

Fremgang med udfordringer – Dansk elitehåndbold på en bølge af succes

Dansk elitehåndbold er en succes. Det viser den nyligt offentliggjorte rapport om udviklingen i den danske nationalsport nr. 2. som Idrættens Analyseinstitut (Idan) har stået bag. Men med succes kommer også udfordringer. I denne artikel gennemgås hovedtræk og konklusioner fra undersøgelsen, som afdækker mere end ti års fremgang.

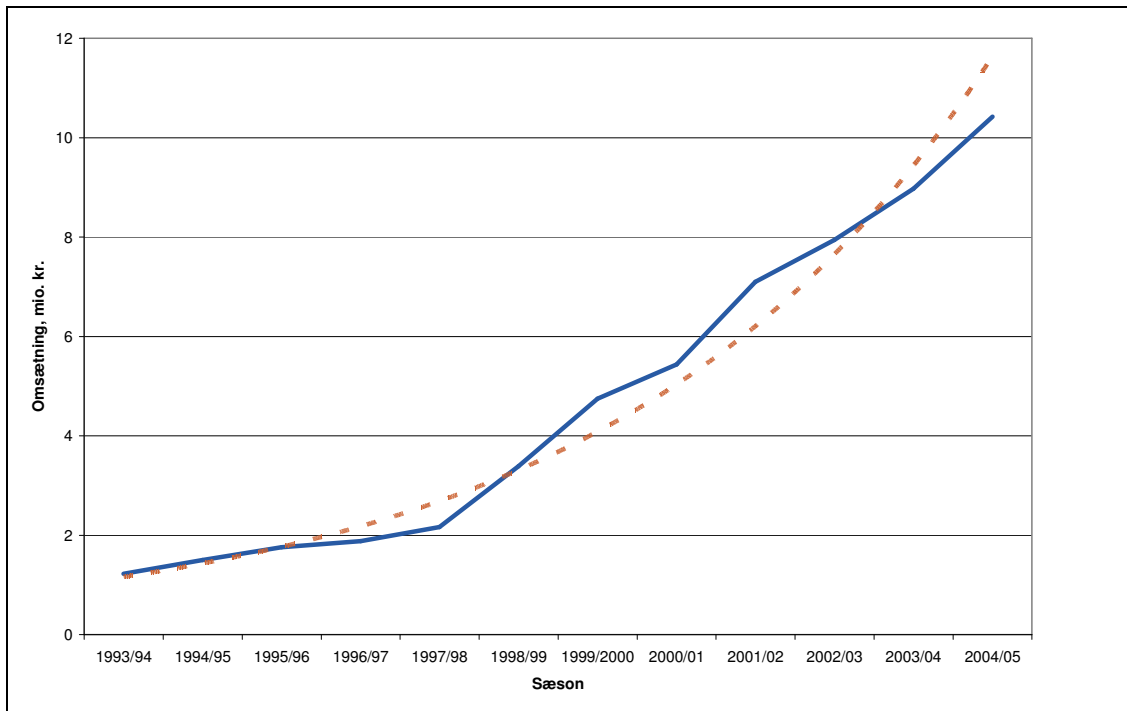
Af analytiker Rasmus K. Storm, Idan.

Succes og vækst

Vækst og fremgang præger dansk elitehåndbold på en lang række områder. Aldrig har sporten opnået så mange flotte sportslige resultater internationalt, både for lands- og klubhold, og aldrig har så mange spillere været professionelle i udlandet som bærende stamspillere på deres respektive klubhold. Mange års intenst og struktureret talentarbejde synes at have båret frugt. Danmark kan nu bryste sig af at have verden bedste liga på dame-siden, ligesom herrerækken også har fået nogle gode ryk op af kvalitetsrangstigen.

Årsagen til den gunstige udvikling skal findes i den økonomiske vækst som blandt andet blev initieret af det danske damelandsholds succes ved VM i Norge i 1993, hvor kun et knebent nederlag til tyskerne forhindrede, at guldet kom med hjem. I forlængelse af den sportslige succes indså mange klubber således potentialet, der skulle realiseres gennem øget professionalisering og omdannelse af foreningsdriften til egentlig erhvervsvirksomhed. Strategien er også lykkedes. 21 procent hvert år er omsætningen i klubberne steget siden da. Rundt regnet omsatte klubberne for under én million kroner i gennemsnit i sæsonen 1993/94. I dag omsætter de for over 10 mio. kr.

