



Bacheloroppgave

IDR600 Sport Management

En kvantitativ studie som definerer faktorer bak de dalende tilskuertallene i Eliteserien-

Alexander Øyangen Johansen

Totalt antall sider inkludert forsiden: 30

Molde, 02.06.2020



Obligatorisk egenerklæring/gruppeerklæring

Den enkelte student er selv ansvarlig for å sette seg inn i hva som er lovlige hjelpemidler, retningslinjer for bruk av disse og regler om kildebruk. Erklæringen skal bevisstgjøre studentene på deres ansvar og hvilke konsekvenser fusk kan medføre. Manglende erklæring fritar ikke studentene fra sitt ansvar.

<i>Du/dere fyller ut erklæringen ved å klikke i ruten til høyre for den enkelte del 1-6:</i>		
1.	Jeg/vi erklærer herved at min/vår besvarelse er mitt/vårt eget arbeid, og at jeg/vi ikke har brukt andre kilder eller har mottatt annen hjelp enn det som er nevnt i besvarelsen.	<input checked="" type="checkbox"/>
2.	Jeg/vi erklærer videre at denne besvarelsen: <ul style="list-style-type: none">• ikke har vært brukt til annen eksamen ved annen avdeling/universitet/høgskole innenlands eller utenlands.• ikke refererer til andres arbeid uten at det er oppgitt.• ikke refererer til eget tidligere arbeid uten at det er oppgitt.• har alle referansene oppgitt i litteraturlisten.• ikke er en kopi, duplikat eller avskrift av andres arbeid eller besvarelse.	<input checked="" type="checkbox"/>
3.	Jeg/vi er kjent med at brudd på ovennevnte er å <u>betrakte som fusk</u> og kan medføre annullering av eksamen og utestengelse fra universiteter og høgskoler i Norge, jf. Universitets- og høgskoleloven §§4-7 og 4-8 og Forskrift om eksamen §§14 og 15.	<input checked="" type="checkbox"/>
4.	Jeg/vi er kjent med at alle innleverte oppgaver kan bli plagiatkontrollert i URKUND, se Retningslinjer for elektronisk innlevering og publisering av studiepoenggivende studentoppgaver	<input checked="" type="checkbox"/>
5.	Jeg/vi er kjent med at høgskolen vil behandle alle saker hvor det forligger mistanke om fusk etter høgskolens retningslinjer for behandling av saker om fusk	<input checked="" type="checkbox"/>
6.	Jeg/vi har satt oss inn i regler og retningslinjer i bruk av kilder og referanser på biblioteket sine nettsider	<input checked="" type="checkbox"/>

Personvern

Personopplysningsloven

Forskningsprosjekt som innebærer behandling av personopplysninger iht.

Personopplysningsloven skal meldes til Norsk senter for forskningsdata, NSD, for vurdering.

Har oppgaven vært vurdert av NSD?

ja nei

- Hvis ja:

Referansenummer:

- Hvis nei:

Jeg/vi erklærer at oppgaven ikke omfattes av Personopplysningsloven:

Helseforskningsloven

Dersom prosjektet faller inn under Helseforskningsloven, skal det også søkes om forhåndsgodkjenning fra Regionale komiteer for medisinsk og helsefaglig forskningsetikk, REK, i din region.

Har oppgaven vært til behandling hos REK?

ja nei

- Hvis ja:

Referansenummer:

Publiseringsavtale

Studiepoeng: 15

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

Dato: 01.06.2020

Antall ord: 6594

Forord

Denne bacheloroppgaven er skrevet i forbindelse med studieprogrammet Sport Management ved Høgskolen i Molde Våren 2020. Dette er en avsluttende oppgave for studieretningen med et omfang på 15 studiepoeng.

Jeg valgte nedgangen i tilskuertallet for Eliteserien som tema ettersom det er et tema som har vært diskutert i media over en lengre periode. Dette temaet interesserer meg fordi jeg alltid har vært interessert i fotball. Jeg er oppvokst i Trondheim og fulgte Rosenborg Ballklub tett gjennom hele barndommen. I tillegg har jeg alltid hatt en forkjærlighet for den engelske klubben Leeds United. Ved gjeve mellomrom dro jeg og min far på Lerkendal Stadion for å støtte Rosenborg. I slutten av tenårene mistet jeg gradvis interessen for Rosenborg og jeg begynte å bli mer opptatt av engelsk fotball og Leeds United. Når jeg var i mine ungdomsår dro jeg så og si aldri på Lerkendal. Jeg merket at om Rosenborg vant, spilte uavgjort eller tapte kampene sine gjorde lite til ingen inntrykk på meg. Jeg gikk altså fra å være fast gjenganger på Lerkendal til å se kampene deres på TV når det passet meg. Grunnen til at jeg sluttet å følge Rosenborg så tett hadde ingenting med fotballinteressen min å gjøre. Snarere tvert imot. Jeg har spilt fotball aktivt helt siden jeg var 5 år og alltid syntes at det har vært like gøy. Jeg har også fulgt store deler av de europeiske ligaene tett gjennom ulike netjtjenester. Fotball er altså en stor lidenskap for meg selv om interessen for Eliteserien har sunket.

De ulike faktorene for at Eliteserien opplever nedgang i tilskuertallene er ulike. For min del handlet det mest om at de store profilene forsvant. På den tiden hvor jeg interesserte meg for Rosenborg hadde klubben stor suksess. De kvalifiserte seg til gruppespillet i Mesterligaen (UEFA Champions League) hvert år fra slutten av 1990-tallet til sesongen 2007-08. Gjennom disse årene hadde de store profiler som jeg så opp til. Roar Strand, Øyvind Storflor, Steffen Iversen, Per Ciljan Skjelbred og Alexander Tettey for å nevne noen. En tropp bestående av slike forbilder kombinert med at de dominerte i serien og konkurrerte i Europa gjorde at jeg hadde lyst til å dra på stadion så ofte jeg kunne. Nedgangen til Rosenborg begynte rundt 2010-sesongen. Flere av de store profilene forsvant og laget var ikke lenger like dominerende hverken i seriespillet eller i Europa. Selv om jeg ikke identifiserer meg selv som en medgangssupporter innser jeg at det var rundt den dårlige perioden jeg mistet interessen for Rosenborg. En annen faktor for at jeg mistet interessen og sluttet å dra på stadion var at jeg opplevde en større tilhørighet til

Leeds United. Det var min far som fikk meg interessert i Leeds United fra barndommen og det var på den tiden favorittlaget mitt ved siden av Rosenborg. Etterhvert som jeg ble eldre reiste jeg og min far på kamp i England. Helt fra jeg gikk ut av hotellrommet i Leeds på kampdag merket jeg en helt annen atmosfære enn det man gjør på kampdag i Norge. I en sånn fotballby er det kun en ting som er i fokus og det er kampen som spilles den dagen. Jeg opplevde en helt annen følelse på kamp i England i forhold til i Norge. Flere tusen personer marsjerer fra sentrum til arenaen for å støtte laget sitt. Tribunene er så og si fylt opp, og folk synger og skriker i 90 minutter. Det er også stort å oppleve stjernespillere som tjener flere hundre tusen kroner i uka på så kloss hold. Noe jeg føler at jeg ikke får opplevd på kamp i Eliteserien.

