

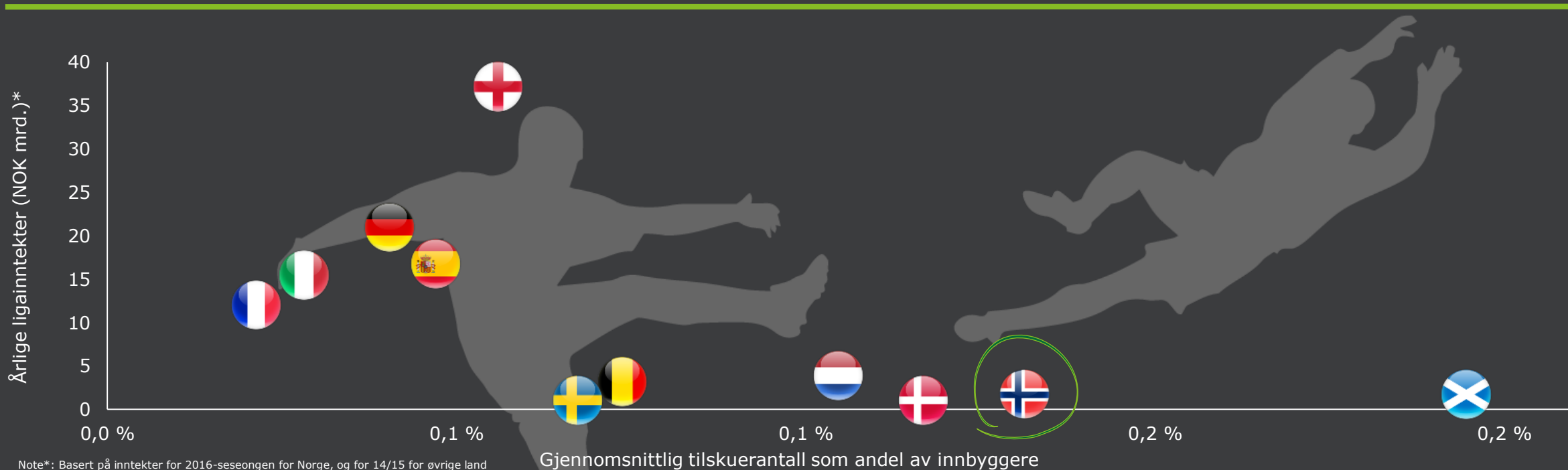


Eliteseriebarometeret

Et innblikk i økonomien til norske toppfotballklubber

Nordmenns fotballinteresse er i Europatoppen

Eliteseriens inntekter er på nivå med Sverige og Danmark, og den norske publikumsinteressen er nest høyest i Europa



Note*: Basert på inntekter for 2016-sesongen for Norge, og for 14/15 for øvrige land

Land	Øverste liganivå	Ligainntekter, mrd*	Gj.snitt tilskuere**
England	Premier League	37,6	35,9
Tyskland	BUNDESLIGA	20,4	42,7
Spania	LaLiga	17,5	26,0
Italia	SERIE A	15,3	22,9
Frankrike	LIQUE 1	12,1	20,4
Holland	eredivisie	3,7	19,3
Belgia	Jupiler PRO LEAGUE	2,6	9,2
Norge	ELITE SERIEN	1,36	7,3
Sveits	ALCANTARA	1,30	7,6
Danmark	alka SUPERLIGA	1,27	7,2
Sverige	SPFL	1,15	11,0

*Tall i NOK milliarder **Gjennomsnittlig antall tilskuere seks siste sesonger (tall i tusen)

Kilder: Annual Review of Football Finance 2016, Norsk Toppfotball, fotball.no

Innholdsfortegnelse

Innhold	Side
1 <u>Forord</u>	4
2 <u>Sammendrag</u>	6
3 <u>Inntekter</u>	10
4 <u>Kostnader</u>	20
5 <u>Driftsresultat</u>	31
6 <u>Balanse</u>	37
7 <u>Finansiell oppfølging</u>	44
8 <u>Samfunnsprosjekter</u>	47
9 <u>Klubbene</u>	51
10 <u>Om rapporten</u>	85
11 <u>Vedlegg</u>	87



Andreas Enger

Partner

Mobil tel: +47 901 31 228

Email: aenger@deloitte.no

Audun Romstad Stavne

Manager

Mobil tel: +47 993 82 887

Email: astavne@deloitte.no

Jonas Longva Larsen

Consultant

Mobil tel: +47 416 91 721

Email: jonalarsen@deloitte.no

Forord

Det er en stor glede for oss å presentere første utgave av «Eliteseriebarometeret» i Norge. Rapporten bygger på Deloitte's internasjonale «Football Money League» som dekker de store ligaene i Europa. Vi har også en tilsvarende rapport i Sverige, som er kalt «Peningligaen». Vi har valgt å lage disse rapportene fordi dette utgjør en stor bransje der de fleste observatørene fokuserer på det sportslige.

Våre analyser i andre land viser at det over tid er stor sammenheng mellom økonomiske ressurser og sportslige resultater over tid. Sammenligning med andre («benchmarking») kan ofte være god inspirasjon for å gjøre forbedringer, og vi håper rapporten vil være nyttig for de som jobber for å styrke økonomien i eliteserieklubbene. Vi vil takke Norsk Toppfotball og klubbene for stor åpenhet og godt samarbeid i arbeidet med å samle inn underlagsmaterialet. Det har blitt mer fokus på god økonomisk drift i norsk toppfotball, og vi håper denne rapporten kan gi litt inspirasjon til de som vil ta denne trenden videre.

Fotball er «big business». Halvparten av de 10 største sportsligaene i verden målt etter inntekter er fotballigaer. 3,2 milliarder mennesker så FIFA World Cup-finalen i 2014 på ulike tradisjonelle og digitale plattformer, som gjør det til det nest mest sette arrangementet i verdenshistorien etter avslutningsseremonien under OL i Beijing. Det ligger et stort økonomisk potensiale i å utnytte denne interessen på en enda bedre måte også i Norge.

Eliteserien er en liten liga i europeisk sammenheng. Samtidig viser informasjonen at Norge ligger høyt på antall tilskuere i forhold til folketall. I en tid der «experience design» er et av de største moteordene i konsumentindustrien er det viktig for fotballindustrien å utvikle sitt produkt. Plattformen og interessen er på plass, men konkurransen om menneskers oppmerksomhet og interesse blir stadig større. Eliteseriebarometeret viser at deltagelse i Europa (Europa- og Champions League) er en viktig driver for interessen for Norsk fotball som medieprodukt, og selvsagt en stor inntektskilde for klubbene som deltar. Dette er ett eksempel på et område der sportslig og økonomisk suksess henger tett sammen. Eliteserien har de siste årene fått godt betalt for å utvikle spillere for større europeiske ligaer. Dersom vi også lykkes med å sette norske klubber på Europa-kartet vil det bidra til å løfte Eliteserien til nye økonomiske høyder.

Med vennlig hilsen



Andreas Enger

Kommentar fra toppfotballsjefen

Edrueghet i norsk fotball

Noen vil mene norsk fotball har en kraftig «hangover» for tiden. Fordelen med en hangover er at man i alle fall er blitt edru.

Det er følgelig hyggelig å kunne presentere Eliteseriens første samlede økonomiske barometer både for liga og enkeltklubbene. Vi tror du vil finne mye nyttig info, og at en del myter vil bli lagt i skuffen. For eksempel er ikke spillerlønningene høye i Norge. Klubbenes soliditet er oppsiktsvekkende god. Eller kanskje du blir mest overrasket over at tilskueroppslutningen er så høy i forhold til andre sammenlignbare land, og at Europaspill er så avgjørende for norsk fotballøkonomi både på tilskuertall, partnerinntekter og inntekter fra UEFA?

Noen av de fakta du finner i rapporten er:

- Kraftig styrking av soliditeten til klubbene; fra 21 % i 2014 til 33 % i 2016
- Personalkostnadene i forhold til omsetning er på 52 %, noe som er blant de beste i Europa
- Fra tre til åtte lag i «grønn sone» i perioden 2009 – 2016

Og så er det jo ekstra morsomt å se at norske fotballfans er dobbelt så ivrige kamptilskuere på stadion som de engelske.

God lesning!

Leif Øverland
Administrerende direktør
Norsk Toppfotball



Fra venstre: Andreas Enger (Deloitte) og Leif Øverland (NTF)

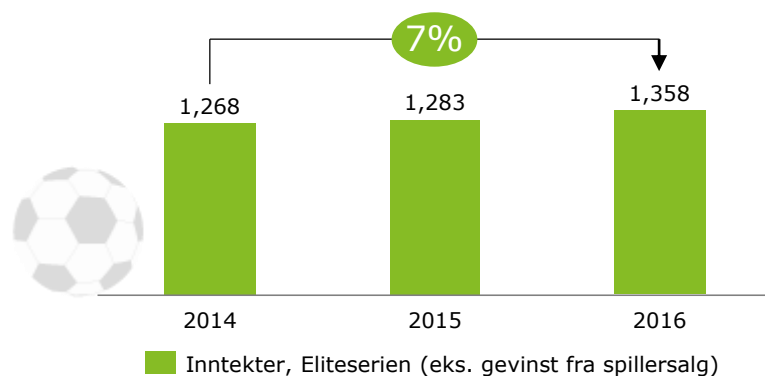
Sammendrag – Hovedpunkter

Eliteseriens samlede inntekter økte med 6 % i 2016 til tross for reduserte inntekter fra spill i Europa

1 Opprykket til Brann og Sogndal drev Eliteseriens inntektsvekst i 2016

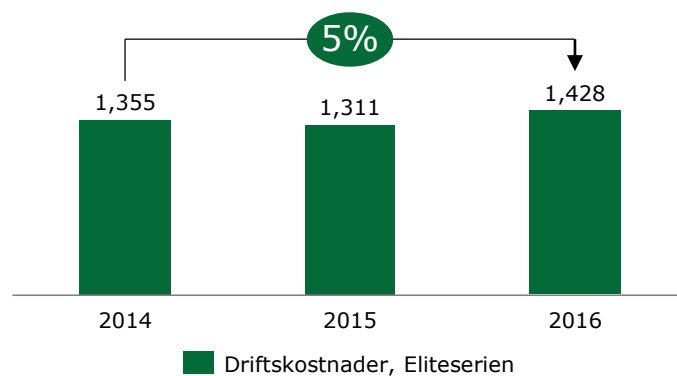
- Eliteseriens inntekter økte med 6 % i 2016 sammenliknet med 2015
- Reduserte media- og ligasponsorinntekter gjennom bortfall av europacupdeltakelse i 2016 ble mer enn oppveiet av økte reklame- og partnerinntekter, og leieinntekter

Tall i MNOK



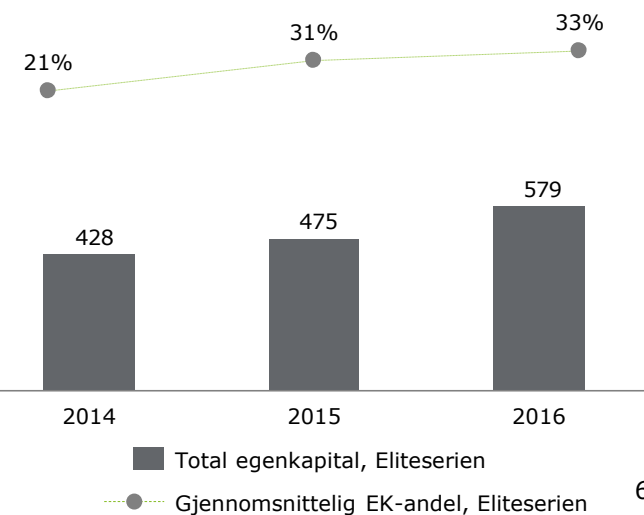
2 Kostnadsutviklingen har vært moderat sammenliknet med inntektsveksten

- Eliteseriens driftskostnader økte med 9 % i 2016 sammenliknet med 2015
- Veksten i Eliteseriens samlede driftskostnader utgjøres av personalkostnader knyttet til sport (28%), administrasjon (24%) og andre driftskostnader (49%). Videre er veksten drevet av endring i lagsammensetningen i Eliteserien, heller enn kostnadsvekst for eksisterende lag



3 Eksport av spillere har løftet ligaens økonomiske soliditet

- Gjennomsnittlig egenkapitalandel i Eliteserien har økt fra 21 % i 2014 til 33 % i 2016
- Forbedringen i klubbenes soliditet er drevet av gevinst fra spillersalg til utlandet, i tillegg til tilskudd fra UEFA gjennom Molde og Rosenborgs europacup-suksess i 2015



Sammendrag – Eliteseriens muligheter

1 Økt suksess i Europa representerer et stort økonomisk vekstpotensial for Eliteserien

- Økt deltagelse i Europa representerer det største inntekspotensialet for Eliteserien
- Europadeltagelse gir først og fremst store medieinntekter for klubbene gjennom tildeling av både prestasjonsbaserte midler og såkalte market pool-midler fra UEFA
- Videre er billettinntektene fra europacupkampene også vesentlige bidrag for klubbene, hvor f.eks. Odds fire hjemmekamper i kvalifiseringsrundene til Europa League i 2015 (inkludert hjemmekampen mot Borussia Dortmund) genererte ca. MNOK 4 i billettinntekter
- I tillegg til de direkte effektene for deltakende lag er det naturlig å tenke seg at det vil eksistere indirekte positive effekter også for ligaen som helhet, f.eks. gjennom en forbedret UEFA-koeffisient og økte muligheter for spill på øverste europeiske nivå for norske talenter
- Se vedlegg for nærmere detaljer rundt potensiell oppside fra deltagelse i Europa og hva dette betyr

Inntektpotensialet fra deltagelse i Europa League og Champions League, med utgangspunkt i Rosenborg Malmös deltagelse i 15/16



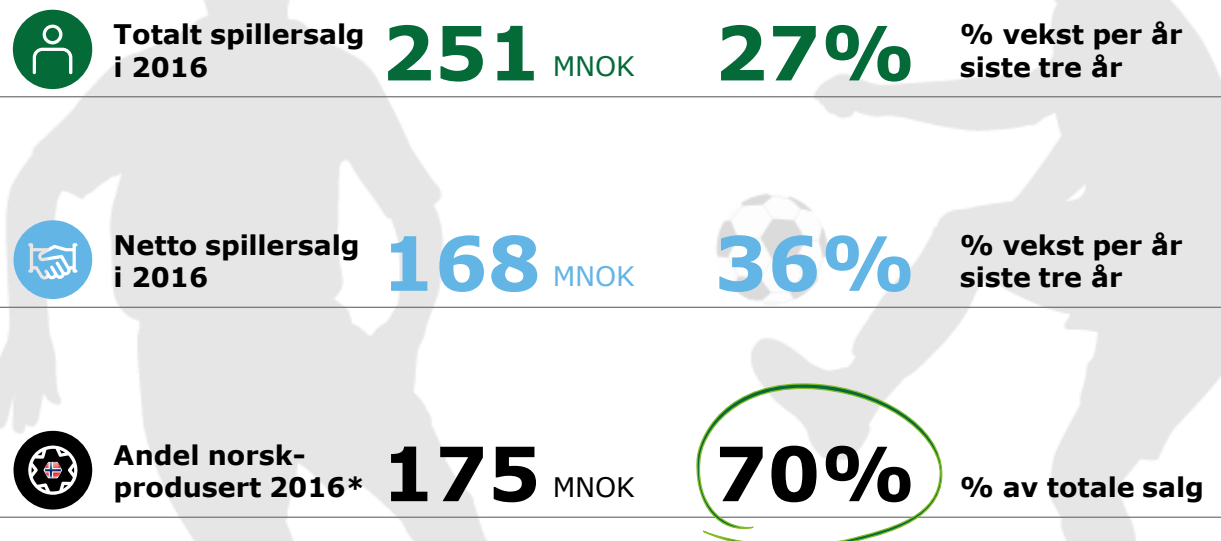
Tall i MNOK

Playoff	0	19
Deltakelsesbonus, gruppesp.	22	112
Prestasjonsbonus	2	15
Totale prestasjonsbidrag	24	146
Market pool-midler	12	46
Totale UEFA midler	36	192

Sammendrag – Eliteseriens muligheter

2 Norskutviklede talenter gir store økonomiske bidrag i form av spillereksport fra Eliteserien

- Norge har i økende grad utmerket seg som en eksportliga de siste årene, hvor netto spillersalg beløp seg til MNOK 168 i 2016
- Totale spillersalg har økt fra MNOK 156 i 2014 til MNOK 251 i 2016. Som illustrert i grafikken er 70 % av disse salgene spillere som er utviklet i norske klubber
- Eksport av spillere har, sammen med europacupdeltakelse, vært en av de viktigste bidragsyterne til at klubbene i Eliteserien har opplevd styrket soliditet



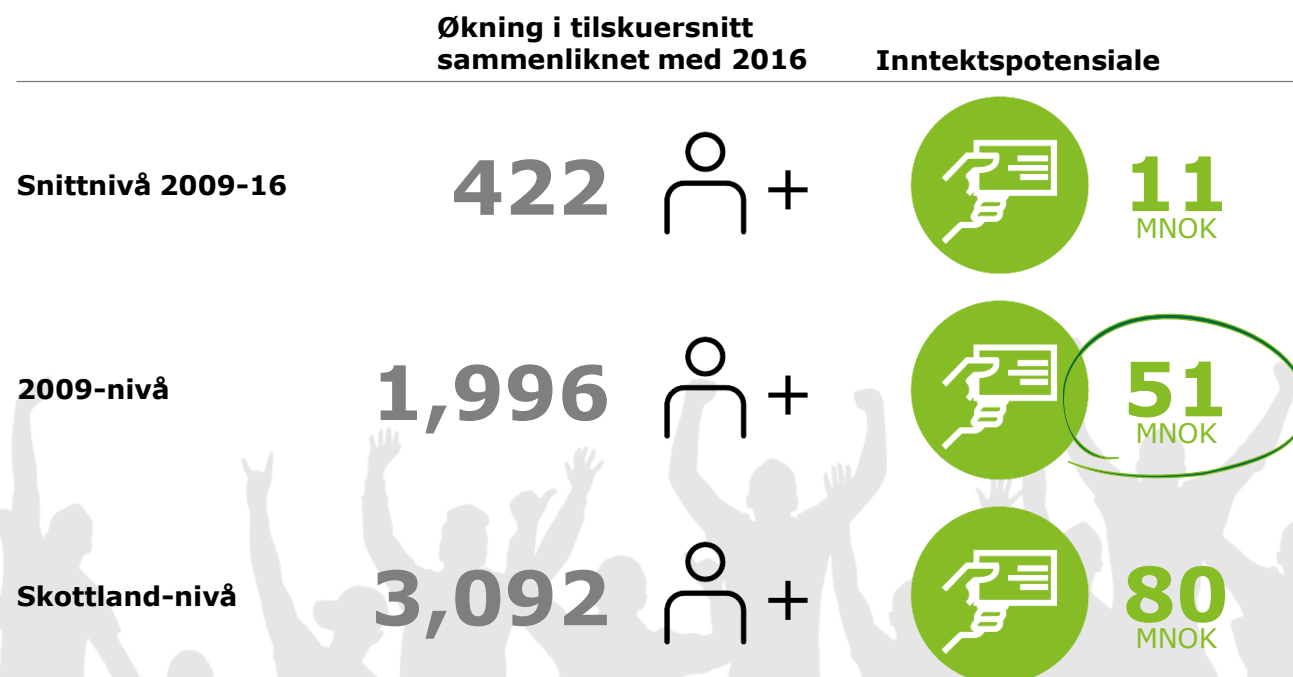
Note*: Norskproduserte spillere er her definert som spillere utviklet i norske klubber

Kilder: Regnskapspakke Klubbisens for Eliteseriekubbene, Deloitte-analyse

Sammendrag – Eliteseriens muligheter

3 Større tilskuertall og kampdagsinntekter er en god mulighet til å løfte inntektsnivået for klubbene

- Det gjennomsnittlige tilskuerantallet i Eliteserien har vært fallende siden 2009 (6.558 i 2016 vs. 8.966 i 2009)
- Likevel er Norge blant landene i Europa med flest tilskuere i toppserien i forhold til innbyggertall. Dette til tross for at Norges landslag har falt på FIFA-rankingen, fra 32. plass i 2009 til 83. plass i 2016, og at europacupdeltagelsen har vært lav eller fraværende. I takt med det fallende tilskuertallet har imidlertid også dette forholdstallet vært fallende siden 2009
- Grafikken på motsatt side angir et illustrativt inntektspotensial for Eliteserien som helhet for tre scenarier hvor forholdstallet tilskuersnitt dividert på innbyggertall løftes;
 - til snittnivået for Eliteserien i perioden 2009 – 2016
 - til 2009-nivå
 - til nivået til Skottland, som er eneste landet i Europa med høyere tilskuersnitt i forhold til innbyggertall enn Norge
- Analysen forutsetter at gjennomsnittlig billettinntekter per tilskuer er lik gjennomsnittet for Eliteserien i 2016; NOK 107



Inntekter

- 1 Forord
 - 2 Sammendrag
 - ▶ 3 Inntekter
 - 4 Kostnader
 - 5 Driftsresultat
 - 6 Balanse
 - 7 Finansiell oppfølging
 - 8 Samfunnsprosjekter
 - 9 Klubbene
 - 10 Om rapporten
 - 11 Vedlegg
-



Inntekter

Siden 2009 har økte inntekter fra media- og ligasponsorer mer enn kompensert for fallet i billettinntekter

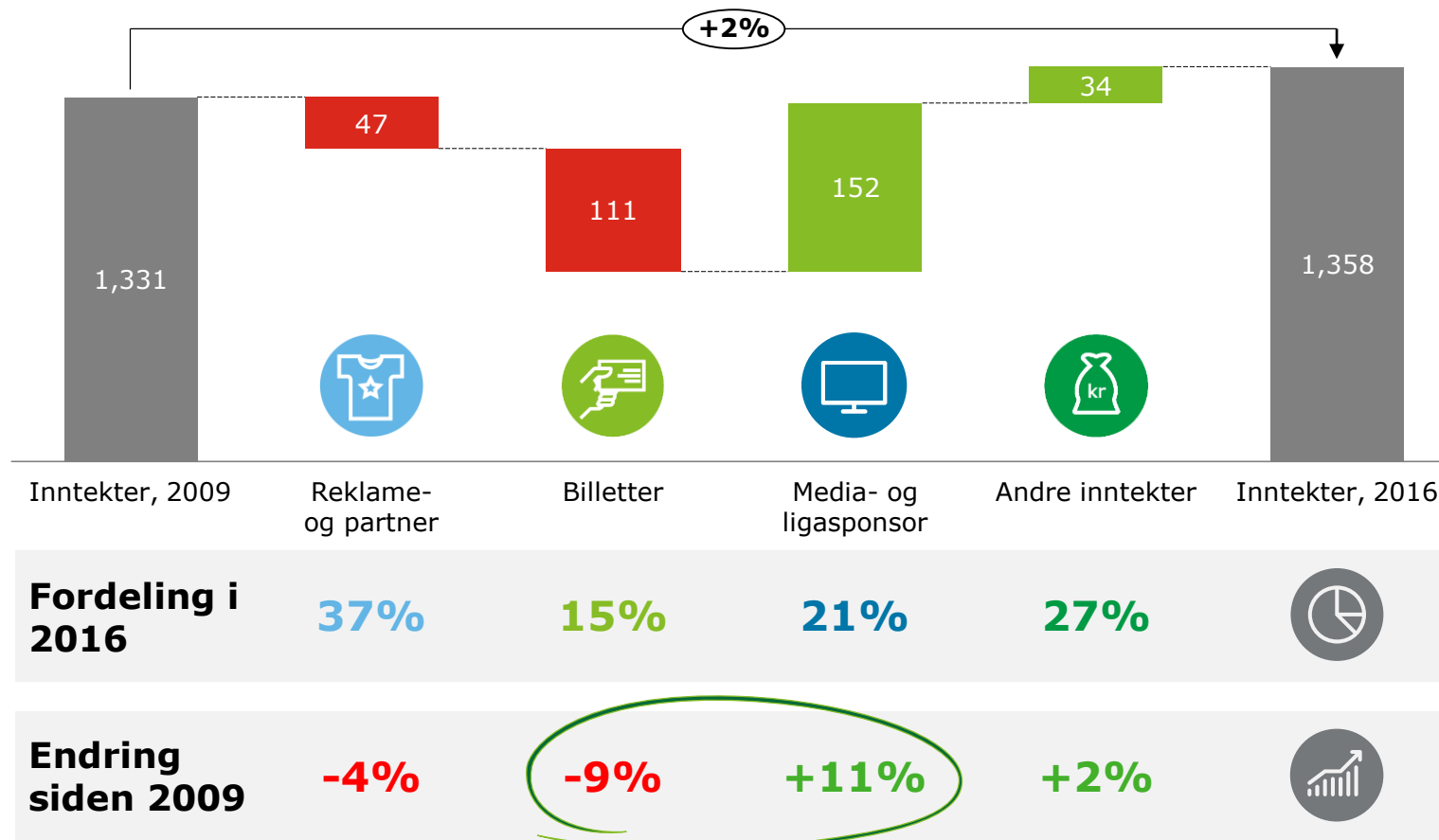
Selv om Eliteseriens totale inntekter har holdt seg stabile er det verdt å merke seg at inntektssammensetningen har endret seg over perioden. Reduserte billettinntekter som følge av lavere publikumsinteresse har blitt kompensert med høyere inntekter fra medie- og ligasponsorinntekter.

I denne delen vil vi analysere både Eliteserien som helhet, og klubbenes, inntekter med utgangspunkt i inntektsstrømmene (i) reklame- og partnerinntekter, (ii) media- og ligasponsorinntekter, (iii) billettinntekter og (iv) andre inntekter.

Andre inntekter inkluderer leieinntekter, i tillegg til andre inntektskilder – slik som grasrotandeler, salg av supporterutstyr og gaver.

Merk at gevinst fra salg av spillere og øvrige anleggsmidler ikke er inkludert i inntekter, men omtales separat i kapitlet «Driftsresultat».

Utvikling i Eliteseriens samlede inntekter, 2009 – 2016 (MNOK)



Tall i MNOK

Reklame- og partnerinntekter

Eliteserien opplevde vekst i reklame- og partnerinntekter på 12 % i 2016, og oppleves å ha ytterligere vekstpotensial

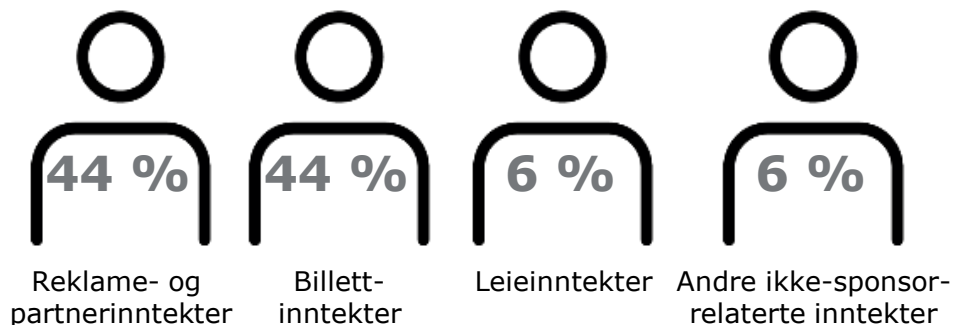


Reduksjonen i reklame- partnerinntekter for Eliteserien fra 2014 til 2015 er i stor grad drevet av nedrykket til Brann, som var klubben med de tredje høyeste reklame- partnerinntektene i nedrykksesongen.

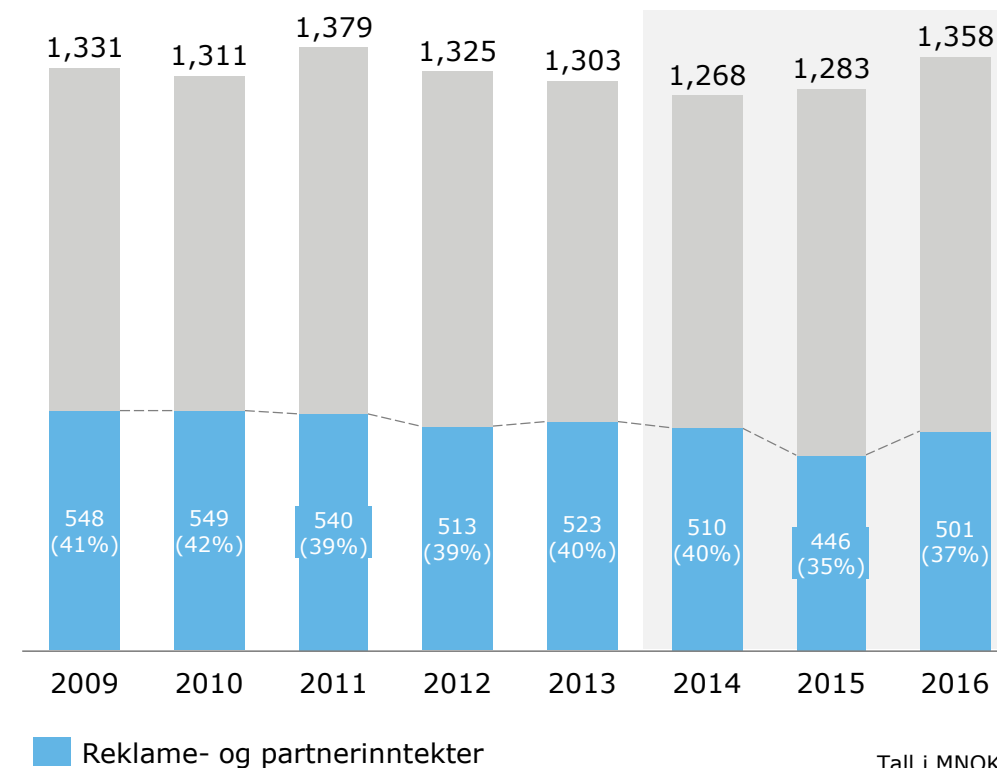
I 2016 har Haugesunds oppkjøp av tre mediebedrifter et isolert positivt bidrag på MNOK 17, mens nedturen i olje- og gass-sektoren på Vestlandet bidro til reduserte reklame- og partnerinntektene for Viking på MNOK 8 i 2016 sammenliknet med 2015.

Som vist under er reklame- og partnerinntekter en inntektskilde hvor klubbene ser det er rom for ytterligere vekst i de kommende årene.

Inntektskilder med størst vekstpotensial i følge klubbenes økonomisjefer*



Reklame- og partnerinntekter 2009-2016



Note: Basert på spørreundersøkelse; «Fra hvilke av følgende innteksstrømmer har din klubb størst potensial til forbedring (i kroner) over de neste tre årene (utover inntekter fra media og ligasponsorat)?»

Kilder: Regnskapspakke klubbisens for Eliteserielubbene (2014 - 2016), NFF (2009 - 2013), Deloitte-analyse

Media- og ligasponsorinntekter

Rosenborg og Moldes europacupdeltagelse i 2015 løftet medie- og ligasponsorinntekter med ca. MNOK 100



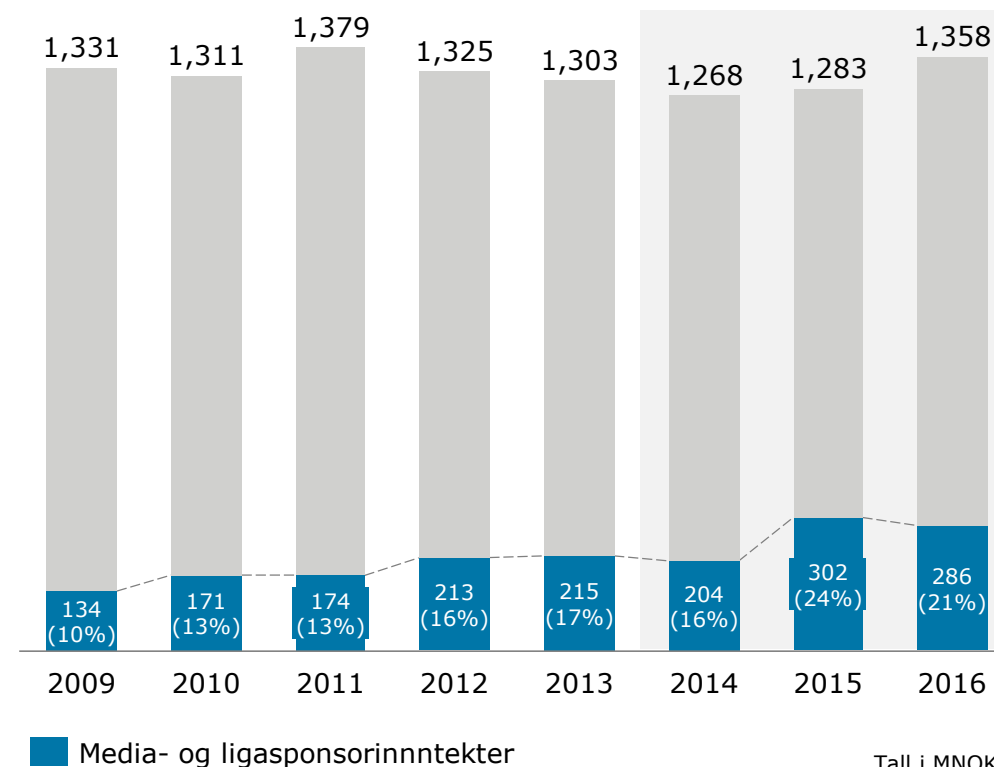
I 2014 tapte Strømsgodset mot FC Steaua București i andre kvalifiseringsrunde til Champions League. Heller ikke i Europa League klarte hverken Rosenborg, Molde, FK Haugesund eller Tromsø å ta seg forbi kvalifiseringsrundene. Medie- og ligasponsorinntektene dette året bærer preg av fraværet av norske klubber i Europa, selv om Tromsø mottok market pool-midler basert på deres deltakelse i Europa League i 2013.

I 2015 klarte Molde, i gruppe med Fenerbahçe, Ajax og Celtic, på imponerende vis å vinne gruppe A, hvilket bidro til totale tilskudd fra UEFA på MNOK 55 dette året. Rosenborg endte sist i sin gruppe G i Europa League, men kunne inntektsføre MNOK 38 i tilskudd fra UEFA for deltakelsen.

I 2016 greide ingen norske lag å kvalifisere seg til hverken Europa League eller Champions League. Det ble likevel inntektsført tilskudd fra UEFA i dette året i forbindelse med:

- (i) Moldes åttendelsfinale mot Sevilla i februar
- (ii) Utdelingen av Market Pool-midler fra UEFA i forbindelse med Molde og Rosenborgs deltakelse i Europa League i 2015 – 2016. Se vedlegg sist i rapporten for detaljer om utdelingen av market pool-midler

Media- og ligasponsorinntekter 2009-2016



Billettinntekter

Færre Europa League-kamper i Norge er hovedårsaken til reduksjon i billettinntekter fra 2015 til 2016



Til tross for nedrykket til Brann høsten 2014, har gjennomsnittlig antall tilskuere holdt seg stabilt i perioden 2014 – 2016.

Økningen i billettinntekter fra 2014 til 2015 kan tilskrives de norske klubbenes deltakelse i Europa League. Der det i 2014 ble spilt åtte Europa League-kamper på norske kamparenaer, ble det totalt spilt 20 Europa League-kamper i Norge i 2015 (inkludert kvalifiseringsrundene).

Med færre norske klubber i de europeiske cupene i 2016, gikk de totale billettinntektene også ned. Det ble i 2016 spilt 13 færre Europacup-kamper enn året før, hvilket bidro til at totale billettinntekter sank med MNOK 47 sammenliknet med 2015.