Udviklingen er en del af et mere generelt billede, der viser, at dansk elitehåndbold sidder på en stadigt større del af sponsormidlerne herhjemme. Ifølge Dansk Oplagskontrol er håndboldens andel af det samlede sponsormarked vokset fra godt 16 procent i 1999 til 29 procent i 2004. I reelle tal omsatte håndbolden således for 280 mio. kr. ud af et samlet sportssponsormarked på 973 mio. kr. i 2004.

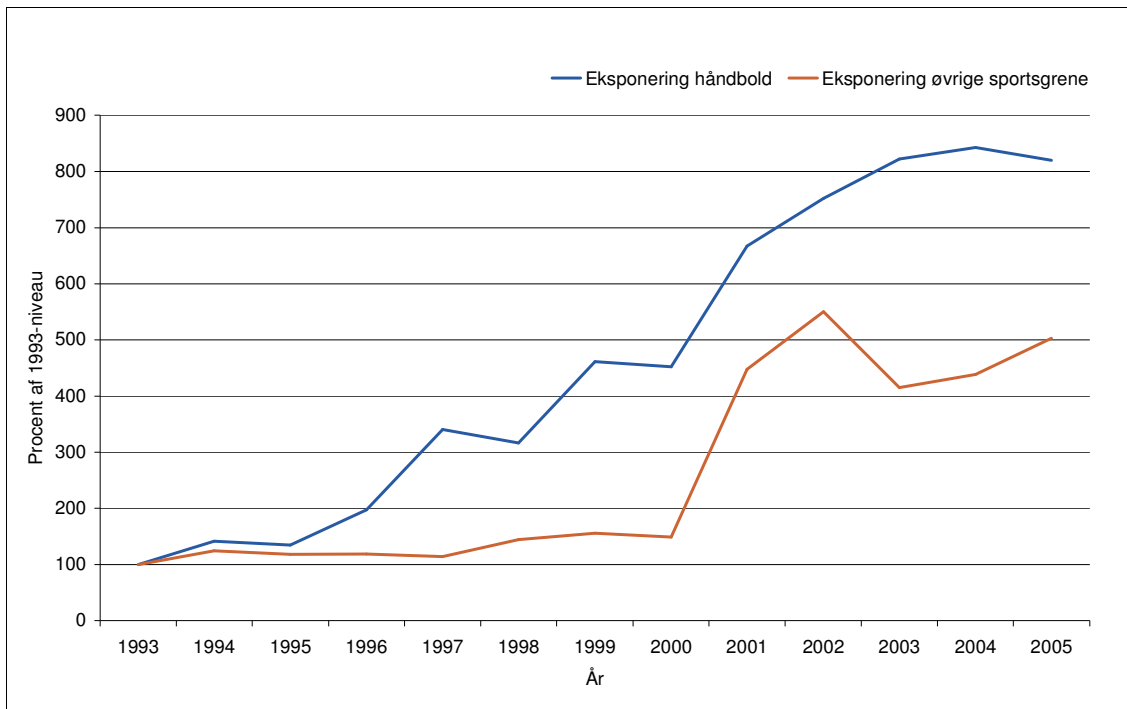


Udviklingen i ligaklubbernes gennemsnitlige omsætning, 1993/94-2004/05, herrer og damer

Håndbold er en tv-sport

Årsagen til væksten i markedsandele kan relateres direkte til den markante vækst i eksponeringen af håndbold på de landsdækkende kanaler. Støt og roligt er der kommet mere og mere håndbold på skærmen, og særligt efter, at TV 2 og DR mistede Superligarettighederne til koncernen bag Tv3 og Tv3+, Modern Times Group, har håndbolden fået en dominerende plads. Den såkaldte 'tv-aftale', der blev indgået mellem public-service kanalerne og håndboldens parter tilbage i 2001, og som netop er forlænget frem til 2011, garanterer et massivt udbud af håndbold.

Væksten i eksponering kan ses af nedenstående graf. Selvom der generelt er sket en stigning i antallet af sportstransmissioner, er væksten markant større for håndbold end for øvrige sportsgrene. At håndbolden samtidig sendes på de landsdækkende kanaler gør, at den er meget kommercielt interessant. Dette skyldes naturligvis, at der udover det store udbud også er mange, der kan se, og rent faktisk ser, håndbold. På trods af, at væksten i eksponeringen er løjet en anelse af i 2005, er der ikke noget der tyder på det vil stagnere yderligere. Den nyeste aftale indgået i forsommeren mellem Tv 2 og Tv3 om, at Tv3 kan købe sig ind på at vise håndbold samt Tv 2's løfte om at bruge 50 mio. kr. på produktudvikling af håndbolden som tv-produkt indikerer, at vi ikke har set toppen endnu. Fremtiden ser med andre ord ganske lys ud, og der er ikke umiddelbart nogen grund til at tro at håndboldøkonomien er en boble, der er ved at springe.



