

BETALINGSVILJE FOR SUPERLIGAFODBOLD I SLAGELSE KOMMUNE

Christian Gjersing Nielsen, Rasmus K. Storm & Line
Bjørnskov Pedersen

Notat / Juni 2019

BETALINGSVILJE FOR SUPERLIGAFODBOLD I SLAGELSE KOMMUNE

Titel

Betalingsvilje for superligafodbold i Slagelse Kommune

Forfattere

Christian Gjersing Nielsen, Rasmus K. Storm & Line Bjørnskov Pedersen

Layout

Idrættens Analyseinstitut

Udgave

1. udgave, Aarhus, juni 2019

Pris

Rapporten kan downloades gratis i vidensbanken på www.idan.dk

Udgiver

Idrættens Analyseinstitut

Frederiksgade 78B, 2.

DK-8000 Aarhus C

T: +45 3266 1030

E: idan@idan.dk

W: www.idan.dk

Gengivelse af denne rapport er tilladt med tydelig kildehenvisning.

Indhold

Betalingsvilje for superligafodbold i Slagelse Kommune	5
Introduktion.....	5
Casen i Slagelse Kommune.....	6
Hovedresultater	7
Diskussion.....	7
Litteraturliste	9

Betalingsvilje for superligafodbold i Slagelse Kommune

Introduktion

Dette notat er en kort gennemgang af artiklen 'The value of having a first-tier football club in the municipality (even) when tangible benefits are absent: A Danish CVM study' publiceret i det fagfællebedømte tidsskrift 'Sport, Business and Management: an International Journal' (Nielsen, Pedersen, & Storm, 2019).

Studiet undersøger borgernes betalingsvilje for at have en professionel fodboldklub med superligastatus i Slagelse Kommune. Betalingsviljen undersøges med den forudsætning, at borgerne er oplyst om, at sportsklubbers indvirkning i forhold til økonomisk vækst og tilflytning er begrænset eller fraværende. Det er hensigten, at analyserne kan være med til at oplyse og kvalificere beslutningstagning i relation til offentlig subsidiering af professionelle sportsklubber.

Fortalere for offentlig støtte til professionelle sportsklubber benytter ofte argumentet om, at 'investeringen' betaler sig tilbage i form af øget lokaløkonomisk aktivitet (Värja, 2016) og sætter regionen eller kommunen 'på landkortet', hvilket gør området mere attraktivt og tiltrækker nye borgere, øger skattegrundlaget og den økonomiske vækst (Storm, Thomsen, & Jakobsen, 2016). Imidlertid konkluderer den akademiske litteratur på området (se litteraturgennemgang i Nielsen et al., 2019), at offentlige subsidier til professionelle sportsklubber generelt er uhensigtsmæssige, da de hindrer en mere effektiv anvendelse af midlerne (Coates & Humphreys, 2003).

Selvom professionelle sportsklubber typisk ikke producerer positive, håndgribelige effekter, er det muligt, at de alligevel genererer nytte¹ ved eksempelvis at være en kilde til glæde og stolthed i lokalområdet (Elling, Hilvoorde, & Dool, 2014; Süßmuth, Heyne, & Maennig, 2010).

På trods af den modstridende evidens fremføres det relativt ofte, at professionelle sportsklubber har en positiv effekt på økonomisk vækst og tilflytning. Det er derfor muligt, at mange borgere er misinformede.

For at undersøge den værdi, en superligaklub genererer i Slagelse Kommune, bliver respondenterne derfor bedt om at angive deres betalingsvilje og informeret om, at professionelle sportsklubber har begrænset eller ingen indflydelse på økonomisk vækst og tilflytning.

¹ Nyttet er et almindeligt anvendt økonomisk udtryk for den tilfredsstillelse, der opnås ved forbrug af en vare eller serviceydelse.

Casen i Slagelse Kommune

Fodbold er den mest populære sport i Danmark målt på mediebevågenhed, tilskuere og tv-seere (Hedal, 2006). Der er i perioden fra 2007-2014 blevet brugt cirka én milliard kr. på elitesportsfaciliteter, der primært benyttes af professionelle fodboldklubber (Alm, 2014). Kommunale sponsorater til klubberne er heller ikke et ukendt fænomen (Storm & Brandt, 2008), og der er endda eksempler på ulovlige kommunale subsidier betalt direkte eller indirekte til klubberne (Storm & Nielsen, 2015).

I 2017/18 var der gennemsnitligt 5.880 tilskuere til de danske superligakampe, mens der til sammenligning var 1.346 og 347 i henholdsvis 1. og 2. division. Klubber udenfor de tre øverste divisioner fungerer på amatørbasis, mens 1. og 2. divisionsklubber skal godkendes af DBU i forhold til at kunne hyre spillere på fuld- eller deltidskontrakter. Det er således oplagt, at prestigen ved at have en professionel fodboldklub alt andet lige er større, hvis klubben spiller i Superligaen.

