

Elias Alnes Mulelid

"Det er vi som eier fotballen"

En kvalitativ studie av norske fotballsupporteres holdninger til ulike eierskapsmodeller i norsk fotball

Masteroppgave i Idrettsvitenskap

Veileder: Arve Hjelseth

Juni 2022

Elias Alnes Mulelid

"Det er vi som eier fotballen"

En kvalitativ studie av norske fotballsupporteres holdninger til ulike eierskapsmodeller i norsk fotball

Masteroppgave i Idrettsvitenskap
Veileder: Arve Hjelseth
Juni 2022

Norges teknisk-naturvitenskapelige universitet
Fakultet for samfunns- og utdanningsvitenskap
Institutt for sosiologi og statsvitenskap

Sammendrag

Utviklingstrekkene ved den moderne fotballen har ifølge Hjelseth (2012) gjort at standardfortellingen om at fotballens status som «the peoples game» hører fortiden til. Fotballen blir gjort om til en gjenstand og setter det tradisjonelle publikummet på sidelinjen. I den stadig økende kommersialiseringen av den internasjonale fotballen, ønsker Norsk Toppfotball (NTF) å se på ulike måter norsk fotball kan henge med i utviklingen av fotballen. Et av punktene NTF har i sin nye strategiplan, er å utrede eierskapsmodellen i norsk fotball (Wahl & Austerheim, 2021). Dette har fått kritikk i blant annet Josimar, som skriver at endringene som foreslås yter vold mot norsk fotballs egenart (Skauge, 2021). Denne masteroppgaven vil se nærmere på hvordan norske fotballsupportere stiller seg til dette. Oppgaven tar for seg norske fotballsupporteres holdninger til eierskap og eierskapsmodeller i norsk fotball. Samt hvilke reaksjoner man kan forvente ved en eventuell endring i eierskapsmodellen. Oppgaven ser nærmere på hvilke holdninger de har til blant annet den norske dualmodellen, 50+1 modellen og en dansk modell med et fritt marked der klubbene kan børsnoteres.

I denne kvalitative studien har jeg intervjuet åtte supportere av norske fotballklubber. Flere av informantene har sentrale roller innenfor det norske supporter miljøet. I intervjuene kom det klart frem at de norske fotballsupporterne ønsker medlemseide fotballklubber. Medlemsdemokratiet blir sett på som fundamentalt for hvordan norsk fotball er oppbygd og supporterne har klare meninger om at klubbene tilhører vanlig folk. I likhet med tidligere (Duke, 2002) forskning virker det som norske fotballsupportere ønsker å stå opp for det som truer deres verdier og forholdet mellom supporterne, klubb og lokalsamfunn.

Abstract

According to Hjelseth (2012), the developmental features of modern football have made the standard narrative of football's status as "the people's game" a thing of the past. Football is transformed into an object and puts the traditional audience on the sidelines. In the ever-increasing commercialization of international football, Norsk Toppfotball (NTF) wants to look at different ways in which Norwegian football can keep up with the development of football. One of the points NTF has in its new strategy plan is to study the ownership model in Norwegian football (Wahl & Austerheim, 2021). This has been criticized by, among others, Josimar, who writes that the proposed changes provide violence against the uniqueness of Norwegian football (Skauge, 2021). This master's thesis will take a closer look at how Norwegian football supporters view this. The thesis addresses Norwegian football supporters' attitudes towards ownership and ownership models in Norwegian football. As well as what reactions that can be expected in the event of a change in the ownership model. The thesis takes a closer look at what attitudes they have towards, among other things, the Norwegian Dual model, the 50+1 model and a Danish model with a free market where the clubs can be listed on the stock exchange.

In this qualitative study, I have interviewed eight supporters of Norwegian football clubs. Several of the informants have key roles within the Norwegian supporter community. In the interviews, it became clear that the Norwegian football supporters want member-owned football clubs. Member based democracy is seen as fundamental to how Norwegian football is structured and the supporters have clear opinions that the clubs belong to ordinary people. As in previous research (Duke, 2002), it seems that Norwegian football supporters want to stand up for what threatens their values and the relationship between the supporters, the clubs and the local community.

Forord

Ved denne masteroppgaven avslutter jeg to lærerike år på NTNU. Hele livet har jeg hatt en stor interesse for idrett, da spesielt fotball. Dette har gjort at jeg har til slutt har endt opp med å ta en mastergrad i idrettsvitenskap. Å ta del i den kunnskapen som finnes, har vært utrolig lærerikt og spennende. Jeg er sikker på at jeg vil få bruk for kunnskapen jeg har tilegnet meg i fremtiden.

Mens vi i det andre semesteret hadde emnet IDR 3035 – Idrett modernitet og modernisering, annonserte flere av de største klubbene i Europa at de ville danne en Superliga for de største alle største fotballklubbene. Dette ble raskt nedsablet, der blant annet en enorm mobilisering blant supporterne var en av grunnene.

At dette skjedde i kombinasjonen med at jeg hadde IDR 3035 tror jeg er grunnen til at jeg ønsket å skrive en masteroppgave om supporterernes holdninger. Det var noe fascinerende med det, som blusset opp en interesse for supporterkulturen.

Jeg vil rette en spesiell takk til min dyktige veileder Arve Hjelseth, som både har inspirert meg til å skrive om dette temaet, samt med sin enorme kunnskap har bidratt med mange gode råd underveis i skrivningen.

Trondheim, juni 2022
Elias Alnes Mulelid

Forkortelser

FIFA: Fédération Internationale de Football Association

NFF: Norges Fotballforbund

NIF: Norges Idrettsforbund

NSA: Norsk Supporterallianse

NSD: Norsk senter for forskningsdata

NTF: Norsk Toppfotball

RF: Riksidrottsförbundet

SEF: Svensk Elitfotboll

SFSU: Svenska Fotbollssupporterunionen

SLO: Supporter Liaison Offiser

UEFA: Union of European Football Associations

VAR: Video Assistant Referee

Innholdsfortegnelse

1.0 Innledning	4
1.1 Problemstilling	4
1.2 NTFs utredning av eierskapsmodellen	5
1.2.1 Kritikk til utredning av eierskapsmodellen	5
1.2.2 Svensk motstand	5
1.3 Sportsvasking	6
1.4 Oppgavens struktur.....	7
2.0 Teoretisk rammeverk	8
2.1 Guilianottis tilskueridentiteter	8
2.1.1 Tradisjonell/Varm tilskuer: Supportere	8
2.1.2 Tradisjonell/Kjølig tilskuer: Tilhengere	9
2.1.3 Varm/forbruksorientert tilskuer: Fans.....	9
2.1.4 Kjølig/forbruksorientert tilskuer: Flanører	9
2.2 Supportere i Norge.....	10
2.3 De nye direktørene i Premier League.....	11
2.4 Modernisering av fotballen.....	12
2.5 Supportermotstand.....	13
2.6 Eierskapsmodeller	14
2.6.1 Dualmodellen	14
2.6.2 Hobbymanagere og velgjørere	16
2.6.3 50+1 modellen	17
2.7 Oppsummering av teorikapittel.....	18
3.0 Metode	19
3.1 Valg av metode	19
3.2 Informanter.....	19
3.3 Intervju	20
3.4 Gjennomføring av intervju	21
3.5 Behandling av data	21
3.6 Forskningskvalitet: Pålitelighet, gyldighet og generaliserbarhet	22
3.6.1 Pålitelighet	22
3.6.2 Gyldighet	23
3.6.3 Generaliserbarhet	23
3.7 Etske betraktninger.....	24
4.0 Analyse av intervjuer	25
4.1 Hvem bør eie en fotballklubb.....	25
Oppsummering	26
4.2 Eierskapsmodeller.....	26
4.2.1 Dualmodellen	27
4.2.2 Dansk modell.....	29
4.2.3 Tysk modell	31
4.3 Hva sitter klubbene igjen med etter investorene/eierne?	34

Oppsummering:	36
4.4 Makt og motstand	36
Oppsummering:	37
4.5 Kommersialisering av norsk fotball.....	38
Oppsummering	39
4.6 Er det forskjell på utenlandske investorer og lokale?	39
Oppsummering	41
5.0 Avsluttende drøfting og konkluderende refleksjoner	42
5.1 Innledning	42
5.2 Hvem bør eie en fotballklubb?.....	42
5.3 Makt og motstand	43
5.4 Konkluderende refleksjoner	44
5.5 Fremtidig forskning.....	44
8.0 Referanser:.....	46
Vedlegg.....	48
Vedlegg 1: Intervjuguide.....	48
Vedlegg 2: Informasjonsskriv.....	49
Vedlegg 3: Vurdering NSD.....	51

1.0 Innledning

I boken «Kampen om tribunen» (2012) skriver Arve Hjelseth at standardfortellingene om den moderne fotballen har slått fast at spillets status som «the peoples game» hører fortiden til. Fotballen er gjort til gjenstand for en type modernisering og kommersialisering som har plassert det tradisjonelle publikum på sidelinjen. Norsk Toppfotball (NTF) er en interesseorganisasjon, som består av fotballklubbene i Eliteserien og Obosligaen. De har som målsetning å være ledende i utviklingen av norsk toppfotball på klubbnivå (NTF, 2016). I en artikkel fra nettavisen beskriver NTF direktør Leif Øverland toppfotballen som business og mener derfor at det er riktig med en profesjonalisering av norsk fotball. NTF har derfor foreslått å åpne opp for nye eierskapsmodeller i norsk fotball. Fotball er en idrett som betyr mye for mange. Og som følger av utviklingstrekkene ved den moderne fotballen, som motiveres av nye markeder, dukker det stadig opp nye konflikter mellom de ulike aktørene. Disse aktørene kan for eksempel være supportere, klubber, forbund osv. En profesjonalisering av norsk fotball kan være en av konfliktene som følger av en modernisering av fotballen. Felles for flere av disse konfliktene er at det gjerne fremstilles fra supporterpolitisk hold som at noe går tapt på veien til å bli, eller ambisjonene om å bli multimediale millionkonserner. Hjelseth (2012) skriver at jakten på nye markeder truer det supporterne beskriver som «fotballens sjel», som de gjerne bruker for å beskrive den historiske kjernen i klubben eller fotballen. Videre skal jeg forklare problemstillingen og formålet med masteroppgaven.

1.1 Problemstilling

I oppgaven min ønsker jeg å finne ut hva norske fotballsupportere tenker om eierskap og ulike eierskapsmodeller i norsk fotball. Jeg vil berøre en rekke temaer som er koblet opp mot eventuelle endringer av eierskapsmodellen, samt hva supportere tenker om ulike sider ved dette. Studien tar sikte på å besvare følgende problemstilling:

«Hvilke holdninger norske fotballsupportere har til eierskap og eierskapsmodeller i norsk fotball, samt hvilke reaksjoner man kan forvente ved en eventuell endring i eierskapsmodellen?»

Duke (2002) tok for seg hvordan engelske fotballsupportere reagerte på en amerikanisering av engelsk fotball. Hvordan de viser motstand til noen aspekter og godtar andre. King (2002) påpekte vider at det ikke er åpenbart at de mest engasjerte supporterne motsetter seg enhver modernisering av fotballen. Og at reaksjonsformene overfor den moderne fotballen kan sees på som til dels opposisjonelle og dels støttende. I denne oppgaven tar jeg utgangspunkt i debatten om NTFs kommentarer i nettavisen om utredning av eierskapsmodellen i norsk fotball (Wahl & Austerheim, 2021). I forlengelsen av dette ønsker jeg å studere hvilke holdninger norske fotballsupportere har til ulike eierskapsmodeller. I oppgaven min skal jeg se på hva norske supportere tenker om ulike eierskapsmodeller og prøve å finne ut hvordan de stiller seg til denne typen modernisering. Hjelseth (2012) beskriver denne formen for modernisering som institusjonell omforming. Dette er noe jeg skal skrive mer om i teoridelen. Gjennom dette er ambisjonen å skape en forståelse av hvordan supportere kan antas å reagere på eventuelle endringer av eierskapsmodellen. I innledningen tar jeg derfor utgangspunkt i en del medieartikler som handler om utredningen av den norske eierskapsmodellen. Blant annet har Nettavisen dekket saken, og fotballmagasinet Josimar har kritisert utredningen. Disse to artiklene var blant utgangspunktene for at jeg ønsket å skrive om

dette temaet. I denne innledende delen ser jeg også på hvilke reaksjoner det ble møtt med da det ble gjort et forsøk på å endre den svenske eierskapsmodellen. Er det mulig vi får lignende reaksjoner i Norge? Videre tar jeg for meg litt om sportsvasking, som kan være en av mange følger av manglende reguleringer av eierskapsmodellen.

1.2 NTFs utredning av eierskapsmodellen

I et intervju til Nettavisen uttalte administrerende direktør i Norsk Toppfotball, Leif Øverland, at de ønsker å se på muligheten for å gjøre endringer på eierskapssiden i klubbene. Øverland peker blant annet på at toppfotballen er business, og at profesjonalisering av norsk fotball er riktig, i og med at det er snakk om store arbeidsplasser og bedrifter. Til Josimar sier Øverland at de skal utrede for å oppnå to ting, til å bli bedre å spille fotball og at man trenger kapital og flinkere folk (Johnsen, 2021). Øverland mener at man ikke skal hoppe rett på den danske modellen, der det er et fritt marked hvor klubbene kan børsnoteres, og blant annet ha utenlandske eiere. Han begrunner dette med den norske sjelen og hvordan norsk idrett er bygget opp. For å endre eierskapsmodellen krever det en endring av norsk idretts lov, som må vedtas på Idrettstinget. Derfor er dette et langsiktig arbeid. NTF direktøren mener den tyske 50+1 modellen er klok, der man får inn profesjonelle eiere med kapital, samtidig som medlemmene styrer. Den tyske modellen skal jeg gå nærmere inn på senere i oppgaven. Den klare meldingen fra Øverland er at en ny eierskapsmodell må utredes (Wahl & Austerheim, 2021).

1.2.1 Kritikk til utredning av eierskapsmodellen

Idretts sosiolog Mads Skauge (2021) skrev en kronikk i Josimar hvor han uttrykte skepsis til utredningen av eierskapsmodellen og Norsk Toppfotballs strategiplan. Ifølge Skauge virker som fotballens ledere ikke forstår at norsk fotball er noe mer enn det som kan tallfestes i form av rankinglister, akademiklassifisering og spillersalg. Videre skriver han at fotballen har en egenverdi og et slikt forslag vil være å pisse på supporterne. Han peker også på at i en tid med endeløs korrupsjon, hyper-kommersialisering, storskala sportsvasking og usmakelige planer som Superligaen, har aldri fotballdemokratiet vært viktigere (Skauge, 2021).

1.2.2 Svensk motstand

I Sverige har man også sett på muligheten for å endre eierskapsmodellen. Mellom 2011 og 2013 foregikk det i Sverige en hard kamp for å bevare den svenske 51%-regelen. 51%-regelen innebærer at en forenings medlemmer må ha 51% av stemmene i et idrettsaksjeselskap, og dermed ha stemmemajoritet (Lindman, 2013). I 2015 beskrev den daværende Supporter Liaison Officer (SLO) i IFK Göteborg, Anders Almgren (2015), kampen som en av de viktigste kampene de siste årene. En SLO skal fungere som en bro mellom supporterne og klubben, og skal hjelpe med å sikre en åpen dialog mellom forbund, klubb og supporterne (UEFA, 2021). I Sverige er fotball og idrett organisert som et medlemsdemokrati. Dette er garanteres under 51%-regelen, som er nedskrevet i vedtektene til det svenske idrettsforbundet (RF). En av de fremste forkjemperne for endringer i den svenske eierskapsmodellen var det svenske fotballforbundet, som tok opp saken i 2008. Forslaget ble fremmet uten noen bred diskusjon innen fotballbevegelsen. Forslaget ble møtt med store protester, men til tross for dette ble det tatt opp igjen i 2011 og støttet av både det svenske fotballforbundet (SvFF) og Svensk Elitfotball (SEF), den svenske versjonen av norsk toppfotball. Argumentet som ble brukt var at man trengte mer ekstern kapital i fotballen (Almgren, 2015). Ifølge Almgren

(2015) var prosessen preget av lukkede diskusjoner, tilbakeholdelse av informasjon og manglende vilje til å argumentere for standpunktene.

Den svenske fotballsupporterunionen (SFSU) drev en bred informasjonskampanje om hvordan medlemsdemokratiet fungerer. Både argumenter for og imot 51%-regelen ble lagt frem. Etter at SFSU avklarte sitt standpunkt om å forsvare 51%-regelen, startet de mobiliseringen av den svenske supporterbevegelsen. Kampen ble tatt gjennom demonstrasjoner på tribunen, debattinnlegg og debatter i media. Supportere ble oppfordret til å få klubbene deres til å ta et standpunkt i saken. En direkte konsekvens av dette var at flere av de største klubbene tok et standpunkt på årsmøtene sine. Resultatet av dette ble at både SvFF og SEF måtte endre standpunkt, og da avstemningen ble gjort i 2013 endte det med at de beholdt 51%-regelen med et betryggende flertall (Almgren, 2015).

1.3 Sportsvasking

I 2021 ble sportsvaske kåret til årets ord av språkrådet. De skriver at sportsvaske blir brukt når myndigheter i autoritære land bruker store idrettsarrangement for å sette seg selv i et bedre lys, eller ønsker å oppnå det samme gjennom oppkjøp eller sponing av populære fotballklubber (Språkrådet, 2021). Eksempler på dette kan være Qatars oppkjøp av PSG og Fotball-VM 2022, Emiratenes oppkjøp av Manchester City, eller det saudiske oppkjøpet av Newcastle. Disse oppkjøpene av store fotballklubber kan på mange måter sees på som mulig, på grunn av manglende reguleringer av eierskap i England og Frankrike. Andreas Selliaas (2021) skriver i sin uavhengige nettavis Idrettspolitikk.no, at i pakken med sportsvasking finnes det også en mørk side, som for eksempel å skjule menneskerettighetsbrudd ved å kneble kritikerne, trakassere dem og bringe dem til taushet. Selliaas skriver at dette foregår stort sett i regi av mektige PR-byråer, dyre advokatfirmaer og egne sosiale medier-operasjoner som gjerne har nære forhold til myndighetene i landene som vil ha bort kritikken. Aktørene ønsker å kneble ytringsfriheten i demokratiske land (Selliaas, 2021). Et eksempel på dette er da Josimar fikk trusselbrev om søksmål fra VM-komiteen i Qatar (Angell, Næss, & Lundstadsveen, 2021). Det sentrale om sportsvasking i denne oppgaven er hvordan eierskapsmodellene i blant annet England og Frankrike, åpner opp for muligheten til at fotballklubbene deres blir brukt som et virkemiddel for de punktetene Selliaas skriver om.

De norske fotballsupporterne har den siste tiden vist avstand til sportsvasking. I november i år starter fotball-VM i Qatar. Norge klarte ikke å kvalifisere seg til dette mesterskapet, men i forkant av at det ble klart foregikk det en debatt i Norge, om man i det hele tatt skulle delta i mesterskapet. Tromsø IL (TIL) ble det første idrettslaget som offisielt oppfordret fotballforbundet til å takke nei til deltakelse (TIL, 2021). TIL trakk frem at de mener at fundamentet til VM, som de mener er noe av det viktigste vi har er korrupsjon, moderne slaveri og høyt antall døde arbeidere. De ønsket at man skulle sette tydelige krav til hvordan fotballturneringer skal være, og at man ikke kan sitte å se på at mennesker dør i fotballens navn (TIL, 2021). Den norske grasrota og supporterne jobbet hardt for å få Norges Fotballforbund til å boikotte mesterskapet. NFF satt opp et utvalg som kom frem til at boikott var feil virkemiddel å bruke for å til forandringer, det endte med at det ikke ble boikott av Qatar-VM (Bjelland & Thomassen, 2021). Men supporter-initiativet har utvilsomt vært med på å sette søkelys på sportsvasking i fotballen. Dette har blant annet ført til at på fotballtinget i år ble det vedtatt av norske lag og klubber ikke skal ha sponsoravtaler med, eller treningsleirer i land som bryter med

menneskerettighetene (Nordsetrønningen, 2022). I den tyske klubben Bayern München ble det store protester på årsmøtet deres i fjor, da supporterne ønsket at klubben skulle rette seg etter internasjonale menneskerettsstandarder, som videre skulle føre til at man ikke skulle forlenge avtalen med Qatar Airways. Den tidligere presidenten i supporterklubben til Bayern Gregor Weinreich, uttalte at de ikke kunne ha det slik at et forslag fra Qatar ikke kan bli stemt over på en generalforsamling. Forslaget ble ikke stemt over på grunn av en domstolsavgjørelse i München, som sa at klubben kunne avgjøre dette uten godkjenning fra forsamlingen (Díaz, 2021). Dette er nok et eksempel på supportere som står opp mot sportsvasking.