Gjennomsnittlig antall tilskuere per kamp

0 % (endring)

6 950

2014

6 774

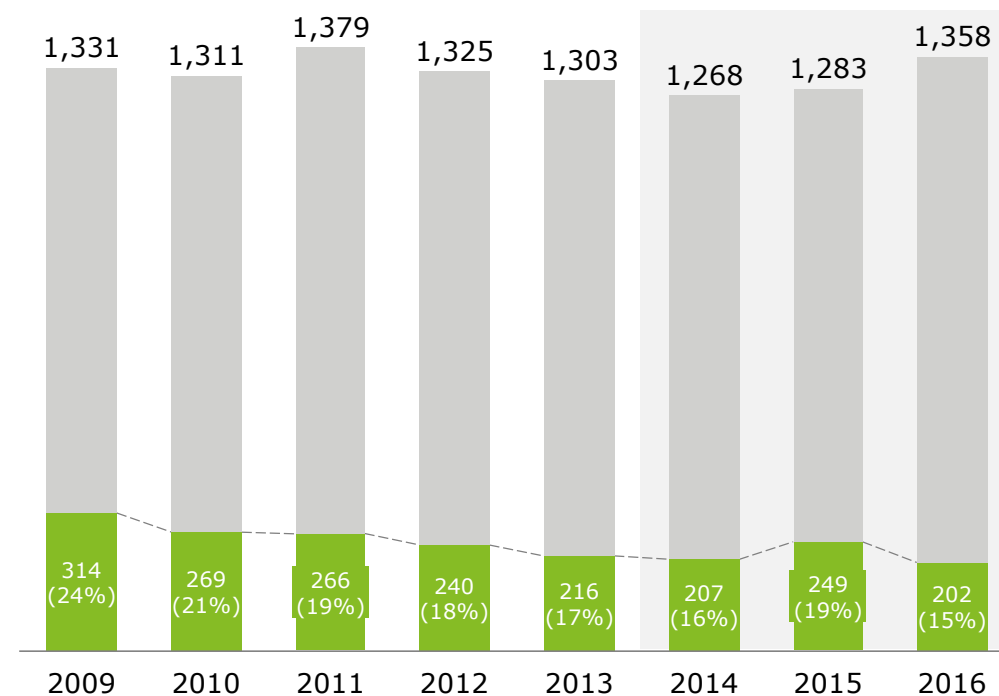
2015

6 970

2016



Billettinntekter 2009-2016



Billettinntekter

Tall i MNOK

Billettinntekter

Store forskjeller i billettinntekter mellom klubbene, der Ålesund og Haugesund får ut størst inntekter per tilskuer



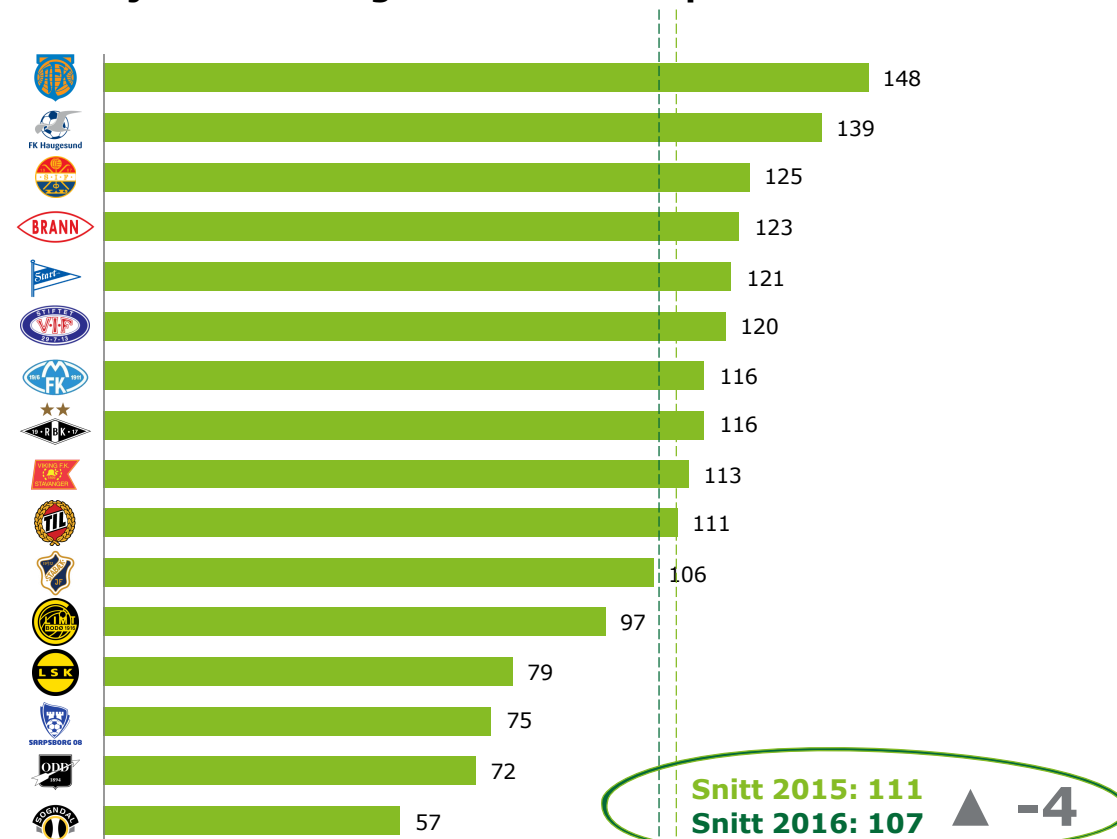
Tallene til høyre er beregnet som billettinntekter fra Eliteseriekamper (inkludert inntekter fra salg av sesongkort) som andel av gjennomsnittlig tilskuerantall. Merk at antall tilskuere her er målt som antall solgte billetter, hvilket kan avvike fra antall oppmøtte tilskuere på den enkelte kamp.

Vi bemerker at analysen er presentert kun for illustrative formål, da det kan være ulikheter mellom klubbene i form av hva slags inntekter man inkluderer i 'billettinntekter'. For enkelte klubber kan (mindre) inntekter fra eksempelvis kiosksalg o.l. være inkludert som billettinntekter.



Ålesund har vært blant klubbene med topp to høyeste gjennomsnittsinntekt per tilskuer de tre siste årene, kun slått av Haugesund i 2014 og 2015

Gjennomsnittlig billettinntekter per tilskuer i 2016



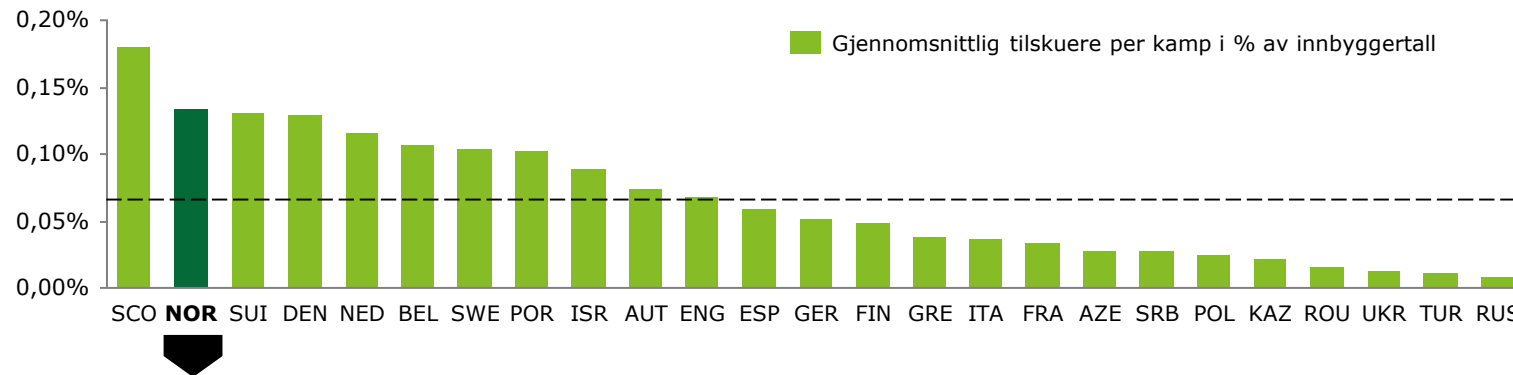
NOK

Billettinntekter

Bare Skottland har høyere kampinteresse i forhold til innbyggerantall

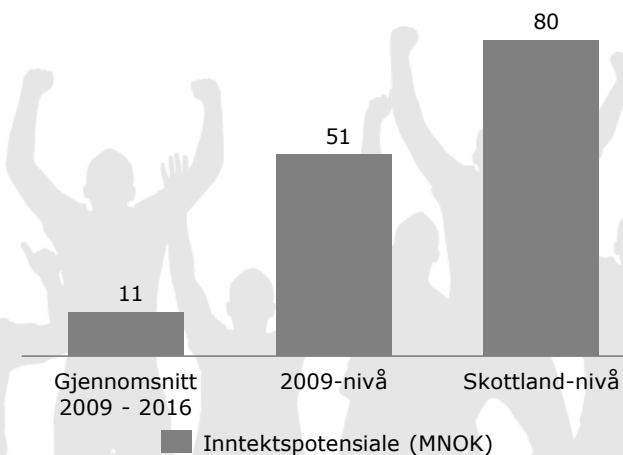
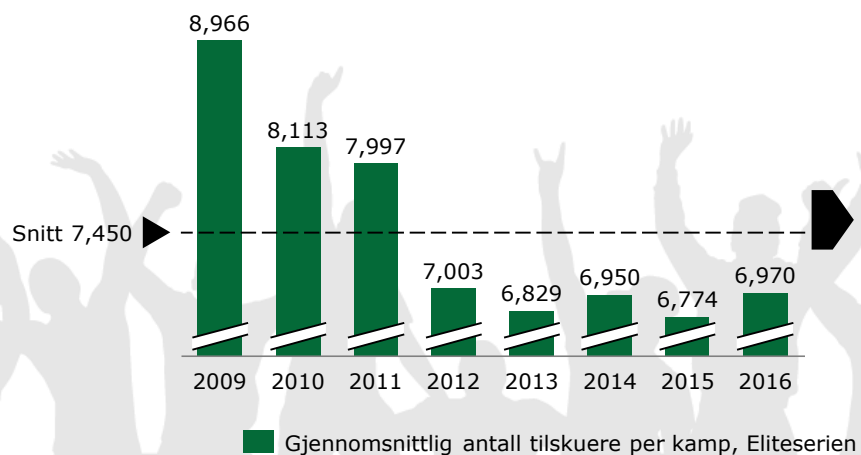
Den øvre grafen på motsatt side angir gjennomsnittlig tilskuerantall som andel av innbyggertall for et utvalg av de europeiske toppseriene.

Analysen under forsøker å illustrere effekten av en økning i tilskuertall for Eliteseriens samlede billettinntekter. Analysen tar utgangspunkt i gjennomsnittlig inntekt per tilskuer Eliteserien i 2016, inkludert inntekter fra sesongkort og sponsorkort, og appliserer dette til ulike scenarier for økte tilskuertall:



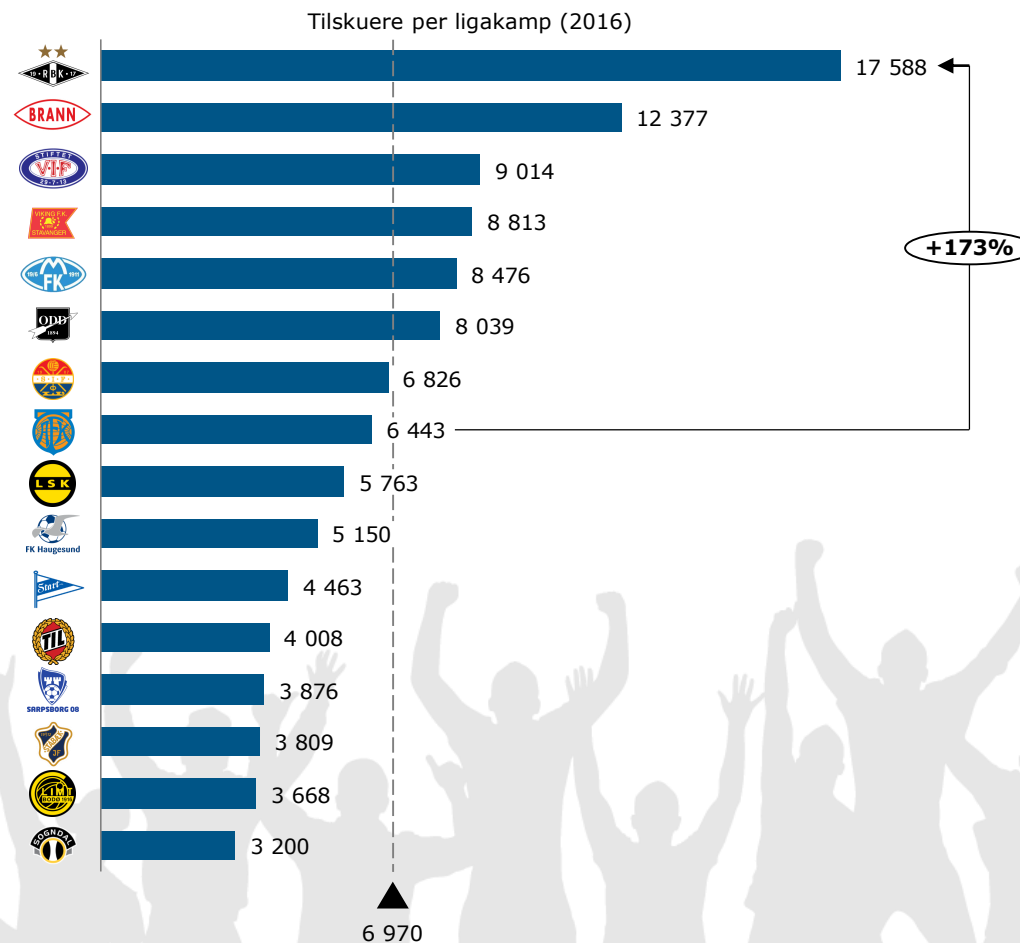
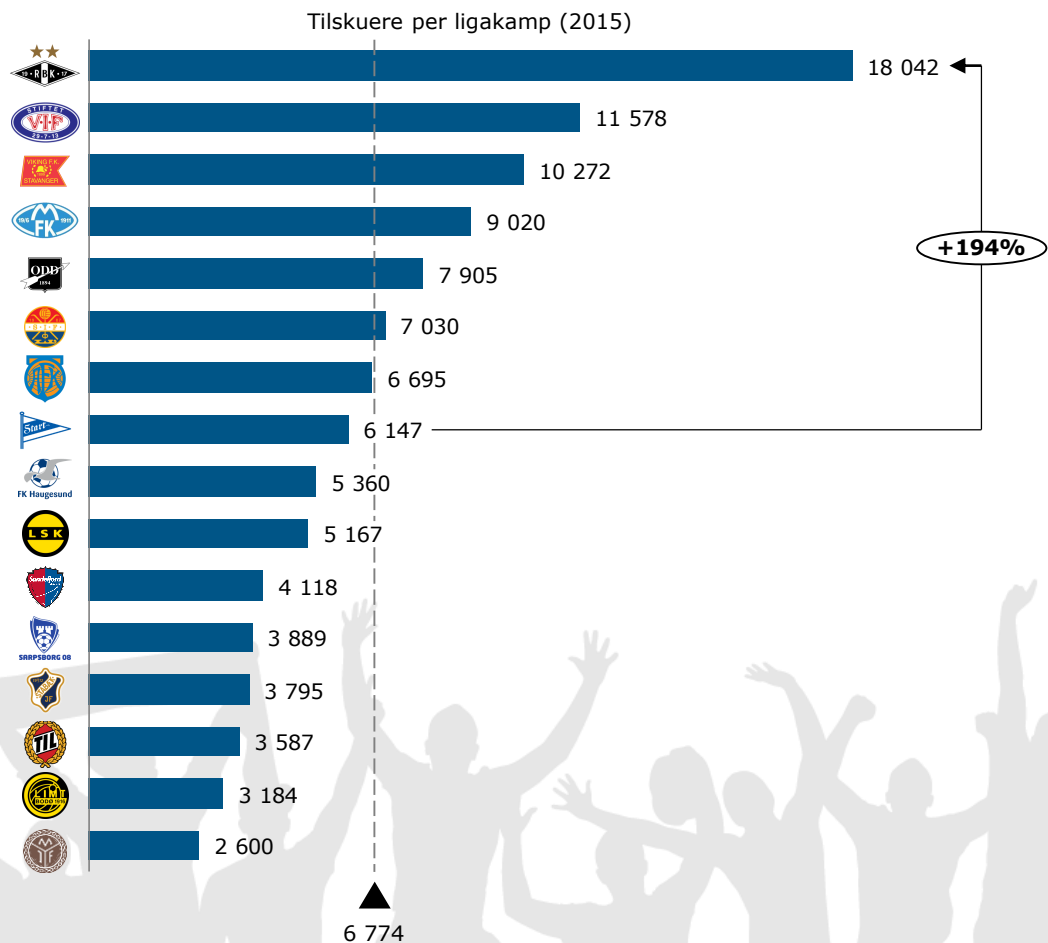
- 1 Tilskuerantallet øker til gjennomsnittet av de siste åtte år:** Økte inntekter for Eliteserien tilsvarende MNOK 11
- 2 Tilskuerantallet øker til 2009-nivået:** Økte inntekter for Eliteserien tilsvarende MNOK 51
- 3 Tilskuerantallet øker til Skottland-nivå:** Økte inntekter for Eliteserien tilsvarende MNOK 80

Økning i tilskuersnitt sammenliknet med 2016



Billettinntekter

Brann og Bodø/Glimt har opplevd den største økningen i seriekamptilskuere fra 2015 til 2016



Andre inntekter

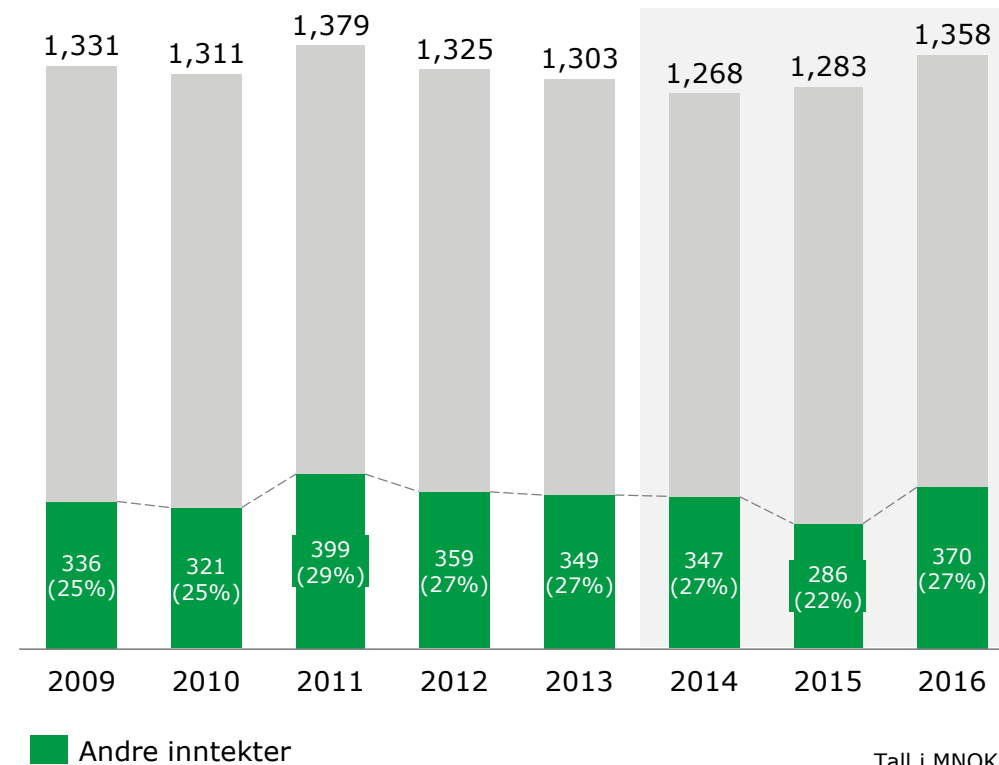
Sogndals leieinntekter fra Campus Fosshaugane bidro til at Eliteseriens andre inntekter økte med ca. 30 % i 2016



Økningen i 2016 sammenliknet med 2015 er drevet av opprykket til Sogndal og Brann dette året, hvor spesielt Sogndal har forholdsvis store leieinntekter klassifisert som andre inntekter.

I tillegg til leieinntekter inkluderer andre inntekter blant annet grasrotandeler, salg av supporterutstyr og gaver.

Andre inntekter 2009-2016

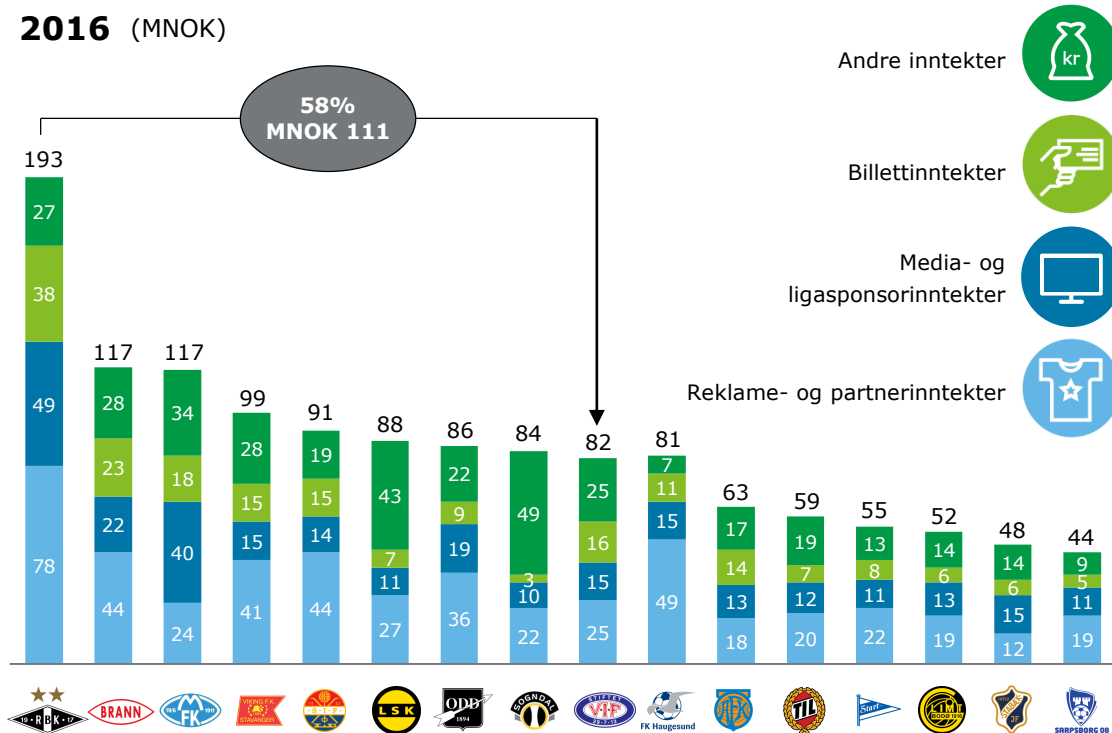
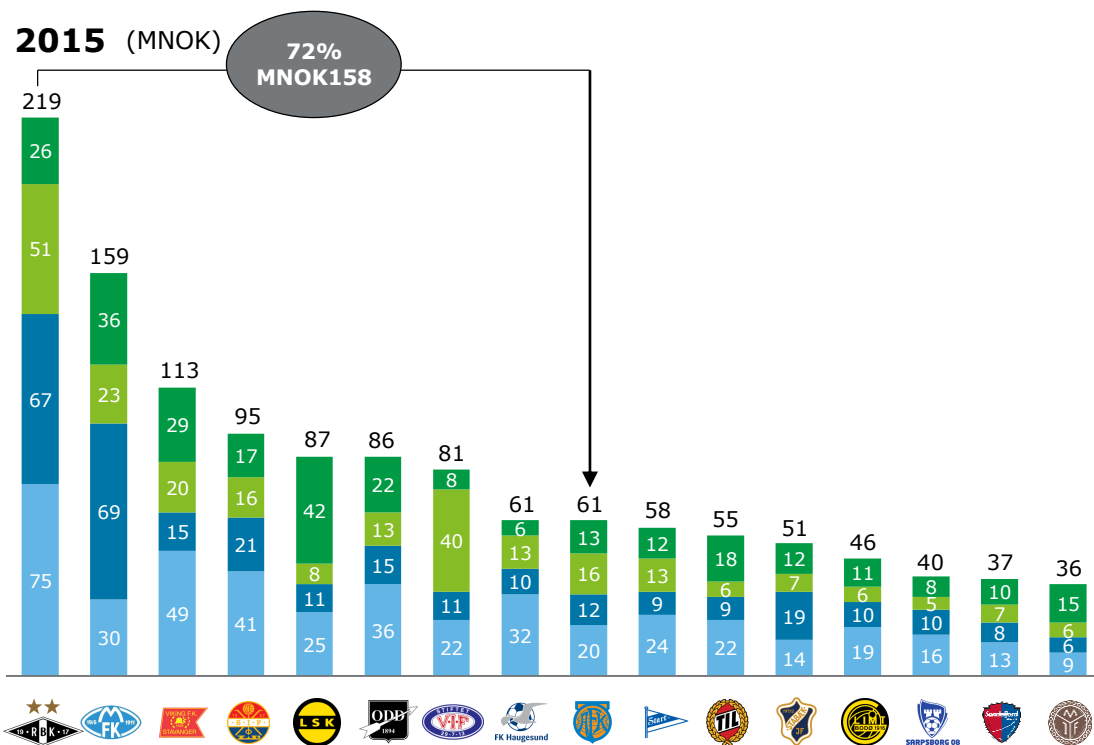


Inntekter per klubb

Inntektsgapet mellom de største og minste klubbene ble redusert fra 2015 til 2016, drevet av opprykket til Brann og Sogndal til 2016-sesongen, samt bortfall av europacup-suksess i 2016

Inntektsgapet mellom de største og minste klubbene har blitt redusert fra 2015 til 2016. Dette skyldes delvis at Brann og Sogndal i 2016 «erstattet» Sandefjord og Mjøndalen, hvor spesielt Sogndal har betydelige inntekter fra utleie av fast eiendom (inkludert i andre inntekter) med en tilhørende høyere finansieringskostnad.

I tillegg har også bortfallet av Europacup-deltakelse i 2016, hvor Molde og Rosenborg har fått reduserte inntekter som følge av dette, bidratt til å redusere gapet mellom de største og minste klubbene. Dette er illustrert i grafene under gjennom reduksjon både i media- og ligasponsorinntekter og billettinntekter.



Kostnader

- 1 Forord
- 2 Sammendrag
- 3 Inntekter
- ▶ 4 Kostnader
- 5 Driftsresultat
- 6 Balanse
- 7 Finansiell oppfølging
- 8 Samfunnsprosjekter
- 9 Klubbene
- 10 Om rapporten
- 11 Vedlegg



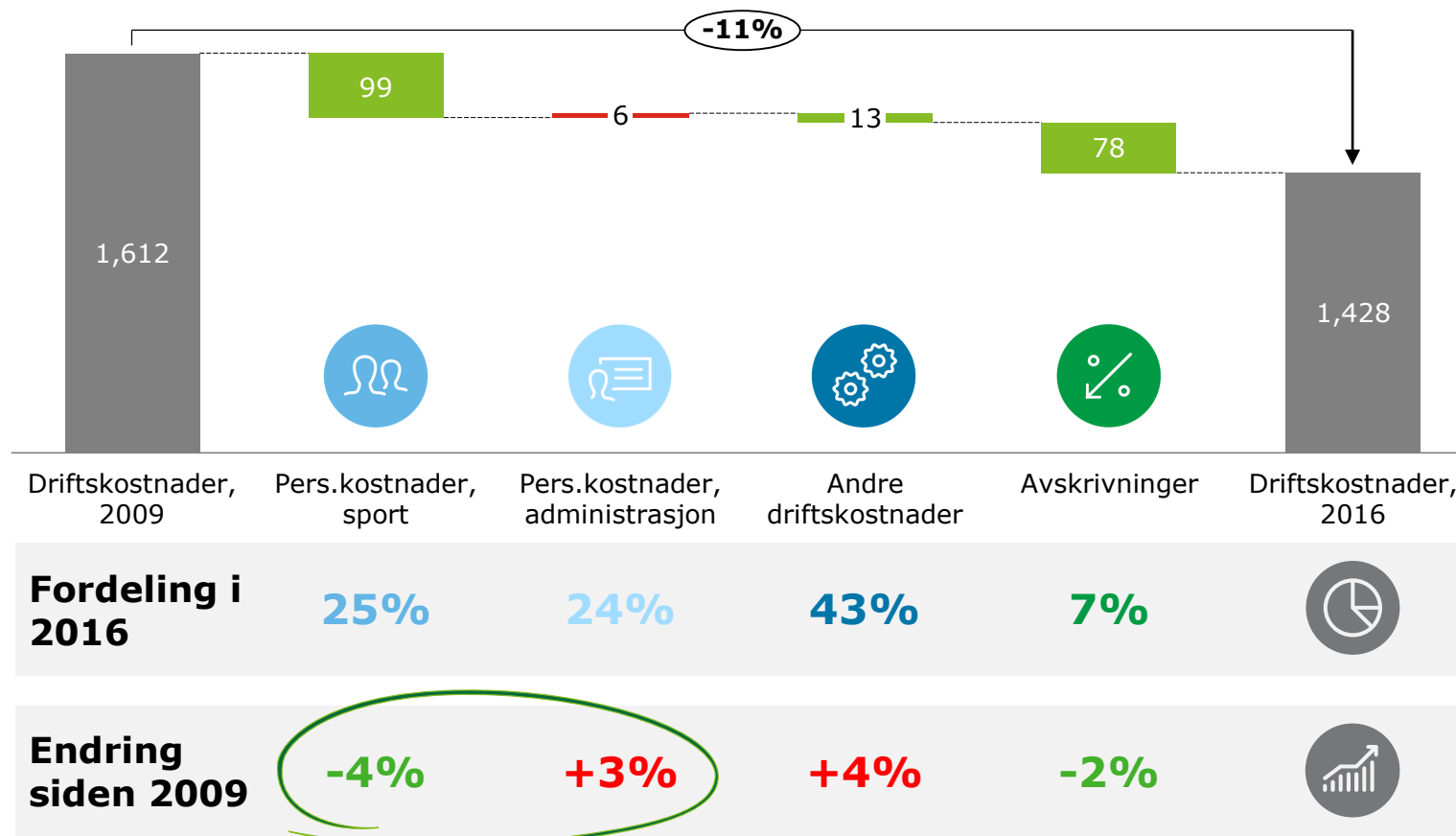
Kostnader

Klubbene i Eliteserien har hatt stor fokus på kostnadsreduksjoner siden 2009, hovedsakelig drevet av reduserte personalkostnader til sportslig ansatte

Eliteseriens totale driftskostnader utgjorde MNOK 1 428 i 2016, noe som er en økning på 9 % fra 2015 (MNOK 1 311). I en periode hvor Eliteserielubbene har opplevd økte inntekter (2 %), har man i samme periode klart å redusere driftskostnadene med 11 %, hvilket også har bidratt til at antall lag i grønn sone har økt fra 3 til 8.

Det er videre oppløftende å se den sunne tendensen fra de siste tre årene hvor økningen i inntekter (7 %) har oversteget økningen i kostnader (5 %).

Kostnadsnivået i Eliteserien er naturlig nok sterkt korrelert med hvilke klubber som er representert. Økningen fra 2015 til 2016 kan i all hovedsak forklares av at Brann og Sogndal rykket opp, mens Sandefjord og Mjøndalen rykket ned.



Tall i MNOK

Personalkostnader

Klubbenes personalkostnader utgjør ca. halvparten av klubbenes kostnadsbaser



Sport



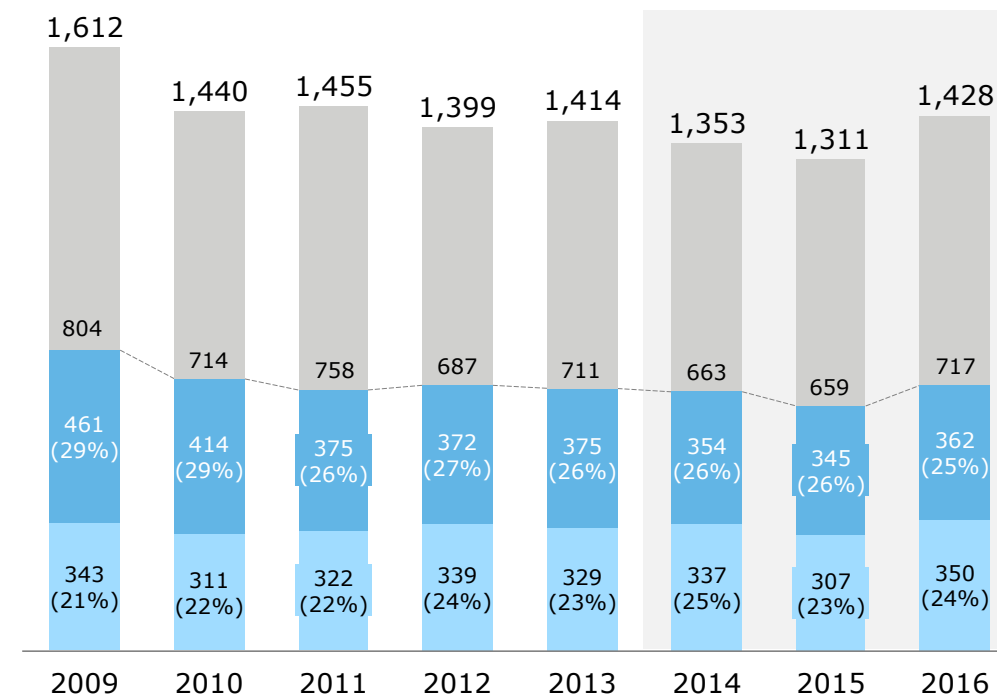
Administrasjon

Personalkostnader, sport er personalkostnader knyttet til spillere, trenere og støtteapparat.

Økningen fra 2015 kan primært tilskrives lagsammensetningen i Eliteserien, hvor Brann og Sogndal erstattet Mjøndalen og Sandefjord før 2016-sesongen. Dette mer enn oppveide effekten fra reduserte personalkostnader for Rosenborg og Molde i 2016. Reduksjonen av personalkostnadene i disse to klubbene kom som følge av utbetalinger av prestasjonsbaserte bonuser etter deltakelsen i Europa League i 2015. Med manglende europacup-suksess i 2016 ble det ikke utbetalt tilsvarende prestasjonsbaserte bonuser dette året.

Personalkostnader, administrasjon er personalkostnader knyttet til administrativt ansatte. Lagsammensetningen i Eliteserien er også her driver bak økningen fra 2015, som den også er for kategorien *sport*.

Personalkostnader 2009-2016

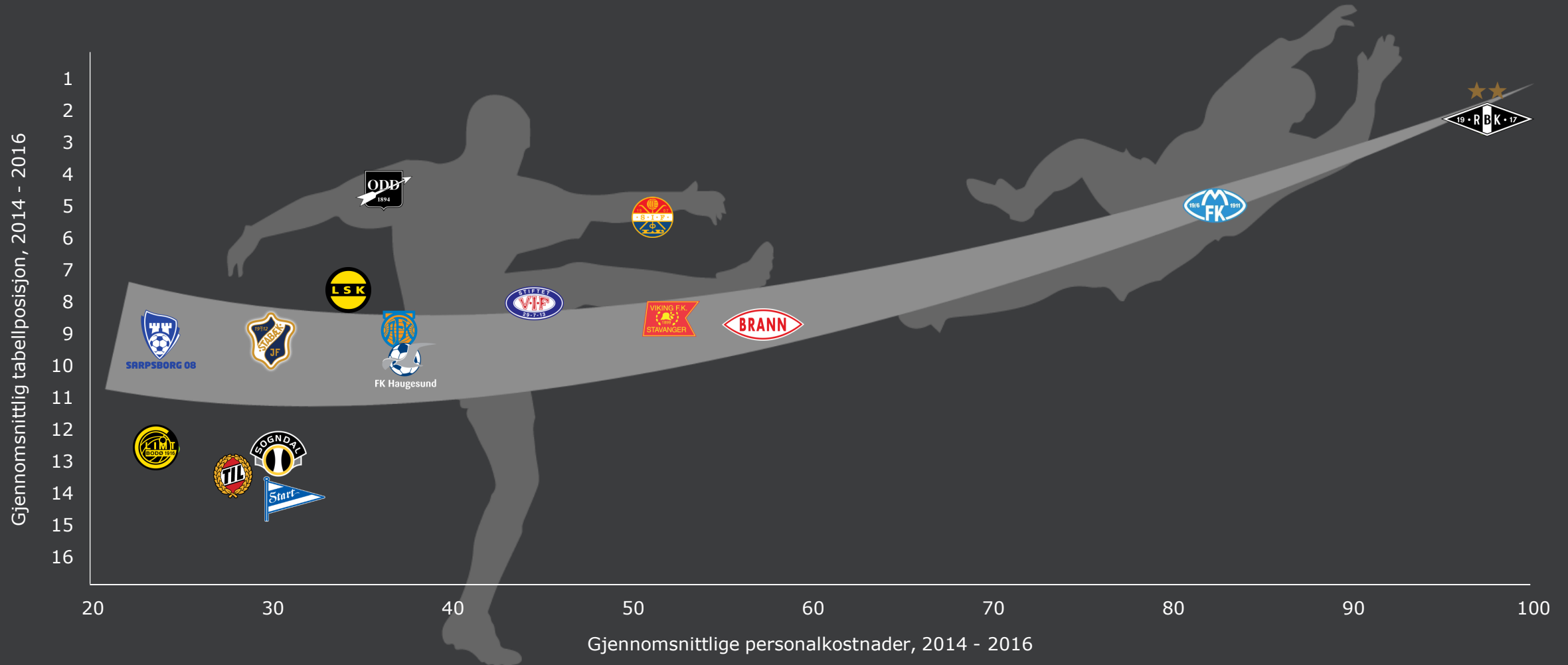


■ Personalkostnader, sport
■ Personalkostnader, administrasjon

Tall i MNOK

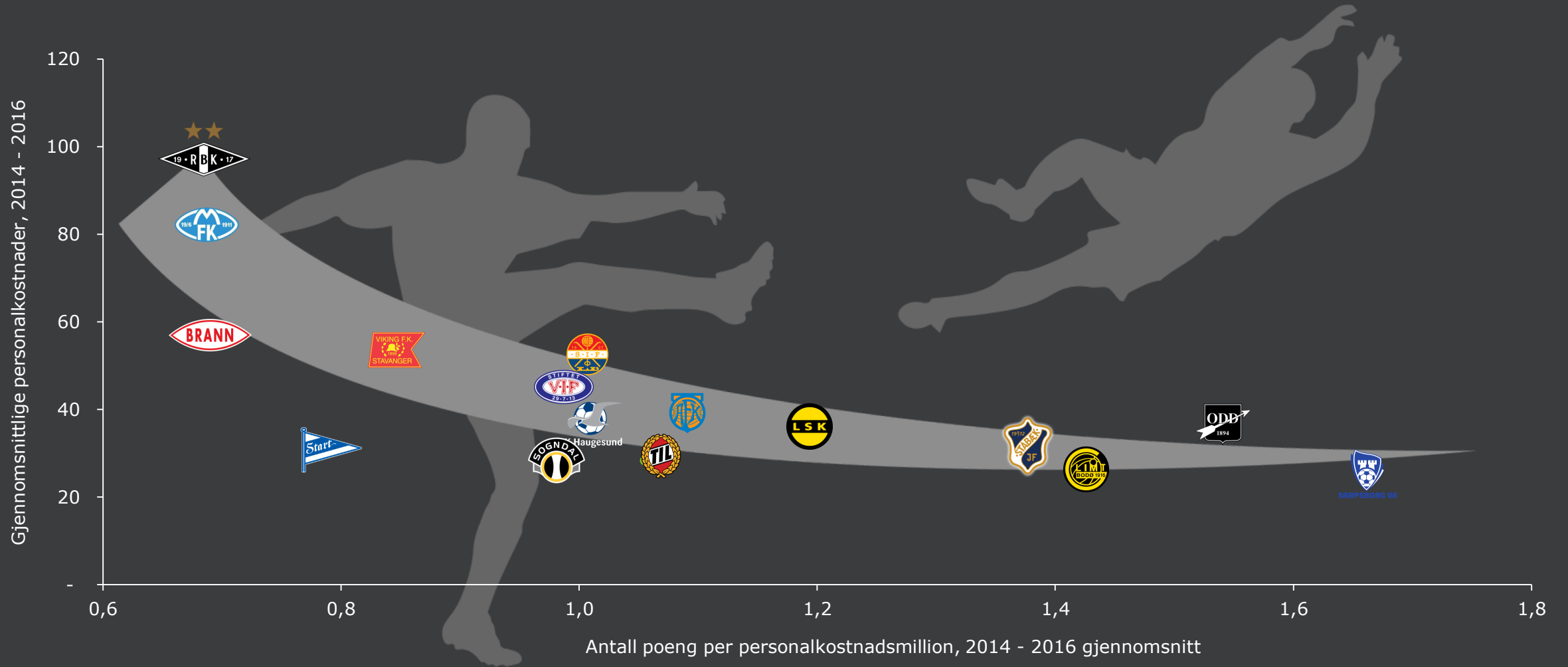
Personalkostnader

Tabellposisjon har i perioden 2014 til 2016 vært nært korrelert med klubbenes personalkostnader..