Slagelse Kommune oplevede senest at have en superligaklub i sæsonerne 2013/14 og 2014/15 i form af FC Vestsjælland, som var en professionel overbygning på moderklubben Slagelse B&I. Efter at være rykket ned i 1. division blev klubben i 2015/16 erklæret konkurs og tvangsnedrykket til Sjællandsserien, hvor Slagelse B&I allerede var placeret. FC Vestsjælland blev opløst, og moderklubben overtog licensen.

I de to efterfølgende sæsoner rykkede Slagelse B&I op fra Sjællands- til Danmarksserien (2016/17) og fra Danmarksserien til 2. division (2017/18). Mens undersøgelsen stod på i foråret 2018 indtog Slagelse B&I en komfortabel førsteplads i Danmarksserien med stor sandsynlighed for oprykning til 2. division.

Spørgeskemaet

Undersøgelsen tager udgangspunkt i en række ekstra spørgsmål, der blev stillet i forbindelse med en spørgeskemaundersøgelse om idrætsvaner udsendt til voksne borgere i Slagelse Kommune i foråret 2018. De respondenter, som gennemførte idrætsvanespørgsmålene, blev inviteret til at svare på yderligere spørgsmål omhandlende deres interesse for professionel sport og betydningen af at have en professionel fodboldklub i kommunen.

For at udlede respondenternes nytte ved at have en superligaklub (relativt til at have en klub i 1. division) benyttes i artiklen den betingede værdisætningsmetode, hvor respondenterne bliver bedt om at angive deres betalingsvilje ud fra et hypotetisk scenarie.

I scenariet er Slagelse B&I rykket op i 1. division og ligger til at rykke op i Superligaen, men opfylder imidlertid ikke de økonomiske krav, der kræves for at opnå en superligalicens. For at hjælpe klubben til oprykning tegner Slagelse Kommune derfor et 1-årigt sponsorat (der revideres ved udløb), som betales via øget skat. I tillæg til det hypotetiske scenarie bliver respondenterne gjort opmærksomme på, at undersøgelser peger på, at professionelle sportsklubber har begrænset eller ingen indflydelse på økonomisk vækst og tilflytning i lokalområdet.

På den baggrund bliver respondenterne bedt om at angive, hvor meget de er villige til at betale månedligt i ét år (via øget skat) for, at Slagelse B&I kan rykke op i Superligaen. Respondenter med en betalingsvilje på '0 kr.' bliver yderligere bedt om at angive årsagen til deres svar.

Respondenterne bliver i tillæg bedt om at angive deres overordnede interesse i sport, deres interesse i Slagelse B&I's førstehold og antallet af kampe, de har overværet med klubben inden for de seneste 12 måneder. Således er det muligt at undersøge, hvordan parametrene indvirker på betalingsviljen.

Hovedresultater

Gennem ekstrapolation fra undersøgelsens stikprøve til populationen i Slagelse Kommune estimeres den årlige kollektive betalingsvilje for at have en superligaklub (relativt til en 1. divisionsklub) til 2,9 mio. kr. svarende til en årlig betalingsvilje på 76,25 kr. per husstand. Baseret på andre antagelser fremsættes der i artiklen yderligere estimater, der viser en betalingsvilje helt op til 11,6 mio. kr. årligt, men i artiklen sandsynliggøres det, at det konservative estimat på 2,9 mio. kr. er mest retvisende.

Artiklen undersøger også, hvad der driver betalingsviljen, og her skelnes der mellem villighed til at betale (betalingsvilje > 0) og forskelle i beløbsstørrelsen blandt respondenter med en betalingsvilje over '0 kr.'.

Respondenternes selv vurderede interesse i sport har en positiv indflydelse i forhold til, om de er villige til at betale for at have en superligaklub. Og selvom der er indikationer på det, kan det imidlertid ikke bekræftes statistisk, at det også har en effekt i forhold til, hvor meget de er villige til at betale.²

Hvis respondenter har overværet en eller flere kampe med Slagelse B&I inden for de seneste 12 måneder, øger det ligeledes sandsynligheden for, at de er villige til at betale for at have en superligaklub, mens det overraskende nok ikke har en signifikant indvirkning på beløbets størrelse.

Den selv vurderede interesse i den lokale klub (Slagelse B&I) er den eneste af variablerne, som er signifikant på tværs af modelspecifikationer, og har således både en (bekræftet) positiv indflydelse på, om respondenter er betalingsvillige og på beløbsstørrelsen.

Diskussion

At have en superligaklub i kommunen skaber altså en betydelig værdi (2,9 mio. kr.) for borgerne, selv når de bliver gjort opmærksomme på, at det har begrænset eller ingen indflydelse på økonomisk vækst og tilflytning. Resultaterne indikerer således, at der kan være tilfælde, hvor subsidier til professionelle sportsklubber kan gavne velfærden i kommunen.

² Variablen er ikke signifikant i forhold til beløbsstørrelsen, men ligger tæt på signifikansniveauet (10 %) med p-værdier på 0,112 og 0,113 afhængig af model.

