



Bacheloroppgave

IDR600 Sport Management

Profesjonelle fotballklubbers bruk og nytte av agenter

Jørgen Tangen

Totalt antall sider inkludert forside: 41

Molde, 21.05.2010



Publiseringsavtale

Tittel på norsk: Profesjonelle fotballklubbers bruk og nytte av agenter

Tittel på engelsk: The demand and utility of agents among professional footballclubs

Forfatter(e): Jørgen Tangen

Fagkode: IDR 600

Studiepoeng: 15

Årstall: 2010

Veileder: Hallgeir Gammelsæter

Fullmakt til elektronisk publisering av oppgaven

Forfatter(ne) har opphavsrett til oppgaven. Det betyr blant annet enerett til å gjøre verket tilgjengelig for allmennheten (Åndsverkloven. §2).

Alle oppgaver som fyller kriteriene vil bli registrert og publisert i Brage HiM med forfatter(ne)s godkjenning.

Oppgaver som er unntatt offentlighet eller båndlagt vil ikke bli publisert.

Jeg/vi gir herved Høgskolen i Molde en vederlagsfri rett til å gjøre oppgaven tilgjengelig for elektronisk publisering:

ja nei

Er oppgaven båndlagt (konfidensiell)?

ja nei

(Båndleggingsavtale må fylles ut)

- Hvis ja:

Kan oppgaven publiseres når båndleggingsperioden er over?

ja nei

Er oppgaven unntatt offentlighet?

ja nei

(inneholder taushetsbelagt informasjon. Jfr. Offl. §13/Fvl. §13)

Dato: 21.05.2010

Forord

Denne bacheloroppgaven er en del av studieprogrammet i Sport Management ved Høgskolen i Molde. Det er en avsluttende oppgave, og har et omfang på 15 studiepoeng.

Lite er skrevet om agenter og deres tjenester og roller innenfor fotballen, eller profesjonelle fotballklubbers benyttelse av dem. Det har derfor vært veldig interessant å høre hvordan agentbransjen faktisk blir oppfattet, og ikke minst brukt, fra klubbenes side.

Det har vært en spennende, interessant og lærerik prosess. Først og fremst har det vært et interessant tema å forske på, og uten det ville jeg fort gått lei. Samtidig har det for meg vært en ny måte å jobbe på og en ny måte å innhente informasjon på. Å intervju toppfotballklubber i Norge har vært veldig interessant og veldig lærerikt, og noe jeg kommer til å ta med meg videre. I tillegg har det, forhåpentligvis, også gitt meg noen kontakter i fotball-Norge.

Jeg vil derfor også benytte anledningen til å takke de klubbene jeg fikk intervju. De var alle lette å komme i kontakt med, og samtlige stilte seg med en gang positive til et intervju når jeg sendte dem en forespørsel. De var også villige til å svare på andre spørsmål jeg lurte på, men som ikke nødvendigvis hadde noe med oppgaven å gjøre.

Til slutt vil jeg også takke veileder Hallgeir Gammelsæter for god hjelp til å finne informasjon og materiale innenfor et relativt begrenset område som min oppgave omfatter, samt god veiledning, respons og gode, konkrete tilbakemeldinger underveis i skriveprosessen.

Jørgen Tangen. Molde, 21.05.2010

INNHALDSFORTEGNELSE

1. INNLEDNING	3
1.1 Bakgrunn for problemstillingen	3
1.2 Problemstilling	4
2. AGENTER OG AGENTREGELVERKET	4
2.1 Historisk bakgrunn	4
2.2 Hva er en agent og hvem kan være det?	5
2.3 Hva er agentvirksomhet?	6
2.4 Bakgrunn for regelverket	6
3. TEORI	8
3.1 Marked	8
3.2 Klan/Kultur	12
3.3 Byråkrati.....	13
3.4 Marked, klan eller byråkrati	14
3.5 Operasjonalisering.....	14
4. METODE	15
4.1 Forskningsdesign	15
4.2 Primær- kontra sekundærdata	16
4.3 Kvantitative eller kvalitative data?.....	16
4.3.1 Kvalitativ tilnærming	17
4.3.2 Kvantitativ tilnærming	17
4.3.3 Valg av tilnærming.....	18
4.4 Utvalg og gjennomføring	18
4.5 Konklusjonene – strekker de til?.....	19
4.5.1 Validitet.....	19
4.5.2 Reliabilitet	20
4.6 Etikk	20
5. ANALYSE	21
5.1 Benyttelse, betaling og behov av agenter og agentenes tjenester	21
5.2 Hvordan få til den beste reguleringen for å sikre en klansforståelse?.....	25
5.3 Byråkratisk styring av overganger	28
5.4 Markedsfri verden	30
6. KONKLUSJON	31
7. AVSLUTNING	32
7.1 Andre forhold	32
7.2 Videre forskning/veien videre.....	34
LITTERATURLISTE	35
VEDLEGG	37

1. INNLEDNING

1.1 Bakgrunn for problemstillingen

I løpet av de siste 20-30 årene har pengemengden i fotballen økt enormt, og fotball er blitt næring på lik linje med annen næring. Som følge av denne økte pengestrømmen, blant annet ved spilleroverganger mellom fotballklubber, har også en tredjepart blitt mer og mer involvert i denne type overganger.

Spilleragenter (heretter kalt fotballagenter eller bare agenter) fikk sitt inntog i norsk fotball mellom 1980 og 1990-tallet (Kjenner 2003), og er, grovt forklart, en gruppe som bistår spiller eller klubb i spiller/treneroverganger og kontraktsinngåelser. Da FIFA¹ innførte ”autorisasjon av fotballagenter med virkning fra 1. januar 1995” (Kjenner 2003, s.50), var det kun et par agenter i Norge. I dag er det 22 lisensierte fotballagenter i Norge².

Det har i lang tid vært praksis blant fotballklubber å benytte seg av fotballagenter både ved kjøp og salg av spillere. Dette ble mer aktualisert ved innføringen av den mye omtalte Bosman-dommen, som ble avgjort i EF-domstolen 15.12.1995 (Cohr Arffmann 2004). Dommen fastsatte at fri flyt av arbeidskraft i EU også skulle gjelde innenfor idretten (Gammelsæter og Jakobsen 2007). Det ble dermed fastlagt at en spiller uten kontrakt skal kunne gå vederlagsfritt fra en klubb til en annen innenfor EØS-området³. Dette bidro dermed til at flyten av spillere økte, og behovet for en rådgiver og forhandler steg likedan. Men der pengene skulle gått til selgende klubb, har ofte en god del av beløpet gått ut av fotballen og inn i lommene på agentene som har bidratt i forhandlingene i stedet.

I en artikkel i Dagens Næringsliv vises det at penger forsvinner ut av fotballen i forbindelse med flere spilleroverganger der agenter, blant annet nordmannen Rune Hauge, har vært involvert. Artikkelen tar opp salg av en rekke norske spillere, blant annet Pål Lydersen (Start – Arsenal), Eirik Bakke (Sogndal – Leeds) og Stig Inge Bjørnebye (Rosenborg – Liverpool), der selgende klubb ikke får hele beløpet kjøpende klubb i utgangspunktet skal ha betalt⁴. Det er dette mellomlegget som forsvinner ut, og i stedet går til agenter og andre han har jobbet med.

I tillegg beskrives i boka *Den forsvunne diamanten, historien om fotballens mørke side* (Backe Madsen og Johansson 2008) en rekke hendelser der fotballagenter er involvert i

¹ Det internasjonale fotballforbundet, www.fifa.com

² http://www.fotball.no/nff/Regler_og_retningslinjer/Agenter/Lisensierte-spilleragenter/

³ <http://www.ub.uit.no/munin/bitstream/10037/1786/1/thesis.pdf>

⁴ <http://www.dn.no/forsiden/naringsliv/article796866.ece>

flere korrupsjonssaker vedrørende blant annet spilleroverganger. Sagen om den afrikanske unggutten John Obi Mikel er nok den mest kjente.

1.2 Problemstilling

Til tross for denne type eksempler, og at det derigjennom er skapt et noe rufsete yrke for agenter i fotballmiljøet, benytter fotballklubber seg likevel av deres tjenester. Dette er bakgrunnen for min problemstilling. Hvorfor benytter fotballklubber seg av deres virksomhet, hvis det er slik at pengene forsvinner ut av fotballen? Hva er det som gjør en agent så nyttig for klubbene? Er det kunnskap eller nettverket agentene besitter? Har ikke klubbene råd til egne folk? Eller har de rett og slett ikke tid til å gjøre det på egenhånd? Finnes det eventuelt noen reguleringer som kan bidra til å hindre at pengene forsvinner ut av fotballen?

Problemstillingen for min oppgave ble da følgende:

”Hvorfor benytter profesjonelle fotballklubber seg av agenter og deres virksomhet, og opplever de virkelig behov/nytte av det?”

2. AGENTER OG AGENTREGELVERKET

2.1 Historisk bakgrunn

Det er mye takket være den økte kommersialiseringen av fotballen og Bosman-dommens banebrytende resultat, at behovet for kunnskap og ekspertise ved forhandlinger av ulike former har økt, og som i sin tur har bidratt til økt inntog av såkalte sports – eller spilleragenter (Van der Meij, 2009a).

Fra 1. januar 1995 innførte FIFA autorisasjon av fotballagenter, og i den forbindelse ønsket Norges Fotballforbund (heretter kalt NFF) at de to advokatene som i noen grad hadde vist interesse for slik virksomhet, skulle bli lisensierte agenter. Dette var for å unngå at den ene som allerede var lisensiert skulle oppnå monopolliknende stilling i norsk fotball (Kjenner 2003). Videre fikk Norge i 1995 tre nye lisensierte agenter, og flere fulgte på de neste årene. Dette førte til at Norge ved årsskiftet 2003-2004 hadde 20 lisensierte agenter, mens det ved årsskiftet 2009-2010 var totalt 22 lisensierte agenter⁵.

Engelske fotballklubber er blant de som i stort grad har benyttet seg av agenter og deres tjenester de siste årene. Bare i perioden fra oktober 2008 til september 2009 brukte

⁵ Se note 2

klubbene i Premier League⁶ over 650 millioner kroner på agenter⁷. Dette utgjorde ca. 10 % av den totale pengebruken på spilleroverganger, i følge Daily Telegraph⁸. Også i Norge er det brukt en god del penger på agenter. Både Rosenborg og Brann har bekreftet dette, og sistnevnte har brukt nesten 8 millioner siden 2007 på betaling av agenter⁹.

2.2 Hva er en agent og hvem kan være det?

En fotballagent er en person som har gyldig lisens gitt av et av FIFAs medlemsforbund, og som mot godtgjørelse har rett til å inngå representasjonskontrakt med en spiller eller klubb¹⁰. Han bistår i blant annet kontrakts- og overgangsforhandlinger mellom klubb og spiller og mellom klubb og klubb.

Etter reglementet for spilleragenter, kapittel 5 § 5-1, er det kun fysiske personer som kan være lisensiert som spilleragent. Det vil si at et selskap ikke kan være agent, og dermed heller ikke bistå i forhandlinger av noen karakter. Dette var blant annet tilfellet i saken om John Obi Mikel, der faren til Mikel ga selskapet Sports & Media Group Plc. rett til å forhandle på vegne av John Obi (van der Meij 2009a, ref. i Madsen og Johansson 2008)

I tillegg til å være en fysisk person må personen oppfylle kravene i kapittel 5-7 i det tidligere nevnte regelverket. Dette omfatter blant annet kravet om å ha godandel, ikke ha verv i klubb, krets eller forbund, ikke ha økonomiske interesser i selskap som har avtaler med klubb, tegne ansvarsforsikring, undertegne agenterklæring¹¹, samt avlegge agentprøven. Prøven består av 20 spørsmål, hvorav 5 er gitt av NFF og 15 av FIFA og omhandler det gjeldende fotballregelverket og grunnleggende personelle rettigheter og kontraktsrett¹².