Personalkostnader

...og Sarpsborg 08 og Odd har hatt størst poenguttelling i forhold til personalkostnadene



Andre driftskostnader

Eliteserien har opplevd begrenset vekst i andre driftskostnader i perioden 2014 – 2016

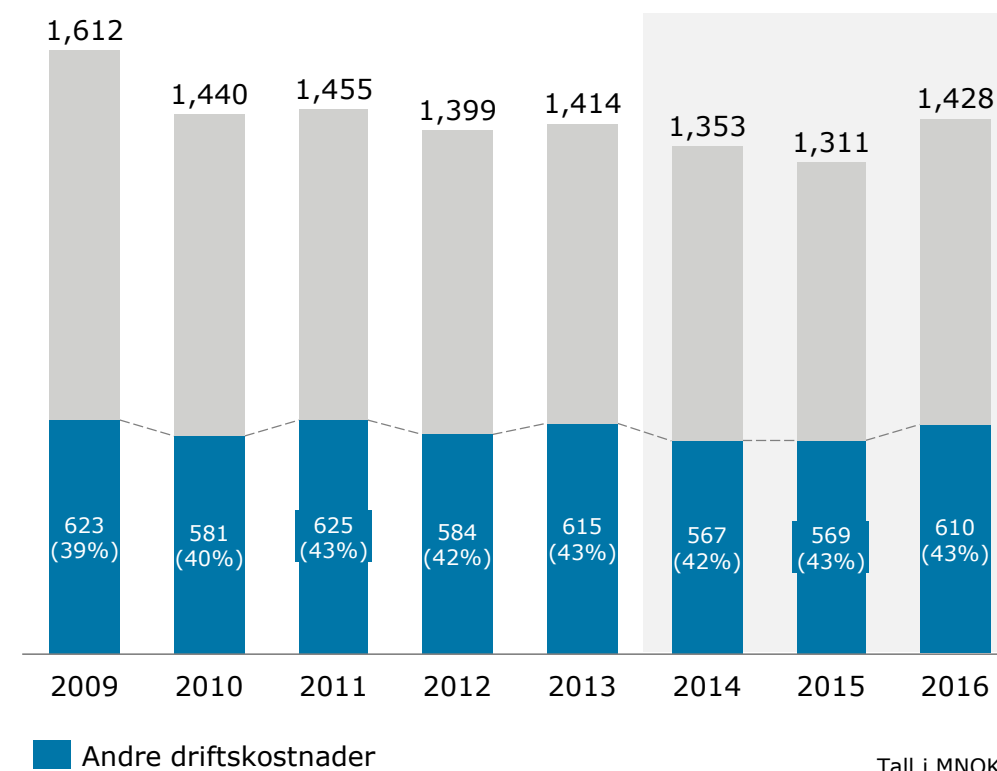


Andre driftskostnader består av driftsrelaterte kostnader utover personalkostnader og avskrivninger.

Haugesund gjorde ved slutten av 2015 oppkjøp av tre medieselskaper. Dette bidro til en betydelig vekst i deres kostnadsbase (ca. MNOK 19), men genererte også et driftsresultatbidrag lik ca. MNOK 1 i 2016.

Bortfallet av europacupspill i 2016 hadde isolert sett en positiv effekt på Eliteseriens driftskostnader, hvor Molde og Rosenborgs deltakelse i 2015 medførte høyere reise- og arrangementskostnader sammenlignet med både 2014 og 2016.

Andre driftskostnader 2009-2016



Avskrivninger

Opprykket til Sogndal og deres eiendomsportefølje bidro til økte avskrivninger i 2016

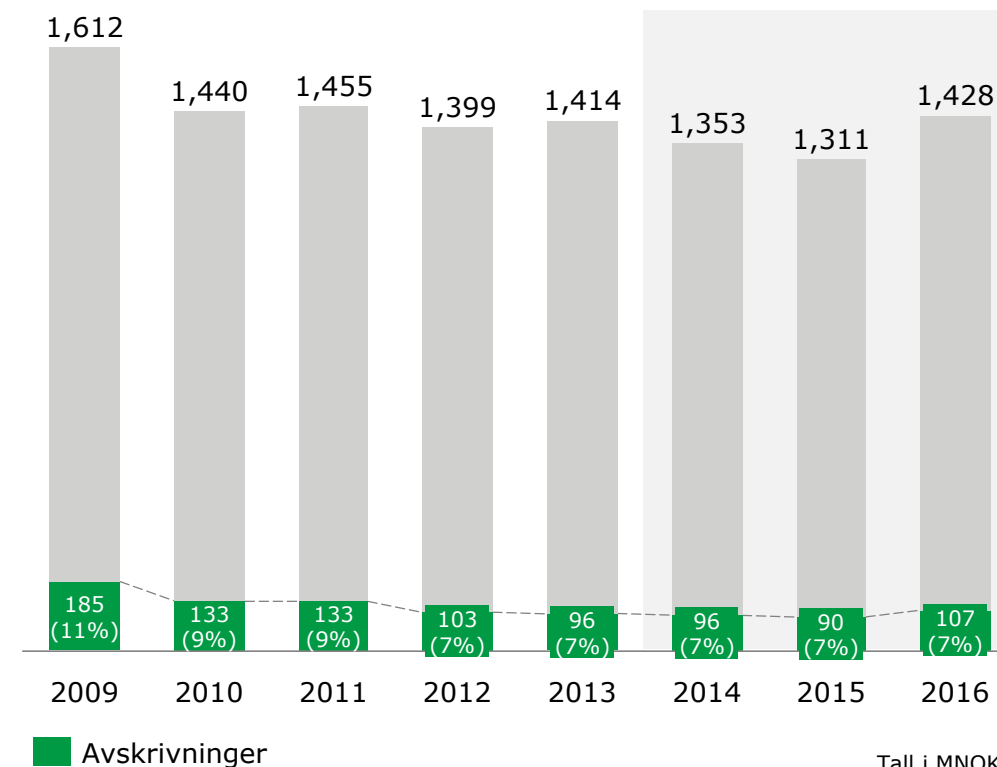


Avskrivninger består i all hovedsak av avskrivning av spillerkontrakter og varige driftsmidler, hvor sistnevnte i all vesentlighet består av klubbens stadionanlegg og øvrig eiendom (Sogndal, Lillestrøm og Rosenborg).

Økningen i Eliteseriens totale avskrivninger fra 2015 til 2016 relaterer seg til opprykket til Brann og Sogndal før 2016-sesongen, hvor spesielt Sogndal bidro med økte avskrivninger knyttet til deres bygg og anlegg rundt Campus Fosshaugane.

Videre relaterer bidraget til Brann seg fra at de erstattet Sandefjord og Mjøndalen, hvor Brann har betydelig høyere balanseførte eiendeler knyttet til spillerkontrakter og varige driftsmidler enn disse klubbene, og følgelig også høyere avskrivninger.

Avskrivninger 2009-2016



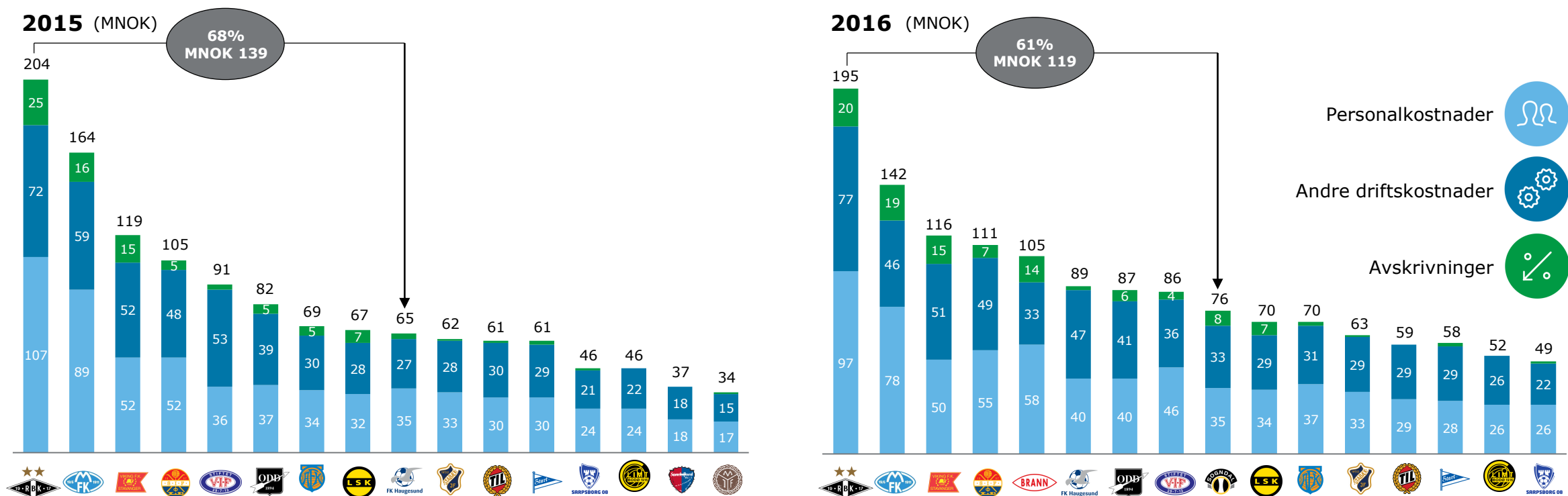
Kostnader per klubb

Differansen mellom kostnadsbasen til de største og minste klubbene har blitt redusert i årene 2015 – 2016, drevet av en kostnadsvekst blant de minste klubbene, samt bortfall av europacup-spill for Molde og Rosenborg.

Oversikten viser kostnadsbasen til klubbene i Eliteserien fordelt mellom personalkostnader, andre driftskostnader og avskrivninger.

De observerte forskjellene i avskrivninger reflekterer ulikheter i klubbenes balanseførte eiendeler, hvor klubber som eier egen stadion vil ha høyere avskrivninger enn en klubb som leier stadion.

På samme måte vil en klubb med høy grad av egenutviklede spillere ha lavere avskrivninger enn klubber som har kjøpt spillere fra andre klubber, gjennom avskrivninger av balanseførte spillerkontrakter.



Kilder: Regnskapspakke klubblisens for Eliteserierklubbene (2015 og 2016), Deloitte-analyse

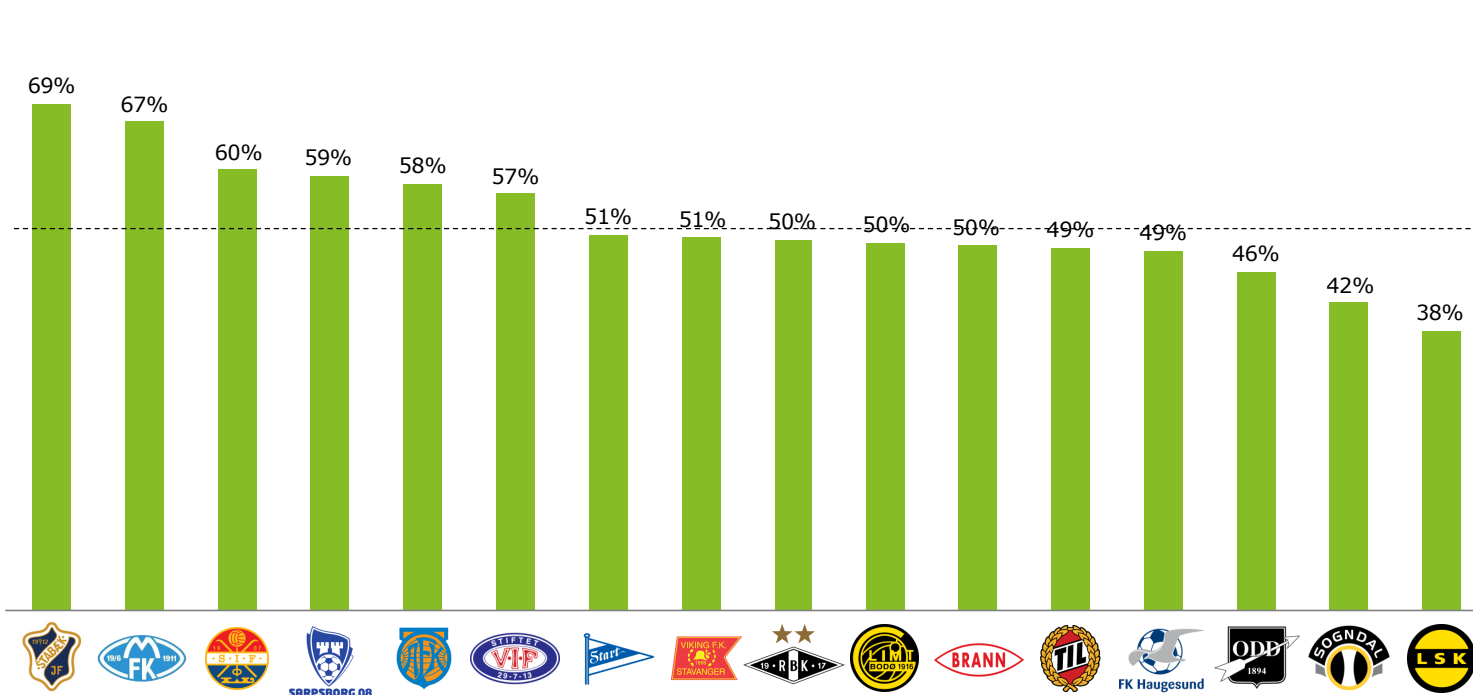
Personalkostnader som andel av inntekter

Eliteserien har relativt sett lave personalkostnader sammenliknet med de største ligaene i Europa.

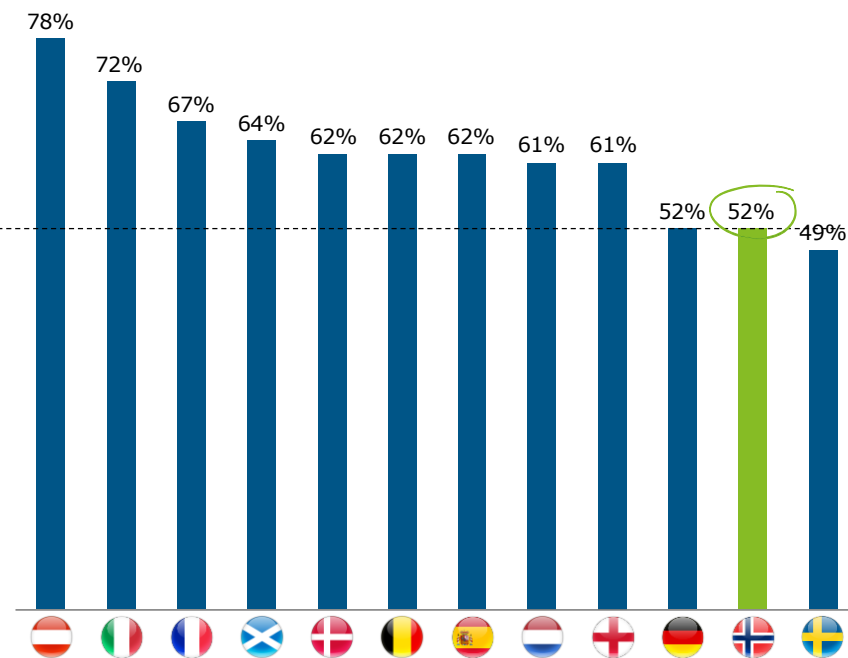
Gjennomsnittlig personalkostnader som andel av inntekter har variert fra 54 % i 2014, til 51 % i 2015, til 53 % i 2016.

Variasjonen mellom klubbene reflekterer ulikheter i inntekts- og balansesammensetning, hvor f.eks. Lillestrøm og Sogndals eiendomsporteføljer bidrar til forholdsvis lave personalkostnader som andel av inntekter.

Personalkostnader i % av inntekter i Norge



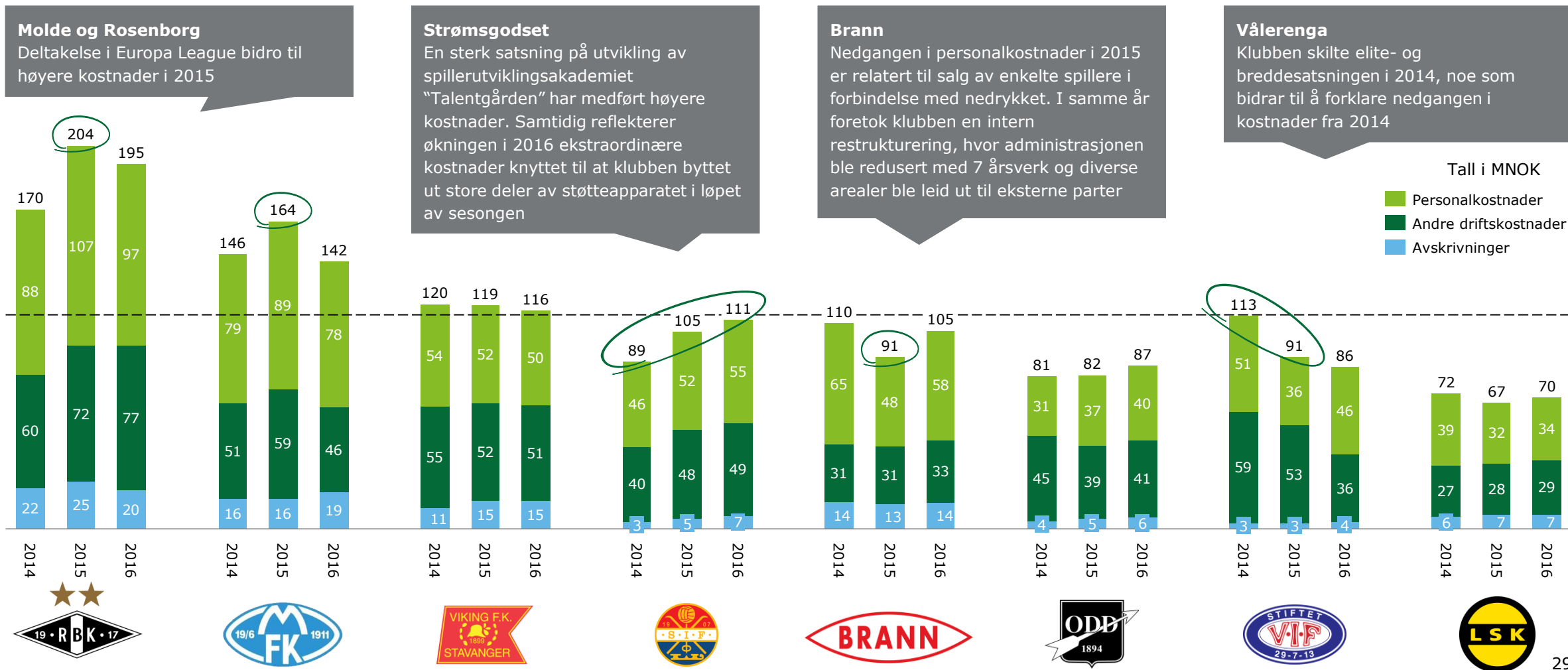
Personalkostnader i % av inntekter i Europa*



Note*: Tall for land utover Norge er basert rapporterte tall for året 2014/2015 | Kilder: Regnskapspakke klubbisens for Eliteserierklubbene (2016), Annual Review of Football Finance 2016, Deloitte-analyse

Kostnader per klubb

Eliteseriens tre største klubber, målt etter kostnader, opplevde en reduksjon i driftskostnader i 2016 i forhold til 2015



Kostnader per klubb

Av Eliteseriens minste klubber opplevde seks av åtte klubber økte driftskostnader i 2016 sammenliknet med året før

Haugesund

Økningen av kostnader er knyttet til oppkjøp av tre medieselskaper i 2015

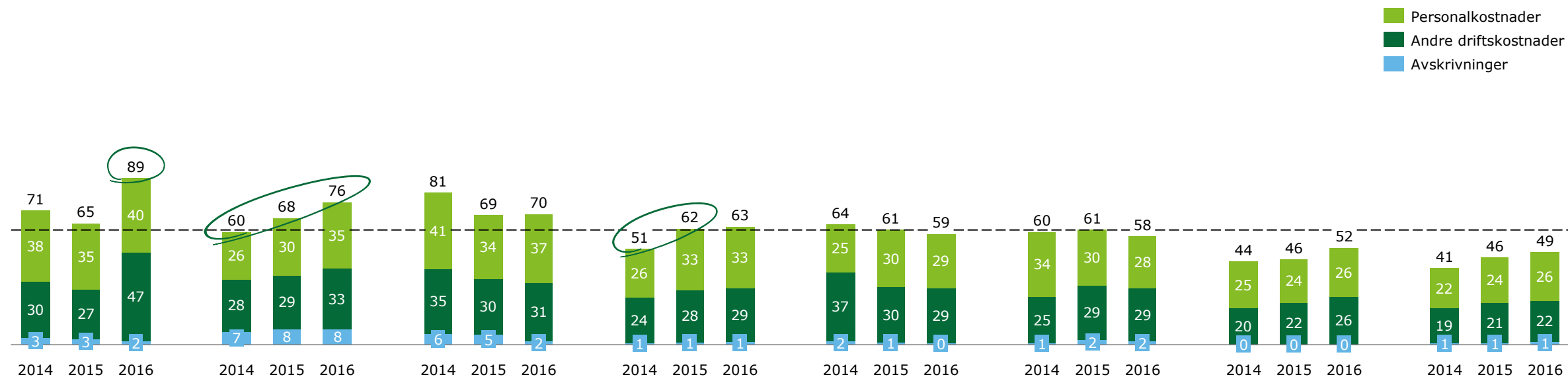
Sogndal

Økningen på MNOK 16 over perioden er knyttet til utviklingen av Fosshaugane Campus, med en tilsvarende økning på inntektssiden

Stabæk

Økningen fra 2014 – 2016 relaterer seg både til opprykket før 2015-sesongen, samt engangskostnader knyttet til Stengel/Gunnarsson-saken

Tall i MNOK



■ Personalkostnader
■ Andre driftskostnader
■ Avskrivninger



Driftsresultat

- 1 Forord
- 2 Sammendrag
- 3 Inntekter
- 4 Kostnader
- 5 Driftsresultat
- 6 Balanse
- 7 Finansiell oppfølging
- 8 Samfunnsprosjekter
- 9 Klubbene
- 10 Om rapporten
- 11 Vedlegg



Driftsresultat

Eliteserien som helhet har levert positivt driftsresultat tre år på rad, betydelig hjulpet av gevinst fra spillersalg

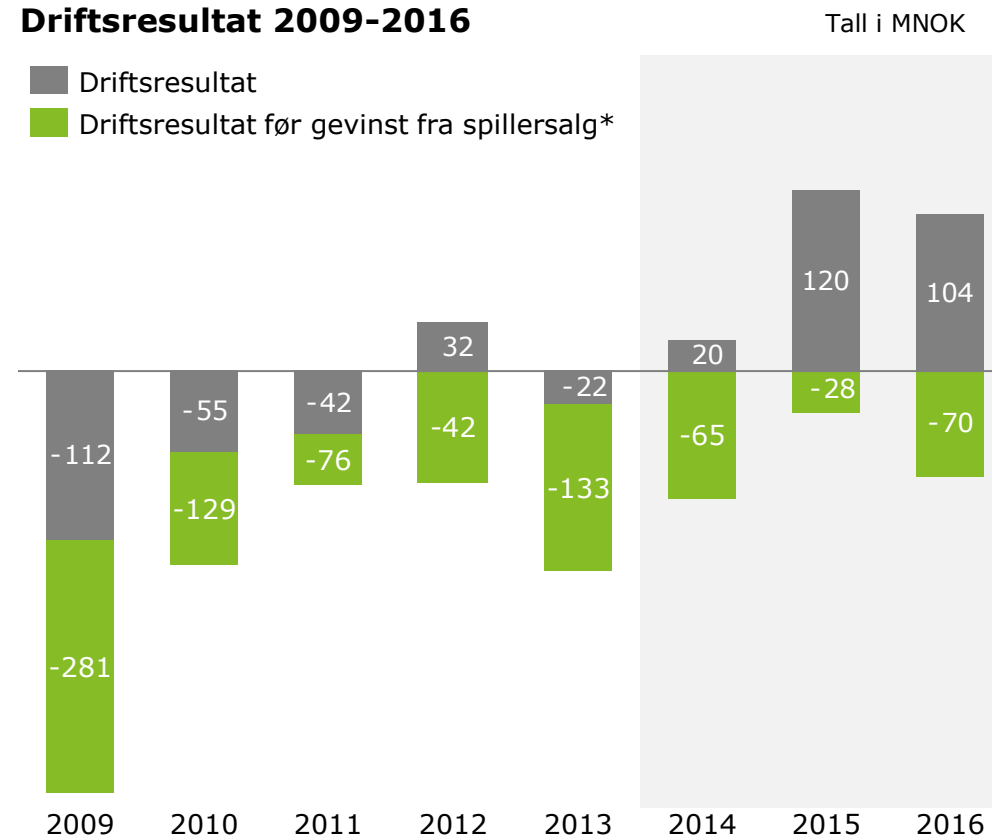
Figuren til høyre viser driftsresultat henholdsvis før og etter gevinst fra spillersalg. Gevinst fra spillersalg har vært den viktigste bidragsyteren til at Eliteseriekubbene totalt sett har levert positive driftsresultater tre år på rad. Merk at driftsresultatet er positivt påvirket av regnskapsmessige effekter vedrørende kjøp og salg av spillere. Se separat side i vedlegg for en mer detaljert beskrivelse av sammenhengen mellom resultat effekt og netto kontanstrømseffekt fra spillerlogistikk.

I tillegg til bidraget fra spillerlogistikk har tilskuddene fra UEFA, gjennom norske klubbers europacupdeltakelse de senere årene, hatt en sterk effekt på klubbens driftsresultat. I 2015/2016-sesongen bidro Rosenborg og Moldes deltagelse i Europa League med henholdsvis MNOK 38 og MNOK 54 i tilskudd fra UEFA i 2015, mens tilskuddene i 2016 utgjorde henholdsvis MNOK 18 og MNOK 25.

Driftsresultatet reflekterer ikke finansieringskostnader knyttet til utleievirksomhet:

Flere av de norske klubbene har store leieinntekter knyttet til utleie av stadion og/eller eiendom. Dette gjelder Sogndal, Rosenborg, Lillestrøm og Brann. Disse klubbene har tilhørende finanskostnader rapportert under driftsresultat, hvilket gjør at driftsresultatet for disse klubbene ikke er direkte sammenlignbare med øvrige klubber i Eliteserien.

Driftsresultat 2009-2016



Driftsresultat

Resultatforbedringen fra 2014 til 2016 har vært drevet av de minste klubbene i Eliteserien

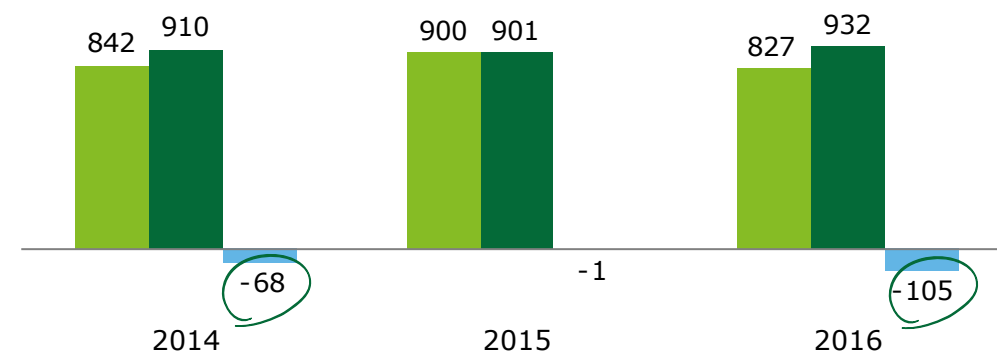
Eliteseriens minste klubber har hatt en betydelig sterkere resultatutvikling siden 2014 enn de største klubbene, både i absolutte og relative termer.

Fordelingen mellom «store» og «små» klubber er gjort basert på kostnadsbase i hver enkelt sesong. En slik fordeling gjør analysen sensitiv for hvilke klubber som er i Eliteserien i det aktuelle året, hvilket gjør at analysene er ment kun for illustrative formål.

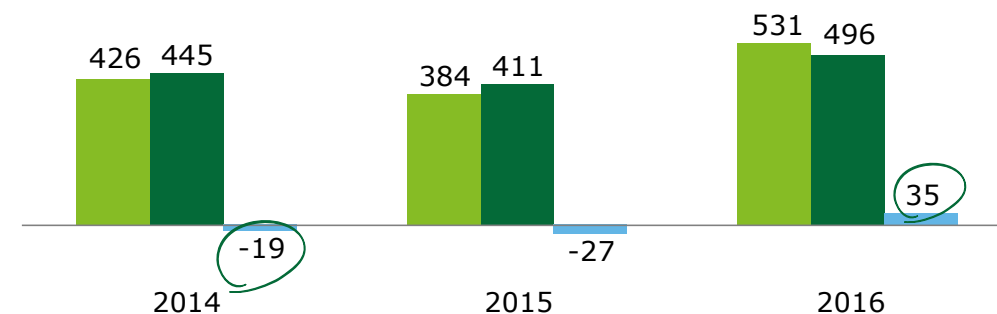
At Sandnes-Ulf ble erstattet med Tromsø i 2015 forklarer isolert sett en økning i inntekter blant de åtte minste klubbene på NOKm 18 (~5%) fra 2014 - 2016. Den resterende økningen på 20% over perioden skyldes følgelig en generell inntektsvekst blant eksisterende klubber.

Åtte største klubber

Tall i MNOK



Åtte minste klubber



- Inntekter
- Kostnader
- Driftsresultat eksls. gevinst/tap fra spillersalg

Driftsresultat per klubb

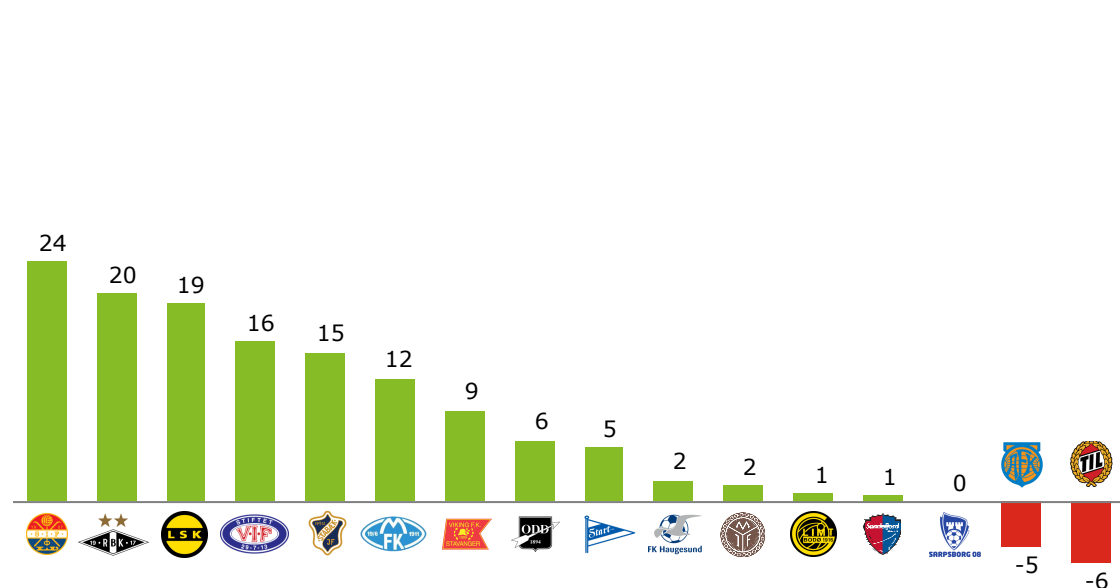
Store deler av variasjonen i klubbenes driftsresultat kan relateres til leieinntekter og gevinst fra enkeltoverganger

Tallene reflekterer blant annet at Sogndal og Lillestrøm har store leieinntekter knyttet til utleievirksomhet av eiendom, hvor de tilhørende finansieringskostnadene ikke er inkludert i de presenterte driftsresultatstørrelsene under.

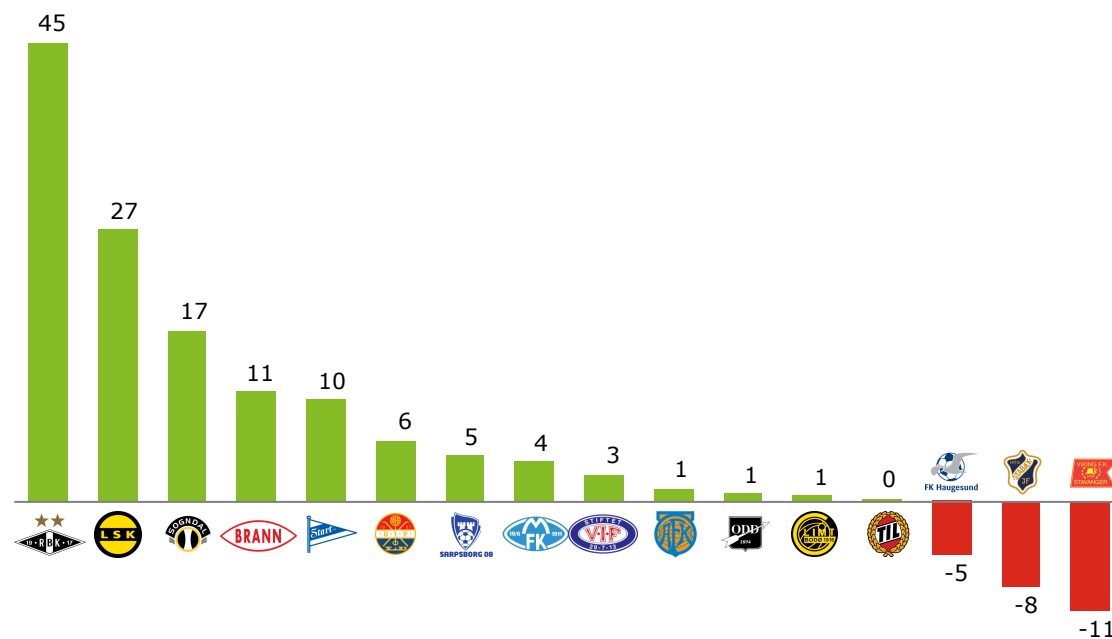
Merk også at driftsresultatene til Rosenborg og Brann inkluderer leieinntekter fra stadionanlegg som er delvis finansiert med gjeld (hvor rentekostnader rapporteres under driftsresultat).

Se klubbdelen av denne rapporten for utfyllende beskrivelser av utviklingen i driftsresultat for den enkelte klubb.

2015 (MNOK)

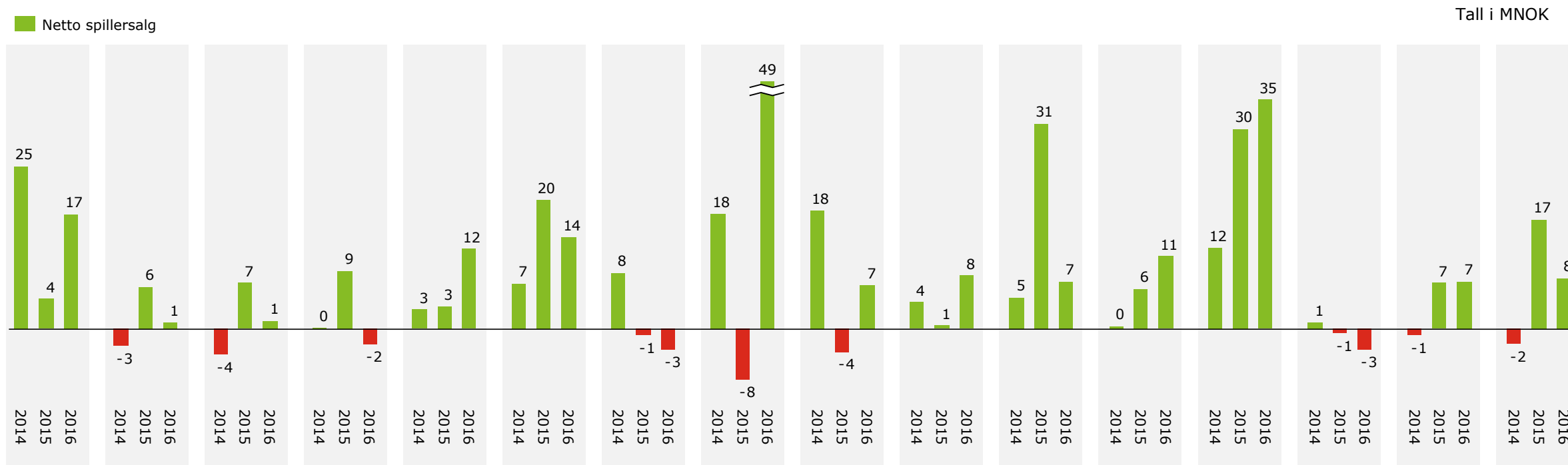


2016 (MNOK)



Spillerlogistikk

Strømsgodset har oppnådd det største nettobidraget fra spillerlogistikk i perioden 2014 – 2016



Netto spillerinngang (antall)



Netto spillersalg

Eliteserien har siden 2014 i økende grad vært en nettoeksportør av spillere

Spillersalg og spillerkjøp reflekterer overgangssummer ved spilleroverganger fra/til norske Eliteseriekubber, inkludert agentonorarer og estimert kontantstrøm fra betingede overgangssummer. Merk derfor at de presenterte tallene kan avvike noe fra klubbenes faktiske kontantstrøm knyttet til spillerlogistikk i det enkelte år.

