

Konkurrens om tid i rörelse

Har idrottsföreningarna tappat bollen till de privata aktörerna?

Av: Walter Forsberg Meinhart & Sofia Matteoni

Handledare: Karin Winroth

Södertörns Högskola | Institutionen för Samhällsvetenskap

Kandidatuppsats 15 hp

Företagsekonomi C | VT2021

Sport Managementprogrammet



SÖDERTÖRNS HÖGSKOLA | STOCKHOLM
sh.se

Förord

Denna uppsats skrevs under vårterminen år 2021. Vid denna tidpunkt hade ingen studie gjorts på det valda området om konkurrens från privata aktörer på den svenska idrottsmarknaden, med utgångspunkt i ideella föreningar. Det har varit en intressant och givande process och vi hoppas att vårt bidrag till området ska vara användbart för andra intressenter.

Vi vill rikta ett stort tack till alla de respondenter inom Stockholmsområdet som har ställt upp och deltagit i denna studie med insiktsfulla och betydande resonemang. Det engagemang och den öppenhet som respondenterna bjudit oss på har haft stor betydelse för studiens genomförande. Vi vill även tacka vår handledare Karin Winroth för vägledning och insiktsfull feedback under arbetets gång.

Sammanfattning

Svensk idrottsrörelse är en marknad i förändring, idrottande utanför idrottsföreningar har ökat under de senaste åren och privata aktörer har tagit stora steg framåt. Runt om i världen sprids en ekonomisk nyliberalism där privata aktörer blivit vanligare genom avregleringar och fått tillgång till marknaders principer för att tillgodose behov på bästa sätt.

Syftet med denna studie är att undersöka hur ideella idrottsföreningar upplever konkurrensen från privata aktörer på idrottsmarknaden. Vidare syftar denna studie till att undersöka hur ideella idrottsföreningar hanterar denna konkurrens samt hur ideella idrottsföreningar kan komma att påverkas av den konkurrens som idag finns från privata aktörer på idrottsmarknaden. Studien har en kvalitativ ansats och empiri har samlats in genom åtta semistrukturerade intervjuer som genomförts genom digitala möten eller över telefon med anledning av rådande Covid-19 pandemi och dess begränsningar i fysiska möten. Respondenterna representerade varsin idrottsförening i Stockholmsområdet inom fyra olika idrotter: fotboll, ishockey, simning och friidrott.

Empirin har analyserats utifrån den teoretiska referensramen bestående av konkurrens, nyinstitutionell teori, organisationsformer och sektorböjning. Samtliga föreningar i studien upplever konkurrens från privata aktörer på något sätt. Det är tydligt att de som upplever den största konkurrensen är lagidrotterna ishockey och fotboll, vilka också kommit längst i sin hantering av den uppstådda konkurrensen. De upplever i dagsläget den största konkurrensen från privata aktörer inom lov- och campverksamheter. Inom friidrott och simning upplevs en annan typ av konkurrens primärt gällande anläggningar och med kommunen som konkurrent. En effekt som de privata aktörerna medför är att föreningarna förlorar deltagare i sin camp- och lägerverksamhet och att pengar går från idrottens föreningsliv till de privata aktörerna. För att hantera detta arbetar föreningarna med att utveckla kvaliteten i hela sin verksamhet för att bli mer konkurrenskraftiga. Den större delen av den löpande verksamheten påverkas i dagsläget dock inte av de privata aktörerna, men detta kan komma att förändras.

Nyckelord: Konkurrens, idrottsförening, privatisering, privata aktörer, riksidrottsförbundet, nyinstitutionell teori, sektorböjning.

Abstract

Title: Competition for the time in motion. Have the sports clubs lost the game to the private players?

The Swedish sports movement is a market in transition, people engaging in sports outside of the typical sports clubs have raised in popularity over the last years and private players have taken big steps forward. Economic new liberalism, where private players are more common have gained access to previous regulated markets due to deregulation.

The purpose of this study is to examine non-profit sports clubs' experience of competition from private players in the sports market. Furthermore, this study aims to examine how non-profit sports clubs are affected by the competition and how their organization handles it. This study has a qualitative approach and data has been collected through eight semi-structured interviews. The interviews were conducted through digital meetings or via telephone, due to the prevailing Covid-19 pandemic and the limitations it caused in physical meetings. Every respondent represented a sports club in the Stockholm area in different sports: soccer, ice hockey, swimming, and athletics.

The collected data were analyzed with takeoff from previous research regarding competition, new institutional theory, organization forms, and sector-bending. All clubs in the study are exposed to competition with private players. The sports experiencing the most competition are the soccer and ice hockey clubs who are once facing this issue much more compared to the athletics and swimming clubs. The competition that ice hockey and soccer face is primarily through holiday camps. In the athletics and swimming clubs, the competition is primarily regarding facilities and the fact that the municipality is an actor in the market as well. The effects caused by the private players' existence is that the clubs lose participants in their camps and that money outflows from the sports clubs to the private sector. To manage this the clubs work with quality development to become more competitive. The clubs' day-to-day operations are not affected by the private players in this current situation, but that might change.

Keywords: Competition, sports clubs, privatization, private players, Swedish sport confederation, new institutional theory, sector-bending.

Innehållsförteckning

1. Inledning	1
1.2 Bakgrund	1
1.3 Problemdiskussion	4
1.4 Problemformulering	7
1.5 Frågeställning	7
1.6 Syfte	7
1.7 Avgränsning	7
2. Teoretisk referensram	8
2.1 Konkurrens	8
2.2 Nyinstitutionell teori	9
2.3 Organisationsformer	10
2.3.1 Ideella föreningar	10
2.3.2 Privata aktörer	11
2.3.3 Idrotts AB	12
2.4 Sektorböjning	13
3. Metod	15
3.1 Metodval	15
3.2 Urval	16
3.2.1 Presentation av studiens respondenter	17
3.3 Genomförande	17
3.3.1 Dataanalys	18
3.4 Trovärdighet	18
4. Empiri och analys	21
4.1 Privatisering inom idrotten	22
4.2 Idrottens värderingar	25
4.3 Konkurrensbilden på marknaden	27
4.3.1 Idrottsföreningars upplevelse på marknaden	27
4.3.2 Hanteringen i föreningen	29
4.3.3 Påverkan på idrottsföreningarna	32
	5

<i>4.4 Sammanfattande analys</i>	34
5. Slutsatser	36
Referenslista	38
<i>Tryckta källor</i>	38
<i>Digitala källor</i>	38
Bilaga 1. Intervjuguide	43
Bilaga 2. Intervju - Uppsats om idrottsföreningars upplevda konkurrens av privata aktörer	45
 Tabell- och figurförteckning:	
Figur 1, Organisationsformer inom idrotten	10
Figur 2, Illustration av ett IdrottsAB i en förening	12
Tabell 1, Studiens respondenter	17

1. Inledning

I detta avsnitt ges en kortfattad historisk bild av idrottens framväxt i Sverige samt hur den förändrats och dess ställning idag. Vidare presenteras studiens problemformulering, avgränsning, frågeställning och syfte.

Idrottande utanför idrottsföreningar har ökat avsevärt de senaste åren. Privata aktörer inom idrotten har tagit ett stort steg framåt och finns nu etablerade över hela landet med omsättningar på över 100 miljoner kronor (Redelius & Larsson, 2020). De privata aktörerna ser en marknad där de kan tjäna pengar på idrott och träning. De erbjuder till exempel idrott för barn redan i väldigt unga åldrar där det inte finns föreningsidrottande. När barnen sedan vid åtta års ålder börjar idrotta inom föreningsidrotten så erbjuder de dem extra träning med professionella tränare inriktat mot elitidrott. Konsekvenserna av detta kan bli att barn och unga känner att de måste använda sig av en privat aktör för att klara av den idrottsliga konkurrensen, att det inte räcker med att endast utöva föreningsidrott. Detta kan leda till att den traditionella svenska modellen, som bygger på ideell medverkan i föreningar, kan komma att behöva förändras (Redelius & Larsson, 2020).

Riksidrottsstyrelsen (2012) betonar att den förändring som sker i samhället, både i Sverige och internationellt, kommer att påverka idrottsrörelsen och att vissa av dessa förändringar kommer att testa de gemensamma gränserna inom idrottsrörelsen. Att privata aktörer har etablerat sig i idrotten är en av de förändringar som idrottsrörelsen kommer att behöva förhålla sig till.

1.2 Bakgrund

Flera länder har de senaste decennierna influerats av en ekonomisk nyliberalism enligt Fyrberg-Yngfalk och Hvenmark (2014). Den ekonomiska nyliberalismen har som grund att samhället och individer i samhället gynnas av en stark marknad. Detta då privata aktörer som har organiserat sig och gjort sig tillgängliga via marknadens principer beskrivs tillgodose behov på bästa sätt. Gamla marknader har expanderats och nya marknader har skapats genom till exempel avregleringar, frihandelsavtal och privatiseringar. Att avreglera marknader öppnar upp för fler aktörer, det skapar en större valfrihet, det gör marknader mer effektiva och gör att

konkurrenskraften internationellt ökar. Dessa förändringar har gjort att många länder har kommit att använda språk och praktik som kopplas till vinstsyftande företag och marknader, vilket kan ses som en övergång från en välfärdsstat till ett välfärdssamhälle. Fyrberg-Yngfalk och Hvenmark (2014) menar vidare att dessa två samhällsmodeller skiljer sig i frågan om vem och hur välfärd ska produceras. I en välfärdsstat finns det i princip endast en aktör vilket är den offentliga sektorn men däremot i ett välfärdssamhälle, med fokus på valfrihet, konkurrens och marknadslösningar, finns det utrymme för flera olika aktörer och verksamhetsformer som både ideella föreningar och företag.

Fyrberg-Yngfalk och Hvenmark (2014) betonar hur den nyliberalism som kommit att breda ut sig i samhället handlar om att öka den ekonomiska tillväxten genom bland annat ökad konsumtion och effektiva marknader. Grundtanken ligger vid tron på fria marknader och att individer ska kunna välja var och hur de vill konsumera. Staten och det offentliga ska medverka och finnas men ha andra uppgifter än tidigare, bland annat upprätthålla de normer som ser till att konkurrens underlättas och gör så att individer och olika aktörer kan vara effektiva på marknaden. Idrotten som aktör på en marknad har regler och system som är unika för just idrotten för att verksamheten ska gå att genomföra. Där finner vi värdeord som demokrati, glädje, delaktighet och gemenskap. Skulle dessa begrepp komma att ersättas med andra begrepp så som effektivisering, vinst eller kunder kommer det att bli svårt för idrotten att vara skild från andra organisationer. Vidare hävdar Zethrin (2015) att idrottsmarknaden under de senaste åren har utvecklats avsevärt. Elitidrott har under en tid utvecklats på marknadens villkor och nu sker det även inom bredd-, barn- och ungdomsidrotten. Idrotten har fått en ökad marknadspotential och aktörer agerar nu på idrottens ekonomiska marknad. Skapandet av en idrottslig marknad har gjort att idrotten har påverkats till att kunna utnyttjas för att bland annat tjäna pengar. Skapandet av en idrottsmarknad har även kommit att påverka idrottens organisering.