Udvikling i eksponering af håndbold i forhold til øvrige sportstransmissioner på danske tv-kanaler i procent af 1993-niveauet (både klub- og landshold)

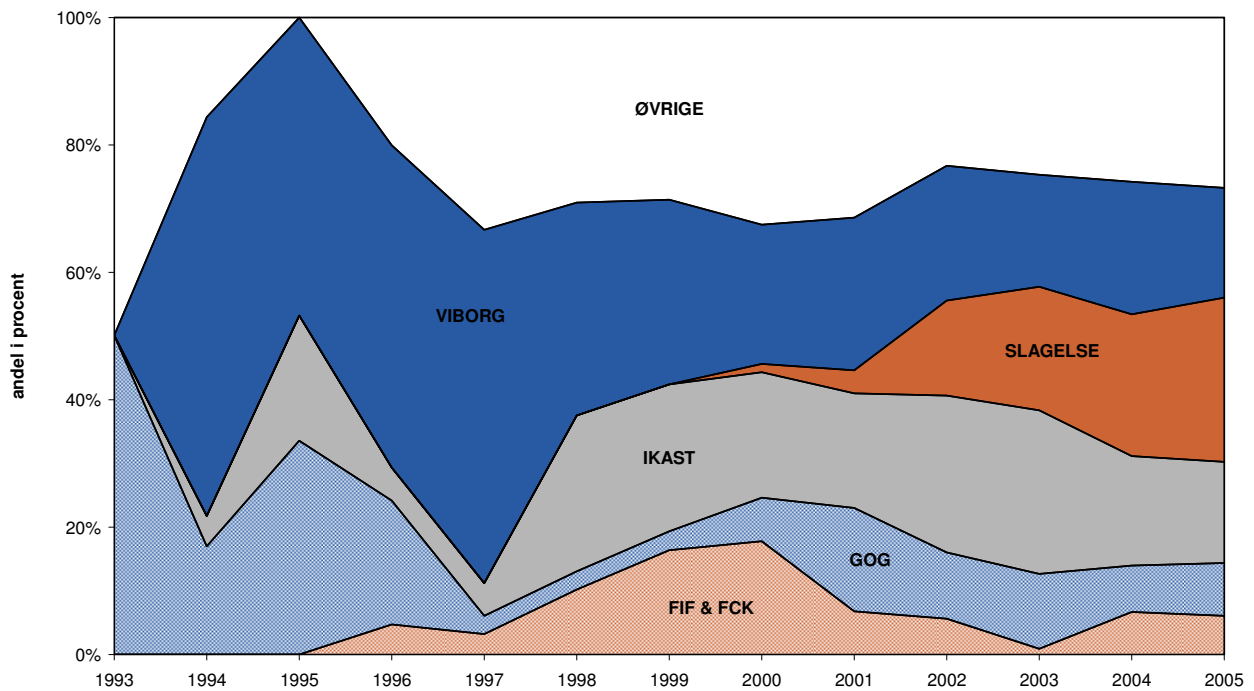
Udfordringer

Men historien om udviklingen i dansk elitehåndbold, er ikke kun historien om fremskridt og høje vækstrater. Samtidig med den øgede vækst er der på nogle områder også udviklet tendenser, der trækker håndbolden i uheldig retning. Disse koncentrerer sig både om nogle økonomiske faktorer, men også nogle sportslige. Lad mig starte med den økonomiske side af sagen.