Eliteserien genererte et akkumulert overskudd fra spillerlogistikk på MNOK 379 i perioden 2014 – 2016, hvor spesielt det positive bidraget fra 2016 var preget av store enkeloverganger fra Eliteserien til klubber i andre europeiske ligaer.

Netto spillersalg 2009-2016

Tall i MNOK



Antall overganger



■ Spillersalg ■ Spillerkjøp ■ Netto spillersalg

Balanse

- 1 Forord
- 2 Sammendrag
- 3 Inntekter
- 4 Kostnader
- 5 Driftsresultat
- 6 Balanse
- 7 Finansiell oppfølging
- 8 Samfunnsprosjekter
- 9 Klubbene
- 10 Om rapporten
- 11 Vedlegg



Eiendeler

Klubbenes eiendeler utgjøres i hovedsak av varige driftsmidler knyttet til stadion og annen eiendom

Utgjøres i det vesentligste av stadionanlegg og annet bygg- og anlegg. Nedgangen i 2015 kommer av nedrykkene til Brann og Sogndal, som i 2015 hadde balanseførte varige driftsmidler på hhv. MNOK 206 og MNOK 230

Økningen på MNOK 70 fra 2014-16 kan relateres til økte kontantbeholdninger hos Rosenborg (MNOK 38), Molde (MNOK 17) og Sogndal (MNOK 11)



Varige driftsmidler



Omløpsmidler



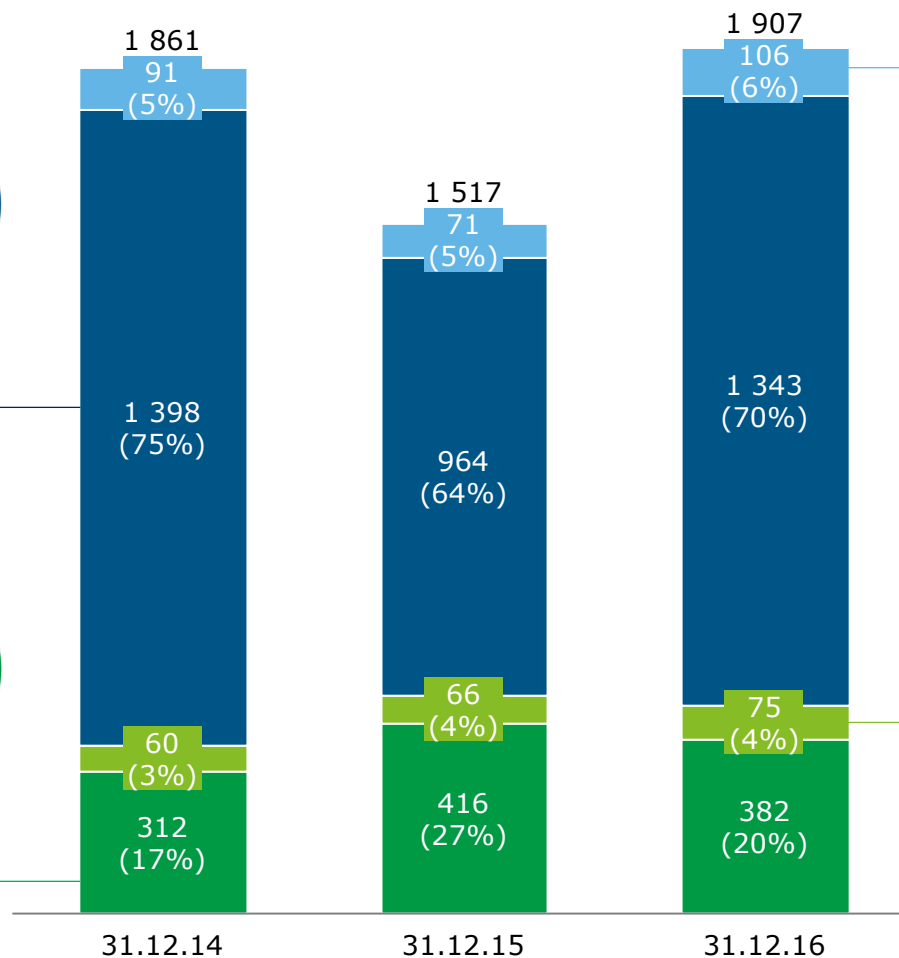
Immaterielle eiendeler



Finansielle anleggsmidler

Består i hovedsak av spillerrettigheter og utsatt skattefordel. Økningen fra 2014 drives av spillerrettigheter som har steget med MNOK 15 til MNOK 85 i 2016

Økte med MNOK 15 i fra 2014 til 2016, drevet av Tromsøs investering i Alfheim Stadion II AS på MNOK 14

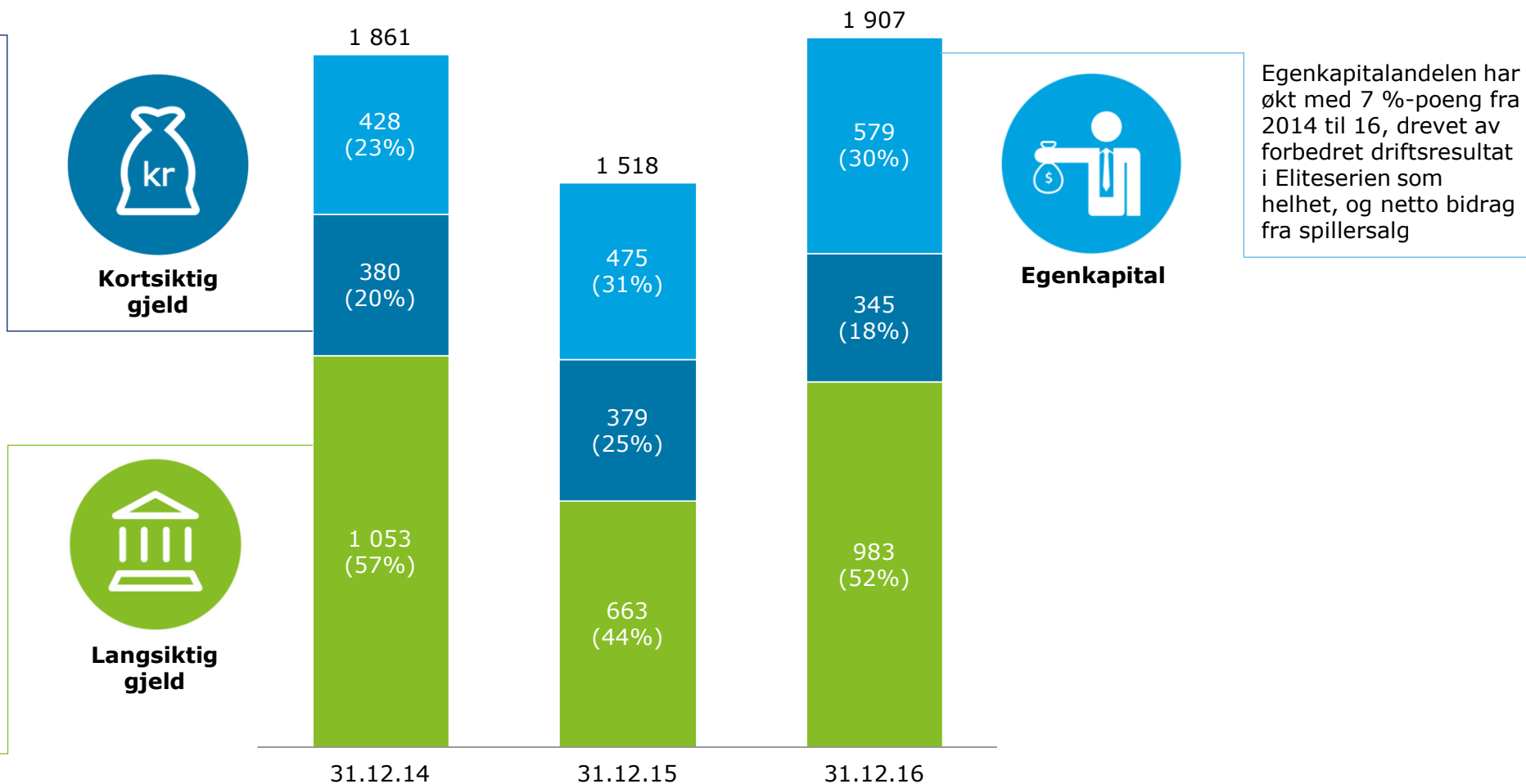


Finansering

Egenkapitalandelen for Eliteserien samlet sett har økt fra 23 % i 2014 til 30 % i 2016*

Finansiering med kortsiktig gjeld har blitt redusert over perioden, både som andel av total balansesum og i absolutte termer. Reduksjonen er blant annet drevet av tiltak iverksatt av klubbene, både med hensyn til kostnadsnivå og finansieringsstruktur

Brann og Sogndals opprykk i 2016 er hovedårsaken til den samlede økningen i langsiktig gjeld fra 2015, hvor disse klubbene bidro med langsiktig ekstern finansiering lik henholdsvis MNOK 160 og MNOK 204



Note*: Samlet egenkapital som andel av total balansesum for Eliteserien. Gjennomsnittlig EK-andel i 2016 er 33%. | Kilder: Regnskapspakke klubblisens for Eliteseriekubbene (2014 – 2016), Deloitte-analyse

Eiendeler per klubb

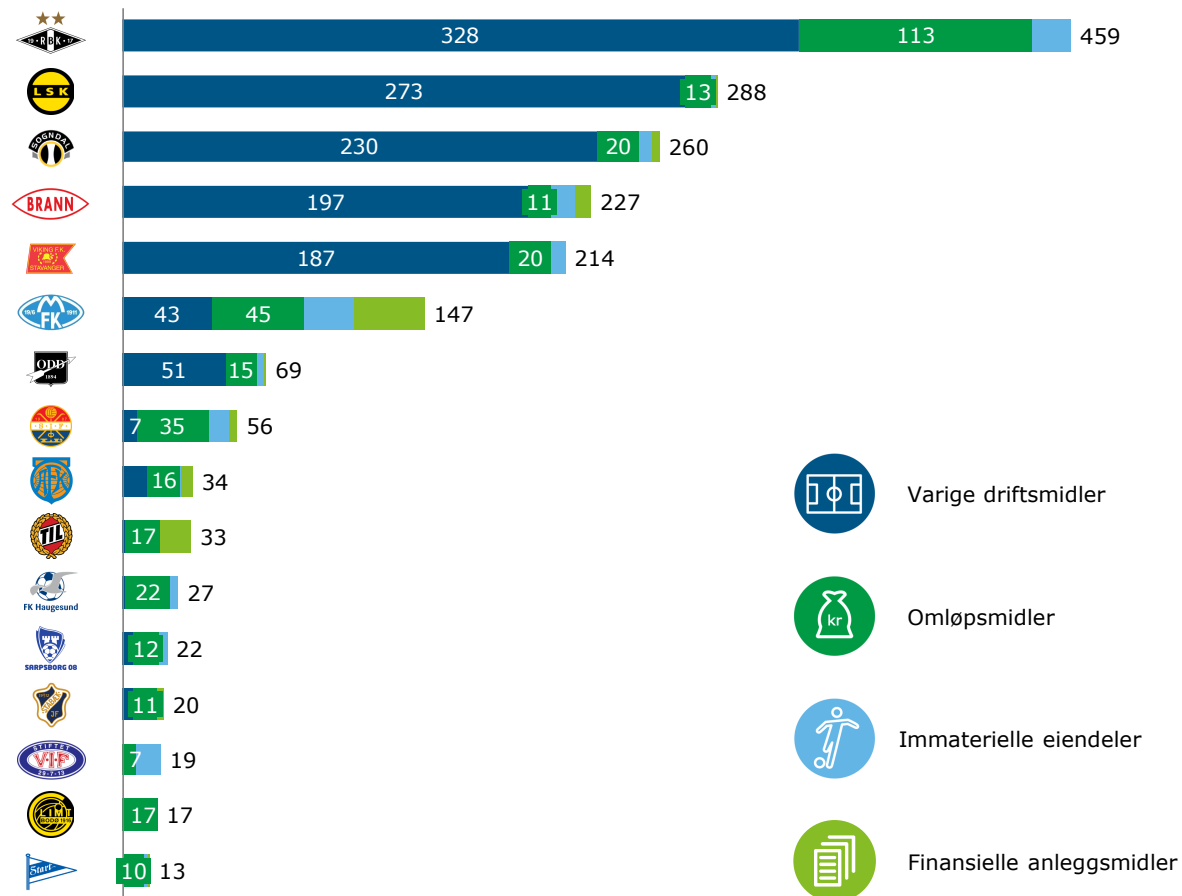
Sogndal og Lillestrøm har store eiendomsporteføljer i balansene sine, utover egen stadion

Klubber med majoritetseierskap i egen stadion har betydelig høyere balanseførte varige driftsmidler enn resterende klubber.

For sesongen 2016 gjaldt dette Rosenborg, Lillestrøm, Sogndal, Brann, Viking og Odd. Fra høsten 2017 vil også Vålerenga eie egen stadion på Valle Hovin gjennom Vålerenga Fotball Bredde.

Per 31.12.2016 hadde Rosenborg bokført MNOK 113 i omløpsmidler, hvorav MNOK 63 i kontanter. Til sammenligning hadde de resterende 15 klubbene i snitt MNOK 9 i kontanter.

Klubbene med høyest bokført verdi på spillerrettigheter ved utgangen av 2016 var Molde, Rosenborg og Strømsgodset, hhv. MNOK 24, MNOK 17 og MNOK 10.



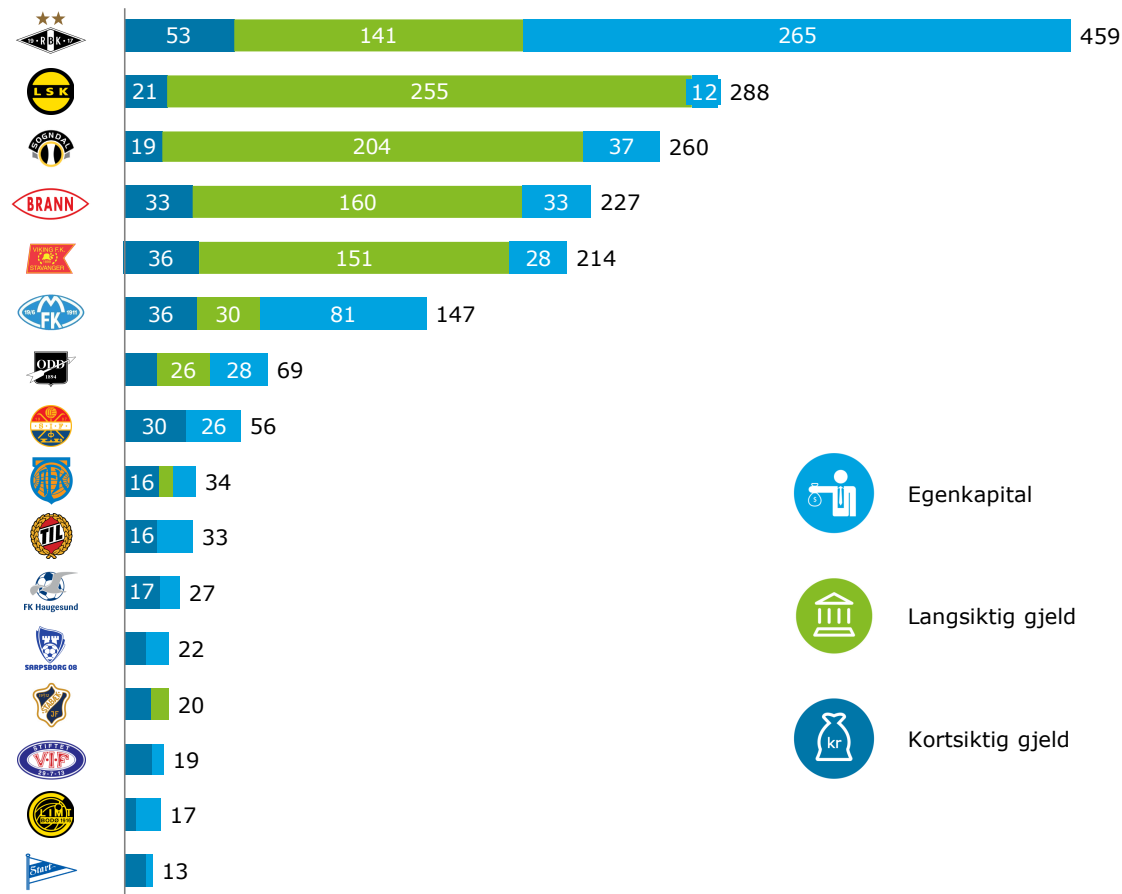
Finansering per klubb

Rosenborg representerer nær halvparten av egenkapitalen i Eliteserien

Flere klubber har iverksatt tiltak for å redusere kortsiktig gjeldsfinansiering. Klubbene med størst nedgang fra 2014-16 er Brann (MNOK 15), Aalesund (MNOK 12), Vålerenga (MNOK 12) og Start (MNOK 11).

Rosenborg, Lillestrøm, Sogndal, Brann, Viking og Odd har majoritetseierskap i egen stadion finansiert med langsiktig gjeld. For Lillestrøm og Sogndal bidrar stadion og/eller andre eiendomsprosjekter med signifikante leieinntekter (hhv. MNOK 28 og MNOK 22 i 2016).

Per 31.12.2016 representerte Rosenborg 46% av egenkapitalen i Eliteserien, noe som i hovedsak kan relateres til spillersalg og sportslig suksess over en lengre periode. Rosenborg har mer enn tre ganger så mye egenkapital som nummer to på listen; Molde (MNOK 81).



Egenkapital



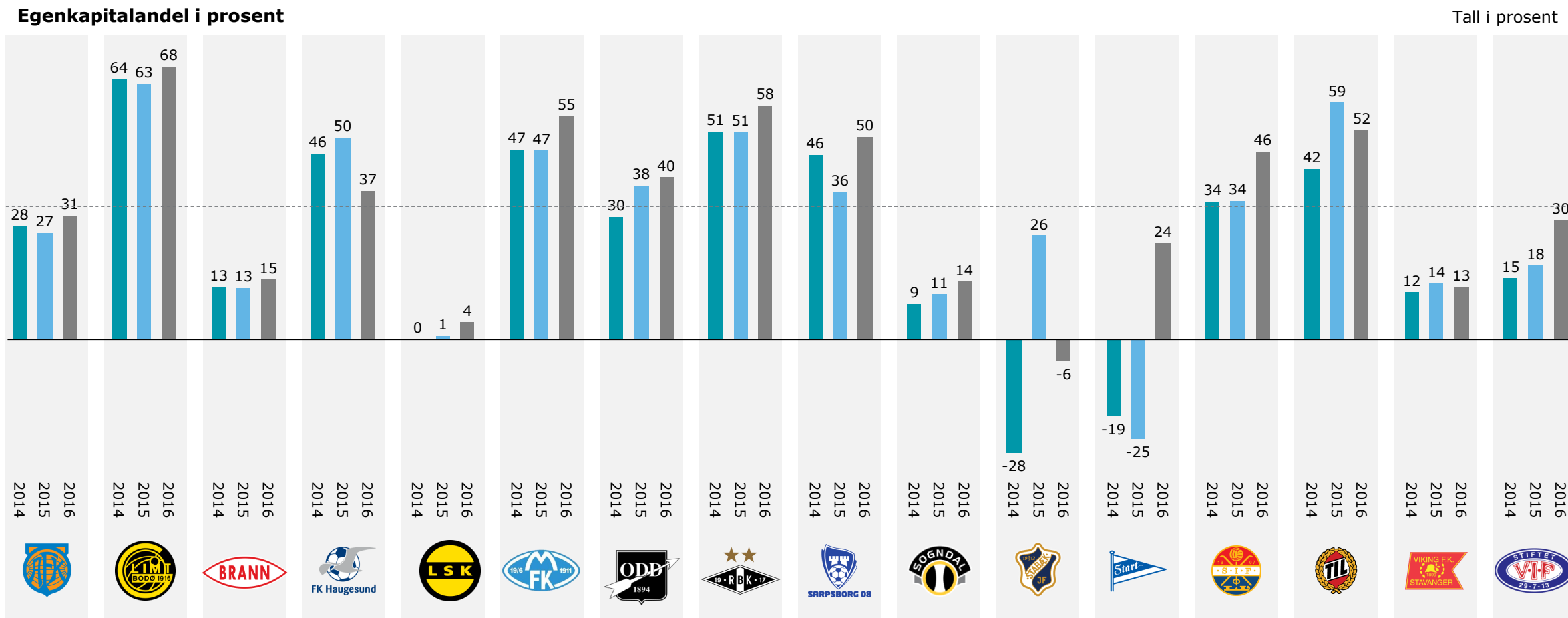
Langsiktig gjeld



Kortsiktig gjeld

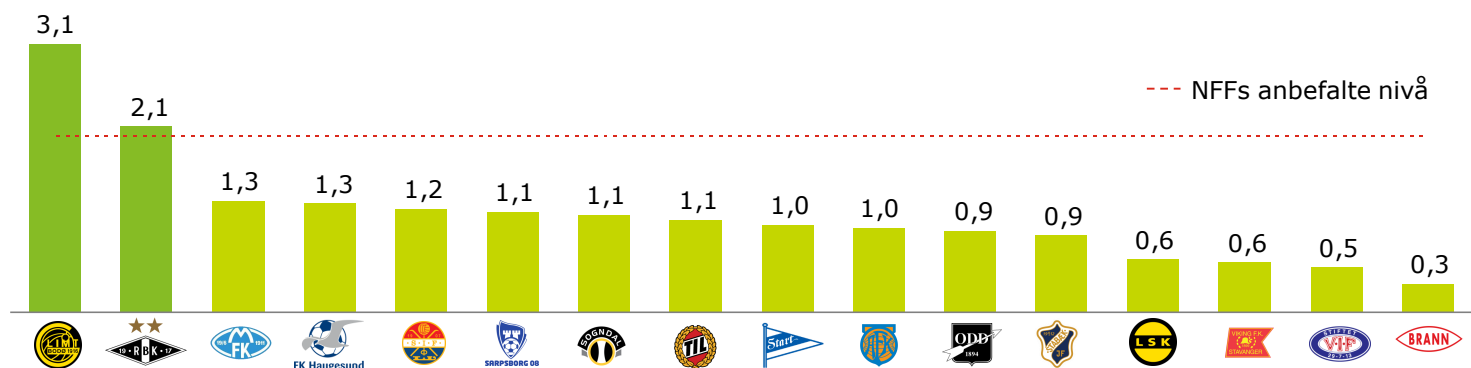
Egenkapitalandel per klubb

Egenkapitalandelen er styrket for 15 av 16 klubber fra 2014 til 2016 – gjennomsnittet for Eliteserien er 33%



Likviditet per klubb

Tilgangen på kortsiktig likviditet virker å være den største utfordringen for klubbenes økonomisjefer



Grafen til venstre angir klubbeneenes likviditetsgrad 1 per årsslutt 2016. Likviditetsgrad 1 er definert som klubbeneenes omløpsmidler som andel av kortsiktig gjeld og er et mål et selskaps evne til å betjene sine finansielle forpliktelser. Det er anbefalt å operere med en likviditetsgrad over 2, men som man kan se var hele 14 av 16 klubber under dette nivået per utgangen av 2016.

«Hva opplever du er den største utfordringen for din klubb akkurat nå, fra et økonomisk ståsted?»



«I et scenario hvor din klubb fikk 50 millioner som ikke kunne bli brukt til spillerkjøp, hvordan ville dere brukt disse midlene.»



Finansiell oppfølging

- 1 Forord
- 2 Sammendrag
- 3 Inntekter
- 4 Kostnader
- 5 Driftsresultat
- 6 Balanse
- 7 Finansiell oppfølging
- 8 Samfunnsprosjekter
- 9 Klubbene
- 10 Om rapporten
- 11 Vedlegg



Historisk utvikling i finansielt oppfølgingsystem (FOS)

Antall Eliteserielag med svært svak økonomi (rød sone) har blitt redusert fra 7 i 2009 til 2 i 2016.

Grafen under oppsummerer den finansielle tilstanden til de norske Eliteserie-klubbene gjennomgått i de foregående kapitlene. Ved utgangen av 2016 var kun to lag i rød sone.

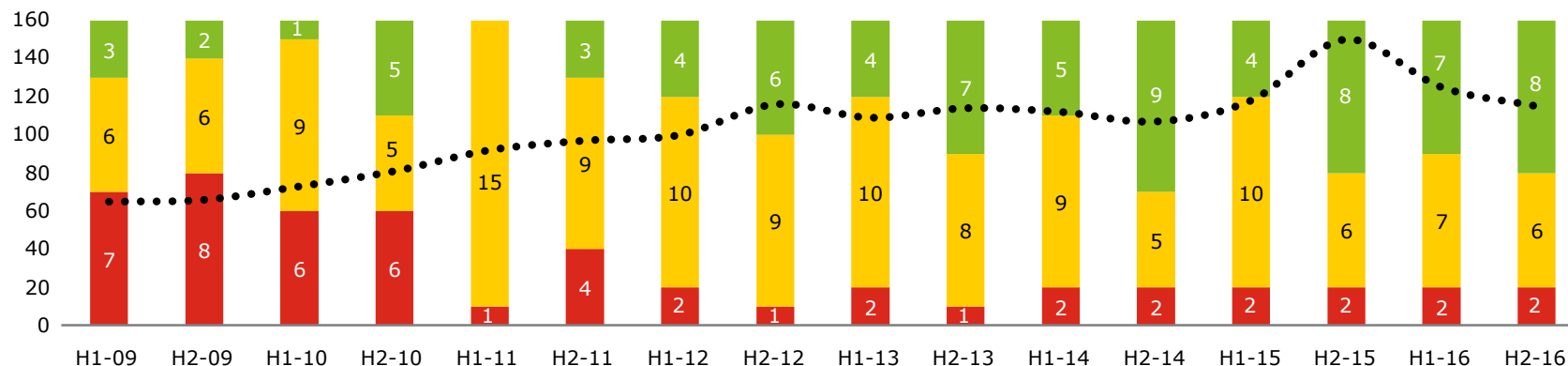
Merk at den gjennomsnittlige FOS-scoren ikke er fullstendig sammenliknbar med antall lag i grønn sone per årsslutt 2016, ved at vi for sistnevnte har valgt å basere oss på lagene som spilte i Eliteserien i 2016, mens FOS-scoren er oppgitt av NFF og basert på lagene som starter i Eliteserien 2017.

Beregning av FOS-score, og den tilhørende plasseringen i grønn, gul eller rød sone er basert på det følgende:

Totalkapitalrentabilitet (vekt: 4%), resultat før skatt (11%), bærekraftig resultat (11%), personalkostnader (4%), arbeidskapital i % av omsetning (10%), likviditetsgrad 1 (30%) og egenkapitalandel (30%)

Dersom en klubb blir klassifisert i rød sone må klubben lage en handlingsplan for å etablere seg i minimum gul sone (over 130 poeng) innenfor en 3-årsperiode.

..... Gjennomsnittlig FOS-score (venstre akse)



Note*: Merk at beregningen av FOS-score ble endret i H1-14, hvor det fra da av ble lagt større vekt på klubbens soliditet (egenkapitalandel)

Kilder: Mediepresentasjon klubblisens, NFF, Deloitte-analyse

2016



Antall lag i grønn sone

Rosenborg
Molde
Strømsgodset
Sogndal
Start
Tromsø
Bodø Glimt
Sarpsborg 08



Antall lag i gul sone

Brann
Lillestrøm
Odd
Vålerenga
Haugesund
Aalesund



Antall lag i rød sone

Viking
Stabæk

Samfunnsprosjekter

- 1 Forord
- 2 Sammendrag
- 3 Inntekter
- 4 Kostnader
- 5 Driftsresultat
- 6 Balanse
- 7 Finansiell oppfølging
- ▶ 8 Samfunnsprosjekter
- 9 Klubbene
- 10 Om rapporten
- 11 Vedlegg



Samfunnsprosjekter – Et bedre liv med flere dager uten rus – gjennom fotball, felleskap og glede



Toppfotballen ønsker å bruke sin posisjon til å hjelpe en svært vanskeligstilt gruppe i samfunnet.

Gatelag er et lavterskeltilbud på dagtid, hvor alle som ønsker å spille fotball er velkomne. Ingen som er synlig ruset får trene, men de får kaffe, mat og felleskap.

I 2016 hadde 12 klubber et eget gatelag, og det var ca. 200 gatelagspillere i aksjon i løpet av året – godt fordelt utover de forskjellige gatelagene. Målet med prosjektet er å skape en bedre hverdag for rusavhengige, gjennom fysisk aktivitet og fotballglede.

Arbeidet finansieres gjennom Fotballstiftelsens felles søknad til Helsedirektoratet, samt lokale bidrag fra kommunene. Prosjektet finansieres i dag i mindre grad av sponsorer og næringsliv, men det arbeides løpende med å få inn bidrag.

Målet for prosjektet er å skape en bedre hverdag for deltakerne. Idrettens aktivitetsfokus og inkluderende vesen vil kunne medvirke til bedre helse, både psykisk og fysisk, og i tillegg gir matserveringen ernæringsmessige gevinster for de rusavhengige. Dette er tenkt å gi økt mestringsevne og medborgerskap for den enkelte, samt på sikt også få deltakerne i prosjektet tilbake i en jobb.



Samfunnsprosjekter – Stabæks gatelag



«Det er viktig å vise overfor våre A-lags-spillerne og junior-spillerne at alle har et samfunnsansvar»

Espen Moe,
styreleder i
Stabæk

Siden oppstarten i 2013 har apparatet rundt Stabæks gatelag blitt ytterligere styrket, og arbeidstrening er blitt en viktig del av prosjektet. Dette gir flere muligheter videre og opprettholder et allerede bra tilbud.

Stabæks gatelag hadde sin begynnelse i 2013, og fikk en bra oppstart gjennom et godt samarbeid med Bærum kommune. I tillegg kunne klubben høste kunnskap fra Fredrikstads erfaring med sitt gatelag, og ikke minst hjelp fra Morten Nyborg og hans fortid i Stabæk. Siden oppstarten har klubben hatt over 50-60 deltakere på treningene.

Noen av høydepunktene fra prosjektet er:

- 2-3 spillere er i full jobb igjen. En av disse jobber i et av firmaene fra Stabæk sitt partnernetverk
- Én av deltakerne har startet på skole igjen, og skal gjennomføre praksisperiode hos et av firmaene fra klubbens partnernetverk. Én person er på arbeidstrening hos et av partnerfirmaene. En annen av deltakerne jobber nå for Stabæk Akademiet, og har begynt på trenerkurs
- I tillegg har 2-3 personer som har trent med gatelaget kommet i jobb på egenhånd



Samfunnsprosjekter – EuroFIT i Rosenberg



«Vi håper at så mange som mulig av deltakerne oppnår en varig livsstils-endring»

Jørgen Stenseth

I 2016 ble Rosenberg med som arrangør av prosjektet EuroFIT. Prosjektets målsetting er å finne mekanismer som får fotballfans ut av sofaen.

EuroFIT ønsker å hjelpe overvektige menn med å gå mer, sitte mindre og spise sunnere, og er et internasjonalt prosjekt som ble startet i 2013. Rosenberg sluttet seg til prosjektet i februar 2016, og samarbeider med Norges Idrettshøyskole.

Deltakerne blir invitert til et 12 ukers atferdsprogram, levert av trenere i klubben. Tanken er at deltakernes kjærlighet, trofasthet og lidenskapelige forhold til klubben øker motivasjonen til å jobbe med egen helse, siden det er deres egen klubb som arrangerer tiltaket.

For enkelte av deltakerne har deltakelsen resultert i betydelig vektnedgang, mindre sykdomsplager, og mindre bruk av medisiner. De har rett og slett kommet i bedre form og fått en bedre hverdag.

EuroFIT gjennomføres i store deler av Europa med finansiering fra EU, og er ett av Rosenborgs flere samfunnsprosjekter. I tillegg til Trondheimsklubben deltar også Vålerenga og Strømsgodset.



Samfunnsprosjekter – Talentutviklingsprosjektet i Odds Ballklubb



Ønsket effekt av prosjektet er at elevene får tilbake troen på egne evner og samtidig kommer i bedre fysisk form.

Talentutviklingsprosjektet (TUP) ble startet av Odd i 2012. Prosjektets målsetting er å gi umotiverte elever i videregående skole større tro på egne evner, samtidig som de kommer i bedre fysisk form.

TUP er et tilbud til elever på videregående skole som sliter med høyt fravær, dårlige karakterer, og som står i fare for å droppe ut fra skolen. Prosjektet er et samarbeid mellom Odd, Telemark Fylkeskommune og Telemark Røde Kors.

Odd tilbyr elevene til ukentlige treningsøkter med Odds A-lag, etterfulgt av lunsj og lekselesing, med leksehjelp fra Røde Kors. Etter økten er det tilbake til skolen. Alle involverte elever og lærere får billetter til Odd sine hjemmekamper.

Rektor på Hjalmar Johansen videregående skole er kjempefornøyd med tiltaket, og har hatt stolte elever innom kontoret som har vist prøver med svært gode karakterer. Elevene som deltar har fått bedret karakterene, og økt prestasjonene sine i de viktigste fagene.



TUP-prosjektet har fått besøk av Thorvald Stoltenberg

Klubbene

- 1 Forord
- 2 Sammendrag
- 3 Inntekter
- 4 Kostnader
- 5 Driftsresultat
- 6 Balanse
- 7 Finansiell oppfølging
- 8 Samfunnsprosjekter
- 9 Klubbene
- 10 Om rapporten
- 11 Vedlegg

ELITE SERIEN



FK Haugesund





#Tangofotball #SunnmøresStolthet

Stiftet		1914
Hovedsponsor (2016)		Sparebanken Møre
Draktsponsor (2016)		umbro
Arenakapasitet, Color Line stadion		10.778
Seriemesterskap		0
Høyeste/snitt poengsum (fra 2009)		49/42
Høyeste/snitt plassering (fra 2009)		4/8
Snitt tilskuertall (siste tre år)		6.913

Inntekter 2014 - 2016



FOS sone 2014 - 2016



2016



Tilskuere
#8



TV-tid
#8



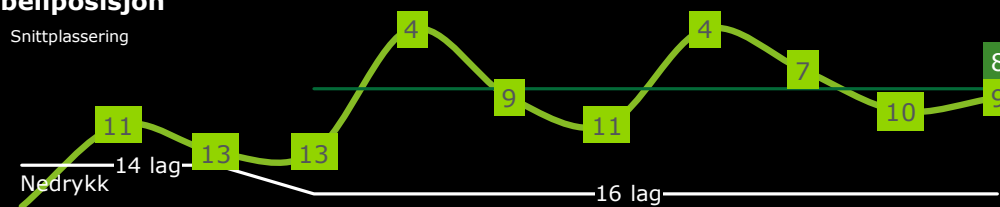
TV-seere
#11

= Rangering
ift andre
Eliteserielag

2006 2007 2008 2009 2010 2011 2012 2013 2014 2015 2016

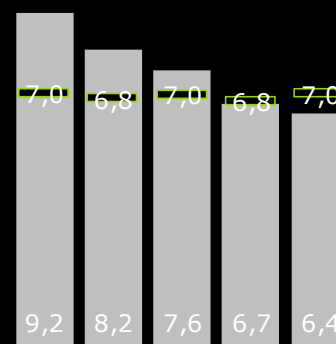
Tabellposisjon

■ Snittplassering



Tilskuersnitt (tusen)

6 6 7 7 8

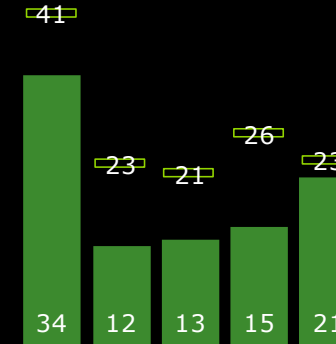


2012 2013 2014 2015 2016

■ Tilskuersnitt - Ligasnitt

Tid på fri-TV (timer)

10 13 13 13 8

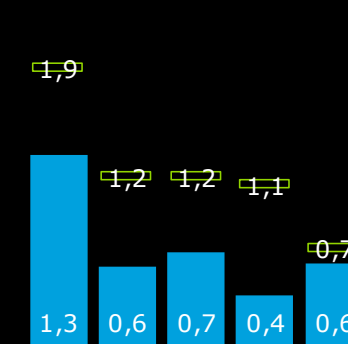


2012 2013 2014 2015 2016

■ Fri-tv tid - Ligasnitt

TV-seere fri-TV (million)

9 15 13 16 11



2012 2013 2014 2015 2016

■ TV seere fri-tv - Ligasnitt

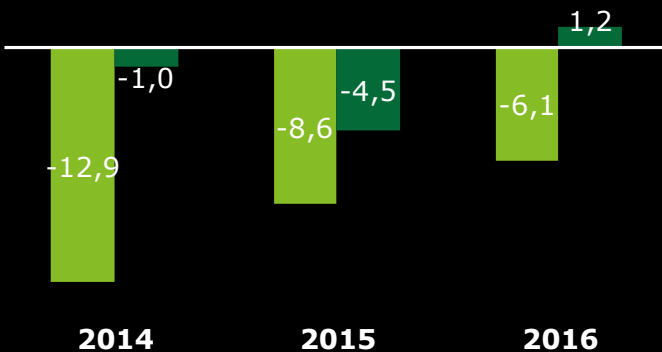
Inntekter (NOKm)



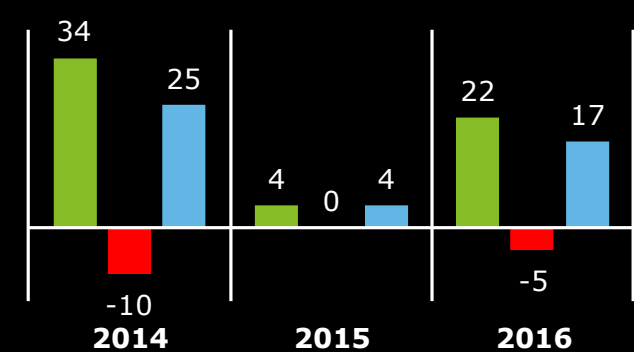
Kostnader (NOKm)



Resultatutvikling (NOKm)



Spillerlogistikk (NOKm)



■ Driftsresultat før gevinst (tap) spillersalg
■ Driftsresultat

■ Spillersalg
■ Spillerkjøp
■ Netto spillersalg

Aalesunds FK – Fjorårets høstrakett

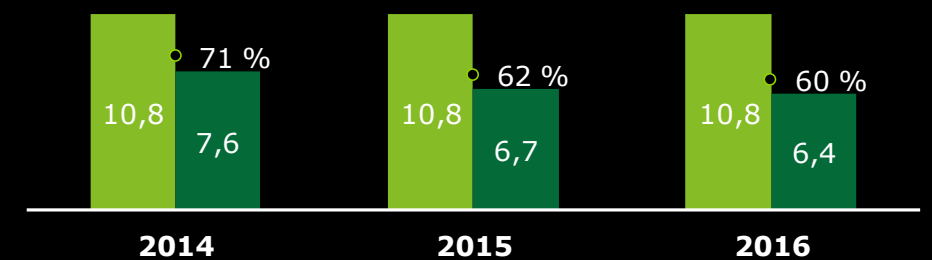
Etter en trøblete første halvdel av sesongen avsluttet Aalesunds fjorårets Eliteserie knallsterkt med syv seiere og én uavgjort på de siste åtte kampene. Klubben endte til slutt på en 9. plass. I NM kom Aalesunds seg til tredje runde, hvor det ble tap på straffespark mot Brattvåg.