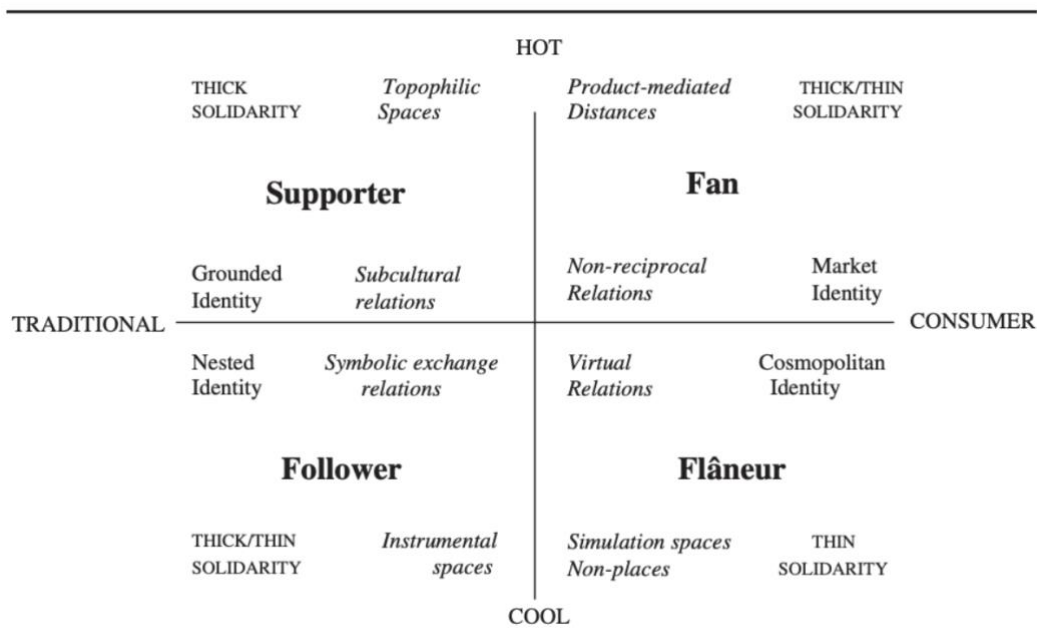
1.4 Oppgavens struktur

I det neste kapitlet tar jeg for meg det teoretiske rammeverket jeg bruker i oppgaven. Jeg starter først å ta opp Gulianottis beskrivelse av supporteridentiter, det er denne modellen jeg har brukt for å beskrive informantene mine. Videre går jeg over på hvordan supporterne i Norge er organisert. For å innlede litt om fotballens modernisering tar jeg først for meg hvordan de nye direktørene i Premier League på mange måter la grunnlaget for den moderne fotballen. Jeg etablerer et teoretisk rammeverk bestående av forskning på supportere og supporterkultur, som blant annet gir grunnlag for å forstå skepsisen til alternative eierskapsmodeller, som vi så i Sverige tidligere i oppgaven. Disse bruker jeg for å skape en forståelse av ulike aspekter ved eierskap av en fotballklubb. Jeg har valgt å fokusere på tre ulike eierskapsmodeller i oppgaven. Disse modellene er Dualmodellen som er i norsk fotball i dag. En dansk modell, der klubbene kan børsnoteres og den tyske 50+1 modellen, hvor medlemmene styrer. I kapittel 3 gjør jeg rede for metoden jeg har brukt i oppgaven og hvordan den er gjennomført. I kapittel 4 kommer frem analysen av intervjuene. Her kommer blant annet frem deres syn på hvem de mener bør eie en fotballklubb, deres tanker rundt ulike eierskapsmodeller, samt ulike temaer som dukket opp under intervjuene, som medlemsdemokrati, makt og motstand. I kapittel 5 prøver jeg å komme opp med noen konklusjoner i en sammenfattende drøfting av analysekapitlet, samt videre forskning.

2.0 Teoretisk rammeverk

2.1 Guilianottis tilskueridentiteter

Den britiske sosiologen Richard Guilianotti lagde en modell der han identifiserte fire ulike tilskueridentiteter han mener vi finner i fotballen. Han beskrev de fire identitetene som supportere, tilhengere, fans og flâneur. Hovedkriteriene som ble brukt for å klassifisere tilskuerne hadde sammenheng med hvordan tilskuerne har en særegen opplevelse av å være tilknyttet spesifikke klubber. Tilskueridentitetene er ordnet ut ifra to grunnleggende dimensjoner varm-kald (*hot-cool*) og tradisjonell-forbruksorientert (*traditional-consumerist*). De to dimensjonene skaper en firefeltstabell med fire «utfall» eller typer.



Figur 1: Guilianottis Supporteridentiteter (Giulianotti, 2002)

De fire ulike tilskueridentitetene representerer idealtypiske kategorier som man kan bruke for å kartlegge historiske endringer og kulturelle ulikheter, og hvordan de blir opplevd av ulike tilskuersamfunn i relasjonene til klubbene deres. Den horisontale tradisjonell-forbrukeraksen måler hvilke grunnlag individer har for å holde med et lag. De tradisjonelle tilskuerne har en mer lokal, folkelig og kulturell identifisering med laget, mens de forbruksorienterte tilskuerne har et mer markedsorientert forhold til laget sitt, hvor relasjonen manifesteres gjennom markedshandlinger. Dette ser man igjen i hvor viktig det er å bruke klubbens produkter, deres relasjon til klubben formidles oftest gjennom medier. Den vertikale varm-kald-aksen skal vise hvilken grad laget er viktig for individets identitetsdannelse. De to typene i øvre del av figurene har høyere lojalitet og identifiserer seg sterkere med klubben, mens de «kalde» typene har et mer avmålt eller distansert forhold til klubben (Giulianotti, 2012).

2.1.1 Tradisjonell/Varm tilskuer: Supportere

De Giulianotti beskriver som supportere har over tid investert personlig og følelsesmessig i klubben. Det å støtte klubben på ulike måter blir sett på som obligatorisk, forholdet de har til klubben minner dem om forholdet de har til familie og venner. Å slutte å støtte klubben, eller å holde med en rival er helt utenkelig for supporterne. De har en slags

kulturell kontrakt med klubben. Kjernesupporterne kommer gjerne fra samme plass som klubben og derfor blir klubben gjerne sett på som et viktig symbol for lokalmiljøet. Supporterne har et spesielt forhold til klubbens kjerneområder, de går for eksempel ofte på hjemmekampene og blir godt kjent med stadion på en personlig og familiær måte. Hjemmebanene styrker solidariteten til medsupporterne og er med på å lage en unik atmosfære på kampdagene. Å være en supporter er en viktig del av individenes selvoppfatning. Det å gå på hjemmekamp er med på å strukturere fritiden deres, å være en supporter av en klubb er en opplevd erfaring.

2.1.2 Tradisjonell/Kjølig tilskuer: Tilhengere

Tilhengere støtter klubben, men også spillere, managere og andre fotballpersonligheter. Tilhengerne blir gjerne definert som tilhenger fordi man følger klubben gjennom tykt og tynt, men også følger med på utviklingen av klubber og fotballpersonligheter man har et positivt forhold til. Tilhengere kan vise tykke eller tynne former for solidaritet med dem de følger. Eksempel på tykk solidaritet kan være at en skaper en vennskapelig relasjonene med supportere av ulike klubber man har et spesielt forhold til. Den tynne formen for solidaritet kan være at man blir knyttet til en klubb gjennom historiske bånd, til en favorittklubb eller om en klubb kjøper spillere eller ansetter en trener man har et spesielt forhold til. De tykke og tynne formene for solidaritet kommer ikke fra de økonomiske og symbolske bytterelasjonene mellom tilhengerne og favorittklubben. Klubben får støtte fra tilhengerne fordi de tilbyr noe som stemmer overens med personens interesser. Tilhengere har ikke de samme romlige relasjonene som supporterne, som man ser innenfor klubben og i lokalmiljøet.

2.1.3 Varm/forbruksorientert tilskuer: Fans

Den varme forbruksorienterte tilskueren blir sett på som en moderne fan av en klubb eller spesielle spillere, da spesielt de store stjernene. Fans er varme når man ser på identifisering, de opplever en sterk tilknytning, der forholdet til klubben er en sentral del av selvet til personen. Distansen til klubben er større enn hos supporterne. Kommodifiseringen og den moderne fotballen har skapt en større avstand mellom spillerne og tilskuerne. Fans opplever klubben først og fremst gjennom markedsrelasjoner. Identifiseringen til klubben blir først autentisk når man kjøper klubbens produkter. Fans innser at markedskreftene er dominerende i fotballen, og konsekvensen av dette er at klubbens overlevelse og suksess avhenger av større økonomiske bidrag. Hvis klubbene ikke lever opp til forventningene den skaper, kan man risikere at fans forsvinner til andre klubber. Fansen har som regel et enveisforhold til klubben, som minner mye om det forholdet mellom musikkartister og fansen deres. Når fotball har fått et underholdningsstempel, presses fan-identiteten i retning mot flanører. Dette ser man best ved at det blir lagt større vekt på stjernespillerne og deres glamorøse livsstil. Den varme identifiseringen fans har med favorittspillerne er under press fordi fansen lærer seg å kjøle ned sine følelser i vente på den neste store stjernen.

2.1.4 Kjølig/forbruksorientert tilskuer: Flanører

Flanører har adoptert en postmoderne tilskueridentitet gjennom en upersonlig, markedsorientert relasjon, da spesielt gjennom tv og internett. Fotballflanøren tilhører mest sannsynlig middelklassen, og er på utkikk etter mangfoldige fotballopplevelser. Flanører har gjerne et uforpliktet forhold til fotballklubber. For flanørene er det viktigere hvordan draktene til en klubb harmonerer med motens estetiske krav, enn hvordan den harmonerer med identiteten til klubben. Hvordan TV har presentert fotballen er som

skapt for fanen og opplevelsene de søker. De største klubbene i verden gjør at fanene får et stadig mer fristende tilbud. De fristende tilbudene gjør at fanene får et mer forpliktende forhold til disse klubbene, så lenge de er vinner eller er moteriktige. Dette legger grunnlaget for selvidentifiseringen til den kjølige forbrukeren. De ønsker å bli assosiert med et vinnende lag, da dette er et tegn på en velstående livsstil.

2.2 Supportere i Norge

Historisk sett er norsk fotball en del av en idrettsbevegelse preget av amatørånd, forsoning og vennskap mellom idrettsutøvere i sentrum. I den konteksten har fotballtilhengeren blitt sett på som en potensiell passiv og positiv støttespiller til det som skjer på banen. For eksempel blir hjemmepublikum ofte omtalt som den 12. mann for hjemmelaget. Historisk sett er tilhengeren en støttespiller som ikke har vært opptatt av sine egne rettigheter eller hvordan klubben blir drevet, men heller hva som skjer på banen. Men de siste 20-25 årene har vi sett en ny type tilhenger. Nemlig supportere som er organisert i egne organisasjoner, som regel uavhengig av selve klubben. Supporterne følger laget i tykt og tynt, og har klare meninger om hvordan klubben skal drive, alt i fra kjøp og salg av spillere, til hvordan kamparrangementet foregår. Dagens supportere krever gjerne direkte innflytelse, selv om de ikke formelt er en del av klubben. Men de organiserte supporterne er i ferd med å bli en gruppe som fotballens ledere har nødt til å ta hensyn til og lyttes til. De ser gjerne på seg selv som en viktig og aktiv medspiller for klubben sin og derfor mener de at de har retten til å kritisere de som utøver makten, det kan gjelde både forbundet, klubbledelsen, aksjeselskap, investorer, og for eksempel nøkkelspillere som ønsker å forlate klubben (Gammelsæter & Ohr, 2002). Hjelseth (2006) skriver at klubbene stort sett møter supporterne med en positiv holdning, og anerkjenner supporterne som en viktig aktør og ressurs.

Hjelseth (2006) skriver også om forholdet mellom nærhet og avstand i doktoravhandlingen sin. Han skriver at som er et mulig inntak til å forstå forholdet mellom konsum- og deltakerorienterte tilknytningsformer, er supporterne delt i to grupper. Noen går inn for å markere avstand, for eksempel ved å begrense mediens tilgang til trenere og spillere under kamp. En underliggende holdning synes å være at norsk fotball er for hjemmekoselig og dermed amatørmessig. Hjelseth peker videre frem mot forstillinger om visse sider ved norsk fotball som «bondsk» eller «harry», og illustrerer et mulig dilemma når det gjelder supporterne som deltakere i klubben. Som jeg skrev tidligere så trekker Gammelsæter og Ohr (2002) frem at norske supporterne gjerne krever direkte innflytelse i klubben. Ved denne deltakelsen forutsetter nærhet, men står kontinuerlig i fare for å vippe over mot det som er harry. Hjelseth skriver at dette synet på forholdet mellom nærhet og avstand var imidlertid ikke dominerende, og det er dessuten grunn til å tro at det er mest utbredt blant de som i større grad følger internasjonal fotball. Og trekker frem at medier og til dels supportere har lett tilgang til spillere og trenere er sannsynligvis mer en styrke enn en svakhet ved norsk fotball som produkt (Hjelseth, 2006).

I dag er supporterklubber formelle organisasjoner med styrever, talsmenn og egne hjemmesider. Norsk Supporterallianse (NSA) er en paraplyorganisasjon for norske supporterklubber av norske lag, som skal ivareta medlemsklubbens interesser overfor andre organisasjoner og media. Gjennom organiseringen i NSA klarer supportere å sette fokus på områder, den tradisjonelle medgjørlige tilhengeren ikke kan. Et eksempel på

dette er mobiliseringen rundt boikott av Qatar-VM, som supporterne klarte å få opp til debatt på fotballtinget.

2.3 De nye direktørene i Premier League

Dette kapitlet skal fungere som en liten innledning for moderniseringen av fotballen. I England på 1990 tallet kom det et ønske om at fotballen skulle bli et fritt marked. Argumentet for det frie markedet bestod av tre hovedargument. De første var at fotballen skulle være under de samme markedskreftene som de andre markedene, dette begrunnet de med at de var lei av at fotballklubber var dårlige drevet og ikke var økonomisk levedyktige. Det andre var at klubbene skulle ta i bruk ledelsespraksis i tråd med andre suksessfulle moderne bedrifter. Det tredje var at fotball fans skulle bli gjort om til kunder. Klubbene skulle konkurrere om kunden slik som i andre virksomheter (King, 2002). Tidligere hadde Premier League i England en regulering som hindret aksjonærer i å eie mer en 7,5 prosent av en fotballklubb. Regelen skulle fungere som et hinder for griske eiere som var mer opptatt av profitt enn klubben. På den tiden så de tradisjonelle fotballdirektørene på mange måter fotballklubben som en offentlig institusjon til glede for lokalbefolkningen, og direktørene så ikke på fotballklubber som en måte å tjene penger på (Taylor, 2013). Da man avskaffet denne reguleringen i 1982 så flere aksjonærer en mulighet for å få en bra avkastning på sin andel. Eiere og businessmenn som David Dein, Martin Edwards og Ken Bates etablerte seg i styrene til de store klubbene og var med på å transformere klubbene fra å være offentlig til å bli profittorienterte konsern (King, 2002). I den norske og tyske modellen vill derimot ikke dette være mulig å skaffe seg kontroll slik disse direktørene gjorde. Med tanke på at det er medlemmene som sitter på makten. Mer om dette kommer senere. De nye direktørene som kom til i engelsk fotball hadde tre sentrale og sammenhengende prosjekter. En profesjonalisering, ved å få på plass skikkelige administrasjoner, maksimering av profitt, samt å gjøre supporterne om til kunder. Klubbene ble drevet som en bedrift med klare arbeidsroller, med for eksempel styreleder, administrerende direktører og andre roller. For å skape mer profitt ble blant annet stadioner renoveret for å tiltrekke mer publikum og øke populariteten.

Konseptet å skape kunder ble et viktig punkt for direktørene på 90-tallet, det var en viktig del av å gjøre klubben om til profittskapende organisasjoner. Den tidligere Chelsea og Leeds-eier Ken Bates beskriver kunden som individene som betaler mer for godene og varene de kjøper, og kjøper varer av bedre kvalitet. Disse uttalelsene viser at ved kunder siktet mot et mer velstående publikum, som betaler mer for bedre opplevelser. Direktørene siktet nå mer mot kvinner og familier enn tidligere (King, 2002). Ved å gjøre dette utvidet de markedet for fotballen med mål om å øke profitten. Problemet med dette var at, gjennom å forbedre fasilitetene og dermed øke prisene, fører dette igjen til at supporterne med mindre kjøpekraft blir ekskludert. Ifølge King er supporterne sterkt knyttet til sosial identifikasjon, og siden supporterne uttrykker sine følelser gjennom klubben og definerer seg gjennom fotballen og har en sterk tilknytning til klubben. Dette gjør konsumeringen av fotball veldig forskjellig fra kundene av andre produkter. Supporterene betaler ikke bare for det klubben presenterer dem, men også atmosfæren de selv er med på å skape. Dette gjør at supporterne er en del av varen, de nye direktørene ønsket de skulle kjøpe (King, 2002). I forlengelsen av beskrivelsen til King av de nye direktørene ønsker jeg å ta frem det Hallgeir Gammelsæter beskriver som kommersialismens logikk i idretten han tok for seg en rekke markedsaktører i idretten og hvilke roller disse spiller. Han skriver at det som er avgjørende i denne logikken er at

kommersielle aktører gjennom idrettens organisasjoner, jobber for en økonomisk avkastning på kapitalen de har investert. Samt at idretten organiserer seg som markedet, og har som formål å tjene penger (Gammelsæter, 2016). Han trekker frem sportsøkonomen Bill Gerrard som hevdet at i overgangen fra profesjonalisering til kommersialisering er det sentrale at eierne stiller krav om økt utbytte (Gerrard, 2004). Kommersialiseringen kommer først når idretten går fra en institusjon der eierne, som historisk har vært medlemmene, aksepterer manglende utbytte, til en situasjon der idretten er organisert så eierne kan kreve utbytte av investeringene sine. Med dette utgangspunktet skriver Gammelsæter at eierne vil gjøre idretten til et mest mulig salgbar produkt. Og stadig vil vurdere investeringene sine med samme formelle målekriteriene som brukes i andre forretningsvirksomheter (Gammelsæter, 2016).

2.4 Modernisering av fotballen

Som jeg nevnte i innledningen til oppgaven skrev Hjelseth (2012) i sin epilog fra boken *Kampen om tribunen* at standardforestillingen om at fotballen er «the peoples game» sies å tilhøre en forgangen tid. Moderniseringen og kommersialiseringen har ført til at tilskuerne har blitt plassert på sidelinjen. De entusiastiske og engasjerte tilskuerne har blitt til en popcornspisende underholdningskonsument. Behovene til TV-selskapene har blitt viktigere enn supporterens, sponsorer, og penger har ført til at klubbene sikter seg mot globale markeder heller enn lokale. Hjelseth tenker at det derfor er nærliggende å anta at supporterbilde endrer seg i takt med fotballens kommersialisering. Resultatene av dette ser vi gjennom økende billettpriser, en mer global tilhengerskare og klare restriksjoner mot utagerende supporterpraksiser. I England handler debatten i stor grad om komponeringen av supportermassen har blitt forandret i forhold til tidligere. I takt med at fotballen har endret karakter så endres måten supporterne støtter og forholder seg til laget (Hjelseth, 2012).

Det eksisterer imidlertid fortsatt en kjerne for av normer og praksisformer som skaper legitimitet for de mer tradisjonelle supporterne, for at supporterne skal bli tatt på alvor må de forholde seg til disse. Supportere har et spesielt forhold til myter og versjoner om spillets og kulturens historie, som forklarer hva fotballen egentlig dreier seg om. Hjelseth skriver at supporternormer om autonomi, uavhengighet og investering av emosjonelle ressurser fortsatt står sterkt innenfor de globale og kommersielle rammene i fotballen. Normene til supporterne er med på å beskrive supporterkulturen, samt normene og verdiene er med på å motivere supportere til å utvikle og reprodusere sosiale praksiser. Hjelseth legger vekt på autentisitet og autonomi som viktige punkt. Normene er også viktige for å forstå motstanden mot den moderne fotballen. Som følge av den moderne fotballen oppstår det en rekke nye motsetninger og ulike aktører prøver å løse på best mulig måte. Det kan dreie seg om alt fra relasjonene mellom globale og lokale supportere til forholdet til sponsorer, billettpriser, og fordeling av billetter. Fotballens «sjel» blir truet av jakten på nye markeder. Forestillingen om hva fotball var er basert på relativt upresise tolkninger av fotballens historie. Der metafortellingene går på at fotballen er ofret på bekostning av det kommersialisme, sponsorer og TV-selskapenes inntog, og har skapt en ny type tilskuere som kjernesupporterne prøver å motarbeide fordi deres egen kultur blir motarbeidet. Det viktigste retoriske skillet går på autentiske og inautentiske fans. Dette basert på kategorier som lojal-lite lojal, arbeiderklasse-middelklasse, antikommersiell-konsumentorientert, kunnskapsrik-ignorant. Disse kategoriene gir en forståelse på hvordan man opplever fotballfeltet og utviklingen av det (Hjelseth, 2012). Når det gjelder autentisitet så refereres det til den underliggende

normen for supporterernes konkrete uttrykk. Det går på om støtten skal være ektefølt og oppriktig, eller i det minste fremstå slik (Hjelseth, 2012). Det finnes en forestilling om at supportere skal være mest mulig autentiske, og strebe etter dette. Det autentiske er en konstruksjon av en historisk tilstand. En av de som har beskrevet jakten på det autentiske i fotballsammenheng er Roar Iost. I hans studie om liverpoolsupportere, fant han et sterkt ønske om å tilknytte seg byen Liverpool. Dette gjelder da deres kulturelle praksiser og å leve seg inn i dem. Eksempler på dette kan være å snakke dialekten deres, gå på de rette pubene, det blir som å etterligne den engelske fotballkulturen (Iost, 2000).