Jeg vil takke min veileder Hallgeir Gammelsæter for verdifull veiledning og konstruktive tilbakemeldinger gjennom hele prosessen. Vil også rette en takk til samboer og min nærmeste familie for oppmuntring og motivasjon.

Håper denne oppgaven byr på interessant lesning!

Alexander Øyangen Johansen

02.06.2020

Sammendrag

Denne oppgaven har som mål å finne ut hvilke faktorer som har gjort at tilskuertallet i den norske Eliteserien har sunket. De 10 siste årene har tilskuertallet på kampene i Eliteserien sunket ganske markant. I 2009 opplevde Eliteserien et totalt tilskuertall på 2 151 825 (altomfotball.no) gjennom sesongen. I 2019 sesongen ble det solgt 1 386 393 billetter til kamp (eliteserien.no). Det tilsvarer en nedgang på hele 35.57% gjennom de ti siste årene.

Jeg valgte dette temaet for oppgaven ettersom det har vært mye omtalt i media den siste tiden, og jeg var selv interessert i å finne ut ulike faktorer som har gjort at tilskuertallet har sunket.

Før jeg startet med oppgaven min undersøkte jeg hva tidligere forskning sa om nedgangen i tilskuertall. Jeg leste også flere nyhetsartikler hvor folk hadde forklart hvorfor de har sluttet å gå på kamp. Dette ga meg en god indikasjon på hvilke spørsmål jeg burde utrette når jeg lagde en spørreundersøkelse.

Min innhenting av data foregikk gjennom en nettside hvor jeg lagde et spørreskjema på 11 spørsmål. Spørreskjemaet ble delt blant mine følgere på den sosiale media plattformen Twitter. Jeg opplevde at 415 respondenter gjennomførte min undersøkelse og resultatet samsvarte i stor grad med mine tanker om temaet på forhånd.

Etter å ha gått gjennom tidligere forskning på dette temaet og analysert egne resultater har jeg klart å gi en konklusjon på hvilke faktorer som gjør at tilskuertallet synker i Eliteserien.

INNHOLDSFOTEGNELSE

1. INNLEDNING.....	1
1.1 BAKGRUNN FOR VALGT TEMA.....	1
1.2 PROBLEMSTILLING.....	2
1.3 OPPGAVENS OPPBYGNING	2
2. TEORI.....	3
2.1 INTERESSE FOR FOTBALL.....	3
2.2 LAGET "MITT"	3
2.3 FAKTORER FOR OG MOT	4
2.4 INTERESSEN FOR INTERNASJONAL LIGAFOTBALL	4
2.5 MEDIA, STRØMMETJENESTER OG TV-KAMPER	6
3. METODE.....	8
3.1 KVANTITATIV METODE	8
3.2 DATAINNSAMLING.....	8
3.3 STYRKER OG SVAKHETER.....	9
4. RESULTAT.....	10
5. KONKLUSJON.....	18
6. REFERANSER	19

1. Innledning

1.1 Bakgrunn for valgt tema

Fotball er en idrett som er kjent over hele verden. Millioner av mennesker følger lagene sine fra stadion, via strømmetjenester eller på lineær-TV. I Norge er fotball, sammen med vintersport, den mest populære idretten. De 10 siste årene har tilskuertallet på kampene i Eliteserien sunket ganske markant. I 2009 opplevde Eliteserien et totalt tilskuertall på 2 151 825 (altomfotball.no) gjennom sesongen. I 2019 sesongen ble det solgt 1 386 393 billetter til kamp (eliteserien.no). Det tilsvarer en nedgang på hele 35.57% gjennom de ti siste årene.

Eliteserien starter sine kamper i Mars og April og spilles frem til Oktober og November. Alle 16 lagene møter hverandre på både hjemme- og bortebane. De to lagene som ender nederst på tabellen rykker ned en divisjon til Obosligen. Det laget som ender tredje sist må spille kvalifiseringskamp mot et lag i Obosligen for å holde plassen. I den andre enden får 1.plassen i Eliteserien mulighet til å kvalifisere seg for UEFA Champions League. 2-3. plassen ved sesongslutt går rett inn i UEFA Europe League kvalifisering.

I 1991 gikk Norsk Tipping inn som hovedsponsor for det øverste nivået i Norge og ligaen ble kalt Tippeligaen. De fire første sesongene etter åpningen av Tippeligaen var gjennomsnittet på tilskuertallet per kamp over 5000. Tippeligaen opplevde en publikumssvikt i 1995. Denne publikumssvikten fortsatte frem til 1998. Fra slutten av 1900-tallet til 2007-sesongen hadde Tippeligaen en stabil økning og tilskuertallet var for første gang over 10 000 tilskuere i snitt per kamp. I 2009 endret antall lag seg fra 14 til 16. Det gjorde at tilskuertallet totalt gjennom sesongen økte, selv om gjennomsnittet tilskuere per kamp fortsatte å synke. I 2017 var det nok en gang tid for navneendring. Tippeligaen ble nå kalt Eliteserien. Nedgangen i tilskuertallet fortsatte som den gjorde før endringen til Eliteserien. (altomfotball.no)

Nedgangen i tilskuertall i Eliteserien fører til mindre inntekt for Eliteserierklubbene. Lav inntekt kan føre til at flere klubber opplever økonomiske utfordringer. Eide (2018) har sett nærmere på billettinntektene for Eliteserierklubbene. Studien viser funn av at

billetinntekter er den inntekten med klarest negativ trend. I likhet med tilskuertallet har det vært en dramatisk nedgang fra 2009 til 2016.

Eliteserien har et meget høyt inntektpotensial dersom tilskuertallene øker tilbake til 2009-nivå. Økonomisjefene i Eliteserieklubbene har gjennom Deloittes spørreundersøkelse anslått en potensiell vekst på hele 44% på billetinntekter (Eide, 2008).