Fyrberg-Yngfalk och Hvenmark (2014) beskriver att den marknadsutveckling som skett i samhället även går att se i samhällets organisationer där ideella verksamheter startar ekonomiska samarbeten med företag som har ett vinstsyfte. De söker exempelvis finansiering genom kommersiella aktiviteter och de konkurrerar på en marknad eller att de börjar likna ett företag på andra sätt. Detta kan bero på att de vill eller att de känner sig tvungna att genomgå denna förändring. Vissa ser denna förändring, där ideella organisationer är mer anpassade för marknaden och mer lika ett företag, som en positiv utveckling och andra ser den som skadlig för organisationerna men också skadlig för samhället i stort (Fyrberg-Yngfalk & Hvenmark,

2014). Förändringen kan göra att de aspekter som förknippas med ideella organisationer, som till exempel kollektivism, inkludering, tillit, samarbeten, social rättvisa och demokrati, går förlorade för att ge plats åt egennytta, konkurrens, individualism, ekonomisk effektivitet, segregering och exkludering. Om de ideella föreningarna tvingas att agera och konkurrera på en marknad med privata företag på samma villkor försvinner den grund som de ideella föreningarna står på. Då kan man ställa sig frågan om vad som kommer att ske med det ideella engagemanget som finns hos många svenskar. Ideella föreningar förväntas erbjuda och åstadkomma saker som finns utanför den egna verksamheten, som att till exempel generera nytta till samhället. För att detta ska vara möjligt krävs antagandet om att ideella organisationer inte fungerar på samma sätt som organisationer som inte är ideella. Det behöver finnas olika organisationer för att uppnå olika typer av mål, vilket också gör att det förväntas olika saker av olika organisationer (Fyrberg-Yngfalk & Hvenmark, 2014).

Den verksamhetsidé som Riksidrottsförbundet har handlar om organiserad fysisk aktivitet som ska bidra till välmående genom träning och för de som vill ska det även finnas möjlighet för tävling. Att ha roligt, vara välmående och utvecklas är grunden i idrotten. Riksidrottsförbundet menar även att de har visionen att svensk idrott ska bli världens bästa, på alla nivåer. Barn och ungdomar idrottar av flera olika anledningar, det kan till exempel vara för att det är kul, för att de vill träna och bli bättre och eller för att de vill vara tävlingsidrottare. Även fast det finns olika syften med idrottande så ska idrottsverksamheterna kunna erbjuda alla dessa den kvalitet som gör att de väljer att utöva idrott inom idrottsrörelsen (Riksidrottsförbundet, 2019b).

Inom den svenska idrottsrörelsen finns det idag delar med stark trend av kommersialisering. Sedan mitten av 1960-talet har det skett förändringar inom idrotten vilket har gjort att idrotten blivit mer integrerad i samhället och år 1999 blev det i Sverige möjligt för (elit)idrottsverksamheter att bedrivas som aktiebolag. Idrottsföreningar som bedrivs som bolag har som syfte att sälja idrott för att gå med vinst. Detta gäller även privata företag som till exempel bedriver lägerverksamhet. Det handlar om att göra något till att bli en vinstdrivande verksamhet på en marknad, i detta fall är det idrotten vars fokus går från att i första hand anordnas för idrottens åskådare och utövaras skull till att anordnas för att tjäna pengar (Peterson, 2003).

1.3 Problemdiskussion

Idrottens utveckling och ökande popularitet har lett till att det uppstått fler typer av aktörer på idrottsmarknaden. Idag består marknaden inte bara av ideella föreningar utan även av privata aktörer i form av gymkedjor och företag specialiserade på lägerverksamhet eller enskilda idrotter, vilket gör att det skapats en typ av konkurrens som inte funnits tidigare. Det har skapats aktörer som bland annat har som affärsidé att sälja idrottsträning till barn, ungdomar och vuxna som de försöker locka till sig med hjälp av ett inkluderande ledarskap och erbjudanden om att få träna med riktiga topptränare (Redelius & Svensson, 2017).

Tuckman (1998 refererad i Rossi, Breuer och Feiler, 2020) hävdar att konkurrens uppstår när A) ideella organisationer tar sig in i en marknad där kommersiella aktörer redan finns eller B) när ideella organisationer skapar en lovande vara eller tjänst med så pass stor potential att kommersiella aktörer också börjar erbjuda det. Inom idrotten kan båda dessa typer av konkurrens uppstå men att det senare exemplet är det mest förekommande då idrottsföreningar existerade innan dagens kommersiella aktörer. Detta samtidigt som Gratton och Taylor (2000 refererad i Rossi, Breuer och Feiler, 2020) hävdar att konkurrensen ökat med anledning av högre efterfrågan av individuella träningsprogram, stora skillnader i efterfrågan då olika människor söker olika typer av träning och av inkomsthypotesen som säger att kommersiella aktörer går in på marknader som har vinstpotential.

Redelius och Svensson (2017, femte stycket) skriver att den privata aktören Sweden Sport Academy beskriver sig som ”En av Sveriges största arrangörer av barn och ungdomsidrott”. Deras verksamhet erbjuder camps/läger för barn och ungdomar inom Sveriges största idrotter. I sin marknadsföring anspelar de på att de kan erbjuda sina kunder (i detta fall barn och deras föräldrar) det som de eftersöker i form av individuell utveckling och feedback. De privata aktörerna säger sig arbeta annorlunda än föreningsdrivna verksamheter då de ofta ger utrymme för olika idrotter och för olika träningsformer, de ser till att deras tränare är utbildade eller att de har erfarenhet av att bedriva elitidrott. Ideella organisationer beskrivs av Hirth (1999 refererad i Rossi, Breuer och Feiler, 2020) som mer trovärdiga på marknaden och har därför en konkurrensfördel. Därtill har de ofta lägre priser i och med att många i organisationen ställer arbetar ideellt och på så vis blir deras verksamheter mer attraktiva.

Rossi, Breuer och Feiler (2020) framhäver att gränserna mellan de olika idrottsorganisationerna har suddats ut och att det är svårt för en dåligt informerad konsument att veta vad för organisation det är man vänder sig till. Suddigheten som skapats innebär också att det som innan varit separata marknader mellan de olika aktörerna blivit till en stor marknad. Borgers et al. (2018 refererad i Rossi, Breuer och Feiler, 2020) hävdar att deltagare i ideella organisationer i större utsträckning fokuserar på de sociala aspekterna samtidigt som medlemmar i gymverksamheter och andra privata aktörer motiveras av hälsoaspekten. Redelius och Svensson (2017) hävdar att idrottsmarknadens nya privata aktörer har skapats genom en socialt producerad efterfrågan. Det är idag stort fokus på att unga ska vara fysiskt aktiva och det ligger därför i föräldrarnas intressen att se till att deras barn utövar fysisk aktivitet då det tyder på ett bra föräldraskap. Det handlar dock inte bara om att unga mår bra av att röra på sig utan även att det inom elitidrotten kan finnas en ekonomisk lönsamhet. Att det finns en ekonomisk lönsamhet inom elitidrotten gör även att elitklubbar, deras IdrottsAB och dess externa ägare värnar om en god återväxt av idrottare. Det finns således en ekonomisk lönsamhet för föreningarna att få fram och ha elitidrottare men det skapar även en ekonomisk lönsamhet för idrottaren, vilket gör att en annan marknad öppnas.

Vos och Scheerder (2014) skriver att olika aktörer inom idrottssektorn konkurrerar (om medlemmar och resurser som lokaler) och samarbetar (inom exempelvis event) på samma gång. Samarbetet kan vara ett sätt för dem att hantera konkurrensen och Vos och Scheerder (2014, s. 9) understryker att "If you can't beat them, join them.". Vidare redogörs det för att den privata verksamhetens storlek, idrott, och den upplevda konkurrensen har betydelse för om de privata aktörerna samarbetar med ideella föreningar. Vos och Scheerder (2014) visar på att vinstdrivande organisationer är mer benägna att samarbeta med ickevinstdrivande ideella organisationer, detta eftersom de ser det som positiv uppmärksamhet och något som ger ett starkare socialt kapital. Studien visar också på att ideella organisationer snarare samarbetar med andra ideella aktörer än privata organisationer.

Peterson (2003) menar att genom kommersialisering av elitidrott har idrotten bolagiserats även från föreningsnivå genom att föreningar tillåts upprätta IdrottsAB. I en förening kan det finnas både barn som utövar spontana idrottslekar samtidigt som där finns hårt satsande elitidrottare. Det har skapats en marknad där idrottsutövande kan vara lönsamt även för föreningarna. Internationellt har denna utveckling kommit mycket längre än i Sverige och därför utövar många av Sveriges elitidrottare sin idrott utomlands. För att bedriva en verksamhet som är

elitinriktad krävs en helt annan kompetens än den som krävs i ideella föreningar. I en elitinriktad verksamhet kan det bland annat handla om att producera de bästa idrottarna som presterar bästa möjliga resultat eller att ha miljoner i penningström.

Barn- och ungdomsidrotten har däremot två andra uppdrag som är centrala. Det är dels ett uppdrag från samhället som innebär att utföra en demokratisk uppfostran, föreningsuppfostran, där de som söker sig till verksamheten ska få vara med och få utvecklas utefter sina egna förutsättningar. Dels är det ett uppdrag från idrotten själv, där det också handlar om att lära sig idrotten men även att lära sig att tävla och tävlingsuppfostran. Dessa båda aspekter ska finnas med i den idrottsliga verksamheten, vilket inte alltid är det enklaste då de två olika uppfostringssätten strävar efter helt olika saker och det uppstår en konflikt mellan samhällets föreningsfostran och idrottens tävlingsfostran. Det kommersiella riktar sig mot den elitinriktade idrotten och gynnar därför dessa verksamheter och inte de verksamheter som sysslar med breddidrott. Detta kan leda till att idrottens sociala relationer påverkas (Peterson, 2003).

Riksidrottsstyrelsen (2012) hävdar att Riksidrottsförbundets vision är att svensk idrott ska vara världens bästa på alla plan och bygger på en samlad idrottsrörelse. Den svenska idrottsrörelsen skapades i den tid då det utvecklades en demokrati i samhället och att driva en förening i organisationsform var givet. Idrott utövades av amatörer som en hobby, men samhället kom att förändras. Idrott har blivit ett sätt att livnära sig på för många. Trots den förändring som skett i samhället så kommer ideella föreningar fortsätta att vara grunden för den svenska idrottsrörelsen. Den svenska idrottsrörelsen är bestående av idrottsföreningar där människor samlas för att de har gemensamma intressen. När vi blir medlemmar i en förening så sluter vi ett avtal om att ta demokratiska beslut. Det stöd som den ideella organisationsformen gällande idrott får av staten, landsting och kommuner hjälper idrottsrörelsen att fortsätta utvecklas. Det har den senaste tiden uppkommit rättsliga processer där ideella föreningar jämföras med privata bolag, vilket gör att detta stöd har kommit att ifrågasättas. Samtidigt som detta sker så har konkurrensen ökat ifrån företag som säljer idrott. Det som dessa företag erbjuder är likt det som idrottsföreningarna erbjuder, men det gäller att dessa två organisationsformer hålls isär. Då organisationsformen ideella föreningar får stöd av samhället för att bedriva verksamhet är det viktigt att dessa föreningar drivs som just ideella föreningar. Frågas den traditionella ideella organisationsformen finns det en risk att idrottsrörelsen inte kommer att få samhällets stöd i samma omfattning som idag (Riksidrottsstyrelsen, 2012).