Hjelseth delte moderniseringen av fotballen inn i tre ulike dimensjoner: Kommodifisering, institusjonell omforming og spektakularisering. Kommodifisering innebærer at relasjonen mellom klubb og tilhenger får i økende grad en varekarakter. Eksempler på dette kan være at det legges mer vekt på lisensierte supporterutstyr, økt sponsorinnflytelse og kamptidspunktene blir mer diversifisert med hensyn til TV. Det som kjennetegner supporterernes synspunkt på disse prosessene er at noen typer for kommodifisering blir akseptert, mens andre deler av kommodifiseringen blir forkastet. Ofte et resultat av intense diskusjoner innad i supportergruppene. For eksempel er motstanden mot at klubbene har sponsorlogoer på drakten, ganske liten. Men dersom fargene bryter med resten av drakten uttrykker de ofte sin misnøye. En annen dimensjon ved moderniseringen er institusjonell omforming. Dette gjelder endringer i regler og turneringsformer tilpasset de nye publikumsgruppens smak. Ifølge Hjelseth er konfliktnivået her mye lavere enn for kommodifiseringen (Hjelseth, 2012). Men fotballen er veldig konservativ i forhold til andre idretter. Den største regelendringen de siste 100 årene er offsideregelen som kom i 1925. Når det gjelder drastiske endringer så mobiliserer derimot supporterne raskt. De siste årene har det kommet forslag om å forandre forskjellige deler av fotballen. Et eksempel er innføring av videodømming (VAR). Som også skal innføres i Eliteserien og toppserien. Andre eksempel er Superligaen som ble lagt frem av noen av de største klubbene i verden i fjor. I norsk fotball så har vi også fått en omstrukturering av Toppserien i år. Her har vi sett varierende motstand fra supporterne. Videre skal jeg ta for meg litt om hva som får supportere til å vise motstand.

2.5 Supportermotstand

Vik Duke så på supportermotstanden mot det han kaller for McDonaldisering og Disneyfisering av den profesjonelle fotballen i England. Den sterke lidenskapen og lojaliteten til kjernesupporterne skaper et eierskap til klubben og gjør dem til en slags beskytter overfor arven til klubben. Kjernesupporterne og fans vil stå opp mot det som truer deres tradisjoner, som trussel mot klubbnavnet, stadion eller klubbfargene. Arbeiderklassesupporterne tar ting for hva det er og bruker ofte humor for å uttrykke seg. Et eksempel Duke drar frem er fra den første direktesendte Premier League kampen på Sky TV, mellom Manchester City og Queens Park Rangers. Fyrverkeri, dansende damer og høy musikk preget åpningsshowet, som skulle introduserere «a brand new ball game». Når spillerne entret banen, runget det fra supporterne «what the fucking hell was that?» Man kan si at dette eksempelet kanskje ikke har strukturell innvirkning på maktrelasjonene i fotballen. Men de viser at de tradisjonelle supporterne ikke har akseptert verdien som blir assosiert med amerikaniseringen av fotballen. Handlinger som gjør at klubber overlever, beskyttelsen av baner fra eiendomsspekulanter og meningene til de tradisjonelle supporterne blir hørt. Selv ikke de største klubbene i

Premier League har råd til å totalt ignorere meningene til supporterne. Jamie Cleland skriver at selv om det finnes andre viktige kilder til inntekt, som sponsorer, reklame, TV-avtaler osv, så er ikke disse inntektsmulighetene mulig uten at klubben har et sunt forhold til supporterne, og klubben oppmuntrer de til å interessere seg i bestemte saker for klubben. Og trekker frem at selv om resultater er med på å påvirke hvor mange som kommer på kamp, så er viktigheten av å opprettholde et sunt forhold mellom klubben og supporterne avgjørende fordi enhver risiko forbundet med manglende oppmøte truer klubbens eksistens (Cleland, 2010).

I teksten sin trekker Duke frem Berrie Houlihan som skilte mellom globalisering av forskjellige idretter og globaliseringen av de organisatoriske prosessene og verdiene til den moderne idretten (Houlihan, 1994). Fotball er etablert som den mest populære idretten i verden, og i England har supporterkulturen eksistert i lang tid. Motstanden til supporterne er ikke mot bedre fasiliteter og omorganisering av stadioner, men mot nedbrytning av deres supporterkultur og trusselen mot forholdet mellom supportere, fotballklubber og lokalsamfunnet. Den lokale fotballklubben blir sett på som en viktig del av lokalsamfunnet, i stedet for en organisasjon som kan bli re-lokalisert om den ikke er profitabel. Historien viser at det er stor sannsynlighet at supporterne vil godta noen av forandringene, så lenge det skjer i deres bilde, samt de klarer å holde på supporterkulturen (Duke, 2002).

2.6 Eierskapsmodeller

2.6.1 Dualmodellen

Den norske idrettsmodellen bygger på at alle organisasjonsleddene skal være foreninger. Dualmodellen innebærer at et idrettslag kan inngå samarbeid med et aksjeselskap. De kan da kjøpe de kommersielle rettighetene til idrettslaget, det vil si alle inntektene med unntak av medlemskontingenten (reklameinntekter, utstyrsavtaler osv som er salgbart). Ifølge reglene til NIF skal idrettslagene og foreningene i idretten være selvstendige rettssubjekter og samarbeidende aksjeselskap skal ikke innflytelse på det sportslige og idrettslige arbeidet.

Alle norske klubber er organisert som foreninger som styres av klubbens medlemmer gjennom årsmøte, der alle medlemmer over 15 år som regel har stemmerett (NIF, 2022b). Et styre, ofte med flere ledere under for å drive den daglige driften i klubben. I Norge er det klubbene som har rettigheten til medlemskap i Norges Fotballforbund, og videre da har retten til å delta i serie og cupspill. Ved å bruke denne retten dukker inntektsmulighetene for klubbene opp, mediefokus, publikumsinntekter, reklamepotensial, og TV-inntekter. Så ligger det fortjenestemuligheter i deltakelse i europacuper og salg av spillere. Det er disse inntektsmulighetene som skaper interesse for investorer til å gå inn i et samarbeidende aksjeselskap (Gammelsæter & Ohr, 2002).

De fleste norske toppklubber har inngått avtaler med samarbeidende aksjeselskaper. Siden Norges Idrettsforbund og Fotballforbundets lovverk ikke åpner for at aksjeselskaper kan delta i den organiserte idretten, kan ikke klubbene selv gjøres om til aksjeselskap. Målet til Dualmodellen som vokste frem på 1990-tallet, var å gi klubbene mulighet til å få ekstern kapital, samtidig som kompetansen og kulturen som er basert på frivillighet ble ivaretatt. I Norge er idrettens organer opptatt av idrettens frie stilling ikke skal kunne overføres til utenforstående. Dette gjør for eksempel at det er klubbene som står oppført som arbeidsgiveren til spillerne. Som videre gjør at kanskje den største

aktiva for de samarbeidende aksjeselskapene, nemlig overgangsinntektene formelt ligger utenfor deres kontroll. Men siden det er aksjeselskapene som i mange tilfeller sitter på kapitalen, vil de ha betydelig makt og påvirkning i sportslig karakter (Gammelsæter & Ohr, 2002).

Klubbene motiv for å gå inn i en samarbeidsavtale med aksjeselskap ligger først og fremst i at den sportslige suksessen skal sikres gjennom en tryggere økonomisk plattform og ved at den økonomiske risikoen overføres fra klubben til aksjeselskapet og dets eiere. I tillegg til tilførselen av risikokapital og likviditet har aksjeselskapene også bidratt med kunnskap og kompetanse på det administrative planet. Dette har ført til at klubbene har bedre planer, enklere strukturer og klarere retningslinjer. Det gjelder også det frivillige delen som gjøres rundt klubben, men også muligheten til å opptre som ryddige arbeidsgivere. Tilførselen av ressurser i toppklubber har ført til at de har blitt relativt store arbeidsgivere, med blant annet ansettelse av helprofesjonelle spillere. Den store veksten i profesjonelle spillere har skapt et behov for en bedre fagorganisering som skal gi bedre muligheter for å vokte spillernes rettigheter. Denne organiseringen fører igjen til at klubbene tvinges til å opptre med tilstrekkelige administrative ressurser for å kunne håndtere forpliktelsene som følger med å være en arbeidsgiver. Dette behovet for administrasjon kan vi se på som en bieffekt av muligheten til helprofesjonalisme som aksjeselskapene har vært med på å skape. Aksjeselskapene har både skapt sportslige muligheter, sammen med administrative utfordringer (Gammelsæter & Ohr, 2002).

Som organisasjonsform er foreninger basert på frivillig medlemskap og demokratiske valg av styrer, komiteer og ledere. Det er lover og vedtekter som skal regulere aktiviteten som over tid er bygd opp gjennom vedtak fra demokratiske, eller demokratisk valgte organer. Lederne makt er dermed basert på medlemmenes tillit, gjennom valg. Lederne har sine fullmakter gjennom foreningens vedtekter og prosedyrer (Gammelsæter, 2016). Dette er virkeligheten i de fleste norske idrettslag i dag.

I sin natur er aksjeselskap vesensforskjellig fra foreningen. Eierdemokratiet er forskjellig fra medlemsdemokratiet på den måten at aksjeeiere kan kjøpe større eierandeler og dermed få flere stemmer. Hvis det ikke hadde vært noen eierbegrensninger kan en eier i praksis styre hele selskapet. Det er en kobling mellom personens økonomiske kapital og dens beslutningsmyndighet. Denne koblingen er logisk fordi aksjeeiere med større aksjeposter har en større økonomisk risiko. I foreninger er dette utenkelig. Hvert medlem har her en enkelt stemme og kjøp av ekstra stemmer blir regnet som korrupsjon. Aksjeselskap kan også innenfor aksjelovens bestemmelser innføre egne vedtekter for eierer og stemmebegrensninger. Det er også forskjellige krav til selskaper som skal børsnoteres. For å kunne sikre lik informasjon, omsettelighet og habilitet Det andre store skiller mellom foreninger og aksjeselskap er at aksjeselskapets formål er kommersielt. Det vil si at de har som mål å skape overskudd på kapitalen de har investert. Om de lykkes med dette kan de ta ut utbytte, eller la deler av overskuddet bli igjen i selskapet. Idrettslag er ideelle organisasjoner, da er det umulig å ta ut utbytte, og derfor er det ikke motivasjon for medlemmene å skape overskudd.

Det har etter hvert blitt vanligere og vanligere i flere land å organisere fotballklubber som aksjeselskap. Engelske klubber ble tidlig aksjeselskaper, men underlagt regler som gjorde det vanskelig å ta ut fortjeneste. Derfor hadde ikke eierne fortjeneste som mål heller. Men senere kom det eiere som klarte å omgå dette på. Men det har likevel vist seg at det bare unntaksvis vist at det kan være lønnsomt å investere i profesjonell fotball

i Europa. Selv om det er mange investorer, er det vanskelig å betegne europeisk fotball som noe spesielt lønnsomt. Kostnadene blir som regel høyere enn inntektene, selv for toppklubbene. Organiseringen av konkurransen i Europa er en av hovedgrunnene for at det er få lønnsomme sportsbedrifter. Aktørene er en egentlig ikke interessert i konkurranse. For at bedriftene skal være lønnsomme over lang tid krever det en konkurranseform, som gjør det mulig å ha kontroll over kostandene. Flere av de største europeiske ligaene er organisert som aksjeselskap, som for eksempel England, Tyskland og Spania. Ligaene er åpne for opprykk og nedrykk, og aksjene bytter da mellom lag som rykker ned og opp. De har som mål å skape mest mulig kommersiell verdi gjennom salg av medie og markedsrettigheter (Gammelsæter, 2016).

Den manglende fortjenesten har ikke nødvendigvis hindret forretningsfolk i å bruke forretningselskaper til å kjøpe seg inn i toppklubber. Spesielt etter etableringer av Premier League i 1992, ble fotballen sett på som en lovende underholdningsindustri som lokket til seg risikokapital. I den perioden tjente eierne penger når de solgte aksjene til nye investorer som ville inn i fotballen. Mellom 1992 til 1997 steg aksjene til de børsnoterte engelske klubbene med 700%. Dette gjorde det interessant for klubbeiere i andre land å følge etter. Ajax ble aksjeselskap i 1998, sammen med Bologna og Atletico Madrid. I 1999 kom AC Milan og Lazio etter. I Danmark ble Brøndby børsnotert i 1987 og flere danske klubber fulgte etter. Men det er ikke alltid det viser seg å bli en suksess. Nevnte Brøndby var en sportslig og økonomisk suksess til 1992, da mislykkede finanstransaksjoner førte til at klubben fikk en gjeld på 300 millioner danske kroner. Kjell Inge Røkke og Bjørn Rune Gjelsten kjøpte opp Wimbledon og ble den første klubben som ble flyttet fra lokalmiljøet sitt i London til Milton Keynes i 2003. Det er på mange måter et symbol på hvordan eiermakt kan føre til splittelse mellom supportere, lokalsamfunn og klubb (Gammelsæter, 2016).

Mange hevder at norsk fotball generelt og Norges Fotballforbund er bakstreverske og det bare er et tidspunkt før dualmodellen blir vraket. Dualmodellen blir ofte omtalt i nedsettende ordelag som en dinosaur og bastard, og det antydes at næringslivets selskapsmodell er naturlig og fremtidsrettet og bør slippes til i norsk fotball. Investorer, klubbdirektører, Norsk Toppfotball, og NISO har kritisert modellen (Wahl & Austerheim, 2021). De sier den er ineffektiv og tungvint fordi den krever at klubben må forholde seg til to styrer, to daglige ledere og dobbel regnskapsføring og rapportering. Tilhengere av selskapsmodellen tenker at de kan skille ut elitesatsingen i et aksjeselskap som aksjeeiere kontrollerer, mens foreningen kan ta seg at breddeavdelingen (Gammelsæter & Ohr, 2002).

En annen vinkling er at dualmodellen blir sett på som et kompromiss mellom kreftene som ønsker at fotballen skal kontrolleres av medlemmene gjennom en foreningsmodell, og de som ønsker at selskapsmodellen skal være styringsmessig overlegen. Hovedpoenget fra dette ståstedet er at medlemmene til klubben kan gjennom dualmodellen hindre at pengesterke eiere driver klubben i en annen retning enn det medlemmene ønsker. Da Norges Fotballforbund ved inngangen av 1990-tallet innførte strengere økonomiske profflisenskrav, ble dualmodellen akseptert fordi fotballedere så på modellen som en måte å skaffe seg risikokapital på (Gammelsæter & Ohr, 2002).

2.6.2 Hobbymanagere og velgjørere

Selv om det å ha aksjer i en fotballklubb ser ut til å være et tapsprosjekt, så er det ikke alltid dette er avskrekkende for forretningsfolk som har tjent seg rike i andre bransjer. Siden fotballen er så populær, så kan den være attraktiv av andre grunner. Så å vite alle

motivene til å ta over en fotballklubb er vanskelig å vite. Dette er vanskelig å dokumentere og man burde være åpen for at noen av disse har andre baktanker enn at de gledelig bruker penger for å delta i fotballen. De kan selvfølgelig være rike supportere, som har mulighet til å bidra på en annen måte enn andre supportere har. Men man kan heller ikke se bort fra at noen av de indirekte bruker fotballen for å realisere politiske ambisjoner, skaffe seg goodwill eller hvitvaske penger tjent på tvilsomt vis. Hallgeir Gammelsæter (2016) beskriver i boken poeng, penger og politikk disse som hobbymanagere. De er majoritetseiere i idrettsklubber eller selskapene som kontrollerer klubbene, de kan være aktive i styret, de kan bestemme ansettelse eller oppsigelse av spillere, trenere eller andre ledere. De har ikke alltid den sportslige forutsetningen for å opptre som en sportslig leder, men fordi de tilfører kapital når det er nødvendig, er de med på å bli assosiert med klubben både i medgang og motgang. Kanskje den mest kjente hobbymanagere er russeren Roman Abramovich som mellom 2003 og 2015 skal ha brukt mer enn 12 milliarder kroner på Chelsea (Gammelsæter, 2016). Chelsea har i denne perioden oppnådd en sterk posisjon både i engelsk og europeisk fotball. Det finnes også flere eksempler på hobbymanagere i norsk fotball, som for eksempel Kjell Inge Røkke og Bjørn Rune Gjelsten i Molde og Atle Brynestad i Lyn, og kanskje Ivar Kotengs rolle i Rosenborg er på grensen til dette.

Gammelsæter trekker også frem velgjørere som en av markedsaktørene i idretten. De tilhører gjerne det lokalsamfunnet som de er engasjerte i. Der bidrar de gjerne som lokalpatrioter der de ser verdien av å være en del av ett fungerende kultur og samfunnsliv, det er gjerne ikke den økonomiske utbyttet de støtter idretten for. I boken sin skriver Gammelsæter at Røkke og Gjelsten har gått fra å være hobbymanagere til å bli velgjørere i Molde. Gjennom blant annet Prosjekt Tilhørighet kombinerer Røkke det å støtte MFK med ideelle lag og foreninger i regionen. De tidligere eierne i engelsk fotball kan man også se på som velgjørere (Gammelsæter, 2016).

2.6.3 50+1 modellen

Kapittelet om 50+1 modellen er basert på en artikkel fra den tysk Bundesligas nettside (Scheuber, 2018). Fotballen i Tyskland er populær av mange grunner, fotball av topp kvalitet, høyeste tilskuersnittet i verden, lave billettpriser og en god supporterkultur. En av grunnene for dette er 50+1 eierskapsmodellen. Administrerende direktør i Borussia Dortmund Hans-Joachim Watzke sa i 2016 at tyske tilskuere har et nært forhold med klubben sin. Om tilskueren får et inntrykk om at den er en kunde i stedet for en supporter så vil vi ha et problem. 50+1 regelen vil beskytte supporterne mot dette. Regelen gjør at medlemmene har majoriteten av stemmerettigheter. Bundesligareglene sier at om en klubb har en investor som eier mer enn 49 prosent av aksjene i en klubb vil de ikke få spille i Bundesliga. Dette betyr at private investorer ikke kan ta over klubber og pushe gjennom tiltak som prioriterer profitt over ønskene til supporterne. Kjennelsen beskytter samtidig mot hensynsløse eiere og ivaretar de demokratiske skikkene til klubbene.

Historisk var tyske klubber non-profit organisasjoner som ble ledet av medlemmene. Frem til 1998 var private eierskap av noe slag forbudt. 50+1 regelen som ble introdusert det året hjelper til med å forklare hvorfor gjeld og lønningene er under kontroll og hvorfor billettpriser holder seg så lave sammenlignet med andre klubber i Europa. Bayer Leverkusen og Wolfsburg er to spesielle tilfeller i Bundesliga, basert på det faktum av at investorer som har hatt en interesse i en klubb i lenger enn 20 år kan søke på unntak av 50+1 regelen. Leverkusen ble stiftet i 1904 av det tyske farmasøytiske selskapet Bayer,

som holdt til i byen. Tilknyttet det lokale bilvirket ble VfL Wolfsburg i mellomtiden stiftet i 1945, bare syv år etter byen ble grunnlagt for å huse arbeidere for bilselskapet Volkswagen.

Watzke sier at 50+1 regelen gjør mer godt enn vondt, og at de fleste private eiere ville i de fleste tilfeller primært vært opptatt av profitt. Og trekker frem at de fleste klubbene ikke ville få en Abramovich, som først og fremst ville se at Chelsea vinner. Men flesteparten vil tjene penger, og hvor får de dem ifra? Jo tilskuerne.