Aalesunds er klubben i Eliteserien med høyest snittinntekt per tilskuer, til tross for at dette nøkkeltallet ble redusert fra NOK 158 i 2015 til NOK 148 i 2016. Klubben har opplevd utfordringer knyttet til reduserte partnerinntekter, men har inngått flere partneravtaler i 2017 som vil gi et positivt løft i inneværende og kommende år – og samtidig gjøre Aalesunds mindre avhengig av inntekter fra billettsalg.

Økningen i lønnskostnader i 2016 kan delvis tilskrives den svake sesongstarten, hvorefter klubben forsterket troppen med to nye spillere i tillegg til en ny trener foran høstsesongen. Isolert sett bidro dette til økte personalkostnader sammenliknet med 2015.

Aalesunds FK er en av få klubber som benytter stadion til å avholde konserter, og disse arrangementene har hatt en positiv innvirkning på driftsresultat i 2016. Forbedringen i driftsresultat før spillersalg i perioden 2015 til 2016 skyldes i hovedsak at flere av klubbens spillere har blitt overført til investeringsgruppen *Investorpool*, hvilket har ført til reduserte avskrivninger. Merk at de presenterte spillerlogistikk-tallene reflekterer Aalesunds og Investorpool samlet sett.

Arenautnyttelse (tusen)



■ Arenakapasitet
■ Snitt per seriekamp
○ Arenautnyttelse (%)



#FørrEvig #Glimti100år

FK Bodø/Glimt



Stiftet	1916
Hovedsponsor (2016)	SpareBank 1 NORD-NORGE
Draktsponsor (2016)	DIADORA
Arenakapasitet, Aspmyra stadion	5.635
Seriemesterskap	0
Høyeste/snitt poengsum (fra 2009)	40/33
Høyeste/snitt plassering (fra 2009)	9/13
Snitt tilskuertall (siste tre år)	3.412

Inntekter 2014 - 2016



FOS sone 2014 - 2016



2016



Tilskuere
#15



TV-tid
#11



TV-seere
#12

= Rangering
ift andre
Eliteserielag

2006 2007 2008 2009 2010 2011 2012 2013 2014 2015 2016

Tabellposisjon

■ Snittplassering



Tilskuersnitt (tusen)

n/a n/a 14 15 15

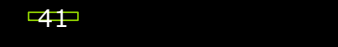


2012 2013 2014 2015 2016

■ Tilskuersnitt - Ligasnitt

Tid på fri-TV (timer)

n/a n/a 14 14 11

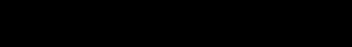


2012 2013 2014 2015 2016

■ Fri-tv tid - Ligasnitt

TV-seere fri-TV (million)

n/a n/a 11 13 12



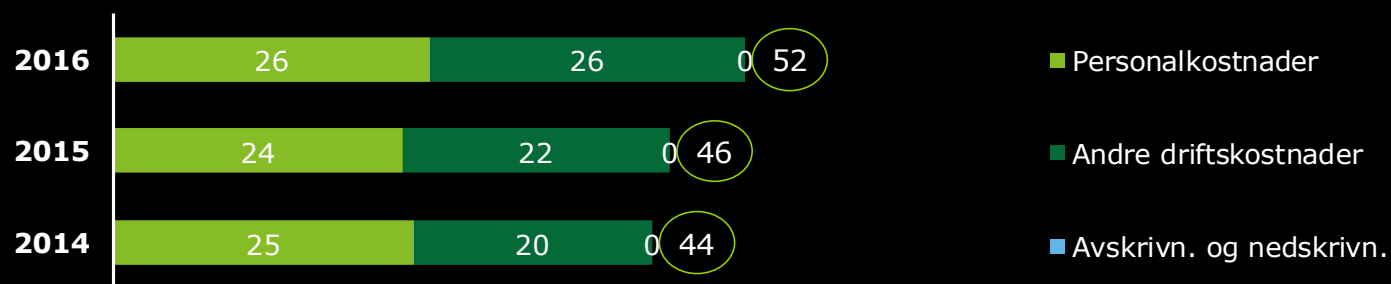
2012 2013 2014 2015 2016

■ TV seere fri-tv - Ligasnitt

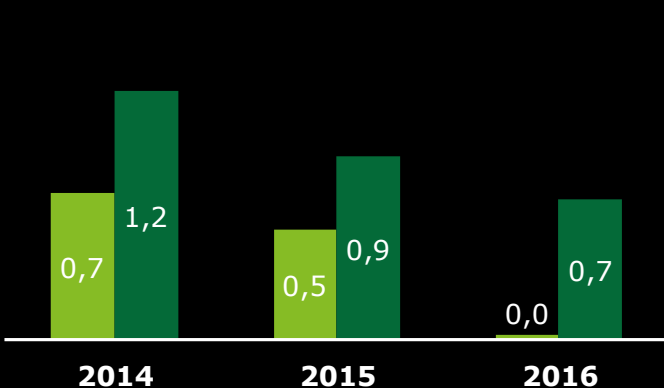
Inntekter (NOKm)



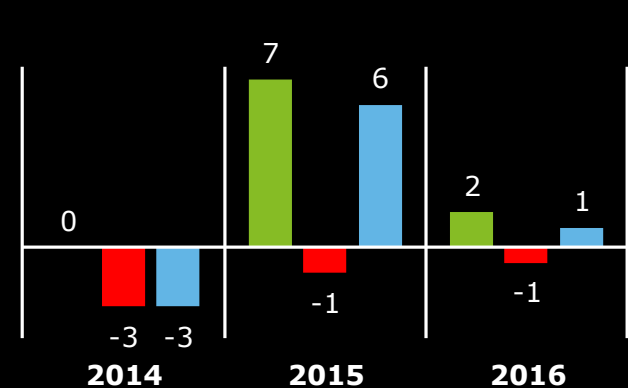
Kostnader (NOKm)



Resultatutvikling (NOKm)



Spillerlogistikk (NOKm)



■ Driftsresultat før gevinst (tap) spillersalg
■ Driftsresultat

■ Spillersalg
■ Spillerkjøp
■ Netto spillersalg

FK Bodø/Glimt – Jubileum og nedrykk til tross for solid drift

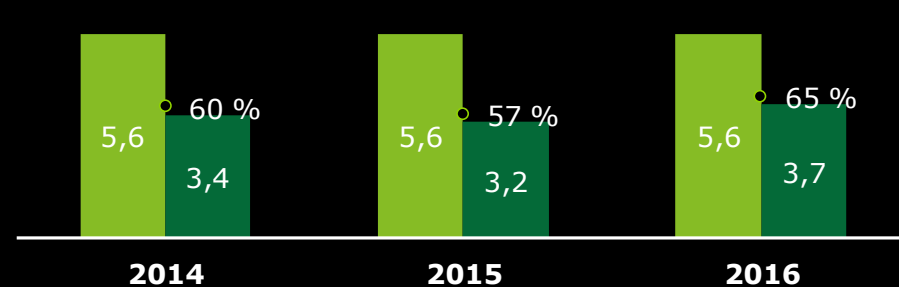
Bodø-Glimt ble stiftet i 1916 og feiret i 2016 sitt 100-årsjubileum. Ambisjonen i forkant av jubileumssesongen var å sikre plassen i Eliteserien. Likevel holdt de 30 poengene klubben hadde ved sesongens slutt kun til 15. plass, ett poeng bak Stabæk (på kvalikplass), og dermed direkte nedrykk til OBOS-ligaen. I NM spilte klubben seg til semifinalen, hvor de tapte mot Rosenborg på Lerkendal.

Totalt driftsinntekter endte på MNOK 52, noe som er omsetningsrekord for klubben. Økningen i media- og ligasponsorinntekter på MNOK 3 fra 2015 kan i all hovedsak tilskrives økt tilskudd fra UEFA. Tilskuddet, som tilsvarte MNOK 2, kom som en følge av Hannes Thor Halldorssons EM-deltagelse for Island.

En del av omsetningsrekorden kan også tilskrives ekstra inntekter knyttet til jubileumssesongen, hvor klubben hadde to utsolgte kamper (mot Brann og Aalesund). Til tross for sportslig motgang i Eliteserien økte publikumssnittet på Aspmyra til 3 688 (3 184), noe som gir en arenautnyttelse på 65% (opp fra 57% i 2015).

For 2017 budsjetterer Bodø-Glimt med et negativt driftsresultat på MNOK 3. Bakgrunnen for dette er å kunne opprettholde den sportslige satsningen for inneværende sesong i OBOS-ligaen. Ambisjonsnivået støttes opp av en sterk balanse med en egenkapitalandel på 68%, noe som er høyest i Eliteserien og godt over gjennomsnittet på 33%.

Arenautnyttelse (tusen)



■ Arenakapasitet
■ Snitt per seriekamp
○ Arenautnyttelse (%)



#Bergens stolthet #Comeback kid

SK Brann



Stiftet	1908
Hovedsponsor (2016)	SparebankenVest
Draktsponsor (2016)	hummel
Arenakapasitet, Brann stadion	17.686
Seriemesterskap	3
Høyeste/snitt poengsum (fra 2009)	54/41
Høyeste/snitt plassering (fra 2009)	2/7
Snitt tilskuertall (siste tre år)	11.497

Inntekter 2014 - 2016

NOKm	120	94	117
#	3	n/a	2

FOS sone 2014 - 2016



2016



Tilskuere
#2



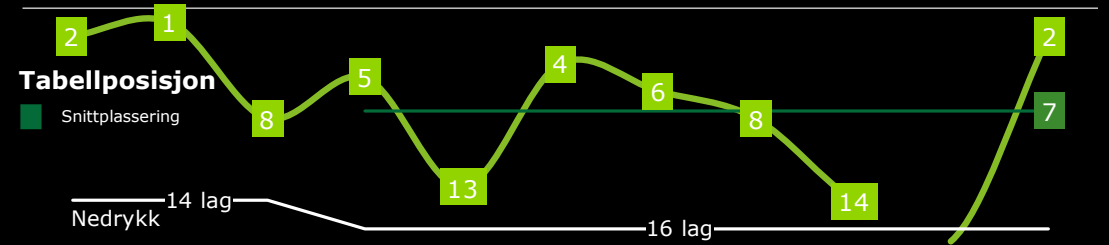
TV-tid
#16



TV-seere
#13

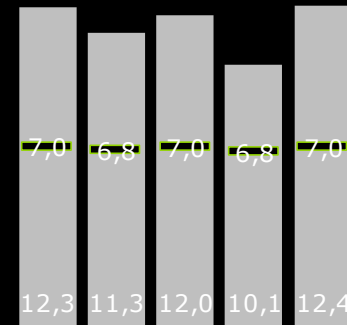
= Rangering
ift andre
Eliteserielag

2006 2007 2008 2009 2010 2011 2012 2013 2014 2015 2016



Tilskuersnitt (tusen)

#	2	2	2	n/a	2
---	---	---	---	-----	---

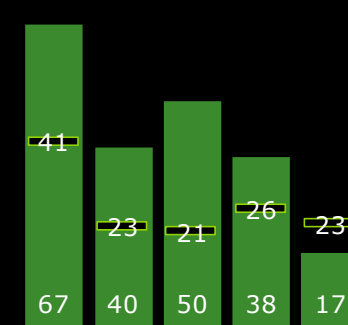


2012 2013 2014 2015 2016

■ Tilskuersnitt - Ligasnitt

Tid på fri-TV (timer)

#	3	2	1	n/a	16
---	---	---	---	-----	----

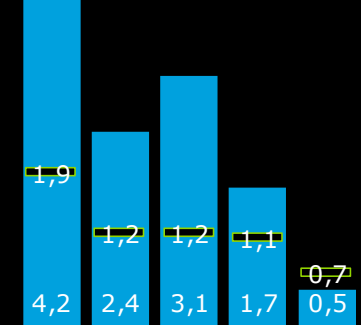


2012 2013 2014 2015 2016

■ Fri-tv tid - Ligasnitt

TV-seere fri-TV (million)

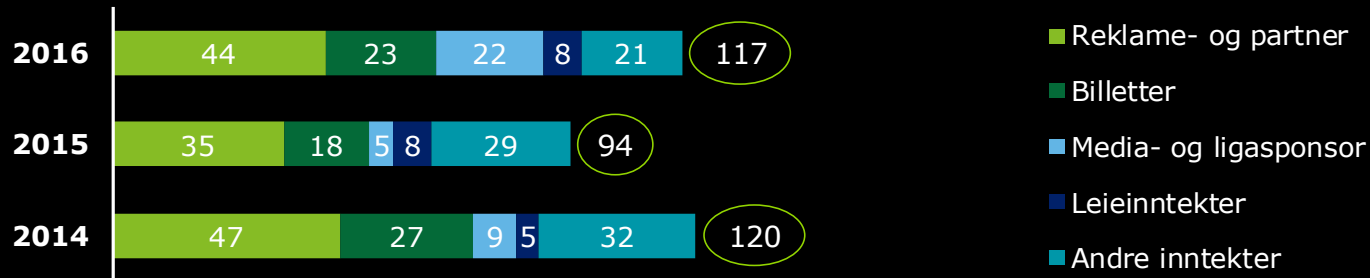
#	2	2	2	n/a	13
---	---	---	---	-----	----



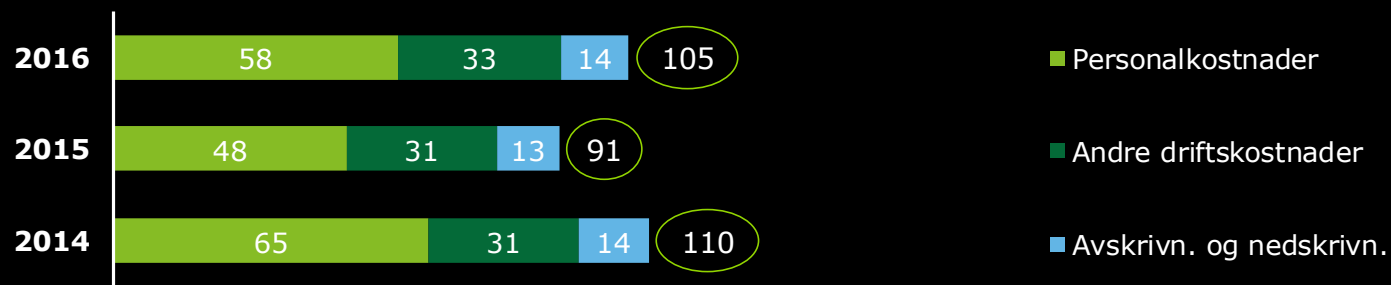
2012 2013 2014 2015 2016

■ TV seere fri-tv - Ligasnitt

Inntekter (NOKm)

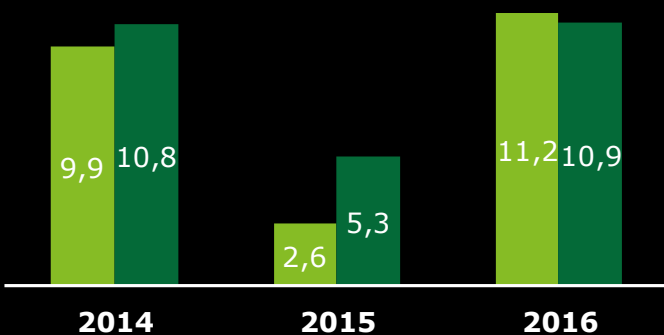


Kostnader (NOKm)

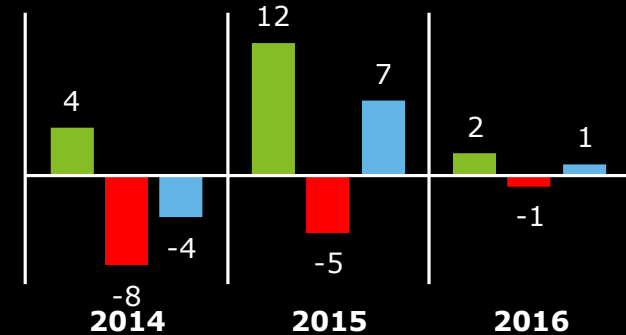


Resultatutvikling (NOKm)

Note: Driftsresultat reflekterer regnskapsmessig tap fra salg av driftsmidler annet enn spillerrettigheter lik NOKm 1,3 (2015) og NOKm 0,4 (2016)



Spillerlogistikk (NOKm)



■ Driftsresultat før gevinst (tap) spillersalg
■ Driftsresultat

■ Spillersalg
■ Spillerkjøp
■ Netto spillersalg

SK Brann – Fjorårets comeback kid

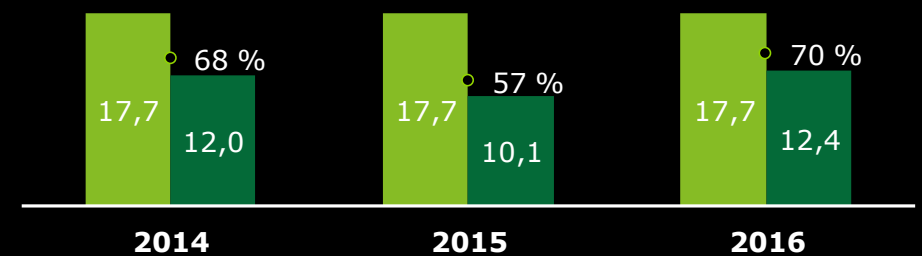
Etter sjokk-kampen mot Mjøndalen og nedrykket i 2014, klarte SK Brann å rykke opp på første forsøk i 2015. I 2016 fortsatte oppturen hvor tre strake seiere i sesongens siste kamper sikret Brann seriesølv, og med det klubbens beste serierprestasjon siden «gullet kom hem» i 2007. Sølvplasseringen har gitt klubben muligheten til å kvalifisere seg til Europa League høsten 2017.

Økningen i media- og ligasponsorinntekter på MNOK 17 fra 2015 til 2016 kan tilskrives økte tildelinger fra medieavtalen gjennom fjorårets suksess-sesong i Eliteserien. Branns andreplass medførte at klubben mottok MNOK 13 i resultatavhengige mediemidler, sammenlignet med medianbeløpet for Eliteserien i 2016 på MNOK 3,5.

Inntekt per tilskuer var tilnærmet uendret i 2016 (NOK 123) sammenliknet med 2015 (NOK 116), men en økning i antall tilskuere i 2016 økte billettinntektene med MNOK 5.

Reduksjonen i lønnskostnader på MNOK 7 fra 2014 til 2016 relaterer seg til restruktureringen i forbindelse med nedrykket høsten 2014, hvor administrasjonen ble redusert med ca. 7 årsverk. Dette medførte også at stadionarealer som tidligere ble benyttet at klubbens administrasjon nå kunne leies ut eksternt, og på den måten bidra med økte leieinntekter. Fra 2014 til 2015 økte leieinntektene fra MNOK 5 til MNOK 8. I denne prosessen ble det også reforhandlet avtaler med klubbens leverandører, noe som isolert sett har bidratt til å redusere øvrige kostnader.

Arenautnyttelse (tusen)



■ Arenakapasitet
■ Snitt per seriekamp
○ Arenautnyttelse (%)



#Overaskelsesklubben #Peispå

FK Haugesund



Stiftet	1993
Hovedsponsor (2016)	HAUGALAND KRAFT
Draktsponsor (2016)	macron
Arenakapasitet, Haugesund stadion	8.754
Seriemesterskap	0
Høyeste/snitt poengsum (fra 2009)	51/43
Høyeste/snitt plassering (fra 2009)	3/7
Snitt tilskuertall (siste tre år)	5.220

Inntekter 2014 - 2016

NOKm	69	61	81
#	9	8	10

FOS sone 2014 - 2016



2016



Tilskuere
#10



TV-tid
#7



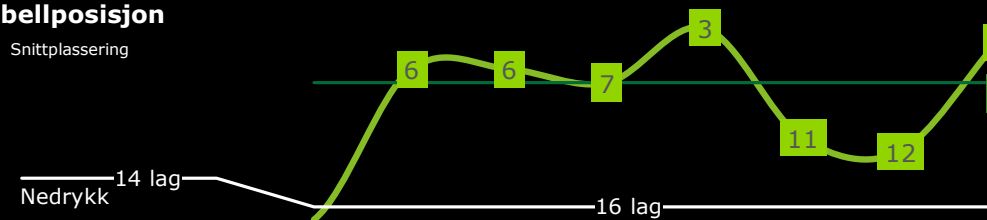
TV-seere
#6

= Rangering ift andre Eliteserielag

2006 2007 2008 2009 2010 2011 2012 2013 2014 2015 2016

Tabellposisjon

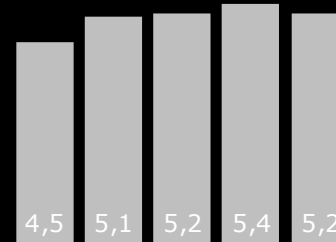
■ Snittplassering



Tilskuersnitt (tusen)

#	11	11	11	9	10
---	----	----	----	---	----

7,0 6,8 7,0 6,8 7,0



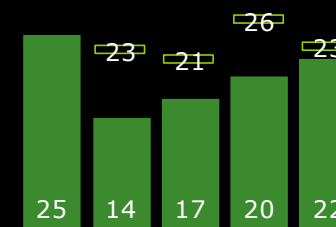
2012 2013 2014 2015 2016

■ Tilskuersnitt - Ligasnitt

Tid på fri-TV (timer)

#	14	10	10	11	7
---	----	----	----	----	---

41



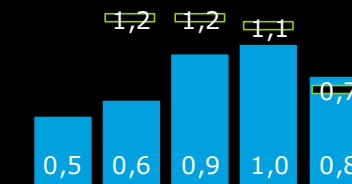
2012 2013 2014 2015 2016

■ Fri-tv tid - Ligasnitt

TV-seere fri-TV (million)

#	15	11	8	9	6
---	----	----	---	---	---

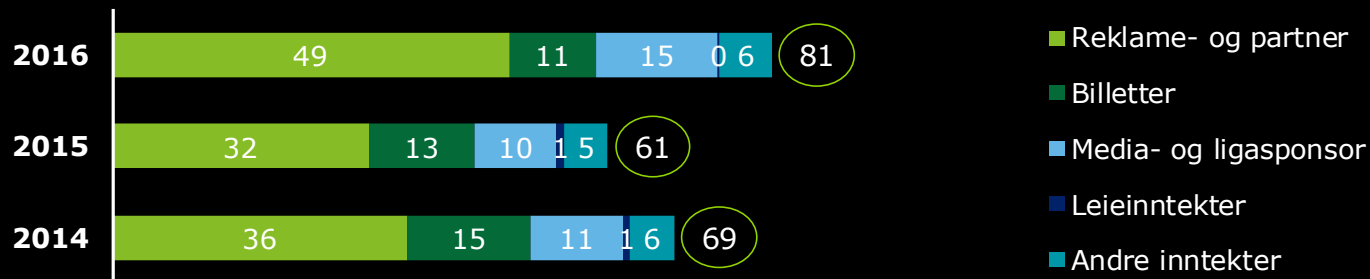
1,9



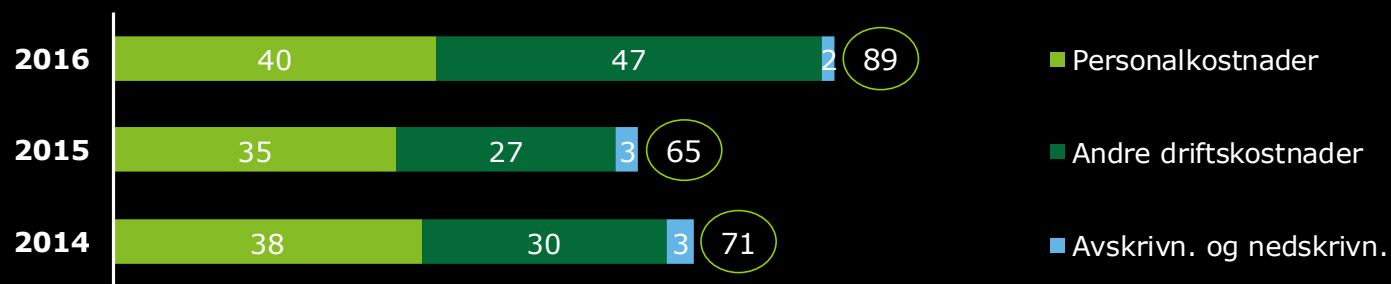
2012 2013 2014 2015 2016

■ TV seere fri-tv - Ligasnitt

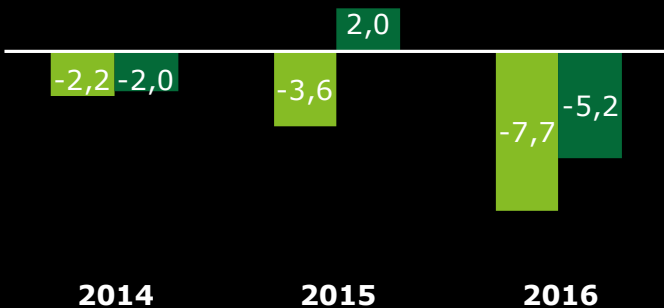
Inntekter (NOKm)



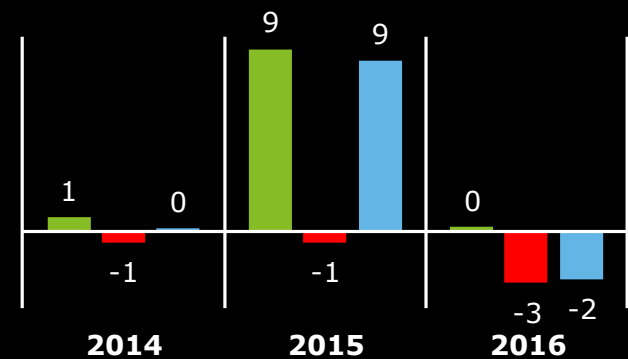
Kostnader (NOKm)



Resultatutvikling (NOKm)



Spillerlogistikk (NOKm)



■ Driftsresultat før gevinst (tap) spillersalg
■ Driftsresultat

■ Spillersalg
■ Spillerkjøp
■ Netto spillersalg

FK Haugesund – Vestlandets rivjern

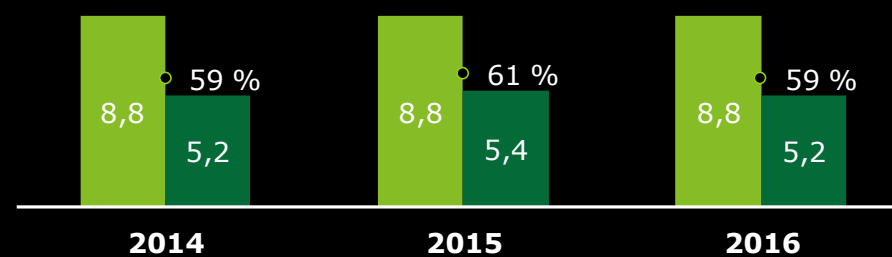
Etter to sesonger på nedre halvdel av tabellen klarte FK Haugesund å kapre en sterk fjerdeplass i 2016, og kan med det spille kvalifisering til Europa League i 2017. Fjerdeplassen ble sikret gjennom uavgjort i siste serierunde mot Strømsgodset, kombinert med at hverken Sarpsborg 08 eller Molde klarte å vinne sine respektive kamper. I NM ble det tap for Bodø/Glimt i tredje runde etter straffesparkkonkurranse.

Veksten i sponsor- og reklameinntekter fra 2015 til 2016 på MNOK 17 relaterer seg til oppkjøpet av tre mediebedrifter (TV Haugaland, Karmøynytt og Haugesundnytt) ved slutten av 2015. Virksomheten fra disse selskapene inngår nå i FKH Media. Mediesatsningen i FK Haugesund bidro i 2016 med omsetning på ca. MNOK 20 og driftsresultat på ca. MNOK 1 (mot budsjettert bidrag på MNOK 6).

Reduksjonen i kampdagsinntekter fra 2015 til 2016 kan i hovedsak tilskrives redusert betalingsvilje i sammenheng med salg av sponsorkort, drevet av nedturen i olje- og gass-sektoren på Vestlandet. Den gjennomsnittlige inntekten per tilskuer sank fra NOK 162 i 2016 til NOK 139 i 2015.

Økningen i andre driftskostnader har sammenheng med nevnte oppkjøp av de tre mediebedriftene, i tillegg til engangskostnader forbundet med en tapt retts sak på ca. MNOK 1.

Arenautnyttelse (tusen)



■ Arenakapasitet
■ Snitt per seriekamp
○ Arenautnyttelse (%)



#100år #GiAlt #ForzaFugla

Lillestrøm
Sportsklubb



Stiftet	1917
Hovedsponsor (2016)	
Draktsponsor (2016)	
Arenakapasitet, Åråsen stadion	11.500
Seriemesterskap	5
Høyeste/snitt poengsum (fra 2009)	46/39
Høyeste/snitt plassering (fra 2009)	5/10
Snitt tilskuertall (siste tre år)	5.522

Inntekter 2014 - 2016



FOS sone 2014 - 2016



2016



Tilskuere
#9



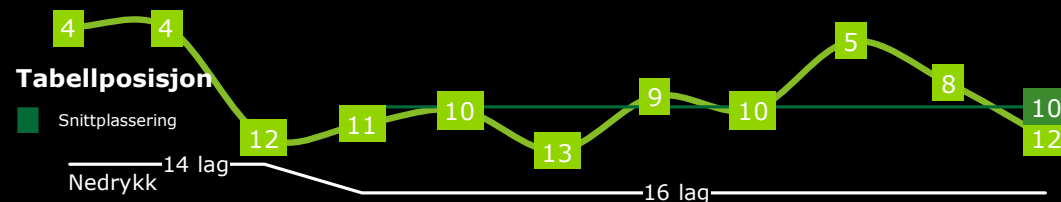
TV-tid
#10



TV-seere
#2

= Rangering
ift andre
Eliteserielag

2006 2007 2008 2009 2010 2011 2012 2013 2014 2015 2016



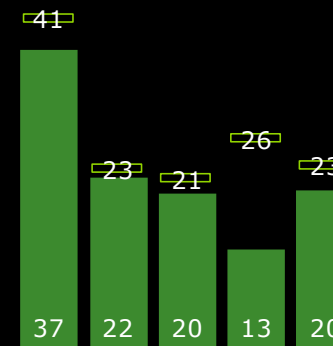
Tilskuersnitt (tusen)



2012 2013 2014 2015 2016

■ Tilskuersnitt - Ligasnitt

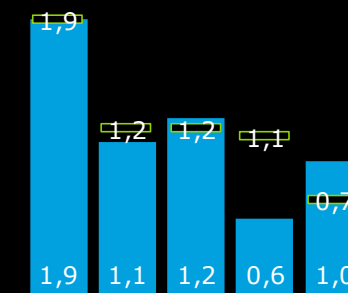
Tid på fri-TV (timer)



2012 2013 2014 2015 2016

■ Fri-tv tid - Ligasnitt

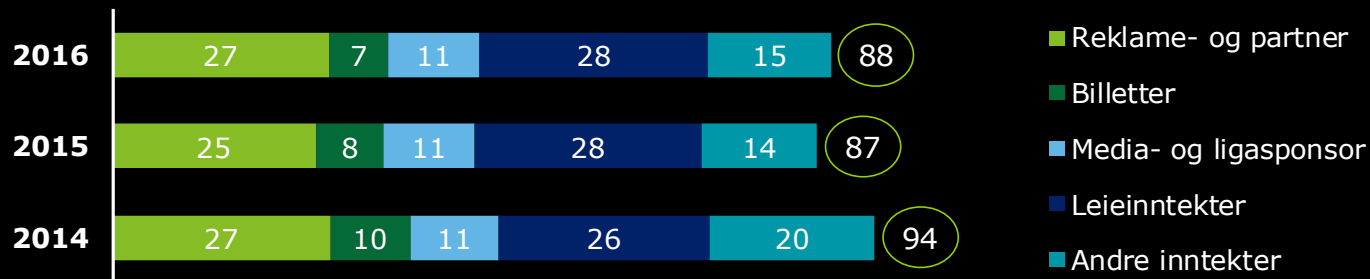
TV-seere fri-TV (million)



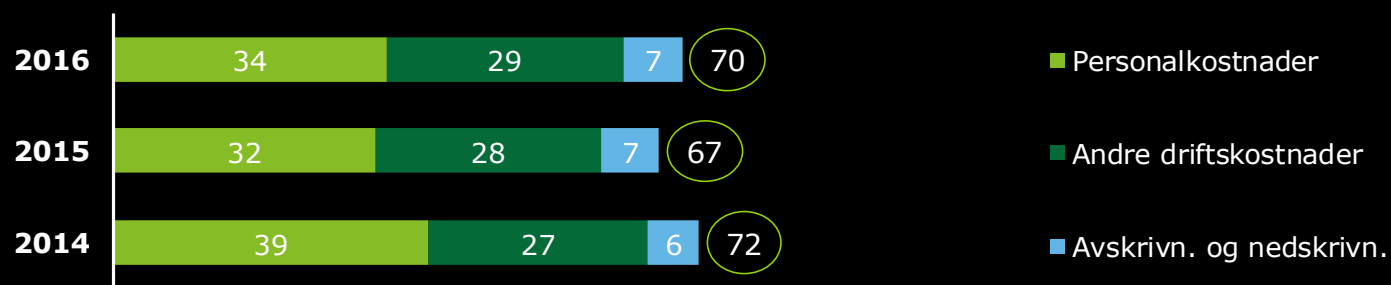
2012 2013 2014 2015 2016

■ TV seere fri-tv - Ligasnitt

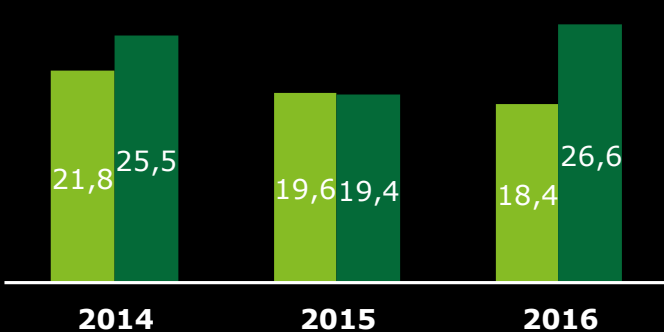
Inntekter (NOKm)



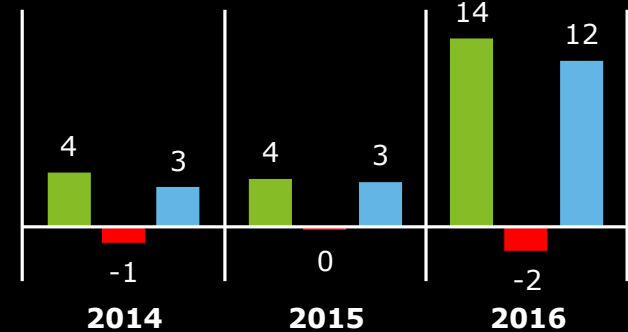
Kostnader (NOKm)



Resultatutvikling (NOKm)



Spillerlogistikk (NOKm)



■ Driftsresultat før gevinst (tap) spillersalg
■ Driftsresultat

■ Spillersalg
■ Netto spillersalg
■ Spillerkjøp

Lillestrøm Sportsklubb – Blir jubileumssesongen snusesongen?

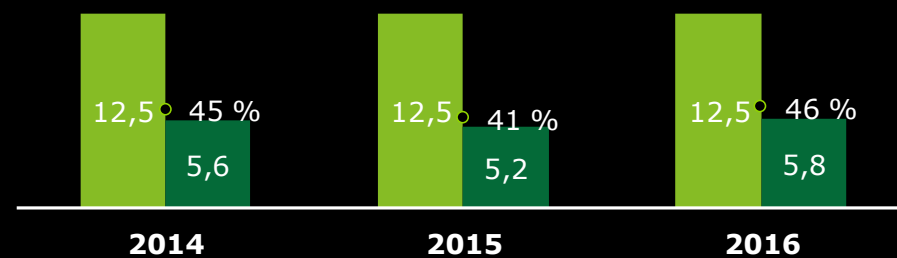
Et relativt ungt lag skapte optimisme i Lillestrøm foran 2016-sesongen, men 12. plassen sesongen endte med var således en skuffelse – selv om klubben nå har snudd økonomien gjennom gode spillersalg og god drift. Heller ikke NM ble en stor opptur, hvor klubben ble slått ut i 3. runde av Sandefjord. I 2017 feirer Lillestrøm Sportsklubb 100 år, og ambisjonene i forkant av jubileumssesongen er store.

