

24 NÄRINGSLIVET I STYRELSENA

Näringslivsrepresentation i klubb

Att behovet av intäkter ökat för såväl idrottsförbunden som för elitföreningarna råder det inga tvivel om. För de mindre förbunden blir det statliga stödet en allt viktigare del av intäkterna. Till RF stämman i maj motionerar t.ex. Svenska Fäktförbundet om att det ordinarie stödet till specialförbunden som idag uppgår till 264 miljoner kr ska öka med 20 procent fram till 2013.

Bakgrunden är att de stora förbunden med många föreningar har fått en allt större del av det totala statliga stödet. Man skriver också i sin motion att de kommersiella intäkterna har ökat kraftigt för de kommersiellt starkare förbunden och hänvisar bl.a. till att Svenska Fotbollsförbundet har en självfinansieringsgrad på 96 procent.

En fråga man måste ställa sig är: Hur kommer det att se ut framöver och hur ska idrotten anpassa sig till utvecklingen? Kommer statens stöd till idrotten att öka? Eller kommer egenfinansieringen i form av framförallt sponsring

att bli en allt viktigare del av intäkterna? Naturligtvis ska idrotten fördela de pengar som man erhåller i form av statsstöd på ett sätt som gynnar svensk idrott på bästa sätt men jag är övertygad om att statens "kaka" inte kommer räcka till, utan egenfinansieringen, framförallt i form av sponsring, kommer att bli en allt viktigare del.

Under alla mina år inom branschen har jag hört argument som "vi måste få SVT att sända våra evenemang" eller "vi behöver få in fler näringslivsrepresentanter i styrelsen". Är SVT och näringslivsrepresentanter universallösningen för ökade sponsorintäkter?

För att få svar på, i alla fall, en av dessa frågor gav Sport&Affärer Jesper Thiborg, Malmö Högskola i uppdrag att göra en kartläggning av hur stor andel näringslivsrepresentanter det finns i olika styrelser och hur stor andel av organisationernas intäkter som kommer från sponsring. Med näringslivsrepresentanter menas VD/chef/representant i bolagsstyrelse. De styrelser och organisationerna som var föremål

för undersökningen var de 25 största idrottsförbunden, Elitserieföreningar i hockey (12 lag) och Allsvenska föreningar i fotboll (16 lag). Finns det ett samband mellan näringslivsrepresentationen i styrelse och framgång i jakten på sponsorintäkter?

Några reflektioner och slutsatser man kan dra av denna undersökning är att:

Valberedningarna som tillfrågats i undersökningen framhöll till stor del att ingen valts in endast på grund av sin näringslivserfarenhet utan den viktigaste anledningen är att de varit, eller är, verksamma inom den aktuella idrotten. Däremot har flera uppgett att näringslivsbakgrund hos styrelsemedlemmarna är bra. Inom elithockeyföreningarna är det vanligare att tillsätta personer i styrelsen utifrån deras kunskaper från näringslivet än inom både fotboll och specialidrottsförbund. Fotbolls-föreningarna ligger inte så långt ifrån ishockeyföreningarna medan det är väldigt skiftande bland specialidrottsförbundens styrelser.



Idrottens styrelser består av alltför engagerade krafter från näringslivet. Här Ericssons VD tillika handbollförbundets ordförande Hans Vestberg under handbolls VM.

SPONSORINTÄKTER OCH NÄRINGSLIVSREPRESENTATION I FÖRENINGAR OCH FÖRBUND

ANDEL SPONSORINTÄKTER 2009

Fotboll: 30 % (11 av 16 föreningar ingår)

Specialidrottsförbund: 16 % (23 av de 25 största förbunden ingår, viss sponsring kan ligga på enskilda idrottare/delförbund)

Ishockey: 41 % (5 av 12 föreningar ingår)

NÄRINGSLIVSREPRESENTATION

Fotboll: 74 % (12 av 16 föreningar ingår, de som är bolag har större andel)