1.2 Problemstilling

I denne oppgaven vil jeg undersøke hvilke faktorer som gjør at tilskuertallet i Eliteserien har sunket. For å finne ut av hvilke faktorer som har gjort at tilskuertallet i Eliteserien har sunket vil jeg inkludere tidligere forskning på temaet tilskuertall, samtidig som jeg analyserer materialet jeg har innhentet i spørreundersøkelsen min. Jeg kommer til å gå inn på faktorene som er avgjørende for tilskuertallet, legge de frem og prøve å forstå hvorfor og hvordan tilskuertallet i Eliteserien har sunket.

1.3 Oppgavens oppbygging

Jeg har delt denne oppgaven inn 4 i deler. Den første delen er en innledning hvor jeg presenterer bakgrunn for valg av tema og problemstillingen min. Andre del presenterer jeg teori i form av tidligere forskning på temaet. Tredje del handler om metode og hvordan jeg gikk frem for å få data. I siste del vil jeg presentere resultatet mitt og konkludere rundt mine funn.

2. Teori

2.1 Interesse for fotball

Kuper og Szymanski (2009) kårer Norge som Europas mest entusiastiske fotballnasjon. Det overraskende resultatet henger sammen med at Norge var en av nasjonene med høyest antall mennesker som spilte og så på fotball i forhold til innbyggertall. Siden den gang har det imidlertid oppstått en endring i tilskuerinteressen for fotballkamper i Norge (Helberg 2015).

2.2 Laget 'mitt'

I følge Gammelsæter og Ohr (2002) identifiserer ikke alle tilhengere seg like sterkt med et lag eller en klubb. Det er et skille mellom de som er trofaste tilskuere og de som er medgangssupportere. De trofaste tilskuerne er de som ikke i så stor grad påvirkes av lagets prestasjoner eller resultater. Medgangssupporterne er de som drar på stadion på grunn av en spesiell begivenhet eller en periode hvor klubben har prestert bra.

Medgangssupporterne identifiserer seg ikke sterkt nok til at de drar på stadionet når det er negative perioder knyttet til klubben (Gammelsæter og Ohr, 2002).

Wolfson, Wakelin og Lewis (2007) har undersøkt tilskuernes syn på egen rolle i hjemmekampene til favorittlaget sitt. Det ble utført en spørreundersøkelse hvor 461 tilskuere fra forskjellige nivå i England responderte. Tilskuerne rangerte støtten fra dem selv som det mest innflytelsesrike bidraget til at laget oppnådde resultater på banen. Faktorer som lagets kjennskap til motstanderlaget, reiseavstand, territorialitet og dommerskjevheter var de andre faktorene som ble rangert som mindre faktorer til at laget presterer bra.

Mange av de forskerne som har benyttet differansen mellom hjemme- og bortelagets tabellplasseringer som mål på usikkerhet rundt kamputfallet, finner ikke et signifikant forhold mellom variabelen og etterspørselen etter stadionfotball. (Bakken og Strømsnes, 2016)

Bakken og Strømsnes (2016) viser at etterspørselen hos tilskuerne til Tromsø Idrettslag er størst når det er liten sannsynlighet for at de vinner. Det antyder at det er mer attraktivt for tilskuerne å se Tromsø Idrettslag møte en god motstander.

En studie utført av Buraimo og Simmons (2008) viser motsetninger til studien om Tromsø Idrettslag. Buraimo og Simmons (2008) har tatt for seg faktorer som påvirker tilskuertallet i Premier League kamper. Studien tolker at tilskuerne foretrekker å se laget sitt spille mot et mye dårligere lag. De foretrekker å se laget sitt vinne med klar margin, fremfor å se muligheten for uavgjort eller tap.

2.3 Faktorer for og mot

Tilskuere kan i en idrettssammenheng bli sett på som konsumenter. Tilskuerne er ute etter et produkt som i denne sammenhengen er tilbudet om å dra på kamp. Tilskuere tiltrekkes til stadionet av forskjellige grunner. En studie utført av Bakken og Strømsnes (2016) har tatt for seg hvilke faktorer som gjør at tilskuere kommer på Alfheim Stadion for å støtte Tromsø Idrettslag. De funnene studiet viste var at tilskuere først og fremst tiltrekkes av størrelsen på kampen og motstander. Sportslige resultater i løpet av sesongen, sannsynligheten for Tromsø-seier og klima påvirket ikke etterspørselen i like stor grad. Studiet viste ingen funn av at billettpris, TV-sendt kamp, resultat av forrige kamp og motstanderens tabellplassering ikke hadde signifikant påvirkning på oppmøte.

En studie utført av Feddersen, Maennig og Borcharding (2006) har undersøkt effekten av å konstruere nye stadioner eller gjennomføre større renoveringsarbeid på stadionet. Studien tar for seg 12 488 kamper fra 1963-64 til 2003-04 i den tyske Bundesligaen. Resultatet viser at det å konstruere eller renovere stadionet er en faktor for å tiltrekke tilskuere på kamper. Tilskuertallet økte med 11% gjennom perioden.

2.4 Interessen for internasjonal ligafotball

Før jeg begynte på denne oppgaven hadde jeg en mistanke om at interessen for internasjonal ligafotball, og særlig engelske Premier League var en av faktorene for at tilskuertallet i Eliteserien har sunket. Denne mistanken hadde jeg ettersom jeg selv har fått interesse for internasjonal ligafotball i større grad enn det jeg har for Eliteserien.

Spør hvilken som helst fotballsupporter født og oppvokst på 1950-, 60- og 70-tallet om hva som er bakgrunnen for fotballidiotien. De aller fleste vil peke på Tippekampene. Disse kampene som startet klokken 16 lørdagene fra november til mars/april fra 1969 til 1995. Hugh Curran og Kevin Keegan. Ian Rush og Liam Brady. Billy Bremner og Steve Coppell. Alle de fikk hjertet til å slå litt hardere og hurtigere på lørdags ettermiddagene og var direkte avgjørende for valget av favorittklubb.

- Arne Scheie (2019)

NRK sendte ‘‘Tippekamper’’ og engelske cupfinaler på TV allerede på 1960-tallet. I Norge var tippingen i ferd med å ta seg opp på slutten av 1960-tallet. Tippekampen ble kringkastet fra England til Norge. Hvilke kamper som skulle bli sendt i helgene ble ikke klart før tidlig Lørdag morgen. Interessen rundt disse kampene var enorm i Norge (Sandø 2019). I 1974 ble det opprettet norske supporterklubber for britiske klubber. Manchester City var den første supporterklubben som ble stiftet i Norge. Etterhvert som årene gikk ble det stiftet flere supporterklubber. Formålet med disse supporterklubbene er å samle alle norske supportere av britisk fotball samt å profilere britisk fotball overfor media (supporterunionen.no). I 2019 er antall aktive supporterklubber i Norge 58. Antall medlemmer til sammen i disse supportklubbene er 121 499 medlemmer. Ser man på hvordan dette har endret seg siden 2018 har medlemstallet i supporterklubbene økt med 11% (supporterunionen.no).