Den siste tiden har 50+1 blitt utfordret. I 2009 ville Hannover president Martin Kind velte den, men 32 av de 35 andre klubbene stemte imot og tre klubber avsto fra å stemme. DFL president Dr Reinhard Rauball uttrykte sin tilfredshet. Og slo fast at Bundesliga holdt fast på sine prinsipper og opprettholder sin avhengighet av faktorene som har bidratt til suksessen til den profesjonelle fotballen i Tyskland de siste ti årene. Stabilitet, kontinuitet og nærhet til fansen. Samme året ble RB Leipzig stiftet, den østeriske energidrikk giganten Red Bull re-bandet klubben Markranstädt fra det femte nivået. Leipzig gikk klatret oppover og kom på andreplass i Bundesliga i 2016/17 og ble kvalifisert for Champions League. Bayern München har over 290 000 medlemmer som kan stemme over hvem som skal bli president i klubben, mens RB Leipzig bare har en håndfull og de fleste er ansatt i Red Bull. Et annet unntak var når Dietmar Hopp i 2014 fikk grønt lys til å kjøpe opp majoriteten i Hoffenheim etter å ha investert i klubben i over 20 år. Når utenlandske eiere pumper milliarder inn i andre ligaer, så føler noen tyske klubber at det kanskje må en forandring til for å holde seg konkurransedyktig globalt sett. I 2017 ytret administrerende direktør i Bayern München Karl-Heinz Rummenigge at han følte at det burde være opp til hver enkelt klubb om man ønsket å åpne dørene for utenlandske investorer, mens andre mener at man skal fortsette med reglene man har, Watzke sa at han ikke ville at tysk fans skulle bli melket for penger slik som i England. Tidligere UEFA-president Michelle Platini sa at 50+1 regelen er den gyldne standard, siden de fleste ligaene i Europa var kjedelige, med halvfulle stadioner og klubber på randen av konkurs, så er den tyske fotballen bemerkelsesverdig sunn sa Platini (Scheuber, 2018).

2.7 Oppsummering av teorikapittel

Jeg har innledet teorikapitlet med supporterteori for å skape en forståelse for hva supportere er og hva som ligger i begrepet. Videre har jeg også sett på kommersialiseringen av fotballen og beskrevet ulike eierskapsmodeller som er relevante for oppgaven. Supporterteorien blir brukt i analysen for å forstå reaksjonene og holdningene til supporterne. Som for eksempel det Duke (2002) skrev om supporter motstand, Hjelseths (2012) forskning på supporter blir brukt her. En del av den andre teorien om for eksempel kommersialiseringen og eierskapsmodeller blir brukt for å forstå konteksten i analysen.

3.0 Metode

Dette kapittelet handler om det metodiske grunnlaget til oppgaven. Jeg skal starte med en redegjørelse av det vitenskapsteoretiske grunnlaget for oppgaven, før jeg gjøre rede for hvordan rekrutteringen av informanter foregikk, hvordan strukturen var samt gjennomføring av intervjuene og analysen. Deretter vil jeg se på pålitelighet, gyldighet og generaliserbarheten for å vurdere kvaliteten på oppgaven, før jeg vil avslutte med en drøfting av hvilke etiske spørsmål som er blitt aktualisert underveis.

3.1 Valg av metode

Når det gjelder valg av forskningsdesign er det avhengig av hva man ønsker å forske på. I studien min ønsket jeg å finne ut hvilke holdninger norske fotballsupportere har til ulike eierskapsmodeller. Utvalget mitt består av supportere av ulike norske fotballklubber. Problemstillingen min er eksplorerende, denne typen problemstilling krever gjerne en kvalitativ metode som får frem nyanser, går i dybden og vanligvis en konsentrasjon rundt noen få enheter. Man kunne kanskje laget en kvantitativ survey, der respondentene for eksempel ble spurt om å rangere eller prioritere ulike eierskapsmodeller. Jeg har imidlertid vært mer ute etter hvilke holdninger de har til ulike eierskapsmodeller, og hvordan de er begrunnet. Gjennom bruk av kvalitativ metode får man får mulighet til å komme inn på mer dypere nivå enn ved en mer kvantitativ metode. Den kvantitative metoden egner seg bedre til å finne et omfang, hyppighet eller utstrekning av et fenomen (Jacobsen, 2016). I min oppgave er nyanser og forbehold viktig så derfor har jeg valgt en kvalitativ tilnærming. For å få frem disse holdningene og meningene om eierskapsmodeller planla jeg å bruke dybdeintervju for å samle inn data. Dybdeintervju gir en mulighet til å grave dypere, og informantene får reflektert og snakke fritt om deres opplevelinger av de ulike temaene som ble tatt opp under intervjuene (Jacobsen, 2016).

3.2 Informanter

Temaet i oppgaven min er hva norske fotballsupporterne tenker om ulike eierskapsmodeller i norsk fotball. Jeg ønsket derfor å intervju norske fotballsupportere, som har en sterk tilknytning til en norsk fotballklubb. Det er litt forskjellige måter jeg har rekruttert informantene på. Jeg fikk tipset noen navn av veilederen min, og noen gjennom bekjente jeg visste hadde kontakter i supporter miljøet. Det ble relativt raskt fikset tre intervjuer, men etter dette slet jeg litt med å finne flere informanter. Jeg henvendte meg til diverse supporterklubber uten hell. Gjennom nettsiden til en supporterklubb fikk jeg tak i en informant. Etter hvert fikk jeg et tips til av veilederen min og denne informanten sendte meg videre til andre som passet profilen og ønsket å delta i prosjektet. Da ble det litt som en snøballmetode der jeg gjennom en person fikk tips om andre personer som passer profilen jeg lette etter (Jacobsen, 2016). Dermed endte jeg opp med 8 informanter. Flere av dem har frontet ulike supporterklubber i Norge, og dermed hadde de gode forutsetninger for å kunne uttale seg reflektert om temaet mitt. Det er både sterke og svake sider ved å ha informanter som har hatt sentrale roller/posisjoner i det norske supporter miljøet. På den ene siden ligger det en utfordring i at de trolig er mer ideologisk bevisste enn gjennomsnittssupporteren, og derfor kanskje er mer kritiske til alternative eierskapsmodeller. På den andre siden er det grunn til å tro at de er viktige normsendere, som gjerne har en påvirkning på den gjennomsnittlige supporterens holdninger. Alle informantene mine var menn. Dette var ikke noe jeg hadde sterke formeningene om når jeg lette etter informanter. Jeg hadde en

kvinne som kunne tenke seg å stille, men fikk til slutt ikke svar fra henne lenger. Det kunne vært ønskelig å inkludere kvinner, og det er flere kvinner som har hatt verv i det norske supportermiljøet, men oppgaven handler ikke primært om kjønn, og det ble derfor ikke prioritert. Supporterkulturen har tradisjonelt vært veldig mannsdominert, og derfor er det kanskje naturlig å tenke seg at det er derfor jeg bare har fått menn som informanter. Utover dette ønsker jeg ikke å si så veldig mye mer om informantene av anonymitetshensyn.

Informanter:
Andreas
Bjarne
Christian
David
Einar
Fredrik
Gunnar
Henrik

Tabell: Informanter

3.3 Intervju

Noe av det viktigste når man gjennomfører et intervju er å være godt forberedt. Det betyr at jeg som intervjuer er godt kjent med temaet som det skal intervjues om. I løpet av året har jeg lest meg opp og kartlagt temaer som jeg ønsket å ta opp under intervjuet. Så hvis det ble stilt spørsmål, var jeg forberedt til å svare på disse. Eksempel på dette var at noen av spørsmålene jeg hadde med gikk på forskjellige eierskapsmodeller som blir benyttet iblant annet Norge, Tyskland og Danmark. På disse spørsmålene spurte jeg om intervjuobjektene hadde noe kunnskap om hvordan disse eierskapsmodellene fungerer. Her var jeg forberedt på å gi en kort beskrivelse av modellene. Men det viste seg at nesten alle intervjuobjekter visste noe om hvordan disse modellene praktiseres. Intervjuet hadde en middels strukturingsgrad. Jeg laget en intervjuguide (Vedlegg 1) som var delt i to der jeg startet med en slags supporterbiografi, som skulle være med på å kartlegge litt om deres inngang til fotballen, hva de legger i supporterbegrepet og forholdet deres til laget sitt. Det var ment som oppvarmingsspørsmål så jeg kunne gi en myk start slik at informantene kunne bli tryggere før vi gikk over på spørsmål om eierskapsmodeller. Spørsmålene hadde en viss struktur, men om informantene kom inn på et tema som sto senere i intervjuguiden, så ble det droppet senere. Intervjuene ble altså styrt av hvordan samtalen gikk heller enn intervjuguiden. Intervjuguiden bestod av 5 oppvarmingsspørsmål og 10 hovedspørsmål. Varigheten på intervjuene var fra mellom 20-45 minutter. Jeg prøvde i veldig liten grad å styre hvor intervjuene havnet. Jeg ønsket å få frem hva intervjuobjektet mente var viktig, og derfor ville at intervjuobjektene skulle beskrive med egne ord. Derfor benyttet jeg av åpne spørsmål, gjerne med formen «kan du fortelle meg om» denne formen gjør det mulig for informantene å gi en fortelling, i stedet for at de bare svarer kort på enkeltspørsmål. For eksempel «kan du fortelle meg hva du tenker om eierskap av en fotballklubb». Ved å stille slike spørsmål er det vanskelig å vite hva intervjuobjektene svarer, fordi det ikke legger noen føringer på hva som legges vekt på når det gjelder eierskap av en fotballklubb. Det første intervjuobjektene sier er gjerne det som er viktigst for han eller henne. Så vil de senere gjerne utvide synspunktene sine, men det første de svarer er ifølge Jacobsen det som er mest toneangivende (Jacobsen, 2016). For

å unngå å ødelegge flyten og atmosfæren i intervjuet bør man i utgangspunktet ikke avbryte intervjuobjektene noe særlig (Jacobsen, 2016). Av og til kom intervjuobjektene inn på interessante temaer uoppfordret. For eksempel begynte noen å snakke om «fotballens sjel». Derfor stilte jeg oppfølgingsspørsmål for å få intervjuobjektene til å utdype mer og beskrive hva de mente med de ulike ordene eller utsagnene som de brukte. Når jeg så gjennom intervjuene på nytt, og transkriberte dem, merket jeg at jeg burde være enda flinkere til dette. Likevel merket jeg at jeg ble bedre og bedre jo flere intervjuer jeg gjennomførte. Til å være dybdeintervju er intervjuene mine ganske korte. Det kan være ulike grunner til dette. Jeg har ikke veldig mye erfaring med å intervju mennesker, dette kan nok ha spilt inn på hvor god jeg blant annet var til å stille oppfølgingsspørsmål. Selv om intervjuene ikke hadde særlig lang varighet, følte jeg at jeg fikk svar på spørsmålene mine, og jeg kom inn på de fleste temaene med alle informantene. Det var ikke mye snakk om alt mulig annet, og informantene holdt seg veldig til temaene som ble dratt frem. Så selv om intervjuene var laget for å bli et dybdeintervju, ligner flere av intervjuene kanskje mer på det Tjora (2017) beskriver som fokuserte intervju. Fokuserte intervju har et mer avgrenset tema og har en kortere varighet (Tjora, 2017). Derfor kan man argumentere for at noen av intervjuene har denne formen.

3.4 Gjennomføring av intervju

Jeg startet intervjuene med å informere litt om oppgaven, og hvordan intervjuet ville foregå. En slik innledning ble brukt for som en oppvarming for begge parter før vi kom i gang med intervjuet. Fra det første til siste intervjuet jeg hadde gikk det en og en halv måned. Og det gikk en måned mellom det tredje og femte intervjuet. Dette mellomrommet følte jeg ødela litt flyten min som intervjuer. Planen var egentlig å gjennomføre noen av intervjuene ansikt til ansikt, men på grunn av avstander og økonomi gikk jeg bort i fra dette. Jeg gjennomførte et av intervjuene via teams og følte at det gikk bra. Derfor endte jeg opp med å ta alle intervjuene via teams. Dette gikk egentlig fint, uten særlige problemer. Men man får jo et annet forhold til informantene man intervjuer om man møter dem ansikt til ansikt enn gjennom teams. Under intervjuene stilte jeg ingen krav om at de måtte bruke kamera under intervjuene. Men det var bare en av informantene som ikke hadde på kameraet. Det intervjuet var også det korteste. Derfor kan det godt tenkes at det gjorde noe med flyten i samtalen. Jeg hadde derimot på kamerafunksjonene, slik at hvert fall informanten hadde en knagg å henge meg på. Jeg kunne derimot ikke se ham, eller hvordan han reagerte på spørsmålene mine. Siden intervjuene foregikk gjennom en teams, hadde informantene selv mulighet til å velge hvor de gjennomførte intervjuet. Noen satt hjemme på kontoret, noen satt seg ute på en benk, mens en annen gjennomførte det på pauserommet på jobben. Tjora (2017) skriver at for å legge til rette for en avslappet stemning i intervjuet, er det vanlig å gjennomføre intervjuet på en plass der informanten kan føle seg trygg. Ved at man selv kunne velge hvor man vil gjennomføre intervjuet så kan det tenkes at dette bidro til at man følte seg mer komfortabel og avslappet.

3.5 Behandling av data

Alle intervjuene ble tatt opp og transkribert senest dagen etter intervjuet. Ved å ta opp intervjuene kunne jeg fokusere mer på det som ble sagt under samtalen, og sørge for best mulig kommunikasjon. Slik fikk jeg bedre mulighet til å spørre om utdypninger når det trengtes. På bakgrunn av opptakene kunne jeg transkribere så nøyaktig som mulig. Ifølge Tjora kan det ofte være smartere å transkribere mer enn det man tror er

nødvendig (Tjora, 2017). Transkriberingen ble gjort raskest mulig etter intervjuene, en del av intervjuene ble gjort på kveldstid, som gjorde at det beste for meg ble å transkribere dem dagen etter. Å transkribere raskest mulig gjør at man lettere klarer å gjenskape stemningen i intervjuet og klarer huske best mulig hva som skjedde under intervjuet. Når jeg var ferdig med transkriberingen, samlet jeg utsagn om samme tema fra forskjellige respondenter. Dette ble gjort for å få bedre kontroll over hva som ble sagt om de forskjellige temaene. Deretter valgte jeg ut sitater jeg tenkte passet i analysen, og forklarte med egne ord hvordan jeg tolket sitatene. Som man sikkert merker så blir sitatene til en tre-fire personer brukt mer enn de andre i analysen. Det kan være flere grunner til hvorfor dette har skjedd. En kan være at de blant annet hadde de tidsmessig lengste intervjuene. Andre kan være at de hadde ganske klare formeninger om disse temaene og derfor kom det bedre frem under sitatene jeg la frem.

I oppgaven min har det til en viss grad vært et vekselvirkningsforhold mellom teori og empiri. Jeg hadde jo et teoretisk rammeverk som var på plass før analysen, men det dukket opp uttrykk underveis som bidro til det teoretiske apparatet. Som for eksempel når jeg tolker begrepet fotballens sjel, blir dette med inn i det teoretiske apparater. Men store deler av teorien var på plass før analysen, så sann sett var det deduktivt, men det har også vekslet litt med tanke på empirien som dukket opp under intervjuene og analysen.

3.6 Forskningskvalitet: Pålitelighet, gyldighet og generaliserbarhet

Pålitelighet, gyldighet og generaliserbarhet er sentrale momenter når man skal vurdere forskningens samlede kvalitet. Pålitelighet handler om at det er en intern logikk eller en sammenheng gjennom hele oppgaven, og at fremgangsmåten er transparent og kan replikeres. Gyldighet handler om at det en logisk sammenheng mellom prosjektets utforming og funn, og spørsmålene jeg ønsket å finne svar på. Generaliserbarhet gjelder hvordan forskningen er relevant utover de enhetene som er undersøkt (Tjora, 2017).

3.6.1 Pålitelighet

Tjora trekker frem at innen all type samfunnsforskning vil forskeren ha ett eller annet engasjement i temaet det forskes på (Tjora, 2017). Innen kvalitativ metode kommer man tett på informantene og derfor er det viktig at jeg var bevisst på egen rolle i forskningen. Jeg har så lenge jeg husker vært interessert i fotball, og har selv fotballag jeg bryr meg ekstra om. Jeg har en bachelor utdanning innen Sport Management, og har alltid vært fenget av supportere og organiseringen av idretten. Det var emnet IDR3035 – Idrett modernitet og modernisering, som gjorde at interessen for dette temaet blusset litt ekstra opp. Så for min del så er dette et interessant tema også rent personlig. I forbindelse med masteroppgaven her har jeg lest meg godt opp på teori om temaet. Som forsker går man gjerne inn med en førforståelse av temaet, og sitter gjerne med oppfatninger om temaet på forhånd. Dette kan ha vært med på å prege forskningsarbeidet. Ved å lese meg opp på teori om temaet har jeg kunne stille mer presise spørsmål, det kan dog også ha vært en ulempe ved å ha forutinntattheter, men dette har jeg prøv best mulig å ta hensyn til. Ved at, selv om mye av det som ble sagt kan forstås i lys av teori om supportere, har jeg også forsøkt å være bevisst på at min førforståelse har vært preget av dette. Jeg var bevisst på at jeg ikke skulle intervju noen jeg kjente til oppgaven. En bekjent av meg som jeg visste hadde en fot innenfor en supporterklubb, sendte videre en forespørsel til supporterklubben, og sa at han kunne delta om ingen av dem kunne stille. Jeg slet so tidligere nevnt med å få informanter til oppgaven. Selv om det fristet så takket jeg nei til dette, for at kildene skulle være mer

uavhengige. Som jeg kommenterte tidligere i metoden, så ser man i analysen at det er tre-fire informanter som blir sitert oftere enn andre. Ulike informanter snakket mer inngående om ulike temaer enn andre, og da kommer det gjerne flere nyanser frem. Dette har nok påvirket valgene av sitater. Jeg følte jeg tematiserte sitatene godt og meningene til de som ikke har blitt sitert like mye, blir gjerne også representert gjennom svarene til de som har blitt sitert. Lengden på intervjuene har nok også påvirket på hvor mange sitater det er pr informant.

3.6.2 Gyldighet

Som sagt så er knytter vi gyldighet til om spørsmålene jeg har stilt i oppgaven faktisk er svar på de spørsmålene jeg har forsøkt å stille. Mats Alvesson (2010) er en sterk kritiker av det han kaller en naiv holdning en del forskere har til kvalitativ datainnsamling. Han hevder at for mange tar for gitt det mennesker sier og gjør, også representerer virkeligheten (Alvesson, 2010). Derfor gjelder det å være kritisk til at informantene mine gir den riktige informasjonen. Informantene utaler seg primært ikke om «virkeligheten», men hva de mener. En av mine informanter uttrykte at de har ganske sterke meninger om temaet jeg tar opp i oppgaven min, allerede før han hadde hatt intervjuet. Temaet for oppgaven min handler på mange måter om hvordan fotballen er bygd opp i Norge, og derfor er det en sak mange supportere har sterke meninger om. Tidligere forskning viser jo at supportere har en tendens til å stå imot det som truer kjernen i fotballen (Duke, 2002). En styrke ved dette er jo at det er et tema det virket som mange av informantene hadde reflektert over, og derfor hadde en del kunnskap om, somnevnt, etter som hadde de aller fleste informantene god kunnskap om de andre eierskapsmodellene. Jeg var jo tross alt opptatt av hvordan de tenker om ulike eierskapsmodeller, og jeg synes informantene svarte reflektert og bra på spørsmålene jeg stilte. Derfor har jeg ingen grunn til å tro at de lyver når de snakker om sine egne meninger om eierskapsmodeller. Som en gyldig regel skriver Jacobsen (2015) at informasjon fra flere uavhengige kilder gir en gyldig beskrivelse av fenomenet. I oppgaven min hadde jeg åtte informanter, jeg brukte en snøballmetode for å finne noen av informantene så da kan det diskuteres hvor uavhengige de fire jeg fikk fra det er av hverandre. Men når jeg ser gjennom transkriberingene av dem og sammenligner dem, så virker de å være uavhengige av hverandre. I mange av spørsmålene svarte egentlig alle åtte respondentene relativt likt, men beskrev det gjerne gjennom forskjellige innfallsvinkler. Dette gjør at jeg får en følelse av at de er uavhengige av hverandre. De har jo selvfølgelig har mange like interesser og motiver, så helt uavhengige er de nok ikke. I og med at mange av informantene er spesielt interesserte i dette temaet. Er det derimot usikkert i hvor stor grad deres synspunkter deles av den store bredden i supportertermiljøet.

3.6.3 Generaliserbarhet

I oppgaven har jeg et utvalg på åtte informanter. Det finnes mange flere fotballsupportere enn det i Norge, og derfor utgjør disse åtte informantene en svært liten del av norske fotballsupportere. Derfor kan jeg i statistisk forstand ikke generaliseres til flertallet norske fotballsupportere. Også til dels for at flere av informantenes roller i supportertermiljøet ikke er gjennomsnittlig, men at de er ekstra interesserte. Tjora (2017) beskriver en konseptuell generalisering der man har ulike konsepter, eller typologier som vil ha relevans for andre enn de som er studert. I oppgaven min har jeg brukt Guilianottis (2012) supportertypologi for å beskrive supporterne. Tidligere i methodedelen skrev jeg at jeg ønsket norske fotballsupportere med en sterk identitetstilknytning til en norsk fotballklubb som informanter til oppgaven min. Og det er først og fremst

meningene til disse type supportere jeg tenker at informantene mine kan være representative for. I og med at supporterene har rollene de har i supportermiljøet, kan man likevel tenke at disse er med på å sette tonen for hvordan norske fotballsupporteres tenker og mener om ulike eierskapsmodeller. Så ved det så vil jeg likevel argumentere for at deres meninger kan være representative for hvordan tonen i en debatt om eierskapsmodeller for norsk fotball, blant norske fotballsupportere hadde blitt. Så går det litt på hvordan man definerer supportere.

