

Bernard Enjolras og Ørnulf Seippel

Norske idrettslag 2000:
Struktur, økonomi og frivillig innsats

Institutt for samfunnsforskning

Oslo 2001

© ISF 2001
Rapport 2001:4

Institutt for samfunnsforskning
Munthes gate 31
Postboks 3233 Elisenberg
0208 OSLO
www.samfunnsforskning.no

ISBN 82-7763-158-8
ISSN 0333-3671

Materialet i denne rapporten er omfattet av åndsverklovens bestemmelser. Det er lagt ut på internett for lesing på skjerm og utskrifter til eget bruk. Uten særskilt avtale med ISF er enhver eksemplarframstilling og tilgjengeliggjøring utover dette bare tillatt i den utstrekning det er hjemlet i lov.

Utnyttelse i strid med lov eller avtale kan medføre erstatningsansvar, og kan straffes med bøter eller fengsel.

Innhold

Forord.....	5
1 Innledning	7
1.1 Bakgrunn	7
1.2 Forskningsdesign	9
1.3 Utvalg og representativitet	10
1.4 Om medlemmene.....	12
1.5 Oppbygging av rapporten	13
2 Idrettslagnes strukturelle kjennetegn	15
2.1 Innledning	15
2.2 Idrettslagenes størrelse	15
2.3 Særidrettslag vs. fleridrettslag	16
2.4 Hvor mange idretter?	18
2.5 Hvilke idretter?	18
2.6 Konkurranse vs. deltakelse	20
2.7 Klubbens alder og organisatoriske endringer	23
2.8 Organisatorisk utvikling	24
2.9 Lokal tilknytning	25
3 Økonomi og kommersialisering	29
3.1 Innledning	29
3.2 Idrettslagenes økonomi	30
3.3 Sammenlikning av fleridrettslag og særidrettslag	47
3.4 Sponsorere.....	55
3.5 Kommersialisering	59
3.6 Konklusjon	65
4 Frivillighet og profesjonalitet i norske idrettslag	70
4.1 Bakgrunn og innledning	70
4.2 Det frivillige arbeidet: En oversikt	74
4.3 Det betalte arbeidet: En oversikt	78

4.4 Ekskurs: Profesjonalisering i idretten	80
4.5 Forskjeller mellom klubbene	83
4.6 Oppsummering og diskusjon	94
5 Oppsummering og diskusjon	99
Appendiks 1	103
Sannsynligheten for å inngå en avtale: logistisk regresjon ...	103
Appendiks 2	105
Teoretiske grunnlag for analysen av kommersialisering	105
Appendiks 3	109
Appendiks 4	110
Faktorer som bestemmer graden av kommersialisering: regresjonanalyse	110
Appendiks 5	112
Appendiks 6	113
Forhold mellom kommersialisering og frivillig arbeid	113
Appendiks 7	117
Litteratur	125

Forord

Til grunn for informasjonen som presenteres i denne rapporten ligger det et stort arbeid, der mange har bidratt. For det første er prosjektet som helhet finansiert av forskningsrådets (NFR) program «Idrett, samfunn og frivillig organisering». For det andre har Norges idrettsforbund og olympiske komite (NIF) og Idrettens studieforbund vært til uvurderlig hjelp både når det gjelder å få tilgang til feltet og i den konkrete innsamlingen av data. Spesielt bør Ingrid Tollånes, Geir Johannessen og Jan Nordlie framheves. NIF, delvis gjennom FRI-SAM, har også bidratt økonomisk til prosjektet. På Institutt for samfunnsforskning har Yngve Eikrem og Håkon Lorentzen bidratt på helt avgjørende og positivt vis til arbeidet med rapporten.

Innledning

1.1 Bakgrunn

Idrettslig aktivitet foregår i dag på flere arenaer. Noe skjer uorganisert, noe i frivillige idrettslag og etter hvert har også kommersielle treningssentre blitt en viktig arena. Den frivillig organiserte delen av denne aktiviteten er omfattende, og i 1997 hadde Norges Idrettsforbund ca. 1,3 millioner medlemskap fordelt på ca. 7200 lokale lag (bedriftsidrettslag ikke medregnet). I Stortingsmelding nr.14 (1999–2000) *Idrettslivet i endring* legges det stor vekt på at det er de mange frivillige idrettslagene rundt i vårt landstrakte land som utgjør norsk idretts grunnfjell. En slik satsing er det vel få som er uenige i i dagens politiske klima, der mange mener at det som skjer i det sivile samfunn – og idretten som en del av dette – kan supplere offentlige og markedsbasert aktivitet, og i tillegg også har en egenverdi, både i forhold til individer, organisasjoner og samfunnet i stort.

Det som imidlertid er slående i en slik situasjon er at man vet relativt lite om hva som kjennetegner denne sektoren. NIFs oversikter forteller oss om antall lag, hva slags grupper, idretter og medlems-sammensetning disse lagene har, men som NIF selv påpeker i sin foreløpig rapport fra lagsstrukturutvalget: «Det er få eller ingen undersøkelser som analyserer hvordan idrettslagene virkelig fungerer i dag». Videre har det kommet fram interessant informasjon gjennom landsomfattende surveyundersøkelser (Dølvik et.al. 1988, Danielsen

1989, Dølvik 1990, Breivik & Vaagbø 1998, Vaage 2000). Men når fokus er på idrettslag, har også disse studiene begrenset verdi.

De frivillige idrettslagene er altså et felt det skal satses på, som angår mange, men hvor grunnleggende kunnskap mangler. Det er dessuten også et felt i endring, noe som gjør det særlig viktig å få et godt innblikk i og en god forståelse av utviklingen. For det første skjer det strukturelle endringer i vårt senmoderne samfunn som ofte blir knyttet til et begrep om post-industrialisme: stadig færre arbeider i tradisjonelle primær- og sekundærnæringer, stadig flere arbeider i yrker der sosial og kulturell kompetanse av ulik art er det sentrale (Bell 1976; Lash & Urry 1994). Dette har i sin tur betydning for hvordan folk velger å bruke sin fritid, noe som igjen direkte påvirker livet i de frivillige organisasjonene.

For det andre – og i nær sammenheng med disse strukturelle endringene – har det skjedd kulturelle endringer som har betydning for hvordan folk forholder seg til sin fritid; hva slags tilbud de ønsker og hvordan de er villige til å forplikte seg i forhold til slike tilbud. Disse strukturelle og kulturelle endringene kommer også til uttrykk på individnivå, og i forhold til idrett kan det se ut som om folk på den ene siden søker nye opplevelser i idretten, mens de på den andre siden søker «idrettsopplevelser» (i en svært vid forstand) også på ikke-idrettslige arenaer. I følge Rittner (1995) har en slik utvikling flere viktige følger. For det første innebærer den en mindre opptatthet av de klassiske idealer knyttet til idrettslig aktivitet, som konkurranse, flid, utholdenhet, rettferdighet og tøffhet. For det andre finner det sted en frigjøring fra de tradisjonelle rollene knyttet til idretten. For det tredje har en del nye idretter en slags anti-institusjonell eller endog anti-idrettslig profil som gjør at «idretten» trekkes mot nye sosiale arenaer og søker andre organisasjonsformer. Ut fra dette kan det se ut som om store deler av den nye idretten både har en mer instrumentell og/eller estetisk karakter – «health, fitness, fun» – enn tradisjonell idrett som helst er blitt sett som en slags sosial-integrativ eller «homo ludensk» aktivitet der formålet med idretten ligger i samværet med andre eller i aktiviteten selv.

Til sammen er det altså slik at både de mange visjonene knyttet til hva den frivillige idretten kan bety i vårt moderne samfunn, den kon-

krete viljen til å satse ressurser på dette feltet og de endringsprosessene som preger feltet har gjort at man har et behov for mer kunnskap om hva som faktisk skjer i den frivillig organiserte idretten.

1.2 Forskningsdesign

At man står overfor et felt som oppfattes som viktig, som er i endring og der man mangler kunnskap er med det bakgrunnen for at Norges forskningsråd (NFR) har satt i gang forskningsprogramet *Idrett, samfunn og frivillig organisering*. Som en del av denne satsningen har Institutt for samfunnsforskning gjennomført en større studie av norske idrettslag – kalt *Idrettslagsundersøkelsen 1999–2000* – som nå kan gi oss en bedre forståelse av dette feltet.

Hensikten med *Idrettslagsundersøkelsen* er å samle inn data om norske idrettslag og medlemmene i disse lagene, og to databaser skal utvikles med utgangspunkt i undersøkelsen. For det første en som gir informasjon om et representativt utvalg av norske *idrettslag*. For det andre en som gir informasjon om *medlemmene* i de samme idrettslagene. Med det valgte forskningsopplegget vil vi kunne kople sammen strukturelle data (om idrettslagene) med individuelle data (om medlemmene). I tillegg er det også meningen at undersøkelsen skal gjentas og at de samme lagene og individene da skal følges opp. Videre vil det også bli mulig å sammenlikne data fra *Idrettslagsundersøkelsen 1999–2000* med en undersøkelse av aktiviteten på mer kommersielle treningssentre. Foreløpig er imidlertid bare data fra den første delen av undersøkelsen på lagsnivå klare for analyse, og det er disse som ligger til grunn for denne rapporten.

Opplegget for undersøkelsen tar utgangspunkt i et tilfeldig utvalg av 549 idrettslag fra NIFs oversikt over norske idrettslag (bedrifts-idrettslag er ikke med). Antall lag er bestemt ut fra hensyn til kostnader, arbeid og statiske beregninger om hva som er nødvendig størrelse på utvalget av lag for å kunne generalisere ut fra data i etterhånd. Dette utvalget av idrettslag fikk alle tilsendt et spørreskjema angående forhold i laget som dekker fire temaområder: 'lag og medlemmer', 'organisering av idrettslaget', 'ansatte og frivillige' og 'økonomi og anlegg'. Spørreskjemaet skulle besvares av daglig leder eller

andre som kjenner laget godt, for så å returneres til Institutt for samfunnsforskning. Mange av de mest interessante problemstillingene knyttet til idrettslagene dreier seg om økonomiske forhold, og for å få et tilstrekkelig godt innblikk i lagenes økonomiske situasjon, ble lagene også bedt om å legge ved regnskap for 1998.

Det er åpenbart at det er praktiske problemer forbundet med å innhente data i et prosjekt av denne typen. Som resultatene i undersøkelsen viser, har norske idrettsledere nok å stri med om de ikke skal fylle ut nok et spørreskjema. Utsendelsen ble altså foretatt pr. post, men for å komme i kontakt og dialog med idrettslagene har Institutt for samfunnsforskning samarbeidet med NIF, som igjen har involvert Idrettens studieforbund i fem regioner (Oslo, Vestfold, Rogaland, Sør-Trøndelag og Nordland). Uten dette samarbeidet hadde det være svært vanskelig å gjennomføre undersøkelsen.

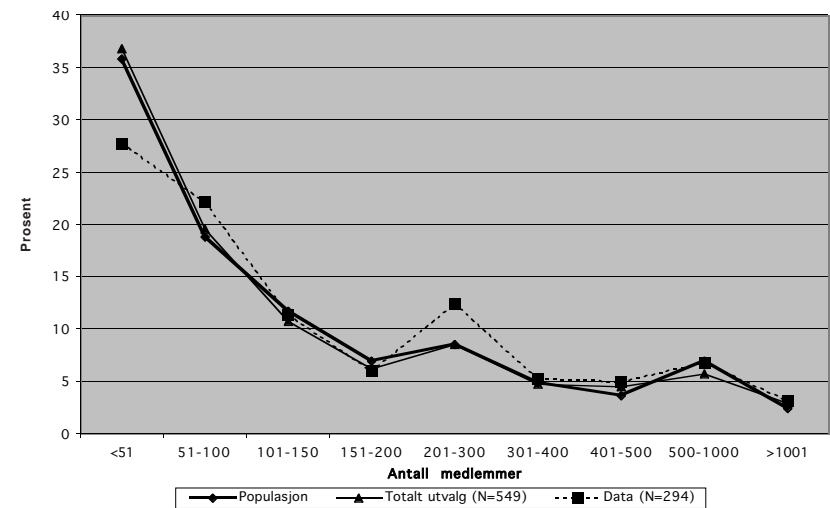
1.3 Utvalg og representativitet

Utgangspunktet for *Idrettslagsundersøkelsen 1999–2000* var altså et tilfeldig trukket utvalg fra NIFs oversikt over idrettslag. I 1998 fantes det ifølge NIFs database 6939 idrettslag. For å beregne størrelsen på utvalget tok vi utgangspunkt i NIFs oversikt over disse lagenes størrelse (antall medlemmer)¹ og kom fram til at vi trengte et utvalg på 449 lag. For å være på den sikre siden tok vi med 100 lag ekstra i tilfelle svarprosenten ville bli lavere enn antatt, og med det endte vi opp med en utvalgsstørrelse på 549 lag. Det endelige datasettet inneholder 294 lag, hvilket vil si at den endelige svarprosenten ble 53,6 prosent.

Figur 1 viser andel lag i populasjonen², utvalget og de endelige data i forhold til antall medlemmer. Mens størrelse på lagene (dvs. antall medlemmer) i vårt opprinnelige utvalg gjenspeiler fordelingen i populasjonen, viser vårt endelige utvalg (dvs. dataene) en viss skjev-

1. Norske idrettslag har i gjennomsnitt 195 medlemmer, med et standardavvik på 652.
2. Populasjonen er et begrep som vil gå igjen her, og det betyr «det» våre data er tenkt å skulle si noe om; dvs. samtlige norske idrettslag (her, slik de framstår i NIFs oversikter).

Figur 1. Andel lag i forhold til størrelse (antall medlemmer): Populasjon, totalt utvalg, endelig utvalg (data)



het som både kommer til uttrykk i en underrepresentasjon av små lag og av en overrepresentasjon av middelsstore klubber. For å bedre datasettets representativitet, var det derfor en fordel å veie data i forhold til størrelsen på lagene i populasjonen.³ Som en illustrasjon på hvordan dette fungerte, kan man i tabell 1 sammenlikne den prosentvise fordeling av idrettslag i lys av antall medlemmer i populasjonen, veide data og ikke-veide data.

Ved å veie data har vi altså mulighet til å justere data på en måte som gjør at vi får et datasett som bedre gjenspeiler fordelingen innenfor populasjonen. I tabell 1 ser man at en ikke-veid fordeling er ulik befolkningens fordeling, men at fordelingen etter at datasettet er veid blir lik.

3. Vektene er beregnet på denne måten: $w = \frac{P_u n}{S_u}$ med P_u som andelen av hver gruppe innenfor befolkningen, S_u andelen av hver gruppe innenfor dataene og n antallet enheter (klubber) innenfor dataene.

Tabell 1. Fordeling av lag i forhold til størrelsen (antall medlemmer) innenfor populasjonen og i våre data (veid og ikke-veid)

Antall medlemmer	NIF populasjon N	NIF populasjon				Prosent
		Våre data veid N	og våre data veid. Prosent	Våre data ikke-veid N		
Under 0	2484	101	35,8	78	27,8	
50–99	1304	53	18,8	62	22,1	
100–149	813	33	11,7	32	11,4	
150–199	484	20	7,0	17	6	
200–299	597	24	8,6	35	12,5	
300–399	342	14	4,9	15	5,3	
400–499	259	10	3,7	14	5	
500–999	484	20	7,0	19	6,8	
1000 og mer	172	7	2,5	9	3,2	
Totalt	6939	281	100	281	100	

1.4 Om medlemmene

Som en bakgrunn for analysene kan det også være interessant å se på medlemssammensetningen i lagene som utgjør vårt datasett i forhold til populasjonen. I følge NIF talte de frivillige idrettslagene i 1998 1 357 938 medlemmer fordelt på 6939 lag. Data som presenteres her, er regnet ut for undergruppen på 262 lag som har svart på spørsmålene om medlemssammensetning relativt til alder og kjønn.

I vårt datasett er da altså 29,2 prosent av medlemmene under 13 år, 16,5 prosent er fra 13 til 16 og 54,3 prosent er 17 år eller mer. Kvinnene er noe yngre enn mennene (31,0 prosent av kvinnene er under 13 år gamle mot 28,1 prosent av mennene). Sammenliknet med befolkningen (i 1998) viser vårt datasett en forskjell i aldersstruktur. Medlemmer over 17 år representerer en lavere andel (54,3 prosent) i våre data enn i befolkningen (59,8 prosent) mens medlemmer under 13 år representerer en høyere andel (29,2 prosent mot 24,8 prosent).

Det kan være flere grunner til dette misforholdet. For det første må man ta i betraktning at det kan være en viss endring i aldersstrukturu-

Tabell 2. Aldersfordeling i forhold til kjønn og totalt i «befolkning» og data. Prosent.

	Menn		Kvinner		Totalt	
	Populasjon (NIF)	Data	Populasjon (NIF)	Data	Populasjon (NIF)	Data
Under 13 år	23,1	28,1	27,4	31,0	24,8	29,2
13–16 år	14,6	17,5	16,6	14,8	15,4	16,5
17 år og eldre	62,3	54,4	56,0	54,1	59,8	54,3
	100,0	100,0	100,0	99,9	100,0	100,0

ren mellom 1998 (tidspunktet da befolkningsdataene ble innhentet) og 1999 (tidspunkt for survey-undersøkelsen). En annen mulighet er at datarapporteringsmetoden spiller inn: mens vår undersøkelse er basert på anonyme spørreundersøkelser, er datarapportering til NIF en del av en administrativ prosedyre som kan ha økonomiske konsekvenser for idrettslagene. En tredje mulighet er utvalgsfeil som skyldes den relativt høye andelen ubesvarte spørreskjema.

Når det gjelder fordeling av kjønn, er den om lag den samme i befolkningen som i det veide datautvalget. Menn utgjør 60,7 prosent av medlemsbefolkningen og 61,1 prosent av datautvalget. Når vi bryter ned kjønnsfordelingen, blir forskjellen mellom befolkningen og datautvalget mindre, med unntak av aldersgruppen 13–16 der kvinner utgjør 42,4 prosent av befolkningen og bare 35,1 prosent av datautvalget. Dette skyldes sannsynligvis den høye andelen som ikke har besvart spørsmålet. Det er interessant å merke seg at det er en relativt større andel av kvinner under 17 år sammenliknet med menn. Etter 17 år synker kvinnenes deltakelse i idrettsorganisasjoner mens mennenes deltakelse øker.

1.5 Oppbygging av rapporten

Rapporten vil presentere noen av de mest sentrale funnene fra den første delen av *Idrettslagsundersøkelsen 1999–2000*, og består av tre hoveddeler: et oversiktskapittel som i liten grad knytter an til teore-

tiske problemstillinger, og deretter to relativt selvstendige kapitler knyttet til de to mest sentrale problemområdene som dekkes av data.

Det er i dag vanskelig å snakke om norske idrettslag som om det var en enhetlig størrelse, og det første vi skal gjøre er å presentere en del strukturelle kjennetegn ved norske idrettslag. Ut over størrelse og medlemssammensetning som vi allerede har vært inne på, vil vi se på forhold som organisatorisk utforming, alder og endring, aktiviteter, konkurransenivå og geografisk lokalisering.

Dernest vil vi sette fokus på idrettslagenes *økonomi*: Vi vil se på økonomiens størrelse, hvordan inntektskildene er sammensatt, spon-sing og til slutt spørsmålet om kommersialisering.

I den tredje hoveddelen av rapporten vil vi fokusere på den frivillige innsatsen i lagene: hvor mye frivillig og betalt arbeid gjøres i norsk idrett – som andel av alt arbeid, samlet, i forhold til antall medlemmer – og hvordan varierer dette mellom ulike typer lag.

Helt til slutt skal vi forsøke å oppsummere og diskutere noen av de viktigste funnene fra de tre hovedkapitlene.

2

Idrettslagenes strukturelle kjennetegn

2.1 Innledning

I dette kapitlet skal vi kort ta for oss det vi har kalt *idrettslagene strukturelle kjennetegn*. Med dette tenker vi på formelle trekk ved idrettslaget – organisasjonsstørrelse, aktivitetstilbud, sosial og geografisk tilknytning mm. – som er interessante i lys av samfunnsmessige endringer. Kapitlet er først og fremst en presentasjon av de data vi har på dette området, og vil bare i mindre grad knytte seg til eksplisitte teoretiske problemstillinger. Typologier fra kapitlet vil utgjøre en viktig del av grunnlaget for drøftingene i de to neste kapitlene.

2.2 Idrettslagene størrelse

Størrelsen på et idrettslag har betydning for svært mange forhold i laget (Ibsen 1992; Heinemann & Schubert 1994). Tabell 1 viser den prosentvise fordelingen av idrettslag i forhold til antall medlemmer, og forteller flere viktige ting om «Idrettsnorge». Det første og mest iøynefallende trekket her er at *norske idrettslag er små*. Over 35 prosent av lagene har 50 medlemmer eller mindre. Hvis man legger til de som har «til og med hundre medlemmer», dekker man nesten 55 prosent av norske idrettslag. *Bare 2,5 prosent av norske idrettslag har over tusen medlemmer*.

Første kolonne i tabell 2.1 viser altså hvor stor andel av idrettslag som har ulike antall medlemmer. Dersom man ser på hvilke klubber de enkelte medlemmene befinner seg i (andre kolonne), så blir bildet et annet. I kolonne to ser man at godt og vel 10 prosent av de største lagene, dvs. de med mer enn 500 medlemmer, rommer 44 prosent av den totale medlemsmassen. Motsatt finner man at de lagene som har

Tabell 2.1. Samlet antall medlemmer i lag i forhold til størrelsen på lagene. Prosent

Størrelse på idrettslag	Andel av den totale mengden lag	Andel av den totale medlemsmassen
50 medlemmer og mindre	35,8	5,0
50 og <=100	18,8	7,5
>100 og <=150	11,7	7,7
>150 og <=200	7,0	6,5
>200 og <=300	8,6	11,5
>300 og <=400	4,9	8,7
>400 og <=500	3,7	8,8
>500 og <=1000	7,0	26,2
Mer enn 1000	2,5	18,1
<i>Totalt</i>	<i>100,0</i>	<i>100,0</i>

100 eller færre medlemmer (dvs. 55 prosent av lagene) bare har i overkant av 12 prosent av medlemmene. Det er altså viktig å huske at norske idrettslag gjennomgående er små, mens medlemsmassen for en stor del er knyttet til de relativt sett få, men store idrettslagene.

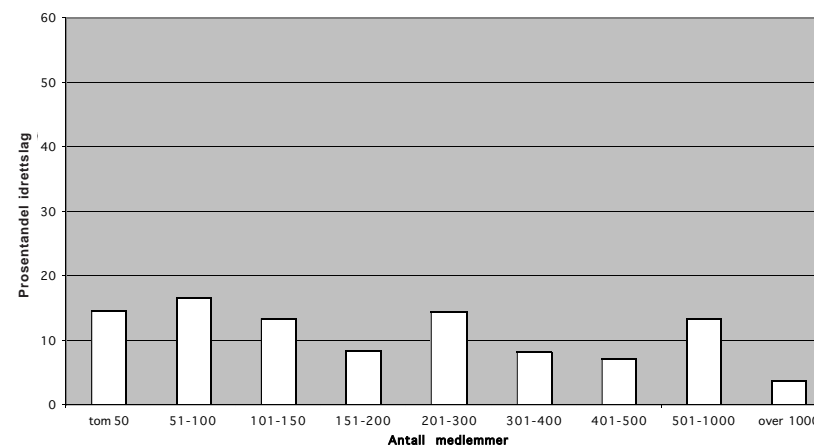
2.3 Særidrettslag vs. fleridrettslag

Et annet interessant spørsmål er hvor mange grupper idrettslagene har, noe som speiler deres tilbud av ulike idrettsaktiviteter. Den mest grunnleggende distinksjonen går her på om laget har én eller flere idretter på programmet; dvs. om lagene er særidrettslag eller fleridrettslag. I følge våre data deler denne distinksjonen norske lag omtrent på midten: *51 prosent av lagene er særidrettslag, mens 49 prosent er fleridrettslag.*

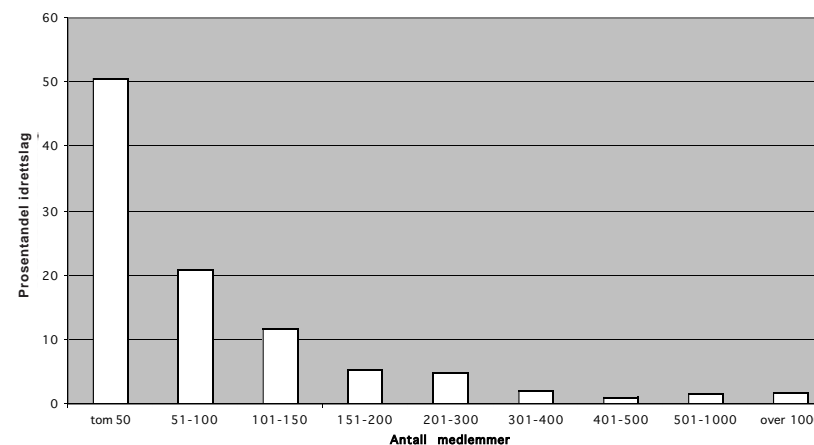
Om vi ser dette i forhold til størrelse, så er det en klar sammenheng: fleridrettslagene er helt klart større enn særidrettslagene, samtidig som man også finner klare størrelsesforskjeller internt i hver av de to hovedgruppene.

De to figurene (2.1 og 2.2) viser for det første at det er flere små særidrettslag enn fleridrettslag. Samtidig er det også viktig å være

Figur 2.1. Antall medlemmer i fleridrettslag



Figur 2.2. Antall medlemmer i særidrettslag



klar over at det er en viss spredning innen hver av de to gruppene; til tross for et overordnet mønster finnes det store særidrettslag og små fleridrettslag.

2.4 Hvor mange idretter?

Hvor mange idretter har ulike lag har på programmet? *Ser man samlet på alle norske idrettslag, har de 2,6 grupper i gjennomsnitt.⁴ Om man ser bort fra sær-idrettslagene som bare har én idrett på programmet, så har fleridrettslagene 4,3 grupper i snitt.*

2.5. Hvilke idretter?

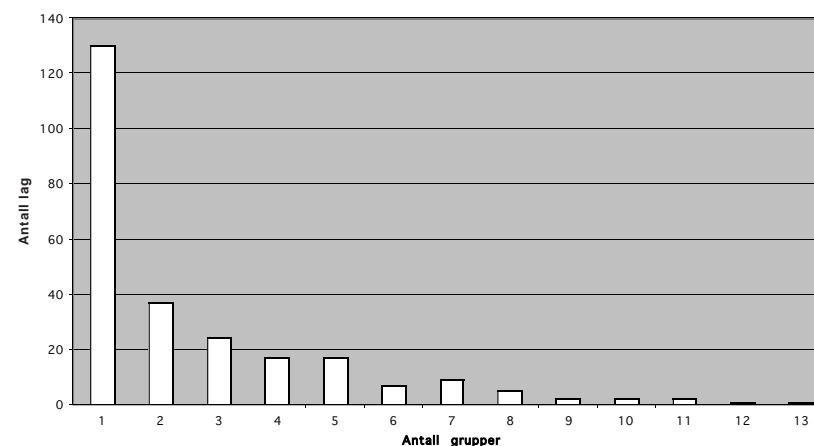
Det finnes flere måter å gruppere idretter på, og vi har her i hovedsak basert oss på en klassifisering som følger NIFs oppdeling i forbund, og deretter i noen tilfeller i enkelte underidretter. I undersøkelsen har vi spurt etter hva slags grupper man har i idrettslaget, og derfor er det kommet med en del grupper som ikke passer helt inn i NIFs klassifikasjonssystem. Det ble gitt over 90 forskjellige svar i undersøkelsen, og en del av disse representerer nye eller litt spesielle idretter som passer inn under «andre» idretter, mens en del lag også har aktiviteter som er mer særegne. I figur 2.4 under har vi presentert alle idretter (grupper) som fem eller flere idrettslag sier de har på programmet.

Figur 2.4. viser ganske tydelig hva som er de dominerende idretter i norske idrettslag.⁵ Den helt klart mest utbredte idrettsgrenen er fotball som man finner i over 90 lag (34 prosent av lagene), og som forekommer omtrent dobbelt så ofte som de to nest mest utbredte «grupperinger»: Ski og «mosjon & trim» (N=47, dvs. 18 prosent). Derneft følger håndball (N=38, dvs. 14 prosent), friidrett (N=30, dvs. 11 prosent), skyting (N=27, dvs. 10 prosent) og «gym & turn» (N=21, dvs. 8 prosent).

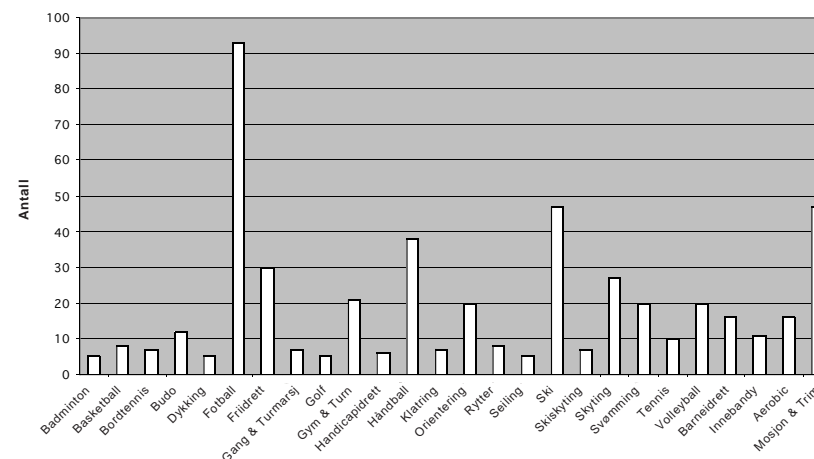
Resultatene viser for det første at *det finnes én helt klar favorittidrettsgren i Norge: fotball*. Derneft er det en rekke idretter som har relativt stor oppslutning, men langt mindre enn fotball. Til slutt er det en lang rekke idretter som har en viss oppslutning og som gjør det relevant å si at man finner et solid mangfold innen norsk idrett.

4. Vi har spurt om grupper, og med det kan det her være snakk om grupper som ikke alltid driver med det man til vanlig assosierer med en idrettsgren. Like fullt, det dreier seg her i all hovedsak om tradisjonelle idrettsgrupper.
5. Igjen kan det være verdt å minne om at dette ikke direkte reflekterer hva medlemmer/individer driver med.