I engelske Premier League har toppfotballen endret seg på mange måter. Ligaen har gjennomgått en kommersialiseringsprosess. Kommersialisering betyr at man organiserer noe med intensjon om å skape profitt (Buvarp, 2019). Denne prosessen har gjort ligaen mer attraktiv for tilskuere rundt hele verden. Klubbene har forvandlet seg fra å være i en svak økonomisk posisjon til å bli globale merkevarer verdt flerfoldige millioner pund (Buvarp, 2019).

Kringstad, Solberg og Jakobsen (2018) har sett på store internasjonale ligaer som tilbyr direktesending av kampene sine, i forhold til tilskuertallet på kamper i mindre europeiske ligaer. Kringstad et al. (2018) har brukt Eliteserien som fokusområde i studien. Studien viser at kamper importert fra de fem store ligaene (Premier League, Serie A, Bundesliga,

La Liga, Ligue 1) fungerer som en erstatning for å dra på kamp i Eliteserien. Grunnen er at Eliteseriekubber deler nå mange av deres supportere med utenlandske klubber, spesielt i Premier League.

2.5 Media, Strømmetjenester og TV-kamper

Media har i det meste av dette århundret spilt en sentral rolle i utviklingen av sport. Det historiske forholdet mellom toppfotballens styrende myndigheter og kringkastere har vært problematisk. Fotballorganer mente at TV-sendte kamper i både Storbritannia og utenlandske ligaer ville redusere tilskuertallet betraktelig (Baimbridge, Cameron og Dawson, 1996). I Storbritannia valgte de å kun sende et fåtall kamper på TV i frykt av at supporterne skulle bli for opptatt av å se kampene på TV fremfor å dra på stadion. Gjennom årene som gikk økte antall kamper som ble sendt på TV. I flere år hadde Premier League en begrensning på 38% av kampene. I 2013/2014-sesongen ble den grensen økt til 43% (Solberg og Mehus, 2014).

Norge var ikke i likhet med Storbritannia tidlig ute med å få fotball på TV. I 1986 viste NRK sin første eliteseriekamp på TV. I 2005 annonserte TV2 og Telenor at de hadde kjøpt rettigheten til nesten all norsk fotball for en milliard kroner hvor 200 millioner var for Eliteserien. Denne avtalen gjaldt i en periode på tre år. Tidligere hadde NRK og TV2 delt rettigheten for fotball mellom seg. I henhold til den nye avtalen ble et par kamper sendt på gratis allmenfjernsyn, noen på betalingskanaler og resten av kampene kunne man kjøpe enkeltvis. På den tiden kunne man se det meste av fotball om man var villig til å betale for det. (Ytre-Arne, 2006).

Fra 2007 ble samtlige kamper i Eliteserien tilgjengelig på web og mobil. Dette betydde at kampene kunne bli sett på flere forskjellige plattformer. I 2009 økte antall kamper man kunne se gratis på TV fra to til tre (Jordhøy, 2012).

I 2015 skjedde en stor endring da Discovery Networks kjøpte opp rettighetene til Eliteserien. Denne avtalen var den største rettighetsavtalen i norsk idrettshistorie og med VG på laget skulle de løfte interessen og engasjementet for norsk toppfotball. (eliteserien.no)

Oshani (2015) har studert massemedia sin tilknytning til sport. Resultatene av studien viser at massemedia har evnen til å påvirke supportere ved å øke kunnskap, spenning og interesse for profesjonell idrett. Disse effektene kan føre til supportere får økt lyst til å dra på stadionet. Det er også grunn til å tro at effekten av media kan være negativ ettersom dårlige nyheter kan skape tanker i hodet på en supporter, som gjør at den personen ikke vil dra på stadionet. En viktig bidragsyter til å øke interessen og tilskuertallet på kamper i Eliteserien var at Discovery fikk opprettet større forutsigbarhet når det kom til kamptidspunkt. Samtidig ble VG inkludert, som den største digitale aktøren i Norge. Hovedoppgaven til VG i dette samarbeidet var publisering av Eliteserien relaterte saker på daglig basis slik at supportere skulle opprettholde eller utvikle kunnskap, spenning og interesse for Eliteserien.

Mæle (2014) har undersøkt hvilke faktorer som påvirker om supporterne velger å dra på stadionet eller se kamp på TV. Den første faktoren er hvilken dag kampen er, om den går i helgen eller i en ukedag. Funn i studien viste at det var i hovedsak kampene i ukedagene som ble påvirket av at den ble sendt på TV. Lignende resultater ble funnet i studien av Buraimo, Paramio og Campos (2010). Studiet tok for seg kamper i England og Spania. Resultatene viste at tilskuertallet sank med 3 og 4% ved en helgekamp, når den ble sendt på tv. Dersom kampen var TV-sendt på en hverdag sank tilskuertallet med henholdsvis 8 og 19% i de to landene. Den andre faktoren er når kampen er TV-sendt om den går på gratis-TV eller betalings-TV. Dersom kampen blir sendt på gratis-TV vil den være tilgjengelig for flere og etterspørselen etter stadionfotball vil bli lavere. Den tredje faktoren går ut på hvor stor del av tilskuerne som har sesongkort. For de som har sesongkort hadde det ingen betydning om kamper var sendt på TV eller ikke. Studien viser en nedgang på hele 30% for gruppen som ikke har sesongkort, når kampen ble sendt på TV. (Mæle 2014).

3. Metode

3.1 Kvantitativ metode

For å besvare mitt forskningsspørsmål har jeg valgt en kvantitativ metode. Den kvantitative metoden går ut på å samle inn et stort antall materiale slik at man kan lese av sammenhenger/tendenser og kartlegge utbredelsen av folks holdninger (Hoffmann, 2013).

Min problemstilling går ut på å forklare faktorer som gjør at tilskuertallet i Eliteserien synker. For å få svar på problemstillingen min har jeg utført en kvantitativ forskningsmetode. Jeg valgte denne tilnærmingen ettersom mengde og tall er essensielt. Jeg ville gå i bredden å undersøke flest mulig, istedenfor å gå dybden på færre aspekter.

For at dataen jeg samlet inn skulle være relevant for min problemstilling har jeg undersøkt en del studier med lignende tematikk. Jeg har blant annet undersøkt Jordhøy (2012) og Mehus (2012) sine studier for å få et innblikk i hvilke faktorer som spiller inn. Jeg har også funnet frem relevant teori i form av nyhetsartikler som begrunner tilskuernedgangen i Eliteserien.