3.7 Etiske betraktninger

Det er ulike etiske utfordringer knyttet til ulike datagenereringsmetoder. Tjora trekker frem at aspekter som tillit, konfidensialitet, respekt og gjensidighet må prege kontakten vi har med deltakere i prosjektet (Tjora, 2017). Når informantene fikk spørsmål om å delta i prosjektet fikk de et informasjonsskriv (se vedlegg 2). I dette ble det blant annet beskrevet hva studien går ut på, hvilke rettigheter de har og hva som skjer med opplysningene de oppgir. Prosjektet ble også vurdert som lovlig av Norsk samfunnsvitenskapelig datatjeneste (NSD) (se vedlegg 3). Ved å melde prosjektet inn til NSD får jeg kvalitetssikret de etiske aspektene ved intervjuguiden. Intervjuene ble gjennomført på via videosamtale og i starten av intervjuet ble de minnet på hva som skjer med dataen etter jeg er ferdig med den, og at alt blir anonymisert. For å anonymisere dem har jeg blant annet endret navnene til informantene, og erstattet de med navn som starter fra a-h. Samt at når de snakker om klubben sin eller en hendelse som kan kjenne igjen laget deres har jeg endret klubbnavnet til for eksempel klubben. Slik det skal være vanskeligere å gjenkjenne informantene. I tillegg skrev jeg transskriberingen på bokmål for å hindre gjenkjenning av dialekter.

4.0 Analyse av intervjuer

I dette kapittelet skal jeg analysere ulike utsagn fra informantene opp mot teorien, og hvordan man kan forstå utsagnene. Jeg starter med å analysere hva supporterne tenker selv om eierskap, før jeg går videre til ulike eierskapsmodeller. Deretter går jeg nærmere inn på ulike temaer og aspekter ved eierskap av en fotballklubb, som ble tatt opp under intervjuene.

4.1 Hvem bør eie en fotballklubb

I Norge er som tidligere nevnt alle klubber foreninger der klubbens medlemmer bestemmer gjennom årsmøter. Eierskapsmodeller er noe NTF har jobbet med i strategiplanen deres, og 20. januar la de frem på et møte med toppklubbene i Norge et forslag om utredning av eierskapsmodellen (Wahl & Austerheim, 2022). Jeg ser på en endring av eierskapsmodell som en del form av institusjonell omforming, som Hjelseth (2012) beskrev som en av dimensjonene ved modernisering av fotballen. For å innlede spørsmålene om eierskapsmodeller spurte jeg informantene hvem de mente bør eie en fotballklubb. Alle informantene var samstemte når det gjelder eierskap til en fotballklubb. Det som gikk igjen, var at de ønsket av klubbene skal være medlemseid. Andreas legger vekt på at dette på spørsmålet om hvem bør eie en fotballklubb:

«Dette er en av mine ideologiske kampsaker, at fotballen skal tilhøre vanlige folk, konkret medlemmene i klubbene, og at det er de som skal bestemme. Og det er sånn kort oppsummert. Og det handler om det som jeg sa sant at det er liksom vi som, og det er jo litt av den supporteridentiteten også. Altså vi ser på oss selv som at vi er fotballen så og si, det er vi som eier fotballen, det er vi som er fotballens sjel på sett og vis» - Andreas

Christian la også vekt på noe av det samme når han sa: *«Altså i den ideelle fotballromantiske verden så skal jo det selvfølgelig være medlemseid og medlemsstyrt» - Christian.* Begge legger vekt på noe Hjelseth (2012) trekker frem fra ved at supportere har et bevisst forhold til myter og versjoner om hvordan fotballen og fotballkulturen skal være. Spesielt Andreas legger vekt på dette da han sier at den hans ideologiske kampsaker er at fotballen skal tilhøre vanlige folk. Guilianotti (2012) skrev beskrev supporterne som fotballens voktere, og på mange måter passer dette med disse uttalelsene. Duke (2002) påpekte også at supportere gjennom den sterke lidenskapen og lojaliteten skaper et eierskap til klubben deres. Og at kjernesupportere og fans vil stå opp mot det som truer deres tradisjoner (Duke, 2002).

Einar og Bjarne begrunner hvorfor det bør være medlemsstyrt med hvordan den norske idrettsmodellen er. Einar sier at: *«Mine tanker er i utgangspunktet at en fotballklubb er et idrettslag, og det bør være eid av medlemmer som melder seg inn og betaler en årskontingent, og får da en aksjeandel» - Einar*

Den norske idretten beskrives ofte som et resultat av folkebevegelser som har forbindelser til andre politiske og sosiale bevegelser blant bønder, arbeidere og i borgerskapet. Gjennom dette kan idretten i Norge beskrives som en aktivitet som skapes og organiseres nedenfra og opp, fra det et enkelt individ på bunnen til paraplyorganisasjonen NIF på toppen (Gammelsæter, 2016). Dermed beskrives idrettens organiseringsstruktur som veldig helhetlig folkelig og basert på frivillighet og frihet. Bjarne trekker det lenger enn Einar når han sier:

«Men i utgangspunktet er jeg tilhenger av at klubbene er medlemsstyrt. Og det mener jeg er viktig av flere grunner da. Det ene er at jeg tror det er viktig for å sikre at flere interesser enn bare profittjag og ønske om å bli flinkest sportslig vinner da. Hvis jeg skal si isteden for å forklare hele opplegget, men heller bruke et kodeord for det, så tror jeg den norske idrettsmodellen trenger at klubbene er medlemsstyrt for å ivareta de tingene «alle» er enige er bra med den norske idrettsmodellen» - Bjarne

Bjarne mener at det er viktig for den norske idrettsmodellen at klubbene er medlemsstyrt for å ta vare på det «alle er enige» er bra med den norske idrettsmodellen. Når Bjarne sier at det er best at «alle er enige», sikter han trolig til at NIFs arbeid skal være preget av frivillighet, demokrati, lojalitet og likeverd. NIF skriver videre på nettsidene sine at all idrettslig aktivitet skal bygge på grunnverdier som idrettsglede, fellesskap, helse og ærlighet (NIF, 2022a). En annen form for eierskap som ikke er medlemsstyrt går imot mange av NIFs verdier som blir høyt verdsatt. Det er klart ikke alt er perfekt, men en endring av bort fra å være medlemsstyrt kan føre til at man blant annet svekker demokratiet, det kan skape større avstander og forskjeller. Selv om Bjarne ønsker at det skal være medlemseid peker han likevel på at viktig med et kompetent styre.

«Det er mye som kan gå gærent når det er folk som først og fremst har følelser for ting skal styre og sånn. Så man må jo, selvfølgelig ha et styre med kompetente mennesker og en del sanne ting har blitt bedre med årene» - Bjarne

Det er jo medlemmene på årsmøtene som bestemmer hvem som skal sitte i styret. I fotballen finnes det utrolig mange forskjellige stemmer, og mange meninger. Det er følelser involvert og dermed er det viktig å finne kompetente ledere. Bjarne peker også på at det har blitt bedre med årene. Det kan være noe med at det stadig kommer nye autorisasjonskrav for både ansatte og frivillig fra blant annet NFF. Dette gjelder ansatte i klubben da, og ikke styret. Men i lisenskrakteriene fra Eliteserien og Obos for herre står det blant annet at klubbene skal utnevne en person med minimum tre års relevant utdanning fra universitet eller høgskole med økonomisk bakgrunn og erfaring som klubbens økonomiansvarlig. De må også ha en sikkerhetsansvarlig som er utdannet politi eller relevant utdanning og erfaring fra forsvaret, eventuelt inneha sikkerhetsrelevant utdanning, som vekterkurs og erfaring som vekter (NFF, 2019).

Oppsummering

Dette kapitlet legger vekt på hvem supporterne selv mener burde eie en fotballklubb. Det kom klart frem at alle jeg intervjuet var tilhengere av et medlemsstyrt eierskap. Det blir lagt vekt på at fotballen skal tilhøre vanlig folk. Og trekker frem tilhengeridentitet og at man føler på et eierskap til fotballen. Fotballen er jo tross alt en del av den norske idrettsmodellen, og enkelte mente at for at den skal passe inn den norske idrettsmodellen, trenger den å være medlemsstyrt. Dette begrunnes med, for å sikre at flere interesser enn bare jaget om profitt og bli best mulig sportslig ikke overgår det folk flest mener er bra med den norske idrettsmodellen.

4.2 Eierskapsmodeller

I dette kapitlet skal jeg analysere litt om hva supporterne mente om ulike eierskapsmodeller som kan være aktuelle, men også mindre aktuelle for norsk fotball. Der jeg først ser på dualmodellen som de fleste norske toppklubbene bruker, se videre

på hva de tenker om den danske modellen der det er et fritt marked der klubbene kan børsnoteres. Så gå over til de tyske og svenske som er ganske like.

4.2.1 Dualmodellen

Dualmodellen innebærer at et idrettslag kan inngå samarbeid med et aksjeselskap. De kan da kjøpe de kommersielle rettighetene til idrettslaget det vil si alle inntektene ved unntak av medlemskontingenten (reklameinntekter, utstyrsavtaler osv som er salgbart). Ifølge reglene til NIF skal idrettslagene og foreningene i idretten skal være selvstendige rettssubjekter og samarbeidende aksjeselskap skal ikke innflytelse på det sportslige og idrettslige arbeidet.

De fleste av informantene var enige om at i teorien så er dualmodellen en god modell. Med en tanke om å skille det kommersielle fra det sportslige. Men flere av informantene var i tvil om hvor vidt dette var realiteten. Andreas svarte det her på spørsmål om hva hans tanker om dualmodellen er.

«Først og fremst, det fungerer jo ikke sann spesielt godt i praksis. Det vi ser i en del klubber er jo det at man har liksom en. Altså grunntanken i dualmodellen er jo okey, at du skal beholde medlemseide klubber, samtidig som du skal kunne outsource kommersielle rettigheter, og få inn penger fra eksterne investorer. Så er regelverket ganske klart rundt dette. At aksjeselskapene ikke skal kunne blande seg i de sportslige vurderingene. Men det blir jo ofte på papiret mer enn i realiteten. At gjentatte tilfeller hvor investorer og AS skulle blande seg mye mer i sportslige avgjørelsene enn det som de egentlig har lov til. Det var jo en konkret sak der i Viking. Hvor treneren blir sparket av feil styre. Og det illustrerer jo hvor dårlig det skille mellom klubb og AS fungerer i praksis» - Andreas

Andreas peker på at det gjentatte ganger har vist seg at det ikke fungerer like bra i praksis, og trekker frem saken i Viking der Bjarne Berntsen ble sparket av feil styre (Nilssen, 2020). Einar ordla seg litt annerledes, men får på en måte frem det samme poenget, når han peker på at maktbalansen fort blir veldig skeiv.

«Den dualmodellen vi har i Norge synes jeg ikke er noe god, fordi vi får en veldig skeiv, mulig feil maktbalanse. Den har sikker gode hensikter, men når representanter fra to styrer skal samarbeide, der den ene delen har mye mer makt og har råderett over egentlig det viktigste grunnlaget, altså pengene, så er det klart at den maktbalansen blir skeiv, og da er det i utgangspunktet kapitalen som bestemmer og ikke medlemmene, de virkelige stemmene» - Einar

Som Gammelsæter og Ohr skriver, er det aksjeselskapene som i mange tilfeller sitter på kapitalen, vil de ha betydelig makt og påvirkning i sportslig karakter (Gammelsæter & Ohr, 2002). Bjarne var også skeptisk til maktbalansen. Og dro frem eksempel fra når hans klubb hadde økonomiske problemer.

«Men det er jo ikke til å stikke under en stol at hvis en klubb får skikkelig, skikkelig økonomiske problemer, og så sitter det noen i et samarbeidende AS med ganske mye penger, så blir maktforholdet veldig, veldig fort skeivt. Og da blir det nok grunn til å spørre hvem det er som egentlig styrer klubben. Og det har skjedd mer enn en gang at investorer har truet klubben med konkurs, hvis de ikke får det slik de vil i en

forhandling, ikke sant. Og det har jeg skriftlig, så det er ikke bare en påstand» - Bjarne

Idrettsjurist Gunnar Martin Kjenner mener det skjer et statskupp i norsk fotball. Kjenner mener at når konsekvensen av at det er næringslivet og ikke idrettslagene som bestemmer hvem som er trener, kjøp og salg av spillere, er at klubbstyrene mister makt, og derfor blir det mindre attraktivt å sitte i styrene. Som videre fører til et svekket klubbmiljø i det Kjenner beskriver som en «ødeleggende spiral» (Myhre & Bergh, 2021). Så det kan også være en av farene ved den skeive maktbalansen.

Andreas peker videre på at, for at dualmodellen skal fungere bra nok så krever det at man engasjerer seg i klubben.

«Samtidig så er jo min analyse av det at det handler om at vanlige medlemmer og supportere ikke har vært flinke nok til å engasjere seg i klubbene konkret. Slik regelverket er så er det jo egentlig klubben, den medlemseide klubben som har all makten. Og kan jo si opp avtalen med as når som helst. Men det krever jo at det faktisk er noen som engasjerer seg i klubben og stiller på årsmøte og kommer inn med konkrete forslag til årsmøtene og prøver å eventuelt å få inn andre kandidater til styret. Et aktivt medlemsdemokrati krever jo at medlemmene faktisk engasjerer seg» - Andreas

Som Gammelsæter (2016) trekker frem, er organisasjonsformen forening basert på frivillig medlemskap og demokratiske valg av styrer, komiteer og ledere. Det er lover og vedtekter som skal regulere aktiviteten som over tid er bygd opp gjennom vedtak fra demokratiske, eller demokratisk valgte organer. Lederne makt er dermed basert på medlemmenes tillit, gjennom valg. Lederne har sine fullmakter gjennom foreningens vedtekter og prosedyrer. Derfor er det gjerne slik som Andreas peker på klubbene er avhengige av et aktivt medlemsdemokrati om man skal kunne følge opp disse sakene.

Henrik peker på at klubbene trenger det kommersielle for å overleve. Og tenker at det kan være gode grunner til at dualmodellen er til. Han peker også på at man trenger sponsorer og støttespillere for at man skal kunne utvikle seg videre som klubb.

«Nei, altså, det kommersielle, klubbene trenger jo det, for å overleve. I Norge blir man ikke akkurat rik av tilskuertall og kiosksalg for å si det slik i toppfotballen. Så der er nok sikkert gode grunner til at dualmodellen kan funke med det kommersielle, fordi sponsorer og støttespillere trengs jo for at man skal kunne utvikle seg, samtidig som man skal kunne opprettholde et godt sportslig nivå. Så man er avhengig av sponsorstøtte» - Henrik

Oppsummering:

Supporterne mente det var ideen i dualmodellen er god, med at man skal prøve å skille det kommersielle og sportslige fra hverandre. Men at det sjeldent fungerer slik den er tenkt. Det er vanskelig å vite hvem som egentlig tar avgjørelsene og det ble lagt vekt på at maktbalansen var skeiv. Og makten som oftest lå der pengene var, og det er gjerne i ASet. Det ble også lagt vekt på at, for at dualmodellen skulle fungere skikkelig, så krever det at medlemmene i klubben var engasjerte. Men det var også forståelse for hvorfor den var der med tanke på at klubbene er avhengige av sponsorer og støttespillere for at klubben skal kunne utvikle seg videre.

4.2.2 Dansk modell

I Danmark er det i motsetning til i Norge tillatt med eierskap fra utenlandske aktører. Det er et fritt marked der klubbene kan børsnoteres. Den danske modellen er mindre relevant for utredningen til NTF med tanke på at NTFs administrerende direktør Leif Øverland sa at man ikke tror vi skal hoppe rett på den danske modellen. Han pekte på den norske sjelen og hvordan idretten er bygget opp (Wahl & Austerheim, 2022). I Norge er idrettens organer opptatt av idrettens frie stilling ikke skal kunne overføres til utenforstående (Gammelsæter & Ohr, 2002). Men Danmark er et land man sammenligner seg veldig mye med og derfor føler jeg det er aktuelt å ta med hva supporterne tenker om en slik modell.

Noe av det informantene la vekt på var at de var redd for at en slik eierskapsmodell skal kunne føre til større avstand mellom klubben og supporterne. Christian trakk frem at han er skeptisk til større investorer, og tror det kan føre til større avstand når han sa:

«Jeg tilhører jo den delen av fotballen som mener at pengene er fotballens største fiende. Jo større investorer, jo lengre avstand blir det mellom supporterne og klubben de elsker» - Christian

Fredrik hadde bekjente i Danmark som er lite begeistret for modellen, siden de sliter med å få innflytelse i klubben, da han sa:

«Nei, jeg kjenner jo en del i Danmark, og dem er jo ikke noe begeistret for den der, de sliter jo voldsomt med innflytelse i klubben sin. Så blir det jo gjerne litt mer brudulje i Danmark enn det gjør i Norge for å si det sånn. Dra på et årsmøte i Brøndby feks eller i Aalborg, det går ganske varmt for seg for å si det sånn. Nei jeg er ikke noen tilhenger av den, hvem som helst kan kjøpe aksjer og plutselig så er det jo en eller annen sjeik som eier klubben. Og hva vil den gjøre med klubben? Da har du null styring og kontroll på det. Jeg er ikke noe tilhenger av den i det hele tatt» - Fredrik

Jeg tolker de to utsagnene ganske likt, med tanke på man har en frykt for at det skal skape større avstand mellom supporter og klubb. Som jeg fikk frem tidligere i teksten så ønsket de fleste jeg intervjuet at klubbene skulle være medlemside. Duke (2002) trekker frem at kjernesupportere ofte tenker at klubben tilhører dem, heller enn direktørene og aksjeeierne. Gammelsæter og Ohr (2002) trekker frem at dagens supportere gjerne krever direkte innflytelse. Fredrik trekker frem her, at man sliter med å få innflytelse i klubben. Derfor kan det tenkes at en dansk modell kan føre til slik man mister styring på hva som skjer i klubben. I Guilianottis (2012) beskrivelse av supportere, skriver han at klubben ofte blir sett på som et viktig symbol for lokalmiljøet. Dette illustrerer Christian ganske godt da han fortalte om en episode der han konfronterte spillerne i klubben hans, da klubben hans holdt på å rykke ned en sesong:

«Da sa jeg til dem at jobben deres går ut over arbeidsmoralen og arbeidskapasiteten i hele regionen dagen etter kamp. Når dere gjør det ræva, så er det ganske mange som tar det til seg. Ordene jeg brukte var vel at jobben deres er det viktigste i veldig mange folks liv» - Christian

Einar også uttalte seg også skeptisk med tanke på at om klubben hans hadde blitt børsnotert, da den mulig kan ende opp med en eier. Da trodde han at det blir vanskelig for vanlige supportere å sitte med kontrollen over klubben. Som kan tolkes likt som sitatene over, med at man sliter med innflytelse

«København er vel børsnotert er dem ikke det da? Og da kan du jo potensielt ende opp med en eier, altså makten blir fordelt på veldig få hender» - Einar

En annen sak de var bekymret for ved børsnoterte klubber var at de var redde for at klubben skulle bli misbrukt. Andreas sa:

«Det har jo vært flere saker i Danmark hvor eierne bruker klubben til å hvitvaske penger, helt håpløse greier. Så kan ikke skjønne at det er så attraktivt. Og det tror jeg er en sannsynlig konsekvens om vi går i samme retning, at klubbene blir et virkemiddel for noe helt annet, om det er hvitvasking eller hva» - Andreas

Videre tilføyer Andreas: *«Det skal ikke handle om at fotballen skal være et virkemiddel for andre, enten for at de ønsker å tjene penger på det eller enda verre tilfeller da at de ønsker å renvaske sitt eget rykte» - Andreas.* Gammelsæter (2016) viser at det å være eier i en fotballklubb, sjeldent er lønnsomt. Men siden fotballen er så populær, så kan det være andre grunner til å investere i en fotballklubb. Men han trekker frem at det er vanskelig å vite hvilke grunner en eier har for å investere i en fotballklubb, han skriver også at man burde være åpen for at de har andre baktanker enn at de er fotballsupportere som ønsker klubben det beste. De siste årene, spesielt siden Qatar-saken var oppe har norske fotballsupportere gått mot sportsvasking.

«Nå er det slik at flere og flere klubber har årsmøte vedtak på at de ikke skal samarbeide med nasjoner som bryte menneskerettigheter og tvilsomme regimer, så da hadde det brutt mot det. Og siste par årene så har Qatar-saken vært et veldig høgt tema og det har påvirket klubbene, opp imot NFF og FIFA og sånt, at det flere og flere klubber kjører på med slike årsmøtevedtak gjør at man ikke kan få inn slike aktører, det tror jeg er veldig positivt. For sportsvasking er et veldig stort problem i fotballen og sikkert andre idretter, det vet ikke jeg, men hvert fall i fotballen. Så det er et ansvar supporterne har tatt på seg. Og kjempe for, og det har de til dels lykkes med i Norge, og jeg tror det kommer til å spre seg utover» - Henrik

Et eksempel på hva Henrik snakker om her er da NFF tidligere i år vedtok at norske lag og klubber ikke skal ha sponsoravtaler med eller treningsleirer i land som bryter med menneskerettighetene (Nordsetrønningen, 2022).