1.4 Problemformulering

Det sker en ökad privatisering i samhället och det skapas nya marknader. I skolvärlden, vården och i omsorgen är frågan om privatisering mycket aktuell, är idrotten på väg åt samma håll? Flera studier visar på att idrottens organisationsfält förändras och att fler privata aktörer dyker upp på idrottsmarknaden, men få studier har gjorts i svensk idrottskontext. Idrottsföreningar och idrottens normalbild är utsatt för konkurrens av privata aktörer, de konkurrerar om tid i rörelse och om medlemmars/kunders pengar samtidigt som de sätter press på den svenska idrottsrörelsen. Med avseende på privatisering, ideologi och med utgångspunkt i svenska idrottsföreningar, hur agerar aktörer på en marknad i förändring?

1.5 Frågeställning

Hur agerar svenska ideella idrottsföreningar på en marknad i förändring?

1. Hur upplever ideella idrottsföreningar konkurrensen med privata aktörer?
2. Hur hanterar ideella idrottsföreningar konkurrensen med privata aktörer?
3. Hur påverkas ideella idrottsföreningar av konkurrensen med privata aktörer?

1.6 Syfte

Syftet med denna studie är att undersöka hur ideella idrottsföreningar agerar på en marknad i förändring samt hur de upplever konkurrensen från privata aktörer på idrottsmarknaden. Vidare syftar denna studie till att undersöka hur ideella idrottsföreningar hanterar denna konkurrens och hur ideella idrottsföreningar kan komma att påverkas av den konkurrens som idag finns ifrån privata aktörer på idrottsmarknaden.

1.7 Avgränsning

Denna studie avgränsas till att undersöka idrottsföreningar i Stockholmsområdet. Studien bygger på de ideella idrottsföreningarnas uppfattning om konkurrensen från privata aktörer på idrottsmarknaden. Ytterligare avgränsning har gjorts till idrotterna fotboll, ishockey, simning och friidrott där två ideella idrottsföreningar i respektive idrott valts ut.

2. Teoretisk referensram

Detta avsnitt ämnar till att skapa förståelse för studiens centrala begrepp. Teorierna i detta avsnitt ligger till grund för studiens analys.

2.1 Konkurrens

Konkurrensverket (u.å.) definierar konkurrens som ett sätt att ge valmöjlighet till konsumenterna. När konkurrens mellan företag sker på rättvisa villkor kommer de att stimuleras till att bli mer effektiva och det blir då högre kvalitet och priserna hålls nere. För att detta ska ske krävs det att konkurrensen är fungerande på marknaden. Konkurrensverket skriver också att i konkurrenspolitiken framgår det att det är viktigt att låta nya företag komma in på marknaderna. Effektiva och öppna marknader ska bidra till utveckling och modernisering av samhället och på sådana marknader finns det utrymme för nya idéer, nya människor och nya företag.

I dagens samhälle med fler aktörer på marknaden så krävs det att företagen har en medvetenhet om sina konkurrenter för att kunna möta konkurrensen på ett bra sätt (Ritchie, Swami & Weinberg, 1999; Courtney, 2002). Andreasen och Kotler (1996) skriver att konkurrensen skapas av konsumenterna som väljer vad de vill spendera sina pengar på. Detta har även kommit att påverka de ideella organisationernas positionering på marknaden. Ideella föreningar konkurrerar med privata aktörer, men också med andra ideella organisationer. Ideella organisationer behöver inte nödvändigtvis se andra ideella organisationer som konkurrenter men konkurrensen finns där ändå. Det kan till exempel vara att en idrottsförening tar publik från en annan. Att uppleva konkurrens behöver inte vara negativt utan för ideella föreningar finns det framförallt två stora fördelar. Den första fördelen är att konkurrensen gör att det sker en ökning av marknadens storlek vilket kan gynna alla inblandade parter. Den andra fördelen handlar om att konkurrens gör att ideella organisationer blir bättre på att hantera konkurrens och lättare kan läsa av marknaden efter eventuella hot och hantera dessa hot. Courtney (2002) framhäver att det även är konkurrensen som gör att ideella föreningar går mot att bli mer företagslika.

Ritchie, Swami och Weinberg (1999) menar att för att kunna konkurrera som ideell organisation där medlemmarnas intressen är i fokus gäller det att den egna organisationen visar upp ett bra varumärke. Det är inte bara medlemmar som de konkurrerar om utan även arbetskraft, konsumenter samt bidrag och sponsring från andra utomstående aktörer. Den marknad som ideella organisationer befinner sig på hårdnar i konkurrens, vilket gör att ideella organisationer måste värda sitt varumärke och se till att de utmärker sig gentemot sina konkurrenter.

2.2 Nyinstitutionell teori

Den nyinstitutionella teorin bygger på den tidigare institutionella teorin där "Institutionerna är detsamma som spelreglerna i ett samhälle eller mer formellt uttryckt, de restriktioner som människor sätter upp för att ange formerna för mänsklig samverkan." (North, Lund & Sjöström, 1993, s.16). Även Sauerland (2015) bekräftar att det är institutionerna som bygger spelreglerna och att institutioner skapar organisationer baserat på medlemmarnas efterfrågan. Greif (2006 refererad i Sauerland, 2015) säger att informella regler, normer och synsätt kombinerat med skrivna regler är det som styr organisationerna och att dessa tillsammans är det som definierar olika aktörer. Även olika ideologier har betydande roll för hur institutionerna utvecklas och är underliggande i människors värderingar och handlingar, som senare institutionaliseras (Sauerland, 2015).

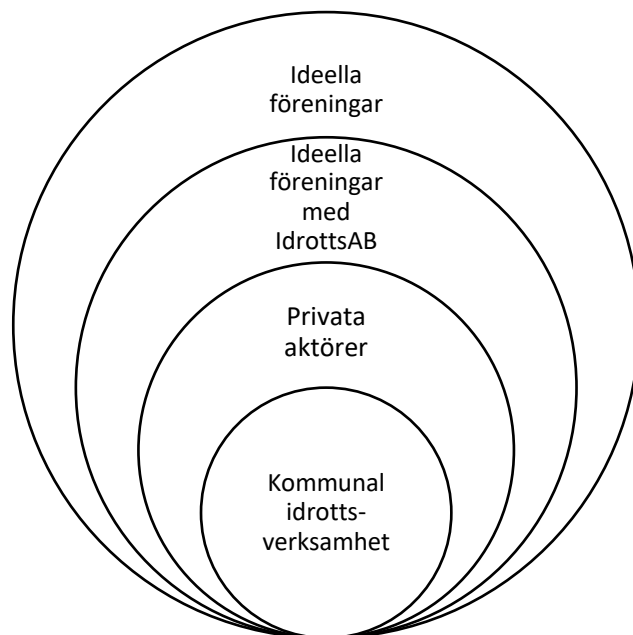
Inom organisationsteori ses institutioner som ett resultat av mänskliga handlingar. En institution är inte detsamma som en organisation, utan en institution är organisationsfältets spelregler. Genom ett nyinstitutionellt perspektiv på organisationsteori fokuserar man på processer inom ett organisationsfält (Eriksson-Zetterquist, Kalling & Styhre, 2015).

Meyer och Rowan (1977) ger en bild av nyinstitutionell teori som att organisationer följer gemensamma mönster och följer sin omgivning. Det handlar om att människor har en gemensam uppfattning av verkligheten, på så vis sprider sig liknande normer och idéer inom ett organisationsfält. Detta leder till att dessa idéer formaliseras och blir en del i organisationen. Meyer och Rowan (1977) kallar detta för rationaliserade myter och dessa inkorporeras för att organisationen ska uppnå en legitimitet och överleva. Vidare hävdar de att i och med att organisationer anpassar sig till den institutionella miljö de verkar i tenderar olika organisationers formella struktur att formas på liknande sätt.

2.3 Organisationsformer

Ahrne, Boström och Forssell (2004) redogör för att organisationer finns i olika former där de vanligaste formerna är förening, företag och myndighet/förvaltning. Dessa organisationsformer finns inom olika områden i samhället; företag finns på marknaden, myndighet/förvaltning finns i det offentliga området och föreningar finner vi i civilsamhället (Forssell & Ivarsson-Westerberg, 2007). Dessa olika organisationsformer befinner sig i olika områden, men trots detta så har de kontakt med varandra och denna kontakt kan i vissa fall vara påtvingad. Trots att de har en relation till varandra är det viktigt att komma ihåg att de fungerar på olika sätt och har olika syften (Ahrne, Boström & Forssell, 2004). Det finns även andra typer av organisationer som ibland kallas för hybridorganisationer. Det är en organisation som till en början innehar en föreningsform, men som sedan kommer att övergå till att bli ett företag, eller tvärt om (Forssell & Ivarsson-Westerberg, 2007). Thunberg (2006) betonar att det även finns olika former av föreningar, närmare bestämt två olika former. Det finns ekonomiska föreningar vars mål är att främja medlemmarnas ekonomiska intresse och det finns ideella föreningar vars mål är att verka ideellt.

Figur 1 åskådliggör vilka typer av aktörer som finns på marknaden för idrott.



Figur 1, Organisationsformer inom idrotten

2.3.1 Ideella föreningar

Det finns två typer av föreningar: ekonomiska och ideella (Thunberg, 2006). Det finns olika former av ideella föreningar och det är den allmännyttiga ideella föreningen som är vanligast. En allmännyttig ideell förening har en verksamhet med ett allmännyttigt ändamål, öppenhet och den ska inte verka i meningen att gå med ekonomisk vinst. Lindblad och Lundén (2008) beskriver att ideella föreningar har som huvudsyfte att samla människor i en organiserad form kring ett gemensamt intresse. En ideell förening formad i en folkrörelse är det som bygger den

svenska modellen. Det är de ideella föreningarna inom idrotten som får stöd av stat, landsting och kommuner genom till exempel uppförande av idrottsanläggningar, kontantstöd och skattemässiga fördelar (Riksidrottsstyrelsen, 2012).

Bolagsverket (2018) betonar att det krävs att en förenings ändamål är just ideellt. Med det menas att föreningen inte får främja medlemmarnas ekonomiska intressen. Däremot så kan en ideell förening i samband med sin idrottsverksamhet driva till exempel en kiosk. Lindblad och Lundén (2008) förklarar att även om en förening är ideell så kan den bedriva en verksamhet som är kommersiell, ha anställda och omsätta mycket pengar, men trots detta ha ett ideellt syfte.