Den kunnskapen jeg satt igjen med etter å ha studert disse studiene ga meg et overblikk over hva folks holdninger er til å dra på stadionet å se kamp. Det gjorde det også lettere for meg å kartlegge hvilke spørsmål jeg måtte ha med i min spørreundersøkelse for at den skulle bli mest mulig relevant.

3.2 Datainnsamling

For å samle inn data kan man velge mellom flere metoder. Intervju, spørreundersøkelser og observasjon er de vanligste metodene (Jacobsen, 2005). Disse metodene innhenter informasjon som ikke eksisterer fra før og blir dermed kalt primærdata.

Metoden jeg valgte for å samle inn data til min problemstilling var et spørreskjema. Det som kjennetegner en slik innsamlingsmetode er at det er svært billig, kan ta tid å få svar, lav svarprosent, avhengig av enkle spørsmålsformuleringer og det har en liten til ingen grad av intervju effekt (Jacobsen, 2015).

Jeg vurderte en god stund hvordan jeg skulle oppnå størst mulig svarprosent på undersøkelsen min. De to mest naturlige alternativene er enten å fysisk oppsøke noen med spørreundersøkelsen på steder som for eksempel kjøpesenter, eller å dele spørreundersøkelsen på sosiale medier som for eksempel Facebook. Det ble et ganske naturlig valg for meg etterhvert når kjøpesentre og lignende steder stenge på grunn av Covid-19/retningslinjer. Ettersom jeg har en sportsrelatert konto på det sosiale mediet Twitter valgte jeg å formidle undersøkelsen min der. Twitterkontoen jeg delte undersøkelsen min på har 5900 følgere som for det meste er basert i Norge.

Jeg har undersøkt NSD.no for personverntjenester og kommet frem til at det ikke var grunnlag for å melde inn undersøkelsen min. Dette på grunnlag av at jeg ikke etterspør noen opplysninger som kan spores direkte tilbake til en person.

3.3 Styrker og svakheter

En spørreundersøkelse over nett/sosiale medier har både styrker og svakheter. Min spørreundersøkelse lagde jeg på surveymonkey.no. På denne nettsiden fikk jeg lagd et spørreskjema som var enkelt og oversiktlig. Det var ingen utgifter ved å opprette spørreskjemaet. I tillegg var det veldig enkelt å analysere resultatene gjennom denne nettsiden.

Svakheten er at det kan være vanskelig å få folk til å svare på undersøkelsen på nett. De fleste føler ikke at de er forpliktet til å gå inn å svare på undersøkelsen. Derfor var jeg opptatt av å presisere at spørsmålene var veldig enkelt formulert, det tok kun et par minutter å svare på, og det hadde vært til stor hjelp for meg og min oppgave. En annen svakhet er at man ikke får muligheten til å få utdypende svar. Man har i liten grad kontroll over hvor mye respondenten velger å svare på spørsmålene. Min måte å overgå denne svakheten på var å gjøre både spørsmålene og svarsalternativene enkle å svare på. Jeg prøvde også å få svarsalternativene til å dekke alle mulige posisjoner slik at respondenten føler at han/hun passer inn i et av alternativene.

4. Resultat

Spørreundersøkelsen som jeg delte på Twitter var grunnlag for mine primærkilder. Jeg ønsket gjennom en kvantitativ forskningsmetode å finne faktorer for at tilskuertallet i Eliteserien har sunket. Spørreundersøkelsen min resulterte i 415 svar.

Av de 415 som responderte på undersøkelsen min var andelen menn veldig dominant med hele 98%. Det viste seg også at aldersgruppen 20-39 år var den meste representerte med 85%. Ifølge studien til Mehus (2011) er det lite forskning på forholdet mellom lagidentifisering og kjønn. Funn fra deres studie viser imidlertid at mannlige tilskuere ofte interesserer seg i større grad for en klubb, sammenlignet med kvinner.

Det viser seg at jeg hadde truffet bra på min metode ved populasjonsutvalgelse da hele 90 % av de som responderte svarte at de var veldig interessert i fotball generelt. Styrken med å studere en gruppe hvor så mange er svært interessert i fotball er at det kanskje skal mer til for at disse dropper å dra på kamp og faktorene blir dermed mer fremtredende. 8% av utvalget viste seg å være middels interessert i fotball generelt, og kun 2% besvarte at de var lite interessert i fotball generelt.

Videre er undersøkelsen min bygd slik at jeg tidlig ville få en indikasjon på om hvorvidt interessen for fotball har endret seg hos utvalget de siste årene. *Figur 1* viser at 56% av utvalget er mer interessert i fotball nå enn det de har vært de siste årene. 40% svarte at interessen er omtrent som før og kun 4% svarte at interessen for fotball har sunket de siste årene. Dette resultatet viser at det er få som slutter å dra på stadionet på grunn av at de har mistet interessen for fotball.