⁶ Den øverste divisjonen i England, <http://www.premierleague.com/>

⁷ Artikkel NRK http://www.nrkspor.no/fotball/premier_league/1.6889789

⁸ Se note 7.

⁹ Artikkel i Aftenposten <http://fotball.aftenposten.no/eliteserien/article156797.ece>

¹⁰ Definisjonen er hentet fra § 2-1 i Reglementet for spilleragenter, vedtatt av Forbundsstyret 03.12.2009, og gjort gjeldende fra 01.01.2010

http://www.fotball.no/Documents/PDF/2010/NFF/Reglement/Agent/Agentreglement_2010.pdf

¹¹ Se Reglementet for spilleragenter (link note 10), vedlegg 3.

¹² http://www.fotball.no/nff/Regler_og_retningslinjer/Agenter/Hvordan-bli-spilleragent/

2.3 Hva er agentvirksomhet?

Etter kapittel 2 § 2-2 i NFFs reglement for spilleragenter, er følgende å anses som agentvirksomhet:

- Introdusere/markedsføre en klubb overfor en spiller.
- Introdusere/markedsføre en spiller overfor en klubb.
- Delta i møter på vegne av eller sammen med klubb eller spiller vedrørende overgang/lån/kontraktsvilkår.
- Drøfte eller forhandle vilkår for en mulig overgang/lån med klubb eller spiller.
- Forhandle med en klubb på vegne av en spiller eller annen klubb.

Det er kun agenter som har gyldig lisens utstedt fra NFF, og som har inngått en representasjonskontrakt med klubb eller spiller, som har rett til å utføre det som er å regne som agentvirksomhet¹³.

Denne definisjonen av agentvirksomhet viser at reglementet kun gjelder for agenttjenester for klubber og spillere i forbindelse med overganger, utlån og kontraktsforhandlinger, og ikke andre avtaler, som for eksempel sponsoravtaler, tvister, skattemessige forhold og lignende.

Dersom en person, for eksempel en advokat, som ikke har lisens, arbeider for en spilleragent (med lisens), kan han kun utføre administrative oppgaver, som blant annet å legge til rette for møter, utarbeide dokumenter knyttet til overganger/utlån/forhandlinger og lignende. Dette følger av regelverkets kapittel 2, paragraf 2-3.

Det er viktig å bemerke seg at agenten kun kan representere én part i hver forhandling. En såkalt dobbelrepresentasjon – der agenten både representere klubb og spiller i den samme forhandlingen - er forbudt, og er regulert i NFFs regelverk kapittel 14. Dette er for å hindre interessekonflikt, og at agentene misbruker sin stilling.

2.4 Bakgrunn for regelverket

Det norske reglementet for spilleragenter er i sitt hele utarbeidet med utgangspunkt i FIFAs Players' Agents Regulations¹⁴, som først ble innført i 2001 og senere er blitt revidert. Den siste revideringen ble implementert og gjort gjeldende fra 01.01.2008.

¹³ Reglementet for spilleragenter § 10-1 (1).

¹⁴http://www.fifa.com/mm/document/affederation/administration/51/55/18/players_agents_regulations_2008.pdf

Regelverket har til hensikt å regulere agentenes virksomhet i forbindelse med deres biståelse av klubber og spillere ved overganger, lån og kontraktsforhandlinger¹⁵.

Bakgrunnen for et regelverk for agenter var i stor grad den økende misnøyen og kritikken utover på 2000-tallet rundt agenter og agentmarkedet, samt reglementet som regulerte denne virksomheten, som tidvis ble sett på som rufsete og falsk. Kritikken kom innad i fotballen, men også utenifra, og var både nasjonal og internasjonal¹⁶. I Norge fikk NFF blant annet kritikk for ikke å gjøre nok for å hindre og stoppe ulisensierte agenter fra å opptre i fotballmarkedet.

På bakgrunn av den økende kritikken satte FIFA i gang en gruppe som så på agentenes rolle og reguleringssystemet. Dette endte med at FIFA innførte et nytt revidert regelverk, som ble pålagt de nasjonale forbundene å implementere og gjøre gjeldende fra 31.12.09. FIFAs artikkel 1.5 (FIFA 2008, s 5) slår fast følgende:

”The associations are required to implement and enforce these regulations in accordance with the duties assigned herein”.

Senere har det norske agentregelverket blitt revidert flere ganger, det siste vedtatt av Forbundsstyret¹⁷ 03.12.09 og gjort gjeldende fra 1.1.2010¹⁸. Blant de viktigste årsakene bak revideringene ligger ønske om å hindre ulisensierte agenter fra å opptre i markedet, at man skal unngå dobbelrepresentasjon og interessekonflikt, samt hindre ulovlige overganger av mindreårige (jf. Mikel-saken nevnt i kapittel 1.1).

Det er slik at reglementet for fotballagenter kun gjelder lisensierte agenter, noe som hindrer muligheten til å straffe de ulisensierte aktørene. Gjennom en klarere og mer detaljert linje når det gjelder hva som er agentvirksomhet (kapittel 2), at agent og klient må ha representasjonskontrakt (kapittel 10), samt at spillere og klubber som benytter seg av ulisensierte agenter kan bli sanksjonert (som følge av kapitlene 21 og 23), skal dette være med på å luke ut de falske aktørene.

¹⁵ Rundskriv nr. 33/08.

¹⁶ Samme som note 15.

¹⁷ www.fotball.no

¹⁸ Rundskriv nr. 31/09

3. TEORI

Ouchi (1980) hevder at det er tre ulike måter man kan organisere et varebytte på med bakgrunn i to ulike betingelser; om målene er i samsvar eller i konflikt og hvordan man måler prestasjon og resultat. Ulike kombinasjoner av disse betingelsene gir oss tre ulike former for organisering; marked, byråkrati og klan.

3.1 Marked

I et fritt marked foregår transaksjonene mellom to parter, som begge er knyttet til den prismekanismen som befinner seg i det aktuelle markedet (Ouchi 1980). Transaksjonene skjer gjennom kontraktsinngåelser, der partenes plikter er spesifisert (ibid.). Ouchi hevder videre at etter som hver part kun er bundet til å levere det som er spesifisert i kontrakten, må hver kontrakt konkret spesifisere hvem som leverer hva og under hvilke omstendigheter. Markedet, sier Ouchi, er effektivt når det er liten tvetydighet rundt måling av prestasjoner, slik at partene på den måten kan tolerere et høyt nivå av målkonflikt.

Markedet Ouchi beskriver kan sammenliknes med agentmarkedet vi kjenner til. Klubbene og agentene inngår en såkalt representasjonskontrakt¹⁹ der begge parter forpliktelse er beskrevet. På denne måten ”outsourcer” (tjenesteutsetter) klubbene ulike oppgaver i forbindelse med overganger (kjøp, salg, markedsføring) til agenter.

I en markeds mekanisme er klubbene i stor grad konkurrenter, og egeninteressen står i sentrum. Det handler for eksempel om å skaffe seg den beste spilleren til lavest mulig pris, mens spiller og agent vil ha høyest mulig pris. Målene til den enkelte klubb - om å bli best - kan tenkes å komme i konflikt med klubbens felles mål, blant annet fair play og en positiv og sunn økonomi. Den enkelte klubb kan gjøre hva som helst for å få en spiller, om det så er å betale en agent under bordet. I denne sammenhengen vil pengene gå ut av fotballen, og inn i agentenes lommer. Med dette menes at dersom kjøpende klubb kun betaler selgende klubb hele overgangsbeløpet så går pengene tilbake til sportslig aktivitet, etter som fotballen ses på som en enhet. Men om klubben i stedet betaler en agent deler av denne overgangssummen forsvinner disse pengene ut, fordi agenten ikke oppfattes som medlem av klanen, men står utenfor.

¹⁹ Se note 13

3.1.2 Et spillteoretisk spill

Spillteori er en måte å studere valg på i markedssituasjoner, etter som aktørene står i en fri situasjon og ikke er begrenset av reguleringer. Spillteori beskriver en situasjon med to spillere og deres strategiske muligheter overfor hverandre, og kan defineres som ”den logiske analysen av konfliktsituasjoner og samarbeid, med utgangspunkt i hvordan spillere rasjonelt burde spille spill” (Straffin 1993, s.3). At man opptrer rasjonelt vil si at man foretar beslutningene konsekvent på bakgrunn av eget beste (Myersin 1991).

Hver spiller vil at spillet skal ende med det utfallet som gir han størst mulig profitt. Spilleren har delvis kontroll over utfallet, ettersom hans valg av strategi påvirker resultatet. Likevel er ikke utfallet kun bestemt av hans valg, det avhenger også av hva motspilleren foretar seg, og begge vet dette (ibid.)

Det kan være greit å bemerke seg at det i spillteorien gjøres grove forenklinger. Man antar oftest kun to ”spillere” (de som er med i ”spillet”), og at disse kun har to strategier hver (Det kan likevel være flere spillere og de kan ha flere strategier). I fotbollsammenheng er det ofte tre parter; spilleren, agent og klubb. Forenklingen er til for å gjøre spillet enklest mulig, men det hindrer likevel ikke muligheten til å forstå en større sammenheng.

I *The Sports Nexus' The role and regulation of agents in football* (2006) av Holt, Michie og Oughton, benyttes spillteori til å vise at to klubber vil klare seg bedre uten å betale en agent ved en spillerovergang. Forfatterne av artikkelen beskriver en situasjon der to fotballklubber skal ta sin beslutning angående verdien av det å betale en agent et honorar for å sikre seg underskriften til en spiller de ønsker å signere, eller ikke. Dette skjer simultant, altså samtidig, og uten å vite hva den andre parten velger. Utgangspunktet er at begge klubbene vil komme bedre ut dersom de unngår å betale agenten et honorar, men dersom den andre klubben betaler agenten (antatt at de tilbyr like lønnsbetingelser), kan de samtidig miste muligheten til å sikre seg spilleren.

Hvis begge klubbene nettopp går ut fra at den andre klubben bruker agent, vil begge ende opp med å tilby agenten et honorar. Agenten ønsker selvfølgelig en slik situasjon, men klubbene kommer dårligere ut og pengene forsvinner ut av spillet og inn i lommene til agenten.

Forfatterne illustrerer at dette også vil kunne slå negativt ut for spilleren. Han ender kanskje opp i den klubben som gir agenten høyest honorar, framfor den klubben som gir

spilleren de beste kontraktsbetingelsene. Her oppstår det interessekonflikter og dobbelrepresentasjon, og spilleren vet med andre ord lite om agenten har gitt han den beste kontrakten eller hvor mye innsats agenten har lagt i kontraktsforhandlingene. Også spilleren kan med andre ord bli en tapende part her.

I artikkelen tenkes to lag; Rødt og Blått lag. Hvis begge betaler agenten er det 50/50 sjanse for begge klubbene å få spilleren. Dette er også tilfellet dersom ingen betaler agenten. Likevel, begge klubbene vet at deres konkurrent kan tenkes å betale agenten (dette kan det også tenkes at agenten selv påpeker), noe som skaper en situasjon der begge klubbene tror eller forventer at konkurrenten betaler honoraret.

Det antas videre at klubbene kun har to strategier; ”betale” eller ”ikke betale”. Honoraret til agenter settes til 1. Pengeverdien til klubben (etter å ha betalt spillerens lønn og overgangssum til selgende klubb) for å signere spilleren settes til 6. Dette gir følgende oversikt:

- Sannsynligheten for å signere spilleren hvis begge betaler honorar er 50/50 (like stor sjanse hver).
- Sannsynligheten for å signere spilleren for en klubb som betaler honorar er 1 (100 %), hvis den andre ikke gjør det.
- Sannsynligheten for å signere spilleren hvis ingen betaler honorar er også 50/50.