Ideella föreningar har typiska karaktärsdrag som bland annat innefattar att de är organiserade, de verkar inte inom den offentliga sektorn, de delar inte ut någon vinst till ägarna, de är självstyrande verksamheter och det finns en natur av frivillighet i verksamheten (Anheier, 2000). Att ideella föreningar inte delar ut den eventuella vinst som genererats till ägare och gör att en ideell förening skiljer sig från företag. Nowy, Wicker, Feiler och Breuer (2015) beskriver att ideella organisationer främst drivs utav volontärer som inte behöver besitta en viss kompetens. Detta är vanligt förekommande i idrottsföreningar, att de som anställs inte besitter kunskap om det sportsystem som de verkar efter. I ideella idrottsföreningar är det även vanligt att offentliga anläggningar används vilka inte alltid är i bra skick. Enligt Nowy et al. (2015) har marknaden för ideella organisationer kommit att invaderas allt mer av organisationer som är vinstdrivande, vilket skapar en utmaning och konkurrens för de ideella organisationerna.

2.3.2 Privata aktörer

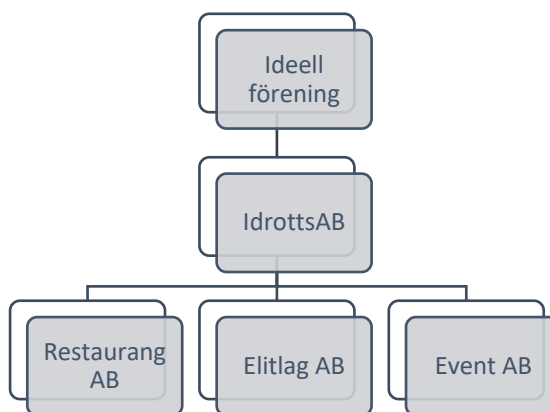
Anheiner (2000) beskriver privata aktörer som bolag som är skilda från den offentliga sektorn. Här drivs bolagen av att gå med vinst och de har som incitament att tillfredsställa de behov som finns på marknaden. Bland vinstdrivande bolag länkas säljare och köpare samman genom marknads priser på varor och tjänster, arbetsgivare och arbetstagare länkas samman genom löner, bolag och ledare samt ägare länkas samman genom utdelad vinst. Eftersom vinst ligger i fokus för dessa aktörer betonar Nowy et al. (2015) vikten av att leverera varor och tjänster med kvalitet för att möta kundernas krav. På en vinstdrivande marknad söker kunder hela tiden efter modifierade och bättre versioner av det som erbjuds. För att kunna erbjuda hög kvalitet krävs det anställda med höga kvalifikationer och specifika kunskaper.

Riksidrottsstyrelsen (2012) konstaterar att idrottslig verksamhet har börjat drivas av allt fler privata aktörer i bolagsform. De privata aktörerna inriktar sig ofta mot individuella idrotter och erbjuder dem att vara deltagare i en klassisk idrottsverksamhet för exempelvis breddidrottare, barn och ungdomar. Inom ramen för denna avhandling är privata bolag sådana som bedriver idrottsverksamhet, lägerverksamhet och cupverksamhet där syftet är att gå med ekonomisk vinst. Inom vissa individuella idrotter finns det även privata bolag som arrangerar idrottstävlingar. Dessa bolag skulle kunna ses som alternativ till IdrottsAB.

2.3.3 Idrotts AB

Riksidrottsstyrelsen (2012) skriver hur de beslutade år 1999 att det skulle bli tillåtet att bedriva idrottsverksamhet i en alternativ associationsform till ideella föreningar, IdrottsAB. Enligt Riksidrottsförbundet (2019a) är ett IdrottsAB en bolagsform där en ideell idrottsförening måste ha röstmajoritet i bolaget. Föreningen kan äga IdrottsAB tillsammans med andra aktieägare och investerare. De fördelar som kommer med detta är bland annat att man kan sälja och emittera aktier och på så sätt få in nytt kapital, men även momsavdrag och ett bättre ekonomiskt skydd av föreningens medlemmar möjliggörs. När “bolagiseringen” av idrottsföreningar inleddes i Sverige var det viktigt att principen “en medlem en röst” skulle fortsätta gälla. Detta ledde till att det för IdrottsAB infördes en regel som innebär att medlemmarna och själva föreningen måste inneha minst 51 procent av rösterna i det av föreningen ägda aktiebolaget. Detta har som effekt att externa investerare inte kan bli majoritetsägare och ta över kontrollen i bolaget och föreningen.

Figur 2 illustrerar hur en föreningsstruktur med IdrottsAB kan se ut.



Figur 2, Illustration av ett IdrottsAB i en förening

Vidare förklarar Riksidrottsstyrelsen (2012) att för att få bedriva föreningsverksamhet i ett IdrottsAB är kravet att huvudverksamheten ska bedriva idrottsverksamhet, men de får även bedriva sidoverksamheter som är naturligt knutna till idrotten. En sidoverksamhet skulle till exempel kunna vara att driva en idrottsanläggning. Den idrottsverksamhet som IdrottsAB har som huvudsaklig verksamhet ska stämma överens med det medlemskap som föreningen har med Specialidrottsförbundet och som det grundar sig på.

En idrottsförening kan överlåta sin verksamhet eller en del av sin verksamhet till ett IdrottsAB som då får upplåtelse att delta i Specialidrottsförbundets tävlingsverksamhet. Det finns även krav på att idrottare i ett IdrottsAB ska vara medlemmar i den förening som upplåtit sin verksamhet till bolaget. Riksidrottsstyrelsen (2012) betonar att ett IdrottsAB är ett aktiebolag och därför faller de under aktiebolagslagen, men Riksidrottsförbundet har skapat kompletterande förordningar för dessa bolag att följa som passar för idrottslig verksamhet.

Riksidrottsstyrelsen (2012) beskriver att det har skapats verksamheter som inriktar sig på elitidrottande. Inom elitfotbollen har det under de senare åren bildats riskkapitalbolag för engagemang i elitlag som finns i föreningar eller i IdrottsAB. Bolagsverksamheten har historiskt ansetts vara lämplig för lagidrotter och i synnerhet deras elitverksamheter, men det har visat sig att även individuella idrotter drivs till stor del som IdrottsAB.

2.4 Sektorböjning

Dees och Anderson (2003) beskriver ”sector-bending” eller ”sektorböjning” som:

“Sector-bending refers to a wide variety of approaches, activities, and relationships that are blurring the distinctions between nonprofit and for-profit organizations, either because they are behaving more similarly, operating in the same realms, or both.” (Dees & Anderson, 2003, s. 16)

Misener och Misener (2017) redogör för att sector-blurring inom idrotten som en suddighet som är en del i sektorböjningen och uppstår till följd av A) att en sektor misslyckats med att möta ett förväntat resultat, exempelvis genom att sektorn misslyckas med ideellt engagemang. B) Genom att idrotten ses som en lösning på problem som inte idrotten kan lösa, exempelvis klimatkrisen. Då kan det istället uppstå andra organisationsformer inom socialt företagande i idrotten. C) Suddighet som svar på att hitta samförstånd gällande organisatoriska definitioner. Att söka samförstånd är problematiskt då det kan vara svårt att nå samförstånd då en organisation kan rymmas i flera organisationstyper. Blurring kan också beskrivas som att barriärer mellan olika marknadssegment suddas ut, som exempel är det svårt att säga om X Games är en musikfestival eller ett idrottseven (Hajkowicz, Cook, Wilhelmseder & Boughen, 2013).

Det finns för och nackdelar med sektorböjning och blurring. Dees och Anderson (2003) framhäver flera fördelar såsom att om det finns ideella organisationer vars verksamhet är billigare än privata aktörers, i samma segment kommer de som kan betala att söka sig till de privata aktörerna. De som har ett större behov av den billigare ideella verksamheten får därmed också tillgång till det. Företag med vinstintresse ser det som viktigt att bibehålla och öka vinsten, därför strävar de efter att hela tiden bli bättre, om kvaliteten i de privata aktörernas verksamhet sjunker för att man vill spara pengar blir de ideella verksamheterna helt plötsligt ett alternativ. Vidare är det viktigt för de som donerar pengar till de ideella organisationerna att pengarna går till människor som har större behov. Nackdelar som författarna framhäver är att om det uppstår affärsmässig struktur i en ideell organisation riskerar den att hamna framför organisationens mål, samtidigt som eventuell vinstmaximering i både privata och ideella organisationer leder till att verksamheternas kvalitet sjunker.

3. Metod

Detta avsnitt ger en beskrivning i hur studiens genomförande gått till samt på vilket sätt den empirisk data samlats in och analyserats.

3.1 Metodval

Empiriska data har samlats in med hjälp av en kvalitativ forskningsmetod. Denscombe (2018) beskriver att en kvalitativ metod går på djupet och ger möjlighet till detaljerade beskrivningar. Likt Rossi, Breuer och Feiler (2020) har semistrukturerade intervjuer använts till att intervjua enskilda representanter från ideella idrottsföreningar. Rowley (2012) menar att intervjuer är att föredra vid insamling av fakta eller för att få insikt och förståelse för respondenternas erfarenhet, åsikt, beteende, förutsägelser eller attityd. Vid användandet av intervju som forskningsmetod finns möjligheten att ta del av andra personers upplevelser, positiva som negativa, eller vad respondenten tror om framtiden. Vid semistrukturerade intervjuer finns det en utgångspunkt i det ämne som ska studeras men det finns utrymme för respondenten att tolka ämnet på sitt eget sätt, vilket är till fördel i denna studie då det ger en insyn i den enskilda organisationen.

I den rådande situationen som världen befinner sig i med begränsningar av att utföra fysiska intervjuer på grund av Covid-19, var det enda alternativet att utföra intervjuerna på distans. Detta gjordes med hjälp av det digitala verktyget Microsoft Teams och genom telefonsamtal. Att genomföra intervjuer via digitala verktyg har flera fördelar hävdar Mirick och Wladowski (2019), bland annat är det mer tidseffektivt då man inte behöver resa någonstans för att genomföra intervjun vilket medför att det är lättare att hitta respondenter. Vidare framhävs intervjuer genom digitala tjänster där man ser varandra som mer fördelaktiga än telefonintervjuer eftersom det möjliggör att det går att läsa respondenters ansiktsuttryck. Författarna tror dock att det hade varit till fördel att träffa respondenterna i ett fysiskt rum då det är lättare att läsa av respondenter i verkligheten.