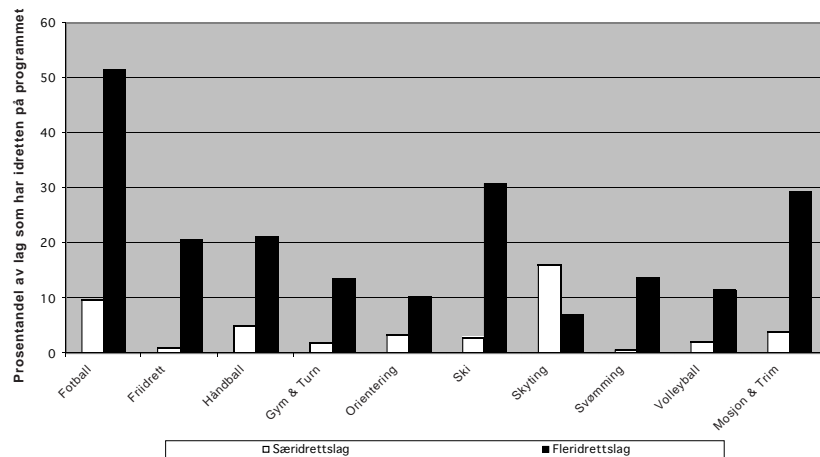
Figur 2.3. Antall grupper i norske idrettslag



Figur 2.4. Oversikt over idretter i norske idrettslag



Figur 2.5. Oversikt over idretter i hhv. sær- og fleridrettslag

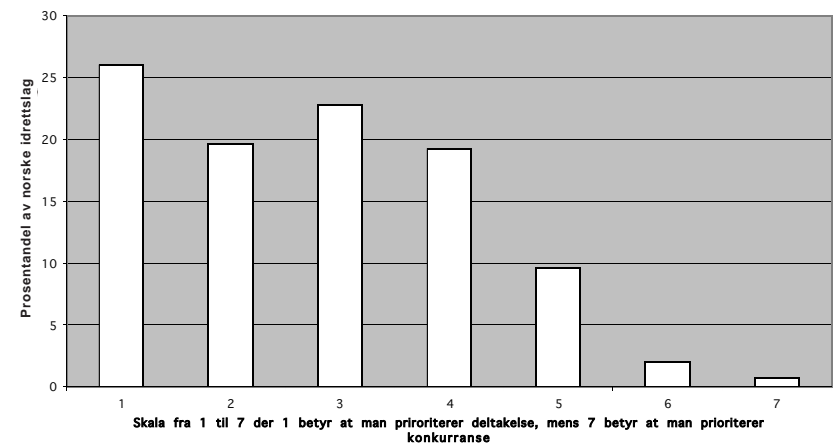


Figur 2.5 viser at om man tar utgangspunkt i enkeltidretter, så er det naturlig nok en større andel av fleridrettslag enn sær-idrettslag som har den enkelte idrettsaktiviteten på programmet. Med ett unntak. *Skyting* viser et motsatt mønster, hvilket vil si at skyting i de aller fleste tilfeller foregår i sær-idrettslag (skytterlag) og at dette derfor er en idrett som er svakt integrert i resten av «idrettsfeltet». Om man ser geografisk på hvor ulike idretter forekommer, finner vi at alle de store idrettene, bortsett fra skyting, er omtrent like utbredt i byene som på landsbygda.

2.6 Konkurranses vs. deltakelse

Et stort stridsspørsmål er forholdet mellom eliteidrett og masseidrett (Loland 1998). Med dette utgangspunktet, har vi forsøkt å skille mellom idrettslag ved hjelp av følgende spørsmål: «Vil du si at konkurranse og gode resultater er det viktigste for ditt idrettslag, eller er det viktigste i ditt idrettslag deltakelse og sosialt samvær?». Lederen av idrettslagene (som er den som har fylt ut spørreskjemaet) har så

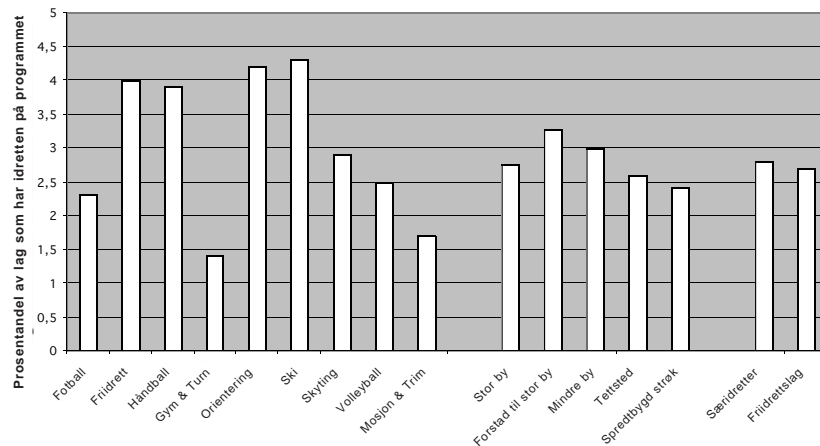
Figur 2.6. Deltakelse vs konkurranse



plassert sitt lag på en skala fra 1 (deltakelse) til 7 (konkurranse), og resultatet ble som følger:

Figur 2.6 gir et helt klart bilde av hvor tyngdepunktet ligger når det gjelder forholdet mellom deltakelse og konkurranse i norsk idrett. Mens under én prosent av utvalget sier at konkurranse er det aller viktigste (dvs. kategori 7), så sier over en fjerdedel av lagene at deltakelse er viktigst. Nesten 70 prosent av lagene plasserer seg på de tre mest deltakelsesorienterte nivåene og om man tar med midtpunktet på skalaen (4), så ligger nesten 90 prosent av lagene i spennet mellom en nøytral posisjon og det å prioritere deltakelse. Selv om det kanskje kan være vanskelig å få aksept for at man bare legger vekt på konkurranse, er det like fullt vanskelig å tolke resultatene på annen måte enn at *deltakelsesaspektet står sterkt i norsk idrett i forhold til den mer rendyrkede konkurransesatsingen*. Ser man på formen på figuren, ser det ut til å finnes to hovedgrupper: en helt til venstre som rendyrker det sosiale, en annen mot midten av figuren som vel må antas å forsøke å kombinere deltakelse og konkurranse.

Figur 2.7. Deltakelse vs. konkurranse for ulike undergrupper



Om man ser på gjennomsnittsverdien for deltakelse versus konkurranse, er den 2,76 i vårt utvalg, mens den varierer i noe i ulike undergrupper. Om man sammenlikner sær- og fleridrettslag, finner man bare en marginal forskjell i favør av sær-idrettslagene (2,8 mot 2,7). Når det gjelder de ulike idrettene (slik de forekommer i sær-idrettslag) finner man imidlertid betydelige forskjeller: Ski, orientering, frilidrett og håndball befinner seg langt over «gym og turn», «mosjon og trim» og fotball. Ser man denne variabelen i forhold til regional tilhørighet, er det også en tendens til at de mer urbane lagene i mindre grad enn de rurale prioriterer deltakelse i forhold til konkurranse. Man skal ta disse tallene med en klype salt da utvalget brutt opp på slike undergrupper er relativt lite, og det kan også være andre variabler som påvirker slike funn.

Alt i alt er det likevel klart at *aktivitetene i norske idrettslag i større grad er rettet mot «deltakelse» enn rendyrket konkurranse*, selv om man altså kan finne forskjeller, først og fremst mellom ulike idretter.

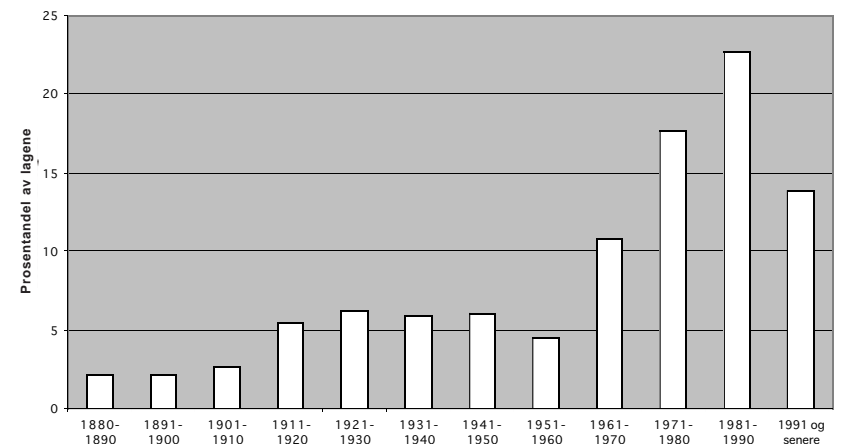
2.7 Klubbens alder og organisatoriske endringer

Også trekk knyttet til organisasjoners historie kan ha betydning for aktiviteten i og rundt lagene. Heinemann og Schubert (1992) har f.eks. vist at det er en sammenheng mellom en klubbs alder og innsatsen som gjøres av frivillige (se kapittel 4): jo yngre klubben er, jo enklere er det å få folk til å gjøre en innsats som frivillige. Det kan derfor være interessant å se på de norske idrettsklubbenes alder.

Figur 2.8 viser at man har en god del klubber med en lang historie, samtidig som de fleste klubbene, over halvparten, er dannet etter 1970. 1980-årene er det tiåret der flest av de nåværende klubbene er stiftet (23 prosent), fulgt av 1970-årene (18 prosent) og 1990-årene (14 prosent). *Det gjennomsnittlige idrettslag er 37 år gammelt.*

Om man ser på gjennomsnittlig alder på idrettslagene i forhold til en del av de dimensjonene som har vært trukket fram over, så finner vi at fleridrettslagene (48,2 år) er eldre enn sær-idrettslagene (28,2 år) og at de urbane lagene er yngre enn de mer rurale: «Stor by» (31,4), «Mindre by» (37,3) og «Spredtbygd» (41,6).

Figur 2.8. Stiftelsesdato for norske idrettslag



Idrettslagenes størrelse (i antall medlemmer) stiger med idrettslagets alder, de største idrettslagene er altså i hovedsak de eldste. Det viser seg at 90 prosent av idrettslagene som er 50 år eller yngre har mindre enn 50 medlemmer (dette utgjør 30,9 prosent av idrettslagene) mens 12,9 prosent av lagene som er 50 år eller yngre har mellom 400 og 500 medlemmer (0,4 prosent av idrettslagene). De eldste idrettslagene er også, relativt sett, de mest konkurranseorienterte. 70,4 prosent av idrettslagene som scoret tre eller lavere på deltakelse/konkurranseskalaen (dvs. de mest deltakelsesorienterte) er yngre enn 51 år (47,8 prosent av idrettslagene) mens 40,1 prosent av idrettslagene som scorer fire eller høyere er eldre en 51 prosent (10,2 prosent).

2.8 Organisatorisk utvikling

Noen av de spørsmålene som har vært debattert er om utviklingstrekk som kommersialisering og profesjonalisering påvirker de tradisjonelle frivillige idrettslagenes organisasjonsform. I en noe annen kontekst har Thiebault et.al (1991) vist hvordan en tiltakende *profesjonalisering* fører til spesialisering og sentralisering i den frivillig organiserte idretten. Mot en slik bakgrunn kan man spørre om ikke en del av de utviklingstrekkene man mener å kunne observere også i norsk idrett vil gjøre at klubber spesialiseres, dvs. at bredden på tilbudet reduseres; at nye idrettslag vil være sær-idrettslag i større grad enn fleridrettslag, at fleridrettslag blir til sær-idrettslag, eller at man i fleridrettslag får færre grupper. Samtidig kan man også tenke seg at det kommer til nye idrettsgrener som gjør at man får en motsatt prosess: det føyes til nye grupper og sær-idrettslag blir fleridrettslag eller fleridrettslag øker antall idrettsgrener på programmet. Vi har spurt om hvordan klubbene har utviklet seg mht til antall grupper siden stiftelse, og resultatene vises i tabell 2.2.

Tabell 2.2 viser at i nær to tredjedeler av norske idrettslag har det ikke skjedd organisatoriske endringer siden laget ble stiftet. Vel 15 prosent av lagene har ekspandert; enten ved å gå fra å være et sær-idrettslag til å bli et fleridrettslag (3,3 prosent) eller ved å bli et fleridrettslag med flere grupper nå enn tidligere (12,0 prosent). Noen

Tabell 2.2. Har det i idrettslagets historie skjedd endringer i hvilke idretter/aktiviteter laget organiserer? (N=269). Prosent

Det har ikke skjedd viktige organisatoriske endringer siden idrettslaget ble stiftet	63,2
Idrettslaget har gått fra å være et fleridrettslag til å bli et sær-idrettslag	6,9
Idrettslaget har gått fra å være et sær-idrettslag til å bli et fleridrettslag	3,3
Idrettslaget har vært et fleridrettslag hele tiden, men med færre grupper nå enn tidligere	9,9
Idrettslaget har vært et fleridrettslag hele tiden, men med flere grupper nå enn tidligere	12,0
Annet	4,6

flere lag (16,8 prosent) har spesialisert seg: 6,9 prosent av lagene har gått fra å være fleridretts- til å bli sær-idrettslag, mens 9,9 prosent av fleridrettslagene har færre grupper nå enn tidligere.

Det er ut fra våre data ikke grunnlag for å si at det er en tendens til spesialisering i norsk idrett; det er omlag like mange lag som utvider som innskrenker programmet. Når det gjelder sammenhengen mellom kommersialisering og profesjonalisering og utvikling av idrettslagene, så er det en svak sammenheng mellom begge disse variablene og spesialisering. Om man sammenlikner de lagene som har spesialisert seg med de som har utvidet tilbudet, så har de som har spesialisert seg en høyere inntekt pr. medlem enn de klubbene som har gått i motsatt retning. I de klubbene som har fått et større tilbud er det slik at en større del av arbeidet gjøres av frivillige (mindre profesjonalisering) enn i de klubbene som har spesialisert seg. Resultatene må her tas med forbehold; noe kan skyldes at det blir få lag i hver av svar-kategoriene, og det kan være andre forhold som påvirker svarene

2.9 Lokal tilknytning

Et siste tema i dette kapitlet er idrettslagene geografiske eller lokale tilknytning. Det er et tema som er aktuelt blant annet i forhold til spørsmålet om tilgang til anlegg (se St.meld. 14, 1999–2000).

Tabell 2.3. Hvordan vil du beskrive det stedet der ditt idrettslag holder til? (N=281). Prosent

	Andel av lagene	Andel av medlemmene
Stor by	13,4	11,7
Forstad til, eller utkant av en stor by	11,0	14,3
Mindre by	23,7	18,4
Tettsted	25,4	31,7
Spredtbygde strøk	26,5	24,0
Totalt	100,0	100,1

Tabell 2.3 viser at idrettslagenes tilknytning kan sees i forhold til fire ulike områder, hver med om lag en fjerdedel av lagene; spredtbygde strøk, tettsteder, mindre byer og storby/forstad til storby. En større andel av medlemmene holder til på tettsteder; noe færre i de mer urbane områdene. Det er ingen systematiske eller signifikante forskjeller mellom by og land mht. til størrelse.

Mens man kan anta at idrettslag i mer spredtbygde strøk jevnt over har en relativt nær og tett tilknytning til sitt nærrområde, er det ikke like selvsagt at lag fra større steder har en slik lokal tilknytning. En jiu-jitsu klubb i Oslo som rekrutterer medlemmer fra hele byen har en annen forankring enn lag som driver med en «vanlig» idrett og utelukkende rekrutterer medlemmer fra en bydel. For å kunne skille lagene ut fra deres rekrutteringsbase, har vi spurt om hva slags område de rekrutterer sine medlemmer fra, og resultatene finnes i tabell 2.4.

Tabell 2.4 viser for det første at nesten 18 prosent av norske idrettslag rekrutterer medlemmer fra en «bydel», og kan dermed tenkes å ha en form for sosial integrerende funksjon på et større sted. For det andre er interessant å se at særiddrettslag i større grad en fleriddrettslag rekrutterer medlemmer fra hele byen eller tettstedet det holder til i. Dette kan kanskje forstås som at lag med en idrett på programmet (særiddrettslag) har et større oppland enn fleriddrettslag, og med det i mindre grad er i stand til å fungere som en sosial integre-

Tabell 2.4. Dersom ditt idrettslag holder til i en by eller et tettsted, rekrutterer dere da medlemmer fra hele byen/tettstedet eller først og fremst bare fra en del (f.eks. en bydel) av området? (N=258). Prosent

	Alle lag	Særiddrettslag	Fleriddrettslag
Idrettslaget holder til på et så lite sted at dette ikke er et aktuelt spørsmål	29,1	23,0	39,2
Idrettslaget rekrutterer i hovedsak medlemmer fra hele byen/tettstedet	52,6	63,7	42,3
Idrettslaget rekrutterer i hovedsak bare medlemmer fra en del av byen/tettstedet	17,7	12,7	17,8
Annet	0,6	0,6	0,7
Totalt			

rende kraft. Enn så lenge er dette imidlertid enn heller spekulativ antakelse.

I dette kapitlet har vi presentert en del strukturelle trekk ved norske idrettslag. En del av disse forholdene vil vi bruke igjen i de videre analysene. Det vil også være mulig å utdype en del av de fortolkningene som gjøres av disse data når vi har data om medlemmene i de samme klubbene.

3.1 Innledning

Et viktig tema i tilknytning til idrettslagenes økonomi er spørsmålet om kommersialisering. Idrettens kommersialisering er først og fremst knyttet til toppidretten og veksten i fortjenestebaserte treningstilbud. Innen toppidretten er det lagidretter som fotball, håndball og ishockey, men også enkelte individuelle idretter (friidrett og ski) som er mest kommersialiserte. Når det gjelder breddeidretten, har det i løpet av de siste ti år vokst frem kommersielle trenings- og helsestudioer. Spørsmålet er om det bare er toppidretten og treningsstudioer som omfattes av kommersialisering, eller om denne utviklingen også kjennetegner de frivillig organiserte idrettslagene.

Når mange i dag er bekymret for kommersialiseringen av idretten, er det frykten for sosial forvitring som står i fokus. Idrett gjennom frivillige idrettslag har en viktig sosial funksjon. Historisk har idretten blitt tilskrevet en lang rekke funksjoner som spenner fra forsvarssak via helse og hygiene til politisk klassekamp. I dag synes det som om idrettens sosiale funksjon best oppsummeres i begrepet *sosial integrasjon*. For det første viser begrepet til at det utvikles sosiale relasjoner preget av forpliktelse, gjensidighet og solidaritet i frivillige organisasjoner, former som står i motsats til den typiske markedsrelasjon som er basert på et uforpliktende bytteforhold. Mer konkret innebærer dette at aktivitet i idrettslag utvikler sosiale bånd som er av en annen karakter enn dem man finner i på mange treningssentre og at disse viser ut over deltakelsen i idrettslaget; de er en kime til vennskap, tilhørighet i naboskap eller lokalsamfunn.

For det andre kan en anta at man gjennom deltakelse i organisert idrett skaper verdier og holdninger som svarer til slike positive sosia-

le relasjoner som samhold og kameratskap. Dette kan innvirke på hvordan man forholder seg i andre sosiale situasjoner; man kan utvikle former for rettferdighetssans og tillit.

For det tredje kan man få et helt annet forhold til den organisasjonen som driver aktiviteten man deltar i, og i tillegg til at deltakelse i denne aktiviteten bidrar til å skape sosiale relasjoner, verdier og holdninger, så den kan også antas å ha en læringsfunksjon som både har en verdi for driften av idrettslaget og for andre samfunnsarenaer. Slik aktivitet er en forutsetning for et velfungerende demokrati og kan være en nyttig ressurs i arbeidslivet.

Dersom idrettslag bidrar til å skape sosial integrasjon og demokrati, kan det tenkes at kommersiell utvikling og framvekst av markedsbaserte transaksjoner vil svekke disse funksjonene. Men sikkert er det ikke. For det går også at å tenke seg at frivillig innsats og markedsbaserte transaksjoner utfyller hverandre, slik at ubetalt arbeid inngår i produksjonen av markedsgoder. For å få svar på dette, er det viktig å undersøke hvordan de to størrelsene fungerer sammen.

Vi skal her se på fire sider ved idrettslagenes økonomi, som også kan gi et innblikk i spørsmål om kommersialisering. I del 1 gir vi først en oversikt over idrettslagenes økonomi. Deretter viser vi forskjeller mellom fleridrettslag og særvidrettslag. Den tredje delen fokuserer spesielt på en type ressurs, nemlig *sponsorer*. Til slutt undersøker vi i hvilken grad idrettslagene er kommersialisert og hvilke faktorer som eventuelt forklarer dette.

3.2 Idrettslagenes økonomi

Det finns flere grunner for å undersøke idrettslagenes økonomi. For det første er det viktig å kunne synliggjøre *omfanget* av inntekter og utgifter. For det andre er idrettslagenes økonomiske struktur en god indikator på mer generelle prosesser som kjennetegner idrettslagenes utvikling. Den relative størrelsen av typer ressurser peker på samfunnsrelevante og mer normative problemstillinger. For eksempel, kan en stor andel av offentlige ressurser i lagenes økonomi tolkes som en form for manglende autonomi, mens en stor andel av kommersielle ressurser kan antyde at den sosiale rollen til lagene blir svekket.

Hvordan ser lagenes økonomi ut? Hva er deres viktigste inntekts- og utgiftsposter? I hvilken grad er de kommersialiserte? Vi stilte noen spørsmål om inntektskilder og utgiftstyper. I tillegg ble idrettslagene bedt om å legge regnskapet ved spørreskjemaet.⁶ Vi skal se nærmere på idrettslagenes fordeling etter totalinntekt, inntektskilder, utgifter og resultat (under- og overskudd). Men først vil vi redegjøre for en typologi av frivillige organisasjoner som organiserer dem etter inntektskilder.

Frivillige organisasjoner forholder seg til markedet, til offentlige institusjoner og til egne frivillige bidrag. De er involvert i transaksjoner der de søker å oppnå ulike formål. I praksis kan derfor termen «frivillig organisasjon» dekke en variert empirisk virkelighet. For å få grep om dette mangfoldet kan det være nyttig å skille frivillige organisasjoner etter de fundamentale økonomiske *transaksjonstypene* de inngår i.

3.2.1 En typologi basert på økonomiske transaksjoner

I utgangspunktet kan vi skille mellom tre typer transaksjoner (Polanyi, 1957a; Polanyi 1957b; Zelizer, 1998). Først *kommersielle transaksjoner* der penger utgjør byttemidlet for et gode, en vare eller tjeneste. Dernest det vi kaller *berettigelsestransaksjoner*, hvor penger, varer eller tjenester fordeles etter en forhåndsdefinert rettighet. Tilslutt *gjensidige transaksjoner* der penger, goder eller tjenester fordeles ut fra en norm om å gjengjelde det som har blitt gitt (Gouldner 1960; Fehr og Gächter, 1998). Dette kan sammenfattes slik:

Der hvor penger, varer eller tjenester inngår i en transaksjon mellom to individer, vil transaksjonen bli klassifisert ut fra det prinsipp som dominerer utvekslingen. Disse transaksjonsprinsippene kan betraktes som *koordineringsmekanismer* (Enjolras, 1999). I *markeds-transaksjoner* blir verdien fastsatt ved prisforhandlinger (Polanyi et al, 1957). Her blir prisen bestemt på grunnlag av samspillet mellom tilbud og etterspørsel. I *gjensidige transaksjoner* er verdiene som utveksles resultat av gjensidige forpliktelser. Transaksjoner som fore-

6. 215 av 281 lag har rapportert både inntekter og utgifter og analysene av lagenes økonomi er foretatt med utgangspunkt i disse 215 lag.

Tabell 3.1. Type transaksjon

Transaksjon	Berettigelse	Gjensidig	Kommersiell
Prinsipp	Rettighet	Gjensidighet	Kompensasjon
Institusjon / arena	Stat	Sivilt samfunn /familie	Marked
Eksempel	Sosial trygd	Frivillig arbeid	Kjøp av gode/vare

går innen familie eller personlige nettverk involverer personlige bånd. De koordineres etter sosiale og moralske forpliktelser (normer). Andre typer transaksjoner som gaver og frivillig arbeid styres av generelle gjensidighetsnormer (Gouldner 1960). Normative forpliktelser om å gjengjelde gode gjerninger eller være takknemlig overfor den som yter disse, er en viktig koordinasjonsmekanisme i personlige transaksjoner som involverer tillit, og i ikke-personlige transaksjoner som gaver og frivillig arbeid. På samme måte kan transaksjoner hvor verdiene som utveksles bestemmes av offentlige lover og regler kalles *berettigelsestransaksjoner*.

Vi antar her at til hver transaksjonstype svarer en *ressurstype* for frivillige organisasjoner. Offentlige tilskudd kan oppfattes som resultat av berettigelsestransaksjoner, donasjoner og frivillig arbeid kan sees som uttrykk for gjensidige transaksjoner, mens salgsinntekt fortolkes som uttrykk for kommersielle transaksjoner.

En ideelt sett autonom frivillig organisasjon kjennetegnes av at dens ressurser utelukkende kommer fra donasjoner og frivillig arbeid, dvs. utelukkende fra gjensidige transaksjoner. I tillegg til den «rene» frivillige organisasjonstypen gir typologien grunnlag for å skille mellom tre idealtypiske frivillige organisasjoner:

- *Kommersielle* organisasjoner med en overvekt av markedsrelaterte ressurser.
- Organisasjoner finansiert av *tredjepart*, vanligvis offentlige myndigheter.
- *Organisasjonshybrider* med omtrent like stor andel av ressursene fra markedet, frivillig innsats og offentlige tilskudd.

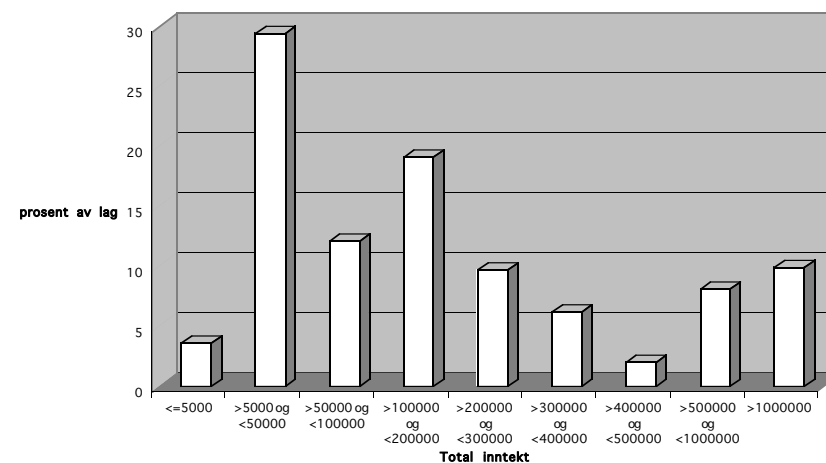
Ved å analysere inntektsstrukturen for våre idrettslag er det mulig å plassere dem i denne typologien. Nedenfor vil vi bruke typologien til å undersøke hvor idrettslagene plasserer seg, dvs. hva slags transaksjoner som preger dem. For det andre vil vi benytte typologien i en nærmere analyse av *kommersialisering* i lagene.

3.2.2 Idrettslagenes totale inntekter

Gjennomsnittsinntekten for alle frivillige idrettslag var i 1999 451 261 kr. Totalinntekten for de 6939 frivillige idrettslagene er her beregnet⁷ til 3,1 milliarder kr. Figur 3.1. viser den prosentvise fordelingen av idrettslag i forhold til totalt inntekt.

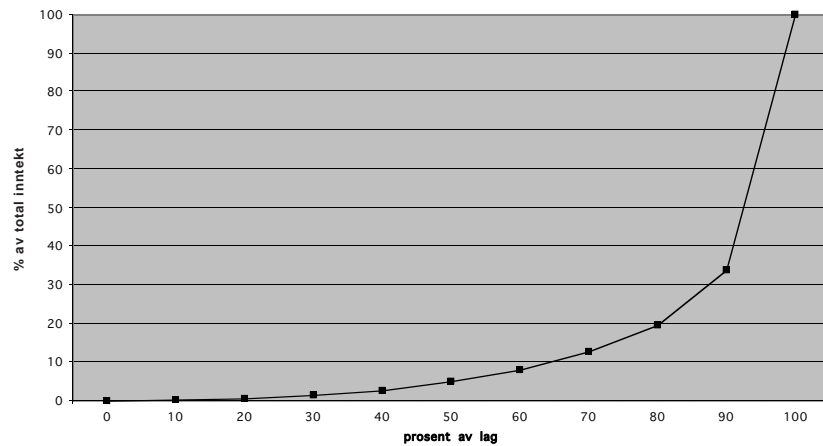
Fordelingen av idrettslagene etter inntektstørrelse viser at de fles-

Figur 3.1. Fordeling av idrettslag etter total inntekt



7. Totalinntekten for de 215 organisasjonene som har rapportert inntektene sine i våre data (3% av populasjonen av lag) er ca NOK 97 000 000. Vi beregner totalinntekten innenfor befolkningen ved å multiplisere dette beløpet med 6939/215= 32,27.

Figur 3.2. Lorentz kurve fordeling av klubber etter totalinntekt



te lagene har relativt lav omsetning. 64,2 prosent har inntekt lavere enn 200 000 kr., 45,1 prosent lavere enn 100 000 kr. og ca 72 prosent lavere enn gjennomsnittsinntekten på 451 261 kr. Dette funnet er ikke overraskende dersom en ser fordelingen av idrettslag i forhold til antall medlemmer. Idrettslagene er små og deres omsetning står i forhold til størrelsen. Samtidig er fordelingen av inntekt i idrettslagene preget av ekstrem *konsentrasjon* d.v.s. at få lag står for mesteparten av totalomsetningen.

Lorentz-kurven viser ulikheten i fordelingen eller konsentrasjonen av inntekt. Mens de første ti prosentene av lagene utgjør 0,2 prosent av totalinntekten, utgjør det siste fraktilet 66,3 prosent av totalinntekten. Innenfor den totale populasjon av idrettslag står altså de 693 minste lagene (etter inntekt) for 0,2 prosent av totalinntekten, mens de 693 største lagene står for 66,3 prosent av totalinntekten. Dette betyr at inntektene er svært ujevnt fordelt. Hvis inntektene var like fordelt, ville 10 prosent av lagene få 10 prosent av inntektene. Her får 10 prosent av lagene to tredjedeler av inntektene, mens resten, dvs. 90 prosent, får en tredjedel.

3.2.3 Inntektstruktur

Med inntektstruktur mener vi lagenes sammensetning av ulike inntektskilder. Vi skiller mellom fem typer kilder:

- *kommersielle*, det vil si inntekter fra konkurranser, utleie av anlegg, innteksbringende tiltak og sponsorer⁸
- *medlemskontingenter*
- *offentlig tilskudd*
- *overføringer fra idretten selv*
- *samt en samlekategori*⁹

I denne inndelingen er det de *innteksbringende tiltakene* i den kommersielle kategorien som det byr på størst problemer å avgrense. Her plasserer vi markedsbaserte transaksjoner og innsamlingsaktiviteter som lotterier og loppemarkeder. Tatt i betraktning hvor viktige disse aktivitetene er, vil plasseringen av disse inntektene som kommersielle eller frivillige være avgjørende for fastleggningen av kommersialiseringsnivået for det enkelte lag.