Disse utgangspunktene gir følgende tabell.

		RØDT lag	
		Betaler	Betaler ikke
BLÅTT lag	Betaler	2 / 0	5 / 0
	Betaler ikke	0 / 3	3 / 3

BLÅTT lag leses over skråstreken og vertikalt (firkant og blå skrift); $2 > 0$ & $5 > 3$, mens RØDT lag leses under skråstreken og horisontalt (runding og rød skrift); $2 > 0$ & $5 > 3$.

Begge klubbene har samme mål, nemlig å maksimere deres sjanser for å vinne ved å signere en stjernespiller. De ønsker med andre ord å ha en spiller framfor penger.

Dette vil gi oss 4 mulige utfall, med ulike resultater.

1. Det beste utfallet for klubbene vil være å betale honorar (1) og signere spilleren (6). Dette gir et resultat på 5 (6-1). Men dette gjelder kun hvis konkurrenten ikke betaler.
2. Begge klubbene dropper å betale, og begge vil ha 50 % sjanse for å signere spilleren. Dette vil gi et resultat på 3 (6/2).
3. Hvis begge klubbene betaler honorar, så har de også 50 % sjanse for å signere spilleren. Men her blir resultatet 2 (6/2-1).
4. Man kan også nekte å betale agenten og miste spilleren til konkurrenten, som betaler agenten 1. Det gir et resultat på 0.

Det som skaper det såkalte prisoners' dilemma²⁰ er at begge klubbene tror at de kommer best ut dersom de betaler agenten, sammenliknet med hvis de ikke gjør det ($2 > 0$ og $5 > 3$, for begge lag). Konklusjonen blir dermed at de begge betaler agenten og får 2, til tross for at de ville komme bedre ut dersom ingen av dem hadde betalt; 3 ($3 > 2$).

Dette viser hvordan agentene har muligheten til å motta honorarer av klubber, som følge av denne strategiske konkurransen som oppstår mellom klubbene ved signering av spillere. Agenten påtar seg en rolle forfatterne omtaler som "a gate keeping role". Det vil si en slags portåpner som først åpner porten når han blir betalt.

Som et eksempel fra virkeligheten på agentenes "gate keeping role", kan en uttalelse av daværende Brann-direktør Knut N. Kristiansen, i forbindelse med en overgang av spilleren Tore Pedersen fra Brann til japanske Sanfrece Hiroshima, være beskrivende: "Han (Rune Hauge, red.anm.) ga klar beskjed at dersom Brann ikke satte inn 30.000 pund på kontoen hans, så ville det ikke bli noe salg"²¹.

Det er denne rollen forfatterne av artikkelen peker på som årsak til at agentene har mulighet til å sikre seg honorarer, nettopp fordi de vet at det finnes andre klubber som har incentiver til å betale slike honorar for å sikre seg spillere det er stor konkurranse om. I tillegg er det lett for agenten å påpeke at andre klubber har tilbudt han betaling. Da settes klubben under press, og må vurdere om de skal betale agenten eller droppe spilleren.

Det er i utgangspunktet ikke kollektivt ønskelig fra klubbenes side å betale agenter på denne måten, men det er ofte ønskelig fra den individuelle klubbs side å betale en agent for

²⁰Som forklarer hvorfor to parter, for eksempel to fotballklubber, ikke samarbeider, til tross for at de ville kommet bedre ut av en situasjon de befinner seg i dersom de nettopp gjorde det.

²¹ Artikkel i Dagens Næringsliv <http://www.dn.no/forsiden/naringsliv/article796866.ece>

å sikre en avtale. Det er nettopp dette avviket mellom felles og individuelle interesser som agentene er i stand til å utnytte.

Konklusjonen av den spillteoretiske analysen til Holt et al. (2006) er at fotballen kommer bedre ut uten å bruke agenter. Det vil si at det mest gunstige for de involverte klubbene er å la være å betale ulike former for honorarer til agenter. Dette er for å sikre seg at pengene blir værende i fotballen, og ikke går i lommene på agentene. Det vil si at de mener en form for markedsmekanisme bør unngås i fotballen.

3.2 Klan/Kultur

Når organiseringen i stor grad oppstår som følge av at de enkeltes, for eksempel fotballklubbene, målsetting er kongruente, kaller Ouchi denne type mekanisme for klan. Han hevder videre at det ikke er nødvendig ved denne type organisering å måle prestasjon for å kontrollere eller dirigere deltakerne, etter som deres ønske er å gjøre det beste for klanen. Klanen er mest effektiv, mener Ouchi, når det er høy tvetydighet rundt måling av prestasjon og høy grad av samsvar mellom medlemmenes mål.

Her er det i stor grad medlemskap, verdier og normer som er styrende, og som er med på å skape en felles kultur. Dette kan innen fotballen relateres til forbund, for eksempel Norges Idrettsforbund (NIF), NFF eller FIFA, der klubbene som er tilknyttet forbundene kan ses på som en slags fotballklan. Dette kan forklares på bakgrunn av at fotballen i Norge har sin egen struktur, med eget styre og egen idrettspresident. Dette gjelder også internasjonalt, etter som fotballfamilien er global. Fotballen velger sine tillitsvalgte og er en interesseorganisasjon som styrer seg selv.

Videre er forbundet bygd på en solidaritetstankegang der man tar vare på topp og bredde (grasrota), noe som viser seg blant annet ved at det ikke er de største klubbene som har flertall på fotballtinget. Man ønsker fair play og en dugnadsånd der folk med samme interesse kommer sammen for å yte innsats for fellesskapet. I tillegg har man de samme verdiene og målene om at fotballen skal være inkluderende og åpen for alle. Man skaper en idrettskultur, en idrettsfamilie. Og når man dermed snakker om at man ønsker at pengene ved overganger skal gå tilbake til fotballen, er det en form for klantankegang.

Durkheim (1933) ifølge Ouchi (1980) sier at en klan kan være en mer retningsgivende måte å organisere på i visse sammenhenger. Det skaper høy grad av disiplin (Kanter 1972, i Ouchi 1980), og er en organisasjonsmåte der den enkeltes interesser best kommer fram gjennom alles interesser. For eksempel har toppfotballklubbene i Norge opprettet et felles

organ kalt Norsk Toppfotball (NTF)²² hvor alle klubbene i Tippeligaen og Adeccoligaen er representert, det vil si 32 klubber totalt. NTF brukes som et forum for toppklubbene, og har som sin visjon å være ”et innovativt kompetansesenter og fremme interessene for alle klubbene i Tippeligaen og Adeccoligaen”²³.

Det er likevel ikke først og fremst den formelle organiseringen som gjør fotballen til noe som ligner en klan, men det er kulturen og den formen for solidaritet som ligger som fundament for den formelle organisasjonen. Det er derfor viktig at det ikke er for stor dissonans mellom klan/kultur og den formelle organiseringen. Skepsisen til agenter i fotballmiljøene kan være uttrykk for en slik dissonans.

3.3 Byråkrati

Den tredje av Ouchis organiseringsformer er byråkratiet. I et byråkrati organiseres det med utgangspunkt i regler, plikter og roller. Ouchi (1980) hevder at byråkratiet har to fordeler i forhold til markedet. For det første har det et arbeidsgiverforhold ved at de ansatte godtar å motta lønn for arbeid, og for det andre kan byråkratiet skape en større tillit blant de ansatte enn markedet. Dette er fordi de lærer seg at et langsiktig forhold vil bidra til bedre prestasjoner, som igjen bidrar til å hindre uberegnelige tendenser og behovet for å overvåke de ansattes resultater. Ouchi hevder videre at den byråkratiske formen for organisering er mest effektiv når det er vanskelig å måle prestasjoner entydig og når målene er i konflikt.

Byråkratiet kan her sammenliknes med de enkelte fotballklubbene. Innenfor fotballen står nettopp dette dilemmaet om å ha mål som står i samsvar med hverandre i fokus. På den ene siden ønsker klubbene å gå med overskudd og drive økonomisk sikkert. Man ønsker at inntekter langt på vei skal dekke kostnadene, og kanskje også kunne gi litt avkastning. På den andre siden er kravet om sportslig suksess, spesielt fra publikum og fans. Disse er ofte ikke forenelige av den enkle grunn at det koster å være best. Man må kanskje foreta mange spillerkjøp og – investeringer, ofte ved bruk av agenter, og skal man ha de beste, krever det høye lønninger, sign on-fee og gode kontraktsbetingelser. Kostnadene kan altså bli så høye at de går ut over målet om økonomisk overskudd eller balanse.

²² NTF <http://www.norsktoppfotball.no/>

²³ Se note 22. Om NTF – visjoner.

I den forbindelse kan man derfor spørre seg om hvorfor klubbene, som utgjør fotballen, ikke tar i bruk egne folk til å gjøre den jobben som agentene allerede gjør (at de bruker byråkratiet). Alternativt kunne man latt forbundet som organiserer klanen gjøre dette gjennom strengere reguleringer, der alt blir gjort på toppen, og på den måten sikre at pengene forblir i fotballen/klanen og ikke forsvinner ut til en tredjepart i et marked.

3.4 Marked, klan eller byråkrati

Med utgangspunkt i den organisasjonsteoretiske beskrivelsen over, kan det stilles spørsmål om det ikke er bedre at man går vekk fra en markeds mekanisme med mye bruk av agenter, og heller foreslår at klubbene som fotballfamilie (klan) og byråkrati skal samarbeide for å hindre at pengene skal gå ut av fotballen. Markedet, ut ifra en spillteoretisk vinkling (jf. kap. 3.1.2), tapper jo egentlig klanen for ressurser. Alternativet er at man regulerer spilleroverganger gjennom byråkrati, og ordner opp innad ved bruk av egne folk og uten mellomledd i forhandlingene. Da forblir pengene i fotballen. Den byråkratiske organiseringen vil da være bygd på de kulturelle verdiene og støtte opp om klansforståelsen. Dette vil kunne gagne fotballfamilien, som i stedet kan benytte de tidligere utbetalte honorarene på tiltak som blant annet utvikling av spillere og idrettsanlegg.

Det er mye på bakgrunn av denne tankemåten jeg har hentet problemstillingen angående spørsmålet om hvorfor profesjonelle fotballklubber benytter seg av agenter og agentenes tjenester.

3.5 Operasjonalisering

Å operasjonalisere vil si, i følge Jacobsen (2005:234), å gjøre et abstrakt begrep til noe målbart. Jeg ønsket gjennom intervjuene å finne ut om hvorfor profesjonelle fotballklubber benytter seg av agenter, og om de føler at de har behov og nytte av agenter og deres tjenester. I den forbindelse ville jeg derfor stille spørsmål for å finne ut om klubbene opplever at disse behovene bør løses innenfor en markeds kontekst, en klankontekst eller en byråkratikontekst. For å kunne gjøre dette måtte jeg operasjonalisere marked, klan og byråkrati

Jeg definerer marked i denne sammenhengen som en plass med få klare reguleringer, der frie agenter opererer. Byråkrati definerer jeg som en form for organisering der reguleringer gjøres av en myndighet. Det kan være NFF, NIF, FIFA, EU etc., til dels i fellesskap. Klan definerer jeg som en form for organisering der medlemmene som er

tilknyttet ser på seg som en form for familie, en fotballfamilie, og der denne kulturen ligger som fundament for den byråkratiske oppbyggingen.

De to første spørsmålene i intervjuet ble kun stilt for å få tak i klubbens bruk og betaling av agenter i det allerede eksisterende markedet. Samtidig sier det noe om klubbens klansforståelse, og tanken om at de ikke ønsker et uregulert marked der betaling skjer uten begrensninger.