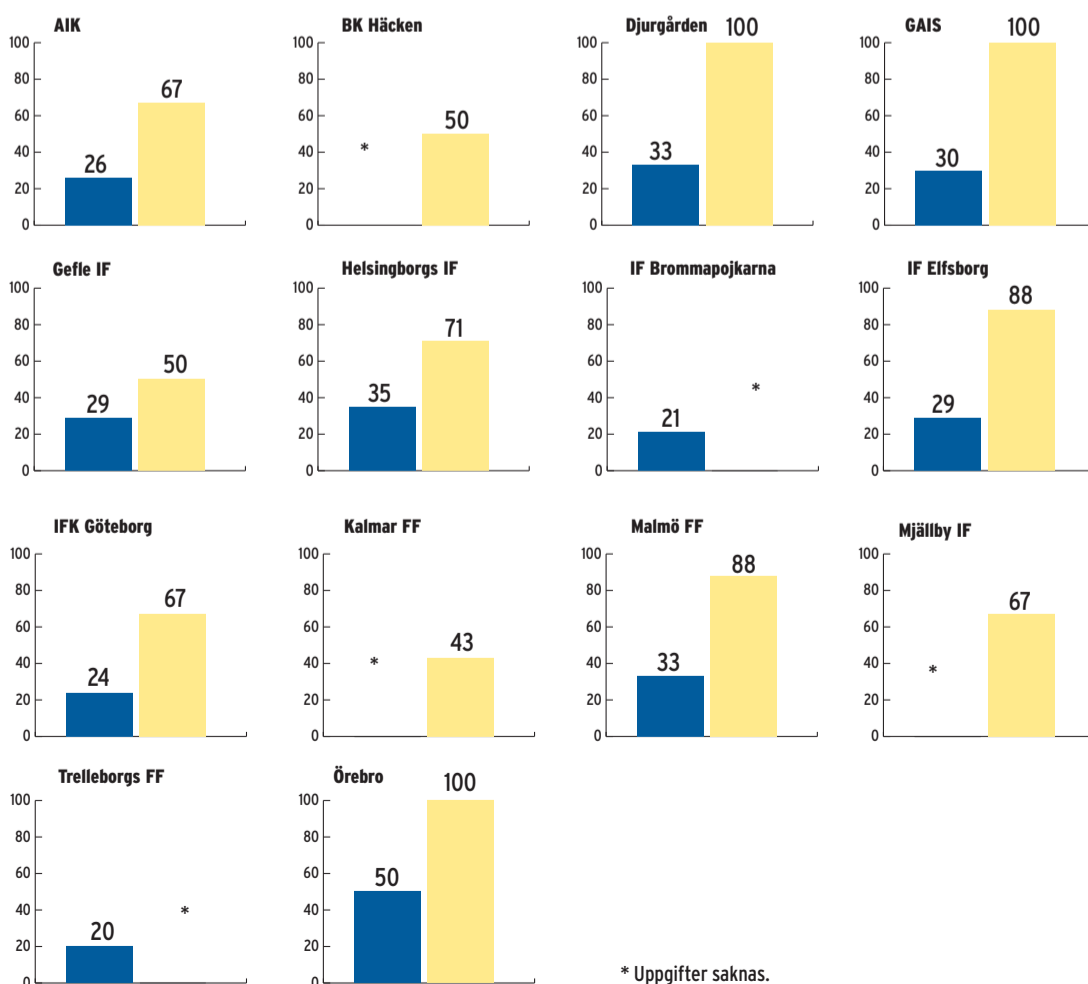
Specialidrottsförbund: 44 % (20 av de 25 största förbunden ingår)

Ishockey: 89 % (10 av 12 föreningar ingår)