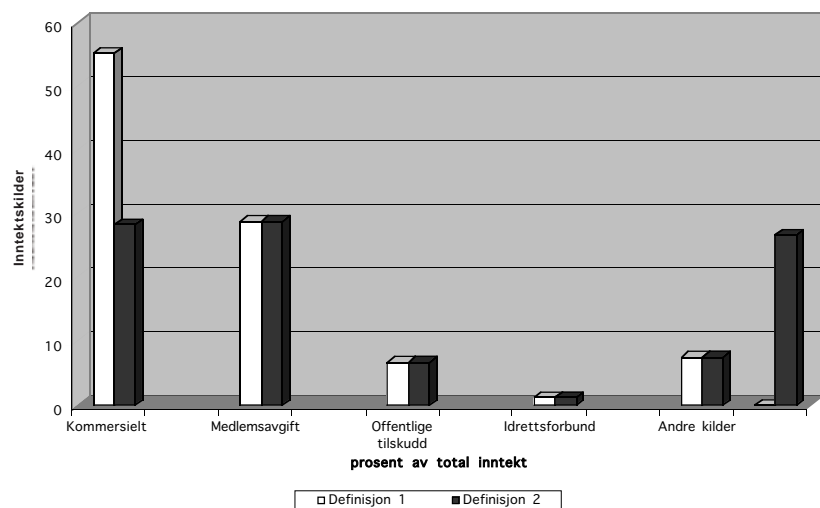
For å håndtere dette problemet, bruker vi to definisjoner på kommersialisering. I *definisjon 1* inngår inntekter fra konkurranser, utleie av anlegg, innteksbringende tiltak og sponsorer. I *definisjon 2* er *ikke* innteksbringende tiltak regnet som kommersielle inntekter. Spørsmålet vi stiller her, er i i hvilken grad bruken av de to definisjonene endrer graden av kommersialisering i lagene.

Legger vi definisjon 1 til grunn, utgjør kommersielle inntektskilder i gjennomsnitt 55,3 prosent av idrettslagenes totalinntekt (Figur 3.3.). Medlemsavgifter utgjør 28,9 prosent, offentlige tilskudd 6,8 prosent og overføringer fra idrettsforbund 1,2 prosent. Her kan vi konkludere med at *kommersielle inntektskilder utgjør den viktigste inntektskilden for frivillige idrettsorganisasjoner*. Legger vi definisjon 2 til grunn, blir andelen av gjennomsnittlig kommersiell inntekt redusert fra 55,3 til 28,4 prosent.

8. Her bruker vi en svært vid definisjon av sponsorinntekt, dvs. økonomisk støtte fra forretningsverdenen uavhengig av kontraktstype.

9. Vi bruker kategoriene som er i brukt i NIFs årsrapport.

Figur 3.3. Gjennomsnittlig inntektstruktur definisjon 1 og 2

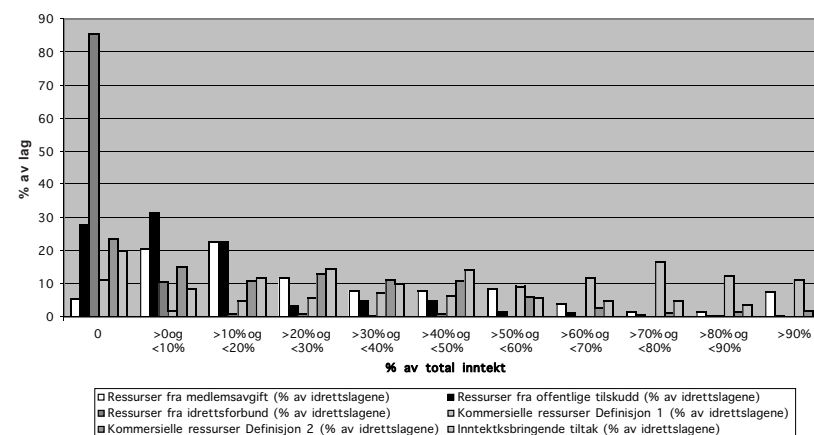


Hvor representativ er denne gjennomsnittlige ressursstrukturen for norsk idrettslag? Gir den et godt bilde av idrettslagenes økonomi? Et svar på dette får en ved å måle hvor mange lag som har en gitt prosentandel av totalinntekten fra hver enkelt ressurstype. Figur 3.4. viser for de fire ressurstypene (kommersiell, medlemsavgifter, offentlige tilskudd, tilskudd fra idretten selv) hvor stor andel av lagene som får en gitt prosentandel av ressursene. Ut fra definisjon 1 får 61,5 prosent av idrettslagene mer enn 50 prosent av sine totale inntektene fra kommersielle kilder. Det betyr at den gjennomsnittlige andelen kommersielle ressurser ikke er representativ, siden 61,5 prosent av lagene har en større andel av kommersielle ressurser.

Når man bruker definisjon 2, endres denne fordelingen. Da får 63,2 prosent av idrettslagene mindre enn 30 prosent av sine totale inntekter fra kommersielle kilder. Med andre ord har 63,2 prosent av lagene en andel av kommersielle ressurser som er mindre enn den gjennomsnittlige andelen.

Idrettslagenes kommersialiseringsnivå påvirkes altså av hvilken

Figur 3.4. Fordeling av idrettslag etter ressurstype i prosentandel av total inntekt



definisjon som legges til grunn. Hvis man bruker definisjon 1 ser det ut til at de fleste klubbene har kommersielle ressurser som sin viktigste inntektskilde. Hvis man bruker definisjon 2 ser vi at for 85,7 prosent av idrettslagene utgjør kommersielle ressurser mindre enn 50 prosent av inntektene. Ettersom fordelingen er konsentrert rundt 20 og 50 prosent av ressursene både for kommersiell inntekt (definisjon 2) og inntektsbringende tiltak, kan vi forene funnene ved å si at *de fleste idrettslag selv sørger for størstedelen av inntektene sine*.

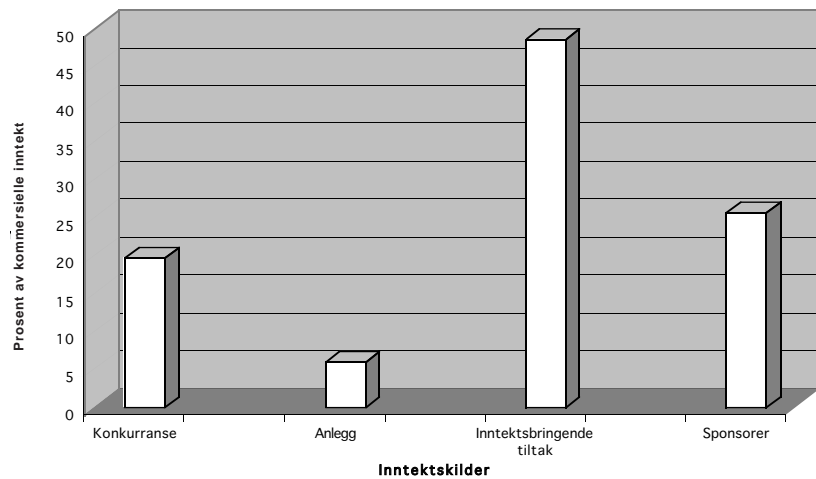
Hva betyr de andre inntektskildene for lagene? Det viser seg at offentlige tilskudd utgjør mindre enn 20 prosent av de totale ressursene for 82,3 prosent av idrettslagene. Det betyr altså at stat og kommuner for de fleste ikke er noen viktig bidragsyter.

Det viser seg også at 85,4 prosent av lagene ikke får overføringer fra NIF. Dette betyr at støtte fra NIF fordeles svært ujevnt til klubbene. I tillegg kan vi slå fast at medlemsavgifter utgjør mindre enn 30 prosent av ressursene for 60,5 prosent av idrettslagene.

Kommersielle ressurser

Blant kommersielle ressurser er den viktigste inntektskilden inntekts-

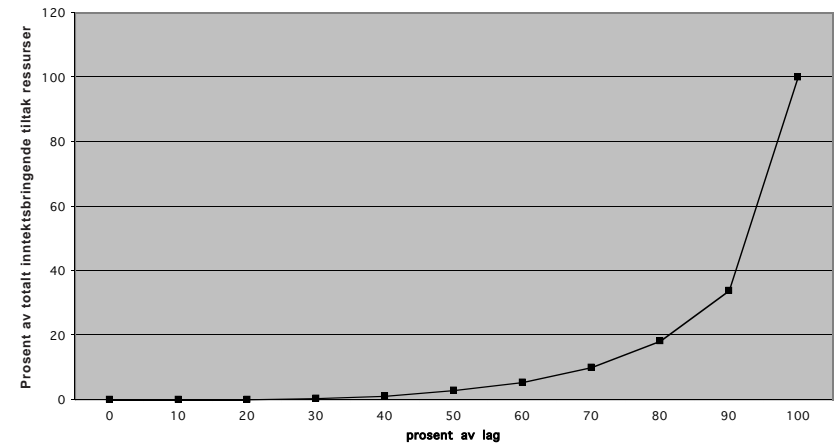
Figur 3.5. Gjennomsnittlige kommersielle inntekter etter kilde



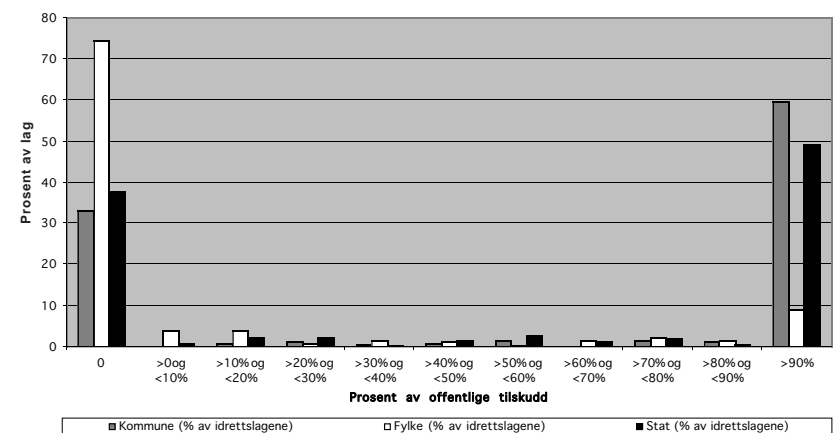
Tabell 3.2. Fordeling av idrettslag etter type kommersielle ressurser i prosent av kommersielt inntekt

Ressurser i % av kommersielt inntekt	Konkurransen (prosent lag)	Anlegg (prosent lag)	Inntektsbringende tiltak (prosent lag)	Sponsorer (prosent lag)
0	42,9	70,2	20,0	50,2
>0 og <10%	13,3	16,0	3,7	14,3
>10% og <20%	10,0	4,4	0,4	11,4
>20% og <30%	8,0	2,4	8,6	8,0
>30% og <40%	6,8	1,3	8,3	4,3
>40% og <50%	4,6	1,0	7,4	4,5
>50% og <60%	4,6	1,1	10,6	3,5
>60% og <70%	2,2	0,6	8,3	0,5
>70% og <80%	1,7	0,4	5,4	2,2
>80% og <90%	1,0	0,9	5,6	0,7
>90%	5,1	1,8	21,8	0,4
Totalt	100	100	100	100
N	215	215	215	215

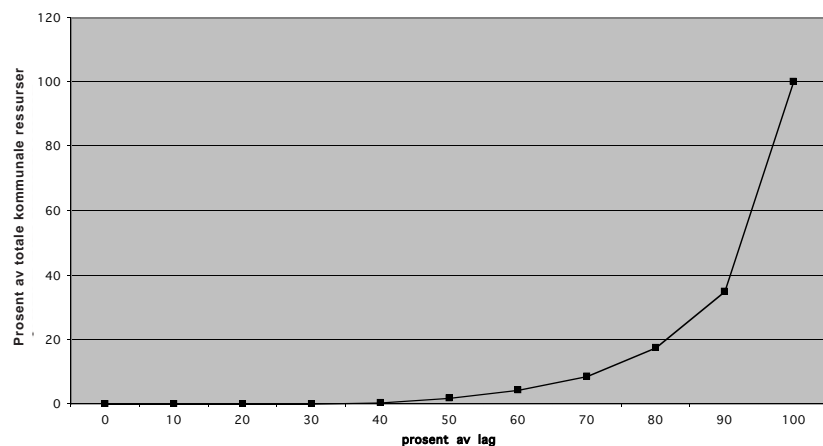
Figur 3.6. Lorentzkurve, fordeling av ressurser fra inntektsbringende tiltak



Figur 3.7. Fordeling av idrettslag etter type offentlige tilskudd i prosent av inntekt fra offentlige tilskudd



Figur 3.8. Lorentzkurve, fordeling av kommunale inntekt



bringende tiltak. I gjennomsnitt utgjør ressursene fra inntektsbringende tiltak 48,5 prosent av de kommersielle inntektene, mens ressurser fra konkurranser utgjør 19,7 prosent, fra sponsorer 25,7 prosent og fra anlegg 5,9 prosent. Dette framgår av figur 3.5.

Samtidig er fordelingen av inntektsbringende tiltak ressurser mellom idrettslagene preget av konsentrasjon. *Få lag står for mesteparten av de totale ressursene.* Mens de første ti prosentene av lagene ikke har noen inntekter fra inntektsbringende tiltak, får det siste fraktilet 66,2 prosent av disse inntektene. Med andre ord, fordelingen av inntektsbringende tiltak gjenspeiler fordelingen av totale inntekter og viser de økonomiske ulikhetene mellom lagene.

Offentlige ressurser

I de fleste industrialiserte land er offentlige tilskudd en viktig inntektskilde for frivillige organisasjoner (Salamon og Anheier 1994). Det som kjennetegner de norske idrettslagene er at *offentlige tilskudd utgjør mindre enn 10 prosent av lagenes totale inntekter.* Kommunene viser seg å være den viktigste offentlige finansielle aktøren for dem. I gjennomsnitt utgjør tilskudd fra kommunene 80,7 pro-

sent av offentlige inntekter, tilskudd fra fylkene utgjør 2,4 prosent og statlige ressurser 7,9 prosent.

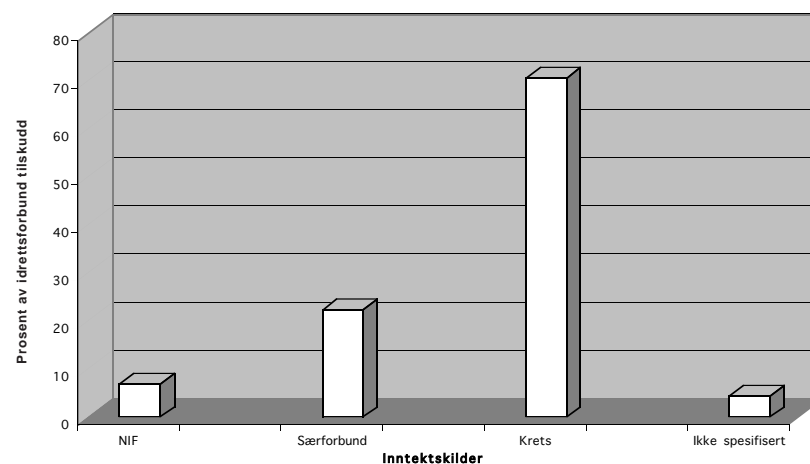
For de fleste idrettslag er kommunale tilskudd den viktigste offentlige ressurskilden. For ca 60 prosent av idrettslagene utgjør kommunale tilskudd mer enn 90 prosent av de offentlige inntektene. Kommunale tilskudd utgjør i gjennomsnitt 80,7 prosent av inntektene fra offentlige kilder.

Fordelingen av kommunale ressurser mellom lagene er også preget av konsentrasjon; få lag står for mesteparten av de totale ressursene. Mens 90 prosent av lagene får 35 prosent av de totale kommunale ressursene, får resten, dvs. 10 prosent 65 prosent. Den økonomiske ulikheten som kjennetegner fordelingen av totale inntektene mellom lagene, preger også offentlige ressurser. Offentlige tilskudd bidrar ikke til å redusere denne ulikheten.

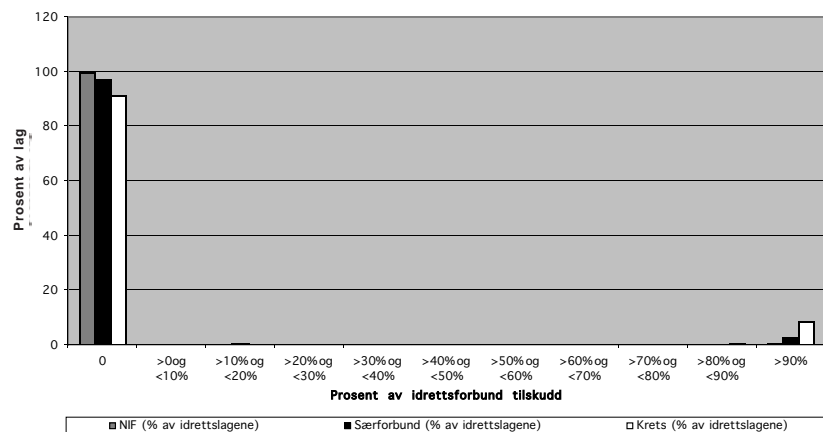
Overføringer fra Norges Idrettsforbund

NIF er en viktig kanal for finansiering av norsk idrett. I følge St. meld. Nr.14 (1999–2000) var statlige tilskudd til NIF på 258 mill.

Figur 3.9. Gjennomsnittlig inntekt fra idretten selv



Figur 3.10. Fordeling av idrettslag etter type overføring i prosent av totale idrettsoverføringer



kroner i 1999. 77 prosent av midlene ble disponert av det sentrale apparat i NIF, Idrettens Studieforbund (ISF) og Særforbund (SF). Videre ble 18 prosent forvaltet av det regionale apparat; idrettskretser, særkretser og Idrettens Studieforbund på regionalt nivå.

I hvilken grad fordeles NIF's midler direkte til idrettslagene? Svaret er at i gjennomsnitt fordeles 6,8 prosent av midlene fra NIF direkte fra sentraltleddet mens 70,6 prosent fordeles av kretsene og 22,4 prosent av særforbundene.

Det viser seg at fordelingen fra NIF karakteriseres av en sterk konsentrasjon om noen få idrettslag. 99,5 prosent av lagene mottar ikke støtte fra NIF, 96,9 prosent av idrettslagene mottar ikke støtte fra særforbundene og 91 prosent av idrettslagene mottar ikke ressurser fra kretsene. Dessuten ser det ut til at de få idrettslagene som mottar støtte gjennom idrettsforbundskanaler får den gjennom en enkelt kilde, som NIF sentralt, kretsen eller særforbundet. Dette tyder på en form for spesialisering av lagene etter idrettsorganisasjonens finanseringskanaler.

3.2.4 Utgifter

Hva bruker lagenes sine inntekter til? Hvor stor andel utgjør de ikke-aktivitetsrelaterte utgiftene? Svarene på disse spørsmålene vil gi et mer informert blikk på lagenes aktiviteter, pengeforbruk og effektivitet.

Idrettslagenes gjennomsnittlige totalutgifter er 391 425 kr. Utgiftene er her gruppert i fem kategorier, og oversikten nedenfor viser prosentandel av totale utgifter til hvert enkelt formål, samt andel av lagene som bruker 10 prosent eller mindre til det samme formålet:

Tabell 3.3. oppsummerer de viktigste opplysningene presentert i figurene 3.11 og 3.12.

I gjennomsnitt bruker lagene en relativ lav andel av resursene sine til administrative formål, og mesteparten av utgiftene går til aktiviteter.

Aktivitetsrelaterte utgifter utgjør i gjennomsnitt 28,2 prosent av totalutgiftene, 41,3 prosent av idrettslagene bruker mer enn 40 prosent av totalutgiftene på aktivitetsrelaterte utgifter. Aktivitetsrelaterte utgifter utgjør det viktigste utgifter formålet for mest parten av idrettslagene.

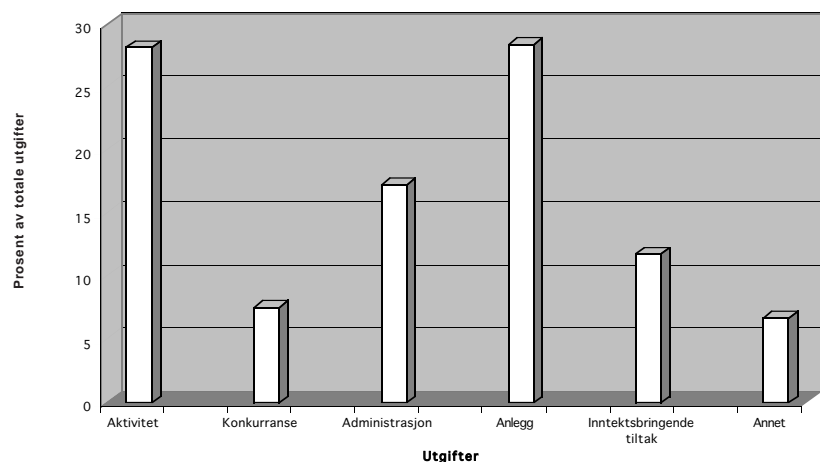
Administrasjonsrelaterte utgifter utgjør mindre enn 10 prosent av totalutgiftene for 60,3 prosent av idrettslagene.

Idrettslagenes gjennomsnittsoverskudd var i 1999 på 25 289 kr. 50,3 prosent av lagene gikk i 1999 med overskudd, mens 3 prosent hadde balansert budsjett og 46,7 prosent gikk med underskudd (Figur 3.13).

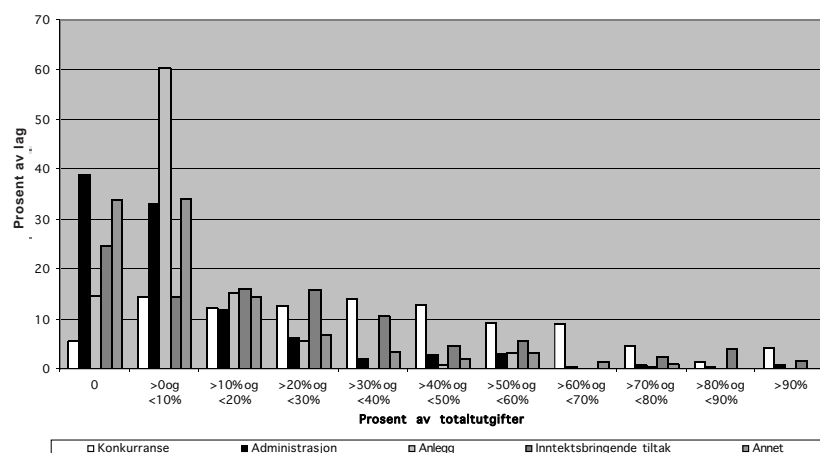
Tabell 3.3. Utgifter etter type i prosent av total utgifter

	Andel av totale utgifter prosent	Prosentandel som bruker 10 prosent eller mindre
Utgifter knyttet til idrettsaktiviteter	28,2	20
Konkurranser	7,6	72
Administrasjon	17,3	60,3
Anlegg	28,4	29,1
Inntektsbringende tiltak.	11,8	67,9

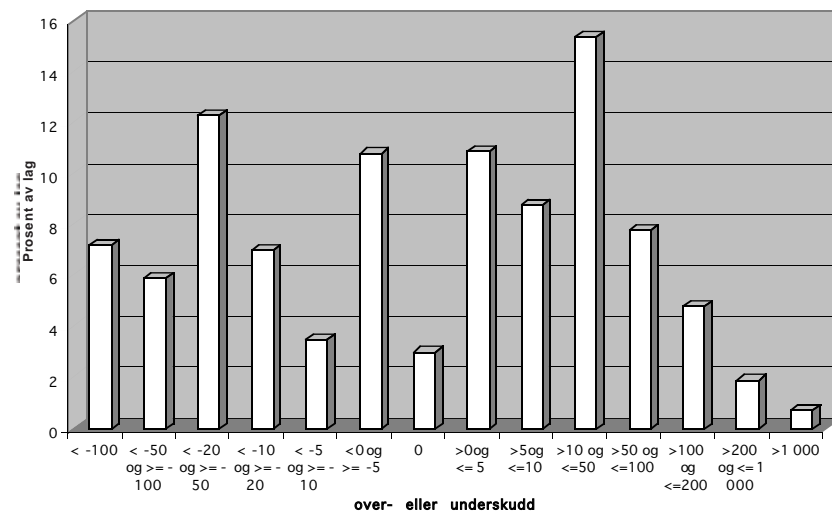
Figur 3.11. Gjennomsnittlig utgiftsstruktur



Figur 3.12. Fordeling av idrettslag etter utgiftstype i prosent av totalutgifter



Figur 3.13. Fordeling av idrettslag etter overskudd og underskudd. Tusen kr



3.2.5 Oppsummering

Analysen foran viser hovedtrekkene i idrettslagenes økonomi. Her ser vi at *medlemsavgiftene* i gjennomsnitt utgjør rundt en fjerdedel av de totale inntektene, og av det kan vi slutte at lagene er avhengige av andre kilder enn egne medlemmer. *Innteksbringende tiltak* som i all hovedsak ikke er idrettsrelaterte utgjør en viktig andel av inntektene for de fleste. *Tilskudd fra offentlige kilder* utgjør en relativt liten del og kommer i hovedsak fra kommunene. *Støtte fra NIF* er en marginal inntektskilde og blir i hovedsak distribuert av idrettskretsene. Det er få idrettslag som mottar denne formen for støtte, og de som får den ser ut til å være spesialisert etter type kanal. Dette betyr at de ikke får støtte samtidig fra kretsen, særforbundet og NIF sentralt. I de fleste tilfellene får lagene støtte enten fra kretsen eller særforbundet.

Anleggs- og aktivitetsrelaterte utgifter er de to viktigste utgiftspostene og de trekker i gjennomsnitt 56,6 prosent av inntektene, mens *administrasjonskostnader*, utgifter knyttet til *innteksbringende tiltak*

og *konkurranssekostnader* for de fleste lagene ikke overstiger 10 prosent av budsjettet.

Hva slags bilde gir dette i forhold til den inntektstypologien som ble presentert foran? Tabell 3.4. presenterer resultatene av en faktoranalyse hvor vi har brukt de fire inntektskilder fra den foregående analysen. I tillegg benytter vi et mål på frivillig arbeid nedlagt per uke i det enkelte lag, og en variabel som måler lagets medlemsstørrelse.

Tabell 3.4. Faktoranalyse (rotert komponentmatrise, hovedkomponentanalyse)

Variabler	Faktorer		
	1	2	3
Kommersielle inntekt (def 1)	0,780	-0,049	-0,128
Offentlig tilskudd	0,772	-0,323	-0,122
Medlemsavgift	0,244	0,915	-0,114
Inntekt fra idrettsforbund	0,055	0,088	0,967
Frivillig arbeid antall timer per uke	0,620	-0,232	0,188
Antall medlemmer	0,796	0,255	0,065
Egenverdier	2,285	1,072	1,020

Denne analysen gir grunnlag for å skille mellom tre typer lag:

Den organisasjonshybride typen (faktor 1) som både får ressurser fra offentlige kilder, kommersielle kilder og frivillige innsats. Om lag 80 prosent av lagene kan klassifisere som hybrider av denne typen.

Den autonome, frivillige typen (faktor 2), får mesteparten av sine ressurser fra medlemmer og består av små eller mellom store lag. Rundt 9 prosent av lagene får mer enn 80 prosent av sine inntekter fra medlemsavgifter, og disse kan plasseres i denne kategorien.

Den «tredjepart finanserte» typen (faktor 3) som får en stor andel av sine ressurser fra NIF og består av små eller mellomstore lag. Bare 0,3 prosent av lagene som får mer enn 80 prosent av sine inntekter fra idrettsforbundet har vi plassert i denne gruppen.

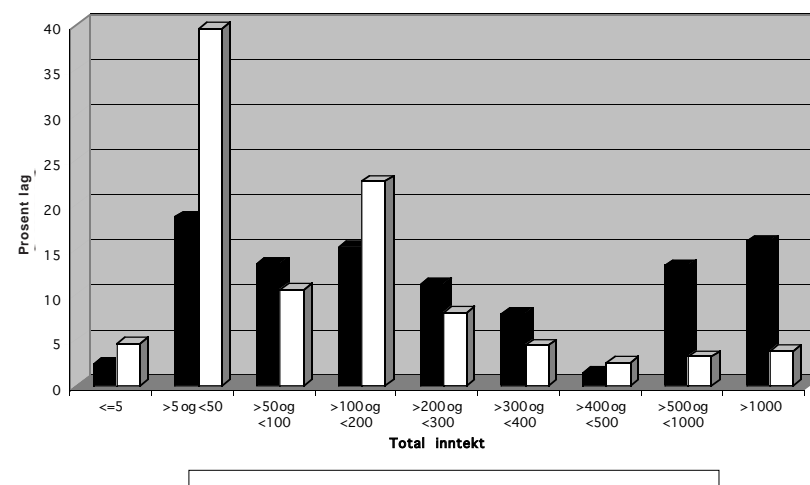
I tillegg, når man ser på fordelingen av idrettslag etter kommersielle inntekt i prosent av total inntekt, kan man altså si at det finnes omtrent 10 prosent rene *kommersielle* lag. Disse får 90 prosent av sine inntekter fra kommersielle kilder.

3.3 Sammenlikning av fleridrettslag og særvidrettslag

I Norge er det vanlig å skille mellom to forskjellige typer frivillige idrettslag, avhengig av om laget spesialisere seg på én type idrett (særvidrett) eller tilbyr mulighet for å utøve flere idrettsgrener (fleridrett). Særvidrettslagene utgjør 55,6 prosent av utvalget brukt i denne analysen (215 av 281 lag) mens fleridrettslagene utgjør 44,4 prosent. I hvilken grad er fleridrettslagene forskjellige fra særvidrettslagene?

Dette spørsmålet er interessant av flere grunner. For det første har særvidrettslag færre medlemmer enn fleridrettslag. *74,4 prosent av idrettslagene som har mindre enn 100 medlemmer er særvidretts-*

Figur 3.14. Fordeling av fleridrettslag og særvidrettslag etter størrelse på total inntekt. Tusen kr



lag. For det andre er sær-idrettslag mer spesialiserte og er fokusert på én type idrett. Distinksjonen peker mot to viktige organisatoriske trekk nemlig *størrelse* og *funksjonell spesialisering*, og disse forholdene kan antas å ha en betydelig innvirkning på laget økonomi.

I neste del skal vi se hvordan forskjellene mellom sær- og fler-idrettslag påvirker deres økonomi. Vi vil se nærmere på total inntekt, inntektens struktur og utgiftene.

3.3.1 Total inntekt

Fleridrettslagene har klart høyere omsetning enn sær-idrettslagene. Gjennomsnittlig inntekt for et fleridrettslag var i 1999 662 114 kr, mens for sær-idrettslag var beløpet 248 119 kr. Gjennomsnittlig inntekt for alle lag var 451 261 kr.