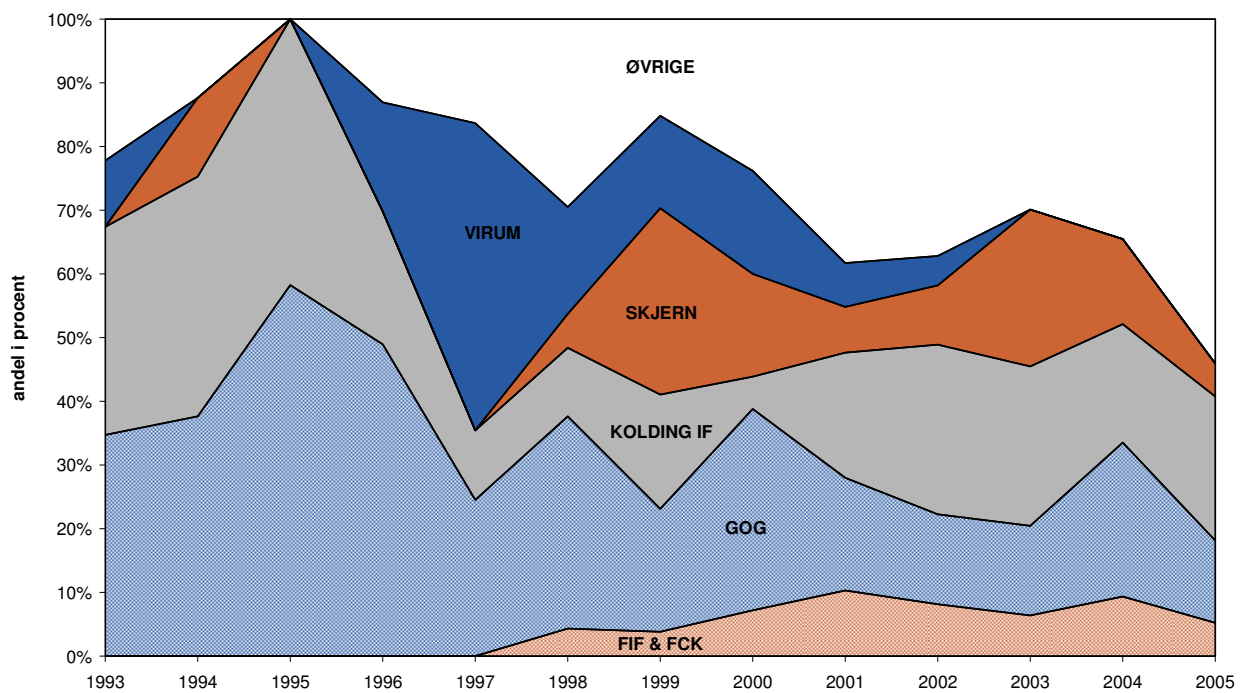
For det første er håndboldens massive tv-succes også blevet håndboldøkonomiens finansielle akilleshæl. I 1993 bestod finansieringen af en bredere variation af indtægtskilder i modsætning til i dag, hvor godt 85 procent af sponsorindtægterne kan relateres direkte til tv-eksponeringen. Håndboldøkonomien, hviler dermed i stigende udstrækning på tv-mediets velvillige eksponering, og det kan betragtes som meget ensidigt. Falder medieeksponeringen, falder indtægterne i klubberne og dermed også det sportslige niveau.

For det andet er den massive tv-dækning meget ulige fordelt mellem holdene. De bedste klubber er naturligt de, der tiltrækker tv-stationernes interesse. I damerækken har klubberne GOG, Slagelse, Viborg, FIF/FCK og Ikast-Bording siddet på 73 procent af sendetiden siden 1993. I herrerækken har Virum-Sorgenfri, Skjern, GOG, Kolding og FIF/FCK stået for i alt 67 procent. Det ligner billedet hos kvinderne, om end polariseringen er lidt mindre udtalt.

Fælles for både mændene og kvinderne er altså, at relativt få klubber sidder på en stor del af mediekagen efterfulgt af et par andre hold, der har betragtelig mindre del i festen. Konsekvensen af denne skævhed er en stor forskel i klubbernes økonomiske styrke. Dette fremgår af, at der er markant sammenhæng mellem, hvor meget klubberne eksponeres og, hvor stor deres omsætninger er. Denne udvikling har gennem årene vist sig mere og mere klar.



Tv-eksponering med danske dameklubhold 1993 - 2005



Tv-eksponering med danske herreklubhold, 1993 - 2005

De, der har skal mere få

Når de bedste klubber som følge af deres omfattende skærmtid løbende konsoliderer sig økonomisk medfører det, at de samtidig sætter sig på de sportslige resultater. Der er utvetydigt tale om en god og en dårlig håndboldøkonomisk cirkel, hvor de gode klubbers succes holder de øvrige klubber fra fadet. Man kan mene, at dette er en naturlig udvikling, der hverken kan eller bør være anderledes. Imidlertid er der grund til at fokusere på forskelle når de bliver for store. Selve fundamentet for sportsøkonomiske markeder, som håndboldøkonomien er et eksempel på, er nemlig defineret ved en nødvendighed af såvel sportslig og økonomisk konkurrence som en vis grad af lighed. I modsætning til 'normale' markeder gælder det ikke om at eliminere eller overtage konkurrenterne totalt. I så fald kan den succesrige sportsvirksomhed ikke længere levere sit produkt i form af spændende og seværdige kampe mod en kvalificeret modstander.