För att generera insikter och förståelser användbara i denna studie har intervjuerna utformats för att på ett så framgångsrikt sätt som möjligt besvara studiens syfte som berör ideella idrottsföreningar och konkurrensen från privata aktörer. En intervjuguide utformades att följa

vid intervjuerna, för att hjälpa intervjuarna att hålla den röda tråden genom intervjun, med hänsyn till forskningsfrågorna och för att uppmuntra till samtal (Kvale & Brinkman, 2014). Innan intervjuerna genomfördes gjordes en testintervju med en extern person för att kontrollera att det digitala hjälpmedlet fungerade samt att ordningsföljden på frågorna kom i naturlig ordning även om det under intervjuerna fanns utrymme att ta dem i annorlunda ordning (Rowley, 2012).

Då författarna i denna studie söker att förstå världen ur respondentens synvinkel är den valda kvalitativa ansatsen godtagbar och lämplig för studien. Uppsatsen är abduktiv då författarna söker förståelse och förklaring kring det valda ämnet (Kvale & Brinkman, 2014).

3.2 Urval

Urvalet av respondenter till denna studie har gjorts genom ett explorativt urval då detta är en mindre studie med ett ämne som det är relativt lite forskat om. Utifrån detta urval så menar Denscombe (2018) att författarna ämnar få tillfällen att öka sin kunskap och förståelse för ämnet samt att få ta del av information och insikter. Respondenter har valts ut strategiskt för att hitta individer som kan bidra till att besvara studiens syfte, vilket gör det till ett subjektivt urval. Ett subjektivt urval innebär att respondenterna avsiktligt har valts ut då de tros sitta på den bästa informationen för studien. De är relevanta och besitter stor kunskap och erfarenhet om ämnet som utforskas. Dessa respondenter har stort värde för forskningen då de med stor sannolikhet kommer att ge värdefulla insikter och kvalitativ information användbart för att besvara studiens syfte (Denscombe, 2018). Respondenterna valdes ut av författarna eller av de kontaktade idrottsföreningarna.

I denna studie har urvalet gjorts utifrån ideella idrottsföreningar i Stockholmsregionen i idrotterna fotboll, ishockey, simning och friidrott. Författarna upplever att dessa idrotter möter stor konkurrens från privata aktörer på idrottsmarknaden, men detta är något som inom dessa idrotter inte pågått under särskilt lång tid och det är därför en relativt ny situation som behöver hanteras. Detta gör dessa idrotter intressanta att studera. Motivet till att författarna valt just dessa fyra idrotter är på grund av att de vill ta del av åsikter från idrotter där privatisering inte pågått under en längre tid. Idrotter där privatiseringen kommit långt är till exempel ridsport och golf, vilket gör att dessa idrotter befinner sig i en annan position på idrottsmarknaden och är därför inte intressanta till den här specifika studien. Ur de fyra idrotter valdes sedan två ideella

föreningar i respektive idrott ut. Dessa föreningar valdes ut genom ett subjektivt urval då författarna hade uppfattningen och kunskapen om att personer inom föreningarna skulle kunna ge meningsfullt och innehållsrikt material till att besvara forskningsfrågorna och syftet.

Mirick och Wladkowski (2019) argumenterar för att man ska ta i beaktande hur urvalet i studien påverkas om man väljer att genomföra intervjuerna digitalt samtidigt anser de att fördelarna överväger nackdelarna i ett brett perspektiv. Författarna anser att urvalet i denna studie inte har påverkats av digitala intervjuer och telefonintervjuer som tillvägagångssätt då ingen tillfrågad respondent avböjde medverkan, därmed har studien inget bortfall.

3.2.1 Presentation av studiens respondenter

Nedan presenteras de respondenter som deltagit vid studiens intervjuer och dess roll i föreningen.

Tabell 1, Studiens respondenter

Idrott	Kod	Roll i föreningen	Typ av verksamhet
<i>Fotboll</i>	Fotboll 1	Akademichef	Ideell förening & IdrottsAB
<i>Fotboll</i>	Fotboll 2	Klubbchef	Ideell förening
<i>Ishockey</i>	Ishockey 1	Klubbchef/Sportchef	Ideell förening & IdrottsAB
<i>Ishockey</i>	Ishockey 2	Sportchef	Ideell förening
<i>Simning</i>	Simning 1	Sportchef/Verksamhetschef	Ideell förening
<i>Simning</i>	Simning 2	Sportchef	Ideell förening
<i>Friidrott</i>	Friidrott 1	Ordförande	Ideell förening
<i>Friidrott</i>	Friidrott 2	Ungdomsansvarig	Ideell förening

3.3 Genomförande

Empiriska data har samlats in genom åtta semistrukturerade intervjuer med författarna som intervjuare. Respondenterna kontaktades till en början via e-mail där de tillfrågades att delta vid varsitt intervjutillfälle. När tidpunkt var bestämd med de enskilda respondenterna skickades ytterligare ett e-mail ut med de intervjufrågor som skulle komma att ställas under intervjun tillsammans med den digitala länken till intervjun. Genom att skicka ut intervjufrågorna på förhand hoppades författarna väcka tankar, idéer och svar från respondenterna. Då ideella

föreningar till stor del präglas av ideellt engagemang och mycket normer tror vi att det är fördelaktigt att möjliggöra för respondenterna att rådfråga en annan person i organisationen innan de samtalar med oss. Detta möjliggör även att svaren representerar hela organisationens uppfattning och inte enbart den enskilda respondentens.

Majoriteten av intervjuer kom sedan att genomföras via Microsoft Teams och telefon med en intervjuguide som underlag för intervjuaren. Författarna delade upp intervjuerna mellan sig och höll sedan i intervjuerna enskilt. Alla intervjuerna inleddes med en kort presentation av studiens författare samt vad studien ämnar undersöka och pågick i 25–45 minuter vardera. Respondenten fick även ge sitt samtycke till att intervjun ljudinspelades för att sedan användas till att göra en transkribering. Ingen respondent avböjde att svara på någon fråga som ställdes.

3.3.1 Dataanalys

Intervjuerna har transkriberats enligt samma standardmetod, något som är viktigt då fler forskare genomför intervjuer och för att kunna jämföra de svar som respondenterna ger, hävdar Kvale och Brinkman (2014). Förhållningspunkter under transkriberingen var att all dialog skrivs ut ordagrant och att pauser, skratt och ansiktsuttryck noteras i hakparentes.

Enligt Backman (2016) har tolkningsmomentet för avsikt att ge innebörd åt observationerna. Författarna har valt att tolka samtliga texter gemensamt på ett systematiskt vis genom att koda de olika respondenternas svar och hitta olika underteman. Författarna har med andra ord utfört en så kallad tematisk analys. Rowley (2012) förklarar att i en tematisk analys undersöks eventuella teman och hur de är länkade till varandra för att kunna skapa en berättelse av den gjorda forskningen. När tematiseringen är gjord görs en kodning av det insamlade materialet för att kunna göra jämförelser av de olika intervjuerna. En koppling och jämförelse kommer även att göras mellan den insamlade data och studiens teoretiska referensram för att söka efter likheter och olikheter. Denscombe (2018) menar att insamling och tolkning av den insamlade data påbörjas redan under tiden data samlas in.

3.4 Trovärdighet

Sikolia, Biros, Mason och Weiser (2013) beskriver att en kvalitativ studie utvärderas genom studiens trovärdighet, men även genom överförbarhet, pålitlighet och bekräftelsebarhet. Trovärdighet handlar om hur väl författarna till den kvalitativa undersökningen kan visa att den

insamlade data är träffsäker och exakt (Denscombe, 2018). För att öka trovärdigheten till denna studies resultat så har författarna valt att intervjua personer väl insatta i ämnet och som har en bra insyn i den egna organisationen och erfarenhet i den svenska idrottsrörelsen. Vidare möjliggjordes det för respondenten att ta fram mer korrekta svar från sin organisations syn på intervjufrågorna då dessa skickats ut på förhand. Sikolia et al. (2013) menar att genom att författarna analyserat den insamlade data och resultat med tidigare forskning gör även det att studiens trovärdighet ökar, vilket författarna i denna studie har gjort. Studien är välarbetad med respondenter som är relevanta för ämnet vilket gör att denna studie har en hög trovärdighet och ett korrekt resultat. Denscombe (2018) redogör för att överförbarhet handlar om att studera hur representativt och generaliserbart studiens resultat är. Vid en kvalitativ studie gör författarna en bedömning om insamlade data skulle kunna överföras till andra liknande fall. Vissa hävdar att ett litet urval kan göra denna överförbarhet och generalisering problematisk. Denna studie har en god överförbarhet trots ett litet urval då alla respondenterna gav överensstämmande svar och de hade alla liknande uppfattning om det studerade ämnet. Det är därför troligt att fler än de valda respondenterna uppfattar ämnet på ett liknande sätt då förändringen på marknaden är något som påverkar alla som befinner sig där förändringen sker. Det gör att det skulle gå att överföra studiens resultat till en bredare kontext och det gör studien användbar och relevant för liknande situationer som inte nödvändigtvis behöver beröra idrottsmarknaden.

Denscombe (2018) förklarar att i en kvalitativ studie finns det ett nära samspel mellan intervjuaren (i detta fall författarna) och den som blir intervjuad, vilket gör författaren till en del av datainsamlingsmetoden. När det handlar om pålitlighet så är frågan om studiens resultat och slutsats skulle bli detsamma om någon annan utför studien. Då genomförandet av denna studie presenteras och beskrivs på ett tydligt sätt i metodavsnittet så ökar studiens pålitlighet. Utifrån detta perspektiv finns det möjlighet för studiens resultat och slutsats att bli detsamma om en annan person än författarna skulle utföra och sedan tolka den insamlade data. Det finns en tydlig beskrivning hur en annan person skulle gå till väga för att utföra studien samt en intervjuguide att följa och ta vägledning i vid en intervju vilket gör att studien har en god pålitlighet.

Vid genomförandet av en kvalitativ studie finns utrymme för författarna att göra en egen tolkning av det insamlade materialet. Det är viktigt att författarna vid tolkning av insamlade data försöker hantera sina egna åsikter och värderingar så att det inte påverkar studiens resultat och slutsats (Denscombe, 2018). I denna studie har författarna valt att transkribera varandras

intervjuer för att på så sätt verka mer neutralt under transkriberingen och för att ge den andra en bild av hur intervjun var. Vidare genomfördes tolkningen av de transkriberade intervjuerna och analysen av författarna tillsammans för att ge en ökad förståelse för resultatet och för att öka studiens bekräftelsebarhet. Studiens bekräftelsebarhet ses även som god då författarna behandlat studiens resultat objektivt samt att resultatet går att bevittna inom andra branscher och andra marknader än den valda för studien.

4. Empiri och analys

I detta avsnitt presenteras det empiriska materialet från de genomförda intervjuerna. Empirin består av åtta transkriberade intervjuer. I detta avsnitt görs även en analys av den empiriska data som samlats in. Analysen görs med utgångspunkt i den teoretiska referensramen och diskuteras löpande.