Materialet viser at 29,3 prosent av fleridrettslagene har totale inntekter som overstiger 500 000 kr, mot 7,1 prosent av sær-idrettslagene. Samtidig ser vi at rundt en tredjedel – 34,6 prosent – av fleridrettslagene har total inntekt lavere enn 100 000 kr., mot 54,1 prosent av sær-idrettslagene.

3.3.2 Inntektstruktur

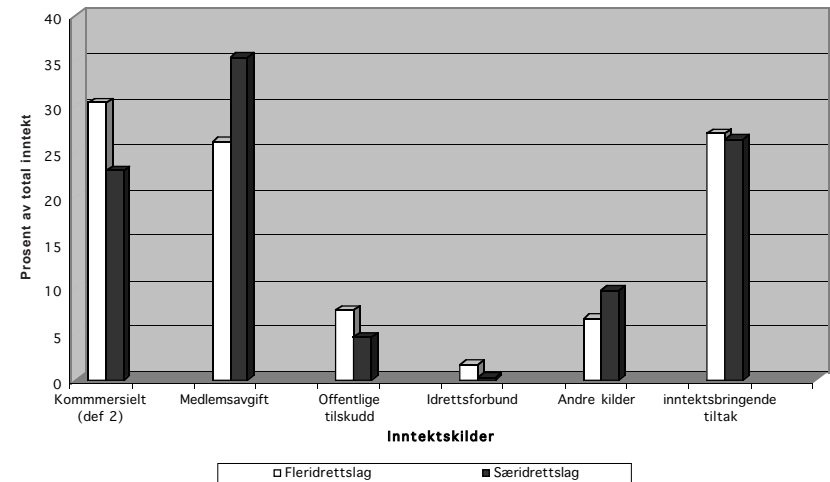
Hvilke forskjeller i inntektsgrunnlaget kan vi finne mellom sær- og fleridrettslag? Tabell 3.5. viser de viktigste forskjellene.

Tabell 3.5. viser at det ikke er svært store forskjeller i inntektstrukturen mellom flere- og sær-idrettslag. Sær-idrettslagene henter

Tabell 3.5. Ulike inntektkilders andel av totale inntekter. Fler- og sær-idrettslag. Prosent

	Fleridrettslag	Sær-idrettslag
Medlemsavgifter	26,2	35,5
Offentlige tilskudd	7,7	11,4
Overføringer fra NIF	1,7	0,3
Kommersielle inntekter	57,6	49,6

Figur 3.15. Gjennomsnittlig inntektsstruktur for fleridrettslag og sær-idrettslag



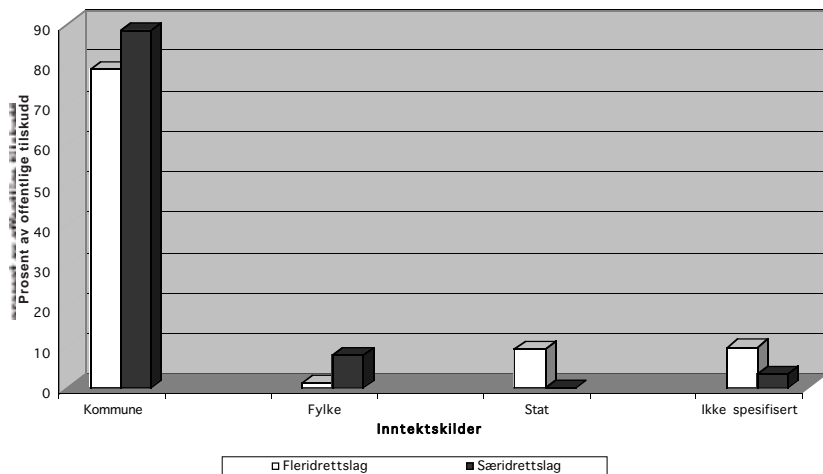
noe mer inn gjennom medlemskontingenter, mens fleridrettslagene får godt over halvparten av inntektene fra kommersielle kilder. Sær-idrettslagene støtter seg også mer på offentlige tilskudd enn fleridrettslagene, men disse forskjellene er ikke store.

Dette bildet forsterker de foregående funnene. Sær-idrettslagene er relativt sett mer avhengige av medlemsavgifter enn fleridrettslagene. Men til tross for at en større gjennomsnittlig andel av ressursene for sær-idrettslagene kommer fra offentlige tilskudd, utgjør disse tilskuddene mindre enn 10 prosent av de totale ressursene for 71,5 prosent av dem.

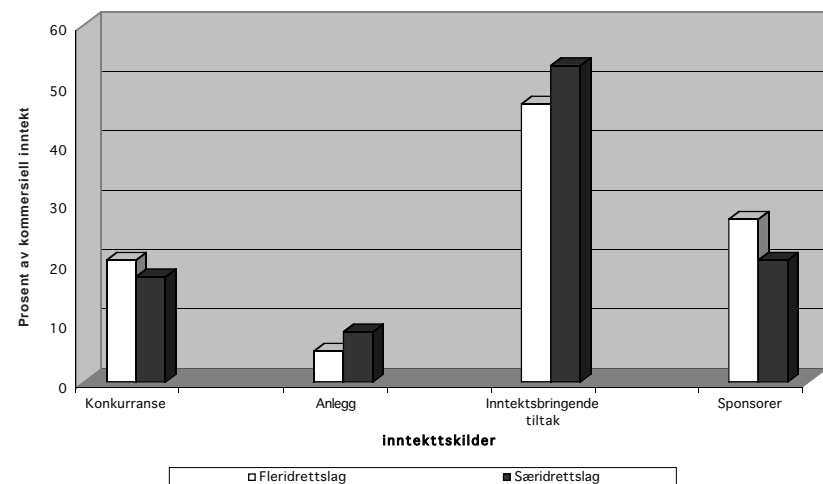
Medlemskontingentene utgjør mindre enn 30 prosent av de totale ressursene for 60 prosent av fleridrettslagene mot 38 prosent av ressursene for sær-idrettslagene. Medlemskontingent er en viktigere ressurs for sær-idrettslag enn for flereidrettslag.

77,9 prosent av fleridrettslagene mottar ikke midler direkte fra NIF, mot 92,6 prosent av sær-idrettslagene. Fleridrettslag nyter oftere enn sær-idrettslag godt av idrettsforbundets direkte støtte.

Figur 3.17. Gjennomsnittlig struktur for inntekt fra offentlige tilskudd for fleridrettslag og sær-idrettslag



Figur 3.16. Gjennomsnittlig kommersiell innteksstruktur for fleridrettslag og sær-idrettslag



Tabell 3.6. Kommerielle kilders andel av totale kommersielle inntekter. Fler- og sær-idrettslag. Prosent

	Fleridrettslag	Sær-idrettslag
Inntektsbringende tiltak	46,9	53,4
Anleggsinntekter	5,1	8,5
Konkurranser	20,5	17,6
Sponsorer	27,5	20,5

For 68,4 prosent av fleridrettslagene utgjør kommersielle inntekter mer enn 50 prosent av de totale ressursene, mot 54,9 prosent av sær-idrettslagene. *Fleridrettslagene er i større grad kommersialiserte enn sær-idrettslagene.*

Kommerielle ressurser

Tabell 3.6. viser forskjeller i struktur av kommersielle ressurser mellom de to typer lag. Heller ikke dette bildet er preget av de store forskjellene, men vi registrerer tre trekk. For det første er det slik at sær-idrettslag får en mindre andel av sine ressurser fra kommersielle kilder, men disse ressursene er i større grad enn for fleridrettslagene konsentrert om «tradisjonelle» selvtjente kilder, som inntektsbringende tiltak og anleggsinntekter. Samtidig har 27,3 prosent av sær-idrettslagene mot 12,5 prosent av fleridrettslagene ingen inntekter fra inntektsbringende tiltak.

For det annet kan vi registrere at fleridrettslagene oftere enn sær-idrettslagene¹⁰ eier de anleggene de bruker, og dette reflekteres i tabellen som høyere inntekter fra denne kilden. For det tredje viser tabellen at det er vanskeligere for sær- enn for fleridrettslagene å få støtte fra sponsorere. Det er ikke helt klart hva dette skyldes.

Offentlige tilskudd

Kommunale tilskudd utgjør den viktigste kilden for offentlige til-

10. I gjennomsnitt eier sær-idrettslagene 22 prosent av anleggene de bruker mens flereidrettslagene eier 37 prosent av anleggene de bruker.

Tabell 3.7. Offentlige kilders andel av totale offentlige inntekter. Flere- og sær-idrettslag. Prosent

	Fleridrettslag	Sær-idrettslag
Fra stat	9,7	0
Fra kommune	78,9	88,5
Fra fylke	1,3	8,0

skudd både for sær og fleridrettslagene, men det ser ut til at *det er enklere for fleridrettslagene å få kommunal støtte enn det er for sær-idrettslagene*. Denne slutningen trekker vi fordi 18,1 prosent av fleridrettslagene ikke mottar kommunale støtte, mot 42,2 prosent av sær-idrettslagene. Det ser også ut til at *fleridrettslagene lettere får støtte fra fylket enn sær-idrettslagene*. 64,5 prosent av fleridrettslagene får ikke slik støtte, mot 84 prosent av sær-idrettslagene.

Bare fleridrettslag får støtte direkte fra staten, mens sær-idrettslagene får relativt sett mer fra fylkene.

Støtte fra idretten

Med 'støtte fra idretten' tenker vi her på midler som kanaliseres til lokale lag og foreninger via idrettens egne organ. Det dreier seg om Norges Idrettsforbunds sentrale fordeling, midler via særforbundene og midler fra idrettskretsene. Tabell 3.8. viser fordelingen av disse inntektene på fler- og sær-idrettslag.

Tabell 3.8. Gjennomsnittlige inntekter fra idretten selv

	NIF sentralt		Særforbund		Krets		Ikke spesifisert		Total idrett	
	1000 Kr	% Totalt	1000 Kr	% Totalt	1000 Kr	% Totalt	1000 Kr	% Totalt	1000 Kr	% Totalt
Fleridrettslag	0,5	4,4	2,4	21,2	7,9	70,0	0,5	4,4	11,3	100
Sær-idrettslag	0	0	0,04	8,7	0,39	84,8	0,03	6,5	0,46	100

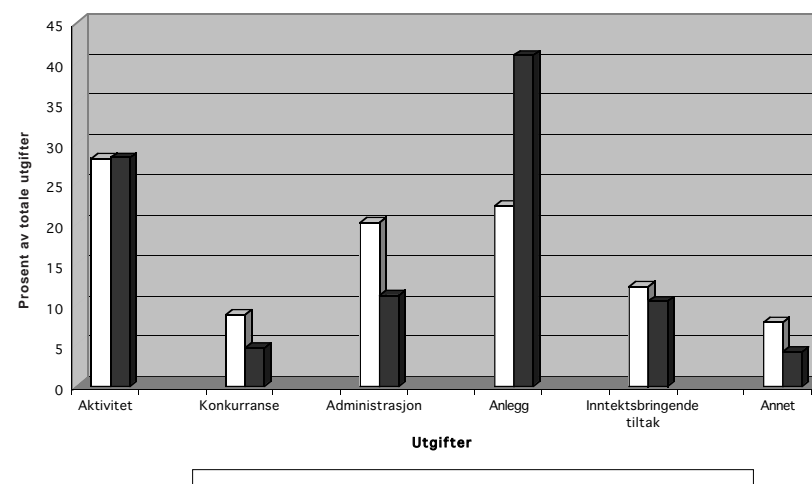
Fleridrettslag får mer økonomisk støtte fra NIF enn sær-idrettslag. I gjennomsnitt får fleridrettslagene (i absolutte verdier) et større beløp enn sær-idrettslagene. Sær-idrettslagene får ikke støtte fra NIF sentralt.

Når man ser på fordelingen av idrettslag etter type støtte fra idretten selv i prosent av idrettens totale støtte, er det to forhold som kjennetegner fordelingen av NIF-midlene. For det første har fordelingen av midler gjennom NIF høy konsentrasjon, både for sær- og fleridrettslag. Tabellen viser at *svært få mottar slik støtte* For det andre viser fordelingen en *høy grad av spesialisering*. For henholdsvis 1,1 prosent, 4,6 prosent og 1,2 prosent av fleridrettslagene utgjør støtten fra NIF, særforbundene og kretsene mer enn 90 prosent av de totale overføringene fra idretten selv. *Uavhengig av lagstype er det få lag som får NIF-midler.*

3.3.3 Utgifter

I gjennomsnitt var lagenes totalutgifter på 535 000 kr. for fleridrettslagene, og 252 000 kr. for sær-idrettslagene. I gjennomsnitt har fleridrettslagene en høyere andel utgifter til administrasjon (20,3 prosent)

Figur 3.18. Gjennomsnittlig utgiftsstruktur for fleridrettslag og sær-idrettslag



og konkurranserelaterte utgifter (8,9 prosent) enn sær-idrettslagene (henholdsvis 11,2 prosent og 4,7 prosent). Men på den andre siden har sær-idrettslagene en høyere andel utgifter knyttet til anlegg (41 prosent) enn fleridrettslagene (22,3 prosent).

I gjennomsnitt var det store forskjeller mellom sær- og fleridrettslag når det gjelder økonomisk resultat. Forskjellene framgår av følgende tabell:

Tabell 3.9. Økonomisk resultat: forskjeller mellom sær- og fleridrettslag

	Fleridrettslag	Sær-idrettslag
Overskudd, gjennomsnitt	81 000 kr.	- 28 540 kr.
Prosentandel med overskudd	49,8	50,7
Prosentandel med underskudd	48,9	44,6
Prosentandel med underskudd mer enn 50 000 kr	17	9,3
Prosentandel med overskudd mer enn 50 000 kr.	22,1	8,7

Tabell 3.10. Fordeling av fleridrettslag etter overskudd og underskudd

Underskudd eller overskudd i 1000 kr.	% av sær-idrettslag	% av fleridrettslag
< -100	4,6	9,8
< -50 og >= - 100	4,7	7,2
< -20 og >= - 50	11,4	13,3
< -10 og >= -20	7,0	7,0
< -5 og >= -10	2,0	5,1
< 0 og >= -5	14,9	6,5
0	4,7	1,2
>0 og <= 5	13,1	8,6
>5 og <=10 000	11,0	6,4
>10 og <=50	17,9	12,7
>50 og <=100	5,5	10,2
>100 og <=200	0	7,3
>200 og <= 1 000	2,5	3,9
>1 000	0,7	0,7
Totalt	100	100
N	109	105

3.3.4 Oppsummering

Ovenfor har vi analysert de økonomiske forskjellene mellom sær- og fleridrettslag. Tallene viser at for det første har *fleridrettslag vesentlig høyere omsetning enn sær-idrettslag*. I gjennomsnitt er sær-idrettslagene mer avhengige av medlemsavgifter og offentlige tilskudd, og mindre avhengige av kommersielle ressurser og midler fra idretten selv enn fleridrettslagene. Offentlige tilskudd utgjør likevel en relativt lav andel av inntekten for de fleste. Av kommersielle ressurser er inntektsbringende tiltak og anleggsinntekter relativt viktigere for sær-idrettslagene enn for fleridrettslagene. I kategorien «offentlige tilskudd» utgjør kommunale tilskudd en større andel for sær- enn for fleridrettslag. Men fleridrettslag ser ut til å ha bedre tilgang til kommunale tilskudd. På samme måte får fleridrettslag oftere økonomisk støtte fra NIF. Slik støtte ser ut til å være konsentrert om noen få idrettslag både når det gjelder sær- og fleridrettslag.

På utgiftssiden har fleridrettslag høyere andel administrative kostnader, mens sær-idrettslagene bruker mer på anlegg. Fleridrettslag går oftere med overskudd enn sær-idrettslag. Videre har fleridrettslagene, på grunn av sine høyere totale budsjett høyere tall, både på overskudds- og underskuddssiden, enn sær-idrettslagene.

Virkningene av spesialisering syns mest når man ser på utgifter, mens virkningene av størrelse slår ut på inntektsiden. Sær-idrettslagenes spesialisering fører til at anleggsrelaterte utgifter utgjør en større andel enn for fleridrettslag. Fleridrettslagenes oppbygning fører til større administrative utgifter, noe som blir synlig både på inntekts- og utgiftssiden. Relativt sett er sannsynligheten for å gå med underskudd større for sær-idrettslagene. En forklaring kan være at fleridrettslagene er mindre avhengige av medlemsressurser enn sær-idrettslagene, samtidig som de har et mer mangfoldig ressursgrunnlag. Man kan anta at ressursmangfoldet skyldes både størrelsen og fravær av spesialisering, noe som gir større muligheter for å hente ressurser i omgivelsene.

3.4 Sponsorere

NIFs lover medfører at idrettslagene for å være medlemmer av for-

bundet må være organisert som *frivillige organisasjoner*. Men NIF åpner for at frivillige idrettslag kan inngå samarbeidsavtaler med for-tjenestebaserte aktører. Disse kan enten organisere en del av lagets aktivitet eller de kan gi sponsorinntekter. Våre data gjør det mulig å skille mellom avtaler *utenfor sponsorforhold*, dvs hvor laget inngår en avtale med en fortjenestebasert aktør, og *sponsoravtaler* hvor laget får en økonomisk støtte mot en motytelse, vanligvis reklame.

3.4.1 Samarbeidsavtaler uten sponsor

Tabell 3.11. gir fordelingen av lagene etter avtaler uten sponsor med minst én kontrakt, etter kontraktsinnhold.

Tabell 3.11. viser at *en relativt lav andel av idrettslagene, 13,2 prosent, har minst én økonomisk avtale uten sponsor. Arrangering av konkurranser og betalt dugnad er de vanligste innholdene i disse avtalene*. Betalt dugnad referer her til tjenester solgt av idrettslag til kunder hvor arbeidet er utført gratis av frivillige medlemmer.

Tabell 3.11. Kontraktstype uten sponsor

Kontrakt	N	Prosent
Ingen kontrakt	244	86,8
Minst en kontrakt	37	13,2
Totalt	281	100
Blant idrettslagene som har minst én kontrakt, kontraktstype		
Anlegg	8	3,0
Konkurransse	15	5,5
Kiosk	5	1,7
Betalt dugnad	15	5,4
Publikasjon	10	3,4
Salg av sportsutstyr	2	0,6
Finansiering av spillere	3	1,0
Tilgang til treningssenter	11	3,9
Annet	11	3,9

3.4.2 Sponsoravtaler

Tabell 3.12. gir fordelingen av lagene etter antall sponsoravtaler. *Mindre en halvparten av lagene – 45 prosent – har minst én sponsor avtale*. Mer enn halvparten har flere sponsorer. I gjennomsnitt mottar idrettslagene 47 000 kr. hver fra sponsorer.

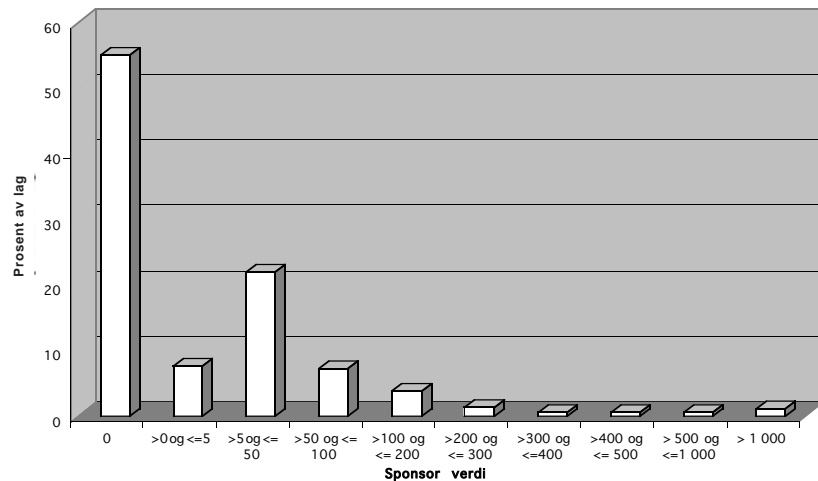
Blant idrettslagene som har minst én sponsor, har 65,7 prosent en avtale som er verdt mindre enn 50 000 kr. Sponsoravtaler inngås med samarbeidspartnere på grunnlag av tre typer støtte. Sponsorer kan gi *pengeytelser* i bytte for publisitet knyttet til idrettslagets aktivitet eller rykte. De kan også gi *naturalytelse* mot publisitet. Det skilles mellom to typer natural-sponsing etter hva slags ytelse idrettslagene mottar. *Varer*, for eksempel sportsutstyr, eller *tjenester*, som gratis tilgang til transport, forsikring eller banktjeneste. 67,3 prosent av sponsoravtalene er pengeytelser, mens 24,5 prosent er naturalytelse i form av varer. 8,2 prosent er utformet som tjenester.

28,2 prosent av idrettslagene har minst én sponsoravtale om pengeytelser. 12,8 prosent har minst en natural-sponsoravtale om varer og 4,4 prosent en om tjenester.

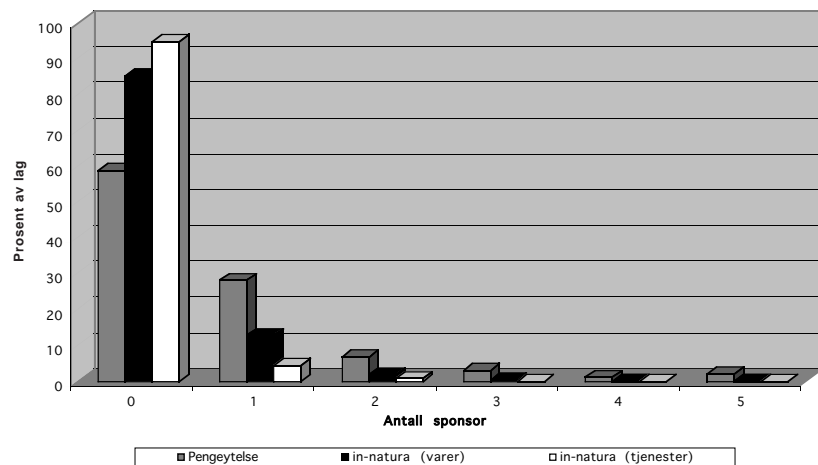
Tabell 3.12. Andel av idrettslagene som har minst én sponsor og fordeling av idrettslagene etter antallet sponsorer

Sponsor	N	Prosent
Nei	155	55,0
Ja	126	45,0
Hvis ja, antall sponsorer		
1	79	28,2
2	34	12,1
3	19	6,9
4	8	2,8
5	5	1,8
6	1	0,3
Totalt	281	100

Figur 3.19. Idrettslag etter verdien av sponsoravtaler. Tusen kr



Figur 3.20. Fordeling av idrettslag som mottar sponsormidler etter antall sponsorer og type sponsor



3.4.3 Hvem inngår avtaler?

Hvilke kjennetegn ved idrettslaget påvirker sannsynligheten for at det skal inngå en avtale? For å svare på dette spørsmålet har vi brukt en logistikk regresjonsmodell for de to avtaletypene sponsoravtaler og avtaler utenfor sponsorforhold¹¹.

Analysen viser at sannsynligheten for at et idrettslag skal inngå en sponsoravtale øker med medlemstall, konkurranseorientering og andelen lagidretter. Jo mer lagidrettsorientert idrettslaget er, dess større er sannsynligheten for at det skal inngå sponsoravtaler. Sannsynligheten for å inngå sponsoravtaler minker når idrettslaget er lokalisert i en storby.

Sannsynligheten for at idrettslaget skal inngå en avtale uten sponsor blir påvirket av de samme faktorer¹².

3.5 Kommersialisering

Alle typer idrett, ikke bare toppidretten, ser ut til å være kjennetegnet av en stadig større pengegjennomstrømming. Samtidig er idretten for en stor del blitt en vare som konsumeres på et marked. Kommersialisering kan sees på som en prosess som både innebærer en tilbuds- og en etterspørselsside. I den følgende analysen skal vi fokusere på tilbudssiden uten å ta i betraktning forklaringsfaktorer fra etterspørselssiden. Vi skal rette søkelyset mot to forhold. Først undersøker vi hvilke faktorer som påvirker graden av kommersialisering av idrettslag. Forklaringen fokuserer i første rekke på organisasjonenes strukturelle kjennetegn og produkter. Vi forutsetter at strukturelle kjennetegn, som graden av konkurranseorientering, idrettstype (lags- eller individuell idrett) og anleggseierskap, er bestemmende for mulighetene til å omdanne et kollektivt gode til et privat salgsprodukt¹³.

11. Se appendiks 1

12. Men bare graden av lagidrettsaktivitet i idrettslaget gir statistisk signifikant effekt.

13. Se appendiks 2 for en redgjørelse av det teoretiske grunnlaget for analysen av kommersialisering graden.

Deretter analyserer vi hvilken effekt kommersialisering har for innslaget av *offentlige ressurser* og *frivillig arbeid*. I hvilken grad minker offentlig ressurser og frivillig innsats når kommersielle inntekter øker?

3.5.1 Faktorer som bestemmer graden av kommersialisering

For å analysere hvordan kommersialisering er fordelt blant frivillige idrettslag vil vi første foreta en faktoranalyse. Variablene vi har valgt er knyttet til mengden av følgende ressurstyper: kommersielle, offentlige tilskudd, medlemsavgifter, tilskudd fra NIF, og størrelsen på organisasjonens totale budsjett dvs. dens totale inntekter. Variabelen «sponsor» måler pengemengden som kommer fra sponsorkilder. Organisasjonens størrelse framgår under variabelen «antall medlemmer».

Det teoretiske grunnlaget for analysen, valg av variabler med mer er presentert i vedlegg 2.

Faktoranalysen¹⁴ kombinert med analysen av inntektsstrukturen avslører tre typer idrettslag. *Den første* består av idrettslag med mange medlemmer og høye inntekter. Slike lag har medlemsavgifter som hovedressurs, er middels kommersialiserte og driver med individuelle og ikke konkurranseorienterte idrettsaktiviteter.

Den andre typen består av relativt små idrettslag som er konkurranseorienterte, svært kommersialiserte, mottar betydelige offentlige tilskudd og driver i hovedsak med lagidrettsaktiviteter. *Den tredje* består av små idrettslag som ikke er kommersialiserte, som har tilskudd fra idrettsforbund og det offentlige som viktigste ressurs, som ikke er konkurranseorienterte og ikke er viet lagidrettsaktiviteter.

Det er interessant å merke seg at denne typologien holder uavhengig av hvilken definisjon av kommersiell inntekt som brukes.

Hvilke forhold påvirker graden av kommersialisering? Et idrettslags grad av kommersialisering kan betraktes som påvirket av tre typer faktorer:

14. Se appendiks 3

- Eierskap av anlegg gjør kommersialisering enklere.
- Jo mer individuell (f eks. tennis eller fitness) idretten er, dess større er sannsynligheten for at aktiviteten skal kommersialiseres. Samtidig er det mer sannsynlig at lagidretter tiltrekker seg sponsorer, slik at det er vanskelig å anta ut fra en teoretisk gjennomgang hvordan kommersialisering vil bli påvirket av idrettsaktiviteter kjennetegnet.
- Jo mer konkurranseorientert organisasjonene er, dess mer sannsynlig er det at det utvikles inntekter fra organiserte konkurranser, sponsorer og media.

For å prøve disse hypotesene fortsetter vi med en regresjonsanalyse (OLS)¹⁵.

Som forventet har de mer konkurranseorienterte idrettslagene et høyere kommersialiseringsnivå og anleggseierskap ser ut til å øke kommersialiseringsnivået. Individuelle idrettslag er mindre kommersialiserte enn lagidrettslag. Dette skyldes sannsynligvis at det er enklere for idrettslag som driver med populære lagidretter som fotball, håndball, basketball og hockey å tiltrekke seg sponsorressurser. Analysen viser at *kommersialiseringsnivå* er påvirket av tre faktorer. *For det første*, konkurranseorienterte lag er mer kommersialisert enn bredde-deltakelsesorienterte lag. *For det andre*, lag som driver med lagidrett er mer kommersialiserte enn lag som driver med individuelle idrett. *For det tredje*, lag som eier idrettsanlegg er mer kommersialiserte enn lag som ikke er idrettsanlegg eier.

3.5.2 Effekt av kommersialisering for innslaget av offentlige ressurser.

Det er viktig å finne ut hva slags effekt kommersialisering av frivillige idrettslag har for innslaget av offentlige ressurser (hovedsakelig kommunale tilskudd). Kommersialiseringen kan påvirke støtten fra offentlige myndigheter på to måter. Støtten kan synke når den frivil-

15. Se appendiks 4

lige organisasjonens kommersielle inntekt øker fordi offentlige myndigheter kan se engasjementet i kommersiell aktivitet som et signal om at bidraget til offentlige goder er lav. I dette tilfellet vil man karakterisere fenomenet som en «*crowding out effect*» (fortrengingseffekt) hvor offentlige ressurser minker når kommersielle ressurser øker. På den annen side kan det oppstå en «*buying-in*» effekt der offentlige myndigheter er villige til å støtte de mest dynamiske lagene og å kjøpe seg inn i en organisasjon som allerede er vellykket. I dette tilfellet får de mest kommersialiserte organisasjonene høyere støtte fra offentlige myndigheter. Fenomenet vil være karakterisert som en «*crowding in effect*» hvor offentlige ressurser øker når kommersielle ressurser øker. Hvis dette er tilfellet, kan nivået for offentlig støtte være avhengig av de samme variablene som bestemmer kommersialiseringsnivået. For å kunne gjøre rede for muligheten av at kommersialiseringen er endogene,¹⁶ beregner vi to to-trinns regresjonslikninger¹⁷.

Resultatene av denne beregningen viser at det forekommer en «fortrengingseffekt» («*crowding in effect*»): *de mest kommersialiserte frivillige organisasjonene er de som har størst sannsynlighet for å få høy offentlig støtte.* «fortrengingseffekten» er enda sterkere når man bruker definisjon 2 i variabelen kommersiell inntekt.

3.5.3 Forhold mellom kommersialisering og frivillig arbeid

I hvilken grad bidrar kommersialisering til å redusere frivillig innsats? Er forholdet mellom kommersielle inntekter og frivillig arbeid kjennetegnet av en «*crowding out effect*» (fortrengingseffekt) hvor frivillig arbeid minker når kommersielle ressurser øker, eller av en «*crowding in effect*» hvor frivillig arbeid øker når kommersielle inntekter øker?