Oppsummering:

Supporterne var veldig skeptiske til den danske modellen. Man fryktet at en modell der investorer med enda mer makt kan skape større avstand mellom klubbene og supporterne. Det ble lagt vekt på man i Danmark sliter med få noe innflytelse som supporterne. At man mister styringen på klubben. Flere trakk også fra en frykt for at klubben skulle bli misbrukt ved en slik modell. At klubben skulle bli brukt som et virkemiddel for noe helt annet.

4.2.3 Tysk modell

Den tyske modellen er derimot mer relevant i med tanke på uttalelsene til Øverland. Der NTF meldte seg positive til å innføre en tysk eierskapsmodell i norsk fotball (Wahl & Austerheim, 2022). Den tyske 50+1 regelen gjør at medlemmene har majoriteten av stemmerettigheter. Bundesligareglene sier at om en klubb har en investor som eier mer enn 49 prosent av aksjene i en klubb vil de ikke få spille i Bundesliga. Dette betyr at private investorer ikke kan ta over klubber og pushe gjennom tiltak som prioriterer profitt over ønskene til supporterne. Kjennelsen beskytter samtidig mot hensynsløse eiere og ivaretar de demokratiske skikkene til klubbene (Scheuber, 2018).

David synes prinsippet i 50+1 modellen er gode, da han sa:

«Jeg synes det er et veldig godt prinsipp, å tenke at ingen skulle ha styringen i en lokal fotballklubb utenfor. For det vil automatisk fjerne bort en del investorer som egentlig er uinteressant for fotballen. Dem for holde på med hus og andre ting. Dem får holde seg borte fra fotballen. Av og til så er dem ute etter å leke seg, av og til er dem ute etter å tjene penger, og av og til så har dem et hjerte for en klubb, men de har en uheldig tendens siden de har klart å skrape frem litt penger til å tro at dem er bedre enn andre» - David

Andreas forklarte at han hadde drøftet positive og negative sider, og sammenlignet den tyske modellen med dualmodellen. Selv om han fortsatt var litt usikker på hva som var best, sa han at han tror han hadde landet på at dualmodellen er bedre.

«Så da har du et styre i AS som er med å fatte de sportslige avgjørelsene. Med tunge investorer som er inne å gjør en del av de sportslige prioriteringene. Og det tror jeg er mer problematisk, enn å ha en dualmodell hvor man prøver å skille fotball og kommers mest mulig i fra hverandre. Så jeg er ikke 100% sikker på at det er rett, men jeg tror jeg har landet på at det er en bedre modell. For det handler jo litt om det å holde investorer til det de kan og holde de unna fotball, som de ikke kan» - Andreas

Andreas legger vekt på det ved å skille fotball og det kommersielle fra hverandre. Og som nevnt tidligere så er jo de fleste jeg intervjuet allerede skeptiske til maktbalansen i klubbene. Jeg tolker dette utsagnet som i at når man ved en 50+1 modell tenker at man legitimerer mer påvirkning i det sportslige fra investorene. I dualmodellen skal i utgangspunktet investorer i ASet holde seg borte fra det sportslige. Han trekker trådene videre og kobler det mot den svenske 51% regelen som er ganske lik. Der også er det klubbene som eier lisensen til å spille i seriesystemet.

«I norsk fotball så er det jo klubbene som eier lisensen til å spille i seriesystemet. Og på en måte ASene er på siden av det, og skal på en måte holde seg borte fra det sportslige. Mens i 51%-modellen så er det jo faktisk ASene som spiller i serien, som feks Hammarby, som er jo i Alsvenskan så er det vel Hammarby AB som faktisk eier lisensen» - Andreas

Jeg tolker disse to sitatene til at man er ganske skeptisk til hva investorer har av kunnskap til å bidra med på det sportslige. I boken kampen uten ball, reiser Gammelsæter og Ohr spørsmål om hva næringslivsledere egentlig tilfører fotballen. De stiller seg skeptiske til om de er ydmyke nok til å til å gå inn i rollen som læregutter, og

om de har tålmodighet nok til at klubbfilosofier kan dyrkes frem, eller om de er for opptatt av kortsiktige resultater. De trekker videre frem at næringslivsledere ofte har hatt en feilaktig og urealistisk forståelse av fotballen. Viktig å få frem at de mener da næringslivsledere uten fotballfaglig bakgrunn. For det finnes mange næringslivsledere som har gått forretningsveien og ytt verdifulle bidrag i fotballen. (Gammelsæter & Ohr, 2002). Man kan tolke Bjarne sitt svar litt på samme måte, han er redd for at en direkte innføring av 50+1 modellen vil føre til et maktskifte, når han sier:

«Men foreløpig så har vi landet på at 50+1 er egentlig en kul greie hvis det er Premier League, eller en eller veldig mange andre ligaer i verden. Men at i vårt tilfelle ville det i realiteten føre til et maktskifte vekk fra medlemmene. Og at vi synes det er en uting» - Bjarne

Bjarne er redd for at en utredning av eierskapsmodellen kan vil føre til en oppmykning i regelverket, og en enda mer kommersialisert norsk fotball. Idrettsjuristen Gunnar Martin Kjenner, beskriver det som et stille statskupp når et annet rettssubjekt overtar makten i klubben (Myhre & Bergh, 2021). Og jeg tolker det som at det er noe av det Bjarne frykter i større grad vil skje ved en oppmykning av regelverket. At man får andre som får en stor stemme når det skal bestemmes.

Som nevnt tidligere i oppgaven, finnes det noen unntak ved 50+1 regelen, som gjør at investorer som har hatt en interesse i en klubb i lenger enn 20 år kan søke om unntak fra 50+1 regelen. Så har tilfellet i Leipzig, der Red Bull konsernet kjøpte opp en klubb fra lavere divisjoner og bare har en håndfull medlemmer. Einar er positiv til modellen, men mener at dette regelverket gjør at han blir skeptisk til modellen. Einar sa:

«Det ligger et sånt ullent regelverk der, som Hoffenheim har fått gjennomslag for, hvis du kan bevis at du e en velgjører over så og så mange år, så kan du få fritak fra den regelen. Og det fikk jo han Hopp i Hoffenheim, sjefen i Hannover har jo ikke fått det. Så det er jo en svakhet med den da. 50+1 er en veldig bra regel, men da burde den være konstant slik at det ikke er mulig. Du får ikke lisens hvis du fraviker den regelen» - Einar

Om man fører den direkte over fra den tyske modellen så er det nok typer i norsk fotball som for eksempel Røkke og Gjelsten i Molde, Trøim i Vålerenga som kunne vært interessert i å innta samme posisjon som for eksempel Dietmar Hopp i Hoffenheim. Bjarne trekker frem et annet punkt som gjør at han blir skeptisk til modellen:

«For jeg tror helt ærlig at hvis det er slik at medlemmene står for 51% av stemmene så er det ikke så mange medlemmer man kan snu før man har flertall. Det vil alltid være noen som er villige til å stemme hva som helst, bare man vifter med noen millioner. Så jeg er litt usikker på hvor lett det er å etablere en praksis der pengene ikke bestemmer hver gang» - Bjarne

Bjarne er redd for at om medlemmene står for 51% av stemmene, så er det ikke så mye som skal til for å snu noen av medlemmene. For eksempel så kan en investor friste med en ny spiss om han får det som han vil i en sak. Så kan det også tenkes at ikke alle medlemmene er like engasjerte og noen er nok lettere å snu enn andre. For å stemme ved et årsmøte så er kriteriene for at man må ha vært medlem i idrettslaget i en måned og fylt 15 år (NIF, 2022b). For eksempel så kan noen av medlemmer være det

Giulianotti beskriver som fans. Giulianotti skriver at fans innser at klubben er avhengig av større økonomiske bidrag fra andre støttespillere for klubbens overlevelse og suksess. (Giulianotti, 2012). Så da kan det tenkes at er lettere å snu for dem, når de hører klubben skal få ny spiss. Men så skal det også sies at 51% er bare den minste prosenten medlemmer må ha. I Bayern München for eksempel er 75% av eierne medlemmer, mens de resterende prosentene eies av eksterne investorer som Adidas, Audi og Allianz (Wahl & Austerheim, 2022). Det kan tenkes at i likhet med dualmodellen så krever denne modellen et aktivt medlemsdemokrati. Og det er nok forskjell fra klubb til klubb hvor godt dette hadde fungert. I de største klubbene der det er mange som møter opp på årsmøtet, kan det tenkes at er vanskeligere for store investorer å få gjennomslag enn i mindre klubber der det ikke er like mange man må snu. Jeg tolker det Fredrik sier her som ganske likt det poenget.

«Det er jo en modell som fungerer i Tyskland, men den er jo under stort press da. Så det er jo, tyske supportere er jo veldig politisk og veldig engasjert. Så det er jo en kamp der også da. Du har jo det der Red Bull konsernet som har gått inn i Markranstädt, eller tok over lisensen til dem. Og dem har jo klart å omgå den 50+1 på en veldig lur måte. Det er jo svært få medlemmer og alle er ansatt i Red Bull konsernet, og andre medlemmer B-medlemmer har ikke stemmerett og sånne ting. Så der har DLF vær veldig slepphendt på det der. Så det, men det fungerer jo i de klubbene som har 50+1 det er jo medlemmene som har makten uansett, men det har jo skapt turbulens med en del investorer» - Fredrik

Fredrik trekker frem at tyske supportere er veldig politiske og engasjerte, noe han tror er grunnen til det fungerer bra. Det er litt det samme som Andreas mente om dualmodellen. For at slike demokratiske modeller skal fungere så krever det et aktivt medlemsdemokrati. Kanskje større grad i 50+1 modellen, enn dualmodellen, siden da har man noen andre aksjeeiere som gjerne har en stor stemme ved årsmøte.

Oppsummering:

I liket med dualmodellen så synes de norske supporterne at prinsippet i modellen er bra. At medlemmene alltid skal ha 51% av stemmene. Man er likevel skeptisk til at AS er med på å fatte de sportslige avgjørelsene, og at det er aksjeselskapene som eier lisensen til å spille i Bundesliga, noe som kan tenkes at legitimerer makten til investorer mer. I den tyske modellen kan investorer som ha vært inne i klubben i over 20 år søke om å få unntak fra 50+1 regelen. Man har i tillegg Leipzig som unngår reglene ved å gjøre det vanskelig å bli medlem i klubben. Mulighetene til å omgå regelverket er noe man er litt skeptiske til. I de største klubbene i Norge møter det ganske mange medlemmer på årsmøtene. I de litt mindre klubbene er det ikke like stort oppmøte og da er det ikke like mange man trenger for å snu et flertall. Det er en frykt for at investorer bare kan vifte med noen millioner for å snu stemmer på et årsmøte. Enkelte frykter at en direkte innføring av den tyske modellen i norsk fotball, i realiteten betyr et maktskifte bort fra medlemmene. En av grunnen man tror modellen fungere så bra i Tyskland er at supporterne er så politiske og engasjerte.

4.3 Hva sitter klubbene igjen med etter investorene/eierne?

Flere av informantene var skeptiske mer kommersielle modeller, og var usikker på hva som hadde skjedd om en investor eller eier plutselig bestemte seg for at han ville ut av klubben.

David sa at han er veldig skeptisk til mer kommersielle eierskapsmodeller.

«Dem sier ofte at dem ikke skal legge seg opp i, men det gjør dem alltid. For dem har alltid meninger og dem tåler ikke at andre pengefolk bestemmer for dem, så overalt der det er mer enn en interessent vil det alltid bli konflikter hvis vi slipper til pengefolk. Så jeg er mega-skeptisk til private eller kommersielle eller halvprivate, halvkommersielle modeller, fordi at dem, ja dem gir en form for suksess fordi at du har mulighet for å investere mer, men det stiller samtidig enorme krav til en klubb som skal klare å mestre det og medgang er vanskeligere å takle enn motgang» - David

Jeg tolker det slik at noe av grunnen han er skeptisk er for at han mener at «pengefolk» bidrar til å skape flere konflikter innad i klubben enn nødvendig. Bjarne trakk frem et eksempel fra egen klubb der en investor kjøpte en spiller til klubben som belønning etter de hadde levert gode tall i regnskapet. Investoren gjorde det for å være snill, men Bjarne trekker frem at selv om de har hjertet på rett sted så er det overraskende mange ganger at de gjør mer skade enn godt.

*«Det er helt umulig å jobbe under slike forhold. Dette er et typisk eksempel på at folk som sannsynligvis mener godt da, tenker mye på hva de kan oppnå med det de gjør, med direktebidraget sitt, ikke alltid tenker utenfor, er dette bærekraftig? Hva skjer når jeg stikker, har jeg bygd infrastruktur eller høye kostnader. Det er et kroneksempel på hvordan folk som kanskje er vant med å forvalte mye penger, kanskje tenker annerledes på sånne ting. Det er mange av dem som sikkert har hjerte sitt på rett sted, men i overraskende mange tilfeller så gjør de mer skade enn godt. Selv om jeg husker det var dødsfett som supporter at ***** kom tilbake. Og så hørte jeg ett år etterpå hva som hadde skjedd» - Bjarne*

De Gammelsæter beskriver som velgjørere hører gjerne til lokalsamfunnet der de er engasjerte i idretten. Og bidrar gjerne for å at de ser verdien av et fungerende kultur og samfunnsliv (Gammelsæter, 2016). Klubbene har et gjerne et stramt budsjett de må forholde seg til. Og i noen tilfeller har de til og med et lønnstak på spillere og trenere for å få budsjettet få forutsigbarhet. Når en investor kommer inn og kjøper en stjernespiller så kan det bidra til å ødelegge den forutsigbarheten, da de gjerne har en høy lønning. Bjarne får også frem at han er redd for at investorer sjeldent tenker på at det klubben driver med skal være bærekraftig. Og mener investorer investerer mer for kortvarig suksess som gull neste år.

«Altså hvis du skal øke verdien i norsk fotball så kan du gjøre en del på infrastruktur, kvalitet og talentutvikling, og sånne ting. Jo flere klubber som klarer å etablere seg med en greie at de investerer noen kroner i et akademi, så plutselig selger de en spiller for 20-30 millioner rett sann det er vil selvfølgelig øke pengene i norsk fotball dramatisk, så det er en greie. Da må man investere i infrastruktur, investorer investerer ikke i infrastruktur. De investerer i gull neste år» - Bjarne

Fredrik også sa at han er skeptisk til dette da han dro frem et eksempel fra tysk fotball, der en eier ville ta over hele kontrollen i en klubb:

«Du har jo 1860 München hvor det var en kar inn med mye penger, og han ville jo ha hele kontrollen, men han fikk jo ikke det, og trakk seg ut. Og da slet jo klubben plutselig. Nå raste jo de ned til regionalligaen fordi de mistet hele lisensen. Så det er litt av bakteppet med investorer i fotballen også da. Det kommer en fyr med mye penger, så plutselig tenker han nei det her gidder jeg ikke lenger så poff så er pengene borte» - Fredrik

Jeg tolker dette litt i samme banene som ved Bjarnes svar, ved at man sliter med å få forutsigbarhet, hva om investorene plutselig trekker seg fordi man ikke får viljen sin? Eller man får økonomiske problemer? Et skrekkeeksempel på dette skjedde jo med Lyn, da Atle Brynestad kjøpte seg makt i Lyn gjennom FC Lyn Oslo AS i 1999. De overtok de kommersielle rettighetene og Brynestad var også sentral i mange av de sportslige avgjørelsene (Gammelsæter, 2016). Brynestad fikk problemer med forretningene sine og ønsket seg ut av klubben. I 2008 ble selskapet solgt tilbake til klubben. Brynestad slettet gjelden, men avstanden mellom klubbens økonomiske forpliktelser og inntektene Brynestads selskap hadde dekket, ble et stort problem. Blant annet en trussel om søksmål fra Chelsea etter Mikel overgangen, gjorde at det var vanskelig å skaffe nye sponsorer. De rykket ned fra Tippeligaen i 2009 og økonomien var kritisk. Året etter meldte selskapet seg konkurs og grunnlaget for driften av elitelaget forsvant (Gammelsæter, 2016). Jeg tror dette eksempelet har gjort at mange er skeptiske til investorer skal få for stor makt i fotballklubben deres. Lyn tok bronsemedalje i Tippeligaen i 2005 og bare et par år senere måtte de starte på nytt fra bunnen av norsk fotball.

En annen ting som virket å bekymre flere av supporterne var at klubben skulle misbrukes. Jeg skrev litt om det under sitatene om den danske modellen. Men det går også på andre punkter enn bare sportsvasking. På spørsmål om hva han tenker om oppkjøp av ulike storklubber likte Einar spesielt dårlig måten Red Bull konsernet har tatt over gamle klubber. Han sa:

«Jeg har ingenting til overs for den måten, spesielt Red Bull konsernet har tatt over egentlig gamle klubber, og rett og slett stengt ut medlemmer og gjort det til sitt eget, endret drakt, endret logo og stadion navn, alt mulig. Så det har jeg ingenting til overs for overhode, i min verden så er ikke det der, jeg anerkjenner ikke dem som fotballklubber» - Einar

Han går så langt som å si at han ikke anerkjenner Red Bull klubbene som fotballklubber. Red Bull Salzburg kjøpte opp Austria Salzburg i 2005 og fansen var i utgangspunktet positive til overtakelsen. De håpte på at Red Bull konsernet skulle hente nye spillere og redde dem fra en vanskelig sportslig situasjon. Men etter noen uker fant de ut at de hadde andre planer for klubben. Klubben ble omdøpt til Red Bull Salzburg, de tradisjonelle fargene lilla og hvit ble byttet ut med rød og blå. De nye eierne prøvde til og med å distansere seg fra klubbens historie ved å skrive at klubben ble stiftet i 2005. Når supporterne sa fra til eierne at de ønsket at klubben skulle beholde de gamle fargene, fikk de et forslag om at keeperen kunne spille med lilla sokker i bortekampene. Dette førte blant annet til at flere hundre supportere gikk sammen å skapte et nytt Austria Salzburg lag (Homewood, 2011). Duke (2002) skrev som nevnt at kjernesupportere viser

spesielt motstand mot trusler om endring av klubbnavn, stadion eller klubbfarger. Supporterne sørger for kontinuitet i klubbens historie. Det sterke engasjementet og lojaliteten til supporterne, gjør at de får eierskap til klubben, og en slags vokter for klubbens historie. Det virker som de norske supporterne også føler på det samme som Duke skrev om. Hjelseth skriver om draktens renhet, og at supportere klart motsetter seg endringer som tukler med sentrale symboler (Hjelseth, 2006). Einar sier at han har veldig lite til overs for måten Red Bull har gått inn og tuklet med klubbens sentrale symboler, selv om RB Salzburg ikke er hans klubb. Christian stiller seg likt med Einar her og drar også frem RB Salzburg og beskriver det som en klubb uten sjel. Det virker som det ikke bare gjelder når man tukler med ens egen klubbs symboler, men også at man får en slags avsky når andres klubber tukles med.

«Se på Red Bull konsernet som kjøper opp klubber og gjør det til en reklameplakat, ja se på Salzburg som er blitt en stor klubb, men det er uten sjel. Det er ikke gøy når en klubb får penger utenifra og kan bygge seg store, og havne i toppen ved hjelp av utenlandsk kapital» - Christian

Oppsummering:

Man har ett inntrykk om at investorene i Norge ofte ønsker å blande seg inn i det sportslige selv om de sier de ikke ønsker dette. Og det da oppstår unødvendige konflikter. Man er litt skeptiske til om de har den kunnskapen om fotballen som skal til for å drive en fotballklubb. Mange investorer vil klubben det beste, men man er skeptiske til at de tenker langsiktig nok. At de istedenfor å tenke på infrastruktur heller tenker å vinne gull neste sesong. Det er også en frykt om man har store investorer, og de plutselig havner i problem eller man ikke ønsker å investere lenger. Det er en usikkerhet som gjør mange skeptiske til at investorer skal få mer makt. Å investere i en fotballklubb er sjeldent lønnsomt, og man må ha tanker om at investorer bruker klubben til formål truer klubben på noen måte. Red Bull Salzburg ble trukket frem som eksempel, der noen av supporterne mente klubben har blitt en reklameplakat for Red Bull.

4.4 Makt og motstand

I Tyskland og Sverige har det vært forsøk på å endre eierskapsmodellene. Og spesielt i Sverige møtte dette veldig stor motstand fra supporterne. Den svenske fotballsupporterunionen beskrev det i 2015 som en av de viktigste kampene deres de siste årene (Almgren, 2015). Som jeg skrev tidligere så tenker jeg at en endring i eierskapsmodellen som en del av moderniseringen av fotballen i Norge.

Andreas sa at han hadde kjennskap til motstanden de svenske supporterne viste når deres 51 prosentregel ble truet. Så jeg fulgte opp med et spørsmål på hvordan han tror norske supportere hadde respondert på noe lignende.