Spørsmålene 3 og 9 var ment til å fange opp og svare på tanken om en form for markedsorganisering faktisk er nyttig og nødvendig fra klubbens side. Det ville bidra til å svare på om klubbene mener det er behov for agenter.

Videre ble spørsmål 6, 10 og 12 stilt for å se om klubbene hadde en klantankegang om at pengene bør forbli i fotballen. Spørsmålene prøver å skaffe forslag til hvordan klubbene mener at markedet kan reguleres best mulig for å sikre denne tankegangen. Etter som fotballen er global holder det ikke med reguleringer kun i Norge. Det ville da kun berøre en liten del. Jeg ville her også se om klubbene faktisk ser på fotballen som en stor familie.

Spørsmålene 4, 5 og 11 skulle bidra til å kartlegge om klubbene tror det kunne vært mulig med kun en byråkratisk organisering, eller om de er opptatt av at markedet består og byråkratiet i større grad regulerer det hele.

Det siste intervju spørsmålet ville teste ut klubbens tanker om en fullstendig markedsfri verden, det vil si at alt reguleres i klanen og byråkratiet.

4. METODE

4.1 Forskningsdesign

Før man skal ut å skaffe seg datamateriale må man finne ut hvilken undersøkelsesdesign som er best skikket til å besvare problemstillingen.

Det er mulig å velge mellom en intensiv (dybde) eller en ekstensiv (bredde) design. Den intensive designen sier Jacobsen (2005) går ut på å prøve å vise så mange forhold som mulig i ett eller noe få tilfeller ved å gå i dybden på et problem, mens en ekstensiv design vil gå i bredden og undersøke så mange enheter som mulig uten å inkludere så mange forhold. Han sier videre at dersom man er interessert i å forklare hva som skjer i en spesiell situasjon eller forklare en spesifikk hendelse, bør man velge den intensive designen.

Det er nettopp det sistnevnte jeg ønsker i min oppgave. Jeg ønsker å forklare hvorfor fotballklubber i en spesiell situasjon (overganger, forhandlinger) benytter seg av fotballagentenes tjenester, slik at en intensiv design blir naturlig å benytte i denne sammenhengen.

Jacobsen sier at om man ønsker å generalisere (dvs. at antallet undersøkte er representativt til å uttale seg om flere enn kun de som faktisk er med i utvalget) så bør man velge ekstensivt design. Til tross for dette tror jeg at dersom jeg får intervjuet fire ulike klubber så er det likevel mulig å foreta, om ikke en statistisk generalisering (til det er det er utvalget for lite med tanke på at fotballfamilien er global), så i hvert fall en teoretisk generalisering.

Utgangspunktet for oppgaven er at det er lite informasjon om temaet agenter og deres virksomhet, kun noe fakta om overganger. Det handler derfor om å skaffe seg bred kunnskap om feltet, få innsikt i og få forståelse for problemstillingen. Jeg ønsker å finne årsaker til klubbenes bruk og behov av agenter, og ved å gå i dybden gjennom personlige intervjuer får jeg mye informasjon om nettopp dette. Ved å intervjuer fire ulike klubber mener jeg at jeg får den kjennskapen som er nødvendig for å kunne generalisere på et teoretisk grunnlag.

Det er først når man har skaffet seg denne bakgrunnskunnskapen om temaet at man kan lage spørsmål, og deretter foreta en statistisk generalisering ved å sende ut undersøkelsen i form av for eksempel et spørreskjema til et større utvalg.

4.2 Primær- kontra sekundærdata

Når man skal innhente data skiller det mellom primære data og sekundære data. Primærdata går ut på at forskeren selv henter inn fersk data for første gang, mens sekundærdata er data forskeren henter fra andre kilder, som tidligere er brukt til å belyse andre problemstillinger (Jacobsen 2005). I mitt tilfelle finnes det ikke tidligere data om årsaken til at klubber benytter seg av agenter, slik at det vil være naturlig for meg å samle inn primærdata for å besvare problemstillingen.

4.3 Kvantitative eller kvalitative data?

Når man har valgt design, må man ta et valg angående hvilken type data som skal samles inn; ord eller tall.

4.3.1 Kvalitativ tilnærming

I en kvalitativ tilnærming ønsker man å hente svar, først og fremst i form av ord, og er dermed stort sett knyttet opp mot et intervju mellom to eller flere parter.

Jacobsen (2005) nevner en rekke fordeler ved denne metoden, blant annet at den har fokus på detaljer, at det er stor åpenhet, at intervjuobjektene ikke blir påtvunget faste svarkategorier. Videre skaper metoden høy begrepsgyldighet, ved at den ofte får fram spesifikke og riktige data fra den man intervjuer, og en nærhet som gjør at man kan komme under huden på intervjuobjektet og få tak i deres virkelighetsforståelse.

Det er likevel også knyttet flere ulemper ved denne metoden. Jacobsen beskriver en rekke problemer som at det er ressurskrevende (tid, penger osv.), at man ofte må klare seg med få respondenter, dvs. at man må prioritere mange variabler framfor mange enheter (intensivt design) og at det skaper generaliseringsproblemer.

Videre vil informasjonen kunne være vanskelig å tolke, dataene kan være komplekse på grunn av mye informasjon på en gang, den nærheten som oppstår ved et intervju kan skape en undersøkelseeffekt, slik at jeg som intervjuer påvirker objektet til å svare på en spesiell måte. Dette er ofte det største problemet. I tillegg kan det ofte være vanskelig for informanten å "åpne seg" foran en ukjent person.

4.3.2 Kvantitativ tilnærming

I en kvantitativ tilnærming ønsker man å hente inn svar i form av tall, for eksempel ved bruk av spørreundersøkelse. I likhet med den kvalitative tilnærmingen er det også forbundet både fordeler og ulemper med denne metoden.

Blant fordelene som kan nevnes er at det letter struktureringen og standardiseringen av informasjon, det er lett å behandle dataemateriale, enkelt å avgrense, det skaper en større mulighet til å spørre mange respondenter og dernest få et representativt utvalg det er mulig å generalisere ut ifra (Jacobsen 2005).

På den andre siden må man forholde seg til enkle forhold, etter som det er vanskelig å gå i dybden med mange enheter samtidig, det er umulig å få frem individuelle variasjoner og andre ting som det ikke blir spurt om i selve undersøkelsen. Designet er dermed mindre fleksibelt (ibid.)

4.3.3 Valg av tilnærming

Med utgangspunkt i problemstillingen, oppgavens omfang og tid til rådighet har valget mitt falt på en kvalitativ tilnærming, gjennom åpne intervju med få svarkategorier.

Metoden er best egnet når man vil forklare nærmere hva som kan ligge bak et fenomen man ikke vet så mye om fra før, i mitt tilfelle bruken av agenter.

Det er enklere å få fram den enkeltes tanker og erfaringer i et intervju, enn gjennom et spørreskjema. Det bidrar også til en mer detaljert og sammensatt beskrivelse av temaet.

Når det gjelder ulemper som generaliseringsproblemer som følge av få respondenter, og den undersøkelseeffekten nærheten kan skape, tror jeg ikke dette vil by på for store problemer. Som tidligere nevnt vil jeg kunne foreta en teoretisk generalisering ved å intervju fire ulike Tippeligaklubber. Jeg er heller ikke bekymret for at jeg skal kunne påvirke hva sportslige ledere, med lang fartstid innen for sitt område, skal svare eller ikke svare.

4.4 Utvalg og gjennomføring

Ved gjennomføring av undersøkelser er det sjelden slik at man kan spørre alle de man ønsker å spørre. Dette kan være på grunn av tid, penger, oppgavens omfang osv. Derfor er man nødt til å foreta et utvalg. Det er viktig å huske på at utvalget må ses i sammenheng med problemstillingen, og med det hvilke kriterier som best vil velge ut de respondentene som vil kunne gi svar på det man lurer på.

Jeg ønsket ikke å foreta et tilfeldig utvalg, først og fremst på grunn av tid og kostnader. Jeg satte opp en liste over ulike kriterier jeg mente kunne gi meg gode kandidater til gode svar, men også av hensyn til tid, kostnader og selve muligheten til faktisk å få gjennomført fire ordentlige intervjuer. Utvalgskriteriene mine ble som følger:

- Tilgjengelighet
- Ressurser
- Informasjon
- Oppgavens omfang

Som følge av temaets sensitivitet har jeg valgt og ikke si hvilke klubber som er valgt ut på bakgrunn av hvilke kriterier, men kun si hvordan kriteriene er brukt til utvalg.

For det første ble antallet utvalgte klubber kun satt til fire. Dette skyldtes oppgavens størrelse, i og med at oppgaven kun er en bacheloroppgave med et omgang på 15 studiepoeng.

For det andre handlet det i stor grad om tilgjengelighet. Det vil si i hvilken grad jeg hadde mulighet til å kunne komme meg til klubbene, uten at det var for ressurskrevende i form av tid og kostnader.

I tillegg valgte jeg også respondenter på bakgrunn av hvilken kunnskap og informasjon jeg trodde den enkelte klubb satt inne med i forhold til det aktuelle temaet jeg tar opp i min problemstilling. Her valgte jeg ut noen som har vært en del av ”fotball-gamet” lenge, samt vært involvert i flere forhandlinger, både kjøp og salg, der agenter har vært involvert og representert, både på klubb – og spillersiden.

Som tidligere nevnt har gjennomføringen av undersøkelsen foregått gjennom åpne intervjuer, der jeg tok i bruk en MP3-opptaker for å ta opp intervjuene. Dette bidro til å skaffe meg primærdata. Jeg intervjuet den personen i klubben som i størst grad har kontakt med agenter i forbindelse med spilleroverganger og kontraktsforhandlinger. I intervjuet la jeg vekt på stor grad av åpenhet og mange åpne spørsmål.

At intervjuene var hos klubbene var for å ha en atmosfære der intervjuobjektene følte seg komfortable nok til å kunne svare helt ærlig på samtlige spørsmål. De enkelte klubbene ble informert om intensjonen med intervjuet og om deres anonymitet i en utsendt mail før jeg gjennomførte selve undersøkelsen.

4.5 Konklusjonene – strekker de til?

4.5.1 Validitet

Når man har foretatt en undersøkelse er man nødt til å tenke igjennom konklusjonenes validitet, det vil si at man tester gyldigheten til funnene (Jacobsen 2005). Det kan ofte oppstå feil og mangler som kan bidra til å svekke resultatenes gyldighet. Det kan for eksempel tenkes at noen av spørsmålene jeg stilte, og måten de ble stilt på, kan ha ført til misforståelser eller uklarheter. I tillegg var dette et tema få av intervjuobjektene sa de hadde tenkt mye over tidligere, noe som kan ha gitt uklare svar eller forhastede konklusjoner.

En annen feilkilde kan være at intervjuobjektene, på bakgrunn av at jeg sendte ut hensikten og temaet med intervjuet på forhånd, svarer på en bestemt måte for å bli framstilt i et positivt lys, og ikke svarer i henhold til det han egentlig tenker og mener om situasjonen. Da vil ikke dataene være fullstendig gyldige, etter som situasjonen ikke beskrives rett. For å redusere denne faren lovte jeg å anonymisere klubbene.

Man kan også spørre seg om det var et noe lite utvalg, og hvordan man da skal kunne generalisere. Jeg mener at siden gikk i dybden i et spesielt case, så vil et utvalg på fire klubber kunne være nok til å foreta en teoretisk generalisering.

4.5.2 Reliabilitet

En annen ting man også må ta hensyn til er om undersøkelsesopplegget påvirker de resultatene man har kommet fram til. Hvor pålitelige og troverdige er resultatene? Har vi målt det vi faktisk skal måle? Er undersøkelsen til å stole på? (Jacobsen 2005).