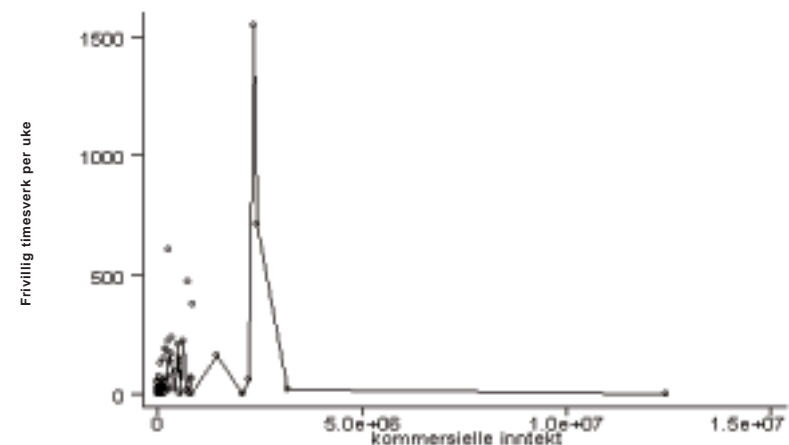
16. Ettersom både nivået av kommersielle ressurser og nivået for offentlig støtte bestemmes samtidig i vår teoretiske modell (nivået av kommersiell output og nivået for offentlig støtte er gjensidig avhengige av hverandre), er variablene *felles avhengige* eller *endogene* variabler (dvs. avhengige variabler). For at systemet skal være fullstendig må antallet likninger være lik antallet endogene variabler.

17. Se appendiks 5

I gjennomsnitt blir det lagt ned 45 timer per uke frivillig arbeid i idrettslag. Fordelingen av frivillig arbeid lagt ned i idrettslag viser to interessante kjennetegn. For det første, få lag (10%) utgjør en stor andel (66%) av det totale antallet timer arbeidet frivillig. For det andre, idrettslagene som får den større andelen av frivillig arbeid er disse som har en mellomstore andel av totalinntekten som kommer fra kommersielle aktiviteter (figur 3.21).

For å analysere forholdet mellom kommersielle inntekter og frivillig arbeidet, har vi brukt forskjellige metoder som er beskrevet i appendiks 6. Resultatet viser at *en økning av kommersielle inntekter bidrar til å øke antall timer frivillig arbeid lagt ned i idrettslag.* En mulig forklaring for dette er at frivillig arbeid er brukt for å skaffe kommersielle ressurser. Dette er tilfellet når for eksempel frivillige medlemmer organiserer en konkurranse eller arbeider frivillig for lagets kafeteria. Vi har prøvd denne antakelsen, og resultatene tyder på at lagene som har de meste arbeidskrevende aktiviteter også er lagene som er mest kommersialiserte og som får størst mengde av frivillig arbeid. *Kommersielle aktiviteter reduserer ikke nødvendigvis*

Figur 3.21. Frivillig arbeid i forhold til kommersielle inntekt (Def.2)



mengden frivillig innsats, og frivillig arbeid ser ut til å være en forutsetning for utviklingen av kommersielle aktiviteter.

Men resultatene viser også at *frivillig innsats reduseres når medlemsavgifter øker*. Dette betyr at medlemmene reduserer deres frivillig innsats når inntekter fra medlemsavgifter øker. Medlemmene ser derfor ut til å reagere på prisen de betaler i form av medlemsavgift når de vurderer å arbeide frivillig. Dette tyder på at de tolker idrettslagets medlemskap som kjøp av en tjeneste. Det ser ut som om man velger mellom pengebidrag i form av medlemsavgifter og naturytelse i form av frivillig arbeid. Lagene som har en høy pris i form av medlemsavgift får mindre frivillig arbeid enn lagene som har en lavere pris. Dette kan peke på at idrettslag-kommersialisering skjer like mye gjennom medlemmers holdninger som gjennom utviklingen av kommersielle aktiviteter.

3.5.4 Oppsummering

Analysen foran viser at vi kan identifiseres tre typer lag i forhold til kommersialiseringsnivå. De mest kommersialiserte lagene er de mest konkurranseorienterte, og de som i størst grad driver med lagidretter. Videre finner vi at *kommersialiseringsnivå* er påvirket av tre faktorer:

- For det første er konkurranseorienterte lag mer kommersialiserte enn breddorienterte lag
- For det annet er lagidretts- lag mer kommersialiserte enn de som driver individuelle idretter
- For det tredje er lag som eier idrettsanlegg mer kommersialiserte enn de som ikke eier anlegg

Kommersialisering fører ikke til noe svekkelse av støtten fra offentlige myndigheter. De mest kommersialiserte lagene er også de som får mest offentlig støtte. Kommersielle aktiviteter reduserer ikke nødvendigvis frivillig innsats, og frivillig arbeid ser ut som å være en forutsetning for kommersielle aktiviteter.

Men resultatene viser også at frivillig innsats reduseres når medlemsavgifter øker. Det er sannsynlig at kommersialisering utvikler

seg også ved at medlemmene deltar mindre i fellesskap og oppfører seg i større grad som forbruker.

3.6 Konklusjon

Foran har vi gitt et bilde av idrettslagenes økonomi. Ut fra disse analysene er det mulig å oppsummere de viktigste funnene rundt to hovedpunkter. For det første *er idrettslagenes økonomi preget av ulikhet*. Ulikheten dreier seg først og fremst om tilgang til ressurser.

De fleste lagene har relativt lav omsetning, og dette gjenspeiler at flertallet av dem er forholdsvis små. Samtidig er fordelingen av *inntekt* preget av ekstrem konsentrasjon, og få lag står for mesteparten av de samlede inntektene.

Siden medlemsavgiftene i gjennomsnitt bare utgjør en fjerdedel av totaleinntektene, er idrettslagene avhengige av andre ressurskilder. *Inntektsbringende tiltak* som i hovedsak ikke er idrettsrelaterte, utgjør en viktig kilde for de fleste. Dersom laget har flere inntektskilder som ikke er idrettsrelaterte, vil ressursene være mer romslige. Fordelingen av inntektsbringende tiltak mellom lagene er preget av *konsentrasjon*. 10 prosent av lagene står for ca to tredjedeler av inntektsbringende tiltak.

Ressurser fra *offentlige kilder* utgjør en relativt liten del av ressursene og kommer i hovedsak fra kommunene. Disse ressursene er også preget av konsentrasjon. 10 prosent av lagene får 65 prosent av de kommunale ressursene.

Støtte fra idretten selv utgjør i gjennomsnitt en relativt marginal inntektskilde og blir i hovedsak distribuert av idrettskretsene. Det er få idrettslag som mottar denne formen for støtte. Disse ser ut til å være spesialisert etter hvilke kanaler ressursene fordeles gjennom.

For det annet *er mange idrettslag kommersialiserte*, selv om de også er basert på frivillig innsats. I gjennomsnitt blir det lagt ned 45 timer per uke frivillig arbeid i idrettslag. Samtidig blir det nedlagt bare 6 timer i betalt arbeid. Frivillig arbeid er en viktig produksjonsfaktor for å kunne utvikle kommersielle aktiviteter. Frivillig innsats reduseres med økende medlemsavgifter. Det at medlemmene reduserer deres frivillig innsats når medlemsavgifter øker tyder på at de

tolker idrettslagets medlemskap som kjøpt av en tjeneste. Dette kan tyde på at idrettslag-kommersialisering skjer like mye gjennom medlemmers forbruker-holdning som gjennom utviklingen av kommersielle aktiviteter. Selv om definisjonen av kommersielle aktiviteter er problematisk, har vi sett at *kommersielle inntektskilder (definisjon 1) i gjennomsnitt utgjør mer enn halvparten av idrettslagenes totalinntekt*. Hvis man utelukker inntektsbringende tiltak fra de kommersielle ressursene, utgjør gjennomsnittet av kommersielle inntekter fortsatt en tredjedel av totalinntekten. Hvis man oppfatter medlemsavgifter som en kommersiell ressurs blir kommersielle inntekter to tredjedel av totalinntekten. Siden medlemmers forbruker-holdning er assosiert med mindre frivillig engagement, kan kommersialiseringen være mer problematisk når den skjer gjennom medlemmers forbruker-holdning enn gjennom utviklingen av kommersielle aktiviteter. En slik utvikling kan være problematisk fordi realiseringen av kollektive verdier ikke kan realiseres gjennom markedet (Anderson 1990). Dersom idretten i stadig større grad preges av en instrumentell markedslogikk så kan dette bidra til «idrettens degradering» (Lasch 1980; Morgan 1994). Idretten blir «degradert» når idrettens interne verdier (motet, fair-play, konkuranse gløden) blir erstattet av eksterne verdier som makt og penger.

Til slutt er det også mulig at den frivillige idrettens bidrag til samfunnets sosiale integrasjon også vil bli hemmet av en utviklingen av medlemmers forbruker holdning. I denne forstand vil utviklingen av markedsbasert interaksjoner mellom lag og medlemmer bety at idrettslags sosiale funksjon er i ferd i å svekkes. Dette er sannsynlig fordi markedsbasert interaksjon i mindre grad enn samhandling i frivillige organisasjoner er i stand til å skape samhold og integrasjon. Markedsrelasjoner er spesielle i den forstand at de innebærer distanse til handlingsfeltet, selv om de også kan bygge på relasjoner preget av tillit og normer. Det som likevel kjennetegner markedsrelasjoner er at alltid muligheten til «exit» er til stede; markedsrelasjoner innebærer begrensede personlige forbindelser og forpliktelser og kan derfor vanskelig bidra til sosial integrasjon som betinger aktiv deltakelse i et fellesskap og langsiktige moralske forpliktelser.

Dersom idrettslags-kommersialisering forsetter å utvikle seg, vil

det bli vanskeligere å skille mellom fortjenestebaserte tilbud og frivillige organisasjoner. Både legitimitetsgrunnlaget og samfunnsbetydning av frivillige organisasjoner vil være i fare med økende kommersialisering. I den forstand er idrettslags kommersialisering en av de viktigste utfordringene norsk idretten står overfor i tiden som kommer.

Når man setter ulikhet og kommersialisering i relasjon til hverandre, peker det på en viktig utfordring for idrettspolitikken. Hvis hovedmålet er å bevare idrettslags sosiale funksjon, må idrettspolitikken være rettet mot to formål. Idrettspolitikken skulle på den ene siden prøve å redusere ulikheter av ressurser mellom idrettslag og på den annen side prioritere de mest frivilligbaserte lagene.

Frivillighet og profesjonalitet i norske idrettslag

4.1 Bakgrunn og innledning

To forhold har særlig bidratt til en fornyet interesse for utviklingen i de frivillige idrettslagene. For det første skjer det endringer i samfunnet som har betydning for det som skjer på idrettsfeltet. Strukturelle og kulturelle utviklingstrekk leder til et mer differensiert samfunn og i tråd med dette, en mer mangfoldig idrettsbevegelse. På individnivå kommer dette til uttrykk ved at folk søker et større mangfold av idrettsopplevelser, både i og utenfor de tradisjonelle idrettslagene: på egenhånd, på kommersielle treningssentre og på ikke-idrettslige arenaer (Rittner 1995; Breivik 1998). I forlengelsen av at folk søker et større spekter av idrettsopplevelser, kan man også anta at forpliktelsene i forhold til organiseringen av aktiviteten for enkelte blir endret; man er f.eks. kunde på et kommersielt treningssenter, med rettigheter men uten forpliktelser i forbindelse med driften av organisasjonen, mens man er medlem i et tradisjonelt idrettslag, med rettigheter og forpliktelser. Gjennom massemedia får man inntrykk av at disse utviklingstrekkene har viktige konsekvenser for aktiviteten i lagene: det ropes om mangel på frivillige; det advares mot en stadig tiltakende profesjonalisering, idretten sies å reflektere stadig mer individualistiske og mindre kollektive og forpliktende verdier og ikke minst, man aner en tiltakende kommersialisering.¹⁸

18. I tillegg dukker det opp en lang rekke konkrete og idrettsrelaterte problemer som doping, spiseforstyrrelser, ekstremспорт, likestilling, seksualitet, homofili og integrering av fremmedkulturelle

For det andre har det i de senere år også vært økt ideologisk oppmerksomhet om det sivile samfunn, der frivillig organisasjoner utgjør en svært viktig del. På den ene siden har denne oppmerksomheten sin bakgrunn i kritikk, både fra den politiske venstre- og høyresiden, som viser til begrensningene i det som ofte blir ansett for å være vårt samfunns viktigste sosiale institusjoner: marked og politikk. På den andre siden har denne oppmerksomheten sitt utgangspunkt i mer positive visjoner knyttet til begrepet om det sivile samfunn.¹⁹ Det tegnes et bilde av sosial interaksjon i det sivile samfunn og frivillige organisasjoner som både har en egenverdi for den som deltar, men som også har betydning for grupper, institusjoner og samfunnet som helhet (se f.eks. Putnam 1992; Taylor 1995; Walzer 1992; Ketab 1998; Lorentzen 1998). Til sammen kommer dette til uttrykk i det forhold at «Frivillige organisasjoner blir stadig oftere trukket frem som løsninger på utfordringer i samfunnet» (Wollebæk et.al. 2000:19). Denne interessen er også eksplisitt knyttet til idrettsfeltet, både i faglige (Arnold 1992; Roche 1993; Morgan 1994) og mer politiske sammenhenger (se f.eks. St.meld. nr. 14, 1999–2000)²⁰.

Som en mulig innfallsvinkel til å forstå både hva som faktisk kjennetegner situasjonen og utviklingen blant de frivillige idrettslagene og de ideologiske og normative debattene knyttet til dette feltet – både forhåpninger og kritikk – kan det være fruktbart å ta utgangspunkt i hva det er som kjennetegner en frivillig organisasjon. I denne

19. Kjært barn har mange navn, se Lorentzen 1998.

20. «For Regjeringens idrettspolitikk blir det i framtiden et prioritert mål å styrke det frivillige, lokale idrettsarbeidet. Det er fire hovedgrunner til denne prioriteringen: - De lokale, frivillige organiserte idrettsaktivitetene gir en rekke sosiale gevinster, som kommer i tillegg til de idrettslige. Frivillig idrettsorganisering bidrar til å styrke lokalt fellesskap, og skaper sosiale bånd mellom foreldre, naboer, utøvere, og andre deltakere.

Den frivillige idretten gir trening i demokratiske samhandlingsformer. Det er regjeringens syn at dersom de frivillige og sivile demokratiske institusjonene svekkes, vil også den allmenne interessen for demokratisk deltakelse svekkes.

Den frivillig organiserte idretten gir selv betydelige tilskudd til egen drift, i form av ubetalt innsats. En vesentlig del av denne innsatsen er rettet inn mot driften av aktiviteten og organisasjonen.

Den medlemsbaserte idretten har tradisjonelt vært basert på en fortjenestefri organisasjonsform.» (St.meld. nr.14, 1999–2000, side 7)

sammenhengen, der idretten står i fokus, har vi valgt å ta utgangspunkt i noen mer idealtypiske framstillinger av hva det er som kjennetegner frivillige idrettslag (Heinemann & Schubert 1992; Ibsen 1992:24-27; Heinemann & Schubert 1994:14-15). Oppsummert kan man si at frivillige organisasjoner har følgende kjennetegn: (i) medlemsskapet er frivillig, (ii) foreningene er uavhengige av tredje part (marked, offentlige myndigheter), (iii) beslutningsstrukturer er demokratiske, (iv) den viktigste ressursen er frivillig og ulønnet arbeid,²¹ (v) organisasjonen har en klar interesseforpliktelse overfor medlemmer, og (vi) arbeider målspesifikt og målorientert.

Veien mellom en deskriptiv tilnærming og en mer normativ forståelse er imidlertid kort; de fleste av de frivillige organisasjonenes karakteristika lar seg ganske direkte uttrykke som mål man bør etterstrebe; som noe som har positiv verdi både for individ og samfunn. At frivillige idrettslag har de kjennetegnene som er nevnt over kan (i) bidra til en særegen form for forpliktelse og oppriktighet i forhold til deltakelse i organisasjonen som igjen kan utvikle seg til å bli en del av en prosess som medfører en spesiell form for sosial læring: det dannes sosial kapital (Portes 1998); uavhengigheten av tredje part sørger for at man (ii) har en mulighet til en selvstendig, kritisk og mindre «systempreget» samhandling (Habermas 1987): til forskjell fra markedet (Hansmann 1987) og politiske og offentlig institusjoner (Douglas 1987); videre (iii) har man i frivillige organisasjoner et potensiale for genuin demokratisk praksis og læring (Putnam 1992); det frivillige arbeidet kan også (iv) ha fordeler i forhold til betalt arbeid i det det bl.a. er mulig å trekke på et mangfold av kompetanser samtidig som man også opprettholder en saklig, sosial og tidsmessig fleksibilitet som mer formaliserte arbeidsforhold kan gjøre vanskelig (Heinemann & Schubert 1992:15-17); og til slutt (v & vi) kan frivillige organisasjoner være i stand til å ta medlemmenes interesser på alvor samtidig som de er direkte forpliktet i forhold til dem på en

21. Ibsen (1992:32-33) viser til fem kjennetegn ved frivillig arbeid; at det: (i) ikke er lønnet, (ii) er frivillig, (iii) tilføres andre enn familien, (iv) er til gagn for andre og (v) at det skal ha en viss formell karakter (dvs. det skal være organisert frivillig arbeid).

måte som gjør det mindre sannsynlig at de forfaller til byråkratiske og tungt hierarkiske enheter, der de i mindre grad blir talerør for medlemmene og i større grad ledelsens redskap. (Michels 1962). I forhold til en slik «positiv» normativ formulering av den sivile organiseringens fortrinn, er det imidlertid viktig å være klar over to forhold.

For det første at det er flere mulige normative målestokker for forståelsen av slike spørsmål; f.eks. skiller Tamir (1998) mellom liberale, kommunitaristiske og demokratiske visjoner knyttet til frivillige organisasjoner. Videre kan hver av disse dimensjonene igjen romme ulike dimensjoner; demokrati kan sees som et bidrag til individuell læring, som et bidrag til offentligheten, eller som en utvidelse av det representative demokrati (Warren 2001). For det andre kan man i den virkelige verden ofte også finne vrengebildet av disse idealene; det er ikke slik at det sivile samfunn med nødvendighet fyller alle disse sosiale funksjonene på en god måte (Berman 1997; Tamir 1998²²); om de gjør det er rett og slett et empirisk spørsmål.

Samtidig som det stilles store forhåpninger til hva et solid sivilt samfunn kan bidra med, er det også mange som er bekymret for at samfunnsutviklingen er i ferd med å undergrave betingelsene og mulighetene for å virkeliggjøre disse idealene. I forhold til den *frivillige idretten* faller mange av disse bekymringene inn under forestillinger knyttet til begrepene kommersialisering og profesjonalisering. Disse bekymringene kan igjen studeres langs de samme dimensjonene som ble presentert over som kjennetegnende for frivillige organisasjonene. Et første problem er knyttet til selve *medlemsskapsrollen* som kan bli grunnleggende endret om den i større grad gjøres til et spørsmål om økonomi eller politikk (kunde eller klient). Dernest kan man stille spørsmålsteget ved de frivillige idrettslagenes *uavhengighet*; på den ene siden ser man en tendens til kommersialisering som gjør lagene avhengige av markedet, på den andre siden spiller

22. «... as long as freedom of association is respected, civic society will be home to every imaginable type of association – authoritarian, elitist, bureaucratic, hierarchies, sexist, racist, and blindly traditionalist. Such associations may foster non-democratic tendencies, sharpen social cleavages, foster mutual distrust, and advocate disobedience of the law.» (Tamir 1998:219).

også det offentlige en rolle som gjør at man kan stille spørsmålsteget ved idrettslagenes *selvstendighet* (Ibsen 1997).²³ For det tredje kan man spørre om ikke forpliktelser i forhold til stat/kommune og marked og profesjonalisering vil kunne bety at medlemmene får en mindre direkte innflytelse i organisasjonen. For det fjerde kan en utvikling i denne retningen rokke ved det kanskje mest grunnleggende trekket ved en frivillig organisasjon: at den viktigste ressursen er frivillig arbeid. Videre vil profesjonalisering og kommersialisering kunne fjerne oppmerksomheten fra det som er medlemmenes primære ønsker i forhold til organisasjonen. Det er altså, alt i alt, mye som står på spill om det er slik at den frivillig organiserte idretten er i grunnleggende endring.

Nå er imidlertid ikke situasjonen nødvendigvis så vanskelig som man kan få inntrykk av i mediene, og de sammenhengene mellom ulike karakteristikk som trekkes fram i faglitteraturen er ikke nødvendigvis så selvsagte som man av og til kan få inntrykk av. For det første er det uenighet om hva slags virkninger ulike kjennetegn ved frivillige organisasjoner har, for individ og samfunn, og hvordan disse skal knyttes til mer normative spørsmål (Guttmann 1998). Videre er det slik at de mange utspill man finner i massemedia viser at dette er et felt preget av mange og sterke meninger, knyttet til ulike og ofte motstridende interesser. Feltet er komplekst og forståelsen av det er ofte basert på relativt overfladisk og mangelfull kunnskap. Dette reflekterer flere forhold. For det første er det uenighet om helt grunnleggende empiriske spørsmål på feltet (Putnam 2000, Skocpol et.al. 2000). For det andre, og kanskje viktigst, så er det mangel på god empirisk kunnskap på svært mange områder. For det tredje er det vanskelig å trekke entydige konklusjoner ut fra det som finnes av empiri. På den ene siden har Thiebault et.al. (1991) vist, i overensstem-

23. Et interessant tilfelle her er situasjonen der forhenværende ekspedisjonssjef Hans B. Skaset «truer» toppidretten med at dersom man ikke håndterer dopingproblematikken bedre enn man gjorde i forbindelse med Sidney OL, så vil det kunne få økonomiske konsekvenser. NIF (ledelsen av landets største frivillige organisasjon) går i en slik situasjon sporenstreks ut og krever tillit, ikke fra sine medlemmer, men fra staten. Dette illustrerer på en interessant måte en av flere typer koplinger som oppstår i forholdet mellom frivillig og statlig sektor.

melse med hva de fleste ville forvente, at profesjonalisering medfører spesialisering, formalisering og sentralisering. På den andre siden, og i motsetning til hva man vanligvis antar, viser tyske undersøkelser for det første at det fra 1986 til 1991 var en økende tilgang på frivillige i tyske idrettslag²⁴, for det andre at det i det samme tidsrommet var en nedgang i andel ansatte i idrettslag.²⁵ I siste instans er det derfor av helt avgjørende betydning å få mer kunnskap om hva som faktisk er situasjonene på dette området.

I dette kapittelet er det ikke meningen å bidra avgjørende til de teoretiske debattene på feltet, men å få et overblikk over hvordan situasjonen faktisk er: Hvor sentralt er det frivillige arbeidet i norske idrettslag? Hva slags oppgaver utføres? Hvor omfattende er det betalte arbeidet i idrettslagene? Hvilke oppgaver tar de betalte på seg? Videre kan det være nyttig å få et innblikk i hvordan frivillig og betalt arbeid og endrer seg i ulike typer idrettslag.²⁶ Først når man vet noe om dette kan man virkelig gå inn og mer kritisk vurdere situasjonen i norske idrettslag; antyde noe om hva som forårsaker det bildet som tegner seg og hva slags effekter det eventuelt kan ha. På en bakgrunn av disse innledende drøftingene og de empiriske drøftingene vil vi avslutningsvis forsøke å si noe om hva slags utvikling vi observerer, hva den skyldes og hva slags konsekvenser det er rimelig å forvente at den vil ha. En empirisk innsikt i feltet kan i neste omgang være et godt utgangspunkt for videre teoretiske debatter.

4.2 Det frivillige arbeidet: En oversikt

I dette avsnittet skal vi gi en oversikt over det frivillige arbeidets plass i norske idrettslag, og det er i hovedsak tre spørsmål som skal stå i

24. «Es ist festzustellen, dass das ehrenamtliche Engagement nicht nachlässt, sondern zunimmt.» (Dierker & Wadsack 2000:14).

25. «Im Vergleich der FISAS 1986 mit der FISAS 1991 West ist der Anteil bezahlter Arbeitskräfte an der Gesamtzahl der Mitarbeiter in den Sportvereinen von 10% in Jahr 1986 auf 8,2% im Jahr 1991 signifikant zurückgegangen» (Pitsch & Emrich 2000:16).

26. I neste fase av dette prosjektet vil vi kunne gå videre med disse spørsmålene og se de forholdene vi her beskriver på lagsnivå i forhold til medlemmene i lagene.

Tabell 4.1. Andel av arbeid nedlagt i idrettslag som er gjort av frivillige. Prosent. (N=269)

Andel av arbeid:	Andel av idrettslag:
100 prosent	68.4
95-99 prosent	14.1
90-94 prosent	5.9
51-89 prosent	7.8
Opp til 50 prosent	3.7
Totalt	99.9

fokus. For det første er det spørsmål om hvor stor andel av den totale arbeidsinnsatsen i et idrettslag som gjøres av frivillige. For det andre er det snakk om hvor mye arbeid – timer pr. uke – som legges ned i hvert enkelt idrettslag, både samlet og i forhold til mer konkrete arbeidsoppgaver. For det tredje er det spørsmål om hvor mye arbeid som legges ned i hver klubb i forhold til antall medlemmer (engasjementskoeffisient), igjen både samlet og i forhold til mer spesifikke arbeidsoppgaver.

Det mest grunnleggende spørsmålet når det gjelder det frivillige arbeidets posisjon i norsk idrett er hvor sentralt dette arbeidet står i lagene, og vi har her spurt helt direkte: «Hvor stor andel av arbeidet som er lagt ned i driften av idrettslaget det siste året er gjort av frivillige (dvs. ubetalt)?». Svarene finnes i tabell 4.1.

Tabell 4.1 gir et ganske klart inntrykk av hva som er situasjonen i norske idrettslag. *I om lag to tredjedeler av lagene (68,4 prosent) gjøres alt arbeidet av frivillige.* I ytterligere 20 prosent (14,1 prosent+5,9 prosent) av lagene gjøres 90 prosent eller mer av arbeidet av frivillige. I omlag 4 prosent av lagene gjøres mindre enn 50 prosent av arbeidet av frivillige, mens mellom 50 og 90 prosent av arbeidet gjøres av frivillige i 8 prosent av idrettslagene. Det vil si at i nær 90 prosent av norske idrettslag gjøres 90 prosent eller mer av arbeidet av frivillige.

Det er her to forhold som er verdt å legge merke til. For det første at *norske idrettslag i all hovedsak er tuftet på frivillig arbeid.* For det

andre er det klart at selv om hovedtyngden av arbeidet gjøres av frivillige, så er det likevel, gitt sektorens størrelse og omfang, liten tvil om at en god del arbeid – og i noen få klubber en relativt betydelig andel – gjøres av ansatte. Selv om frivillig innsats ser ut til å stå svært sterkt, så skal man altså ikke glemme at det er et betydelig innslag av ansatte lønnsarbeidere i norske idrettslag.

Om man sammenlikner våre funn med studier fra andre land, blir inntrykket av at det frivillige arbeidet står sterkt i norsk idrett forsterket. I en tysk studie viser Heinemann og Schubert (1992) at bare 39 prosent av idrettslagene i Hamburg og 47 prosent i Schleswig-Holstein utelukkende baserte seg på frivillig innsats. I Ibsens (1992) danske studie får instruktører (noen eller alle) betalt i 46 prosent av

Tabell 4.2. Frivillig arbeid (timer pr. uke) lagt ned i ulike arbeidsoppgaver i norske idrettslag, gjennomsnittsverdier.²⁷

Daglig ledelse	8,3
Regnskap	2,7
Trening	17,4
Oppmann	6,5
Vaktmester, hallbestyrer	1,1
Støtteapparat	2,4
Frivillige organisering	5,2
Annet	1,8
Totalt	45,3

27. Det er et problem som melder seg ved presentasjonen av disse resultatene. En del lag har gitt svar på alle kategorier, også null der det er korrekt svar. Mange lag har imidlertid latt enkelte svarkategorier stå åpne samtidig som de har besvart andre. I disse tilfellene og i en del andre er det rimelig å anta at mangel på svar betyr null. Det er imidlertid også en del ubesvarte spørsmål som med all sannsynlighet ikke er null. Vi har like fullt valgt å inkludere fraværende svar som besvart med null. Dette gjør at de oppgitte gjennomsnittssommene med all sannsynlighet er for lave. Alternativet hadde vært bare å oppgi resultatene for de som har besvart. Problemet ville da vært det motsatte, at tallene som gjennomsnittstall ville bli altfor høye, og at man med utgangspunkt i de mållene der relativt få har noe å melde ville ha fått et svært lite utvalg til bruk i de videre analysene.

lagene. Det norske datasettet viser ingen signifikant forskjell mellom geografisk plassering i forhold til dette spørsmålet. Det ser altså ut som om det frivillige arbeidet står sterkere i norske enn i tyske og danske idrettslag.

Vi har også undersøkt hvor mye tid (antall timer pr. uke) som brukes på det frivillige arbeidet samlet i hver enkelt klubb, og hvor mye som brukes på ulike arbeidsoppgaver. I undersøkelsen er det spurt hvor mye frivillig arbeid som legges ned i idrettslaget i løpet av en uke på ulike områder, og resultatene viser at det *i gjennomsnitt blir lagt ned 45,3 timer med frivillig arbeid pr. lag*. Tabell 4.2 viser hvordan tiden brukes i forhold til ulike arbeidsoppgaver.

Om man tar utgangspunkt i gjennomsnittet for alle lagene i undersøkelsen, er det hel klart at det er i forhold til «trening» det legges ned mest frivillige arbeid: 17,4 timer pr. uke. I forhold til det samlede arbeidet utgjør dette over en tredjedel av det totale frivillige arbeidet som legges ned. Videre er de viktigste aktivitetene «daglig ledelse» (8,3 timer pr. uke), «oppmann» (6,5 timer pr. uke) og «frivillig organisering» (5,2 timer pr. uke). Administrasjon (daglig ledelse og regnskap) ser med det til å utgjøre noe mindre enn en fjerdedel av det totale frivillige arbeidet, mens det mer aktivitetsorienterte (trening, oppmann, støtteapparat) til sammen utgjør godt over halvparten av den frivillige aktiviteten.

Et kanskje mer interessant mål for hvor mye frivillig arbeid som legges ned i et lag, er antall timer som brukes i forhold til antall medlemmer, dvs. antall timer frivillig arbeid pr uke pr. medlem. Tabell 4.3 viser hvordan norske idrettslag scorer på en slik «engasjementskoeffisient».

Det er to måter å lese tabell 4.3 på. For det første uttrykker den mengden arbeid som er lagt ned i idrettslagene i forhold til medlemsantall. Totalt viser dette seg å være om lag 17 minutter per medlem per uke. De to viktigste enkeltaktivitetene er «trening» der det brukes rundt seks minutter pr medlem pr uke, mens «daglig ledelse» og «regnskap» til sammen legger beslag på nesten fem minutter. For det andre kan man se på forholdet mellom de ulike aktivitetene, der altså trening igjen er den klart mest sentrale aktiviteten.

Tabell 4.3. Frivillig arbeid timer (minutter) pr. uke pr. medlem) lagt ned i ulike arbeidsoppgaver i norske idrettslag, gjennomsnittsverdier.