«Og det er jeg ganske sikker på at hvis det kommer lignende forsøk på å tukle med den demokratiske kontrollen over fotballen eller idretten generelt, vil det garantert føre til en enorm mobilisering blant norske supporterne, det skal jeg kjempe for selv for å si det sann. Og det viser, vi ser det siste året, spesielt qatarsaken, var som en forløser hvor flere supportere fant ut at vi kan jo bare levere inn forslag i årsmøte i vår egen klubb om at vi skal støtte en norsk boikott av Qatar-VM. Og det er jo egentlig ganske enkelt, så må jo du selvfølgelig få nok folk med deg på årsmøte. Så blir det vedtak, uansett hva klubben og styret måtte mene om dette» - Andreas

Han trekker frem at om det kommer lignende forsøk på å tukle med den demokratiske kontrollen over fotballen mener han at det garantert vil føre til en enorm mobilisering av norske supportere. På spørsmål på hva Andreas selv trodde lå bak viljen til å mobilisere svarte han:

«For eksempel ta det med sluttspill, ta det med eierskap. Det berører kjernen av hele idretten, det går på sann eksistensielle spørsmål, hva er fotball, og hvem skal fotball være til for? Og det rører en nerve hos mange, og hvertfall når man ser konsekvensen av private eierskap. I ytterste fall at Saudi Arabia kjøper opp, som er det mest groteske eksempelet å ha» - Andreas

Jeg vil igjen trekke frem Giulianotti som beskriver supporterne som voktere av fotballen (Giulianotti, 2012). Andreas sier at eierskap berører hele kjernen med fotballen. Det passer også veldig bra med det Duke skrev om at kjernesupportere yter motstand mot nedbrytning av supporterkultur og trusselen mot forholdet mellom supporterne, fotballklubber og lokalsamfunnet (Duke, 2002). En trussel mot medlemsdemokratiet går på forholdet mellom supporterne og fotballklubben. Uten det kan det bli vanskelig å få frem meningene sine. Christian trakk frem blant annet at han frykter avstanden mellom klubben og supporterne kunne øke om man for eksempel åpent for utenlandske investorer. Over her trekker Andreas frem qatarsaken som en forløser på at norske supporterne eller medlemmer har blitt mer bevisste på hvilken makt de faktisk har. Jeg tolker det også som at den demokratiet blir satt veldig høyt. Dette er noe Gunnar også legger vekt på. Han sier at han ønsker å være med på å bestemme hva klubben hans foretar seg.

«Jeg vil være med på å bestemme hva min klubb skal foreta seg. Jeg vil ikke at andre folk som ikke har peiling på fotball skal gjør det for meg. Som ja ikke sant du sier det selv, milliarderer fra USA og Saudi Arabia er jo ikke en gang på kamp. De sitter bare kjøper seg inn for å investere, de har ikke noen tilknytning til klubben, jeg mener at gjengen der ikke har et godt nok forhandlingsgrunnlag for å gjøre noe sånt med en fotballklubb da» - Gunnar

Christan kom også inn på medlemmenes påvirkningskraft, på et spørsmål om den danske modellen.

«Du ser jo i Bergen der medlemmene påvirker kunstgressavgjørelsen. I Trondheim der medlemmene påvirker styreledervalget. Jeg tror at den bevisstgjøringen av medlemmenes påvirkningskraft, gjør det vanskelig å ha andre eierskapsmodeller i Norge nå» - Christian

Han trakk frem medlemmene i Brann og Rosenborg som er med på å påvirke ulike saker, og jeg tolker det som at når Brannsupportere (og norske supporterne generelt) ser de kan påvirke kunstgressavgjørelsen (Herrebrøden, 2021), så ser de hvilken påvirkningskraft de har. Så om det kommer saker som er viktige nok for dem så kan det tenkes at de kommer til å bruke sin påvirkningskraft på de også.

Oppsummering:

Man er veldig opptatt av medlemsdemokratiet og det er veldig fundamentalt for hvordan norsk idrett er bygget opp. Qatarsaken blir trukket frem som en forløser om at

supporterne har blitt mer klar over makten de sitter på. Ved at de kan melde inn saker til årsmøtet for få løftet opp sakene deres. Supporterne hadde klare meninger om hvordan de vil klubbene sine skal styres, og ønsker å være med på å bestemme dette. Man tror at om det kommer forsøk på å tukle med medlemsdemokratiet i fotballen i Norge, vil supporterne mobilisere seg og vise sterk motstand, nettopp fordi det går mot kjernen i fotballen.

4.5 Kommersialisering av norsk fotball

Da de nye direktørene kom til engelsk fotball ønsket det å gjøre klubbene om til mer profittskapende organisasjoner. Og et av de sentrale prosjektene deres var at de ønsket å gjøre supporterne om til kunder. De ønsket å utvide markedet for fotball og øke profitten (King, 2002).

Jeg spurte informantene om at norske supportere skulle bli sett på mer som kunder, var noe de fryktet kunne skje i norsk fotball. Einar svarte at man allerede ser konturene av dette allerede:

«Ja, det ser vi konturene av allerede, gjør vi ikke det da? Man snakker jo hele tiden om produktet norsk fotball. I den nye strategiplanen til Norsk Toppfotball så er jo man kjempeopptatt av produktet fotball eller norsk fotball, hvordan man kan kommersialisere og skape verdien gjennom å kommersialisere fotballen, gjennom blant annet VAR, og utfordre eierskapsmodellene, og diskutere sluttspill, slike ting da. Har man et produkt man skal selge så er det jo konsumenter som skal kjøpe produktet» - Einar

Gunnar trodde derimot at det var en lang vei å gå før man kommer dit i Norge: «Nei der er jeg ikke redd for skal kunne skje i Norge, det tror jeg det er en lang vei til å gå til» - Gunnar. Henrik trakk frem at det var noe de har diskutert og at synes det er greit at de kommersielle rettighetene og sponsorer kan kalles et produkt, men ville ha slutt på det å kalle fotballen som et produkt.

«Ja vi har jo diskutert dette litt, med at fotball blir omtalt som et produkt, kontra det det faktisk er, og det er en uting, selv om jeg kan forstå hva de mener med det, sett ifra supporterne så er jo fotball alt annet enn et produkt, sponsorrettigheter og kommersielle kan vær et produkt, men klubben er ikke et produkt, det må vi få bort» - Henrik

Flere av informantene la vekt på at kundebegrepet var et begrep de avskydde sterkt. Fredrik sa for eksempel:

«Jeg ser ikke på meg selv som en kunde, jeg er en supporter og et medlem i en klubb og da. Jeg er kunde når jeg drar på Rema eller Coop Extra, men ikke når jeg drar på Lerkendal. Da er jeg der for å støtte laget mitt, da er jeg en supporter. Det kundebegrepet skyr jeg som pesten for å si det sånn. Det er ikke det vi vil ha, vi vil jo ikke ha døde stadioner, hvor folk bare kommer for å kjøpe pop-corn, spiser pølse, eller filmer kampen med mobilen. Man skal ha engasjement på tribunen. Nei det kundebegrepet, det er et stygt ord» - Fredrik

King skriver i boken sin at fotballsupportere er sterkt knyttet til sosial identifikasjon. De uttrykker følelsene sine gjennom klubben og definerer seg

gjennom fotballen og har en sterk tilknytning til klubben. Og påpeker at konsumeringen av fotball blir veldig forskjellig fra andre typer konsumering. Siden de ikke bare betaler for det klubben presenterer dem, men og betaler for atmosfæren de selv er med på å skape. Så supporterne er en del av varen de nye direktørene i engelsk fotball ønsket de skulle kjøpe. Fredrik sier han ikke ønsker døde stadioner der supporterne bare er pop-corn spisende konsumenter, men heller engasjement fra tribunen. Christian trekker frem at engelsk fotball har mange kunder og er frykter at det er noe som kan skje i norsk fotball også om man tillater en mer kommersialisering av norsk fotball.

«Men i England så er det veldig mange kunder, ikke supportere. Det er mange fra Norge som reiser over med jobben, eller på kompi-stur, eller foreninger eller ett eller annet sånt. Som ikke bryr seg om fotball, men fordi alle de reiser med bryr seg om det så er de med. Og når det da sitte folk fra Liverpool og ser på kampen på pub utenfor Anfield, fordi de ikke har råd til å gå inn. Da er det noe som er galt. Og det er jo noe av det jeg frykter og tror veldig mange frykter kan skje i Norge hvis de tillater kommersialiseringen av norsk fotball at det produktet fort kan bli så dyrt at den vanlige mannen i gaten ikke har råd til å følge laget sitt» - Christian

Christian legger også vekt på at han frykter at det kan føre til at den vanlige mannen i gata ikke har råd til å dra på kamp.

Oppsummering

Man var litt delte når det gjelder det om man fryktet at man skulle bli sett på som kunder. Noen mente det var en lang vei å gå til man kommer dit. Mens andre mente at man allerede er der. Fordi man hele tiden prater om produktet norsk fotball. Og derfor må det kunder til for å kjøpe produktet. En annen mente at det var greit at kommersielle kunne kalles produkt, men ville ikke at fotballen skal kalles et produkt. Begrepet kunde, var noe de mislikte sterkt. Man har et inntrykk om at kunder sitter på stadion og spiser pop-corn istedet for å bidra med stemning. At man skal komme dit at vanlig folk ikke har råd til å følge laget sitt, er noe man frykter kan være følgene av en ytterligere kommersialisering av norsk fotball.

4.6 Er det forskjell på utenlandske investorer og lokale?

I dette avsnittet tar jeg for meg spørsmål om oppkjøp av klubber. Formålet var å finne ut om de har forskjellige tanker om det skulle komme inn en utenlandsk investor eller en med lokal tilhørighet?

På spørsmål om hva hvilke reaksjoner han tror som ville kom om det kom inn en utenlandsk investor i klubben hans, svarte Christian:

«Supporterne kommer til å stille seg sterkt negative, hvert fall blant de aktive supporterne. Som bruker mye tid og energi på å følge laget sitt, fordi at vi frykter at den avstanden til egen klubb blir større og tilbake til at vi frykter da at fotballen mister litt av sjelen sin» - Christian

Han er sikker på at supporterne kommer til å stille seg negativt til en utenlandsk investor skulle komme inn i klubben hans. Christian var veldig opptatt av avstanden mellom klubben og supporterne kunne bli større. Så viktighet av nærhet til klubben virker å være

viktig. Jeg spurte Henrik et spørsmål om hva han tenkte om en lokal investor hadde fått mulighet til å kjøpe seg inn i klubben hans. Han kom inn på svært like poeng som Christian.

«Altså jeg hadde ikke hatt noe problem med det, så lenge det er for klubbens beste, hvis vi hadde hatt den 50+1 modellen at han hadde kjøpt seg inn som en del av den, at lokale næringslivet eller næringslivsaktører gjør det for å bygge klubben. På en «riktig måte», men jeg hadde hatt det vanskeligere for å akseptere at en fra Saudi Arabia, eller Qatar eller hva det skal være aktør. Kommer inn hit å skal styre sjappa, her der det hadde falt meg tungt altså. Da hadde vi fått et stort problem. Og det gjelder ikke bare her, men det gjelder de fleste norske klubber fordi dem er så forankret i lokalmiljøet sitt, at det hadde vært veldig negativt da» - Henrik

Som en fortsettelse på det avsnittet over tar jeg først for meg at Henrik hadde hatt veldig vanskelig å akseptere en fra Saudi Arabia eller Qatar skulle kjøpe seg inn i klubben. Og kommer inn på ganske likt poeng som Christian, at de fleste klubbene i Norge er sterkt forankret i lokalmiljøet. Og det ville vært negativt å få inn noen uten nærhet til klubben. Derimot virker det som han har en mer aksept for om en lokal investor hadde hatt mulighet til å kjøpe seg inn. Men da tok han en forutsetning om at det hadde vært med en 50+1 modell og at man gjør det for klubbens beste å gjøre det på en riktig måte. Bjarne fikk også ett likt spørsmål om en investor med lokal tilhørighet kunne kjøpt seg inn i klubben. Den investoren jeg brukte som eksempel har tjent penger på en litt tvilsom måte. Bjarne svarte:

*«Det er vanskelig ass. Samtidig så tror jeg ikke han hadde gjort det av sportsvaskings hensyn da, men det er fortsatt blodpenger. Så den der er, hvis det hadde vært en fyr du ikke har hørt om før, så hadde det vært en «no-brainer». Da hadde jeg stått på barrikadene for å ikke ta imot de pengene. Men siden han har en historie med *****, så tror jeg det hadde vært en utrolig vanskelig diskusjon. Jeg håper det er en problemstilling jeg aldri kommer til å være borti for å være helt ærlig» - Bjarne*

Også Bjarne svar er litt annerledes enn Christian og Henrik, men kommer fortsatt inn på det poenget om at en investor man ikke hadde hørt om hadde kjøpt seg inn, så forklarer han at han hadde stått på barrikadene for å ikke ta imot de pengene. Men om den lokale investoren hadde kjøpt seg inn så er han veldig i tvil og sier at det hadde vært en veldig vanskelig diskusjon, og avslutter med å si at det er en problemstilling han håper han aldri kommer til å være borti. Einar bruker en litt annen vinkling igjen og trekker frem et eksempel fra Tyskland, når han sier:

«Hopp er jo kjempepopulær i Hoffenheim, og kjempepopulær i alle andre byer i Tyskland. Så det er jo litt sann, så det blir veldig personavhengig vil jeg tro hvis man snakker om eiere» - Einar

Einar trekker frem at det vil være veldig personavhengig. Om personen er godt likt i lokalmiljøet så tror Einar det er lettere å godta at han kjøper seg inn i klubben, i motsetning til om det var en man ikke har et forhold til, eller om man har et dårlig forhold til.

Andreas fikk i likhet med Christian et spørsmål om hvordan han tror generelt supportere hadde stilt seg til dette. Andreas trakk i likhet med Einar frem et eksempel fra tysk fotball med Klaus-Michael Kühne som kjøpte seg inn i Hamburg SV.

«Men det var jo et demokratisk valg av klubben, men det var nok en sak som synliggjorde en intern ulikhet blant supporterne og medlemmsmassen. Altså du har ultras de mest engasjerte supporterne var mest imot salg, mens de som kanskje var litt mindre interessert og som var mer sann menige medlemmer uten å være en del av de aktive ultrasene og syngende supporterne, synes dette var en god ide. Og noe lignende tror jeg kanskje vill skje i Norge også» - Andreas

Andreas tror det ville vært litt delte meninger om hvordan supporterne hadde stilt seg til en lokal investor hadde kjøpt seg inn i klubben. Han tror det hadde vært litt likt som i Hamburg SV der det synliggjorde at de mest aktive supporterne var litt imot, mens de mer menige supporterne kanskje hadde sett mer positivt på et potensielt oppkjøp.

Oppsummering

Man var veldig klare på at en investor som kommer utenifra er noe man er veldig negative til. Man frykter at det skal skape en større avstand mellom supporterne og klubben om det skulle komme inn noen uten tilknytning til klubben. Mer lokale investorer virker det å være mer aksept for. Men man legger også vekt på at hvilken person det er kan være avgjørende når det gjelder hvor lett det hadde blitt akseptert. Noen trodde at kjernesupportere har vanskeligere for å akseptere investorer enn hva mer menige supportere kanskje hadde hatt.

5.0 Avsluttende drøfting og konkluderende refleksjoner

5.1 Innledning

I dette avsluttende kapittelet skal jeg diskutere det jeg mener er de viktigste synspunktene til supporterne fra analysen. Før jeg prøver å trekke noen konklusjoner på problemstillingen: «*Hvilke holdninger norske fotballsupportere har til eierskap og eierskapsmodeller i norsk fotball, samt hvilke reaksjoner man kan forvente ved en eventuell endring i eierskapsmodellen?*». Før jeg runder av med hva jeg tenker kunne vært interessant å dra videre fra oppgaven.

5.2 Hvem bør eie en fotballklubb?

Det kom ganske klart frem at supporterne jeg intervjuet har like meninger når det kommer til hvem som skal eie en fotballklubb. Det var en bred enighet om at de var tilhengere av en modell med medlemseide fotballklubber. Supporterne ønsker å ha et eierskap til fotballen. Jeg spurte ikke supporterne om de var medlemmer i fotballklubben deres, men jeg tolker det slik at, siden de ønsker å ha eierskap til klubben, samtidig som de var tilhengere av medlemseide fotballklubber, at de fleste også er medlemmer i fotballklubben deres. I oppgaven har jeg trukket frem ulike eierskapsmodeller som både kan være aktuelle og ikke like aktuelle. Både den norske dualmodellen og den tyske 50+1 modellen er begge medlemside eierskapsmodeller. Og supporterne var enige om at prinsippene i begge modellene er gode. Men man mener at begge modellene har svakheter, der maktbalansen blir feil. Spesielt i den norske virker det noen ganger vanskelig å vite hvem det er som egentlig tar avgjørelsene i klubben. Når det gjelder 50+1 modellen var enkelte litt skeptiske til i og med at det er aksjeselskapet som innehar lisensen til å spille i Bundesliga, kanskje kan bidra til å legitimere makten til investorene mer. Det som går igjen for at begge modellen skal fungere optimalt er at det måtte være et aktivt medlemsdemokrati. Dette kommer jo an på hvor mange som møter opp på årsmøtene for å stemme over forskjellige saker som dukker opp. I store klubber med mange på årsmøter kan det tenkes at disse modellene fungerer bedre enn hos i klubber med mindre engasjement. Noen av supporterne var også redde for at i en 50+1 modell der det ikke var like stort oppmøte på årsmøtene, kan det kanskje bli litt for enkelt å snu medlemmer, ved for eksempel å love penger til kjøp av en ny spiss. At man da ikke trenger å snu så mange medlemmer for å få flertall på den siden de ønsket og dermed blir det vanskelig å opprette en praksis der pengene ikke bestemmer hver gang. Enkelte var også redde for at en innføring av 50+1 modellen i realiteten var et skifte bort fra medlemmene. Noen var også skeptiske til at man i det tyske modellen, etter 20 år kan søke om fritak fra regelen og få et større eierskap en 50%.

Jeg skrev jo tidligere at en dansk modell, med et fritt marked der klubbene kan børsnoteres ikke var så relevant ved utredningen. Men likevel er det interessante betraktninger å ta med når det gjelder eierskap av en slik modell. Supporterne var veldig skeptisk til en dansk modell. Enkelte frykter en slik modell kan føre til at avstanden mellom supportere og klubb øker og det ville vært veldig vanskelig å få innflytelse på klubben deres. Disse synspunktene får frem at det er viktighet med nærhet til klubben. Hjelseth (2006) skrev at når det gjaldt avstand og nærhet til klubben virket det som supporterne var delt i to. Ved at noen hadde en underliggende holdning synes å være at norsk fotball var for hjemmekoselig og dermed amatørmessig. I oppgaven min viser det seg at supporterne ser på dette som Hjelseth (2006) også trekker frem en stryke ved norsk fotball. Det virket også som at supporterne ønsket innflytelse på klubben, man ønsker å være med på å bestemme hvilke retninger klubben skal ta. Ved en dansk modell virker dette vanskelig å få til.

Man er også skeptiske til kunnskap til investorene og frykter at når investorer blander seg inn i det sportslige bidrar dette til å skape unødvendige konflikter. Selv om mange investorer ønsker det beste for klubben er det ikke alltid det er det. Supporterne fryktet at investorer ikke tenker langsiktig nok, og vil ha gull neste år, i stedet for å tenke på infrastruktur og det å drive en fotballklubb. Det var også en frykt for hva som skjer når investorer får nok og trekker seg ut, har man da klart å bygge infrastruktur så klubben blir bærekraftig fremover eller havner klubben i problemer? Der var en forskjell på om man aksepterer utenlandske investorer kontra norske som kom for å ta over klubben. Utenlandske investorer ble blant de aller fleste blankt avslått. Et av punktene de begrunnet dette med var at de hadde vanskelig å se for seg skulle være attraktivt ved en norsk fotballklubb for dem, som ikke gikk på sportsvasking eller andre formål som misbruker klubben. Det var en viss større aksept for lokale investorer, men likevel var det veldig vanskelig. Noen begrunnet dette med at det var personbasert. Om en godt likt investor kom inn tror man det ville vært enklere å akseptere enn en som ikke er godt likt.