FIGUR 1

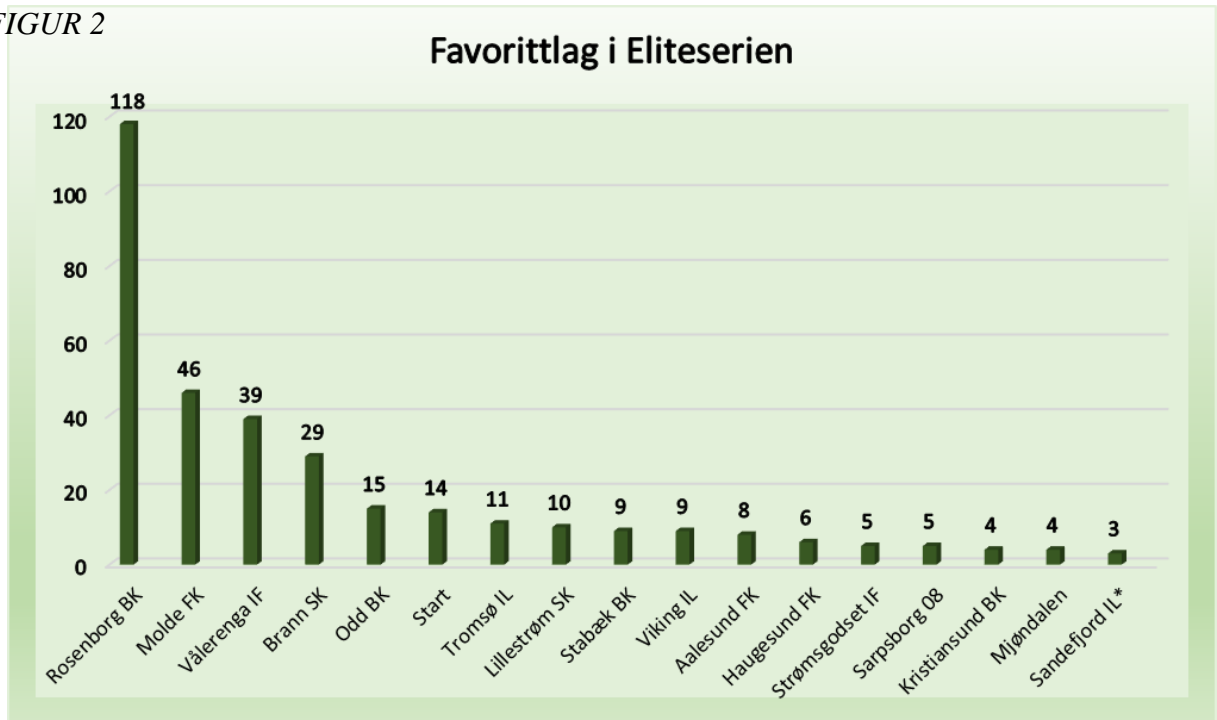


Tippeligaen har lag fra hele Norge. Fra Tromsø i nord til Start i sør (2011). Lagene kommer både fra store byer som Oslo, Bergen og Trondheim, og til mindre steder som Sogndal, Hønefoss og Kongsvinger (2010). Lag fra større befolkede områder har en tendens til å ha større tilskueroppslutning noe som er naturlig siden de har en større fanskare (Jordhøy, 2011)

Resultat fra undersøkelsen min viste at 81% av respondentene har et favorittlag i Eliteserien. *Figur 2* viser fordelingen av de forskjellige klubbene. En stor del av respondentene viser seg å være supportere av Rosenborg Ballklubb. Rosenborg er uten sammenlikning den mest suksessfulle klubben i Norge. Fra 1988 og frem til i dag har Rosenborg Ballklubb tatt 21 av sine 25 seriemesterskap. (Eide 2018). Som studien til Wolfson et al. (2015) konkluderte med har tilskuerne selv en oppfatning av at de er en faktor for at klubben presterer bra på banen. Om et lag som for eksempel Rosenborg Ballklubb opplever gode prestasjoner, kan det skje at tilskuerne føler at de er med å bidra. Det kan skape en mersmak for tilskueren som gjør at han eller hun har lyst til å dra på kamp igjen.

En fellesnevner for de fem lagene med høyest oppslutning på spørreundersøkelsen min er at de alle har oppnådd en gjennomsnittlig høy tabellplassering de siste årene, og kan betegnes som topplag i Eliteserien. Topplagene er attraktive i TV-kamper som kan være en faktor som påvirker tilskueroppslutningen (Jordhøy, 2011).

FIGUR 2

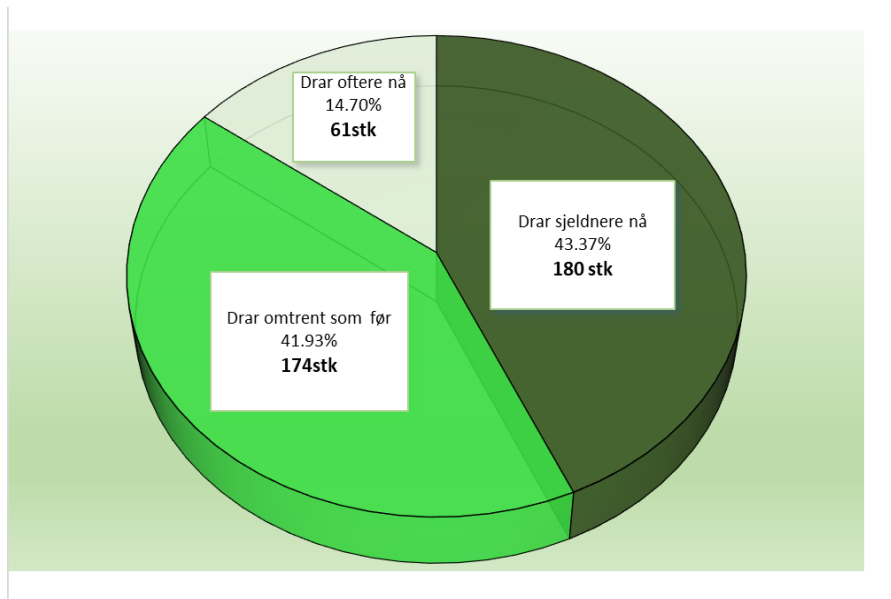


**Sandefjord er medregnet ettersom de har vært i Eliteserien store deler av nyere historie.*

På spørsmålet om hvor ofte hver enkelt drar på stadionet for å se favorittlaget sitt fikk jeg den responsen jeg regnet med, basert på mitt innblikk i tidligere forskning på temaet. Kun 16% av respondentene svarte at de drar veldig ofte. 31% svarte at de drar noen ganger. Hele 53% av respondentene drar veldig sjeldent for å se laget sitt på stadionet.

Videre var jeg interessert i å se om antall ganger de har dratt på stadionet for å se laget sitt har forandret seg de fem siste årene. Resultatet i *Figur 3* viser at det er relativt jevnt fordelt mellom de som drar sjeldnere nå og de som drar omtrent som før. Det er kun 15% av respondentene som drar oftere nå enn det de gjorde for fem år siden.

FIGUR 3



Forskningsspørsmålet i oppgaven min var å finne ut faktorer for at folk har sluttet å dra på stadionet. I spørreundersøkelsen hadde de som svarte at de drar sjeldnere nå enn for fem år siden mulighet til å begrunne hvorfor. *Tabell 1* viser de ulike faktorene som kom frem blant respondentene.

TABELL 1

Faktorer for de som drar sjeldnere nå	Antall	Antall i %
Enklere å se på TV enn å dra på stadionet	45	25%
Flyttet lengre bort fra stadionet	24	13%
Interessen for Engelsk fotball tatt over	20	11%
Nivået på spillerne/individuelle prestasjoner	19	11%
Klimaet for dårlig	15	8%
Misfornøyd med ledelsen i klubben	14	8%
Opptatt med andre ting som jobb/skole	10	6%
Misfornøyd med hele produktet	9	5%
Underholdningsverdien for lav	9	5%
For dårlig stemning på stadionet	7	4%
Savner alkoholserving på stadionet	6	3%

En større andel (25%) av respondentene sier de drar sjeldnere på stadionet nå enn for fem år siden på grunn av at det er enklere å se kampen hjemme på TV enn å fysisk dra på stadionet. Som teorien har resultert i er det ikke bare økningen i antall kamper som blir sendt som er grunnen til at det har blitt mer populært å se kamp på TV. Det er også faktorer som hvilken dag kampen spilles på. 6% av respondentene mener at de er opptatt med skole/jobb og derfor drar de sjeldnere på stadion nå enn for fem år siden. Slike grunner gjør det enklere for folk å se på TV istedenfor å dra på stadionet.