Den svenska idrottsrörelsen beskrivs som den största folkrörelsen i Sverige. Enligt Riksidrottsförbundet (2019b) var år 2019 totalt över 3.3 miljoner svenskar, det vill säga ungefär en tredjedel av landets befolkning, medlemmar i en idrottsförening och därmed ansluten till rörelsen. Riksidrottsförbundet (2014) skriver om den svenska idrottsrörelsen som ett samlingsnamn för alla Sveriges idrottsförbund och anslutna ideella idrottsföreningar. Den sammanhållna idrottsrörelsen bygger på de medlemskap människor har i ideella föreningar och det medlemskap specialidrottsförbund har i Riksidrottsförbundet, vilket krävs för att få vara en del av den svenska idrottsrörelsen. ”En ideell idrottsförening kan äga bolag och i detta bedriva verksamhet men medlemskapet är grunden för att vara en del av idrottsrörelsen”. (Riksidrottsförbundet, 2014, s. 11). Den svenska idrottsrörelsen handlar om gemenskap och ett sammanhang för människor att vara en del av, i denna gemenskap är alla välkomna. Idrott kan såklart förekomma utanför idrottsrörelsen av andra aktörer än de kopplade till Riksidrottsförbundet och det är tillåtet för förbund och föreningar inom idrottsrörelsen att samarbeta med dessa aktörer (Riksidrottsförbundet, 2014).

Det bidragssystem som finns inom svensk idrottsrörelse idag gör det omöjligt för privata aktörer att göra investeringar i breddanläggningar (Persson, 2020). Lindman (2013) förklarar att dessa bidrag endast har koppling till ideella föreningar. Persson (2020) skriver att ett problem som finns i vårt samhälle är bristen på anläggningar för barn och unga, vilket golfförbundet har lyckats finna en lösning på. De har gått emot det som Riksidrottsförbundet skrivit i sina regelverk och gett privata aktörer möjligheten att bedriva verksamheter. Dessa privata anläggningar har visat sig vara minst lika framgångsrika på att utbilda unga och göra en elitutveckling som de ideella anläggningarna, vilket har gett golfen en stor tillväxt. Han menar att det är dags för svensk idrott att vidga sina vyer och inte endast se svar i de ideella föreningarna vad gäller att skapa breddanläggningar och gå samma väg som golfen valt att gå.

Där driver privata aktörer verksamheten på precis samma grunder och kvalitet som de ideella föreningarna gör. Detta vore ett steg framåt för svensk idrott.

Även Stenbacka (2019) skriver om att det är viktigt för idrottsrörelsen att följa med i den utveckling som sker. Föreningslivet och den privata sektorn ställs i konkurrens till varandra då de båda har tagit fram attraktiva produkter. Undersökningar visar att det som skiljer dessa båda ifrån varandra är att idrottsföreningar är mer snäva i sin inriktning medan en privat aktör kan vara mer flexibel. Han menar att idrottsrörelsen kan ta lärdom av den privata sektorn inom idrotten. Inom den privata sektorn kan vi se att idrottare är villiga att betala för att idrotta, men de kräver att det sker med kvalitet, att det finns en tillgänglighet och att det går att få utbytet anpassat efter vad individen efterfrågar. Den privata sektorn erbjuder ett leverantör-kundförhållande, där idrottsrörelsen och dess föreningar erbjuder medlemskap. Stenbacka menar att idrottsrörelsen skulle behöva gå utanför de traditionella medlemsgränserna och på så sätt få en större inkomstkälla. ”Detta är ingen lätt uppgift, men idrottsrörelsen bör kunna hänga med i idrottskulturens utveckling och förnya sig, eftersom det omgivande samhället och dess idrottskultur genomgår en kontinuerlig förändring.” (Stenbacka, 2019, sista stycket).

4.1 Privatisering inom idrotten

Att privatisering sker inom idrotten är tydligt. Samtliga intervjuade respondenter är noga med att framföra att ideella föreningar och privata aktörer har olika syften och mål med sin verksamhet. Inom den ideella idrotten arbetas det med föreningsfostran och värderingsbyggande enligt idrottens värdegrund, vilket är något som de privata aktörerna saknar koppling till. Respondent fotboll 1 och fotboll 2 målar upp en tydlig bild:

Såhär, marknaden för privata aktörer är ganska oreglerad. När det kommer till stora företag som då oftast är aktiebolag så är det klart att det finns en annan uppsättning regler för dem jämfört med föreningar.

Respondent fotboll 1

Ideella idrottsföreningar jobbar med att behålla så många som möjligt så länge som möjligt. Vi förhåller ju oss till idrottens värderingar och idrottens riktlinjer, det behöver ju inte privata aktörer göra. Så att vi är på helt olika spelplaner privata aktörer och ideella aktörer.

Respondent fotboll 2

Det beskrivs av respondent ishockey 1 som ett paradigmskifte inom idrotten där systemet är byggt på engagemang i föreningslivet, men det är inte lika många som är intresserade av att verka ideellt längre. Samtidigt handlar idrotten enligt respondent fotboll 2 om att öppna upp fotbollen för alla något som privata aktörer inte gör, även om alla är välkomna har inte alla råd att träna med en privat aktör något som också framhävs av respondent ishockey 1.

[...] om man går till andra sidan havet [USA] föreningsliv finns inte, alltså det existerar inte, det är oftast privata aktörer som har startat en hel förening så att säga. Och då är det deras egna villkor och allting, exakt hur de vill göra. Och då är det... där vi är en ideell förening, om vi gör vinst, den ska gå tillbaka till föreningen. Medans i en privatdriven klubb då kan man göra precis vad man vill med vinstpengarna [...] jag tror att det kanske blir så inom de närmsta fem åren att Sverige står inför just en sån fundering eller frågeställning: hur ska vi ha det? Ska vi gå tillbaka till föreningstänket och med lojalitet och verkligen jobba på det eller ska vi gå mer åt den privata delen?

[...] Alltså föräldrarna vill mer och mer och så länge rent ekonomiskt det går bra i Sverige då har folk pengar och är beredda att betala de pengarna för att deras barn ska utvecklas så mycket som möjligt.

Respondent ishockey 1

Den amerikanska idrottsrörelsen är till mycket stor del privatiserad något som respondenterna inom ishockey framhäver. I USA handlar det snarare om att de som har råd idrottar än att de som vill gör det. Respondenterna framhäver dock att alla ska kunna idrotta oavsett inkomst något som de i sina föreningar speglar med en förhållandevis lägre prissättning än de privata aktörerna.

Respondent simning 1 beskriver det som att idrottsföreningar befinner sig i en tvångströja genom att idrottsrörelsen säger att man ska ta emot så många som möjligt samtidigt som alla ska kunna nå sin fulla potential.

Så när vi konkurrerar med pris så gör vi det inte för att gå ekonomiskt plus utan för att det är i vårt uppdrag att göra det och då tror jag att man når en slags kärna i skillnaden mellan en förening och ett kommersiellt syfte. För att om vi bara skulle göra sånt som vi tjänar pengar på eller att vi aldrig skulle göra nånting om vi inte visste att vi kunde räkna hem det ekonomiskt då skulle vi till slut vara ett företag. Och vi, jag lever i tron om att

det finns andra värden som inte kan mötas av en fri marknad där ekonomisk vinning är det enda instrumentet helt enkelt.

Respondent simning 1

Idrottsföreningarna strävar efter att ha så många medlemmar i sin verksamhet som möjligt samtidigt som de behöver ha råd att driva verksamheten utan några vinstkrav. De privata aktörerna strävar efter att nå ut till kunder med stor köpkraft och konkurrerar på så sätt med idrottsföreningarna och om deras medlemmar som blir de privata aktörernas kunder. Detta medför att pengar går till privata aktörer istället för till föreningslivet.

Flera av respondenterna antyder att idrotten är på väg mot mer privatisering, således är branschen och den stora basen av barn och ungdomsidrott på väg att böjas. Det går att urskilja en viss sektorböjning i svaren från respondent fotboll 1 när denne angav att de själva bedriver viss typ av idrottslig verksamhet för att tjäna mera pengar och bygga varumärket. På så vis går det att urskilja en viss suddighet och en sektorböjning inom organisationen, det är dock inte föreningens primära syfte och inte deras huvudsakliga verksamhetsområde. Även inom ishockeyn går det att urskilja en sektorböjning genom att vissa ideella föreningar hyr in privata aktörer som ett komplement i sin egen verksamhet. Dessa företeelser ger privata aktörer en ingång i marknaden samtidigt som de suddar ut gränserna mellan ideell och privat idrott.

Det framkommer tydligt att en ny typ av spelplan ritats upp på idrottsmarknaden, det är inte längre enbart ideella föreningar som är verksamma på marknaden. Ser man till samhället i stort finns vinstdrivande företag överallt bland oss. Det går att beskriva som att två organisationsmodeller och institutioner står emot varandra 1) den ideella föreningen utan vinstintresse som vill möjliggöra för alla, 2) den privata aktören som finns till för de som har råd och drivs som vilket annat företag som helst med ett vinstintresse. Respondent friidrott 2 målar upp det på ett tydligt sätt:

Det som känns mest jobbigt när det kommer in privata aktörer det är att de snor pengar, alltså ekonomiska resurser från den ideella verksamheten. Jag tror inte de snor så många aktiva direkt, inte iallafall i dagsläget som det ser ut nu.

Respondent friidrott 2

Aktörerna på idrottsmarknaden har olika syften, idrottsföreningarna utgår ifrån idrottens värderingar och värdegrund i sin verksamhet samtidigt som de privata aktörerna följer det som är viktigt för vinstdrivande företag vilket ofta innebär vinstmaximering. En bakgrund till förändringen i marknaden tros ligga i att det inte längre finns lika stort intresse i att vara ideell inom en idrottsverksamhet. Ett problem som uppstår blir att alla inte har möjlighet att bli en del av den privata idrotten där kostnaderna är en stor barriär, något som går emot en grundläggande värdering inom idrotten i att alla ska vara med. Det ges en bild av att idrottsföreningar har en annan, större mening än att enbart bedriva idrottsverksamhet vilket också motiverar att man som förening kan göra satsningar som inte genererar intäkter i ekonomisk mening.

4.2 Idrottens värderingar

Med utgångspunkt från den nyinstitutionella teorin är det tydligt att spelreglerna på marknaden för idrott förändrats. Utifrån denna teori kan vi förstå det som att spelreglerna förändrats genom att medlemmarnas och kundernas värderingar har ändrats vilket skapat en lucka på marknaden för privata aktörer att fylla. Respondent ishockey 2 beskriver det som att det inte finns någon förenings- eller lagkänsla kvar inom idrotten utan att det handlar om sin egen eller sitt barns utveckling.

Alltså de privata aktörerna de spelar ju lite på att de nischar sig att du måste komma hit om du ska bli bra, när spelarna är yngre så spelar de lite på föräldrarnas fåfänga. Att de får ju föräldrarna att tro att det är ett måste.

Respondent ishockey 2

Detta är något som även respondent fotboll 2 nämner. De privata aktörerna använder sig av marknadsföringskampanjer som inte allt för sällan går ut på ett löfte om att göra barnidrottare till proffs.