Daglig ledelse	0,06 (3.6)
Regnskap	0,02 (1.2)
Trening	0,10 (6.0)
Oppmann	0,03 (1.8)
Vaktmester, hallbestyrer	0,01 (0.6)
Støtteapparat	0,01 (0.6)
Frivillige organisering	0,03 (1.8)
Annet	0,007 (0.4)
Totalt	0,28 (16.8)

4.3 Det betalte arbeidet: En oversikt

På samme måte som når det gjelder det frivillige arbeidet, vil vi her gi en oversikt over den innsatsen som gjøres av ansatte, dvs. at arbeidet blir betalt, i norske idrettslag. I tillegg skal vi også legge inn en liten ekskurs med noen betraktninger omkring hva det er rimelig å legge i begrepet «profesjonalisering» i denne sammenhengen, ut over det at folk får betalt for arbeidet de gjør.

Som en første tilnærming til spørsmålet om lønnsarbeid i idrettslagene, har vi spurt om klubbene i det hele tatt har folk ansatt²⁸, og svaret her viser at 24 prosent av lagene sier de har folk ansatt. Til sammenlikning finner Pitsch & Emrich (2000) at 47 prosent av tyske idrettslag benytter seg av betalt arbeidskraft. Igjen får vi altså bekreftet bildet av norsk idrett som, i et sammenlignende perspektiv, relativt lite avhengig av betalt arbeid, og, i all hovedsak basert på frivillig arbeid.

Videre har vi sett nærmere på hvilke arbeidsoppgaver lønnsarbeidet brukes til og vi får da følgende resultater.

28. En definisjon av ansatt er bakt inn i spørsmålet: «Med 'ansatt' tenker vi på personer som har en avtale (muntlig eller skriftlig) med idrettslaget om å utføre bestemte oppgaver (trening, administrasjon eller annet) mot betaling.»

Tabell 4.4. Lønnet arbeid (timer pr. uke) lagt ned i ulike arbeidsoppgaver i norske idrettslag.

Daglig ledelse	1,1
Regnskap	0,4
Trening	2,1
Idrettsutøvere	0,06
Vaktmester, hallbestyrer	1,2
Støtteapparat	0,05
Annet	2,1
Totalt	5,9

Tabell 4.4 viser for det første at *det legges ned nesten seks timer betalt arbeid pr. idrettslag pr uke i Norge*. Ser man på lagene som helhet, er det trening (2.1 timer) som sammen med «annet» er den mest utbredte arbeidsformen. Deretter følger vaktmesteroppgaver (1.2 timer) og «daglig ledelse» (1.1 time). Vaktmesteroppgaver er imidlertid konsentrert om relativt få klubber, selv om det samlet er relativt mye tid som legges ned i dette. I forhold til det frivillige arbeidet er selvfølgelig en viktig forskjell her at det også finnes profesjonelle idrettsutøvere, en kategori det ikke finnes noen meningsfull ekvivalent til når det gjelder den frivillige innsatsen.

Nedenfor vil vi å se på lønnsarbeidet i forhold til medlemsmassen i lagene: hvor mye betalt arbeid legges det ned pr. medlem pr. uke i norske idrettslag.

Det legges ned 1,2 minutter (0,02 time) betalt arbeid pr. medlem pr. uke i norske idrettslag. Enda en gang, og enda tydeligere, er det trening som står i fokus, og denne gangen utgjør «trening» omtrent halvparten av det profesjonelle arbeidet som legges ned i forhold til antall medlemmer. Etter dette følger «daglig ledelse» og «vaktmester, hallbestyrer», men dette utgjøre hver for seg omlag bare en femtedel av det arbeidet som legges ned i «trening».

En mulighet her er å sammenlikne hvor mye frivillig og betalt arbeid som legges ned i norske idrettslag i forhold til enkeltmedlemmer og lag, og resultatene viser igjen at det helt klart er det frivillige

Tabell 4.5. Betalt arbeid. Minutter pr. uke lagt ned i ulike arbeidsoppgaver i norske idrettslag i forhold til antall medlemmer.

Daglig ledelse	0.12 min.
Regnskap	0.02
Trening	0.6
Idrettsutøvere	0.004
Vaktmester, hallbestyrer	0.12
Støtteapparat	0.01
Annet	0.06
Totalt	1.2

arbeidet som står sentralt, *Samlet legges det ned fjorten ganger så mye arbeid pr medlem av frivillige som av profesjonelle i norske idrettslag* (0.28/0.02). Og om man gjør det samme regnestykket i forhold til utvalgte arbeidsoppgaver finner man følgende forhold: Det legges ned 30 ganger så mye arbeid i «daglig ledelse» av frivillige som profesjonelle (pr. medlem), 10 ganger så mye arbeid i «trening» av frivillige som profesjonelle (pr. medlem) og fem ganger så mye i «vaktmester, hallbestyrer» av frivillige som profesjonelle (pr. medlem).

4.4 Ekskurs: Profesjonalisering i idretten²⁹

Om det finner sted en form for profesjonalisering eller ei, er en problemstilling som i en faglig sammenheng rommer mer enn bare et spørsmål om man får betalt for et arbeid eller ikke. Og selv om våre data bare i begrenset grad kan si noe om 'profesjonalisering' i en slik mer faglig betydning, kan likevel en mer analytisk forståelse av profesjonalisering i idretten ha betydning for den mer overordnede fortolkningen av resultatene i dette kapittelet.

Skal man så si noe om det er i ferd med å utvikle seg profesjoner

29. Dette avsnittet om profesjonalisering bygger i stor grad på Hartmann-Tews 1999 og Cachay & Thiel 2000.

på idrettsfeltet, må man først ha et mer presist begrep om hva profesjonalisering skal bety. I en norsk sammenheng har Torgersens definisjon stått sentralt: «Vi har en profesjon hvor 1) en bestemt langvarig formell utdanning erverves av 2) personer som stort sett er orientert mot oppnåelse av bestemte 3) yrker som ifølge sosiale normer ikke kan fylles av andre personer enn de med denne utdanning.» (Torgersen 1972:10).

Mens de to førte punktene i definisjonen – utdanning/kunnskap og karrierevei – er relativt greie å forholde seg til i denne sammenheng, krever det tredje punktet litt utdyping. Profesjonalisering innebærer at yrkesgruppen klarer å få gjennomslag for at ens kunnskap er enestående i forhold til spesifikke problemer eller ytelser som må løses, og at ens gruppe, med utgangspunkt i en særskilt utdanning, er den beste, eller eneste, som kan løse dette problemet. Dette betyr at en profesjon bygger sin kompetanse på et vitenskapelig kunnskapsgrunnlag som gjør at man oppnår en form for monopol på løsningen av «sitt problem». Profesjonen legitimeres gjennom en ikke-kommersiell etikk, og at det opprettes en form for rollefordeling mellom profesjon (ekspert) og lekmann (klient), der klienten på sett og vis er prisgitt eksperten for å få løst sine problemer. Kron eksempel som svarer til en slik forståelse er legestanden.

For mer konkret å kunne vurdere om det i en norsk sammenheng er rimelig å snakke om profesjonalisering innen idretten, er det fruktbart å ta utgangspunkt i at profesjonalisering må forstås som en prosess og at den kan sies å inneholde tre faser: *potensiale, formasjon, stabilisering* (Hartmann-Tews 1999:37-39). Potensialet for profesjonalisering ligger dels i at man har et samfunnsfelt med et problem som oppfattes som svært viktig og som kan løses av én spesiell yrkesgruppe med én spesiell faglig kompetanse. I forhold til et slikt utgangspunkt er idrettens posisjon noe motsetningsfylt. Som et argument for at det foregår former for profesjonalisering, er det nærliggende å peke på at det de siste tiårene er blitt etablert flere vitenskapelige diskurser knyttet til idrettsfeltet. Samtidig pågår det en debatt om hva som er disse vitenskapers vesen, kjennetegn og navn, noe som innebærer at det foreløpig virker noe overilt å si at det finnes én idrettsvitenskap. Dette taler igjen mot at det er rimelig å hevde at

det finnes ett idrettsfaglig kunnskapsregime som kan bygge opp under profesjonaliseringsprosesser. For det andre er det antakelig også noe søkt å si at idrett er svar på et viktig samfunnsmessig problem som krever en spesiell form for kompetanse: Det trengs i liten grad ekspertkunnskap for å drive sport, og idrett blir nok av de fleste oppfattet som en av flere likeverdige fritidssysler. Potensialet for profesjonalisering av idretten er altså relativt begrenset.

For å forstå hvordan en slik profesjon eventuelt kan ta form, kan det være fruktbart å se nærmere på de yrkene de som tar idrettsutdanning får, og her kan det være rimelig å skille mellom tre ulike arenaer. For det første kan man se på dem som arbeider i direkte tilknytning til idretten. Problemet er her, igjen, at det strengt tatt ikke fordres en spesiell kunnskap for å få i gang eller drive aktiviteten, og at det dermed er vanskelig å etablere de makt og autoritetsforholdene som profesjonalisering innebærer. For det andre kan man se på dem som jobber i eller i tilknytning til helse- og sosialsektoren. Her kan man antakeligvis si at det er enklere å få forståelse for at man arbeider med et «avgjørende» sosialt problem. Problemet her, i forhold til at det skal utvikles en egen idrettsprofesjon, er at man vil måtte hevde seg i forhold til flere andre profesjoner, blant dem vårt samfunns kanskje sterkeste profesjon – legestanden – og en ny profesjon vil med all sannsynlighet bli underordnet disse. Et tredje område som kunne vært en sektor for profesjonalisering av idrettskompetansen er de nye kommersielle treningssentrene. Problemet her er igjen det forhold at dette ikke er en form for aktivitet som krever en omfattende og klart spesifisert form for kunnskap eller kompetanse, og det er vanskelig å se for seg at man vil kunne utvikle et ekspert-klient forhold og med det det avhengighetsforholdet som ligger i en ekte profesjon. Det er også viktig å være klar over at den kommersielle treningssektoren befinner seg i skjæringspunktet mellom idrett og marked og at de med det også i en stor grad vil måtte trekke på andre former for kunnskap, kompetanse og erfaring enn den idrettslige, noe som igjen vil kunne gjøre det vanskelig å hevde idrettsfagets posisjon.

Som en slags oppsummering kan man da si at våre data viser at det i forbindelse med de frivillige idrettslagene i hvert fall finnes tre mulige yrkesroller: *trener, administrasjon/økonomi og utøver*. Det er

også verdt å merke seg at det i hvert fall for de to første finnes et utdanningstilbud som gjør at man til en viss grad kan si at det finnes spesiell fagkunnskap knyttet til disse posisjonene. Man kan med det si at det dreier seg om egne yrker, og man kan også snakke om en fagliggjøring knyttet til deler av aktivitetene som finner sted i idrettsnorge. Når det gjelder utøverrollen er den i veldig liten grad knyttet til formelle krav. Man kan gå på et idrettsgymnas, men det vil ikke i seg selv fungere kvalifiserende i forhold til en karriere som idrettsutøver. Om man ser nærmere på det som videre kjennetegner en profesjon, viser drøftingene over at det er lite som tyder på at «idretten» vil utvikle profesjoner i mer presis betydning av ordet.

Dette er et resultat som både kan tolkes som positivt og negativt i forhold til det som er problemstillingen i dette kapittelet. En profesjonalisering av idretten ville kunne bidratt til at det ble utvikle maktstrukturer som både kunne tjene og skade den frivillige idretten slik vi ser den i dag. På den ene siden vil man måtte anta at etableringen av forholdet mellom en ekspert og en klient, ville kunne innebære en svekkelse av noe av det som kjennetegner medlemsrollen i et tradisjonell frivillig idrettslag. På den andre siden skal man ikke se bort fra at en fagliggjøring av sider ved aktivitetene i idrettslag kan ha noe av den samme funksjonen, men i et mindre og svakere omfang.

4.5 Forskjeller mellom klubber³⁰

Så langt er det tegnet et svært generelt bilde av hvor mye frivillig og betalt arbeid som legges ned i norske idrettslag, og hovedtendensen er helt klart at det frivillige arbeidet er idrettslagenes mest sentrale ressurs. I forlengelsen av et slikt funn, vil det være interessant å få fram et mer nyansert og sammensatt bilde: Hva slags idrettslag baserer seg i hvilken grad på henholdsvis frivillig og betalt arbeid? Hvilke trekk ved idrettslagene kan forklare slike forskjeller: størrelse, organisasjonsform, medlemmer, ambisjonsnivå, geografisk tilknytning,

30. Se appendiks 7 for mer konkret presentasjon av analysen som ligger til grunn for dette avsnittet.

alder, autonomi eller økonomi? Igjen vil det være snakk om å se på disse spørsmålene ut fra tre hoveddimensjoner: mengde frivillig arbeid som del av alt arbeid utført i idrettslagene, samlet mengde frivillig og betalt arbeid i idrettslagene og til slutt mengde frivillig og betalt arbeid pr. medlem.

I følge danske (Ibsen 1992) og tyske (Heinemann og Schubert 1992) studier, er det mange forhold som spiller inn når det gjelder idrettslags bruk av henholdsvis frivillig og betalt arbeid. For det første vektlegger begge at det er en sammenheng mellom disse forholdene og størrelse på lagene (antall medlemmer); jo større lag, jo færre frivillige (relativt sett) og flere ansatte. For det andre vektlegger også begge at et lags homogenitet – sammensetning av medlemmer – er avgjørende for den frivillige innsatsen: jo mindre heterogent, jo enklere er det å få de frivillige på banen. Videre legger Ibsen fram en hypotese om at hva slags aktiviteter et lag driver med har betydning for den frivillige innsatsen. Mer konkret: «Frivillighetsgraden er størst i foreninger med konkurranseidræt, i foreninger med elitdeidræt og i foreninger som også har ikke-idrætslige aktiviteter» (1992:200). Det er også mulig tenke seg at det er forskjeller mellom ulike idretter – enkelte idretter er mer populære, enkelte former for kompetanse er mer utbredt – som gjør det enklere å rekruttere frivillige i forhold til utvalgte idretter. I forhold til spørsmål om autonomi (økonomisk og aktivitetsmessig) spør Ibsen videre om det ikke er rimelig å forvente at større autonomi vil føre til «mer» frivillighet. Heinemann og Schubert (1992) finner i sine studier også en sammenheng mellom lagenes alder og frivillig innsats; jo yngre lag, jo enklere å mobilisere de frivillige. Vi skal i det følgende gå gjennom de av disse hypotesene som lar seg prøve ut i vårt datasett. Analysene er delvis basert på enkle korrelasjonsanalyser, dels på sammenlikninger av gjennomsnittsverdier i ulike grupper av idrettslag.

4.5.1 Størrelse (antall medlemmer)

For det første er det relativt entydige og signifikante sammenhenger mellom størrelsen på et idrettslag og hvor mye arbeid (samlet) som legges ned i laget. Dette gjelder både for frivillig og betalt arbeid, men

sammenhengen er sterkere når det gjelder det profesjonelle arbeidet. For det andre er det *en signifikant negativ sammenheng mellom størrelsen på et idrettslag og andelen av arbeidet i laget som gjøres av frivillige; jo større laget er, jo mindre andel av arbeidet gjøres av frivillige*. Dette reflekteres også i det forhold at det er en klar positiv signifikant sammenheng mellom størrelsen på et idrettslag og det å ha betalt ansatte: mens omlag 10 prosent av idrettslag med mindre enn 100 medlemmer har ansatte, har cirka 80 prosent av lagene med mer enn 500 medlemmer betalt ansatte.

Når det gjelder hvor mye tid som brukes pr. medlem, så er det generelt en negativ, men ikke signifikant sammenheng mellom det frivillige arbeidet og størrelsen på laget, og en positiv og signifikant sammenheng mellom størrelse og betalt arbeid lagt ned pr. medlem. Ser man på de ulike formene for frivillig arbeid som legges ned i et lag, så er det en negativ og signifikant sammenheng mellom størrelse og frivillig «ledelse», «regnskap» og «vaktmesterarbeid»³¹, mens det ikke er noen signifikant sammenheng når det gjelder «trening». I forhold til betalt arbeid er det positive signifikante sammenhenger mellom størrelse og «ledelse», «regnskap», «aktive idrettsutøver» og «vaktmester» (større krav til organisasjonsarbeidet?), men en svak negativ og ikke-signifikant sammenheng mellom størrelse og det å ha profesjonelle trenere.

Alt i alt kan man si at *hypotesen om at det frivillige arbeidet står svakere i store enn små lag støttes*. En mindre andel av arbeidet i store lag er frivillig, og flere store lag har ansatte. Denne innsikten utdypes og styrkes ved at det legges ned mindre frivillig arbeid pr. medlem i store lag (ikke signifikant), mens det legges ned mer betalt arbeid pr. medlem i store lag (signifikant). Videre ser det ut til at det først og fremst er den *administrative frivillige innsatsen* som reduseres når lagsstørrelsen vokser og som til gjengjeld styrkes gjennom betalt arbeid når lagene blir større. Når det gjelder aktivitet knyttet til det idrettslige (trening mm.) ser denne i mindre grad ut til å bli berørt.

31. Man kan her tenke seg at man har en stordriftsfordel der man relativt sett legger ned mindre administrativt arbeid pr. medlem når lagenes størrelse øker.

4.5.2 Klubbens alder

Tyske studier viser altså at en klubbs alder er viktig i forhold til det å mobilisere frivillige. Antakelsen synes å være at jo yngre – mindre etablert – et lag er, jo lettere er det å mobilisere frivillige. På et helt generelt nivå gir våre data delvis støtte til et slikt syn. Det er ikke slik at det frivillige arbeidet står sterkere i yngre enn eldre lag. Men det er en *klar sammenheng mellom alder på laget og det totale antall timer med frivillig arbeid som legges ned i laget*. Dette skyldes med all sannsynlighet at de eldste lagene også er de største. Om man ser på hvor mye frivillig og betalt arbeid som legges ned i lagene i forhold til antall medlemmer, ser det imidlertid ut til at *jo eldre klubbene er, jo mindre arbeid legges det ned for hvert medlem*. Sammenhengene er imidlertid ikke signifikante. Om man derimot går enda mer i detalj, så er det indikasjoner på at det legges ned mer frivillig arbeid pr. medlem i yngre lag. Når det gjelder det betalte arbeidet, så er sammenhengene både mindre entydige og i mindre grad statistisk signifikante.

4.5.3 Sammensetning av medlemmer: Heterogenitet vs. homogenitet

Både Ibsen (1992) og Heinemann og Schubert (1992) er opptatt av at frivillig innsats ser ut til å være betinget av det de kaller et lags *homogenitet*; dvs. i hvilken grad laget har forskjeller i kjønns- og alderssammensetning. Antakelsen er at jo mer heterogent et lag er, jo mindre er det frivillige engasjementet. For å undersøke påstanden har vi klassifisert lagene ut fra andel menn og ut fra andel medlemmer under henholdsvis 13 og 17 år.

Analyser viser ingen klar og signifikant sammenheng mellom kjønns- og alderssammensetning og hvor stor andel av det totale arbeidet i et lag som gjøres av frivillige. *Men det ser ut til å være en positiv sammenheng mellom andel menn og den totale mengden av frivillig arbeid som legges ned i et idrettslag*. Alderssammensetning ser ikke ut til ha noen betydning i denne sammenheng.

Ser vi på sammenhengene mellom det frivillige arbeidet og kjønns-sammensetningen i laget, så viser det seg at, *jo større andel gutter og*

menn det er i et lag, jo mer frivillig arbeid pr medlem. Denne tendensen viser seg både når det gjelder administrative oppgaver som regnskap, ledelse og treningsarbeid

For alder finner vi at *andel medlemmer under 13 år påvirker hvor mye frivillig arbeid som legges ned i klubben pr. medlem*. Når det gjelder arbeidsoppgaver ser det særlig ut til at det er «trening» det legges mest arbeid i i forhold til de yngre. Sammenhengene er motsatt (men ikke signifikant) for lønnet arbeid. Tendensene er de samme om man ser på andel medlemmer under 17 år, men ingen sammenhenger er her signifikante.

Det ser altså ut til at *idrettslagenes sammensetning spiller en viktig rolle i forhold til hvor mye frivillig arbeid som legges ned i dem*. Ikke først og fremst for hvor stor andel av arbeidet som er frivillig, men for frivillig arbeid totalt og pr. medlem. Det er to interessante sammenhenger som peker seg ut. For det første legges det ned mer frivillig arbeid i lag der menn/gutter er i flertall. For det andre legges det ned mer frivillig arbeid blant de yngste.

4.5.4 Konkurransen versus deltakelse

Ibsen (1992) antyder at et forhold som kan være viktig for om man klarer å engasjere frivillige eller ikke er hvilket *ambisjonsnivå* idrettslag legger seg på. Et lag som satser på elite, konkurranser og gode resultater vil kanskje være attraktivt og i større grad enn mer deltakelsesorienterte lag trekke inn frivillige. Samtidig kan det også være slik at de «konkurransorienterte» er flinkere når det gjelder å trekke på profesjonell kompetanse. Til sammen blir det et tilsynelatende motsetningsfylt bilde, der de eliteorienterte trekker til seg både den frivillige og den betalte arbeidskraften.

Om man ser på den direkte sammenhengene mellom i hvilken grad et lag sier at de satser på deltakelse vs. konkurranse og hvor stor andel av arbeidet som gjøres av frivillige, så finner vi at *konkurransesambisjoner ser ut til å gjøre det frivillige arbeidet mindre sentralt*. Ser man på i hvilken grad idrettslag har folk ansatt eller ei, får man et tilsvarende mønster: *jo viktigere konkurranse er, jo større er sjansen for at man har ansatte* (denne siste sammenhengene er ikke signifikant).

Videre er det også slik at jo høyere konkurransenivået er, jo større er innsatsen av betalt og frivillig arbeid.

Dette gjelder også når vi ser på arbeid i forhold til medlemsantall; *jo høyere konkurranseambisjoner et lag har, jo mer frivillig og betalt arbeid legges ned i klubben relativt til antall medlemmer*. Ser man nærmere på hva slags arbeid dette dreier seg om, så er det en signifikant sammenheng både for frivillig arbeid knyttet til trening og ledelse, mens det ikke finnes spesifikke signifikante sammenhenger når det gjelder betalt arbeid og enkeltoppgaver.

Alt i alt får man et litt motsetningsfylt bilde der forholdet mellom frivillig og betalt arbeid ikke utelukker, men bekrefter hverandre. Både tesen om at det legges ned mer frivillig arbeid i idrettslag orientert mot konkurranse og resultater og at det profesjonelle arbeidet står mer sentralt i slike lag bekreftes.

4.5.5 Organisatoriske trekk

I tillegg til at man finner forskjeller mellom mer eller mindre elite-orienterte lag, kan det også være interessant å se på sammenhengen mellom frivillighet, lønnsarbeid og ulike organisatoriske forhold i idrettslagene. Vi skal her helt kort se på forskjeller mellom *særidrettslag* og *fleridrettslag*, mellom lag med ulike antall grupper, og til slutt skal vi sammenlikne, mer eksplorativt, forskjeller mellom lag ut fra hva slags idretter de har på programmet.

Ser vi på forholdet mellom særidrettslag og fleridrettslag, viser data for det første at dette er en forskjell som ikke betyr noe for hvor mye av arbeidet som gjøres av frivillige. Derimot er det, og dette kan selvfølgelig skyldes lagenes størrelse, slik at *det legges ned mer frivillig arbeid i fleridrettslag enn i særidrettslag*. For betalt arbeid er det en motsatt tendens, men den er ikke statistisk signifikant. Det kan også se ut til at det legges ned mer arbeid pr. medlem i særidrettslagene enn i fleridrettslagene. Den samme tendensen viser seg også i forhold til ulike arbeidsoppgaver for de frivillige, men igjen uten at sammenhengen er statistisk signifikant. Her er det også mulig at størrelse er en viktig og bakenforliggende variabel.

Antall *grupper* i et lag kan også tenkes å ha betydning for arbei-

det som gjøres i laget, men igjen vil det være vanskelig å skille en eventuell effekt fra andre organisatoriske forhold som størrelse og sær- vs fleridrett. Data viser imidlertid at bortsett fra at det er en sammenheng mellom antall grupper og hvor mye arbeid som legges ned, så er det ingen klare sammenhenger å finne her.

Går vi så over til å sammenlikne lag ut fra *hva slags idretter* de driver med, kan man anta at mer populære idretter kanskje har større andel frivillige enn mindre populære. En mulighet er også at lagidretter har større frivillig oppslutning enn individuelle idretter. Da det er vanskelig å sammenlikne fleridrettslag med flere idretter på programmet, må vi her sammenlikne særidrettslag. Størrelsen på utvalget gjør det da nødvendig å samle særidrettslag som driver med fotball, håndball og volleyball (lagidretter) i én gruppe og særidrettslag som driver med friidrett, orientering, ski og svømming (individuelle idretter) i en annen. Siden utvalget er så lite, er det ingen signifikante sammenhenger i analysen, og tendensene som tegner seg bør, selv om de er relativt entydige, tas med noen forbehold.

Våre data viser at *den frivillige innsatsen står mer sentralt i lagidrettene enn i de individuelle idrettene*. En noe større andel av arbeidet i lagidrettene gjøres av frivillige i forhold til de individuelle idrettene. Dette kan nok for en stor del skyldes forskjeller i størrelse på lagene. Den samme forskjellen kommer til syne også når det gjelder frivillig og betalt arbeid i forhold til antall medlemmer; det legges her ned mer arbeid av begge typer i lagidrettene enn i de individuelle idrettene.³²

4.5.6 Økonomi og uavhengighet: Marked, stat og egne medlemmer

En viktig side ved frivillige organisasjoner har tradisjonelt vært deres uavhengighet av andre sektorer, dvs. deres autonomi i forhold til stat og marked. I et slikt perspektiv har Ibsen hevdet at jo mer autonomt

32. Mens de andre analysene i dette avsnittet er basert på enkle korrelasjonsanalyser som er presentert i et eget appendiks, er akkurat denne analysen basert på sammenlikning av gjennomsnittsverdier (Anova).

et idrettslag er, jo bedre er betingelsene for å mobilisere frivillige. Dette kan i idrettens tilfelle presiseres på flere måter. For det første kan man anta at jo mindre avhengig et lag er av inntekter fra markedet, jo mer frivillig innsats finner man i laget. Tilsvarende kan man anta at jo mindre inntekter fra offentlige kilder, jo mer lokal autonomi. I tillegg kan man også spørre om det ikke finnes en tilsvarende mekanisme i forhold til idrettens egne organer; jo mindre inntekter som kommer fra overordnede idrettsledd, jo mer autonomi. Om man gjør dette til et spørsmål om økonomi – dvs. hvor pengene kommer fra – og snur på bildet, kan det uttrykkes langs en fjerde dimensjon; jo større andel av et lags inntekt som stammer fra egne medlemmer, jo mer autonomt og jo bedre vilkår for frivillighet.

I de følgende analysene opererer vi med flere og ulike mål for lagenes økonomi. For det første har vi et mål for den samlede inntekts størrelse og denne i forhold til medlemstall. Dernest har vi et mål for kommersielle inntekter³³, både i total sum, i forhold til lagets samlede inntekter og i forhold til antall medlemmer. Inntekter fra det offentlige analyseres på tilsvarende måte. Til slutt har vi også et mål for medlemsinntekter, der vi har begrenset oss til å se på disse i forhold til lagenes samlede inntekter.

Vi finner for det første en signifikant og negativ sammenheng mellom samlet inntekt, både totalt og i forhold til medlemstall, og den andelen av arbeidet i en klubb som gjøres av frivillige. *Jo større inntekter, jo mindre sentralt står det frivillige arbeidet.* Vi finner også, som ventet, den samme sammenhengen i forhold til kommersielle inntekter; *jo høyere disse er, både totalt og i forhold til samlet inntekt og antall medlemmer, jo mindre sentralt står det frivillige arbeidet.* Vi finner den samme sammenhengen når det gjelder inntekter fra det offentlige. Igjen er det slik at *høye inntekter, både totalt og i forhold til medlemstall, henger sammen med en «lav» andel frivillighet i lagene.* Ser vi på det samme spørsmålet i forhold til hvor sentralt medlemsinntektene er for lagene, finner vi ingen sammenheng.

33. Se forrige kapittel når det gjelder hva som ligger i dette begrepet. Det er her snakk om en vid definisjon. En strengere definisjon gir i de færreste tilfeller noe signifikant utslag i analysene.

Ser vi på den totale summen av frivillig arbeid som legges ned i klubber, er det også her en positiv sammenheng mellom denne og totale inntekter, kommersielle inntekter (totalt og pr. medlem) og inntekter fra det offentlige (totalt og pr. medlem). Kort og godt: *jo mer penger, jo mer frivillighet.* Når det gjelder andelen inntekter fra egne medlemmer, viser det seg at man her finner en negativ, om enn ikke signifikant sammenheng mellom denne og den frivillige innsatsen.

Når det gjelder hvor mye frivillig arbeid som legges ned i klubbene i forhold til antall medlemmer, finner vi positive men ikke signifikante sammenhenger med høye offentlige inntekter, mens de kommersielle inntektene ikke ser ut til å ha betydning for frivillig innsats pr. medlem. Det å ha en høy andel av inntekter fra egne medlemmer viser derimot til en signifikant og negativ sammenheng: Jo viktigere medlemsinntekter er, jo lavere er aktiviteten pr frivillig. Når det gjelder betalt arbeid pr. medlem, er det én signifikant og positiv sammenheng i datamaterialet: *kommersialisering gir mer betalt arbeid pr. medlem.* Andre forhold har mindre betydning for det profesjonelle arbeidet i lagene.

Analysene gir oss med det et relativt komplekst bilde. *Jo mer penger fra kommersielle og offentlige kilder, jo svakere står det frivillige arbeidet i laget som andel av alt arbeid.* Samtidig tyder data på at det likevel legges ned mer arbeid både totalt og pr. medlem, både frivillig og betalt, i klubber som har «store» kommersielle og offentlige inntekter. Det er altså ikke snakk om noe enten eller, men et både-og. *Jo høyere inntekter utenfra, jo større blir den totale arbeidsinnsatsen.* Høy grad av autonomi i form av stor relativ andel inntekter fra egne medlemmer ser ikke ut til å borge for høy intern administrativ og idrettslig aktivitet.

4.5.7 Geografi og lokalitet

Nok et forhold som kan tenkes å ha betydning for aktiviteten i et idrettslag er dets *lokalisering*. Man kan forvente at lag som er del av et lokalmiljø vil ha lettere for å trekke på frivillige ressurser i lokalmiljø, og man kan, kanskje som en forsterkende tendens, tenke seg at mer profesjonelle ressurser er lettere tilgjengelig i mer urbane strøk.

Data tyder imidlertid ikke på at geografisk beliggenhet og lokalitet påvirker innslaget av betalt eller frivillig innsats.

