ørn vil også spille noen utvalgte seriekamper på Lerkendal.

Økonomi

Trondheims-Ørn og Rosenborg har separate budsjetter og er ikke avhengig av hverandre. De vil likevel jobbe for å få inn flere sponsorer som sponser begge klubber, som avtalen de inngikk med OBOS i 2019. Gjennom denne samarbeidsavtalen skal Rosenborg og OBOS årlig bidra med 250 000 kroner hver i frie midler, i tillegg til at Rosenborg skal tilby inntil 100 000 kroner i kompetanseoverføring til Trondheims-Ørn.

Sport

Trondheims-Ørn skal spille med Rosenborg-drakt i sesongen 2020 og vil ikke lenger hete Trondheims-Ørn. Rosenborg Ballklub skal løfte kompetansen i Trondheims-Ørn slik at de skal være med å kjempe i toppen av norsk kvinnefotball allerede i 2020.



Svensk klubb fortalte at den viktigste suksessfaktoren for dem er at satsingen er like profesjonell og gjennomført som herrenes

Satsingen må være godt forankret

Det at begge lag har samme drakt og logo er en selvfølge, men satsingen må også gi kvinnelaget like muligheter som herrelaget på alt fra støtteapparat, treningstider, utstyr og alt som tilhører den daglige driften. Spillerne må føle at de er en del av et profesjonelt lag og en organisasjon som jobber like hardt for dem som for herrelaget. Det vil gi spillerne en styrke og pågangsmot, og i tillegg vil klubben kunne få tak i de beste spillerne.

“Familiefølelsen”

Hele klubben må gå i samme retning. Dette gjelder markedsavdelingen, administrasjonen og sportslig. For eksempel ble det nevnt at dersom herrelaget skal på treningsleir skal jentene også være med. Dette er småting i den store sammenhengen, men det er dette som løfter klubben og samholdet.

Veien videre for økt profesjonalisering av svensk kvinnefotball

-> Øke tilskueroppslutningen

Å få opp gjennomsnittet for antall tilskuere på kamp vil det være en veldig viktig faktor for å bygge kvinnefotballen videre. Først og fremst vil det gi økte inntekter i form av billettsalg, men det vil også ha en sterk effekt på verdien av både sponsoravtaler og TV-rettigheter. Derfor blir det veldig viktig å jobbe med å få folk på kamp og gjøre opplevelsen så bra at publikum ønsker å komme igjen. Dette krever ressurser internt fra administrasjon og marked.

Sponsorer

Jeg tror at alle selskaper vil kreve at man tilbyr like muligheter for begge kjønn, og spesielt for klubber med en lang og sterk historie er det en selvfølge.

Tilskueroppslutning

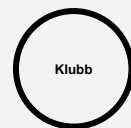
F.eks Hammarby IF Damer har i gjennomsnitt 2000 tilskuere på kamp, og det er nettopp slike tall som på lang sikt gjør kvinnefotballen mer bærekraftig.

Basert på samtaler med klubber og intervjuer av personer i forbundene gjentas det flere kritiske suksessfaktorer



To separate kostenheter

Å organisere herre- og kvinnelaget som to separate kostnadsenheter er avgjørende for å hindre at økonomiske svingninger for det ene laget påvirker det andre. Dette kan gi stabilitet og forutsigbarhet for lagene ettersom det ene lagets svingninger ikke påvirker det andre.



Bli oppfattet som en klubb

For å oppnå de omdømmeeffektene en får med satsing for begge kjønn må klubbene oppfattes som en klubb med samme mål og visjon. Gjerne innebærer dette at lagene må spille med samme logo og farger



Helhjertet satsing med avklart ambisjonsnivå

Det bør være fulltidsansatte i administrasjonen og på sport i organisasjonen for begge lag. Dette signaliserer at satsingen er godt forankret på alle ledd og reduserer klubbens sårbarhet dersom de frivillige slutter.



Separate sponsorprodukter

Herre- og kvinnelaget bør også kunne selges som to separate sponsorprodukter, og det bør ikke ligge betydelige begrensninger på hvilke sponsorer de to lagene kan hente inn dersom lagene er uavhengig og er ansvarlig for sin egen markedsinntekt.



Genuin interesse

En kvinnesatsing må være drevet av en genuin interesse, og ikke bare kommersielle og økonomiske faktorer. Disse interessene og holdningene må gjenspeiles i hele organisasjonen, fra styret til administrasjon og til spillere.



Robust infrastruktur

Fasilitetene må tåle den belastningen det medfører å ha to lag i toppen av norsk og internasjonal fotball. Det ene laget kan ikke gå på bekostning av det andre og motsatt.

I samtale med topplagene i regionene, som har bred erfaring med å drive et toppserielag, understrekes det fire faktorer

Kritiske suksessfaktorer for Brann ved en potensiell kvinnesatsing



Stakeholder management

Alle som er involvert i SK Brann må ville at klubben skal satse på et kvinnelag. Kvinnelaget må satses på lik linje som herrelaget, da omverden ikke vil akseptere noe annet. Brann er avhengig av at sponsorer har tro på at Brann er det rette stedet å sponse et kvinnelag. I tillegg må satsingen være basert på en genuin interesse for dette og ikke at Brann føler seg tvunget til å gjøre det.



Forankring i organisasjon og strategi

Organisasjonen og strategien må være langsiktig. Det tar tid å etablere et lag i toppen av toppserien, og resultatene kommer ofte ikke før etter flere år med strukturert arbeid og investering. Det vil være en investeringskostnad knyttet til oppstart av et damelag. Det er kritisk at det legges en god, langsiktig og realistisk plan på hvordan laget skal utvikle seg og prestere i årene fremover.



Samarbeid med klubbene i regionen

Per i dag er det mest sannsynlig ikke plass til tre lag i toppserien i Hordaland. Grunnet de økonomiske begrensningene i kvinnefotballen er det begrenset med spillere som er økonomisk forsvarlig å hente fra andre byer og land. Derfor blir det viktig i årene fremover at Brann må inngå samarbeid med andre klubber i regionen for å finne den riktige kamparenaen for utvikling av talenter.



Skape den gode opplevelsen for tilskuere

For å øke tilskuersnittet på kamp, er det avgjørende at opplevelsen på kampdag er så bra at tilskuere ønsker å komme tilbake og at flere ønsker å komme på kamp. Med 262 tilskuere i snitt, som det er i toppserien i dag, vil det være problematisk å spille på Brann Stadion da den ikke vil gi den intime opplevelsen, men dette kan endre seg med tiden.



Denne rapporten ble levert til SK Brann i februar 2020, med formål om å danne et informasjonsgrunnlag som skulle benyttes i videre interne prosesser i SK Brann. Hovedvekten av innhold og informasjon er innhentet fra offentlige kilder, samt fra intervju med sentrale ressurspersoner. Utvalgte deler, vedrørende f.eks. organisering og økonomi som kun var til internt bruk for SK Brann, har vært holdt utenfor denne versjonen av rapporten.

Vi ønsker Brann videre lykke til og takker for samarbeidet!