At nivået på spillerne og de individuelle prestasjonene er for dårlig vil jeg si henger sammen med dårlig underholdningsverdi. Hvis vi legger sammen de to faktorene var det 16% som følte det var grunnen til at de nå drar sjeldnere på kamp. Teorien sier at hvis klubbene mislykkes med å skape stadionfotball med høy underholdningsverdi vil dette kunne føre til misnøye blant tilskuerne. Noe som kan føre til at tilskuerne velger bort å dra på stadionet fremfor andre aktiviteter (Simmons, 2006)

5% av respondentene sier at stemningen på stadion er en faktor for at de drar sjeldnere på kamp nå enn før. Resultatet i studien til Feddersen et al. (2006) viste at en konstruksjon av nytt stadion eller en renoveringsprosess kan bidra til å øke både stemningen og tilskuertallet betraktelig. Ulempen med en slik prosess er at det er svært kostbart økonomisk.

Når jeg skal undersøke hvilke faktorer som gjør at tilskuertallet i Eliteserien synker, syntes jeg også at det er interessant å se på hvilke faktorer som gjør at tilskuere drar oftere på kamp nå enn for fem år siden. Tabell 2 viser de faktorene som respondentene mener har gjort at de drar oftere på kamp for å se laget sitt nå enn for fem år siden.

TABELL 2

Faktorer for de som drar oftere nå enn før	Antall	Antall i %
Fått sesongkort/gratis tilgang til kamper	21	34%
Klubben har økt prestasjonene på banen	15	25%
Hjembyen har nå Eliteserielag	9	15%
Bedre økonomi gjør det enklere å dra	7	11%
Har noen å dra på kamp med	5	8%
Flere spenningsmomenter f.eks. tabellen	4	7%

Det er tidligere gjort økonomiske undersøkelser angående supporterens inntekt i forhold til etterspørselen for stadion fotball. Baimbridge et al. (1996) sin studie som undersøkte Premier League i England 1993-1994 sesongen fant støtte i at økt inntekt hos supporterne førte til økt etterspørsel. Resultatet fra spørreundersøkelsen min som viser at 34% av respondentene nå drar oftere på stadionet ettersom de har fått sesongkort eller gratis tilgang til kamper kan støtte studien til Baimbridge et al. (1996) på den måten at folk er villig til å gå på kamp når de økonomiske utgiftene er redusert. I tillegg svarte 11 % at bedring i personlig økonomi har gjort det enklere å komme seg på stadion for å se fotball.

Resultatene fra undersøkelsen min viser at 36% av respondentene ser flere kamper gjennom TV eller ulike nettjenester nå enn det de gjorde for fem år siden. 42% ser laget sitt omtrent like mye på TV og nettjenester nå som de gjorde for fem år siden. 22% ser færre kamper av laget på TV eller nettjenester nå. De ulike faktorene for de som ser flere kamper på TV og nettjeneste nå enn de fem siste årene er representert i figur 4.

FIGUR 4



Figur 5 viser resultatet over faktorene som gjør at supporterne ser færre kamper på TV eller strømmetjenester nå enn for fem år siden. Den faktoren med høyest oppslutning viser at økonomien spiller en stor rolle. 37% har svart at Eliteseripakken man kan kjøpe har for høy pris. 22% av respondentene har fått kortere avstand til stadionet nå enn det har vært tidligere, og har derfor sett færre kamper på TV eller strømmetjenester. De resterende 41% dreier seg om kvaliteten på TV-/strømmesendingen og på de som sitter i studio/kommentatorboksen.

FIGUR 5



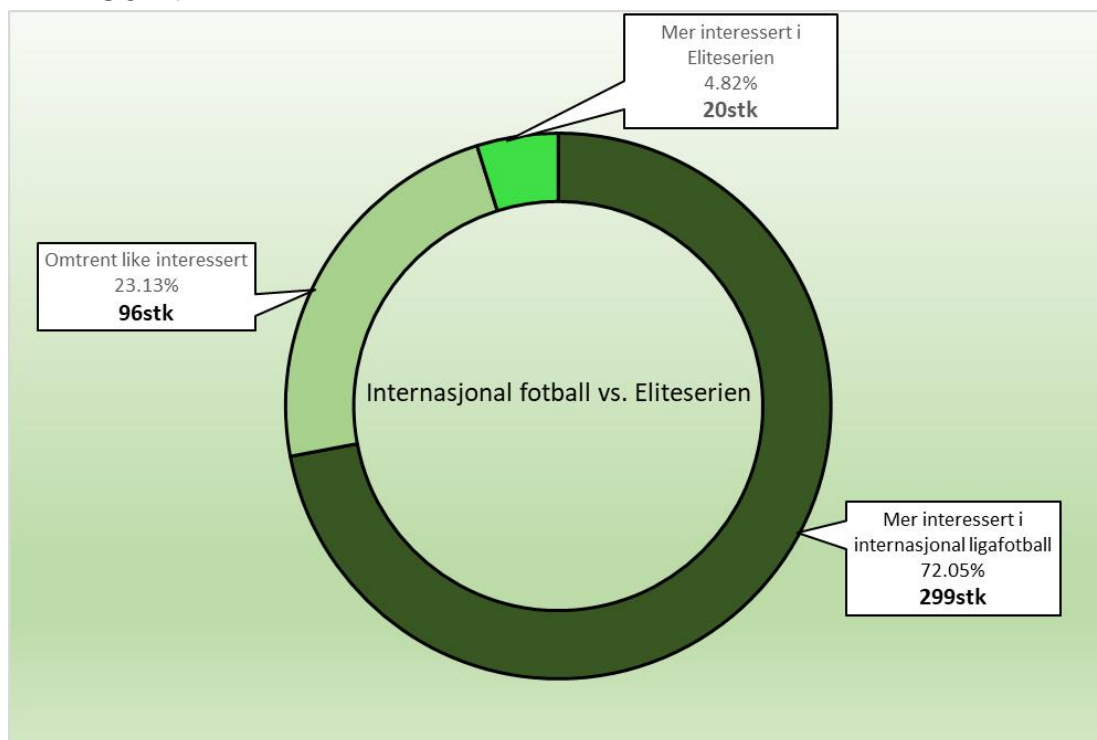
En viktig faktor for å kartlegge det synkende tilskuertallet for Eliteserien er den økende interessen for internasjonal ligafotball. Det siste spørsmålet i undersøkelsen min går ut på hvor interessert de ulike respondentene er i internasjonal ligafotball i forhold til den norske Eliteserien. Resultatet er presentert i Figur 6. 72% av de som svarte på undersøkelsen er mer interessert i internasjonal ligafotball enn den norske Eliteserien. 23% svarte at de deler en lik interesse for internasjonal ligafotball og Eliteserien. Kun 5% av respondentene føler at de er mer interessert i Eliteserien enn internasjonal ligafotball.