Det er dog værd at bemærke, at klubber under normale omstændigheder er i konkurrence med andre klubber om at rykke op, og det er langt fra givet, at et sponsorat på 2,9 mio. kr. rent faktisk vil resultere i oprykning. Det er et betydeligt beløb for de fleste 1. divisionsklubber, der vil give dem mulighed for at øge deres spillerbudget. Omvendt er det et relativt lille beløb for de fleste superligaklubber, der arbejder med langt større budgetter.³

Det skal bemærkes, at hvis kommunen yder et sponsorat på 2,9 mio. kr., men sponsoratet ikke materialiserer sig i oprykning til Superligaen, vil det resultere i et nettovelfærdstab for skatteyderne. Ligeledes vil det føre til et velfærdstab, hvis det kræver et større sponsorat end 2,9 mio. kr. at sikre klubben superligaoprykning. Det vil også betyde, at hvis samtlige kommuner med klubber i 1. division investerer i sponsorater for at øge sandsynligheden for oprykning, vil skatteydernes penge være spildt i de kommuner, hvor den lokale klub ikke rykker op.

Selvom det at have en superligaklub skaber en betydelig nytte svarende til en betalingsvilje på 2,9 mio. kr., er det altså ikke ensbetydende med, at kommunen bør tegne et sponsorat på dette beløb. I den henseende skal det også bemærkes, at en stor andel af befolkningen – og hele 74,9 pct. i estimatet på 2,9 mio. kr. – ikke er villige til at betale for at have en superligaklub i kommunen.

Ud fra et demokratisk perspektiv er det et interessant fund, eftersom sponsoratet ville blive nedstemt, hvis slagelseborgerne skulle stemme om det. Alternativt kan klubber benytte sig af crowdfunding, fanobligationer – som det er blevet foreslået af Wicker, Whitehead, Johnson og Mason (2016) – eller udstede aktier i forhold til at materialisere betalingsviljen blandt borgere med en positiv betalingsvilje.

Ydermere angiver mere end halvdelen (54,7 pct.) af de respondenter, som svarer '0 kr.', at de er imod, at kommunen skal involvere sig økonomisk i en professionel sportsklub. Hvis politiske partier har til formål at maksimere deres stemmeantal, bør de således være opmærksomme på befolkningens generelle holdning til spørgsmålet.

³ I sæsonen 2016/17 lå 1. divisionsklubbernes personaleomkostninger i spændet mellem 4,4-22,7 mio. kr. med et gennemsnit 9,7 mio. kr., mens superligaklubberne havde personaleomkostninger for mellem 21,6-159,9 mio. kr. med et gennemsnit på 59,3 mio. kr.

Litteraturliste

Alm, J. (2014). *Eliteidrættens krav til offentlige idrætsanlæg*. København: Idrættens Analyseinstitut.

Coates, D., & Humphreys, B. R. (2003). Professional Sports Facilities, Franchises and Urban Economic Development. *Public Finance and Management*, 3(3), 335–357.

Elling, A., Hilvoorde, I. V., & Dool, R. (2014). Creating or awakening national pride through sporting success: A longitudinal study on macro effects in the Netherlands. *International Review for the Sociology of Sport*, 49(2), 129–151.
<https://doi.org/10.1177/1012690212455961>

Hedal, M. (2006). *Sport på dansk tv. En analyse af samspillet mellem sport og dansk tv, 1993-2005*. København: Idrættens Analyseinstitut.

Nielsen, C. G., Pedersen, L. B., & Storm, R. K. (2019). The value of having a first-tier football club in the municipality (even) when tangible benefits are absent: A Danish CVM study. *Sport, Business and Management: An International Journal*, 9(3), 222–238.
<https://doi.org/10.1108/SBM-08-2018-0055>

Storm, R. K., & Brandt, H. H. (2008). *Idræt og sport i den danske oplevelsesøkonomi*. København: Forlaget Samfundslitteratur.

Storm, R. K., & Nielsen, K. (2015). Soft Budget Constraints in European and US leagues – similarities and differences. In W. Andreff (Ed.), *Disequilibrium Sport Economics: Competitive Imbalance and Budget Constraints* (pp. 151–171). Cheltenham: Edward Elgar.

Storm, R. K., Thomsen, F., & Jakobsen, T. G. (2016). Do they make a difference? Professional team sports clubs' effects on migration and local growth: The case of Denmark. *Sport Management Review*, 20(3), 285–295. <https://doi.org/10.1016/j.smr.2016.09.003>

Süssmuth, B., Heyne, M., & Maennig, W. (2010). Induced Civic Pride and Integration. *Oxford Bulletin of Economics and Statistics*, 72(2), 202–220.

Värja, E. (2016). Sports and Local Growth in Sweden: Is a Successful Sports Team Good for Local Economic Growth? *International Journal of Sport Finance*, 11(4), 269–287.

Wicker, P., Whitehead, J. C., Johnson, B. K., & Mason, D. S. (2016). Willingness-to-Pay for Sporting Success of Football Bundesliga Teams. *Contemporary Economic Policy*, 34(3), 446–462. <https://doi.org/10.1111/coep.12148>