5.3 Makt og motstand

I innledningen av oppgaven trakk jeg frem et eksempel fra når man forsøkte å forandre eierskapsmodellen i Sverige og hvilke reaksjoner det fikk. Basert på intervjuene jeg har hatt, er det grunn til å anta at man kan se noen av de samme reaksjonene om det skulle komme et forsøk på en stor forandring av den norske eierskapsmodellen. Men det kommer nok an på hvor store endringer det er snakk om, og på hvilken måte dette gjøres på. Eierskapsmodellen går jo på hvordan fotballen er bygget opp og det mange som så på dette som en av kjernene i fotballen, og noe som potensielt kan true medlemsdemokratiet i norsk fotball, dermed også forholdet mellom klubb, supportere og lokalmiljøet. Dette trakk også Duke (2002) frem i forskningen sin, at supporterne viser motstand mot slike trusler. Supporterne setter veldig stor pris på medlemsdemokratiet i norsk fotball. Samtidig trakk NTF direktør Øverland frem at å hoppe på en dansk modell, vil være lite aktuelt og begrunnet dette med at det har med norske verdier og hvordan idretten er bygget opp i Norge (Wahl & Austerheim, 2021). Dette kan man trekke linjer til det autentiske, å stå opp for de norske verdiene, og man kan si at det er min klubb (Hjelseth, 2012). Det er også viktig å huske på at om man åpner opp for ulike eierskapsmodeller i Norge, ikke nødvendigvis betyr at alle klubbene må ha en slik eierskapsmodell. Og endring av eierskapsmodeller er nok ikke like aktuelt for alle klubbene. Å gå bort fra den medlemsmodellen i Rosenborg ville nok vært vanskelig. Gunnar trakk frem noe jeg ser på som et viktig poeng ved en eventuell endring av modellen.

«Det som er nøkkel, om noe sånt skulle skjedd er solid grundig informasjon. Hva går det her ut på, hva følger med av goder, hva følger med av konsekvenser, hva følger med av risiko, sånt må med på bordet» - Gunnar

Han legger vekt på at nøkkel for å gjøre det på en god måte, er åpenhet. Der man får solid informasjon og redegjør for stryker og svakheter i modellen. At man da inkluderer supporterne og medlemmene i prosessen. Som sagt tidligere så ønsker supportere å være med på å bestemme retningen til klubben sin. Det virket også som at norske supportere de siste årene har blitt mer klar over makten de sitter på. Det ble vist til

eksempler som Qatarsaken, kunstgressdebatten i Brann som bevis på dette. Disse sakene har fått mye fokus og viser at man kan levere inn saker på årsmøtene i klubbene sine, for at klubben skal ta et standpunkt i ulike saker.

5.4 Konkluderende refleksjoner

I denne studien har jeg gjennom åtte intervjuer forsøkt å få frem hvilke holdninger norske fotballsupportere har til ulike eierskapsmodeller i norsk fotball, samtidig som jeg har prøvd å skape en forståelse på hvilke reaksjoner man kan forvente om man endrer eierskapsmodellen.

Som sagt kom det ganske klart frem at supporterne ønsker medlemsstyrte fotballklubber. Man var i stor grad opptatt av å bevare medlemsdemokratiet, som er veldig fundamentalt for hvordan norsk idrett er oppbygd. Det kom frem at supporterne ønsket å være med på å bestemme hvilken retning klubben skal ha, da kanskje som medlemmer. Supporterne la også vekt på tilhørighet er viktig. I oppgaven tok jeg opp tre forskjellige modeller. Dualmodellen, 50+1 modellen og en dansk modell. Som jeg skrev tidligere er supporterne enige om at det er gode prinsipper både i dualmodellen og 50+1 modellen. Men at maktbalansen fort blir feil, og det gjerne da blir pengene som ofte bestemmer utfallene. En modell med et åpent marked, som i Danmark var supporterne sterkt negative til. Da man frykter at avstanden til klubben blir større, og muligheten for at klubben blir misbrukt til andre formål også er til stede.

Hvilke reaksjoner man kan forvente fra supporterne ved en endring av eierskapsmodellen kommer nok an på hvilke endringer som blir foreslått. Øverland sikter til at 50+1 modellen er aktuell, men man må nok gjøre noen forandringer for å tilpasse den til norsk fotball. Supporterne har klare meninger om hvordan de vil klubbene sine skal styres, og ønsker å være med på å bestemme dette. Man bør nok være veldig åpen i prosessen om endring, legge frem styrker, svakheter og hvilke konsekvenser det medfører. Om supporterne føler at medlemsdemokratiet trues av endringene vil nok supporterne mobilisere seg og vise sterk motstand, nettopp fordi det går mot kjernen i den norske fotballen. Dette stemmer også godt overens med tidligere forskning, som viser at fotballsupportere viser motstand mot det som truer en nedbrytning av supporterkulturen og forholdet mellom supportere, klubb og lokalsamfunn (Duke, 2002).

5.5 Fremtidig forskning

I oppgaven min har jeg intervjuet åtte supportere, der flesteparten har hatt sentrale roller i det norske supporter miljøet. Jeg nevnte i metoden at de trolig er mer ideologisk bevisste enn, andre supportere. Det kunne vært interessant å finne ut om supportere som ikke har like sentrale roller i supporter miljøet har samme holdninger. Eller bruke noen andre av Giulianottis supporter typologier (2012). En av informantene mine dro frem et eksempel om salg av en stor andel aksjer i en fotballklubb til en investor i tysk fotball.

«Altså du har ultras de mest engasjerte supporterne var mest imot salg, mens de som kanskje var litt mindre interessert og som var mer sann menige medlemmer uten å være en del av de aktive ultrasene og syngende supporterne, synes dette var en god ide. Og noe lignende tror jeg kanskje vill skje i Norge også» - Andreas

Jeg har brukt det Giulianotti (2012) beskriver som supportere i min oppgave. Når man ser på medlemmer i en fotballklubb, så er det rimelig å anta man ikke kan sette alle inn i

den båsen. Derfor vil jeg dra frem Andreas sitt eksempel her, om at de mer menige medlemmene ikke var like interessert som de syngende supporterne. Det er jo også noe som kunne vært interessant å se på for fremtidig forskning. For de også har en stemme om hvordan klubben deres skal styres.

8.0 Referanser:

- Almgren, A. (2015, 22.02). 51%-REGELN. *Svenska Fotbollssupporterunionen*. Retrieved from <https://sfsu.nu/2015/02/51-procent-regeln/>
- Alvesson, M. (2010). *Interpreting interviews*: Sage.
- Angell, P. T., Næss, T. M., & Lundstadsveen, J. C. (2021, 09.11). Josimar truet med søksmål av VM-komiteen i Qatar. *TV2*. Retrieved from <https://www.tv2.no/a/14346981/>
- Bjelland, V., & Thomassen, B. B. (2021, 20.06). Klart flertall sa nei til VM-boikott. *TV2*. Retrieved from <https://www.tv2.no/a/14072910/>
- Cleland, J. A. (2010). From passive to active: the changing relationship between supporters and football clubs. *Soccer & Society*, 11(5), 537-552.
- Díaz, P. (2021, 26.11). Bayern Munich fans unhappy with Qatar sponsorship deal. *Marca*. Retrieved from <https://www.marca.com/en/football/bundesliga/2021/11/26/61a0f500e2704ec5ba8b45a6.html>
- Duke, V. (2002). Local tradition versus globalisation: Resistance to the McDonaldisation and Disneyisation of professional football in England. *Football studies*, 5(1), 5-23.
- Gammelsæter, H. (2016). *Poeng, penger og politikk: Et institusjonelt perspektiv på idrettsledelse*: Cappelen Damm akademisk.
- Gammelsæter, H., & Ohr, F. (2002). *Kampen uten ball Om penger, ledelse og identitet i norsk fotball*: Abstrakt forlag.
- Gerrard, B. (2004). Media ownership of teams: The latest stage in the commercialisation of team sports. In *The commercialisation of sport* (pp. 269-286): Routledge.
- Giulianotti, R. (2012). Supportere, tilhengere, fans og flanører - en taksonomi over tilskueridentiteter i fotball. In A. Hjelseth (Ed.), *Kampen om tribunen Fotball, identitet & makt* (1 ed., pp. 33-63): Akademika.
- Herrebrøden, Ø. (2021, 02.02). Brann-medlemmene veltet forslaget om kunstgress på Brann Stadion. *VG*. Retrieved from <https://www.vg.no/sport/fotball/i/1BjlpG/brann-medlemmene-veltet-forslaget-om-kunstgress-paa-brann-stadion>
- Hjelseth, A. (2006). *Mellom børs, katedral og karneval Norske supporterers forhandlinger om kommersialisering av fotball*. (Doktorgradsavhandling). Universitetet i Bergen.
- Hjelseth, A. (2012). Epilog: Fortsatt The Peoples Game? In A. Hjelseth (Ed.), *Kampen om tribunen Fotball, identitet og makt* (1 ed., pp. 283-301): Akademika.
- Homewood, B. (2011, 26.05). Feature - Austria hope to make purple reign in Salzburg. *Reuters*. Retrieved from <https://www.reuters.com/article/idINIndia-57287120110526?edition-redirect=in>
- Houlihan, B. (1994). Homogenization, Americanization, and creolization of sport: Varieties of globalization. *Sociology of Sport Journal*, 11(4), 356-375.
- Iost, R. (2000). *The quest for authenticity: an analysis of Norwegian Liverpool FC fans*.
- Jacobsen, D. I. (2016). *Hvordan gjennomføre undersøkelser?* (3 ed.). Oslo: Cappelen Damm Akademisk.
- Johnsen, L. (2021, 21.12). Alt skal utredes og kommersialiseres. *Josimar*. Retrieved from <https://www.josimar.no/artikler/alt-skal-utredes-og-kommersialiseres/6810/>
- King, A. (2002). *The End of the Terraces The transformation of English Football in the 1990s* (2 ed.): Leicester University Press.
- Lindman, A. (2013, 22.05). Fakta: 51-procentsregeln. *SVT Sport*. Retrieved from <https://www.svt.se/sport/artikel/fakta-51-procentsregeln>

- Myhre, S. M., & Bergh, N. (2021, 15.05). Fotballreglene ingen følger med på. *Aftenposten*. Retrieved from <https://www.aftenposten.no/sport/fotball/i/6zbLqL/fotballreglene-ingen-foelger-med-paa>
- NFF. (2019). *Personrelaterte og administrative kriterier*. Retrieved from <https://www.fotball.no/lov-og-reglement/klubblisens/tl-og-obos/kriterier/personrelaterte-og-administrative-kriterier/#Toppen>
- NIF. (2022a). *Hvem er vi?* Retrieved from <https://www.idrettsforbundet.no/om-nif/hvem-er-vi/>
- NIF. (2022b). *Årsmøte*. Retrieved from <https://www.idrettsforbundet.no/idrettskrets/trondelag/idrettslag/arsmote-i-idrettslag/>
- Nilssen, S. (2020, 01.12). Viking FK-styreleder erkjenner regelbrudd: - Jeg har gjort en stor feil. *Stavanger Aftenblad*. Retrieved from <https://www.aftenbladet.no/sport/i/nA957x/viking-fk-styreleder-erkjenner-regelbrudd-jeg-har-gjort-en-stor-feil>
- Nordsetrønningen, A.-I. R. (2022, 06.03). Nå har opprøret endret Fotball-Norge: – Det er banebrytende. *TV2*. Retrieved from <https://www.tv2.no/a/14625790/>
- NTF. (2016). *Om Norsk Toppfotball*. Retrieved from <https://www.eliteserien.no/norsk-toppfotball/om-norsk-toppfotball>
- Scheuber, A. (2018). German soccer rules: 50+1 explained. *Bundesliga.com*. Retrieved from <https://www.bundesliga.com/en/news/Bundesliga/german-soccer-rules-50-1-fifty-plus-one-explained-466583.jsp>
- Selliaas, A. (2021, 14.11). Kommentar: Den brutale sportsvaskinga. *Idrettspolitik.no*. Retrieved from <https://www.idrettspolitik.no/2021/11/14/kommentar-den-brutale-sportsvaskinga/>
- Skauge, M. (2021, 23.12). Når utredning blir fornedring. *Josimar*. Retrieved from <https://www.josimar.no/artikler/nar-utredning-blir-fornedring/6829/>
- Språkrådet. (2021). *Sportsvaske er årets ord i 2021*. Retrieved from <https://www.sprakradet.no/Vi-og-vart/hva-skjer/Aktuelt/2021/sportsvaske-er-arets-ord-2021/>
- Taylor, M. (2013). *The association game: A history of British football*: Routledge.
- TIL. (2021). *Tromsø IL oppfordrer NFF til boikott av VM 2022*. Retrieved from <https://www.til.no/nyheter/tromso-il-oppfordrer-nff-til-boikott-av-vm-2022>
- Tjora, A. (2017). *Kvalitative forskningsmetoder i praksis* (3 ed.): Gyldendal Akademisk.
- UEFA. (2021). *UEFA supporter liaison guide: building bridges between clubs and fans*. Retrieved from <https://www.uefa.com/returntoplay/news/026f-13d62b668a5d-d52d71c97e09-1000--uefa-supporter-liaison-guide/>
- Wahl, S. A. d., & Austerheim, D. (2021, 06.12). Foreslår nye endringer i norsk fotball: - Toppfotballen er business. *Nettavisen*. Retrieved from <https://www.nettavisen.no/sport/foeslar-nye-endringer-i-norsk-fotball-toppfotballen-er-business/s/12-95-3424208844>
- Wahl, S. A. d., & Austerheim, D. (2022, 05.02). Lanserer tysk modell i norsk fotball. Kommer med klar advarsel etter det som skjedde i Bayern München. *Nettavisen*. Retrieved from <https://www.nettavisen.no/sport/lanserer-tysk-modell-i-norsk-fotball-kommer-med-klar-advarsel-etter-det-som-skjedde-i-bayern-m-nchen/s/12-95-3424216974>

Vedlegg

Vedlegg 1: Intervjuguide

Intervjuguide

Supporterbiografi

1. Hvilken rolle har fotball i livet ditt? Når ble du interessert i fotball? Hvordan ble du interessert i fotball? Gjennom venner? Familie? Bekjente?
2. Har engasjementet ditt for fotball variert over tid?
3. Hva mener du ligger i begrepet «supporter»?
4. Hva er ditt favorittlag, hvorfor akkurat det laget?
5. Hvordan vil du beskrive ditt forhold til laget ditt?
6. Er du ofte på kamper for å se laget ditt?

Eierskapsmodeller

1. Hva er dine tanker rundt eierskap av en fotballklubb?
2. I Danmark er de fleste toppklubber aksjeselskap, med flytende aksjer. Som skal være med på å tiltrekke investorer til å gjøre økonomiske investeringer slik at klubbene kan forbli konkurransedyktige. Hvilke tanker har du om en slik modell?
3. I Norge har vi en dualmodell, som går ut på at idrettslag kan inngå samarbeid med aksjeselskap, der aksjeselskapene kan kjøpe opp de kommersielle rettighetene til idrettslaget, men idrettslagene skal være selvstendige og aksjeselskapene skal ikke ha innflytelse på det sportslige og idrettslige arbeidet. *Kan du fortelle meg litt om dine tanker rundt dualmodellen i norsk fotball?*
4. 50+1 modellen går ut på at en klubb ikke kan delta i Bundesliga om en investor eier mer enn 49% av en klubb. Dette gjør at klubben eller fansen har et flertall av stemmene. Som videre gjør at investorer ikke kan presse gjennom tiltak som prioriterer profitt uten at supporterne er enige. Regelen tar vare på de demokratiske skikkene til de tyske klubbene. *Hva tenker du om en slik modell i norsk fotball?*
5. Hva er dine tanker rundt oppkjøp av klubber som Newcastle, Manchester City RB Leipzig og Chelsea?
6. Hva ville du tenkt om det samme skjedd med en norsk klubb?
7. Hva tror du en endring i eierskapsmodellen kan gjøre med norsk fotball?
8. Tror du at ditt syn på disse sakene er utbredt blant supportere, eller har du et annet inntrykk over hvordan supportere generelt stiller seg til dette?
9. Er eierskapsmodeller noe som diskuteres blant supportere? Hvor viktig er det? Hvorfor/hvorfor ikke?

Vil du delta i forskningsprosjektet

Hvordan forholder norske fans/supportere seg om ulike eierskapsmodeller for norsk fotball?

Dette er et spørsmål til deg om å delta i et forskningsprosjekt hvor formålet er å finne ut «Hvordan forholder norske fans/supportere seg om ulike eierskapsmodeller for norsk fotball.

I dette skrevet gir vi deg informasjon om målene for prosjektet og hva deltakelse vil innebære for deg.

Formål

På bakgrunn av debatten om eierskapsmodellen til norsk fotball, ønsker jeg å se nærmere på hvordan norske supportere stiller seg til slike modeller. Dette er en masteroppgave ved Norges Teknisk-naturvitenskaplige universitet (NTNU).

Hvem er ansvarlig for forskningsprosjektet?

NTNU er ansvarlig for prosjektet.

Hvorfor får du spørsmål om å delta?

Du har fått spørsmål om å delta i prosjektet fordi jeg ønsker å belyse supporterens meninger om ulike eierskapsmodeller. Henvendelsen vil gå ut til ulike supportere av norsk fotball.

Hva innebærer det for deg å delta?

Hvis du velger å delta i prosjektet, innebærer det å delta på et intervju som vil ta ca mellom en halvtime og en time. Intervjuet vil inneholde litt spørsmål om fotballens rolle i livet ditt, hvordan du stiller deg til ulike eierskapsmodeller og hvordan du tror de kunne passet i norsk fotball, samt litt om supportere.

Det er frivillig å delta

Det er frivillig å delta i prosjektet. Hvis du velger å delta, kan du når som helst trekke samtykket tilbake uten å oppgi noen grunn. Alle dine personopplysninger vil da bli slettet. Det vil ikke ha noen negative konsekvenser for deg hvis du ikke vil delta eller senere velger å trekke deg.

Ditt personvern – hvordan vi oppbevarer og bruker dine opplysninger

Vi vil bare bruke opplysningene om deg til formålene vi har fortalt om i dette skrevet. Vi behandler opplysningene konfidensielt og i samsvar med personvernregelverket.

- *Det er kun jeg og veilederen min som vil ha tilgang på dataene som samles inn.*
- *Navnene deres vil erstattet med fiktive navn, slik dere ikke skal kunne gjenkjennes.*

Hva skjer med opplysningene dine når vi avslutter forskningsprosjektet?

Opplysningene anonymiseres når prosjektet avsluttes/oppgaven er godkjent, noe som etter planen er 30.05.2022. Opptakene og eventuelle personopplysninger vil da anonymiseres.

Dine rettigheter

Så lenge du kan identifiseres i datamaterialet, har du rett til:

- innsyn i hvilke personopplysninger som er registrert om deg, og å få utlevert en kopi av opplysningene,
- å få rettet personopplysninger om deg,
- å få slettet personopplysninger om deg, og
- å sende klage til Datatilsynet om behandlingen av dine personopplysninger.

Hva gir oss rett til å behandle personopplysninger om deg?

Vi behandler opplysninger om deg basert på ditt samtykke.

På oppdrag fra NTNU har NSD – Norsk senter for forskningsdata AS vurdert at behandlingen av personopplysninger i dette prosjektet er i samsvar med personvernregelverket.

Hvor kan jeg finne ut mer?

Hvis du har spørsmål til studien, eller ønsker å benytte deg av dine rettigheter, ta kontakt med NTNU ved:

- Prosjektansvarlig: Arve Hjelseth, Mail: arve.hjelseth@ntnu.no, tlf: 97604162.
- Vårt personvernombud: Thomas Helgesen, Mail: thomas.helgesen@ntnu.no, tlf 93079038

Hvis du har spørsmål knyttet til NSD sin vurdering av prosjektet, kan du ta kontakt med:

- NSD – Norsk senter for forskningsdata AS på epost (personverntjenester@nsd.no) eller på telefon: 55 58 21 17.

Med vennlig hilsen

Arve Hjelseth og Elias Alnes Mulelid

Samtykkeerklæring

Jeg har mottatt og forstått informasjon om prosjektet «*Hvordan forholder norske fans/supportere seg om ulike eierskapsmodeller for norsk fotball?*» og har fått anledning til å stille spørsmål. Jeg samtykker til:

- å delta i intervju

Jeg samtykker til at mine opplysninger behandles frem til prosjektet er avsluttet

(Signert av prosjektdeltaker, dato)

Vedlegg 3: Vurdering NSD

13.06.2022, 13:12

Meldeskjema for behandling av personopplysninger

[Meldeskjema](#) / [Hvordan forholder norske fans/supportere seg om ulike eierskapsm...](#) / Vurdering

Vurdering

Referansenummer

472833

Prosjektittel

Hvordan forholder norske fans/supportere seg om ulike eierskapsmodeller for norsk fotball.

Behandlingsansvarlig institusjon

Norges teknisk-naturvitenskapelige universitet / Fakultet for samfunns- og utdanningsvitenskap (SU) / Institutt for sosiologi og statsvitenskap

Prosjektansvarlig

Arve Hjelseth

Student

Elias Alnes Mulelid

Prosjektperiode

01.01.2022 - 14.06.2022

[Meldeskjema](#) 

Dato

02.06.2022

Type

Standard

Kommentar

Personverntjenester har vurdert endringen i prosjektslutt dato.

Vi har nå registrert 14.06.2022 som ny slutt dato for behandling av personopplysninger.

Vi vil følge opp ved ny planlagt avslutning for å avklare om behandlingen av personopplysningene er avsluttet.

Kontaktperson: Henriette N. Munthe-Kaas

Lykke til videre med prosjektet!