Den moderate sportslige utviklingen preger inntektssiden til Lillestrøm Sportsklubb, selv om klubben stikker seg klart ut som klubben med høyest stabile leieinntekter fra eiendom, herunder bruk av stadionarealer for utleie til næring og sykehus. Dette bidrar til at klubben er den 6. største ut i fra omsetning.

Gjennom perioden 2014 – 2016 har flere tiltak blitt gjennomført for å forbedre kostnadssiden, hvor for eksempel administrasjonen er blitt redusert med ca. 6-7 årsverk. Hovedårsaken til økte personalkostnader i 2016 er sluttpakkene til to trenere som ble sagt opp i løpet av sesongen.

Høye leieinntekter bidrar til stabilt driftsresultatnivå gjennom perioden. For å sammenligne med klubber uten leieinntekter, så bør det imidlertid justeres for rentekostnader knyttet til klubbens eiendomsportefølje. Dette gir følgelig et 'justert' driftsresultat inkludert gevinst fra spillersalg på MNOK 4, MNOK 2 og MNOK 2 i henholdsvis 2014, 2015 og 2016.

Arenautnyttelse (tusen)



■ Arenakapasitet
■ Snitt per seriekamp
○ Arenautnyttelse (%)



#HerkommerMolde

Molde FK



Stiftet	1911
Hovedsponsor (2016)	Sparebanken Møre
Draktsponsor (2016)	
Arenakapasitet, Molde stadion	11.249
Seriemesterskap	3
Høyeste/snitt poengsum (fra 2009)	71/54
Høyeste/snitt plassering (fra 2009)	1/4
Snitt tilskuertall (siste tre år)	8.898

Inntekter 2014 - 2016



FOS sone 2014 - 2016



2016



Tilskuere
#5



TV-tid
#9



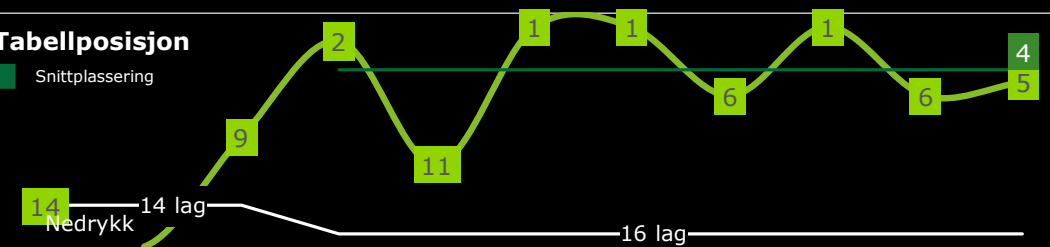
TV-seere
#10

= Rangering ift andre Eliteserielag

2006 2007 2008 2009 2010 2011 2012 2013 2014 2015 2016

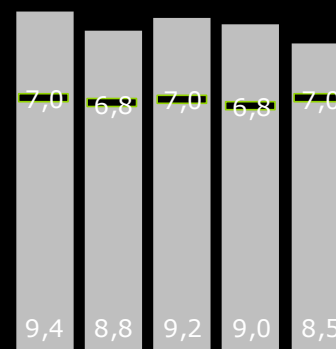
Tabellposisjon

■ Snittplassering



Tilskuersnitt (tusen)

#	5	5	5	4	5
---	---	---	---	---	---

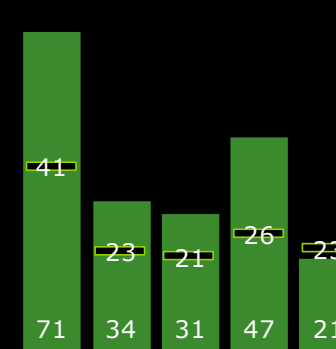


2012 2013 2014 2015 2016

■ Tilskuersnitt - Ligasnitt

Tid på fri-TV (timer)

#	1	4	4	2	9
---	---	---	---	---	---

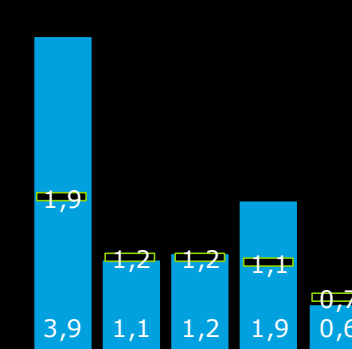


2012 2013 2014 2015 2016

■ Fri-tv tid - Ligasnitt

TV-seere fri-TV (million)

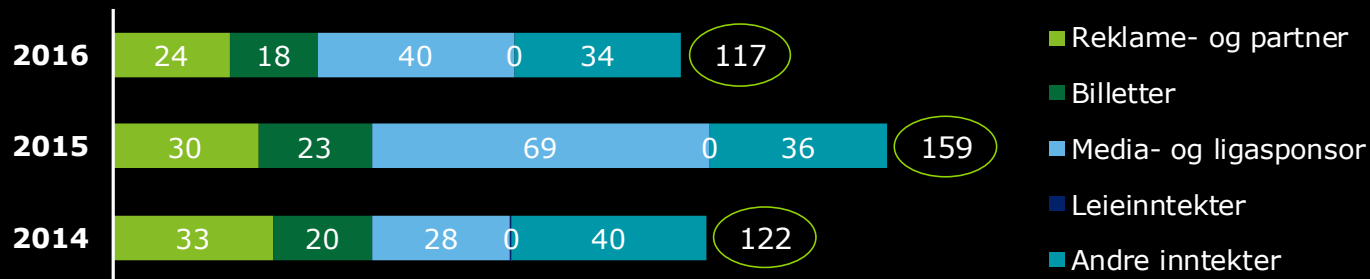
#	3	7	5	2	10
---	---	---	---	---	----



2012 2013 2014 2015 2016

■ TV seere fri-tv - Ligasnitt

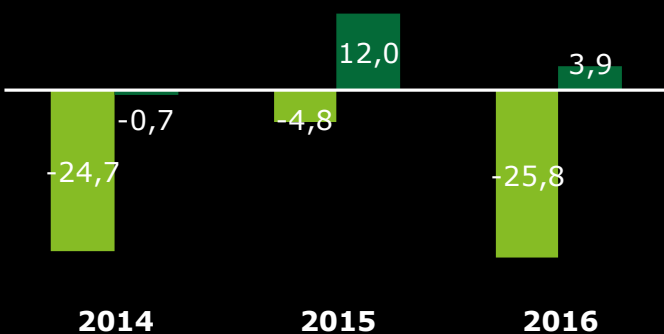
Inntekter (NOKm)



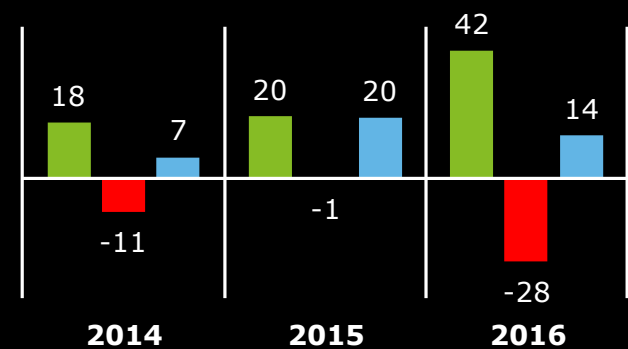
Kostnader (NOKm)



Resultatutvikling (NOKm)



Spillerlogistikk (NOKm)



■ Driftsresultat før gevinst (tap) spillersalg
■ Driftsresultat

■ Spillersalg
■ Spillerkjøp
■ Netto spillersalg

Molde FK – Europacupeventyret i 2016

Etter et imponerende gruppespill høsten 2015 ble 2016-sesongen innledet med 16-delsfinale i Europa League for Molde FK. Der ble det dessverre stopp mot Sevilla. I Eliteserien forbedret klubben 6. plassen fra 2015 ved å havne på 5. plass i 2016. Molde startet 2016-sesongen bra, men med kun én seier på de fire siste kampene snek FK Haugesund seg forbi og kapret den siste europacuplassen.

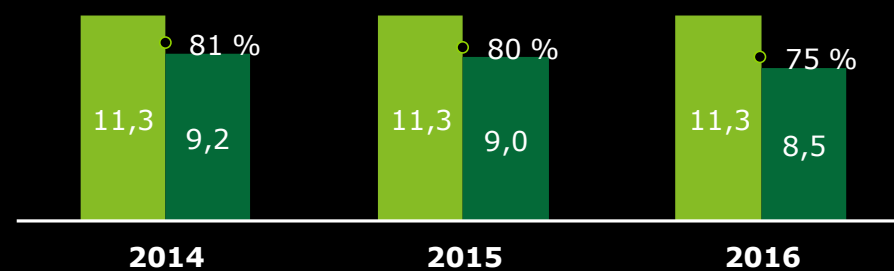
Europacupdeltakelsen i 2015 er bakgrunnen for den store økningen i inntekter generelt, og i media- og ligasponsorinntekter spesielt. Gruppe A, som i tillegg til Molde bestod av Fenerbahçe, Ajax og Celtic, klarte den norske klubben å vinne på imponerende vis, hvilket bidro til et totalt tilskudd fra UEFA på MNOK 55 i 2015. Den påfølgende 16-delsfinalen mot Sevilla ble spilt i februar 2016, hvor eventyret dessverre var slutt for Molde. Likevel bidro også denne kampen til at klubben fikk med seg MNOK 25 i tilskudd fra UEFA i 2016.

Reduksjonen i billettinntekter i 2016 sammenlignet med 2015, kan i stor grad tilskrives bortfall av europacupspill. I tillegg kan ca. MNOK 1 av nedgangen tilskrives færre solgte sesongkort.

Mangelen på europacupspill i 2016 påvirket også klubbens lønnskostnader. Klubben reduserte lønnskostnadene fra 2015 til 2016 med MNOK 11, noe som i stor grad kan tilskrives bortfall av bonuser knyttet til suksess i Europa League.

Gevinst fra spillersalg har bidratt vesentlig til at Molde FK har oppnådd positivt driftsresultat i både 2015 og 2016 (se graf for Resultatutvikling).

Arenautnyttelse (tusen)



■ Arenakapasitet
■ Snitt per seriekamp
○ Arenautnyttelse (%)



#StolteTelemarkinger #BorussiaWho?

Stiftet	1894
Hovedsponsor (2016)	Skagerak Energi
Draktsponsor (2016)	new balance
Arenakapasitet, Skagerak arena	12.500
Seriemesterskap	0
Høyeste/snitt poengsum (fra 2009)	58/48
Høyeste/snitt plassering (fra 2009)	3/5
Snitt tilskuertall (siste tre år)	8.282

Inntekter 2014 - 2016

NOKm	81	86	86
#	7	6	7

FOS sone 2014 - 2016



2016



Tilskuere
#6



TV-tid
#12



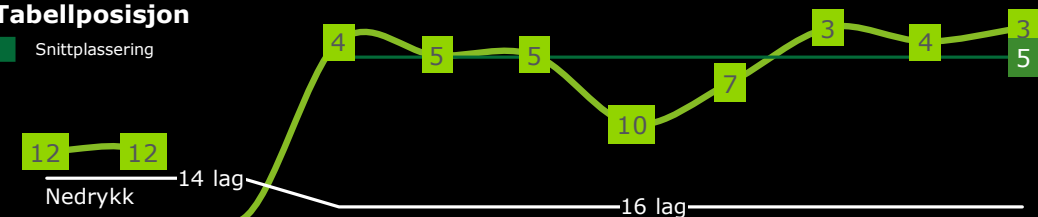
TV-seere
#8

= Rangering ift andre Eliteserielag

2006 2007 2008 2009 2010 2011 2012 2013 2014 2015 2016

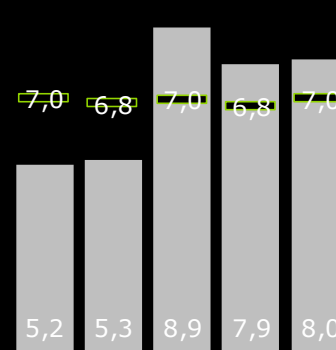
Tabellposisjon

■ Snittplassering



Tilskuersnitt (tusen)

#	10	10	6	5	6
---	----	----	---	---	---

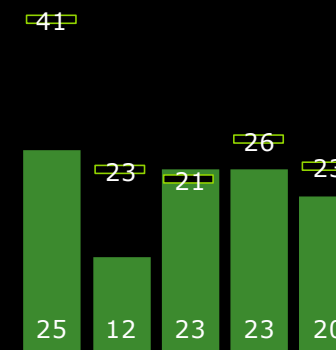


2012 2013 2014 2015 2016

■ Tilskuersnitt - Ligasnitt

Tid på fri-TV (timer)

#	13	15	5	8	12
---	----	----	---	---	----

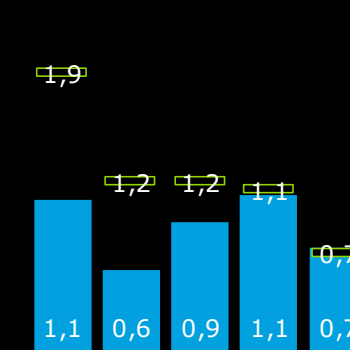


2012 2013 2014 2015 2016

■ Fri-tv tid - Ligasnitt

TV-seere fri-TV (million)

#	10	12	10	6	8
---	----	----	----	---	---



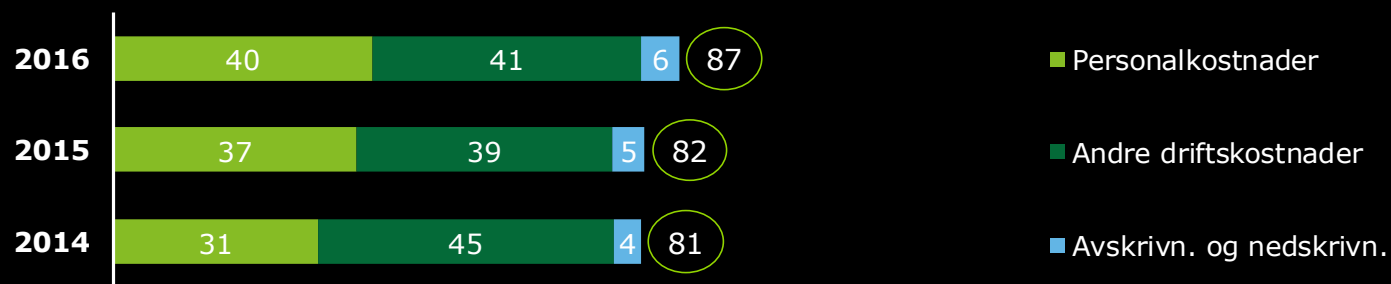
2012 2013 2014 2015 2016

■ TV seere fri-tv - Ligasnitt

Inntekter (NOKm)

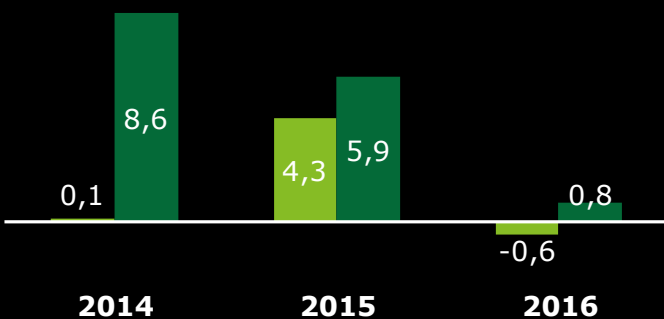


Kostnader (NOKm)

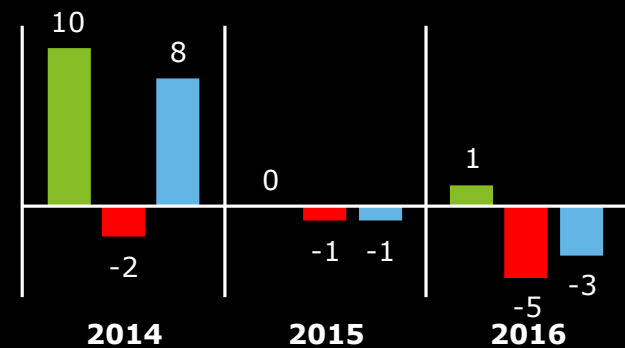


Resultatutvikling (NOKm)

Note: Driftsresultat reflekterer regnskapsmessig gevinst fra salg av driftsmidler annet enn spillerrettigheter lik NOKm 0,2 i 2016



Spillerlogistikk (NOKm)



■ Driftsresultat før gevinst (tap) spillersalg
■ Driftsresultat

■ Spillersalg
■ Spillerkjøp
■ Netto spillersalg

Odds Ballklubb – Medaljegrossisten som går bort fra dualmodellen

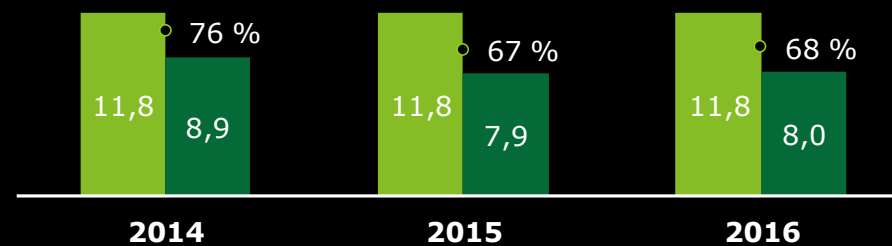
Norges mestvinnende cup-lag (12 norgesmesterskap) har vært svært stabile i Eliteserien under trener Dag-Eilev Fagermo. Laget har hatt topp 5-plasseringer i 6 av 8 sesonger siden 2009, inkludert bronse i både 2014 og 2016.

I perioden 2014-2016 har klubben opplevd en nedgang i reklameinntekter på MNOK 2. Dette skyldes i hovedsak lavere bidrag fra de ti største partnerne. Partnerbasen er likevel blant ligaens største, og omfatter 200-250 selskaper med lokal og nasjonal tilstedeværelse. Deltagelse i Europa League i 2015, og spesielt kampen mot Borussia Dortmund, forklarer økningen i billettsalget fra MNOK 4 til MNOK 13. Økningen i media- og ligasponsorinntektene på MNOK 4 i 2016 kommer hovedsakelig fra økte TV-inntekter på grunn av 3. plassen samme år.

Kostnadsøkningen fra 2014-2016 drives i hovedsak av økte personalkostnader som følge av en noe større spillerstall, høyere gjennomsnittslønn, og økte administrasjonskostnader. I tillegg økte andre driftskostnader som følge av reise og opphold i sammenheng med Europa League-spill.

Odd har i 2016 valgt å gå bort fra den tradisjonelle selskapsstrukturen bestående av ett idrettslag og ett aksjeselskap (dualmodellen), med formål å oppnå en fleksibel organisasjon og reduserte driftskostnader. Avviklingen viste seg å være arbeidskrevende og medførte høyere lønnskostnader, samt engangskostnader på omtrent TNOK 100 i 2016.

Arenautnyttelse (tusen)



■ Arenakapasitet
■ Snitt per seriekamp
○ Arenautnyttelse (%)



#Storebror #Troillongan

Rosenborg
Ballklub



Stiftet	1917
Hovedsponsor (2016)	SpareBank 1 SMN
Draktsponsor (2016)	adidas
Arenakapasitet, Lerkendal stadion	21.421
Seriemesterskap	24
Høyeste/snitt poengsum (fra 2009)	69/63
Høyeste/snitt plassering (fra 2009)	1/2
Snitt tilskuertall (siste tre år)	16.511

Inntekter 2014 - 2016

NOKm	148	219	193
#	1	1	1

FOS sone 2014 - 2016

Sone			
------	--	--	--

2016



Tilskuere
#1



TV-tid
#1



TV-seere
#16

= Rangering
ift andre
Eliteserielag

2006 2007 2008 2009 2010 2011 2012 2013 2014 2015 2016



Tabellposisjon

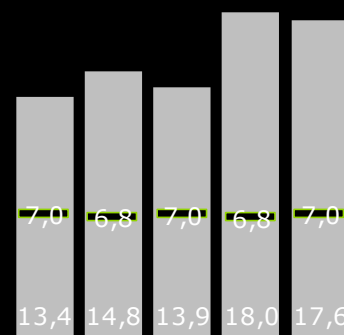
■ Snittplassering

Nedrykk 14 lag

16 lag

Tilskuersnitt (tusen)

#	1	1	1	1	1
---	---	---	---	---	---

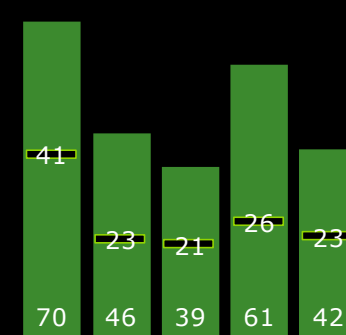


2012 2013 2014 2015 2016

■ Tilskuersnitt - Ligasnitt

Tid på fri-TV (timer)

#	2	1	2	1	1
---	---	---	---	---	---

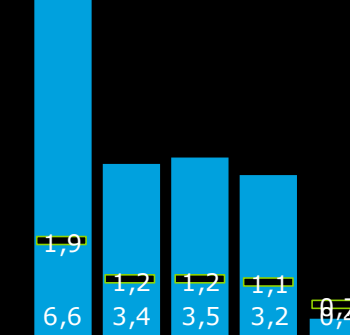


2012 2013 2014 2015 2016

■ Fri-tv tid - Ligasnitt

TV-seere fri-TV (million)

#	1	1	1	1	16
---	---	---	---	---	----



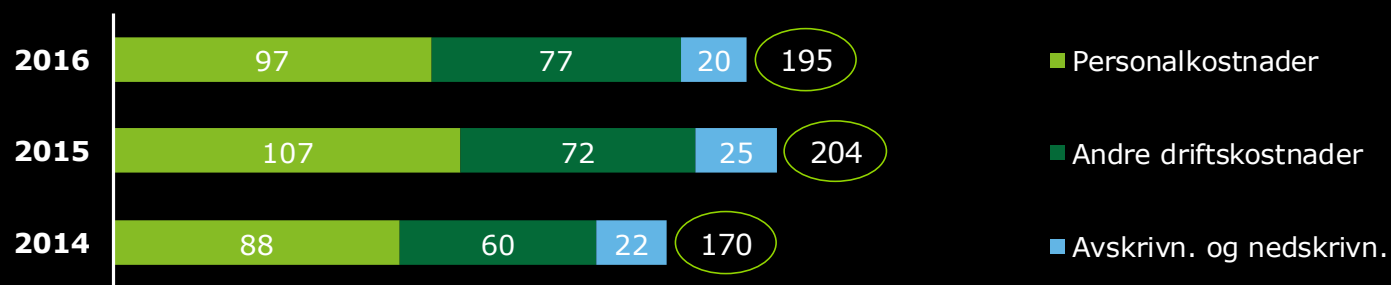
2012 2013 2014 2015 2016

■ TV seere fri-tv - Ligasnitt

Inntekter (NOKm)

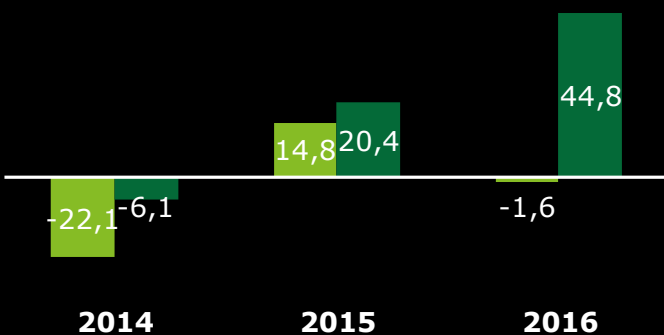


Kostnader (NOKm)

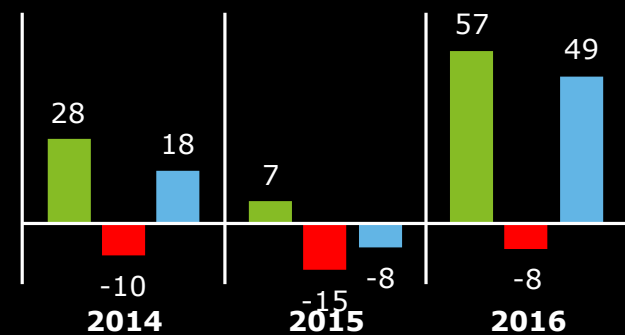


Resultatutvikling (NOKm)

Note: Driftsresultat reflekterer regnskapsmessig gevinst fra salg av driftsmidler annet enn spillerrettigheter lik NOKm 0,2 i 2016



Spillerlogistikk (NOKm)



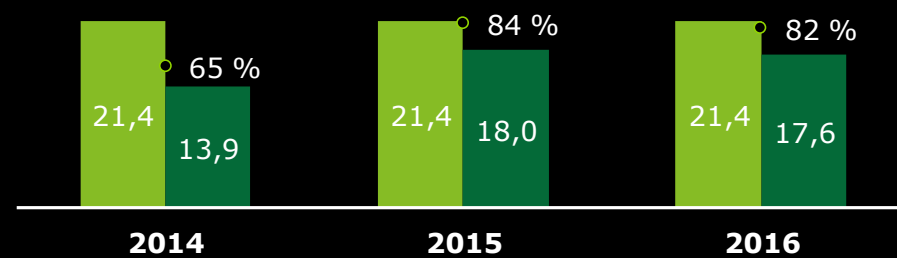
Rosenborg BK – Gir toppåret 2016 grunnlag for europeisk vekst?

Kåre-effekten slo for alvor inn over fotball-Norge i 2015, hvor Rosenborg både hentet hjem seriemesterskapet og cupgullet for første gang siden 2003. I 2016 klarte Rosenborg å følge opp denne bragden, og vant som første klubb i Norge «The Double» to år på rad. Lerkendal stadion fortsetter å tiltrekke seg fotballglade trøndere, og kunne vise til det høyeste gjennomsnittlige publikumssnittet (17 588) og den nest beste arenautnyttelsen (82%) i Eliteserien i 2016.

Til tross for gode sportslige prestasjoner og høy oppslutning i 2016, så ble de totale driftsinntektene redusert med MNOK 26 fra fjoråret. Bakgrunnen for reduksjonen er hovedsakelig en tidlig og dramatisk utgang i UEFA Champions League mot kypriotiske APOEL, og det påfølgende tapet mot Austria Wien i kvalifiseringen til Europa League. Dermed ble bidraget fra UEFA redusert til MNOK 18 i 2016, sammenlignet med MNOK 38 i 2015. Det største bortfallet i tilskuddet fra UEFA er startbonusen ved kvalifisering til gruppespillet, som i 2015 utgjorde MNOK 22. Likevel, de totale driftsinntektene i 2016 endte på MNOK 193 – klart høyest i Eliteserien.

Rosenborg har hatt et strengt kostnadsfokus siden 2010, og antallet administrativt ansatte er betydelig redusert. Klubben har også hatt et fokus på å avvikle «ikke-sportslige»-aktiviteter, hvor virksomheten med kurs- og konferansesenter ble avviklet i 2014, og driften av supporter-butikken ble solgt i 2015 (klubben har fortsatt 10% eierandel).

Arenautnyttelse (tusen)



■ Driftsresultat før gevinst (tap) spillersalg
■ Driftsresultat

■ Spillersalg
■ Spillerkjøp
■ Netto spillersalg

■ Arenakapasitet
■ Snitt per seriekamp
○ Arenautnyttelse (%)



#08 #Oppover #Underdog

Sarpsborg 08



Stiftet	2008
Hovedsponsor (2016)	Borregaard
Draktsponsor (2016)	SELECT
Arenakapasitet, Sarpsborg stadion	5.750
Seriemesterskap	0
Høyeste/snitt poengsum (fra 2009)	45/34
Høyeste/snitt plassering (fra 2009)	6/11
Snitt tilskuertall (siste tre år)	3.917

Inntekter 2014 - 2016



FOS sone 2014 - 2016



2016



Tilskuere
#13



TV-tid
#13



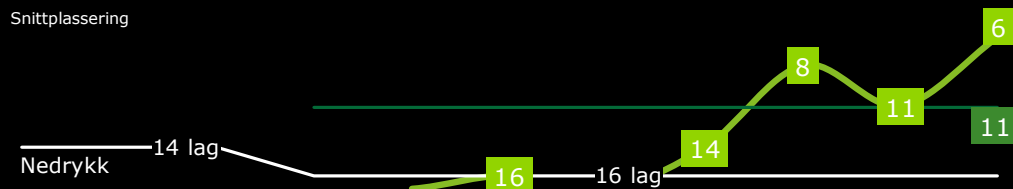
TV-seere
#9

= Rangering ift andre Eliteserielag

2006 2007 2008 2009 2010 2011 2012 2013 2014 2015 2016

Tabellposisjon

■ Snittplassering



Tilskuersnitt (tusen)

#	n/a	13	12	12	13
---	-----	----	----	----	----



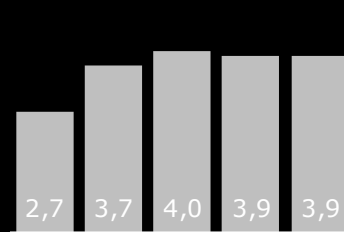
Tid på fri-TV (timer)

#	n/a	11	11	9	13
---	-----	----	----	---	----



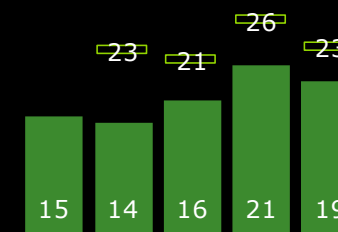
TV-seere fri-TV (million)

#	n/a	12	14	11	9
---	-----	----	----	----	---



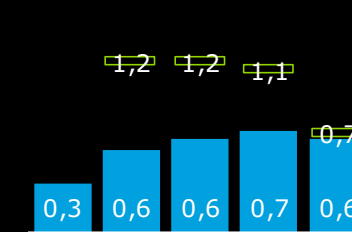
2012 2013 2014 2015 2016

■ Tilskuersnitt - Ligasnitt



2012 2013 2014 2015 2016

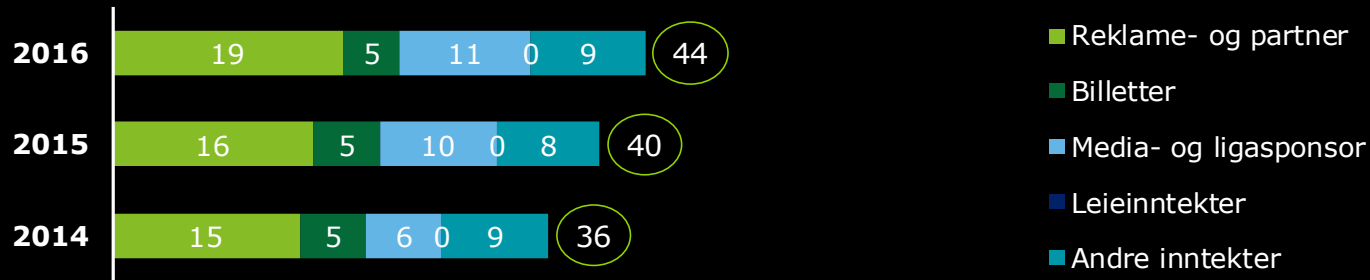
■ Fri-tv tid - Ligasnitt



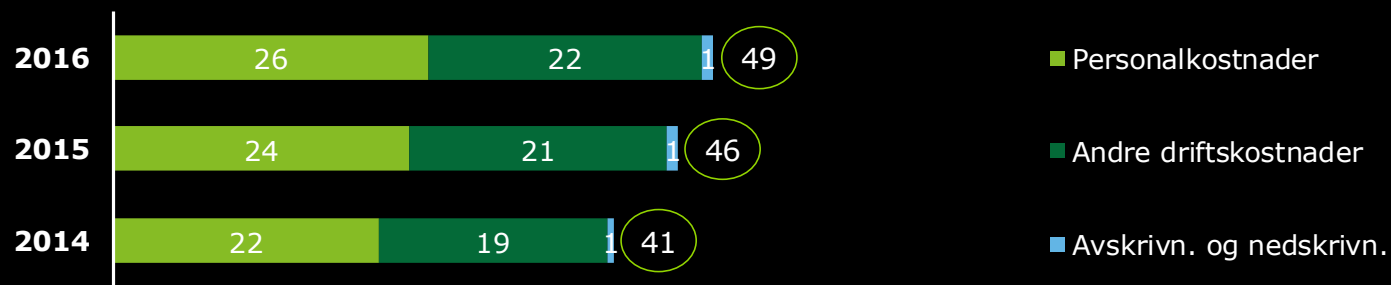
2012 2013 2014 2015 2016

■ TV seere fri-tv - Ligasnitt

Inntekter (NOKm)



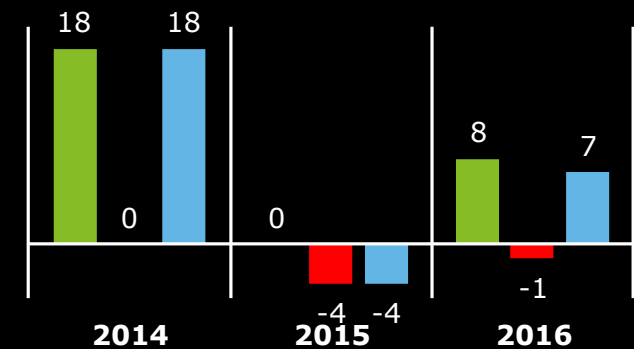
Kostnader (NOKm)



Resultatutvikling (NOKm)



Spillerlogistikk (NOKm)



■ Driftsresultat før gevinst (tap) spillersalg
■ Driftsresultat

■ Spillersalg
■ Netto spillersalg
■ Spillerkjøp

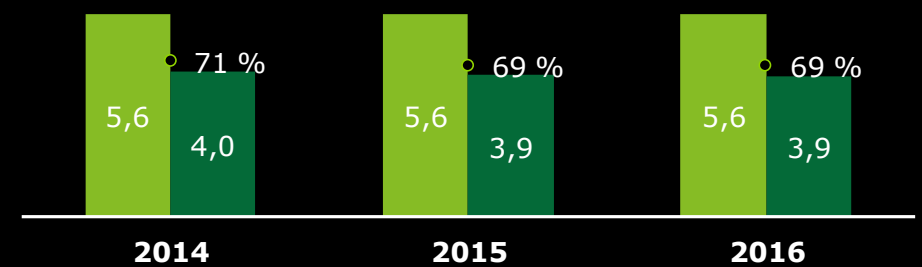
Sarpsborg 08 – Gode sportslige prestasjoner har gitt økt optimisme

Sjetteplassen i 2016-sesongen var Sarpsborg 08s beste plassering noensinne. I NM klarte Sarpsborg 08 å komme seg til kvartfinalen, én runde lenger enn budsjettet, hvor de ble slått ut av Bodø/Glimt. De gode sportslige prestasjonene reflekteres i publikumssnittet på 3 876 personer, noe som gir en arenutnyttelse på 69% – den femte beste arenutnyttelsen i Eliteserien.

Klubben har over perioden 2014 – 2016 hatt et fokus på å bygge merkevaren Sarpsborg 08, samt å profesjonalisere den sportslige- og økonomiske satsningen. I 2016 endte de totale driftsinntektene på MNOK 44 (40), hvor den gode tabellplasseringen bidro til en økning i media- og ligasponsorinntekter på MNOK 1,7 fra fjoråret. Videre har klubben økt reklame- og sponsorinntektene med MNOK 3 fra 2015 til 2016. Ledelsen i klubben begrunner økningen med at det har vært mer systematikk i arbeidet med å innhente samarbeidspartnere – delvis hjulpet av cup-finalesuksessen i 2015.

Klubben har et pågående prosjekt med mål om å bygge ut Sarpsborg Stadion med 1 500 tilskuerplasser under tak, samt økt antall ansatte i det medisinske- og administrative støtteapparatet over perioden 2014 – 2016. Dette er tiltak som er tiltenkt å profesjonalisere den sportslige satsningen, og som forklarer økningen i totale driftskostnader fra MNOK 41 i 2014 til MNOK 49 i 2016.