4.5.8 Anlegg

Et siste forhold som muligens kan ha betydning for innslaget av lønnsarbeid er om lagene eier anlegg eller ei. Antakelsen er her ganske likefram; om man eier anlegg krever dette profesjonell drift, både når det gjelder organisatoriske og administrative forhold, og lønnsarbeid for funksjoner som vakt, vask mm.

Våre data viser at det i *snitt legges ned mer arbeid, både frivillig (signifikant) og betalt (ikke-signifikant), i lag som eier anlegg, enn i andre lag*. Eierskap påvirker altså arbeidsinnsats. Igjen kan dette skyldes ulik størrelse mellom de lagene som eier og ikke har egne anlegg. Et annet forhold, er at det i lag som eier anlegg også brukes mer tid til «vaktmester, hallbestyrer» enn i andre lag.

4.5.9 Multivariate analyser

Noen av de enkle sammenhengene som vi fant i de bivariate analysene, kan tenkes å være uttrykk for andre og bakenforliggende variabler. F.eks. kan den forskjellen man finner mellom sær- og fleridrettslag når det gjelder frivillig arbeid i hovedsak skyldes at fleridrettslagene jevnt over er større enn sær- og fleridrettslagene, dvs. at det egentlig er lagenes størrelse (antall medlemmer) som ligger bak de forskjellene vi finner. En måte å få et bedre innblikk i hvordan ulike uavhengige variabler sammen virker inn på hverandre og en avhengig variabel, er å gjennomføre en multivariat analyse.

Ut fra en vurdering av hva som er interessante problemstillinger og hvor vi fant bivariate sammenhenger, har vi valgt å inkludere følgende variabler i analysen. For det første gjør vi analysen for fem ulike avhengige variabler:

- (i) frivillig arbeid som andel av alt arbeid i klubben,
- (ii) totalsum av frivillig arbeid,
- (iii) totalsum av betalt arbeid,
- (iv) frivillig arbeid i forhold til antall medlemmer,

- (v) betalt arbeid i forhold til antall medlemmer.

Av uavhengige variabler har vi valgt å inkludere: størrelse på laget (antall medlemmer), om laget er sær- eller fleridrettslag, lagets alder, andel medlemmer som er «menn», andel medlemmer under 13 år, i hvilken grad man prioriterer konkurranse og resultater i forhold til deltakelse, kommersielle inntekter (i forhold til medlemstall), offentlige inntekter (i forhold til medlemstall), egne inntekter (medlemsinntekter som andel av totale inntekter). Resultatet av analysene finnes i tabell 4.6.

Det første funnet fra tabell 4.6 er at de multivariate analysene til tross for at vi har et ganske lite datasett faktisk gir en del innsikt. Mellom en fjerdedel og halvparten av variansen i avhengig variabel forklares i analysene, og det er også flere interessante signifikante sammenhenger.

Tabell 4.6. Regresjonsanalyser av ulike mål for frivillig og betalt arbeid i norske idrettslag. Ustandardiserte regresjonskoeffisienter. *** $p < 0.01$, ** $p < 0.05$, * $p < 0.1$

	Andel frivillig arbeid	Totalsum frivillig arbeid	Totalsum betalt arbeid	Frivillig arbeid pr medlem	Betalt arbeid pr medlem
Størrelse	-0,02***	0,18***	0,09***	-0,000	0,02***
Særid.lag (1), flerid.lag (2)	7,9**	17,7	-13,9**	-0,04	0,000
Alder	0,07	0,64	-0,2*	-0,000	-0,02
Andel menn	8,3	31,0	-3,3	0,2**	0,000
Andel under 13 år	4,4	46,2	-11,4	0,4***	-0,02
Deltakelse vs. konkurranse	-0,42	2,8	1,1	0,05**	0,000
Kommersielle inntekter	-0,005***	0,01	0,008***	0,000*	0,000***
Offentlige inntekter	-0,004	0,08	0,005	-0,00	0,000*
Egne inntekter	-6,6	-53,4	25,5	-0,3**	0,000
Konstant	83,1***	-86,4	7,6	0,04	0,02
R ²	0,28	0,25	0,53	0,23	0,23

Når det gjelder *frivillig arbeid som andel av alt arbeidet* som legges ned i et lag, viser det seg at både lagenes størrelse og hvorvidt laget er et sær- eller fleridrettslag spiller inn. De to variablene har «motsatt» effekt; jo større lag, jo mindre sentral er den frivillige innsatsen. Kontrollerer man for størrelse, så står den frivillige innsatsen mer sentralt i fleridrettslag enn i sær-idrettslag. Videre er det også en negativ sammenheng mellom kommersielle inntekter og omfanget av frivillig innsats.

Ser vi på den *totale summen av frivillig arbeid*, er det bare en variabel som peker seg ut: størrelse på lag. For den samlede mengden betalt arbeid er lagsstørrelsen fortsatt viktig, men generelt legges det ned mer betalt arbeid i sær-idrettslag enn fleridrettslag, og mer i yngre enn i eldre lag. Kommersielle inntekter har en positiv effekt på mengden av betalt arbeid.

Størrelsen på idrettslaget ser imidlertid ut til å ha mindre å si for hvor mye frivillig arbeid som legges ned pr. medlem i lagene. Her er det fire variabler som har en positiv effekt: andel menn, andel under 13, konkurranseorientering og kommersielle inntekter. I klubber der egeninntekten (medlemskontingent) er høy, har dette en negativ effekt. Det viser seg at mengden betalt arbeid pr. medlem påvirkes av størrelse på laget, kommersielle og offentlige inntekter.

Alt i alt viser denne multivariate analysen hvor sammensatt spørsmålet om frivillig og betalt arbeid i frivillige idrettslag faktisk er. For det første er ikke de to arbeidsmengdene gjensidig utelukkende, slik at mengden frivillig arbeid pr. medlem står i et direkte proposjonalt forhold til betalt arbeid. For det andre er det heller ingen enkel sammenheng mellom klubbens autonomi – graden av eksterne inntekter – og den totale arbeidsinnsatsen. I videre studier vil det være viktig å få en bedre forståelse for hvordan disse forskjellene i frivillig og betalt arbeid slår ut på andre sider ved driften i laget. Ikke minst vil det være viktig å knytte dette til individers opplevelse og erfaringer i forhold til lagets drift

4.6 Oppsummering og diskusjon

I de empiriske analysene over har vi fått fram et bilde av hvor mye fri-

villig og betalt arbeid som gjøres i frivillige norske idrettslag. Først som andel av det totale arbeid som legges ned i lagene. Deretter som en uttrykk for mengden arbeid lagt ned i hvert enkelt lag. Til slutt i forhold til medlemstall.

I over 68 prosent av norske idrettslag gjøres alt arbeid av frivillige og i ytterligere 20 prosent av lagene gjøres 90 prosent eller mer av alt arbeid av frivillige. Det er altså dugnadsånden som rår i norske idrettslag, noe som også ser ut til å gjelde relativt i forhold til idrettslag i andre land.

I følge våre tall blir det lagt ned 45,3 timer minutter frivillig arbeid pr lag pr uke i norske idrettslag, noe som innebærer at det legges ned 0,28 timer (18 minutter) frivillig arbeid pr. medlem. Tilsvarende legges det ned 5,9 timer betalt arbeid pr. lag pr. uke, og 0,02 timer pr. medlem pr. uke. Dette understreker at den frivillige innsatsen står sterkt i forhold til den betalte innsatsen, med 14 ganger så mye frivillig som betalt arbeid pr. medlem. Både når det gjelder frivillig og betalt arbeid er det trening og instruksjon som tar mest tid.

I forsøket på å finne ut hvordan det frivillige og betalte arbeidet varierte mellom ulike klubber fant vi flere forskjeller. For det første at jo større lagene er, jo svakere står det frivillige arbeidet som andel av det samlede arbeidet. Lønnsarbeid står sterkere i store enn i små lag, også i forhold til medlemstall. Videre fant vi en positiv sammenheng mellom andel gutter/menn i et lag og hvor mye frivillig arbeid det legges ned pr. medlem. Tilsvarende også i forhold til alder: *jo større andel under 13 år, jo mer frivillig arbeid, særlig i forhold til trening og instruksjon.* For det tredje viste det seg at *jo mer konkurranse- og resultatorienterte lagene er, jo svakere står det frivillige som andel av alt arbeid i laget, samtidig som det legges ned mer frivillig og betalt arbeid pr. medlem i disse lagene enn i mer deltakelsesorienterte lag.* Til slutt er det verdt å trekke fram at vi ikke fant den forventede entydige sammenhengen mellom autonomi, forstått som fravær av markedsbaserte inntekter og offentlig baserte tilskudd, og frivillig innsats. På den ene siden så det ut til at mangel på autonomi gjorde at det frivillige utgjorde en relativt mindre del av det totale arbeidet, på den andre siden syntes det som om det ble lagt ned mer frivillig arbeid pr. medlem i de mindre autonome idrettslagene.

Dette viser igjen at spørsmålet om frivillig og betalt innsats i frivillige idrettslag er svært sammensatt, og det er dermed behov for analyser som kan se nærmere på hva de forholdene som her er beskrevet betyr for de som deltar i lagene.

Analysene over har gitt et bilde av frivillig og betalt arbeid i norske idrettslag; dets omfang og innhold. For å kunne plassere dette bildet i en større sosial og historisk utvikling, trenger vi ideelt sett data om flere forhold, på flere nivåer og fra flere tidspunkt. Avslutningsvis skal vi like fullt forsøke å si noe mer generelt om problemstillinger knyttet til feltet med utgangspunkt i de resultatene som er presentert over.

Vi skal knytte bildet av forholdet mellom den frivillige og betalte innsatsen til mer historiske utviklingstrekk. Det er rimelig å anta at det er mer lønnsarbeid i norske idrettslag i dag enn tidligere. Samtidig er det klart at den frivillige innsatsen fortsatt er den helt dominerende arbeidsformen i norsk idrett. Men dette bildet nyanseres når man ser nærmere på ulike typer av idrettslag, og det er nærliggende å anta at det skjer en *differensiering* i forhold til det som tidligere var en mer homogen lagsstruktur. I framtiden vil man få et større spekter av idrettslag som varierer langs de dimensjonene som her står i fokus. Det er imidlertid ikke noen enkel sammenheng mellom en slik utvikling og mer normative spørsmål. Selv om det synes forfeilet å snakke om profesjonalisering av norsk idrett, så kan man nok si at det er i ferd med å skje en form for *fagliggjøring* av deler av driften av idrettslagene. Denne kan i enkelte tilfeller innebære at det utvikles spesielle kunnskap og kompetanse og særegne interesser som nå og da kommer i konflikt med «det frivillige», men den kan også bety at lagene tilføres en form for kompetanse og erfaring som kan styrke laget på dets egne premisser.

For det andre kan man se på det frivillige/faglige, og spørre om ikke en fagliggjøring kan svekke de ideelle kjennetegnene ved frivillig organisering som vi gjorde rede for foran. For det første kan idrettslagene ved en slik utvikling bli avhengige av den kompetansen som «profesjonelle» har, og man vil også kunne bli avhengige av ressurser fra stat og marked på en måte som vil kunne snevre inn mulighetene til fritt å velge egne mål. Dette vil også kunne virke inn på beslutningsstrukturene i organisasjonen og de vanlige medlemmenes

mulighet til å fremme sine egne mål. Profesjonalisering vil også kunne påvirke organisasjonens evne til å følge de mål den opprinnelig ble utviklet for å følge, og opptattheten og følsomheten i forhold til egne medlemmers ønsker og interesser vil også kunne svekkes. Samtidig er det også viktig å være klar over at dette er en utvikling som gjør at lagene i mange tilfeller vil være bedre i stand til å nå sine målsettinger. Det betyr at det kan oppstå en motsetning mellom demokrati og læringsmål på den ene siden og effektiv måloppnåelse på den andre.

Om man så til slutt kombinerer antakelsen om en differensiering blant idrettslag og antakelsen om at det er sammenhenger mellom det frivilliges plass og andre forhold, får man et enda mer sammensatt bilde av fremtidige norske idrettslag: Frivillig innsats står fortsatt svært sentralt, og vil med all sannsynlighet fortsette å gjøre det, selv om mange klager over tilgangen på frivillige. Enkelt idrettslag – kanskje særlig innen utvalgte populære idretter og i da igjen særlig på elitenivå – vil med all sannsynlighet bli mer preget av profesjonell innsats, og dette vil, slik det er antydnet over, kunne sette sitt preg på disse lagene. Det er imidlertid mye som tyder på at en slik utvikling i all hovedsak vil være begrenset til enkelte sektorer slik at man, igjen, får en mer differensiert sektor. For det første ved at idrettslagene i ulike grad og på ulik måte vil bli profesjonalisert. For det andre ved at denne prosessen vil virke inn på de andre sidene av driften i lagene på ulik måte i ulike lag.

Oppsummering og diskusjon

Rapporten har sitt utgangspunkt i den store «Idrettslagsundersøkelsen 1999–2000» og er den første omfattende rapporteringen fra prosjektet. Prosjektet vil bli fulgt opp med en undersøkelse på individnivå og vil også bli gjennomført flere ganger slik at man etter hvert kan få et innblikk i hvordan «norsk idrett» utvikles over tid.

Innledningskapittelet tok utgangspunkt i at man på den ene siden mangler faktisk kunnskap om mye av det som skjer i norsk idrett, samtidig som mye tyder på at det er i ferd med å skje viktige endringer på feltet. I lys av teorier om at vi lever i et senmoderne samfunn der det har skjedd en strukturell og kulturell differensiering, ble det hevdet at norske idrettslag med all sannsynlighet reflekterer en slik utvikling og ut fra det framviser et rikt mangfold.

Kapittel 2 som i hovedsak er en beskrivelse av strukturelle trekk ved norske idrettslag bekrefter en slik tese: *Norske idrettslag utgjør en svært variert og mangfoldig gruppe* når det gjelder størrelse, medlemssammensetning, organisasjonsstrukturer, aktivitetsmønster, lokalisering, konkurranseprofil og alder.

Samtidig er det mange strukturelle særtrekk som det er verdt å legge merke til. For det første er *norske idrettslag relativt små*; 36% av dem har mindre enn 50 medlemmer, 54% har under 100 medlemmer og bare vel 3% har mer enn 1000 medlemmer. Det er imidlertid også viktig å huske på at de 54% av lagene med under 100 medlemmer bare representerer omkring 13% av medlemsmassen i norske idrettslag, mens de 3% av lagene med over 1000 medlemmer på sin side har 18% av medlemmene.

Når det gjelder strukturelle forhold er det vanlig å skille mellom *særidretts-* og *fleridrettslag* og i følge våre data er det omtrent like

mange av hver type i Norge. Samlet har norske idrettslag i gjennomsnitt 2,6 grupper, fleridrettslagene har 4,3 grupper i snitt.

Ser man på *norske idrettslags alder*, er de i gjennomsnitt 37 år gamle. Om man studerer dem ut fra hvilket tiår de er stiftet, er det tiåret med flest stiftelser åttitallet (23%). Samtidig finnes det mange gamle idrettslag, og sammenliknet med andre frivillige organisasjoner er det mye som tyder på at stabiliteten er relativt stor på idrettsfeltet. Det kan være rimelig å anta at det har vært en *utvikling* når det gjelder organisasjonsform i norske idrettslag. I så måte viser våre data at 63% av lagene har det samme tilbudet av aktiviteter i dag som da de ble stiftet, mens 15% av lagene har utvidet tilbudet (gått fra å være et sær-idrettslag til å bli et fleridrettslag eller som fleridrettslag utvidet aktivitetstilbudet) og 17% av lagene er blitt mer spesialiserte (gått fra å være et fleridrettslag til å bli et sær-idrettslag eller til å bli et fleridrettslag med et mer begrenset aktivitetstilbud).

Aktivitetstilbudet i norske idrettslag er, igjen, svært mangfoldig – det ble gitt over 90 forskjellige svar på hva slags aktivitetstilbud klubbene hadde i undersøkelsen – samtidig som det også peker seg ut én klar favoritt; nemlig fotball som vi finner i omlag en tredjedel av alle norske idrettslag. Deretter følger det en del idretter – ski, «mosjon & trim», håndball, friidrett, skyting og «gym & turn» – som vi finner i mellom 18 og 8 prosent av lagene.

Lagene ble spurt om i hvilken grad de prioriterte «*deltakelse* og sosialt samvær» i forhold til «*konkurransen* og resultater», og resultatet viser her helt klart at norske idrettslag ikke prioriterer konkurransen og resultater. For de aller fleste er det det sosiale som står i fokus, eventuelt så forsøker man å ri to hester og gir et slags «både og» svar.

En stor del av undersøkelsen har fokusert på idrettslagenes økonomi, og i kapittel tre belyses tre sider ved norske idrettslags økonomi. For det første gis det en oversikt over lagenes økonomi: omfang og sammensetning. Dette utdypes i en sammenlignende studie av sær- og fleridrettslag. I gjennomsnitt har *norske idrettslag en inntekt på omlag 451000 kroner*, men, og dette reflekterer ganske direkte størrelsen på lagene; mens de mange og små lagene har en relativt liten omsetning, ser du ut til at *ressursene er samlet i noen få og store lag*. Når det gjelder *sammensetningen av inntekter* betinges denne av

hvordan man definerer «*kommersiell*», men med en streng definisjon (som nok er den mest rimelige), stammer i gjennomsnitt omkring en tredjedel av inntektene fra henholdsvis kommersielle kilder, medlemsavgifter og «*inntektsbringende tiltak*». En mindre andel kommer direkte fra det offentlige, idrettsforbundet og andre kilder. Økonomisk synes det derfor rimelig å hevde at norske idrettslag har en relativt stor autonomi i forhold til «*idrettssystemet*» og det offentlige. 45% av norske idrettslag har en *sponsoravtale*, og de fleste lagene får mellom 5000 og 50000 kroner fra sin(e) sponsorer. Analysene tyder videre på at det er en positiv sammenheng mellom det å drive med en lagidrett, prioritere konkurranse i forhold til deltakelse, og det å eie anlegg og *kommersialisering*. Det blir videre pekt på at det ikke er slik at høye kommersielle inntekter fører til at man ikke også har høye inntekter fra offentlige myndigheter.

Det tredje hovedtemaet som er belyst i rapporten er det frivillige og profesjonelle arbeidet som gjøres i idrettslagene. For det første er det her viktig å gjøre oppmerksom på at *profesjonalisering* i denne sammenhengen først og fremst betyr at arbeid er betalt. Kapittelet inneholder også en mer generell drøfting av spørsmålet om profesjonalisering av idretten, der «*svaret*» er at det ikke er sannsynlig at det utvikles profesjoner i en streng forstand, men at det kan være rimelig å hevde at det skjer en form for *fagliggjøring* knyttet til idrettsfeltet.

Den overordnede konklusjonen i denne delen av rapporten er *at det frivillige arbeidet utgjør en svært viktig ressurs* i driften av norske frivillige idrettslag; i over i 68% av norske idrettslag gjøres alt arbeidet av frivillige, i 90% av lagene gjøres 90% av arbeidet eller mer av frivillige. I snitt legges det ned 45,3 timer frivillig arbeid pr. lag pr. uke, hvilket tilsvarer 0,28 timer pr. medlem. Tilsvarende tall for betalt arbeid er 5,9 og 0,02. Ut fra dette ser det da ut som om det legges ned *14 ganger så mye frivillig arbeid som betalt arbeid* (pr. medlem) i norske idrettslag.

Utenlandske studier har vist at det er stor *forskjell mellom ulike typer idrettslag* når det gjelder det frivillige arbeidet. Vår studie bekrefter at forhold som størrelse på laget, kjønns- og alderssammensetning, konkurranseorientering og kommersialisering alt sammen har betydning for «*det frivillige*», men at man må skille mellom

ulike sider ved problemstillingen for å forstå disse sammenhengene. I en oppsummering kan det være mest relevant å fokusere på «frivillig innsats pr. medlem» og i dette tilfellet finner vi at det er en positiv sammenheng mellom dette og andel «menn» i laget, andel yngre (under 13), konkurranseorientering og kommersielle inntekter. Når egeninntekter (medlemsavgifter) utgjør en høy andel av inntektene i et lag har dette en negativ effekt på den frivillige innsatsen pr. medlem.

Det som er interessant i denne sammenhengen er at det ikke nødvendigvis er slik at det er noen motsetning mellom det frivillige og profesjonelle arbeidet. Selv om det frivillige arbeidet som andel av alt arbeid som gjøres i et lag nødvendigvis må gå ned når andelen betalt arbeid går opp, så er det ikke slik at mer profesjonelt arbeid i en klubb nødvendigvis gjør at det legges ned mindre frivillig arbeid pr. medlem i laget. Dette betyr igjen at det også på dette feltet ser ut til å være et mangfold av måter å drive arbeidet i norske idrettslag.

Appendiks 1

Sannsynligheten for å inngå en avtale: logistisk regresjon

De avhengige variablene brukt i analysen måler forekomsten av en type avtale (hver type avtale variabler kodet 0 hvis det ikke foreligger noen avtale og 1 hvis det forekommer minst en avtale av denne typen).

De uavhengige variablene kontrollerer for:

- 1 Organisasjonens størrelse («antall medlemmer»);
- 2 Organisasjonens alder
- 3 Organisasjonens lokalisering («storby») ved dummy variabel = 1 hvis idrettslaget er lokalisert i en storby og 0 hvis dette ikke er tilfellet.
Ifølge vår teoretiske analyse (appendiks 2) kan «andel lagidretter» og høyt konkurransenivå føre til økt kommersialisering:
- 4 «Indeks lag»: indeks som måler andelen lagidrettsaktiviteter i et idrettslag. Indeksen scorer 0 hvis det ikke forekommer lagidrettsaktivitet (bare individuelle grener) og 1 hvis det bare forekommer lagsidrettsaktivitet. Scorene mellom gir andelen av aktivitet i idrettslaget (dvs andelen grupper i idrettslaget) som er viet lagidrett.
- 5 «Viktigste mål»: variabelen variere mellom 1 og 7 og måler (etter idrettslagets egen oppfatning) hvor konkurranseorientert (kontra breddedeltakelsesorientert) idrettslaget er.

Tabell 1. Koeffisienter (og standardfeil) for sannsynlighet for inngåelse av en avtale (avhengig variabel: sponsoravtale; utenfor sponsoravtale)

Uavhengige variabler	Sponsoravtale	Utenfor sponsorforhold
	Koeffisienter Exp(B)	Koeffisienter Exp(B)
Konstant	.182*** (.384)	.024*** (.638)
Antall medlemmer	1.003** (.102)	1.001 (.001)
Viktigste mål (deltakelse/konkurranse)	1.333** (.102)	1.347 (.145)
Året idrettslaget ble grunnlagt	1.008 (.005)	1.006 (.007)
Lagindeks	4.918*** (.439)	5.873*** (.510)
Storby	.213** (.529)	.000 (22.132)

* Effekten av variabelen er signifikant på 10 prosent-nivå. **Effekten av variabelen er signifikant på 5 prosent-nivå. *** Effekten av variabelen er signifikant på 1 prosent-nivå.

Appendiks 2

Teoretiske grunnlag for analysen av kommersialisering

Kommersialisering av frivillige idrettsorganisasjoner kan høres som et paradoks, ettersom de i utgangspunktet ikke skal handle på samme måte som fortjenestebaserte organisasjoner. Weisbrod (1998b), som bygger på en problemstilling utarbeidet av James (1983) og Schiff og Weisbrod (1991), legger frem en atferdsmodell for de frivillige organisasjoner der disse betraktes som organisasjoner som potensielt produserer tre typer goder: et foretrukket (*preferred collective good*) kollektivt gode (organisasjonens formålsrelaterte produkt), et foretrukket privat gode (*preferred private good*) og et ikke-foretrukket (*non-preferred private good*) privat gode (potensielle inntektskilder for å finansiere det formålsrelaterte produktet). I denne modellen er de private godene produserte med hensyn til å finansiere det kollektive godet (formålrelatert produkt). Frivillige organisasjoners kommersialiseringen tar utgangspunkt i organisasjonens formål. Et idrettslag vil for eksempel utvikle kommersielle aktiviteter (private goder) for å finansiere idrettsaktiviteter (kollektive eller formålrelaterte aktiviteter). Men frivillige organisasjoners kommersialiseringen kan også oppstå når det kollektive godet blir solgt på et marked.

For å ta hensyn til disse to former for kommersialisering skal vi definere kommersialisering som en prosess som fører til at transaksjoner basert på gjensidighet eller berettigelse erstattes av transaksjoner som medfører kompensasjon (dvs. salg i et marked).

Denne definisjonen byr på et empirisk problem ettersom betegnelsen på pengeutvekslingen er avhengig av betydningen (bestemt av den kulturelle og sosiale konteksten for utviklingen) aktørene som er involvert i en pengetransaksjon legger i utvekslingen. Medlemsavgiften, for eksempel, kan tolkes som en kompensasjon, en berettigelse eller en gave.

Her gir vi en teoretisk forklaring av årsaken til at kommersialiseringnivå i frivillige idrettsorganisasjoner varierer. Forklaringen fokuserer i første rekke på orga-

nisasjonenes strukturelle kjennetegn og organisasjonenes produkter (vi ser bort fra etterspørselssiden og faktorer i markedsstrukturen). Mer spesifikt forutsetter vi at for frivillige idrettsorganisasjoner er strukturelle kjennetegn, som graden av konkurranseorientering, idrettstype (lagidrett eller individuell idrett) og anleggseienskap bestemende for mulighetene en organisasjon har til enten å omdanne et kollektivt gode til et privat gode eller få inntekt av foretrukne og ikke-foretrukne private goder.

Kommersialisering kan betraktes som en prosess som medfører dynamikk på tilbudssiden (faktorer relatert til organisasjonene som tilbyr tjenester) og dynamikk på etterspørselssiden (faktorer ved forbrukerne av tjenester, for eksempel endringer i smak, inntekt, ...). I tillegg til dette kan markedsstrukturen (sammensetningen av industrien med hensyn på fortjenestebaserte og ikke-fortjenestebaserte tjenester, graden av konkurranse og regelverket som kjennetegner industrien) påvirke kommersialiseringsnivået i en industri. Analysen som vi her foretar fokuserer utelukkende på tilbudssidedimensjonen³⁴ av fenomenet og tar bare for seg frivillige idrettsorganisasjoner.

Fra tilbudssidens perspektiv er det to relaterte problemer som må undersøkes. For det første: Hva er årsakene til at breiddidrettsorganisasjoner hovedsakelig er ikke-fortjenestebaserte organisasjoner, og for det andre: I hvilken grad kan idrettsaktiviteter kommersialiseres? Idrettsaktiviteter kan klassifiseres langs en skala fra klubbgoder (*club goods*) (Buchanan, 1965) til private goder. Idrettslag er frivillige, medfører deling og skiller seg fra offentlige goder ved en eksklusjonsmekanisme som gjør det mulig å utelukke ikke-medlemmer (Cornes og Sandler, 1986). For et individ kommer nytteverdien fra medlemskap. «Et idrettslag er en frivillig gruppe som mottar gjensidige fordeler ved å dele én eller flere av følgende: produksjonskostnader, medlemskarakteristika eller et gode som kjennetegnes av ekskluderbare fordeler.» (p159).

Det er minst tre forklaringer på hvorfor de fleste breddeidrettslagene er ikke-fortjenestebaserte organisasjoner og ikke fortjenestebaserte foretak.

1) I klubbgodeorganisasjoner er medlemmenes nyttenivå ikke gitt av profitt (slik som for eierne i et aksjeselskap), men ved at nyttenivået er knyttet til forbruk av godet og antallet medlemmer som deler kostnadene (og forbruker godet). Det er derfor ingen grunn til at medlemmene skal ønske å bli aksjeeiere.

2) Hvis det er mulig for idrettslagene å gjenta det i tilstrekkelig grad, fører for-

34. Kommersialisering handler om marked der det både er en tilbuds- og en etterspørselsside. Fokusering på tilbudssiden i denne analysen betyr ikke at vi syns at tilbudssiden er hovedkriften i prosessen. Denne analysen må betraktes som en del av et mer omfattende prosjekt. Våre ambisjon er å teste om de meste kommersialiserte lag er de som tilyr et produkt som er enkleste å transformere til et privat gode.

tjenestebasert tilgang på klubbgoder til det samme resultatet som medlemskapsinntekt av klubbgoder (Cornes og Sandler, 1986, p 188-190). Gjentaerbarhet er nødvendig for å få en konkurransedyktig markedsledelse med langtidsfortjeneste lik null. Når markedsstrukturen ikke er konkurranseorientert er forbrukerne bedre tjent med medlemskapsinntekt av klubbgoder enn med fortjenestebasert inntekt.

3) En idrettsaktivitet blir både forbrukt og produsert av deltakerne. Vi finner her en ekstern effekt (jeg kan ikke spille fotball alene). Klubbgodet er det felles elementet (anlegg, trener...) . Men når det gjelder kollektiv idrett er også idrettsaktiviteten et felles produkt. Hver spiller produserer sin egen idrettsaktivitet (hver spiller fotball) men kan ikke gjøre dette uten deltakelse fra andre spillere.

Tilfredstillelsen ved å delta i en idrettsaktivitet (individets nyttenivå) kommer fra tre kilder: individets egen aktivitet (L), de andres aktivitet (X) og bruken av et klubb-gode (C) sammen med N brukere. Nyttefunksjonen blir da $U(L, X, C, N)$.

Hver deltaker kan være villig til å betale (et fortjenestebasert firma) for å bruke klubbgoder som gjør det mulig å utøve aktiviteten og oppnå et nyttenivå $U(L, C, N)$. Men det er ingen grunn til at medlemmet gratis skal produsere et gode (den kollektive dimensjonen av idrettsaktiviteten) og overføre verdien av denne produksjonen til eieren av det fortjenestebaserte firmaet.

Det felles produktet kan analyseres som ikke-betalt arbeid. Den ikke-fortjenestebaserte organisasjonsformen beskytter mot ekspropriering fra en restfordringshaver (det eksisterer ingen restfordringshaver av fellesproduktet).

For å kunne bestemme i hvilken grad idrettsaktiviteter kan kommersialiseres må man identifisere klubbdimensjonen ved idrettslags klubbgodet (dvs. det medlemmene deler). Det er mulig å skille mellom tre klubbgodeelementer som utgjør en idrettsaktivitet:

- Utstyr/anlegg f.eks. tennisbane, golfbane, turnhall etc. Anlegget kan være et privat gode (hvis det ikke tilhører medlemmene) eller et offentlig gode (hvis det eies av det offentlige).
- Tjenesten, dvs. trening, når det er nødvendig sammen med andre (f.eks. fotball, håndball, alle slags kollektive spill/idretter). Hvis ikke, som ved individuell trening, er det et privat gode (som karakteriseres av mulighet til å utelukke og rivalisering). Alle typer trening kan realiseres som private goder, men fordelene ved å realisere det som klubbgoder skyldes at utgiftene deles. På den annen side er det mer sannsynlig at lagidretter tiltrekker seg sponsorer (i alle fall på amatørnivå) ettersom lagidretter er mer populære på lokalt nivå.
- Konkurransen og/eller spillet, når det bare tjener spillerne/idrettsutøverne. Når tilskueren også har inntekt av det, kan det selges som et privat gode.