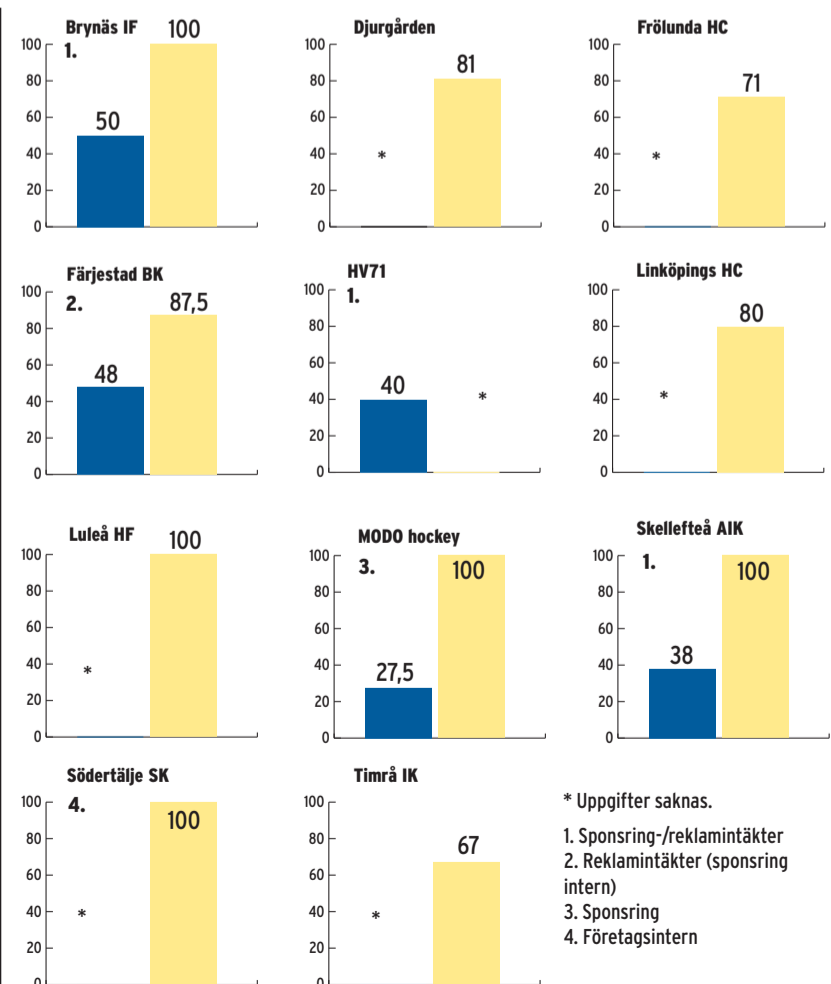
Sponsorintäkter: Andel av rörelseintäkter som utgjordes av sponsor-/reklamintäkter (exklusive mediarättigheter). Finansiella intäkter inbegrips ej.

Näringslivsrepresentant: VD/Chef/bolagsstyrelse. Jurister och egen företagare utan specifikation räknas ej som näringslivsrepresentant. Vissa förbund har gjort en uppskattning utifrån ovanstående definition och då har jag utgått ifrån att den stämmer.

ALLSVENSKA KLUBBAR, FOTBOLL



ELITSERIEKLUBBAR, ISHOCKEY



styrelsen - en framgångsfaktor?



FOTO BILDVRÅN

Bo Johansson, Elfsborgs ordförande även VD för Swedbank Sjuhärad.



FOTO BILDVRÅN



FOTO MFF:S ARKIV

En milstolpe: bankmannen Hans Cavall-Björkman tar över ordförandeskapet i Malmö FF efter legendariska Eric Persson 1975.



FOTO SCANPIX

Det finns en signifikant skillnad mellan förbund i jämförelse med både fotboll och hockey både när det gäller sponsorintäkter och näringslivsrepresentanter. Förbunden har en lägre andel. Däremot finns ingen signifikant skillnad mellan fotboll och ishockey även om ishockeyn har en något högre andel. Organisationer som har en hög andel av näringslivsrepresentanter har också en hög andel sponsorintäkter.

Dock kan man inte utifrån statistiken säga att en hög andel näringslivsrepresentanter ger en hög andel sponsorintäkter. Det

är troligt att det faktiskt ligger till på det viset men för att visa på det krävs mer djupgående studier.

För mig som dagligen arbetar med frågorna och möter såväl rättighetsägare som sponsorer känns det bra att kunna hänvisa till ovanstående undersökning. Min förhoppning är att även ni läsare ska se denna artikel som en kunskapskälla när det gäller sponsring.

TEXT JÖRGEN PERSSON, HUMAN EVENT AB

SPECIALIDROTTSFÖRBUND