Arenautnyttelse (tusen)



■ Arenakapasitet
■ Snitt per seriekamp
○ Arenautnyttelse (%)



#StaoNoPao #Saftbygda

Sogndal
Fotball



Stiftet	1926
Hovedsponsor (2016)	SparebankenVest
Draktsponsor (2016)	umbro
Arenakapasitet, Fosshaugane campus	5.622
Seriemesterskap	0
Høyeste/snitt poengsum (fra 2009)	36/32
Høyeste/snitt plassering (fra 2009)	11/13
Snitt tilskuertall (siste tre år)	3.133

Inntekter 2014 - 2016



FOS sone 2014 - 2016



2016



Publikum
#16



TV-tid
#15



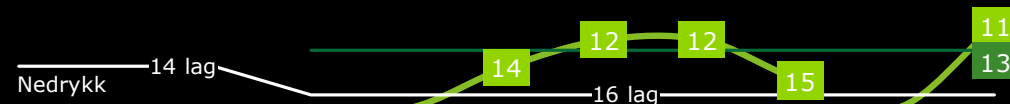
TV-seere
#15

= Rangering
ift andre
Eliteserielag

2006 2007 2008 2009 2010 2011 2012 2013 2014 2015 2016

Tabellposisjon

■ Snittplassering



Tilskuersnitt (tusen)

14 14 15 n/a 16

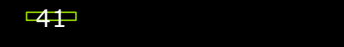


2012 2013 2014 2015 2016

■ Tilskuersnitt - Ligasnitt

Tid på fri-TV (timer)

12 12 16 n/a 15

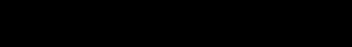


2012 2013 2014 2015 2016

■ Fri-tv tid - Ligasnitt

TV-seere fri-TV (million)

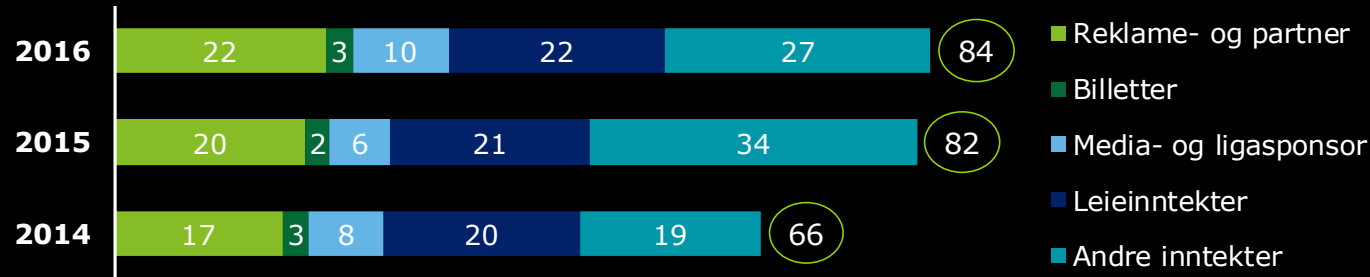
12 10 15 n/a 15



2012 2013 2014 2015 2016

■ TV seere fri-tv - Ligasnitt

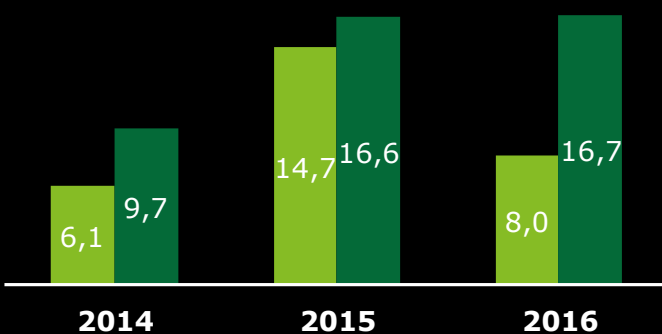
Inntekter (NOKm)



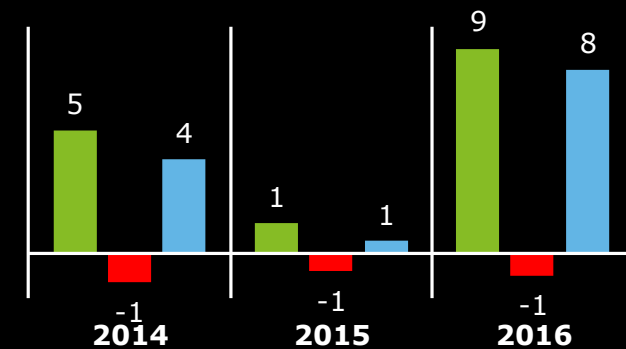
Kostnader (NOKm)



Resultatutvikling (NOKm)



Spillerlogistikk (NOKm)



■ Driftsresultat før gevinst (tap) spillersalg
■ Driftsresultat

■ Spillersalg
■ Spillerkjøp
■ Netto spillersalg

Sogndal Fotball – Supersaftbygda tilbake i det gode selskap

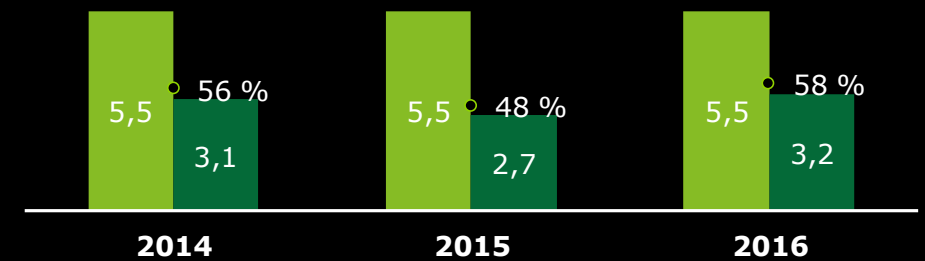
Etter én sesong i OBOS-ligaen tok Sogndal steget tilbake til Eliteserien i 2016. Der endte laget på 11. plass, deres sterkeste sportslige prestasjon siden 8. plassen fra 2003. I cupen forsvant klubben tidlig ut. Etter å ha slått Førde i 1. runde, tapte Sogndal 1-0 for Nest-Sotra Fotball i 2. runde.

For tredje år på rad er det leieinntekter som er den største inntektskilden til Sogndal. Klubben har i samarbeid med Høgskulen på Vestlandet, Sogn og Fjordane Fylkeskommune og Sogndal kommune bygget ut områdene rundt fotballstadion, kjent som Fosshaugane Campus, til å inkludere en videregående skole, idrett- og svømmehall, Sognehallen, m.m. Bidraget fra utleievirksomheten hadde en driftsresultateffekt på ca. MNOK 9 i 2016.

Inntekter fra media- og ligasponsorer økte med ca. MNOK 3 i 2016 sammenlignet med 2015, noe som i sin helhet kan tilskrives opprykket tilbake til Eliteserien.

Fra og med 1.1.2015 ble Sogndal Fotball 100% aksjonær i Idrettscenteret, en virksomhet som driver treningssenter, samt forskning- og helsevirksomhet innen idrett. Etter et utfordrende år i 2015 bidro Idrettscenteret med inntekter på MNOK 13 og positivt driftsresultat lik MNOK 1 i 2016.

Arenautnyttelse (tusen)



■ Arenakapasitet
■ Snitt per seriekamp
○ Arenautnyttelse (%)



#DeBlaa #Alltid. Uansett!



Stiftet	1912
Hovedsponsor (2016)	SpareBank 1 OSLO-ÅKERSHUS
Draktponsor (2016)	adidas
Arenakapasitet, Nadderud stadion	4.938
Seriemesterskap	1 (08')
Høyeste/snitt poengsum (fra 2009)	56/39
Høyeste/snitt plassering (fra 2009)	3/10
Snitt tilskuertall (siste tre år)	3.773

Inntekter 2014 - 2016



FOS sone 2014 - 2016



2016



Tilskuere
#14



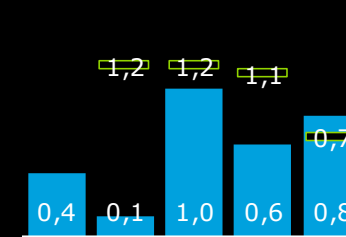
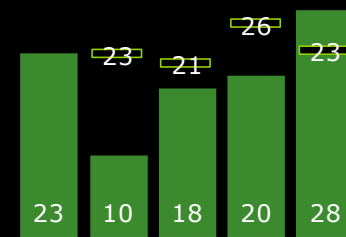
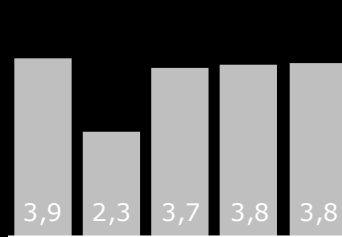
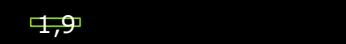
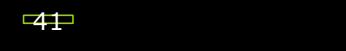
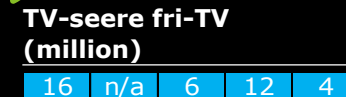
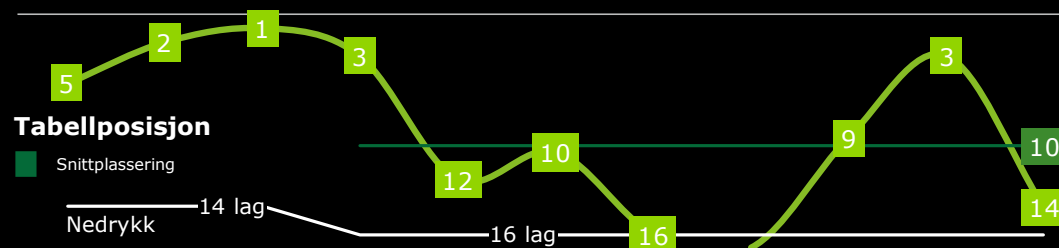
TV-tid
#3



TV-seere
#4

= Rangering ift andre Eliteserielag

2006 2007 2008 2009 2010 2011 2012 2013 2014 2015 2016

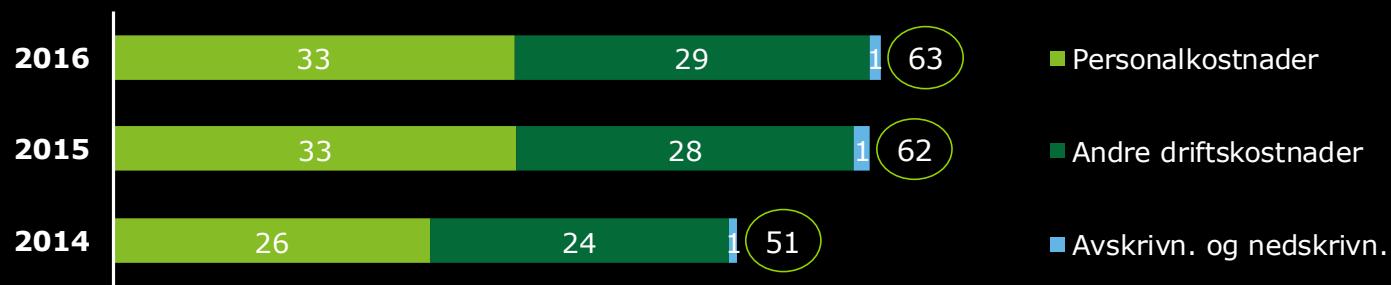


■ Tilskuersnitt - Ligasnitt ■ Fri-tv tid - Ligasnitt ■ TV seere fri-tv - Ligasnitt

Inntekter (NOKm)



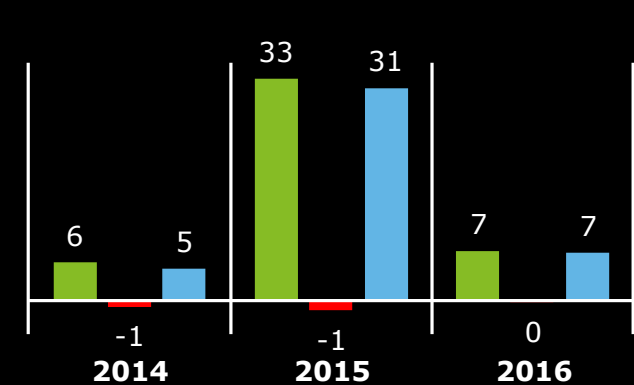
Kostnader (NOKm)



Resultatutvikling (NOKm)



Spillerlogistikk (NOKm)



■ Driftsresultat før gevinst (tap) spillersalg
■ Driftsresultat

■ Spillersalg
■ Netto spillersalg
■ Spillerkjøp

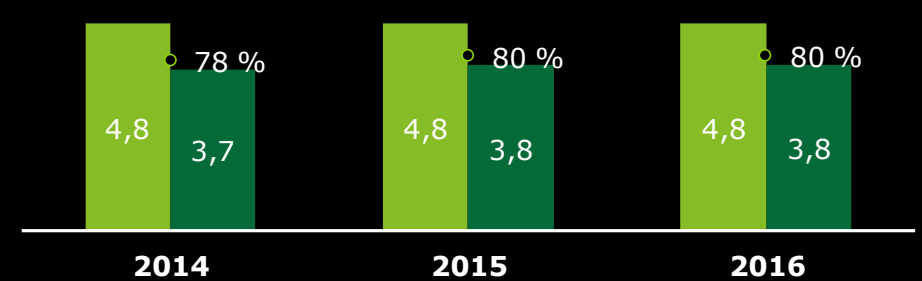
Stabæk Fotball – Spillerutvikling i fokus

Fra opprykk til Eliteserien i 2013 og bronsemedalje i 2015, anført av avgått trener Bob Bradley, falt Stabæk ned til 14. plass i 2016. Dermed måtte klubben ut i kvalifisering for å berge plassen på øverste nivå. To mål på tre minutter på Nadderud stadion var imidlertid nok til å knuse drømmene til FK Jerv, som hadde med seg en 1-0 seier fra hjemmeoppgjøret.

Reduksjonen i både reklame- og partnerinntekter og media- og ligasponsorinntekter på totalt MNOK 6 fra 2015 til 2016 kommer hovedsakelig av fallet fra 3. plass til 14. plass i Eliteserien. Fallet førte til reduserte tildelinger av resultatavhengige midler fra medieavtalen. To trenerbytter, ansettelse på damelaget, og et styrket støtteapparat på Stabæks akademi for spillerutvikling, førte til en økning i personalkostnader på MNOK 7 fra 2014 til 2016.

Spillerutvikling er et hovedfokus i klubben, og kvaliteten på akademiet tydeliggjøres gjennom et nettobidrag fra spillersalg på MNOK 43 fra 2014-16. Driftsresultatet i perioden preges direkte og indirekte av kostnader i sammenheng med overgangssaken Stengel/Gunnarsson. Etter full frikjennelse mottok Stabæk MNOK 3,8 i erstatning i 2016. Som følge av inntektsføring av forventet erstatningsbeløp på MNOK 5,5 i 2013-14, samt påløpte saksomkostninger lik MNOK 0,3 i 2016, reflekterer 2016-tallene til Stabæk totale engangskostnader knyttet til overgangssaken lik MNOK 2.

Arenautnyttelse (tusen)



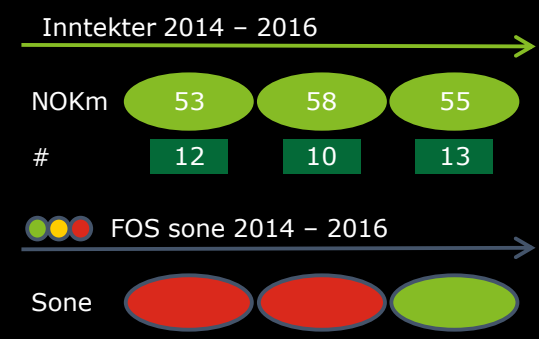
■ Arenakapasitet
■ Snitt per seriekamp
○ Arenautnyttelse (%)



#VierIkStart #Makrellfotball



Stiftet	1905
Hovedsponsor (2016)	SPAREBANKEN SØR
Draktsponsor (2016)	umbro
Arenakapasitet, Sparebanken Sør Arena	14.448
Seriemesterskap	2
Høyeste/snitt poengsum (fra 2009)	42/31
Høyeste/snitt plassering (fra 2009)	8/12
Snitt tilskuertall (siste tre år)	5.359



2016



Tilskuere
#11



TV-tid
#4

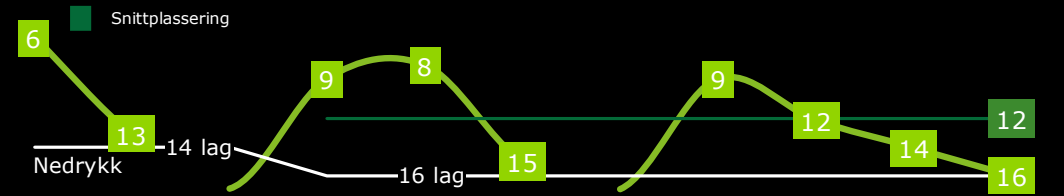


TV-seere
#3

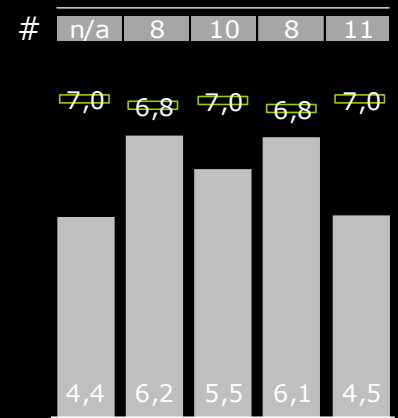
= Rangering ift andre Eliteserielag

2006 2007 2008 2009 2010 2011 2012 2013 2014 2015 2016

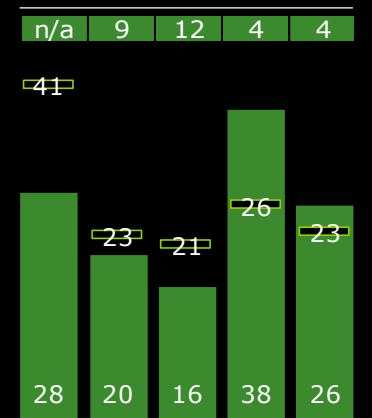
Tabellposisjon



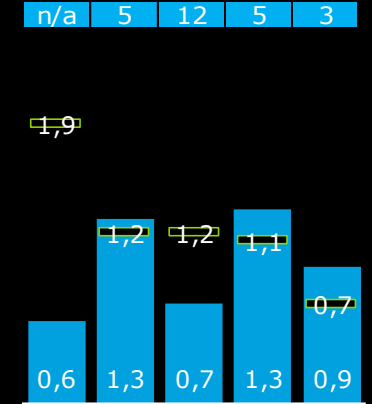
Tilskuersnitt (tusen)



Tid på fri-TV (timer)



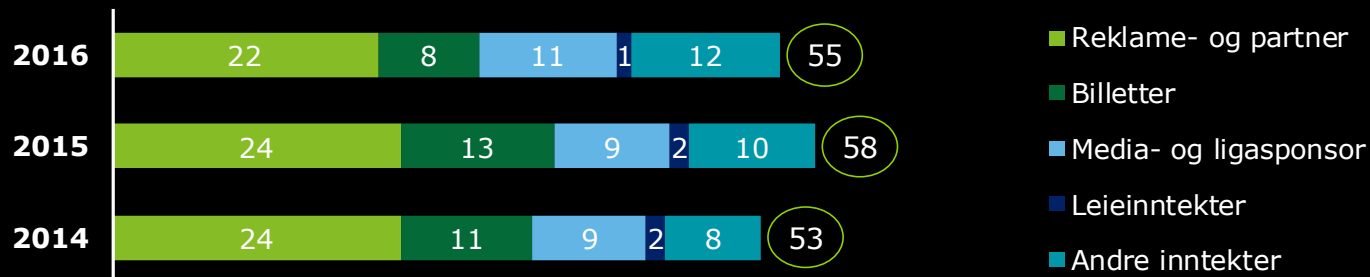
TV-seere fri-TV (million)



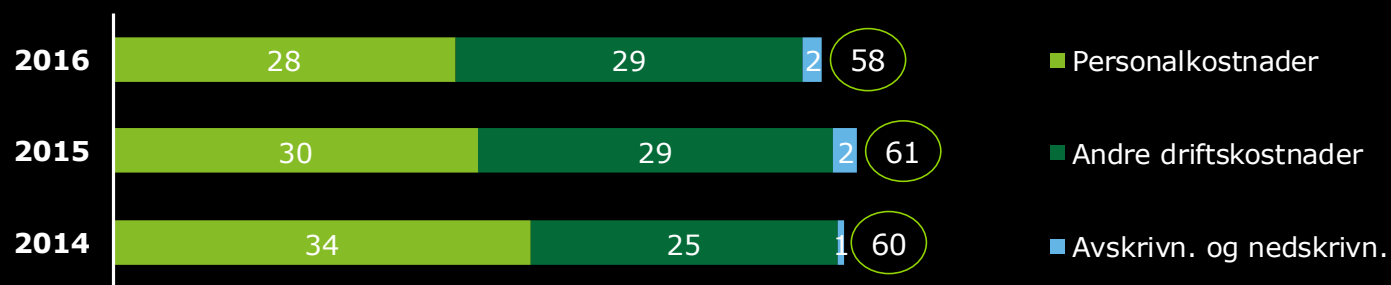
■ Tilskuersnitt - Ligasnitt ■ Fri-tv tid - Ligasnitt ■ TV seere fri-tv - Ligasnitt

Kilder: Lisensrapport; Sponsortools; Klubbens hjemmeside; Altomfotball.no; Digitalsport

Inntekter (NOKm)

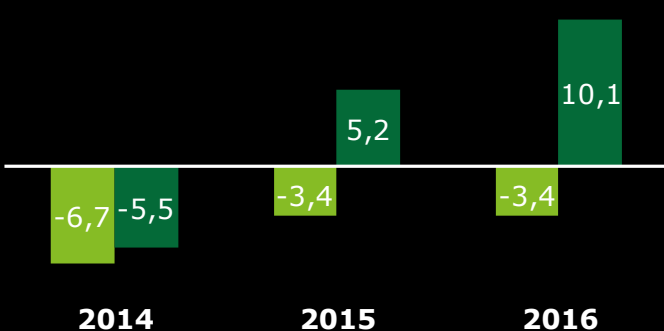


Kostnader (NOKm)

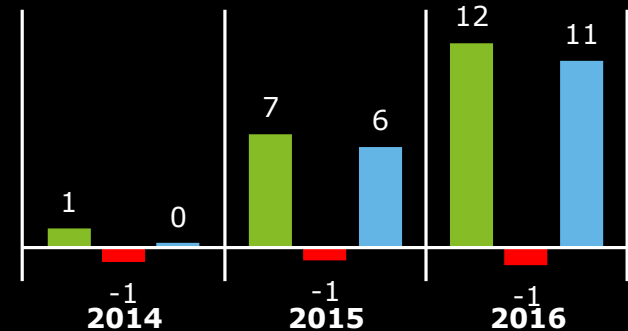


Resultatutvikling (NOKm)

Note: Driftsresultat reflekterer regnskapsmessig gevinst fra salg av driftsmidler annet enn spillerrettigheter lik NOKm 3,5 i 2016



Spillerlogistikk (NOKm)



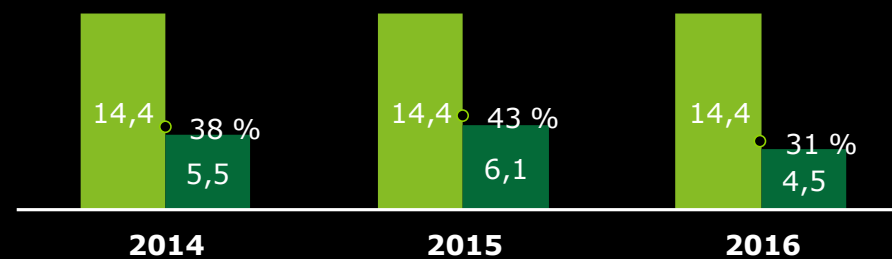
IK Start – Fremadstormende mannskap med tøff læring

Med et ungt lag bestående av mange lokale spillere ble 2016-sesongen krevende for Start. Den første seieren på 449 dager i Eliteserien kom i 1-0 kampen mot FK Haugesund i september. Med kun to seiere endte klubben på sisteplass med totalt 16 poeng, og spiller dermed i OBOS-ligaen innværende år. NM ble heller ingen opptur, hvor klubben røk ut i 3.runde mot Sandnes Ulf.

Klubbens totale driftsinntekter er redusert med MNOK 3 fra fjoråret, og utgjorde MNOK 55 i 2016. Et lavere publikumsnitt, samt en reduksjon i snittinntekt per tilskuer til NOK 121 i 2016, har ført til en reduksjon i kampbillettinntekter på MNOK 5 sammenlignet med fjoråret. Klubben har likevel jobbet aktivt med nye markedsaktiviteter, og lansert nye konsepter som «Målbonus» og «Club Lounge» før årets sesong.

2016 var fra et økonomisk ståsted en opptur for Start, med et positivt driftsresultat lik MNOK 10 (og positivt resultat etter skatt lik MNOK 6). Dette forklares primært av en gevinst fra salg av spillere på MNOK 14, hovedsakelig knyttet til salg av Kristoffer Vassbakk Ajer til Celtic FC og Mathias Rasmussen til FC Midtjylland. I 2016 startet klubben med en negativ egenkapitalandel på 25%, men nevnte spillersalg bidro til at egenkapitaldelen økte til 24% ved årsslutt.

Arenautnyttelse (tusen)



■ Driftsresultat før gevinst (tap) spillersalg
■ Driftsresultat

■ Spillersalg
■ Spillerkjøp
■ Netto spillersalg

■ Arenakapasitet
■ Snitt per seriekamp
○ Arenautnyttelse (%)



#Godset #Ektekjærighet #Blåmagi

Strømsgodset Toppfotball



Stiftet	1907
Hovedsponsor (2016)	
Draktsponsor (2016)	
Arenakapasitet, Marienlyst stadion	8.462
Seriemesterskap	2
Høyeste/snitt poengsum (fra 2009)	63/50
Høyeste/snitt plassering (fra 2009)	1/5
Snitt tilskuertall (siste tre år)	6.855

Inntekter 2014 - 2016



FOS sone 2014 - 2016



2016



Tilskuere
#7



TV-tid
#5



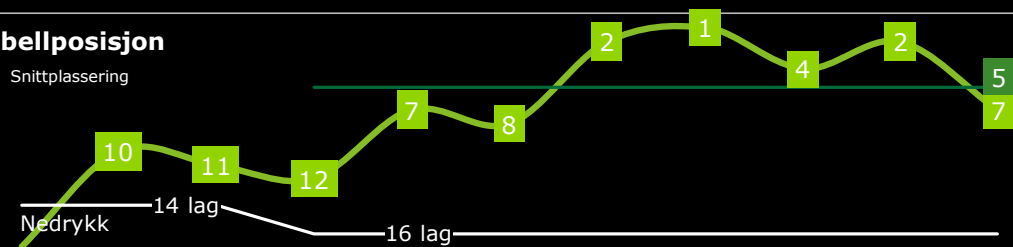
TV-seere
#5

= Rangering
ift andre
Eliteserielag

2006 2007 2008 2009 2010 2011 2012 2013 2014 2015 2016

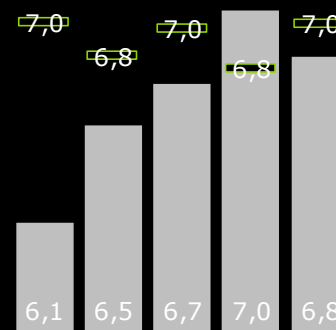
Tabellposisjon

■ Snittplassering



Tilskuersnitt (tusen)

8 7 8 6 7

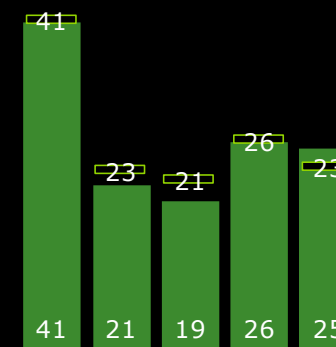


2012 2013 2014 2015 2016

■ Tilskuersnitt - Ligasnitt

Tid på fri-TV (timer)

7 8 8 6 5

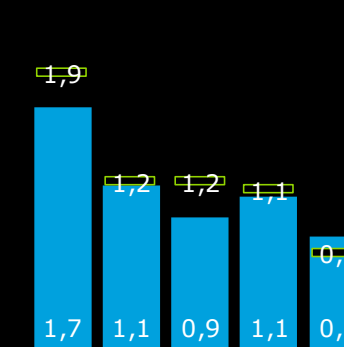


2012 2013 2014 2015 2016

■ Fri-tv tid - Ligasnitt

TV-seere fri-TV (million)

7 6 8 8 5



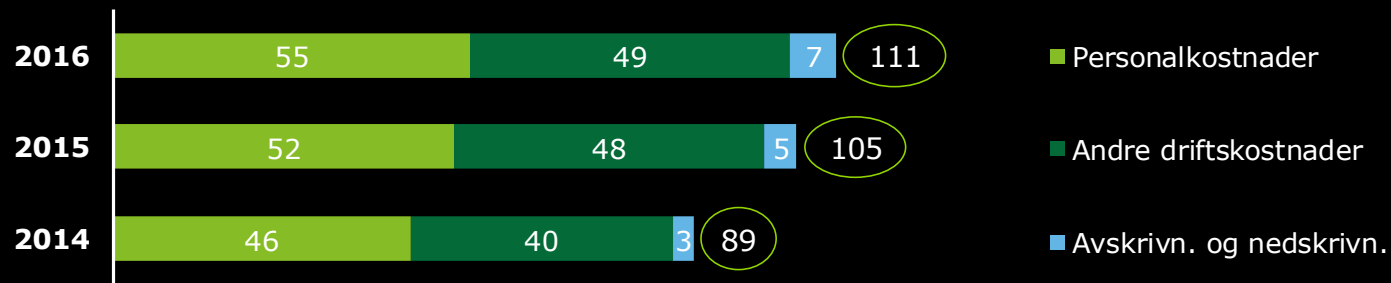
2012 2013 2014 2015 2016

■ TV seere fri-tv - Ligasnitt

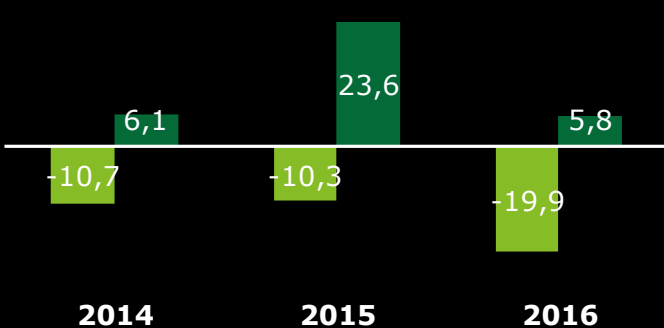
Inntekter (NOKm)



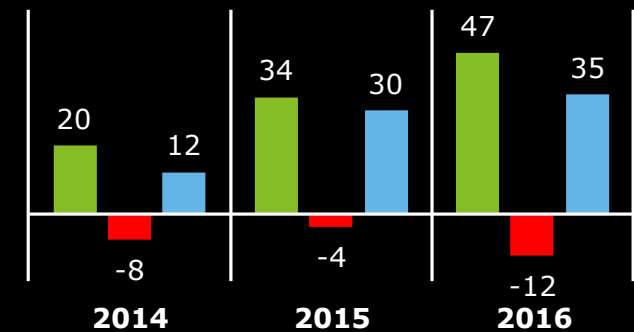
Kostnader (NOKm)



Resultatutvikling (NOKm)



Spillerlogistikk (NOKm)



■ Driftsresultat før gevinst (tap) spillersalg
■ Driftsresultat

■ Spillersalg
■ Spillerkjøp
■ Netto spillersalg

Strømsgodset Toppfotball – Økonomisk suksess drevet av solide spillersalg

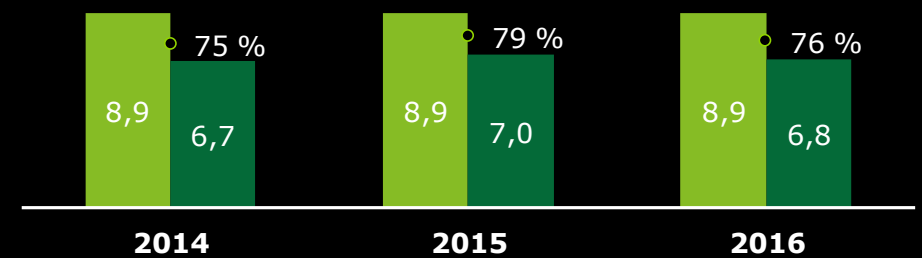
Til tross for en 7. plass i Eliteserien i 2016, har klubben tatt medalje i tre av de fem siste sesongene. Seriegullet i 2013 var klubbens andre, mens sølvsesongen i 2015 muligens blir best husket for salget av Martin Ødegaard til Real Madrid.

2. plassen i 2015 bidro til at Strømsgodset hadde ligaens nest beste arenutnyttelse i 2016, med 76%. Klubben er bevisst på å gjennomføre en rekke kampanjer med billettsalg via partnere for å fylle stadion. Dette medførte at Strømsgodset var klubben med tredje høyeste inntekt per tilskuer i 2016.

Klubbens sterke fokus på spillerutvikling, gjennom spillerutviklingsakademiet *Talentgården*, har gitt et netto bidrag fra spillersalg på MNOK 77 fra 2014-2016. Mye av dette bidraget har naturlig nok kommet fra salget av Martin Ødegaard til Real Madrid i 2015, etter at Ødegaard oppnådde å bli tidenes yngste Eliteserie-spiller, målscorer og EM-kvalikspiller i 2014. Klubben anslår at et årlig nettobidrag på MNOK 10 er et mer realistisk nivå på sikt, men også 2017 ser ut til å bli et bra år, hvor budsjettert spillersalg beløper seg til MNOK 17.

Inntektsfallet i 2016 er drevet av lavere tildeling av resultatavhengige mediemidler som følge av fallet til 7. plass i 2016.

Arenautnyttelse (tusen)



■ Arenakapasitet
■ Snitt per seriekamp
○ Arenautnyttelse (%)



#Gutan #Kraftifranord

Tromsø IL



Stiftet	1920
Hovedsponsor (2016)	SpareBank 1 NORD-NORGE
Draktsponsor (2016)	SELECT
Arenakapasitet, Alfheim stadion	6.801
Seriemesterskap	0
Høyeste/snitt poengsum (fra 2009)	53/41
Høyeste/snitt plassering (fra 2009)	2/8
Snitt tilskuertall (siste tre år)	3.798

Inntekter 2014 - 2016

NOKm	59	55	59
#	n/a	11	12

FOS sone 2014 - 2016

Sone	Green	Yellow	Green
------	-------	--------	-------

2016



Tilskuere
#12



TV-tid
#14

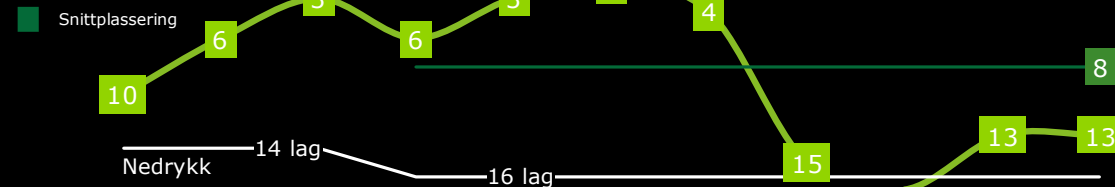


TV-seere
#14

= Rangering
ift andre
Eliteserielag

2006 2007 2008 2009 2010 2011 2012 2013 2014 2015 2016

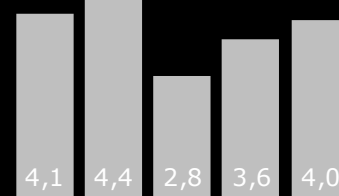
Tabellposisjon



Tilskuersnitt (tusen)

#	12	12	n/a	14	12
---	----	----	-----	----	----

7,0 6,8 7,0 6,8 7,0

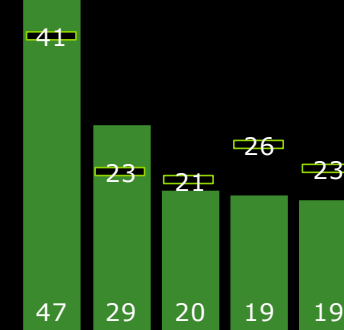


2012 2013 2014 2015 2016

■ Tilskuersnitt - Ligasnitt

Tid på fri-TV (timer)

#	5	5	n/a	12	14
---	---	---	-----	----	----

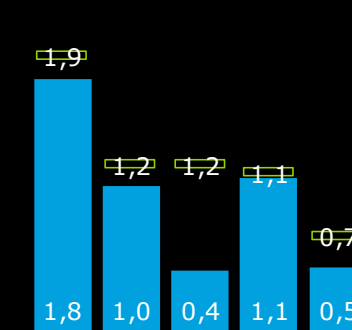


2012 2013 2014 2015 2016

■ Fri-tv tid - Ligasnitt

TV-seere fri-TV (million)

#	6	9	n/a	7	14
---	---	---	-----	---	----



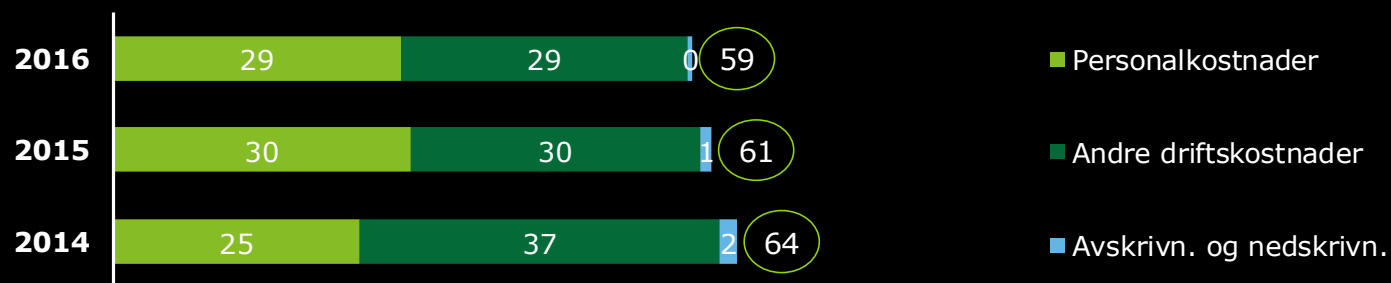
2012 2013 2014 2015 2016

■ TV seere fri-tv - Ligasnitt

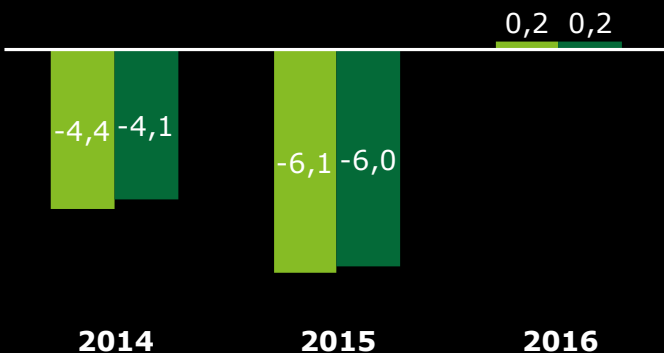
Inntekter (NOKm)



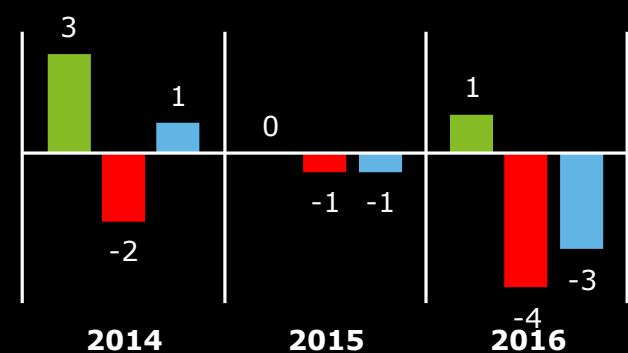
Kostnader (NOKm)



Resultatutvikling (NOKm)



Spillerlogistikk (NOKm)



■ Driftsresultat før gevinst (tap) spillersalg
■ Driftsresultat

■ Spillersalg
■ Spillerkjøp
■ Netto spillersalg

Tromsø IL – Berging i siste liten

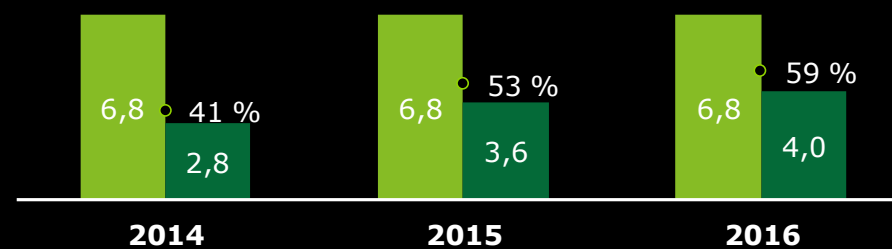
Tromsø berget plassen i siste hjemmekamp med seier over Odd, og endte dermed på 13.plass (34 poeng). NM ble heller ingen stor opptur, hvor klubben ble utslått etter straffesparkkonkurranse i kvartfinalen mot Rosenborg.