En typisk ting som kan påvirke svarene i et intervju er undersøkelseeffekten, noe som kan ha bidratt til at det jeg lurte på kanskje ikke helt ble besvart. Det kan for eksempel tenkes at klubbene kan ha holdt igjen informasjon i forbindelse med intervjuene jeg foretok. Den ene sportsdirektøren spurte underveis i intervjuet om hvor mye av det han sa som kom til å bli brukt. Det er klart at et opptak av et slikt tema kan begrense uttalelser, og dermed hindre meg i å få all informasjon. Likevel var det ingen som ba meg stoppe opptakeren, noe jeg tolker som et tegn på at de følte seg komfortable med situasjonen.

En annen feilkilde som kan ha oppstått er ved renskrivingen av intervjuene. Det er fort gjort å tolke en persons utsagn til å bety noe annet enn det som opprinnelig var tenkt når man i ettertid sitter og hører på intervjuopptakene.

4.6 Etikk

I forskningssammenheng er det alltid sånn at man er nødt til å ta hensyn til ulike etiske forhold. Det stilles tre krav til forskningsetikk i dag (Jacobsen 2005). Disse er kravet om informert samtykke, kravet om privatliv, samt kravet om at resultatene blir korrekt gjengitt.

Respondentene deltar helt frivillig i selve undersøkelsen, det er ingen form for tvang, og samtlige er kompetente til å bestemme selv. De har alle sammen ansvaret for den sportslige biten (kjøp og salg) i sine respektive klubber.

Samtlige klubber med respondent blir gitt full anonymitet. Det er nemlig ikke klubben eller intervjuobjektet som er av interesse for min oppgave, men de ulike situasjonene der agenter benyttes og årsakene til at disse benyttes. Det vil derfor ikke være fare for at informasjonen er for følsom eller privat.

At resultatene blir korrekt gjengitt har jeg prøvd å overholde ved at jeg renskriver intervjuene og kontakter respondentene og forhører meg om det jeg har tolket, stemmer overens med deres oppfatning.

5. ANALYSE

I dette kapitlet vil jeg analysere og diskutere funnene jeg har gjort gjennom intervjuene. Intervjuresultatene vil knyttes opp mot den tidligere framstilte teorien, og vil bli diskutert med utgangspunkt i om profesjonelle fotballklubber opplever at de har behov og nytte for agenter. I tillegg vil jeg se på om den formen for organisering vi har i dag av agentvirksomheten (markedsorganisering) er den som skaper best nytte for klubbene eller om det eventuelt er bedre å drive den virksomheten som vi ser i dag, internt i klubbene.

De fire klubbene jeg har intervjuet vil ikke framstilles med riktig klubbnavn eller med riktig navn på intervjuobjekter i oppgaven. Dette er av hensynet til anonymitet, som er et av de etiske kravene innenfor forskning. I stedet vil de bli referert til som Svart, Lilla, Grønt og Brunt lag, mens selve intervjuobjektene vil gå under navn som ”sportsdirektøren”, ”direktøren” og lignende.

5.1 Benyttelse, betaling og behov av agenter og agentenes tjenester

Når det gjelder hvorfor den enkelte klubb benytter seg av agenter og deres tjenester, må begrunnelsen deles i to. For det første så har alle spillere agent, og skal man kontakte eller forhandle med en spiller, så kommer man ikke utenom spillerens agent. Dette gjelder enten det er en spiller man ønsker til klubben eller en som allerede befinner seg i klubben. Man kan gå direkte til spilleren, men han har ofte et svært tillitsfullt forhold til agenten og ber ofte klubbene i stedet snakke med agenten i forbindelse med kjøp, salg og kontraktsforhandlinger. Derfor blir klubbene uansett nødt til å forholde seg til en tredjepart.

På den andre siden finner vi den situasjonen der klubbene selv hyrer inn en agent i forbindelse med biståelse i kjøp, lån, salg, markedsføring og profilering, megling og lignende.

Samtlige klubber forteller at de har benyttet seg av agenter på stort sett alle områder. Det er først og fremst tjenester i forbindelse med kjøp, men omfatter også biståelse ved salg, lån, forhandlinger og markedsføring:

”I stor grad handler bruken av agenter seg om muligheten og evnen til å komme seg fram til spillere og klubber, for det meste internasjonalt”.

Likevel er det ikke alltid at agenter benyttes. Svart lag kan fortelle at de sjelden benytter seg av agenter i kontraktsforhandlinger, og Grønt lag støtter opp om dette og sier at resignering av spillere som allerede befinner seg i klubben som oftest foregår uten agent.

5.1.1 Salg

I forbindelse med salg kan klubbene fortelle at det er vanskelig å selge spillere uten å benytte seg av agenter. Når man ønsker å selge spillere, eller det er inneforstått at en spiller ønsker seg videre, så mener klubbene at agentene er nyttige i den forstand at klubben trenger en til å markedsføre og profilere spilleren. Dette gjelder spesielt hvis man ønsker å selge til en større liga enn den norske. Dette understrekes av en av direktørene:

”Agentene blir da et nyttig verktøy for å skape en interesse hos klubber man ønsker å selge til, og bidrar til å skape et marked og best mulig pris”.

Jo større nettverk og jo flere kontakter en agent har, jo flere klubber kan han å nå ut til.

Både Svart og Lilla lag forteller at klubben sjelden benytter seg av agenter i forbindelse med salg, men Svart lag forteller at de likevel nylig har solgt en spiller ved hjelp av en agent. Agenten ble da brukt til å markedsføre og profilere spillerens navn og kvaliteter i et marked med så kjøpesterke klubber som mulig, som klubben selv ikke hadde hatt muligheten til å nå ut til. Direktøren i Svart lag begrunner dette med:

”Når man ønsker et større, internasjonalt marked, er agentenes nettverk ofte helt nødvendig for å skape en så stor og bred interesse”.

Lilla lag trekker fram at agenter er nødvendig dersom klubben selv mener en spiller er god nok for en større klubb og en større liga, men de ikke har noen interesserte kjøpere:

”Agenten er da nyttig for å fasilitere, og legge til rette for at klubber kan bli interessert”.

I den samme forbindelse er det å gjøre det på egenhånd mer problematisk, sier en av direktørene. Dette er fordi klubbene i så måte ikke er direkte habile i sine vurderinger av egne spillere. Klubben mener så klart sine spillere er gode nok, men det er likevel få som hadde lyttet til direktørens uttalelser om at ”vi har en veldig god spiller vi syns dere bør følge”. Da kan man ta kontakt med enkelte agenter og agentfirmaer som har et stort

internasjonalt kontaktnettverk, og som dermed gjør at de kan gjøre jobben for klubben på et mer objektivt plan. Agenten er da med på å hjelpe selgende klubb i å få klubber interessert i spilleren. Det kan være snakk om å fremme kvaliteter, pris og tilsvarende. Man får en bedre pris dersom tre er interessert framfor en. På det område er agenten nyttig, mener sportsdirektøren i Lilla lag.

5.1.2 Kjøp

Når det gjelder kjøpsituasjoner forteller alle klubbene at:

”Agenten benyttes for å nå fram til den eller de spillerne man ønsker seg, for å finne ut hvem som er tilgjengelige, til hvilken pris osv., spesielt når man har hele verden som marked”.

Agentene har gode kontakter som gjør at de har bedre oversikt enn fotballklubbene, spesielt over utenlandske ligaer og spillere. Dette bidrar til at klubbene får tilgang til flere spillere enn man har mulighet til på egenhånd. I tillegg vil det ofte være sånn at når man ønsker å kjøpe en spiller, så vil man betale en pris, mens selgende klubb ønsker en høyere pris. Da må ofte agenten hjelpe til, som megler, for å få kjøpende klubb til å lette litt på pengesekken og selgende klubb til å fire litt på kravene, og på den måten finne kompromisser for å få handelen til å gå igjennom. Da kan klubbene hyre inn en agent for å hjelpe til å skape forståelse (oftest hos selgende klubb) for at det er tøffe økonomiske tider, og at man da priser spilleren ut av markedet med den og den prisen. Agenter har kunnskap om slike markedsforhold, forteller en av sportsdirektørene.

5.1.3 Betaling

I tidligere kapitler har jeg diskutert en del rundt betaling av agenter. I den forbindelse ønsket jeg å vite om klubbene, dersom en agent hadde forhandlet på vegne av en spiller som klubben har hentet, hadde betalt agenten for spilleren.

Dette har vært vanlig praksis innenfor fotballen i lang tid, så vel nasjonalt som internasjonalt, og noe alle klubbene kunne bekrefte at de hadde gjort. Likevel varierer det til en viss grad i Norge, og som følge av nye og strengere regler blir nå spilleren fordelsbeskattet dersom klubben betaler agentens honorar for spilleren (NFFs reglement for spilleragenter § 12-6 (2)), på lik linje med betalt leilighet, bil og lignende. Dette har i noen grad begrenset ønsket om å betale spillerens agent fra klubbens side.

I denne sammenhengen lurte jeg også på direktørenes tanker om en regel som hadde nektet fotballklubbene i å betale spillerens agent (fjerning av § 12-6 (2)), det vil si at det er kun agentens klient (her spilleren) som kan foreta betalingen. De var samtlige skeptiske til en slik ordning. Svart lag trakk fram at det hadde vært en fordel hvis klubben betalte agenten, som en ren fakturering og uten beskatning, fordi sånn har det alltid vært. Direktøren la videre vekt på at agenten ikke er vant til at spiller betaler, og uttalte samtidig at:

”Spilleren er i hvert fall ikke vant til å måtte betale noe til rauslikkeren”.

Han tror det bare ville føre til rot, og får støtte fra de andre lagene.

Grønt og Lilla lag legger vekt på at det sannsynligvis vil gjøre det dyrere for alle parter, først og fremst klubbene. De sier at dersom spilleren skal gjøre opp med sin agent, så vil agenten bestrebe seg på å utjevne denne kostnaden for spilleren, slik at spillerens lønn blir tilsvarende høyere. I tillegg må man da ta med de skattemessige konsekvensene av at spillerne skal betale dette av sin nettolønn. Som et eksempel kan det tenkes et agenthonorar på 100.000. Skal spilleren selv betale, må han ha 200.000 for å dekke de 100.00 til agenten, etter som han må trekke skatt av de 200.000. Til syvende og sist blir alt kostnadsøkende.

Likevel trekker klubbene også fram noen fordeler med en slik reguleringsform, blant annet at man får mer opp på bordet. Ting blir ikke så skjult som det har vært tidligere, og i den forbindelse kan blant annet spilleren få vite hvor mye som går til siden (agenten), og da eventuelt hva han kunne tjent selv. Dette har ikke spillerne visst tidligere. I tillegg vil det kunne skape en større forutsigbarhet for de involverte partene, tror et av lagene. Man slipper eksempelvis å oppleve at en agent kommer i 12. time, etter at man er enige om overgangssum, spillerkontrakt osv., og sier at nå gjenstår det bare å bli enige om hans honorar, som han i henhold til regelverket ikke har krav på, men likevel krever for at en overgang skal kunne gjennomføres.

Klubbene mener at det derfor bør være et mer ensartet regelverk, der man bare kan gjøre det på en måte og ingen annen. I dag er det åpent for at klubbene kan betale agenten på vegne av spilleren, men med de skattemessige konsekvensene det innebærer. Dette er ikke hensiktsmessig syns klubbene.

5.1.4 Er markedsmekanismen nyttig fra klubbens perspektiv?

Samtlige klubber er enige om at det er et behov for agenter, først og fremst for å komme lettere til målet, både ved kjøp og salg. En av klubbene kan fortelle at de solgte en spiller som det for klubben var rent finansielt viktig å selge. Da brukte klubben en agent for å skape en større interesse enn de ville ha klart på egenhånd, og i så måte var agenten helt nødvendig.