Som tidligere forskning har diskutert er internasjonale ligaer blitt mer og mer interessante siden sendingen av engelske kamper startet på norsk tv på 1960-tallet. Kringstad et al. (2018) har sett at norske Eliteseriekubber deler sine supportere med Engelske klubber.

Dette fører videre til at supportere velger å se internasjonale kamper på TV fremfor å dra på stadionet på Eliteseriekamp.

Økningen på 11% i antall medlemskap i norske supporterklubber for britiske klubber bekrefter at interessen for Engelsk fotball er på vei opp (supporterunionen.no).

FIGUR 6



Resultatet i undersøkelsen min antyder at folk flest er mer interessert i internasjonal ligafotball og at dette påvirker tilskuertallet i Eliteserien bemerkelsesverdig.

5. Konklusjon

Målet med oppgaven min var å finne faktorene for at Tilskuertallet i Eliteserien har sunket. Gjennom å ha studert tidligere forskning på dette temaet og gjort egne undersøkelser har jeg klart å kartlegge hva som gjør at folk velger å ikke dra på stadionet.

Spørreundersøkelsen hjalp meg å få et innblikk i hvilke faktorer som gjør at de velger å ikke dra på stadionet. Jeg fikk også kartlagt faktorene for de som nå drar oftere på stadionet enn før.

Resultatet viser et bredt utvalg av faktorer som gjør at folk velger å ikke dra på kamp i Eliteserien. Den faktoren med mest oppslutning var at det er enklere å se kamp på TV enn å fysisk dra på stadionet. 25% av respondentene uttrykte dette som sin faktor. Tidligere forskning viser at det har vært en markant økning i antall kamper som blir sendt på TV. Både Eliteseriekamper, men også kamper fra andre internasjonale ligaer. Resultatet mitt viser også at interessen for internasjonal ligafotball er i stor større enn interessen rundt Eliteserien.

De resterende faktorene som ble presentert i resultatet var lang avstand til stadionet, , nivået på spillere/prestasjoner, klimaet, kritikkverdige ledelse i klubbene, tidskrevende ting som jobb/skole, dårlig underholdningsverdi, dårlig stemning på stadionet og mangel på alkoholserving.

For klubbene sin del kan det være nyttig å se på de ulike faktorene som gjør at folk ikke drar på kampene, også resonnerer om de kan gjøre noen forbedringer innenfor disse områdene.

6. Referanser

Allan, G. Roy, G. (2008) *“Does television crowd out spectators?”* Journal of Sport Economics.

Baimbridge, M., Cameron., S. Dawson, P.M. (1996) *“Satellite television and demand for football.”* Scottish Journal of Political Economy.

Bakken, C. Strømsnes, T. (2016). *“Etterspørselen etter fotball : en empirisk studie av tilskuertall på Alfheim ”* Universitetet I Tromsø.

Buraimo, B. Simmons R. (2008). *“ Do Sports Fans Really Value Uncertainty of Outcome? Evidence from the English Premier League ”* International Journal of Sport Finance. University of Central Lancashire.

Buraimo, B. Paramio, J.L. Campos, C. (2010) *“The impact of televised football on stadiums attendance in English and Spanish league football.”* Soccer & Society.

Buvarp, O.H. (2019) *“En studie av kommersialiseringen av engelsk toppfotball”*. NTNU.
Eide, J.H. (2018) *“Suksessfaktorer for klubber i norsk eliteserie”* Universitetet i Stavanger.

Feddersen. A. Maennig, W. Borchering, M. (2006) *“ The Novelty Effect of New Soccer Stadia: The Case of Germany ”* International Journal of Sport Finance. Hamburg University.

Gammelsæther, H. Ohr, F. (2002) *“Kampen uten ball: Om penger, ledelse og identitet i norsk fotball.”* Oslo: Abstrakt Forlag AS.

Halberg, M. (2015) *“En kvantitativ studie av tilskuersvikt I norsk herrelandslagsfotball”* Norges Idrettshøgskole.

Hoffmann, T. (2013). *“Hva kan vi bruke kvalitativ forskning til?”* Videnskab.dk.

Jacobsen, D.I. (2015). *'' Hvordan gjennomføre undersøkelser? Innføring i samfunnsvitenskapelig metode ''* 3. Utgave. Cappelen Damm.

Jordhøy, K. (2012) *''Hva forklarer reduksjonen i tilskuertallene i Tippeligaen i perioden 2007-11?''* Høgskolen i Molde.

Kuper, S. Szymanski, S. (2009) *''Why England loses, why Germany and Brazil Win, and why the U.S, Japan, Australia, Turkey- and even Iraq- are destined to become the kings of the world's most popular sport. ''* New York: Nation Books.

Mehus, I. (2011) *''Norwegian Spectators of Entertainment Sport''* Norwegian University of Science and Technology.

Mæle, T.T. (2014) *''Hva påvirker etterspørselen etter stadionfotball i tippeligaen?''* Universitetet i Stavanger.

Oshani, P.A.L. (2015). *''Media and its impact on sport. ''* Department of Sport Science and Physical Education.

Sandø, T. (2019). *''Håndboken''* Supporterunionen for Britisk Fotball.

Simmons, R (2006). *''The demand for spectator sports''*. Handbook on the Economics of Sports. MGP Books Ltd. Cornwall.

Solberg, H.A. Mehus, I. (2014) *'' The Challenge of Attracting Football Fans to Stadia?''* International Journal of Sport Finance. NTNU.

Wolfson, S. Wakelin, D. Lewis, M. (2005). *''Football supporter's perceptions on their role in the home advantage''*. Journal of Sports Sciences.

Altomfotball.no Statistikk Lastet inn: 19.05.2020

<http://www.altomfotball.no/element.do?cmd=tournamentStatistics&tournamentId=1&seasonId=341&useFullUrl=false>

Supporterunionen.no Antall Medlemmer Lastet inn: 01.06.2020

http://www.supporterunionen.no/images/Antall_medlemmer_2018.pdf

Supporterunionen.no Håndboken 2019 Lastet inn: 01.06.2020

<http://www.supporterunionen.no/images/pdf/Handboken-2019.pdf>