Idag finns det 55 privata aktörer i den sista beräkningen från Stockholms fotbollförbund bara för fotboll i Stockholm och 55 aktörer med sina marknadsföringskampanjer i princip lovar att deras barn ska bli proffs. Det kan vi aldrig möta, ideella idrottsföreningar jobbar med att behålla så många som möjligt så länge som möjligt...

Respondent fotboll 2

Respondent hockey 1 förklarar det som att det har skapats en hets och en hysteri kring att nå framgång i tidiga åldrar. Många föräldrar tror att den bästa lösningen för detta är att vända sig till en privat aktör så att deras barn kan få möjlighet till fler träningstillfällen i veckan.

[...] föräldrarna tror att det är den bästa lösningen för deras barn och de är beredda att betala 10 tusentals kronor. Föräldrarna har så otroligt bråttom och vill så väl så jag brukar benämna dem som överengagerade föräldrar. Och då är de beredda att göra vad som helst för att [...] ska ha möjlighet att bli så bra som möjligt. Och det gör att om föräldrar och andra tycker att två träningar i veckan är för lite då går man utanför [...].

Respondent ishockey 1

Detta är något som kan komma att gå ut över lagkänslan och lagsammanhållningen. Respondenterna från ishockeyn menar att det finns de som står över träningen i den egna föreningen för att träna med en privat aktör. Respondent ishockey 2 tycker att det ger en negativ påverkan på lagkänslan då det kan skada sammanhållningen i gruppen. Det har till och med gått så långt att föräldrar värderar värdet av det egna lagets match gentemot vad barnet kommer att få ut av träningen med den privata aktören. Tre av de fyra respondenter verkande inom lagidrotterna ishockey och fotboll poängterar att det är problematiskt med privata aktörer då deras idrotter bygger på att skapa starka lag, vilket de privata aktörerna i vissa fall kan komma att ha en negativ påverkan på.

Något som också lyfts fram under intervjuerna är barns hälsa och välmående. Många av verksamheterna arbetar med att ta fram sunda värderingar i sin verksamhet. Flera av respondenterna pekar på vikten av att idrotta på ett sunt sätt vilket poängteras tydligt av respondent fotboll 2 i konstaterandet:

Vad är vettigt för ett barn som är 10 år, hur mycket ska man träna? Ska man träna tre gånger i veckan plus match och utöver det sätter föräldrarna dem i ytterligare 3–4 gånger i veckan och det är totalt osunt.

Respondent fotboll 2

Respondent fotboll 1 menar att problemet är att idrottandet har börjat ske på andras villkor, inte barnens egna villkor.

[...] jag tror att den främsta orsaken att man ser fler privata aktörer på olika sätt är att spontanfotbollen inte finns på samma sätt längre, det finns inte idrottsytor, det finns inte idén om att ta en boll och gå ner och spela, man ser inte värdet i det och det är [...] synd. Nånstans är ju det man kommer tillbaks till att man behöver spela och träna mycket själv och på egna villkor. Problemet med att det blir väldigt mycket organiserat är att då slutar man spela på sina egna villkor och börjar spela på någon annans villkor.

Respondent fotboll 1

Respondenterna upplever även att det har skett en förändring i den föreningskänsla som funnits på ett starkt och tydligt sätt i Sverige. Det har gått från att medlemmarna i en ideell förening ser sig som just medlemmar till att de anser att de köper en produkt som föreningen ska leverera. Detta är något som även respondent simning 1 lyfter fram: ”Vi vill ha nöjda medlemmar, vi vill inte ha nöjda kunder. Och vi, jag lever i tron om att det finns andra värden som inte kan mötas av en fri marknad där ekonomisk vinning är det enda instrumentet helt enkelt.”

Att en förändring i värderingar skett hos människor gällande privata aktörer är tydligt inom vård- och skolbranschen där de är en del i marknaden. Kanske har även idrottens värderingar ändrats genom att ideella föreningar idag inkluderar privata aktörer i sin verksamhet, då skapas inte enbart en sektorböjning utan man legitimerar också dessa aktörer. Denna legitimering leder till att de privata aktörerna är på god väg att bli en del av idrottens institution och spelplan likt det Meyer och Rowan (1977) redogjorde för. Detta är också något som på sikt leder till att de kommer att överleva på marknaden.

4.3 Konkurrensbilden på marknaden

Samtliga intervjuade respondenter upplevde att någon del av den idrottsliga verksamheten möter konkurrens från privata aktörer. Det upplevdes främst konkurrens inom barn- och ungdomsidrotten i form av camp- och lägerverksamheter. Inom den löpande verksamheten, det vill säga barnidrott med ett par tillfällen i veckan som följer skolterminerna, uppgav endast respondenterna från simningen att de upplever konkurrens. Flera av respondenterna angav att konkurrensen blivit mer påtaglig under de senaste åren.

4.3.1 Idrottsföreningars upplevelse på marknaden

En intressant aspekt som framhävs från respondent simning 1, simning 2 och friidrott 2 är det faktum att kommunen är en aktör på marknaden och agerar likt en privat aktör i

idrottssammanhang där detta ses som något ovanligt. Respondent simning 1 beskriver situationen på följande vis ” [...] Stockholms Stad bedriver simskola som om de vore en privat aktör. De har då monopol på många simtider.”. Det innebär i praktiken att kommunen har tillgång till mer attraktiva tider att bedriva simskola på och på så sätt har de en konkurrensfördel gentemot föreningarna. Detta är något som kan uppfattas som orättvist då föreningarna hyr bassängerna från kommunen. Inom friidrotten är det inom lägerverksamheten som kommunen konkurrerar genom subventionerade sommarläger vilket gör dem väsentligt billigare än friidrottsklubbarnas läger.

Respondent friidrott 2 upplever också orättvis konkurrens i form av att privata aktörer kommer och nyttjar en anläggning som en förening har hyrt och bedriver sin verksamhet på. På så vis tar den privata aktören yta från föreningen utan tillåtelse från föreningen eller från anläggningsägaren och utan att betala hyra. Det förekommer också privata aktörer inom simningen i form av simskola och vuxenverksamhet. Huruvida dessa konkurrenter inverkar på föreningarnas verksamhet är svårt att urskilja men respondent simning 2 tror att de är en fördel och hävdar att:

[...] de kanske tar lite marknadsandelar i våra yngsta grupper men å andra sidan genererar de fler medlemmar till oss i de lite äldre grupperna. Jag vet inte vad som gett oss mest antal medlemmar totalt men vi har ju också bättre möjligheter att ta emot de lite äldre barnen och det är också där vi är lite starkare liksom. Så jag tror det totalt är nästan bara positivt att de här bara finns.

Respondent simning 2

Respondent fotboll 1 förklarar att de har en bred verksamhet vilket gör att det finns många privata aktörer som konkurrensen kommer ifrån. Denne betonar även att konkurrensen kan komma från många olika aktörer, inte bara privata utan även från andra ideella föreningar. Konkurrens från privata aktörer kan komma i form av spelarutbildning i olika former. Respondenten menar att med en bred verksamhet är det många privata att förhålla sig till men att det egentligen inte är den löpande verksamheten som möter konkurrens. ” [...] vi är inte vid den punkten än att de privata aktörerna, oftast iallafall det finns några undantag, bedriver löpande verksamhet med träningar tre gånger i veckan och matcher på helgerna och turneringar.”. Vidare beskriver respondenten att:

Vi tycker att det är kul att, om de väljer vår verksamhet för vi får då 1) möjligheten att fortsätta utbilda dem i koncentrerad form kanske men 2) så blir det faktiskt en inkomstkälla för oss och det finns ett syfte för oss att driva lagcamper, fotbollsskola för att vara inkomstbringande aktiviteter helt enkelt. Det är ett sätt för föreningen att kunna tjäna extra pengar, men vi kan bara göra det om vi är en bra produkt så där gäller det att ta på sig en annan hatt än vad man har i vardagen, man får ta på sig liksom privata aktörer hatten där och sätta in sig i konkurrensmode så att, då kan man säga ur ett föreningsperspektiv när vi ska in i det här så då ser man ju att det är konkurrens för oss. Men vi står inte och faller med den inkomstdrivande verksamheten om vi kan driva föreningsverksamhet eller inte utan det den inkomstdrivande verksamheten gör är att vi kan driva mer saker av det vi vill göra.

Respondent fotboll 1

Idrottens löpande verksamhet upplever i dagsläget ingen huvudsaklig konkurrens utan istället finns konkurrensen på privatträningar, camper och i lägerverksamheter. Det stora undantaget är inom simningen där Stockholms Stad bedriver egen verksamhet i kommunal regi i form av simskola där de själva styr vilka tider de vill hyra anläggningarna. Kommunen bedriver också lägerverksamhet inom friidrott med subventionerade priser. Att en kommunal aktör bedriver sådan idrottslig verksamhet är något som ses som ovanligt. Noterbart är också att respondent simning 2 har en positiv bild av de privata aktörerna och ger en bild av att de gynnar deras egen verksamhet. Detta är i likhet med vad Andreassen och Kotler (1996) kommit fram till, att en ökning av marknadens storlek genom att fler aktörer etableras kan gynna alla inblandade parter.

Det är tydligt att respondenterna är olika förberedda för konkurrensen och därför reflekterar olika kring denna. Överlag beskrivs problemet som större inom lagidrotterna ishockey och fotboll då det påverkar hela laget om någon är borta från en träning för att träna privat samt att föreningarnas verksamhet går ut på att skapa starka lag. Det framhävs att det skapar idrottsliga och ekonomiska svårigheter. Detta blir i huvudsak ett idrottsligt och välmåendeproblem som skapas av de privata aktörerna gentemot ishockey och fotboll, till skillnad från friidrott och simning där problemet i huvudsak inte beskrivs utifrån en idrottslig bild utan snarare i ekonomiska termer.

4.3.2 Hanteringen i föreningen

En intressant aspekt mellan respondenterna fotboll 2 och ishockey 2 är att båda är emot att deras aktiva genomför träning med privata aktörer men har olika strategier för att hantera detta.

Respondent fotboll 2 har valt att kommunicera med föräldrarna om eventuella problem som detta kan medföra, vilket även respondent ishockey 2 har gjort. Det som skiljer dem åt är att respondent ishockey 2 dessutom valt att erbjuda mer träning för att möta behovet så att medlemmarna inte ska känna att de behöver vända sig till privata aktörer. I verksamheten som respondent fotboll 2 arbetar i är anläggningen helt stängd för privata aktörer, anläggningen finns till enbart för föreningsidrott.

Genom att de flesta föreningarna som intervjuades livnär sig på sin löpande verksamhet snarare än den verksamhet som konkurrensutsätts i första hand är hanteringen inte något som arbetas med löpande och som är prioriterat. Respondent ishockey 1 och 2 samt fotboll 2 är uttrycker störst motstånd till de privata aktörerna och arbetar med att informera sina medlemmar om att klubbverksamheten och träningen med sitt lag går före träningar med privata aktörer.