5.2 Hvordan få til den beste reguleringen for å sikre en klansforståelse?

5.2.1 Transfer Marketing System

At markedsorganisering av spilleroverganger er en nødvendighet er vist i de foregående kapitlene. Likevel mener klubbene at markedet i større grad burde vært strengere regulert for å hindre pengeflommen ut av fotballen. Dette er en felles tanke for samtlige klubber jeg har intervjuet.

I den forbindelse nevner tre av klubbene et nytt overgangssystem kalt Transfer Market System (TMS). Det er et relativt nytt system der man legger inn hele flyten av pengene i en overgang, og krysser av for om det er brukt agent eller ikke, hvem som har vært med i forhandlingene, spillerens avtale med agenten, klubbens avtale med agent og honorering hvis agent er benyttet på klubbens side, spillers sign on-fee, overgangssum osv. Innfylte skjema rapporteres så til forbundet.

I tillegg skal også den andre klubben som er involvert i overgangen melde inn det samme. Dersom det er avvik mellom de to klubbene, må man gå inn å se hva som er feil. Klubben får ikke fri en spiller fra utlandet til Norge, eller solgt en spiller til utlandet, uten å legge det inn i systemet. Så lenge det er avvik, vil ikke avtalen gå igjennom.

Systemet bidrar til å gjøre det mer ryddig når det gjelder hvem som har vært med på forhandlingene. Det vil samtidig gjøre det vanskeligere for agenten å sitte på to sider av bordet, etter som man nå er nødt til å melde fra om hvem som deltok i forhandlingene.

Svart lag kommer med et forslag om å videreutvikle dette systemet, for enda bedre å holde markedsmekanismen i sjakk. I tillegg til å melde inn overgangssum, om agent har vært med osv., så mener sportsdirektøren at man kan utvide med solidaritetsmidler (penger til klubb/klubber som har bidratt til å utvikle spilleren fra 12-23 år)²⁴ og agenthonorar, og at man sender overgangspengene inn til fotballforbundet og fordeles derifra:

²⁴ Overgangsreglement, http://www.fotball.no/Documents/PDF/2009/NFF/overgangsreglement_2009.pdf

Overgangsbeløp + solidaritetsmidler + agenthonorar → NFF og fordeles ut til de enkelte parter; selgende klubb, agent, spiller, utviklingsklubb(er).

Dette vil kunne bidra til å sikre en klarere og bedre oversikt over pengestrømmen.

5.2.2 Fotballfaglig kompetanse

I tillegg til at man har et formelt system som fanger opp denne pengestrømmen i en overgang, er det også helt nødvendig, mener klubbene, å heve den fotballfaglige kunnskapen og kompetansen. Som den ene klubben velger å uttrykke det:

”Det er altfor mange ufaglærte, eller cowboyer i bransjen”.

Klubbene mener at agentene godt kan være veldig dyktige på juridiske emner, forhandlinger og økonomi, men at altfor mange ”ikke kan noe mer enn en vanlig tribunetilskuer om spiller og spillet”. Det er nemlig ikke ønskelig fra klubbenes side at det bare skal være advokater som gjør denne type jobb.

Det foreslås agentkurs (utenom agenteksamen) tilsvarende det som allerede er tilfellet for trenere. Aktørene som opptre i markedet er nødt til å kunne faget og kvalitetene på det de skal selge; hvem er god, hva er spilleren god på osv. Alle ”kan” noe om fotball, og det er altfor mange agenter som faller under denne kategorien. Som den ene klubben uttaler om en agent som opererer i fotballmarkedet:

”Han er en sjokkselger. En dyktig selger som kan selge deg hva som helst, men han har ikke peiling på fotball!”

Det holder ikke at agentene har aldri så god kunnskap om økonomi og juridiske emner, dersom han ikke eier en form for fotballfaglig kompetanse.

5.2.3 Åpenhet og dokumentering

Det finnes flere alternative måter som kanskje kunne bidratt til en bedre regulering av en markeds mekanisme. En av disse kan være å skape en større åpenhet rundt agentenes tjenester og en bedre dokumentering fra agentene.

Grønt lag tror faste honorarer kunne vært lurt, men at det er vanskelig, hvis ikke umulig, å få til i praksis. Direktøren peker på fordelene med at man kan unngå høye kostnader, men at ulempen er så stor siden det er ekstremt vanskelig med for eksempel en fast pris, etter som agentvirksomheten går på tvers av alle landegrensener. En slik regulering

måtte da gjelde så vel norske som utenlandske ligaer og klubber, etter som fotballfamilien er global. Det hadde vært noe annet om ting kun foregikk i Norge, sier direktøren, men siden Norge, med hele verden som marked, er en veldig liten del av en global fotballfamilie, ville en slik regel kun gjelde en liten del av markedet og sannsynligvis kun gitt negative konsekvenser for Norge.

Videre syns både Grønt og Svart lag at det burde vært mer dokumentering av hva agentene for eksempel har gjort, antall telefonsamtaler med spillere, reising og tilsvarende. De trekker sammenlikning med advokatbransjen der en vanlig advokat må dokumentere timene sine og sette opp en oversikt over hva som koster hva, som en basis til en faktura, eksempelvis hvor mye som skal til markedsføring, juridiske forhold osv. Dette vil kunne gjøre det mer ryddig tror disse klubbene.

Men det er ikke bare åpenhet rundt agentens tjenester som kan bidra til en bedre markedsoversikt. Også en større åpenhet innad i klanen er viktig, mener en av direktørene. Dette for å sikre at man ikke blir spilt opp mot hverandre. Ved et eventuelt kjøp av en spiller kan det være fristende for spillerens agent å påstå at det er flere om det samme beinet. Gjennom en større åpenhet der en klubbs direktør kan ringe en annen klubbs direktør for å høre om de faktisk er med i en budrunde eller ikke, så vet man om agenten prater sant eller om han kun prøver å lokke fram noen ekstra form for betaling. Åpenheten innad i fotballfamilien vil med andre ord kunne bidra til å hindre unødvendig høye kostnader i markedsleddet (agentleddet).

5.2.4 Forhåndsavtaler

En god måte å sikre at pengene skal gå dit de skal, uten å måtte gå igjennom reguleringer, er å avtale med agenten på forhånd. Da kan klubbene selv avtale med agenten en pris de er fornøyd med, og det før agenten begynner å jobbe for klubben. Det gir klubben bedre kontroll over markedsmekanismen, og klubben vet da hva man kan forvente å få. Å sette opp en tabell der man har regnet ut tenkelige agenthonorarer i forhold til eventuell overgangssum agenten klarer å skaffe klubben, er et eksempel. Lilla lag begrunner dette:

”Da blir det opp til agenten selv hvor mye arbeid han legger ned for å få til en overgang. Jo høyere salgssum, jo høyere blir honoraret. Vi vet hva vi får, og på den måten føler vi oss aldri lurt”.

Det samme gjør klubben dersom de tar kontakt med en agent angående en spiller de er interessert i, og som de vet spiller i en klubb agenten har et kjempeforhold til og handler mye med. Først kan det hende at klubben tar direkte kontakt med spillerens klubb for å forhøre seg om pris. Men dersom det viser seg at prisen er for høy, tar direktøren kontakt med agenten og hører om han kan ta en prat med selgende klubb for å forklare hva kjøperlaget har råd til. Lykkes agenten med å få ned summen til det klubben har råd til, får han X antall kroner. Dette er da avtalt på forhånd, før agenten i det hele tatt går inn i diskusjon med selgende klubb. Dette gir direktøren i kjøpende klubb stor grad av kontroll over markedsmekanismen, og sørger for at klubben ikke blir lurt til å betale unødvendig høye agenthonorarer.

5.2.5 Reguleringer

Det er viktig å bemerke seg at dersom ting skal ytterligere reguleres, så kreves det internasjonale reguleringer og internasjonal enighet. Poenget er at siden fotballfamilien er global, må også tiltakene være globale, kanskje med unntak av overganger mellom nasjonale klubber. Men siden profesjonelle klubber ikke bare handler nasjonalt, må det en internasjonal reguleringspolitikk til.

Det betyr at hele fotballfamilien, med FIFA og UEFA i spissen, må være 100 % enige. Det hjelper ikke om lille Norge (NFF) som enslig byråkrat kommer opp med egne regler, for eksempel et tak på hva agentene kan kreve i honorar. Da blir den norske markedsorganiseringen ulik resten av verden, og skaper med det et lite attraktivt marked for utenlandske klubber. Dette vil bidra til at de som flytter spillere (les her: agenter) synes det er mindre interessant med Norge dersom de får dårligere betalt her enn i andre land, og slutter dermed å kjøpe og selge spillere til og fra det norske markedet.

Det holder med andre ord ikke at norske fotballklubber og forbund som fotballfamilie innfører tiltak for å sikre en best mulig regulering av markedsorganiseringen. Det kreves støtte helt i toppen av byråkratiet, og må forankres og støttes av hele familien nedover i systemet.

5.3 Byråkratisk styring av overganger

Klubbene er splittet når det gjelder tanken om en situasjon der det kun er spillerne som kan benytte seg av agenter, en tilstand uten markedsorientering for fotballklubbene.

Direktøren i Grønt lag uttalte:

”Jeg tror det kun ville ført til at mer ville skjedd på bakrommet og blitt mer uoversiktlig, med utgangspunkt i at man er vant til den situasjonen man allerede befinner seg i”.

Direktøren klarer derfor ikke se hvordan dette skulle fungere i praksis.

Likevel tror både Brunt og Svart lag at det i flere tilfeller kunne vært kun en byråkratisk form for styring, siden klubbene ikke er så avhengig av agenter. Det kunne blant annet bidratt til å løse noen problemer, spesielt rundt det å måtte betale agent ved spillerkjøp. Det ville i praksis betydd at når klubbene ikke kan benytte seg av agenter, unngår man også kostnadene knyttet til det.

Direktøren i Svart lag viser blant annet til en overgang da deres klubb solgte en spiller til en utenlandsk klubb, uten at det var agenter inne i bildet. Men dette skyldtes i hovedsak at det kun var én klubb som var interessert i én spesiell spiller, med én spesiell kvalitet, og han fantes i Svart klubb. Dette visste også den utenlandske klubben. Så i visse situasjoner er det med andre ord godt mulig å gjøre alt på egenhånd.

På den andre siden tror likevel alle klubbene at agentene i en mindre liga og i mindre klubber har en rolle å spille, først og fremst i forbindelse med å markedsføre og tilrettelegge klubbens spillere til et internasjonalt marked. Det settes av den ene klubben litt på spissen, men uttalelsen er likevel fullt ut forståelig:

”Klubben kan ikke legge ut et av sine heteste salgsobjekter hos markedsavdelinga i klubben”.

I et slikt tilfelle, ved markedsføring og profilering av spillere man veit er gode nok, men som ingen vet om enda, så er agenter nyttige og ofte helt nødvendige, mener klubbene. Agenten anses ofte for å være mer objektiv, og dermed mer pålitelig enn klubbene i denne type situasjoner, og kan dermed tilrettelegge for markedsføring og profilering på en mer tillitsfull måte.

I tillegg mener Lilla lags direktør at det ville være ”unfair hvis det hadde vært sånn at bare spillere skulle benytte seg av agent. Hvis det eksisterer agenter, sier han, og de har en rolle å spille som tilretteleggere både ved kjøp og salg av spillere og som rådgivere for spillere, bør det være lov for ”alle”.

5.4 Markedsfri verden

Tanken om en 100 % agentfri verden der verken klubber eller spillere kan benytte seg av agenter, og der klubbene dermed gjør hele jobben på egenhånd, møter delte meninger blant fotballklubbene. Noen av klubbene sier at de tror at det er mulig å gjøre det i byråkratiske former, de klarte det tidligere påpekes det, men man måtte nok jobbet på en annen måte.