På den ene side er det altså nødvendigt at konkurrere intenst for overhovedet at have et salgbart produkt (spændende sportskampe), men på den anden må ingen klubber blive for dominerende, da det mindsker usikkerheden om udfaldet af kampe samt mesterskaber og således medvirker til at underminere selve det kommercielle grundlag for sportsligaerne.

Klubberne har svært ved at tjene penge

I videre udstrækning betyder den øgede polarisering, at klubberne overinvesterer i jagten på sportslig succes. I forsøget på at komme med i det gode selskab, hvor medieeksponeringen og sponsorkronerne er, har nogle klubber brugt flere penge end de havde i kassen. Samtidig har de bedste klubber udvidet trupperne for at fastholde deres position. Dermed har den generelt opadgående omkostningsspiral medført, at mange klubber har været i økonomiske problemer gennem årene. I den seneste afsluttede regnskabsperiode havde klubberne et gennemsnitligt underskud på over en halv million kroner, det næststørste siden 1993. Mere generelt betragtet har klubberne udvist store udsving på resultatbalancen, men i hovedsagen har der været røde tal på bundlinien med sæsonen 1999/2000 som det foreløbige katastrofeår. Her var det gennemsnitlige klubunderskud i nærheden af to mio. kroner. I kølvandet på den generelle økonomiske vækst er der altså opstået en vanskelighed ved at få budgetterne til at balancere. Det er et problem, da ustabile klubber gør håndboldproduktet dårligt og mindsker tilliden fra aktuelle og potentielle sponsorer. Spillerne lider også under udviklingen, når der løbende er problemer med udbetaling af lønninger og misligholdelse af spillerkontrakterne.

Hvad bør der gøres?

Der er på baggrund af ovenstående nogle hovedproblemer, der er behov for at sætte ind overfor, hvis elitehåndbolden skal fastholde den meget gunstige situation den indtager for øjeblikket.

For det første handler det om at overveje om klubbernes indtægtsgrundlag er for ensidigt. Når så store dele af indtægterne kommer direkte som følge af den markante tv-eksponering er det nærliggende at være bekymret over om tv-stationernes interesse i at sende håndbold i fremtiden vil blive ændret. Indtil videre er der ganske vist ikke noget, der tyder på det. Som nævnt gælder den nuværende tv-aftale frem til 2011, og desuden vil de nye produktudviklingstiltag fra tv-stationernes side resultere i mere og bedre formidlet håndbold på tv. Alligevel vil det efter min opfattelse være hensigtsmæssigt at overveje alternative indtægtskilder, da mediebilledet grundlæggende er en meget ustabil størrelse. Nye medieplatforme vil vinde indpas i fremtiden, og det vil være klogt allerede nu at lave forsøg med interaktive medier med henblik på at opdyrke markedspotentiale på dette område også.

For det andet bør den økonomiske og sportslige polarisering mellem klubberne danne grundlag for overvejelser om regulering af balancen. Der er flere grunde til dette. Først og fremmest medvirker forudsigeligheden i fordelingen af mesterskaberne som nævnt til at mindske efterspørgslen på håndbold mellem tv-seere og tilskuere. Når det er de samme hold, der vinder år efter år falder spændingen og det fulde økonomiske potentiale vil ikke blive indfriet. Dette er naturligvis uholdbart, og der bør derfor sættes ind styrket fokus på klubbernes økonomiske styring samt med eventuelle økonomiske omfordelingsordninger så de svagere klubber bedre kan tage konkurrencen op sportsligt.

Hvad angår den økonomiske styring i klubberne vil de gradvise DHF-stramninger af kravene til klubbernes økonomi helt sikkert være gunstige på resultatbalancen, men uden tilsvarende vilje til at regulere den sportslige ubalance vil vi se en intensivering af de stærke klubbers styrke. 'Løftepenge' eller ekstra point til nyoprykkere og/eller de svageste hold kan være løsninger. Selvom sådanne forslag formentlig ikke vil falde i god jord hos de stærkere klubber, er tiltag nødvendige for at udvikle helheden i dansk elitehåndbold.

Om undersøgelsen

"Håndboldøkonomi.dk – fra forsamlingshus til forretning" afdækker på en række parametre udviklingen i dansk elitehåndbolds hastige kommercialiseringsproces fra 1993 og frem til i dag. Undersøgelsen vurderer på denne baggrund potentialer og uhensigtsmæssigheder i branchen. De to rapportbind, der foreligger som et hovedbind og et resumebind, kan downloades gratis i Idrættens Vidensbank på www.idan.dk.