Som et tiltak til å forbedre publikumssnittet på Alfheim stadion, så har Tromsø gjennom 2016 fokusert på nye publikumssegmenter (barn og studenter). Dette ser ut til å ha hatt en positiv effekt, hvor arenutnyttelsen er forbedret fra 53% i 2015 til 59% i 2016.

Totale driftsinntekter i 2016 utgjorde MNOK 59 (55), noe som rangerer Tromsø på 12. plass i Eliteserien. Reklame- og partnerinntekter utgjorde MNOK 20 (22), hvor fallet kommer av en årlig reduksjon i den treårige samarbeidsavtalen med hovedpartner Sparebank 1 Nord-Norge. Svingningene i media- og ligasponsorinntekter forklares i hovedsak av at Tromsø ble etterbetalt MNOK 9 i 2014 for sin Europa League- deltakelse i 2013.

Administrasjonskostnadene er blitt redusert fra MNOK 22 i 2014 til MNOK 9 i 2016. Ledelsen forklarer dette med at staben er redusert til et minimum gjennom et strengt kostnadsfokus de siste årene.

Arenautnyttelse (tusen)



■ Arenakapasitet
■ Snitt per seriekamp
○ Arenautnyttelse (%)



#Demørkeblå #MeBryrOss

Viking
Fotball



Stiftet	1899
Hovedsponsor (2016)	Lyse
Draktsponsor (2016)	DIADORA
Arenakapasitet, Viking stadion	16.300
Seriemesterskap	8
Høyeste/snitt poengsum (fra 2009)	53/43
Høyeste/snitt plassering (fra 2009)	5/8
Snitt tilskuertall (siste tre år)	9.700

Inntekter 2014 - 2016



FOS sone 2014 - 2016



2016



Tilskuere
#4



TV-tid
#6

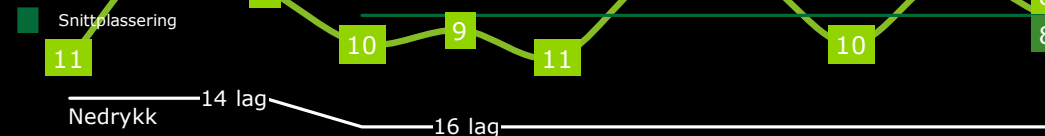


TV-seere
#7

= Rangering
ift andre
Eliteserielag

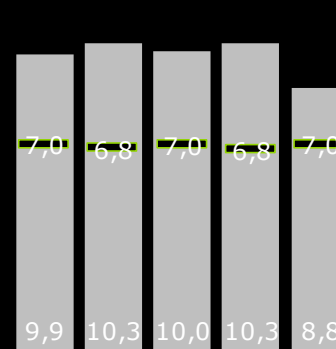
2006 2007 2008 2009 2010 2011 2012 2013 2014 2015 2016

Tabellposisjon



Tilskuersnitt (tusen)

#	4	3	3	3	4
---	---	---	---	---	---

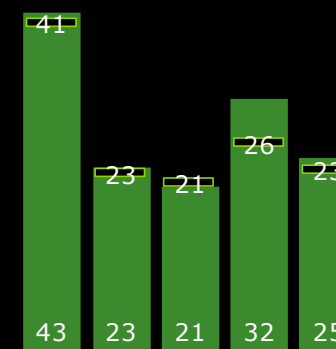


2012 2013 2014 2015 2016

■ Tilskuersnitt - Ligasnitt

Tid på fri-TV (timer)

#	6	6	6	5	6
---	---	---	---	---	---

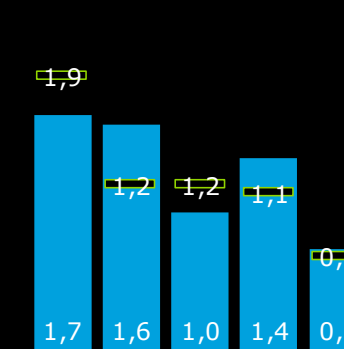


2012 2013 2014 2015 2016

■ Fri-tv tid - Ligasnitt

TV-seere fri-TV (million)

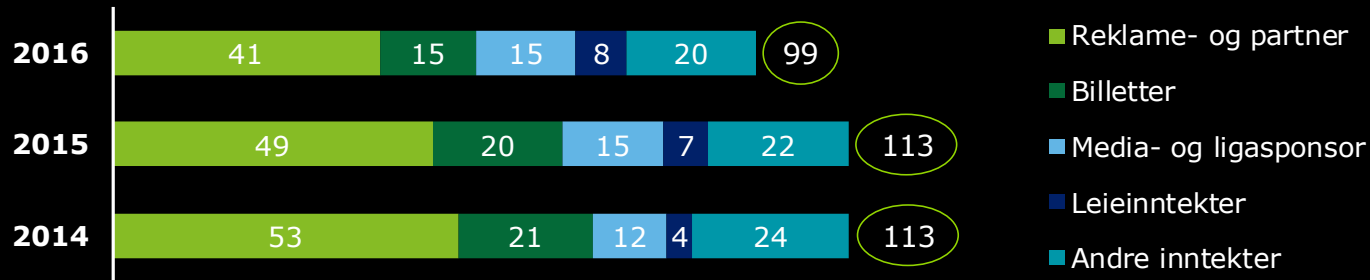
#	8	3	7	4	7
---	---	---	---	---	---



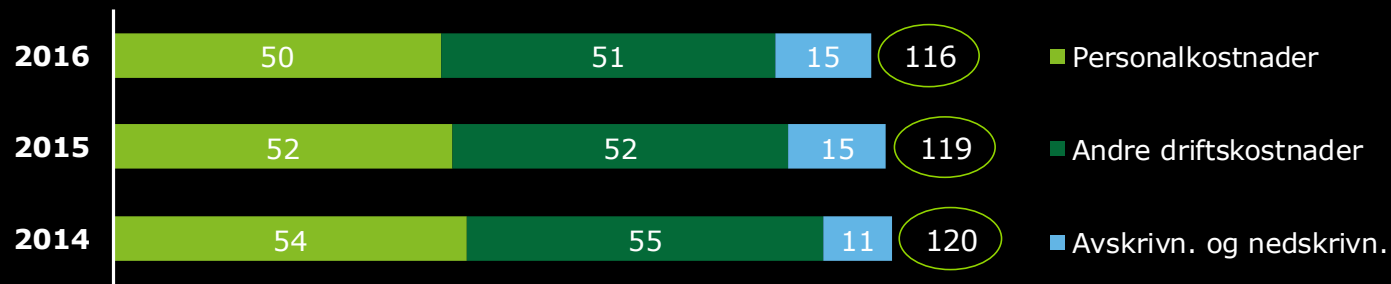
2012 2013 2014 2015 2016

■ TV seere fri-tv - Ligasnitt

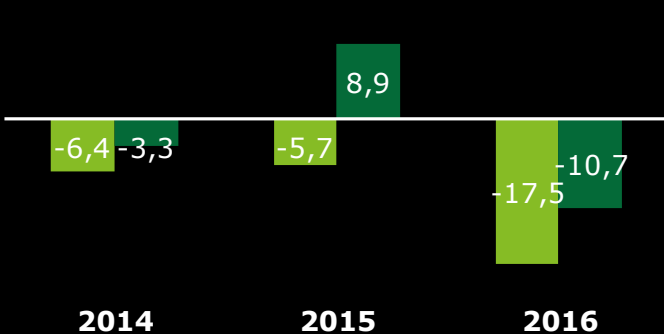
Inntekter (NOKm)



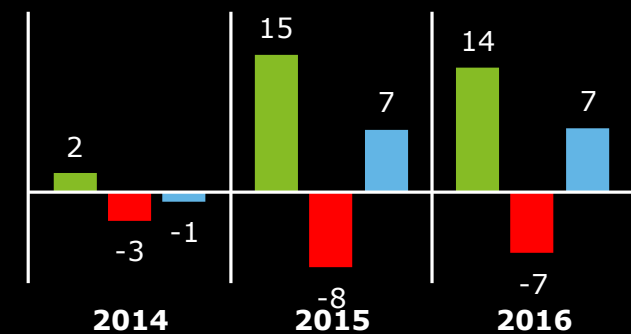
Kostnader (NOKm)



Resultatutvikling (NOKm)



Spillerlogistikk (NOKm)



■ Driftsresultat før gevinst (tap) spillersalg
■ Driftsresultat

■ Spillersalg
■ Spillerkjøp
■ Netto spillersalg

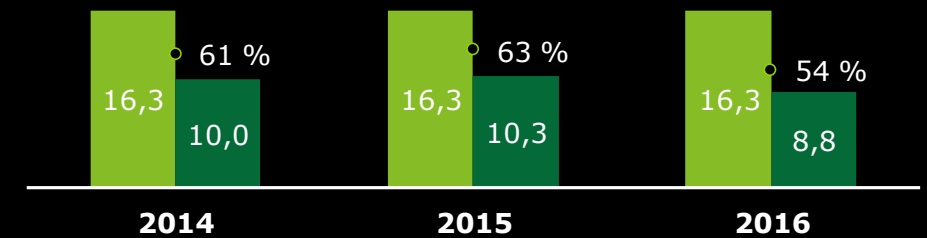
Viking FK – Sesong preget av lavkonjunktur i olje- og gass

Viking leverte varierende sportslige prestasjoner gjennom 2016-sesongen. Oppstillingen ved årsslutt ga 8. plass, og klubben var kun tre poeng unna 4. plassen. Dette til tross for et turbulent år med mange endringer innen sport og administrasjon, samt uro blant aksjonærer og styret. Ved sesongslutt opplyste klubben at de hadde blitt enige med hovedtrener Kjell Jonevret om å avslutte ansettelsesforholdet, to år før kontraktslutt.

De totale driftsinntektene utgjorde MNOK 99 i 2016, noe som rangerer Viking på 4. plass i Eliteserien. Reduksjonen fra fjoråret forklares av en nedgang i reklame- og sponsorinntektene fra MNOK 49 til MNOK 41. Nedturen innen olje- og gassektoren har medført at klubben har opplevd reforhandlinger av kontrakter til lavere prisnivåer. Videre ble kampbillettinntektene i 2016 redusert med MNOK 5 fra fjoråret, hvor både lavere arenautnyttelse (reduisert fra 63% til 54%), reduksjon i inntekt per tilskuer på NOK 16, og bortfall av hjemmekamper i NM, er forklaringsfaktorer.

Viking har tatt grep på kostnadssiden de foregående årene, hvor blant annet spillerlønningene er redusert med 37% over perioden 2014 – 2016. De største kuttene inntreffer likevel fra inneværende sesong, hvor personalkostnadene er forventet å reduseres med MNOK 9 fra nivået i 2016.

Arenautnyttelse (tusen)



■ Arenakapasitet
■ Snitt per seriekamp
○ Arenautnyttelse (%)



#OslosStolthet #Enga #Bohemene

Vålerenga Fotball



Stiftet	1913
Hovedsponsor (2016)	
Draktsponsor (2016)	
Arenakapasitet, Ullevål stadion	27.200
Seriemesterskap	5
Høyeste/snitt poengsum (fra 2009)	61/44
Høyeste/snitt plassering (fra 2009)	2/7
Snitt tilskuertall (siste tre år)	10.012

Inntekter 2014 - 2016



FOS sone 2014 - 2016



2016



Tilskuere
#3



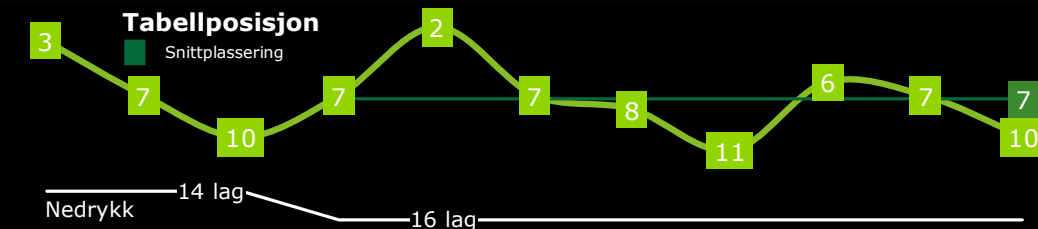
TV-tid
#2



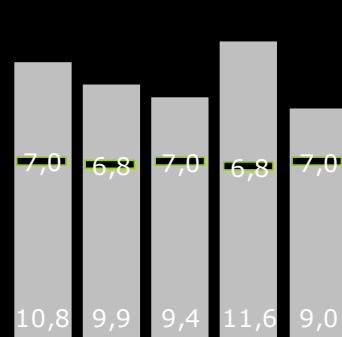
TV-seere
#1

= Rangering ift andre Eliteserielag

2006 2007 2008 2009 2010 2011 2012 2013 2014 2015 2016

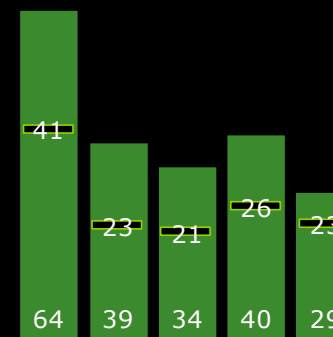


Tilskuersnitt (tusen)



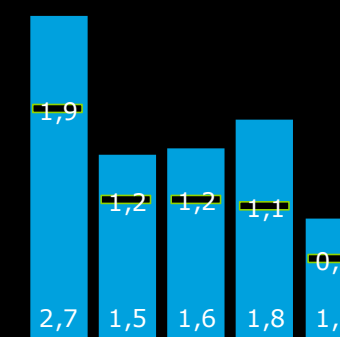
2012 2013 2014 2015 2016

Tid på fri-TV (timer)



2012 2013 2014 2015 2016

TV-seere fri-TV (million)



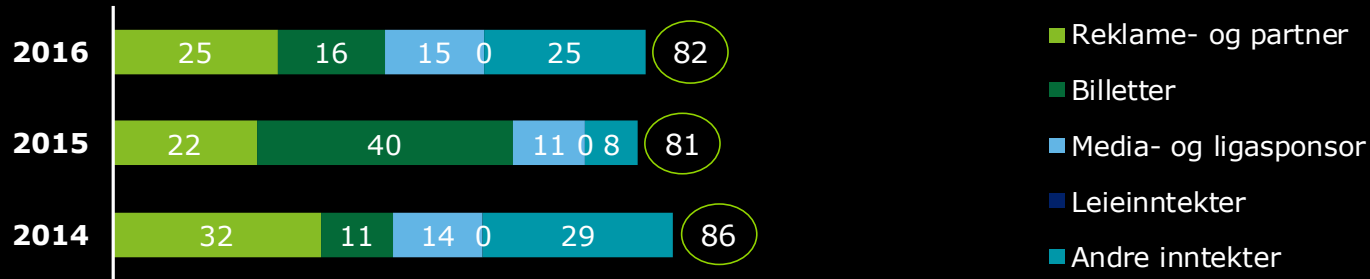
2012 2013 2014 2015 2016

■ Tilskuersnitt - Ligasnitt

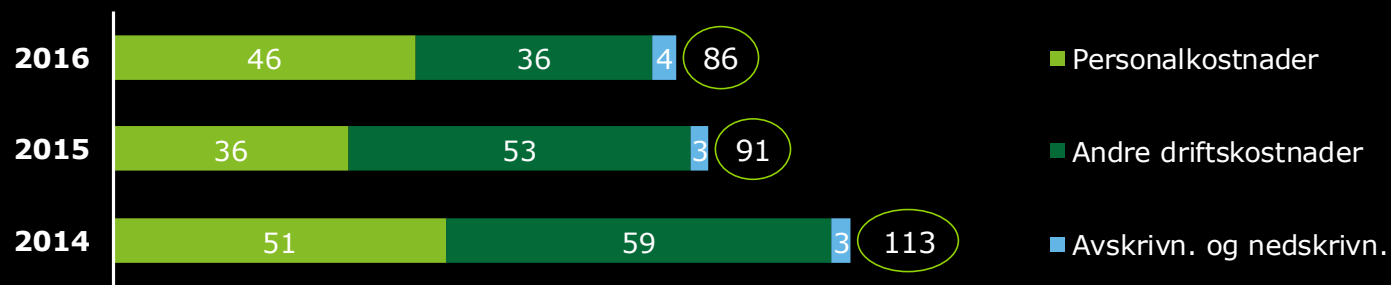
■ Fri-tv tid - Ligasnitt

■ TV seere fri-tv - Ligasnitt

Inntekter (NOKm)



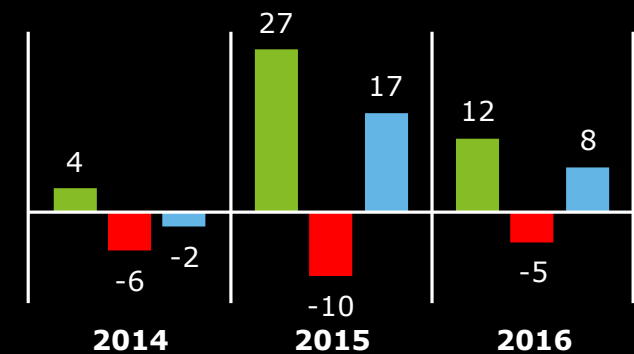
Kostnader (NOKm)



Resultatutvikling (NOKm)



Spillerlogistikk (NOKm)



■ Driftsresultat før gevinst (tap) spillersalg
■ Driftsresultat

■ Spillersalg
■ Spillerkjøp
■ Netto spillersalg

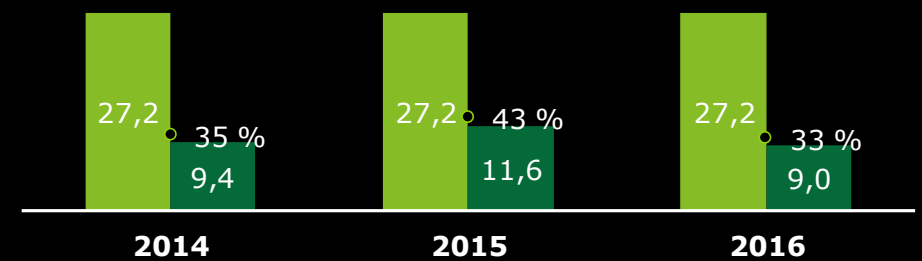
Vålerenga Fotball – Dalende svale klar for å vende kurs?

Til tross for stadig lavere plasseringer på tabellen i perioden 2014 – 2016 (6-7-10), har Vålerenga klart å styrke den økonomiske driften av klubben gjennom nedbemanning og kostnadskutt. Sportslig snuoperasjon skal sikres i 2017 med suksessstrener Ronny Deila bak spakene, og ny hjemmearena på Valle Hovin ferdig i løpet av sesongen.

Økningen i billettinntekter på MNOK 29 i 2015 skyldes i all hovedsak inntekter på MNOK 23 fra kampen mot Real Madrid i august. Kampen ga et driftsresultatbidrag på MNOK 3,6. Lavere reklame- og partnerinntekter fra 2014-2016 reflekterer en generell nedgang i markedet. En svekket økonomisk stilling i begynnelsen av perioden har presset klubben til å redusere kostnadsnivået, ned fra MNOK 113 i 2014 til MNOK 86 i 2016. Merk at MNOK 20 av denne reduksjonen skyldes separering av elite- og breddeklubb i 2014. Bedret resultat i 2015 og 2016 har ført til noe oppbemanning igjen inn i 2017.

Vålerenga var i 2016 blant klubbene med lavest arenaudnyttelse. Tallet er imidlertid noe misvisende ettersom Vålerenga har spilt hjemmekampene sine på Ullevål stadion, hvor kapasiteten er på over 27.000 tilskuere. Ny stadion på Valle Hovin fra høsten 2017 er forventet å doble leiekostnadene, men gir til gjengjeld full disposisjon av reklameflater, kioskinntekter og andre inntekter som forventes å gi netto positivt resultatbidrag.

Arenaudnyttelse (tusen)



■ Arenakapasitet
■ Snitt per seriekamp
○ Arenaudnyttelse (%)



Tilskuere

Gjennomsnittlig antall tilskuere på klubbens hjemmekamper det aktuelle året. Dette er tilskuertallene hver enkelt klubb rapporterer inn til NFF ved hjelp av lisensrapporter, altså solgte billetter. Tall for 2014 – 2016 er basert på Eliteseriekлубbenes lisensrapporter, mens tall 2012 – 2013 er hentet direkte fra Sponsortools.



TV-tid

Total TV-tid klubben har oppnådd gjennom hele det aktuelle året på fri-TV. Med fri-TV menes alle programbelagte sports- og nyhetssendinger i løpet av et år. Dette datagrunnlaget gjennomgås manuelt av Sponsor Insight, som registrer alle innslag klubben har vært synlig i. Begrepet TV-tid dekker alt fra 1. sekund synlighet i en reportasje om et annet lag, til helsendte kamper.



TV-seere

Antall TV-seere klubben totalt sett har hatt i løpet av året, i kampene de har fått vist på fri-TV. Variasjoner i tallene kommer som en følge av antall kamper som er vist av klubben, samt interessen for å se på kampene på TV. Tallene er de offisielle TV-tallene fra Kantar TNS (tidligere TNS Gallup).

Om rapporten

- 1 Forord
 - 2 Sammendrag
 - 3 Inntekter
 - 4 Kostnader
 - 5 Driftsresultat
 - 6 Balanse
 - 7 Finansiell oppfølging
 - 8 Samfunnsprosjekter
 - 9 Klubbene
 - ▶ 10 Om rapporten
 - 11 Vedlegg
-



Om rapporten

Eliteseriebarometeret viser Eliteseriekлубbenes finansielle utvikling i perioden 2014 – 2016, med hovedvekt på endringer fra 2015 til 2016. Mer konkret vil rapporten ta sikte på å analysere klubbenes driftsinntekter og kostnader.

Rapporten er utarbeidet i samarbeid med Norsk Toppfotball og klubbene, og alle klubbene har fått anledning til å lese gjennom og senere godkjenne sine respektive klubbsider. Tekstene i klubbdelen er basert på telefonintervjuer gjennomført med hver enkelt klubb.

Analysene i rapporten er i hovedsak basert på klubbenes lisensrapportering for årene 2014, 2015 og 2016. Disse inkluderer konsoliderte tall for klubb, samarbeidende selskap, samt eventuelle datterselskap hvor klubben har en eierandel som er større enn 50%. Vi tar forbehold om at inntekts- og kostnadskomponentene som er presentert her er konsistent rapportert for alle klubbene som inngår i analysene.

Vi har flere steder i rapporten presentert tall også for perioden 2009 – 2013. Disse datapunktene er inkludert kun for illustrative formål, og har ikke vært gjennomgått av Deloitte i like stor grad som tallene for perioden 2014 – 2016.

Vi har valgt å ikke vise klubbenes resultatbidrag under *driftsresultat*. Dette innebærer eksempelvis at klubber som har leieinntekter fra eiendomsporteføljer finansiert med ekstern finansiering, ikke vil være direkte sammenliknbare med øvrige klubber.

Videre vil de presenterte tallene bære preg av hvordan den enkelte klubb har innordnet seg juridisk. For eksempel vil klubber som har inkludert ungdomsavdelingen i rapporteringen isolert sett ha høyere kostnader, uten at det nødvendigvis vil eksistere tilhørende inntekter.

I denne rapporten har vi valgt å ikke å justere hverken inntekter eller kostnader for engangseffekter (ikke-gjentakende inntekter og kostnader), slik som f.eks. kostnader forbundet med rettsaker, gevinst fra avhendelse av varige driftsmidler utover spillerkontrakter etc.

Vi har forsøkt å kommentere på de tre sistnevnte effektene kvalitativt gjennom rapporten.

Takk til Henrik Struksnes, Øystein Wikan og andre for alle bidrag til utarbeidelse av Eliteseriebarometeret 2017.

Vedlegg

- 1 Forord
- 2 Sammendrag
- 3 Inntekter
- 4 Kostnader
- 5 Driftsresultat
- 6 Balanse
- 7 Finansiell oppfølging
- 8 Samfunnsprosjekter
- 9 Klubbene
- 10 Om rapporten
- ▶ 11 Vedlegg



Vedlegg 1 – Ord og begreper benyttet i rapporten

Eliteseriebarometeret analyserer klubbenes driftsinntekter- og kostnader med utgangspunkt i nedbrytningen illustrert i følgende eksempeltabell:

Resultatoppstilling – Eksempel

MNOK	2016
Inntekter:	
Reklame- partnerinntekter	10
Media- og ligasponsorinntekter	10
Billettinntekter	10
Andre inntekter	10
Sum inntekter	40
Driftskostnader:	
Personalkostnader, sport*	(5)
Personalkostnader, administrasjon*	(5)
Avskrivninger	(5)
Andre driftskostnader	(5)
Sum driftskostnader	(20)
Driftsresultat ekskl. gevinst fra spillersalg	20
Netto gevinst/tap fra spillersalg	10
Driftsresultat	30

- Driftsresultat reflekterer driftsinntekter og driftskostnader justert for netto gevinst fra spillersalg
- Netto gevinst fra spillersalg er, noe forenklet, differansen mellom salgsverdi og bokført verdi av den aktuelle spilleren på salgstidspunktet
- Kostnader forbundet med kjøp av spillere er ikke reflektert i klubbens driftsresultat, utover avskrivninger av spillerkontrakter inkludert i avskrivninger
- For mer detaljer rundt sammenhengen mellom netto gevinst fra spillersalg og netto spillersalg, se neste side

I noen enkelttilfeller har klubbene bokført gevinst/tap fra salg av driftsmidler, utover salg av spillerrettigheter. Disse beløpene er presentert som en del av netto gevinst/tap fra spillersalg og poengtert i en fotnote i de tilfellene dette gjelder.

Andre ord og uttrykk benyttet i rapporten

Likviditetsgrad 1

Forholdet mellom et selskaps omløpsmidler og kortsiktig gjeld

Market pool-midler

Tildelinger fra UEFA basert på hvert lands proporsjonale andel av det totale medierettighetsmarkedet

Netto spillersalg

Salgssum spillersalg fratrukket kjøpspris spillerkjøp

NFF

Norges Fotballforbund

NTF

Norsk Toppotball

Soliditet

Egenkapital som andel av total balansesum

UEFA-koeffisient

Utregningsmetode benyttet av UEFA for rangering av europeiske klubber og landslag. Koeffisienten blir beregnet på grunnlag av prestasjoner de siste fem år, hvor vunnet kamper gir to poeng, uavgjort et poeng, og i tillegg gis det bonuspoeng for å nå gruppespill, kvartfinale, semifinale og finale

Note*: Det er kun i fellesdelen av rapporten at det blir skilt mellom personalkostnader for admin og sport.

Vedlegg 2 – Gevinst fra spillersalg

Gevinst fra spillersalg i klubbens driftsresultat er ikke sammenfallende med netto spillersalg.

Tabellene til høyre illustrerer sammenhengen mellom *Gevinst/tap fra salg av spillere*, som inngår i klubbens resultatregnskap, og *netto spillersalg*, som i praksis vil tilsvare mottatt sum fra spillersalg fratrukket betalt sum fra spillerkjøp.

Eksempelen inkluderer ikke kostnader til agenter og andre tredjeparter, og det tas ikke høyde for betingede overgangssummer.

Komponenten fra klubbens spillerlogistikk som inngår i resultatregnskapet er gevinst/tap fra salg av spillere. Som vist i den øverste tabellen er dette definert som differansen mellom salgsverdi og bokført verdi av den aktuelle spilleren. Dette betyr at transaksjoner forbundet med kjøp av spillere ikke vil påvirke driftsresultat, utover avskrivninger av spillerkontrakter i etterfølgende perioder.

A: Mottatt salgssum fra spillersalg er noe forenklet hva klubben faktisk mottar for spilleren ved salg til en annen klubb, i dette eksempelet MNOK 30.

B: Bokført verdi av en spiller tilsvarer kostpris for spilleren fratrukket avskrivninger, og i vårt eksempel er denne sak lik MNOK 20. Spillerkontrakter vil normalt avskrives lineært over kontraktens levetid, slik at en spiller som ble kjøpt for MNOK 20 på en femårskontrakt etter ett år vil ha en bokført verdi lik MNOK 16 ($20 - 20/5 = 16$). Det er verdt å merke seg det er kun spillere det er betalt en overgangssum for som vil ha en tilhørende bokført verdi, mens f.eks. egenutviklede spillere vil ha en bokført verdi lik null.

C: Gevinst fra spillersalg er antatt å være MNOK 10. I vårt eksempel reflekterer dette salg av en spiller med bokført verdi lik 20, som ble solgt for et vederlag lik 30. Alternativt kunne det f.eks. reflektert salg av en egenutviklet spiller til salgspris lik 10.

D: Kostpris for kjøpte spillere, i dette eksempelet satt lik MNOK 15, vil ikke reflekteres i klubbens driftsresultat utover avskrivninger. Kostprisen for spilleren aktiveres i klubbens balanse som en eiendel og avskrives over spillerens kontraktperiode.

Resultateffekt fra spillersalg

MNOK		
Mottatt salgssum fra spillersalg	A	30
- Bokført verdi av solgte spillere	B	(20)
= Gevinst/tap fra spillersalg	C	10

Illustrativt regnskap

MNOK		
Driftsinntekter		100
- Driftskostnader		(90)
= Driftsres (eksl. gevinst/tap fra spillersalg)		10
+/- Gevinst/tap fra spillersalg	C	10
= Driftsres (eksl. gevinst/tap fra spillersalg)		20

Kontantstrømeffekt fra spillerlogistikk

MNOK		
Mottatt salgssum fra spillersalg	A	30
- Betalt kjøpesum for spillerkjøp	D	(15)
= Netto spillersalg		15

Vedlegg 3 – Allokering av mediemidler i Eliteserien

Midlene fra den nye medieavtalen, verdt MNOK 2.400 over perioden 2017 – 2022, blir først fordelt mellom NTF (74,4%) og NFF (25,6%). NTFs andel av mediepengene, samt ligasponsorater, blir så allokert ut til klubbene i Eliteserien og OBOS-ligaen basert på følgende fordelingsmodell:

1) Utviklingsmidler (MNOK 58.2)

- Utviklingsmidler til klubb (MNOK 35/60%): Midler fordeles uavhengig av liga til klubbene i Eliteserien og OBOS-ligaen ut ifra antall stjerner klubben oppnår i *Akademiklassifiseringen*
- Prestasjonsbistand E-cup (MNOK 6/10%): Støtte på MNOK 2 per klubb for kvalifisering i europacup inneværende år. Støtten tilbakebetales ved kvalifikasjon
- Felles utviklingstiltak (MNOK 17/29%): Allokert til felles utviklingstiltak og nasjonale serier i regi av Norsk Toppfotball

2) Midler basert på kommersielle kriterier (12%*)

- Den *kommersielle* potten allokert til klubbene i Eliteserien basert på kriteriene (i) omdømme, (ii) tilskuere og (iii) engasjement, hvor alle kriteriene vektet likt. Beregningen baserer seg på et snitt over siste tre år

3) Midler allokert basert på sportslige resultater (88%*)

- Potten for resultatavhengige midler fordeles først mellom Eliteserien (81%) og OBOS-ligaen (19%)
- Disse midlene blir gitt til klubbene basert på tabellplassering ved slutten av sesongen. Tabellen til høyre illustrerer estimert fordeling for 2017. Tall i MNOK
- 50% allokert flatt uavhengig av plassering (MNOK 5.5 per klubb)
- 50% allokert på bakgrunn av oppnådd tabellposisjon

Fordeling av resultatbaserte midler**

Plassering	Garantert (MNOK)	Res.avhengig (MNOK)	Totalt (MNOK)
1	5	18	23
2	5	14	19
3	5	11	15
4	5	6	11
5	5	5	10
6	5	4	10
7	5	4	10
8	5	4	9
9	5	4	9
10	5	4	9
11	5	3	9
12	5	3	9
13	5	3	9
14	5	3	8
15	5	2	7
16	5	2	7
Sum	88	88	175

Vedlegg 4 – Allokering av mediemidler i Europa League

Allokering av mediemidler i Europa League

Totale midler til utdeling til klubbene som deltar i Europa League er for 16/17-sesongen estimert til ca. MNOK 360 (EURm 400). Av disse midlene blir 60% allokert basert på oppnådde sportslige resultater, mens resterende 40% allokeres i henhold til hvert lands proporsjonale andel av det totale medierettighetsmarkedet (market pool-midler).

Fordelingen av mediemidlene i Europa League for 2015/2016-sesongen kan leses her:

http://www.uefa.com/MultimediaFiles/Download/competitions/General/02/41/82/56/2418256_DOWNLOAD.pdf

Market pool-midler

I tillegg til midlene fra de sportslige resultatene blir det også utdelt såkalte market pool-midler. Dette er tildelinger basert på hvert lands proporsjonale andel av det totale medierettighetsmarkedet.

Den første halvparten av Market Pool-potten fordeles i antall deler tilvarende som det er deltakende land i gruppespillet, hvor hver del er proporsjonal til det respektives landets bidrag til medierettighetsmarkedet. Disse midlene fordeles så internt mellom lagene som deltar fra hvert land basert på oppnådde resultater i fjorårets serie og cup i hjemlandet.

Den andre halvparten fordeles til hver av rundene i turneringen, hvor hver rundes tilskudd igjen deles inn antall deler tilsvarende som det er deltakende land i gruppespillet. Også her er hver del proporsjonal til det respektives landets bidrag til medierettighetsmarkedet. Tilskuddene til hver nasjon splittes så likt mellom klubbene som deltar i de ulike rundene.

Vedlegg 5 – Allokering av mediemidler i Champions League

Allokering av mediemidler i Europa League

De totale midlene for tilskudd ved Champions League-deltakelse i 16/17-sesongen er estimert til ca. MNOK 11 420 (EURm 1 269). Av disse midlene blir 60% allokert basert på oppnådde sportslige resultater, mens resterende 40% allokeres i henhold til hvert lands proporsjonale andel av det totale medierettighetsmarkedet (market pool-midler).

Lag som deltar i kvalifiseringsrundene til Champions League, men taper sine kamper i 1., 2. eller 3. runde mottar henholdsvis EURt 220, EURt 320 eller EURt 420 i såkalte solidaritetsmidler – ut i fra hvilken runde laget slås ut i.

Fordelingen av mediemidlene i Champions League for 2015/2016-sesongen kan sees her:

http://www.uefa.com/MultimediaFiles/Download/competitions/General/02/41/82/55/2418255_DOWNLOAD.pdf

Market pool-midler

I tillegg til midlene fra de sportslige resultatene blir det også utdelt såkalte market pool-midler. Dette er tildelinger basert på hvert lands proporsjonale andel av det totale medierettighetsmarkedet. Dette er ikke helt gitt hva en norsk klubb vil motta i market pool-midler for deltakelse i Champions League, men Malmø mottok EURm 4.9 for deres deltakelse i sesongen 15/16.

Halvparten av market pool-potten fordeles i et antall deler tilsvarende antall deltakende land i gruppespillet. Hver av disse delene er proporsjonal til det respektive landets bidrag til medierettighetsmarkedet. Disse midlene fordeles deretter internt mellom lagene som deltar fra hvert land basert på oppnådde resultater i fjorårets serie.

Den andre halvparten fordeles først likt som beskrevet over, men blir allokert til de ulike lagene fra hvert land basert på antall spilte kamper i turneringen (fra gruppespillet og ut).



Deloitte AS and Deloitte Advokatfirma AS are the Norwegian affiliates of Deloitte NWE LLP, a member firm of Deloitte Touche Tohmatsu Limited ("DTTL"), its network of member firms, and their related entities. DTTL and each of its member firms are legally separate and independent entities. DTTL (also referred to as "Deloitte Global") does not provide services to clients. Please see www.deloitte.no for a more detailed description of DTTL and its member firms.

Deloitte Norway conducts business through two legally separate and independent limited liability companies; Deloitte AS, providing audit, consulting, financial advisory and risk management services, and Deloitte Advokatfirma AS, providing tax and legal services.

Deloitte provides audit, consulting, financial advisory, risk management, tax and related services to public and private clients spanning multiple industries. Deloitte serves four out of five Fortune Global 500® companies through a globally connected network of member firms in more than 150 countries bringing world-class capabilities, insights, and high-quality service to address clients' most complex business challenges. To learn more about how Deloitte's approximately 245,000 professionals make an impact that matters, please connect with us on Facebook, LinkedIn, or Twitter.

This publication has been written in general terms and therefore cannot be relied on to cover specific situations; application of the principles set out will depend upon the particular circumstances involved and we recommend that you obtain professional advice before acting or refraining from acting on any of the contents of this publication. Deloitte AS would be pleased to advise readers on how to apply the principles set out in this publication to their specific circumstances. Deloitte AS accepts no duty of care or liability for any loss occasioned to any person acting or refraining from action as a result of any material in this publication.