Det ville blitt mer reising på ansatte i klubbene, tror direktøren i Grønt lag, og en speider ville nok vært nødvendig for å ha mulighet til å dekke opp hele markedet. Agentonoraret ville vært unngått, men Grønt lag tror det likevel, som følge av all reisingen og ansettelse av en speider eller tilsvarende for å dekke markedet, ville blitt mye mer kostnadskrevende enn det er i dag.

Samtidig legges det vekt på at:

”Spillerne ville i stedet benyttet rådgivere eller tilsvarende”.

Dette betyr i grunn at en form for markedsorganisering uansett helt ikke ville oppløses.

I tillegg begrunnes det igjen med at det i mange tilfeller er behov for agentene og deres nettverk, eksempelvis for å skape interesse for en av klubbens spillere.

En av direktørene synes det, til tross for at han tror en slik ordning vil kunne vært mulig, likevel er vanskelig å forestille seg at det aldri vil være en struktur uten en tredjepart som markedsfører eller representerer spillere og klubber. Han er usikker på om det hadde generert mer eller mindre inntekter for klubbene, og heller mot sistnevnte.

Han eksemplifiserer det gjennom å tenke seg en kjede av overganger, fra den største klubben og ned til den minste. Man tenker seg at den største klubben, A, kjøper av B, B av C, C av D osv., og så får man en kjede av overganger: A betaler 800 MNOK til B – B 400 til C – C 200 til D – D 100 til E – E 35 til F, som kan være en norsk Tippeligaklubb. Alt dette skjer på grunn av én overgang.

Direktørens påstand er at uten agenter ville den største summen (fra A til B) vært 400 i stedet for 800, og denne effekten ville påvirket resten: A 400 til B – B 200 til C – C 100 til D – D 50 til E – E 15 til F. Dette vil gi en mindre verdiskapning, og summen vil være betydelig mindre for den norske Tippeligaklubben. En norsk klubb vil kunne gjøre langt mer for 35 MNOK enn for 15 MNOK. Hadde man samtidig satt et tak på den prosentvise gevinsten agenten hadde fått av en slik overgangssum, så ville det sannsynligvis ikke utgjort den forskjellen på 20 som tilfellet kunne vært med og uten agent, og klubbene

tjener på bruken av agenter/at en markeds mekanisme eksisterer, også etter at kostnadene er trukket ifra.

Uten agent ville man altså sitte igjen med mindre penger etter et salg, enn hvis man benyttet agent, mener direktøren. Det tenkes i denne sammenhengen på totalinntektene for egen klubb og ikke nødvendigvis rasjonelt for fotballen som helhet.

Det er likevel en klubb som tror en markedsfri verden er helt umulig å unngå:

”Det vil uansett være menneskehandlere i dette her”.

Direktøren mener veien å gå i stedet er å legalisere yrket med tydeligere og klarere krav, ulike reguleringsformer, som for eksempel TMS, og ved at man setter strengere krav til de lisensierte agentene og strengere sanksjoner for de involverte aktørene (spillere, klubber) som benytter ulisensierte agenter. Han hintet altså om en strengere regulering av markedet og mer byråkratisk styring.

6. KONKLUSJON

Alle lagene er enige om at det beste ville være om de ikke trengte agenter, men ingen tror det er realistisk gjennomførbart uten marked i dagens fotballbransje. Klubbene mener altså at det er et behov for agenter og deres tjenester og at det er nyttig med en form for markedsorganisering. De mener likevel det kunne vært en ryddigere virksomhet, noe mer åpenhet og med et noe mer regulert og fleksibilt regelverk.

Tre av fire klubber nevner blant annet at de syns det nye TMS-systemet bidrar til å skape en mer oversiktlig virksomhet. De tror systemet kan skape en ryddigere virksomhet i tiden framover, der pengene kommer fram på bordet og det er tydeligere hvor summene går, og til hvem. I tillegg trekkes det fram en overgangsrekke der summene er dobbelt så høye når agenter er brukt i forhandlingene, enn hvis de ikke hadde vært benyttet.

Behovet for agenter betyr i grunn at profesjonelle fotballklubber mener markeds mekanismen er nødvendig og nyttig, først og fremst ved kjøp og ved markedsføring av egne spillere. Samtidig har klubbene en klan tankegang, der de ser behovet for reguleringer for å sikre at pengene blir i fotballen og ikke forsvinner ut. En av sportsdirektørene uttalte et ønske om ”at det var enda mer regulert med tanke på hva de

(agentene, red.anm.) kan ta betalt, for eksempel en maksimum prosentsats en agent kan kreve av spilleren, og tilsvarende”.

Likevel hjelper det lite om kun Norge er villig til å stramme inn og komme med endringer og revideringen, dersom ikke resten av fotballverden gjør det. Fotballbransjen omfatter stort sett hele verden, slik at det kun vil føre til at Norge som fotballnasjon vil rykke enda et skritt bakover i forhold til resten, da det norske spillermarkedet ville blitt lite attraktivt for utenlandske aktører.

I tillegg til reguleringer og tiltak, tror den ene klubben at det samtidig må en holdningsendring til blant klubber, spillere og agenter for at man skal få til en endring av denne bransjen. Det holder ikke kun med nedskrevne regler, også de uformelle normene må endres og utvikles dersom man skal oppnå en ryddigere virksomhet.

Det foreslås fra klubbene en del ting for å sikre en enda ryddigere virksomhet, blant annet

- En utvidelse av TMS
- Å avtale på forhånd
- Heve den fotballfaglige kunnskapen og kompetansen hos agentene
- Større åpenhet mellom klubbene
- Et mer ensartet regelverk

7. AVSLUTNING

7.1 Andre forhold

Når det gjelder selve oppgaven så har den i hovedsak vært basert på negative og kritikkverdige forhold i forbindelse med agenter og agentbransjen (penger forsvinner ut, menneskehandel etc.), og jeg har derfor lurt på hvorfor klubber likevel benytter seg av dem. Dette er et typisk bilde media gir av denne virksomheten, og som jeg i noen grad har hengt meg på. Likevel ligger det også mer bak agenter og deres virksomhet enn det media dekker, og som jeg ikke i like stor grad har tatt hensyn til.

Selv om det kommer fram i media at agenter tjener mange hundretusen på én enkelt avtale, så er det mange agenter som ikke tjener fete penger. Media har en tendens til å forgylle bransjen gjennom at det er lette penger å tjene, og at det er få kostnader forbundet med å drive det. En agent har rundt 200 reisedøgn i året, og han har ikke noen fast avtale med noen i form av betaling. Slik at det, med de kostnadene det medfører, på sett og vis bare skulle mangle at de tjener penger på det de gjør.

Det er også positive sider knyttet til agentbruk. Hvem sørget for eksempel for at Norge ble et internasjonalt toppland på 90-tallet, undrer den ene sportsdirektøren. Slik jeg tolket direktøren mente han at det var nettopp agenter, blant annet Rune Hauge, som bidro i eksporten av norske fotballspillere til utenlandske toppklubber, og med det skal ha like mye av æren for at det norske fotballandslaget gikk til VM i USA i 1994 og Frankrike-VM i 1998, som landslagssjef Egil ”Drillo” Olsen.

På den andre siden er et slikt syn på agenter muligens lite logisk. Slik jeg forstår det, og etter diskusjon med veileder, kan man da for eksempel spørre seg hvorfor det ikke har gått like bra på 2000-tallet som på 1990-tallet for det norske fotballandslaget, til tross for at vi i dag både har flere lisensierte agenter og flere spillere som er tilknyttet agenter, enn hva vi hadde tidligere? En slik økning blant agenter skulle vel kunne gi en større spillerflyt av norske spillere til utlandet, og derigjennom et bedre landslag. Men dette er likevel ikke tilfellet i dag, noe som kan tyde på at agentene kanskje ikke har så stor betydning som direktøren mener.

Som det nevnes i kapittel 5.1 er man nødt til å dele agentbruken i to. På den ene siden er klubbene i kontakt med agenter når agentene er spillernes representanter. Det kan være spillere som klubben ønsker, men også spillere som allerede er i klubben. Det er nemlig slik at de aller fleste profesjonelle fotballspillere i dag er tilknyttet en agent.

På den andre siden finner vi de situasjonene der fotballklubbene på eget initiativ hyrer inn en agent til å bistå i kjøp, salg, markedsføring, profilering, meglings osv.

I den tidligere omtalte artikkelen ”The role and regulation of agents in football” (se kap. 3.1.2), der den spillteoretiske hypotesen sier at fotballklubber ville komme bedre ut uten å bruke agenter, tas denne todelingen av agentbruken, litt for lett på. De mener at for mye penger forsvinner ut av fotballen og at det skyldes at klubbene betaler det honoraret spilleren selv skulle betalt agenten i forbindelse med en fullført overgang, i tillegg til et honorar til agenten som han i utgangspunktet ikke har krav på, men som kjøpende klubb likevel ofte betaler for i det hele tatt å få igjennom en overgang. Det går også penger ut, mener de, når klubbene selv betaler agenter for biståelse ved salg, kjøp osv.

Tilfellet som beskrives i artikkelen blir i noen grad avvist av klubbene. De forteller nemlig at når klubbene selv hyrer inn agenter til å representere dem, så gjøres det forhåndsavtaler. Slike avtaler sørger for at klubbene vet hva de kan forvente av agenten, og klubbene unngår at en ekstra form for betaling plutselig dukker opp. Det er med andre ord

ikke her det forsvinner penger ut, mener klubbene, heller når agenten er spillerens representant og i siste time krever et honorar for å fullføre overgangen.

Situasjonene forfatterne beskriver berører samtidig andre ligaer og andre nasjoner i større grad enn den norske (blant annet England), slik at tilfellet ikke er i nærheten av å være like stort i den norske ligaen. Ut ifra mine resultater ser dette ikke ut til å være noen form for problematikk i Norge i det hele tatt, og jeg stoler på den informasjonen jeg har fått av de fire sportsdirektørene jeg har intervjuet.

7.2 Videre forskning/veien videre

Det har vært et veldig interessant tema å belyse, samtidig som jeg mener det er et viktig tema å ta opp. Lite er skrevet om denne delen av fotballbransjen, noe som gjør at det også er viktig å få mer kunnskap om den. Korrupsjon, menneskehandel og tilsvarende er et problem også i fotballen, og må i større grad settes i søkelyset for at det skal tas alvorlig av alle involverte parter.

Målet og jobben videre blir ikke å forby profesjonelle fotballklubber i å benytte seg av agenter i ulike sammenhenger, slik som den spillteoretiske hypotesen foreslår, men heller komme med tiltak og krav som bidrar til å bedre regulere agentvirksomheten, og på den måten sørge for at det ikke forsvinner penger ut av fotballen.

Klubbene jeg intervjuet kom med flere forslag, og det ble også nevnt i ett av intervjuene at en ny gjennomgang av agentreglementet sannsynligvis snart ville bli gjort. Dette er for å sikre et bedre og mer allment tilpasset regelverk.

Det som blant annet blir viktig er å regulere og sørge for at agenten kun blir betalt ett sted, ikke hvor det skjer. Dersom agenten får betalt av klubben, skal han ikke få betalt av spilleren. Gjør han begge deler, forsvinner det ut penger. Det er her det har skortet litt, men ting går den riktige veien og det skjer i mindre grad nå, mener klubbene.

Klubbdirektørene er med på tanken om at mer penger bør bli i fotballen. De har en form for klantankegang, samtidig som de ønsker mer reguleringer. Det vil si mer byråkrati for å hindre de største problemene de ser med dagens marked. Likevel tror ikke direktørene det lar seg gjøre å eliminere markedet helt. De vil i stedet ha et bedre regulert marked.