Kommersialiseringen av en idrettsaktivitet, dvs. inntekten som genereres av salg av tjenester kan føre til at en eller flere dimensjoner av idrettsaktiviteten omdannes til et privat gode. Vi kan altså forvente at:

- Eierskap til utstyr gjør kommersialisering enklere (hvis brukerne betaler full pris).
- Jo mer individuell (f eks. tennis eller fitness) idretten er, dess større er sannsynligheten for at treningstjenesten skal kommersialiseres. Samtidig er det mer sannsynlig at lagidretter tiltrekker seg sponsorer på samme nivå, slik at det er vanskelig å bestemme retningen denne effekten har teoretisk.
- Jo mer konkurranseorientert organisasjonene er, dess mer sannsynlig er det at det utvikles inntekter fra organiserte konkurranser, sponsorer og media.

Kommersialiseringen av organisasjonen kan også oppstå på grunnlag av utvikling av relaterte eller ikke-relaterte (støtte) aktiviteter og ved hjelp av kryss-subsidiering mellom aktiviteter. Anleggseierskap såvel som organisasjonens konkurranseorientering er forventet å øke sannsynligheten for at det utvikles velferdsaktiviteter (for eksempel, en organisasjon som eier en turnhall kan selge drikke i en kafeteria, en organisasjon som arrangerer konkurranser kan selge mat og andre produkter).

Den teoretiske analysen tar høyde for at idrettsgrenens individuelle karakter og konkurransenivået innenfor disiplinen kunne føre til økt kommersialisering. Disse to variablene er derfor tatt med på følgende måte:

– *Indeks lag*: er en indeks som måler andelen lagidrettsaktiviteter i et idrettslag. Indeksen scorer 0 hvis det ikke forekommer lagidrettsaktivitet (bare individuelle grener) og 1 hvis det bare forekommer lagsidrettsaktivitet. Scorene mellom gir andelen av aktivitet i idrettslaget (dvs andelen grupper i idrettslaget) som er viet lagidrett.

– *Viktigste mål*: variabelen har en skala mellom 1 og 7 som måler (etter idrettslagets egen oppfatning) hvor konkurranseorientert (kontra breddedeltakelsesorientert) idrettslaget er.

Appendiks 3

Tabell 2. Faktoranalyse (rotert komponentmatrise, hovedkomponentanalyse)

Variabler	Komponent					
	1		2		3	
	Def. 1	Def. 2	Def. 1	Def. 2	Def. 1	Def. 2
Kommersiell inntekt/						
total inntekt	0,85	-0,07	0,35	0,72	0,09	0,00
Sponsor	0,76	0,28	0,16	0,54	0,11	0,43
Offentlig tilskudd	0,69	0,21	0,04	0,31	0,07	0,54
Viktigste mål: deltakelse (1) /						
konkurranse (7)	0,50	-0,08	-0,03	0,65	-0,22	0,06
Medlemsavgifter	-0,10	0,92	0,96	-0,14	-0,07	-0,18
Inntekt fra idrettsforbund	-0,13	-0,01	0,08	-0,40	0,88	0,56
Totalt inntekt	0,36	0,96	0,92	0,13	0,03	0,14
Antall medlemmer	0,49	0,57	0,48	0,21	0,15	0,38
Indeks lag	0,41	-0,05	-0,12	0,08	0,51	0,72
Egenverdier	3,29	2,61	1,52	1,56	1,08	1,14

Bruk av definisjon 2 fører til en endring i faktorenes rekkefølge, dvs. andelen av variansen som forklares ved den første typen organisasjoner er høyere når man bruker den andre definisjonen av kommersialisering. Dette forklares på grunn av at med å bruke definisjon 1 gir man en større vekt til inntektsbringende tiltak. For de større fleridrettslagene utgjør inntektsbringende tiltak en større andel av kommersielle inntekt enn det utgjør for de små (sær)idrettslagene.

Appendiks 4

Faktorer som bestemmer graden av kommersialisering: regresjonanalyse

Den avhengige variabelen måler andelen av total inntekt som består av kommersiell inntekt.

De uavhengige variablene kontrollerer for:

- 1 Organisasjonens størrelse («antall medlemmer»);
- 2 Organisasjonens alder («året idrettslaget ble grunnlagt»)
- 3 Organisasjonens lokalisering («storby») ved dummy variabel = 1 hvis idrettslaget er lokalisert i en storby og 0 hvis dette ikke er tilfellet.
Som den teoretiske analysen forutså kan «andre lagidretter» og høyt konkurranse nivå føre til økt kommersialisering, disse to variablene er:
- 4 «Indeks lag»: indeks som måler andelen lagidrettsaktiviteter i et idrettslag. Indeksen scorer 0 hvis det ikke forekommer lagidrettsaktivitet (bare individuelle grener) og 1 hvis det bare forekommer lagsidrettsaktivitet. Scorene mellom gir andelen av aktivitet i idrettslaget (dvs andelen grupper i idrettslaget) som er viet lagidrett.
- 5 «Viktigste mål»: variabelen varierer mellom 1 og 7 og måler (etter idrettslagets egen oppfatning) hvor konkurranseorientert (kontra breddedeltakelsesorientert) idrettslaget er.

Graden av eierskap for idrettsanlegg etter type anlegg som brukes av idrettslaget gis ved «indeks anlegg» dvs. forholdet mellom anlegg som eies av idrettslaget/anlegg som brukes av idrettslaget. Denne indeksen scorer 0 hvis idrettslaget ikke eier anlegg og 1 hvis idrettslaget eier alle anleggene det bruker.

Tabell 3. Koeffisienter (og standardfeil) i forholdet til kommersialisering (avhengig variabel: kommersielt inntekt/totalt inntekt, definisjonene 1 og 2) etter forklaringsvariabel

Uavhengige variabler:	Definisjon 1 Standardiserte koeffisienter	Definisjon 2 Standardiserte koeffisienter
Konstant	2.045 (1.319)	-0.199 (1.036)
Antall medlemmer	-.102 (.000)	.003 (.000)
Viktigste mål (deltakelse/konkurranse)	.217*** (.014)	.227*** (.012)
Året idrettslaget ble grunnlagt	-.088 (.001)	.019 (.001)
Lagindeks	.202** (.054)	.057 (.047)
Storby	-.165 (.067)	-.105 (.058)
Indeks anlegg	.264*** (.051)	.272*** (.044)
R kvadrat	.220	.152

* Effekten av variabelen er signifikant på 10 prosent-nivå. **Effekten av variabelen er signifikant på 5 prosent-nivå. *** Effekten av variabelen er signifikant på 1 prosent-nivå.

Appendiks 5

Tabell 4. Koeffisienter (og asymptotiske t-forhold) i forholdet mellom offentlige tilskudd og forklaringsvariabler med kommersiell inntekt (definisjonene 1 og 2) som endogen variabel (likning 1 i to-trinns minste kvadratet)³⁵

Uavhengige variabler:	Definisjon 1 Standardiserte koeffisienter	Definisjon 2 Standardiserte koeffisienter
Storby	.092 (1.762)	.112 (1.957)
Kommersiell inntekt	.674*** (12.897)	.587*** (10.239)
R kvadrat	.472	.363

Effekten av variabelen er signifikant på 5 prosent-nivå. * Effekten av variabelen is signifikant på 1 prosent-nivå.

35. Den empiriske spesifikkasjon av offentlige tilskudd til frivillige organisasjoner er gitt ved:

$$PG = \beta_1 C + \beta_2 LC + \varepsilon \quad (1)$$

med PG = offentlig tilskudd, C = kommersiell inntekt, LC= skinnvariabel for storby.

og:

$$C = \gamma_1 K + \gamma_2 I + \gamma_3 A + \gamma_4 T + \gamma_5 LC + \mu \quad (2)$$

med C = kommersiell inntekt, K = nivå for konkurranseorientering, I = anlegg-sindeks, A = organisasjonens alder, T = lagindeks, LC= skinnvariabel for storby.

Appendiks 6

Forhold mellom kommersialisering og frivillig arbeid

Den empiriske spesifikkasjon av forholdet mellom kommersialisering og frivillig arbeidet er gitt ved:

$$\ln TV = \gamma_1 K + \gamma_2 T + \gamma_3 IF + \gamma_4 LC + \gamma_5 TC + \gamma_6 \ln S + \gamma_7 \ln PG + \gamma_8 \ln SI + \gamma_9 \ln A + \gamma_{10} \ln MF + \mu \quad (1)$$

Med TV = antall timer frivillig arbeid i uke, K = graden av lags konkurranseorientering (viktigste mål), T = lagindeks, IF = indeks anlegg, LC= dummy for stor by, TC = type lag (0 hvis særiddrettslag, 1 hvis fleriddrettslag), S= kommersielle inntekter def. 2, PG = Offentlig støtte, SI= støtte fra NIF, A = inntektsbringende tiltak inntekter, MF= medlemsavgifter.

Variablene brukt for denne analysen er knyttet (i) til de forskjellige typer ressurser (S, PG, SI, A, MF), (ii) til lagenes strukturelle kjennetegn som påvirker deres behov for frivillig arbeid (K, T, IF) og (iii) til lagenes lokalisering (LC).

For å kunne gjøre rede for muligheten av at kommersialiseringen er endogen³⁶ beregner vi et to likninger system ved hjelp av to-trinns minste kvadratsregresjon.

Den empiriske spesifikkasjon er gitt ved:

$$\ln TV = \beta_1 \ln S + \beta_2 \ln PG + \beta_3 \ln SI + \beta_4 \ln A + \beta_5 \ln MF + \mu \quad (2)$$

36. Ettersom både nivået av kommersielle ressurser og nivået for offentlig støtte bestemmes samtidig i vår teoretiske modell (nivået av kommersiell output og nivået for offentlig støtte er gjensidig avhengige av hverandre), er variablene *felles avhengige* eller *endogene* variabler (dvs. avhengige variabler). For at systemet skal være fullstendig må antallet likninger være lik antallet endogene variabler.

$$\ln S = \gamma_1 K + \gamma_2 T + \gamma_3 IF + \gamma_4 LC + \gamma_5 TC + \varepsilon \quad (3)$$

Resultater fra estimasjon av likningen (1) er gitt i tabell 5. I denne formuleringen er variablene på høyre siden i likningen antatt å være eksogene. Koeffisientene viser at kommersielle inntekter fortrenger frivillig arbeid. Variablen «medlemsavgifter» har en negativ koeffisient men er ikke signifikant.

Regresjonsanalysen etter likningen (1) med vanlig minste kvadratregresjon kan være skjev siden hver enkelte ressurs er avhengig av andre ressurser. For å ta hensyn til mulig endogeneitet så er likningene (2) og (3) er beregnet ved hjelp av to-trinns minste kvadratsregresjon. Tabell 6. viser resultatene.

Tabell 5. Koeffisienter (og standardfeil) i forholdet til antall timer arbeidet frivillig i uke (i logaritme) etter forklaringsvariabel

Uavhengige variabler:	Koeffisienter
Offentlig støtte	.412*** (.040)
Støtte fra NIF	.163*** (.015)
Inntekter fra inntektsbringende tiltak	.254*** (.063)
Medlemsavgifter	-.118 (.069)
Kommersielle inntekter (def. 2)	-.237* (.086)
Lagindeks	.745*** (.140)
Indeks anlegg	.541*** (.167)
Type lag	-.073 (.155)
Viktigste mål (deltakelse / konkurranse)	.200*** (.050)
Stor by	-1.472*** (.131)
R kvadrat	.963

* Effekten av variabelen er signifikant på 10 prosent-nivå. **Effekten av variabelen er signifikant på 5 prosent-nivå. *** Effekten av variabelen er signifikant på 1 prosent-nivå.

Tabell 6. Koeffisienter (og asymptotiske t-forhold) i forholdet mellom antall timer arbeidet frivillig i uke og forklaringsvariabler med kommersiell inntekt (def. 2) som endogen variabel (likning 1 i to-trinns minste kvadratet)

Uavhengige variabler:	Koeffisienter
Kommersielle inntekter (def. 2)	.564*** (.100)
Offentlig støtte	.321*** (.028)
Støtte fra NIF	.111*** (.009)
Medlemsavgifter	-.593*** (.056)
Inntekter fra inntektsbringende tiltak	.081 (.072)

*** Effekten av variabelen er signifikant på 1 prosent-nivå.

Tabell 7: Koeffisienter (og standardfeil) i forholdet til (1) kommersialisering og (2) frivillig arbeid etter forklaringsvariabel

Uavhengige variabler	Ln (Kommersielle inntekt)	Ln (Antall timer frivillig arbeid i uke)
Konstant	9.804*** (.143)	3.069*** (.143)
Viktigste mål (deltakelse / konkurranse)	.447*** (.028)	.043 (.032)
Lagindeks	1.235*** (.189)	1.687*** (.184)
Indeks anlegg	.588*** (.115)	1.253*** (.150)
R kvadrat	.190	.192

* Effekten av variabelen er signifikant på 10 prosent-nivå. **Effekten av variabelen er signifikant på 5 prosent-nivå. *** Effekten av variabelen er signifikant på 1 prosent-nivå.

Først, når man estimerer variabelen «kommersielle inntekter» som instrumentell variabel, tyder ikke lenger koeffisientene på en fortreningsseffekt av kommersialisering på frivillig arbeid. En mulig forklaring av koeffisienten for variabelen «kommersielle inntekt» er at frivillig arbeid er brukt som produksjonsfaktor for å skaffe kommersielle ressurser. Dette er tilfellet når for eksempel frivillige medlemmer organiserer en konkurranse eller arbeider frivillig for lagets kafeteria.

Hvis det er tilfellet, skulle man finne en positiv assosiasjon mellom på den ene side variabelen «kommersielle inntekter» og variabler som kjennetegner lagets aktiviteter og på den annen side variabelen «frivillig arbeid» og variabler som kjennetegner lagets aktiviteter og som er (frivillig) arbeidskrevende. En måtte å vurdere denne assosiasjonen er å prøve de følgende antakelsene:

H1: Om man eier anlegg (i) øker dette sannsynligheten for kommersialisering, både ved at man kan leie ut anleggene og ved at de kan benyttes til andre inntektsgivende aktiviteter og (ii) eierskap av anlegg er arbeidskrevende.

H2: Lagidretter (i) i større grad enn individuelle idretter gir muligheter for å skaffe inntekter fra sponsorer, konkurranser, og inntektsbringende tiltak og (ii) er mer arbeidskrevende enn individuelle idretter.

H3: Jo mer konkurranseorientert en organisasjon er, (i) jo mer sannsynlig er det at man har inntekter fra organiserte konkurranser, sponsorer, media eller ikke-idrettsrelaterte aktiviteter og (ii) jo høyere er behov for frivillig arbeid.

Tabell 7 viser resultatene fra estimasjon av forholdet mellom (i) kommersielle inntekt og (ii) frivillig arbeid til tre variabler som kjennetegner lagets aktivitet. Alle koeffisientene er positivt relaterte med både kommersielle inntekt og antall timer frivillig arbeid. Frivillig arbeid syns å være en viktig produksjonsfaktor for å generere kommersielle inntekter.

Dessuten ser det ut til at medlemsavgifter fortrenger frivillig arbeid. Koeffisienten for variabelen «medlemsavgifter» tyder på at medlemmene vil svare til en økning av medlemsavgifter med å redusere deres frivillig arbeidstilbud.

Appendiks 7

Korrelasjoner mellom ulike strukturelle organisasjonsvariabler og ulike mål på frivillig og profesjonelt arbeid i frivillige norske idrettslag

		Prosent- andel arbeid gjort av frivillige	Antall timer pr uke, frivillig arbeid, totalt	Antall timer pr uke, profesjon. arbeid, totalt	Frivillig arbeid pr. uke pr medlem	Profe- sjonelt arbeid pr. uke pr medlem
Antall medlemmer	Korr koeff	-,205	,406	,320	,345	,298
	Sign. nivå	,001	,000	,000	,000	,000
	N	259	281	281	281	281
Lagets alder	Korr koeff	,013	,250	,012	,210	,007
	Sign. nivå	,837	,000	,841	,001	,907
	N	245	264	264	264	264
Prop mannlige medlem.	Korr koeff	-,302	,406	,538	,359	,476
	Sign. nivå	,000	,000	,000	,000	,000
	N	238	259	259	259	259
Prop medlem. under 13	Korr koeff	-,032	,383	,122	,338	,118
	Sign. nivå	,698	,000	,115	,000	,128
	N	153	169	169	169	169
Prop medlem. under 17	Korr koeff	-,019	,279	,101	,257	,095
	Sign. nivå	,825	,001	,223	,002	,248
	N	135	149	149	149	149

forts.

		Prosent- andel arbeid gjort av frivillige	Antall timer pr uke, frivillig arbeid, totalt	Antall timer pr uke, profesjon. arbeid, totalt	Frivillig arbeid pr. uke pr medlem	Profe- sjonelt arbeid pr. uke pr medlem
Deltakelse. vs.						
konkurr	Korr koeff	-,148	,122	,153	,151	,154
	Sign. nivå	,017	,042	,010	,012	,010
	N	259	279	279	279	279
Særidrett vs						
fleridrett	Korr koeff	,060	,196	-,033	,167	-,042
	Sign. nivå	,361	,002	,598	,008	,507
	N	235	254	254	254	254
Antall grupper						
	Korr koeff	,047	,238	-,001	,208	-,011
	Sign. nivå	,470	,000	,989	,001	,860
	N	235	254	254	254	254
Samlet inntekt						
	Korr koeff	-,346	,186	,379	,159	,353
	Sign. nivå	,000	,005	,000	,017	,000
	N	209	227	227	227	227
Inntekt pr.						
medlem	Korr koeff	-,259	,153	,296	,138	,282
	Sign. nivå	,000	,021	,000	,038	,000
	N	209	227	227	227	227
Samlet kommers						
inntekt	Korr koeff	-,379	,230	,271	,205	,261
	Sign. nivå	,000	,000	,000	,001	,000
	N	259	281	281	281	281
Kommers						
inntekt, andel	Korr koeff	-,111	,162	,072	,174	,088
	Sign. nivå	,074	,006	,227	,003	,139
	N	259	281	281	281	281
Kommers inntekt,						
pr med	Korr koeff	-,375	,238	,268	,224	,268
	Sign. nivå	,000	,000	,000	,000	,000
	N	259	281	281	281	281
Offentl inntekt						
pr medlem	Korr koeff	-,134	,341	,143	,335	,158
	Sign. nivå	,031	,000	,016	,000	,008
	N	259	281	281	281	281

forts.

		Prosent- andel arbeid gjort av frivillige	Antall timer pr uke, frivillig arbeid, totalt	Antall timer pr uke, profesjon. arbeid, totalt	Frivillig arbeid pr. uke pr medlem	Profe- sjonelt arbeid pr. uke pr medlem
Offentl inntekt,						
andel	Korr koeff	,018	,043	-,031	,034	-,033
	Sign. nivå	,769	,470	,601	,574	,579
	N	259	281	281	281	281
Medlemsinntekt,						
andel	Korr koeff	,006	-,091	,086	-,115	,068
	Sign. nivå	,921	,129	,148	,054	,257
	N	259	281	281	281	281
By –land						
	Korr koeff	-,007	,052	,033	,051	,019
	Sign. nivå	,907	,387	,580	,393	,755
	N	259	281	281	281	281
Ikke-eie vs						
eie anlegg	Korr koeff	-,052	,210	,003	,216	-,009
	Sign. nivå	,402	,000	,955	,000	,879
	N	259	281	281	281	281

Litteratur

- Abraham, B.A., & Smith, M.D., 1978, «The crowding-out effect of governmental transfers on private charitable contributions». *Public Choice*, 33:1, 29-37.
- .1985. «The crowding-out effect of government transfers : a rejoinder». *National Tax Journal*, 38, 575-576.
- Arnold, P. 1992. Sport as a Valued Human Practice: A Basis for the Consideration of some Moral Issues in Sport. *Journal of Philosophy of Education* Vol.26, 2:237-256.
- Bell, D. (1976) *The Coming of Post-Industrial Society*. New York: Basic Books.
- Berman, S. 1997. Civil Society and Political Institutionalization. *American Behavioral Scientists* Vol.40, 5:562-574.
- Breivik, G. 1998. Sport in High Modernity: Sport as a Carrier of Social Values. *Journal of the Philosophy of Sport*. Vol. 25, p.103-118.
- Breivik, Gunnar, Vaagbø, Ola 1998. Utviklingen i fysisk aktivitet i den norske befolkningen 1985–1997. Oslo: Norges idrettsforbund.
- Buchanan, J.M. (1965). An economic theory of clubs, *Economica*, 32: 1-14.
- Cachay, K. & Thiel, A. 2000. *Soziologie des Sports*. Weinheim: Juventa.
- Cornes, R., Sandler, T. (1986) *The theory of externalities, public goods og club goods*. Cambridge: Cambridge University Press.
- Danielsen, Ø. 1989. *Den nye breddeidretten*. Oslo: FAFO-rapport nr. 88.
- Dierker, H. & Wadsack, R. Ehrenamt. 2000. Chancen und Probleme. *DVS-Informationen* Vol. 15, 2:9-14.
- Douglas, J. 1987. Political Theories of Nonprofit Organizations. In Powell, W. (ed.) *The Nonprofit Sector. A Research Handbook*. New Haven: Yale University Press.
- Dølvik, J. 1990. *Idrett, fritid og organisering*. Oslo: FAFO-rapport nr. 99.
- Dølvik, J; Danielsen, Ø.; Hernes, G. 1988. *Kluss i vekslinga. Fritid, idrett og organisering*. Oslo: FAFO-rapport nr. 80.
- Enjolras, B. (1999) *Democratic voluntary organisations between state og market*. Oslo: Institute For Social Research.
- Enjolras, B., Seippel, Ø. (1999) *Frivillighet, kommersialisering og profesjonalisering: utfordringer i norsk idrett*. Oslo: Institute for Social Research.
- Fehr, E., Gächter, S. (1998) Reciprocity og economics: the economic implications of homo reciprocans. *European Economic Review*, 42 (1998), 845-859.

- Gouldner, A.W. (1960) The norm of reciprocity: a preliminary statement. *American Sociological Review*, 25: 2, 161-178.
- Gutmann, A. red. 1998. *Freedom of Association*. Princeton: Princeton University Press.
- Habermas, J. 1987. *The Theory of Communicative Action. Vol. Two. Lifeworld and System: A Critique of Functionalist Reason*. Boston: Beacon Press.
- Hansmann, H. 1987. Economic Theories of Nonprofit Organization. I Powell, W. (ed.) *The Nonprofit Sector. A Research Handbook*. New Haven: Yale University Press.
- Hartmann-Tews, I. 1999. Von der Passion zur Profession? Die Entwicklung sportbezogener Berufe in Licht soziologischer Theoriebildung. I Hartmann-Tews, I. ed. *Professionalisierung und Sport*. Hamburg: Czwalina Verlag.
- Heinemann, K. 1999. Ökonomie des Sports – Eine Standardbestimmung. In Horch, H. et.al. (eds.) *Professionalisierung im Sportmanagement*. Aachen: Meyer & Meyer Verlag.
- Heinemann, Klaus & Schubert, Manfred. 1992. *Ehrenamtlichkeit und Hauptamtlichkeit in Sportvereine. Eine empirische Studie zur Professionalisierung am Beispiel eines ABM-Programms*. Schorndorf: Verlag Karl Hofmann.
- .1994. *Der Sportverein. Ergebnisse einer repräsentativen Untersuchung*. Schorndorf: Verlag Karl Hofmann.
- Ibsen, B. 1992. *Frivilligt arbejde i idrætsforeninger*. København. DHL/systime.
- .1997. Fordærver pengene foreningerne? *Politica* Vol.29, 1:49-61.
- James, E. (1983) How nonprofits grow: a model. *Journal of Policy Analysis og Management*, 2,3: 350-66.
- Ketab, G. 1998. The Value of Association. I Gutmann, A. ed. *Freedom of Association*. Princeton: Princeton University Press.
- Kingma, B.R., 1995, “Do profits crowd out donations or vice versa ?”. *Nonprofit Management and Leadership*, 6 :1, 21-38.
- Lash, S. & Urry, J. 1994. *Economies of Signs & Space*. London: Sage.
- Loland, S. red. 1998. *Toppidrettens pris*. Oslo: Universitetsforlaget.
- Lorentzen, H. 1998. Normative forståelser av sivile sammenslutninger. *Sosialvetenskapelig tidsskrift*, 2-3:244-267.
- Michels, R. 1962[1915]. *Political Parties. A Sociological Study of the Oligarchical Tendencies of Modern Democracy*. New York: The Free Press.
- Morgan, W. 1994. *Leftist Theories of Sport. A Critique and Reconstruction*. Urbana: University of Illinois Press.
- Pitsch, W. & Emrich, E. 2000. Veränderungen des Umfangs hauptamtlicher Tätigkeit in Sportvereinen im Vergleich verschiedener empirischer Erhebungen. *DVS-Informationen* Vol. 15, 2:15-20.
- Polanyi, K. (1957a) *The great transformation*. Beacon Hill: Beacon Press.
- Polanyi, K, et alii, (Eds), (1957b) *Trade og Market in the Early Empires*. New York: The Free press.
- Portes, A. 1998. Social Capital: Its Origins and Applications in Modern Sociology.

- Annual Review of Sociology*, Vol.24:1-24.
- Putnam, R. 1992. *Making Democracy Work*. Princeton: Princeton University Press.
- Rittner, V. 1995. Sport in der Erlebnisgesellschaft. I Allmer, H. & Schulz, N. (eds.) *Erlebnissport – Erlebnis Sport*. Sankt Augustin: Academia Verlag.
- Roche, M. 1993. Sport and Community: Rhetoric and Reality in the Development of British Sport Policy. In *Sport, Culture and Politics*, edited by Binfield, J.C and Stevenson, John. Sheffield: Sheffield Academic Press.
- Salamon, L.M., (1994) *The emerging sector*, Baltimore, Johns Hopkins University.
- Schiff, J., Weisbrod, B. (1991) Competition between for-profit og nonprofit organizations in commercial markets. *Annals of Public og Cooperative Economy*, 62,4: 619-639.
- Segal, L.M., & Weisbrod, B.A., 1998, “Interdependence of commercial and donative revenues”. In Weisbrod, B.A., (Ed), 1998, *To profit or not to profit, the commercial transformation of the nonprofit sector*. Cambridge : Cambridge University Press.
- Skocpol, T; Ganz, M.I; Munson, Z.. 2000. A Nation of Organizers: The Institutional Origins of Civic Voluntarism in The United States. *American Political Science Review*. Vol. 94, 3: 527-546.
- Steinberg, R., 1991, “Does government spending crowd out donations ? Interpreting the evidence.” *Annals of Public and Cooperative Economy*, 62 : 4, 591-617.
- St.meld. nr. 14 .1999-2000. Idrettslivet i endring. Om statens forhold til idrett og fysisk aktivitet. Kulturdepartementet.
- Tamir, Y. 1998. Revisiting the Civic Sphere. I Gutmann, A. ed. *Freedom of Association*. Princeton: Princeton University Press.
- Taylor, C. 1995. Invoking Civil Society. I *Philosophical Arguments*. Cambridge, Mass.: Harvard University Press
- Thibault, L.; Slack, T. and Hinings, B.. 1991. Professionalism, Structures and Systems: The Impact of the Professional Staff on Voluntary Sport Organisation. *International Review for the Sociology of Sport* Vol.26, 2: 83-99.
- Torgersen, U. 1981. *Profesjonssosiologi*. Oslo: Universitetsforlaget.
- Vaage, O. 2000. *Kultur- og fritidsaktiviteter. Om idrett og friluftsliv, musikk, lesing og andre kulturaktiviteter*. Statistiske analyser nr. 38. Oslo: SSB.
- Walzer, M. 1992. The Civil Society Argument. In Mouffe, C. (ed.) *Dimensions of Radical Democracy*. London: Verso.
- Warren, M. 2001. *Democracy and Association*. Princeton: Princeton University Press.
- Weisbrod, B.A., (Ed), (1998a) *To profit or not to profit, the commercial transformation of the nonprofit sector*. Cambridge: Cambridge University Press.
- Weisbrod, B.A. (1998b) Modeling the nonprofit organization as a multiproduct firm: a framework for choice. In Weisbrod, B.A., (Ed), (1998a) *To profit or not to profit, the commercial transformation of the nonprofit sector*. Cambridge: Cambridge University Press.
- Wollebæk, D.; Selle, P., Lorentzen, H. 2000. *Frivillig innsats. Sosial integrasjon*,



demokrati og økonomi. Bergen: Fagbokforlaget.
 Zelizer, V. (1998) How do we know whether a monetary transaction is a gift, an entitlement or compensation? in Ben-Ner, A., Putterman, L., (Eds) *Economics, values og organizations*. Cambridge: Cambridge University Press.

Forfattere/Authors

Bernard Enjolras og Ørnulf Seippel

Tittel/ Title

Norske idrettslag 2000: Struktur, økonomi og frivillig innsats

Sammendrag

Rapporten presenterer data fra en større undersøkelse av norske idrettslag: Idrettslagsundersøkelsen 1999–2000. For det første gir rapporten en oversikt over strukturelle trekk ved norske idrettslag: størrelse, organisasjonsstruktur, medlems-sammensetning, konkurranseorientering, alder, aktivitetsmønster og geografisk tilhørighet. Deretter beskrives idrettslagenes økonomi. Først omfanget og sammensetningen av lagenes økonomi, som så utdypes i en sammenlikning av særiddretts- og fleridrettslag. Til slutt drøftes spørsmålet om kommersialisering mer inngående. Rapportens tredje del fokuserer på det frivillige arbeidet som legges ned i norske idrettslag: hvor sentralt det er i forhold til den samlede mengde arbeid som gjøres i lagene, hvor viktig det er i forhold til betalt arbeid og hvor mye arbeid, betalt og frivillig, som legges ned pr. medlem. Det legges også vekt på å studere hvordan det betalte og frivillige arbeidet står ulikt i forskjellige typer idrettslag.

Summary

The report presents data from a study of Norwegian voluntary sport organisations: The Sport Organisation Study 1999–2000. Firstly, the report gives an account of structural patterns of the organisations: size, organisational structures, composition of members, competitiveness, age, patterns of activity and geographical location. Next, we offer a description of the economy of the organisations. This description is extended in a comparison of single- and multisport clubs, and there is a more elaborate analysis of the commercialisation of sport organisations. The third part of the report focuses on voluntary and paid work in sport organisations. How much of the total amount of work is voluntary in these organisations? How important is voluntary work compared to paid work? How much voluntary and paid work do we find per member in the clubs? An important question is also how these matters vary between different clubs.