Det trekkes også fram av flere av klubbene at agenthonorarene det opereres med i dag er altfor høye og ikke er i nærheten av å være på det nivået det burde være ut ifra den jobben som agentene gjør. Det handler med andre ord om i større grad å sikre reguleringer av slike forhold, framfor å hindre klubbene fra å benytte seg av agenter.

LITTERATURLISTE

- Afteposten (2009). *Rosenborg har betalt ut millioner*.
<http://fotball.aftenposten.no/eliteserien/article156797.ece> (Lastet ned 19.03.2010)
- Arffmann, Jakob Cohr. 2004. *Arbejdsretlige aspekter af den danske fodboldkonflikt*. I Årsskrift for Dansk Idrætsjuridisk Forening,
http://www.idan.dk/upload/idr%C3%A6tsjuristen_2004.pdf (S. 13-28) (Lastet ned 19.03.2010)
- Backe Madsen, Lars og Jens M. Johansson. 2008. *Den forsvunne diamanten, historien om fotballens mørke side*. Oslo: Tiden.
- Barclays Premier League. 2010. <http://www.premierleague.com/> (Lastet ned 18.05.10)
- Canal Plus. *Nordmenn i Premier League*. <http://www.canalplus.no/spillere-pl> (Lastet ned 25.03.10)
- Dagens Næringsliv (2006). *Smørebukken*.
<http://www.dn.no/forsiden/naringsliv/article796866.ece> (Lastet ned 03.02.2010)
- Durkheim, Emile. 1933. *The Division of Labor in Society*. G. Simpsons, trans. New York: Free press.
- FIFA. 2008. *FIFAs Players Agents Regulations*.
<http://www.fifa.com/aboutfifa/federation/administration/playersagents/regulations.html> (Lastet ned 21.01.2010).
- Gammelsæter, Hallgeir og Stig-Erik Jakobsen (2007) *Et tiår etter Bosman. Konsekvenser for utviklingen av norsk toppfotball*. Arbeidsnotat, nr. 2007:7. Bergen: Samfunns- og næringslivsforskning. (<http://www.mfm.no/db/5/2267.pdf>) (Lastet ned 25.03.2010).
- Hansen, Robert G. 2006. *Oppsummering av forelesningen 24.11.06*. Oslo: Økonomisk Institutt.
<http://www.uio.no/studier/emner/sv/oekonomi/ECON1210/h06/undervisningsmateriale/Oppsummeringer/Oppsum-foreles-241106.pdf> (Lastet ned 04.02.2010)
- Holt, Matthew, Jonathan Michie og Christine Oughton. 2006. The role and regulation of agents in football. *The Sports Nexus. The Independent Voice of Sport*.
- Jacobsen, Dag Ingvar. 2005. *Hvordan gjennomføre undersøkelser? Innføring i samfunnsvitenskapelig metode*. Kristiansand: Høyskoleforlaget AS
- Kanter, Rosabeth Moss. *Commitment and Community*. Cambridge: Harvard.
- Kjenner, Gunnar Martin. 2003. *Om fotballagenter i Norge*. I Årsskrift for Dansk Idrætsjuridisk Forening, http://www.idan.dk/upload/idr%C3%A6tsjuristen_2003.pdf (Fra side 49 – 67) (Lastet ned 20.01.2010)

- Larsen, Andreas. 2008. *Fotballens regler om lokalt utviklede spillere– en EØS-rettslig vurdering*. <http://www.ub.uit.no/munin/bitstream/10037/1786/1/thesis.pdf> (Lastet 19.03.2010)
- Myersin, Roger B. 1991. *Game Theory: Analysis of Conflict*. England: Harvard University Press.
- Norges Fotballforbund. 2008. *Rundskriv nr. 33/08*.
http://ekstranett.fotball.no/Documents/Rundskriv/2008/Rundskriv_33-08_Nytt_reglement_for_spilleragenter.pdf - Rundskriv nr. 33/08 (Lastet ned 22.01.2010)
- Norges Fotballforbund. 2009. *Rundskriv nr. 05/09*.
http://ekstranett.fotball.no/Documents/Rundskriv/2009/Rundskriv_05_09_Nytt_reglement_for_spilleragenter_-_informasjon_til_spillere.pdf (Lastet ned 22.01.2010)
- Norges Fotballforbund. 2009. *Rundskriv nr. 31/09*.
http://ekstranett.fotball.no/Documents/Rundskriv/2009/Rundskriv_31-09_Revidert_reglement_for_spilleragenter_fra_1_1_2010.pdf (Lastet ned 19.01.2010)
- Norges Fotballforbund. 2009. *Hvordan bli spilleragent?*
http://www.fotball.no/nff/Regler_og_retningslinjer/Agenter/Hvordan-bli-spilleragent/ (Lastet ned 20.01.2010)
- Norges Fotballforbund. 2009. *Lisensierte spilleragenter*.
http://www.fotball.no/nff/Regler_og_retningslinjer/Agenter/Lisensierte-spilleragenter/ (Lastet ned 20.01.2010)
- Norges Fotballforbund. 2009. *Norges Fotballforbunds (NFF) reglement for spilleragenter*.
http://ekstranett.fotball.no/Documents/Lov_og_reglement/Agentreglement_hefte_2010.pdf (Lastet ned 19.01.2010)
- Norges Fotballforbund. 2009. *Overgangsreglement*.
http://www.fotball.no/Documents/PDF/2009/NFF/overgangsreglement_2009.pdf (Lastet ned 28.04.2010)
- NRKsport (2009). *650 millioner til agenter*.
http://www.nrkspor.no/fotball/premier_league/1.6889789 (Lastet 19.03.2010)
- Ouchi, William G. 1980. Markets, bureaucracies and clans. *Administrative Science Quarterly* 25/1: 129-141
- Straffin, Philip D. 1993. *Game Theory and Strategy*. The Mathematical Association of America.
- Van Der Meij, Ronny-V. 2009a. *Players' agents and the regulatory framework on corruption in international sports law*. <http://www.kleven-kristensen.no/articles/article1.rtf> (Lastet ned 02.02.2010).
- Van Der Meij, Ronny-V. 2009b. *Players' Agents Worldwide: Legal Aspects, Norway*.
<http://www.kleven-kristensen.no/articles/article2.rtf> (Lastet ned 02.02.2010)

VEDLEGG

INTERVJUGUIDE

Problemstilling:

”Hvorfor benytter profesjonelle fotballklubber seg av agenter og deres virksomhet, og opplever de virkelig behov/nytte av det?”

Bakgrunn

Mitt navn er Jørgen Tangen, og jeg er student ved høgskolen i Molde. Jeg er inne i mitt tredje og siste år av bachelorgraden i Sport Management. I den forbindelse skal jeg skrive bacheloroppgave, og temaet vil være fotballklubber og deres behov/nytte av fotballagenter og deres virksomhet.

Jeg ønsker å vite noe om hvorfor klubbene benytter seg av agenter, med utgangspunkt i en spillteoretisk hypotese om at fotballklubber kommer bedre ut uten å bruke agenter.

Informasjonen jeg samler inn skal kun benyttes i min oppgave, men oppgaven kan publiseres på høgskolens bibliotek (internett og fysisk). Dersom det er ønskelig fra intervjuobjektens side, kan dette likevel hindres.

Det vil bli gjort til sammen 4 intervjuer av ulike fotballklubber, samtlige Tippeligaklubber. Alle er sikret anonymitet gjennom at klubben ved navn ikke vil bli gjengitt i oppgaven. Klubben i seg selv er nemlig ikke interessant, det er selve situasjonen rundt bruken av agenter og agenttjenester (hvorfor, nytten osv.) som er ønskelig å få kartlagt fra min side. Av den grunn vil det heller ikke bli gjengitt navn dersom intervjuobjektene kommer med eksempler rundt bruken av agenter ved spilleroverganger o.l. Det er kun de enkelte hendelsene som vil bli beskrevet, analysert, tolket og bruk i oppgaven. Det vil med andre ord ikke bli referert til noen navn i oppgaven.

Spørsmål

- 1. Har dere benyttet dere av agenter i løpet av det siste året?*

Hvor mange? På hvilken måte? Hvilke type tjenester? (Kjøp, salg, forhandlinger etc.). Har dere agenter dere ikke handler med?

Hvis agenten har forhandlet på vegne av spiller som klubben har hentet (lån, kjøp, gratis); har dere betalt agenten? (Etter § 12-6 (2) er det ok at klubb betaler agent etter at personlig kontrakt er slutført, men ikke etter Art. 29.1 og FA J4)

Hva tror du om en regel som forbyr nettopp dette? Altså en fjerning av § 12-6 (2)?

At det er kun spiller som kan betale agent?

Konsekvenser.
- 2. Hvorfor benytter dere agenter og agentenes tjenester?*

Eksempler?
- 3. Har dere behov for agenter?*

Hvorfor? Hvorfor ikke? På hvilken måte?

Eksempler?
- 4. Tror du at det kunne vært mulig at noen av de ansatte i klubben kunne gjort det agentene gjør for dere? Kunne dere eventuelt ansatt noen til å gjøre det?*

Hvorfor? Hvorfor ikke? Har dere ikke nok tid? Speider?
- 5. Føler du at agentregelverket er godt tilpasset klubbene?*

Hvorfor? Hvorfor ikke?

Hva mener du kunne/burde vært annerledes?

Det finnes mange eksempler der agenter misbruker sin stilling og representerer både klubb og spiller (såkalt dobbelrepresentasjon), samt at penger går ut av fotballen og inn i agentenes lommer.
- 6. Har du noen forslag til hvordan dette bedre kan reguleres?*

Bør det reguleres? Flere vilkår for å bli lisensiert agent?

(I SN er spm. 11 løsningen på dette dilemmaet).

7. *Ville du/dere meldt fra til forbundet dersom dere opplevde at agenten satt på begge sider av bordet under forhandling med dere? (Dvs. både representerte klubb og spiller). (Forbudt etter kapittel 14, § 14-1 (2) a). (Støttet av § 14-2 (1) og (2)).*
8. *Har dere holdt dere på rett side i alle saker?*
Hvis nei; hva var grunnen?
9. *Syns du at dette egentlig er en ryddig virksomhet?*
Hva kunne eventuelt vært gjort annerledes? Eksempler.
10. *Hva tror du en større åpenhet rundt agentenes tjenester ville ha betydd for deres klubb og Tippeligaklubbene generelt? (Detaljert rapport på service; agents avgiftspriser, faktiske arbeid utført i timer, "times rate", oversikt over hvem agentene har representasjonskontrakt med, at spilleren får et klarere innblikk i forhandlingene mellom klubb og agent, publisering av spillerlønninger (vil kunne redusere informasjonsasymmetrien som eksisterer mellom spillere og agenter ol.))*
Konsekvenser. Fordeler/ulemper.
11. *Hva tenker du om en regulering som ville forbydd fotballklubbene fra å benytte seg av agenter uansett tilfelle? (Dvs. at det er kun spillere som kan benytte seg av agenter).*
Hva vil det kunne bety for dere?
Konsekvenser. Fordeler/ulemper.
12. *Hva tror du om en lovbestemt ordning slik som tilfellet er for eiendomsagenter/meglere?*
2 års praktisk erfaring etter bestått agenteksamen?
En strengere agenterklæring (Code of conduct)?
En mer omfattende agenteksamen; MF, avtalerett, skatterett, avgiftslovgivning, kontraktsrett? Annet?
- (Med utgangspunkt i den spillteoretiske tilnærmingen, "gate-keeping-role" og spørsmålene over)
13. *Kunne fotballen greie seg uten agenter?*
Hvorfor? Hvorfor ikke? Hvordan kunne det eventuelt vært/ blitt gjort?