Sen jag kom in har jag lyft fram att vi ska utveckla hela individen både vad gäller deras personlighet och beteende, hur de kan bli bra människor och sen såklart måste vi titta på hur vi kan hjälpa dem att bli bra hockeyspelare. Det känner vi är viktigt, det är mer långsiktigt men det mest seriösa sättet att jobba med detta att se till att ta det lugnt, du kommer att utvecklas som spelare. Och det är det enda vi kan göra. De andra är betydligt mycket mer quick fix.

Respondent ishockey 1

Vidare framhävs problemet av respondent fotboll 2 att de privata aktörerna inte regleras likt resten av idrotten gör från Riksidrottsförbundet, samt att barn inte mår bra av för mycket idrott. Respondenten beskriver det som att barn idag går på träning med sin grupp några träningspass i veckan och senare ytterligare några träningspass med en privat aktör.

Ett återkommande tema för att hantera konkurrensen är att öka kvaliteten i sin verksamhet. Respondent ishockey 2 arbetar även med att erbjuda så pass mycket träning så att medlemmarna inte ska behöva söka sig annanstans för att träna. Respondent simning 1 förklarar att i deras verksamhet är det kvalitet och sammanhanget som är det viktigaste:

Vad gäller barn och ungdomsverksamheten så är det kvalitet, kvalitet, kvalitet. Vad gäller vuxenverksamheten så jobbar vi mer med ett sammanhang att tillhöra nånting, att du är del i en förening och det kan vara en del i en grupp också. Vi har en del vuxengrupper som har kört fyra fem år i rad, minst, exakt samma simträning, samma tid i samma bad

trots att vi haft en kursverksamhet. Men oavsett om någon har blivit bättre eller sämre än någon annan så vill de träffas tillsammans [...].

Respondent simning 1

Ytterligare ett sätt att hantera konkurrensen på är genom att starta egen verksamhet likt de privata aktörernas verksamhet något som respondent friidrott 1 gjort:

Det finns en annan typ av konkurrens och det är sådana som är PT:ar. Då är det mest långlöpning, de som dyker upp och erbjuder sina tjänster. Långlöpning som många PT:ar vänder sig till är medelålders människor, men då har vi startat en egen sån här grupp faktiskt och det har gått bra [...].

Respondent friidrott 1

Borgers et al. (2018 refererad i Rossi, Breuer och Feiler, 2020) hävdar att deltagare i ideella organisationer i större utsträckning fokuserar på de sociala aspekterna samtidigt som medlemmar i gym och andra privata aktörer motiveras av hälsoaspekten. Respondent friidrott 2 målar upp det tydligt:

[...] vi har ju den stora utmaningen som gäller inte bara [oss] utan det gäller ju idrott överhuvudtaget det är ju att försöka att behålla våra ungdomar högre upp i åldrarna, som är en stor utmaning. Det här är ju något som har pågått under några decennier att äldre sidan har utarmats mer och mer, att det har blivit mer barn och ungdomsverksamhet. Ytterst få som fortsätter, i för sig, det kanske man inte ska säga, den andra marknaden med unga vuxna som idrottar har ju blivit mycket större, det här med som jag sa löpargrupper, gym, man tränar på annat sätt för att hålla sin kropp i trim liksom istället för att hålla på med någon form av elitmotionär inom någon idrott, så håller man på och tränar sin kropp och håller den i trim på olika sätt.

Respondent friidrott 2

Att kvaliteten höjs när konkurrens råder är i linje med Konkurrensverkets (u.å.) redogörelse av vad konkurrensbegreppet innebär. Många av respondenterna saknar ett konkret arbete gentemot sina konkurrenter något som skulle kunna visa på att de privata aktörerna kanske inte ses som ett så stort problem, hade problemet och konkurrensen varit större hade man sannolikt arbetat mer med konkurrensfrågor. De som opponerar sig mest emot privata aktörer kommer från fotboll och ishockey som båda är bland de största idrotterna i Sverige enligt

Riksidrottsförbundet (2021). Att idrotterna är stora är viktigt att ha i beaktande då många aktiva kan vara en viktig faktor i att det skapats en jämförelsevis större efterfrågan på privata aktörer i fotboll och ishockey än i friidrott och simning.

En reglering och certifiering på marknaden som hade kopplat de privata aktörerna till den svenska idrottsrörelsen skulle vara ett sätt att förbättra hela idrottsmarknaden, dock på bekostnad av att de privata aktörernas verksamhet legitimeras fullt ut. Detta skulle även möjliggöra att idrottsrörelsen kan ställa krav på de privata aktörerna och tillsammans ta fram gemensamma riktlinjer för barn och ungdomsidrottande, något som idag saknas.

4.3.3 Påverkan på idrottsföreningarna

Det finns flera sätt som ideella idrottsföreningar kan komma att påverkas av privata aktörer, både negativa och positiva. Flera av respondenterna framhåller att de främst möter konkurrens i sina lov- och campverksamheter, vilket kan göra att deltagarantalet minskar om det finns privata aktörer på marknaden. Detta gör i sin tur att pengarna går från föreningslivet till privata aktörer, men det är flera av respondenterna som menar att de har högt antal deltagare på dessa verksamheter samt att föreningen inte står och faller med lov- och campverksamheten. På lång sikt kan det dock betyda att det försvinner stora summor pengar från föreningslivet.

[...] vad det gäller den typen av konkurrens, på sätt och vis välkomnar jag det för att det ska tvinga alla att bli desto bättre med sin egen campverksamhet, men svårigheten är att campverksamhet också är en viktig del i finansieringen av ungdomshockeyn som är dyr. Så blir vi av med en camp eller vi har inte tillräckligt många deltagare, det är flera 10 tusentals kronor per camp som försvinner från att kunna göra föreningen ännu bättre.

Respondent ishockey 1

Som tidigare nämnts är kvaliteten något man använt sig av för att möta den konkurrens man upplevt från privata aktörer. Detta går att koppla till det som Konkurrensverket (u.å.) skriver om att en fungerande konkurrens kan stimulera till att skapa effektivitet och bidra till att kvaliteten höjs. Dock är kvalitet ett begrepp som kan betyda olika för olika personer samtidigt som det inte går att säkerställa att det är de privata aktörernas direkta påverkan som gjort att verksamheterna behövt höja sin kvalitet, något som respondent simning 2 målar upp:

Jag tror inte att det är deras [privata aktörernas] existens som gjort att vi gjort något för att möta konkurrensen från dem. Men kanske snarare bara generellt vad vi jobbat med att bli en bättre idrottsförening och kunna erbjuda bättre kvalitet liksom generellt snarare än att just på grund av att möta konkurrensen.

Respondent simning 2

Föreningarna framhäver sig som starka aktörer i förhållande till konkurrenterna, bland annat genom att deras varumärke är starkt. Respondent fotboll 1 menar att de är starka gentemot privata aktörer genom att de har en verksamhet som finns där hela tiden, de gör inga punktinsatser liksom de privata aktörerna utan de finns där hela tiden.

Vidare menar respondent fotboll 1 att ”vi är ett [...] starkt varumärke.” och att ”vi är otroligt medvetna om att vi har den positionen så vi vet också om att vi måste leverera för vår fallhöjd blir mycket högre [...]”. Något som även respondent simning 2 konstaterar: ”för att fortsätta bibehålla det här starka varumärket så måste vi fortsätta leverera hög kvalitet och det är något vi jobbar med hela tiden i alla delar av verksamheten.”. Ritchie, Swami och Weinberg (1999) antyder att föreningars varumärke måste vara starkt för att kunna konkurrera om arbetskraft, konsumenter/medlemmar, bidrag och sponsring från andra aktörer. Att respondenterna kan luta sig mot sitt starka varumärke är för dem en stor konkurrensfördel.

I framtiden ser inte många av respondenterna de privata aktörerna som det största hotet utan anläggningsbristen framhävs som den största utmaningen framöver, vilket det också kommer att bli för de privata aktörerna som i stor utsträckning använder sig av samma anläggningar. Det framhålls även andra framtida utmaningar som kan ha stora betydelser på den svenska idrottsrörelsen. Respondent ishockey 1 framhäver att ”jag tror att det kommer att vara samhällets synsätt på föreningslivet. Är det viktigt? Är det inte viktigt?” som kommer att vara den stora framtida utmaningen för idrotten och idrottsrörelsen i Sverige. Svensk idrottsrörelse och föreningsliv står inför stora utmaningar och pressas från privata aktörer. Vilken organisationsform ska vara den institutionaliserade normen att bedriva idrottslig verksamhet i framöver? Lindblad och Lundén (2008) hävdar att idrottsföreningar i första hand ämnar samla medlemmar och aktiva med gemensamt intresse. Intresset för att se på idrott och för att röra på sig har knappast minskat när lagen i de större ligorna slår publikrekord, säsong efter säsong.

Idrottsföreningar inom ramen för denna studie har redan stött på delar av den privatiseringsvåg som sveper över landet och hur detta kommer att påverka idrotten i Sverige återstår att se. Att idrottsföreningar tvingas hålla en hög kvalitet för att kunna vara konkurrenskraftiga kan ses som något väldigt positivt för idrottsrörelsen, men frågan är hur de privata aktörerna kommer att påverka idrotten på lång sikt. Anmärkningsvärt är också att ingen av respondenterna framhäver att deras idrottare kan bli bättre av att använda en privat aktör och att det kan vara bra för föreningens idrottsliga prestationer.

4.4 Sammanfattande analys

Har idrottsföreningarna tappat bollen till de privata aktörerna? Svensk idrottsrörelses kärnvärderingar bygger på föreningsförstran och inkludering något som saknas hos de privata aktörerna. Samtidigt kan det vara så man bara vill bli bättre på sin idrott och då är privata aktörer ett till alternativ, om man har ekonomiska resurser för det. Ingen av föreningarna tror sig förlora medlemmar på grund av de privata aktörernas existens något som kan förklaras av att som tävlingsidrottare måste man alltid vara ansluten och representera en idrottsförening. Det är en förutsättning för att kunna delta i tävlingar som är sanktionerade av specialidrottsförbund och för landslagsuppdrag.

Svensk idrottsrörelse genom Riksidrottsförbundet bör ta ett gemensamt ställningstagande gentemot privata aktörer inom idrotten och undersöka hur en eventuell reglering av hela idrottsmarknaden skulle kunna vara möjlig. Detta för att inte gynna en fri marknad med ekonomisk vinning som primärt fokus som rubbar de grundläggande svenska idrottsliga värderingarna. Genom att införa en licensiering från exempelvis Riksidrottsförbundet för de privata aktörerna kan man ställa krav på dem samtidigt som idrottsrörelsen blir mer jämlik, bättre och större för alla involverade.

Institutionaliserade idéer som sprids bland annat genom privatiseringen i Sverige behöver inte nödvändigtvis vara den bästa tänkbara lösningen för att stimulera marknaden. Respondenterna från ishockeyn framhåller att det vore synd om idrotten i Sverige skulle bli lik idrottssystemet i USA. De vet inte heller om förändringen är här för att stanna eller om det är en fas som idrotten går igenom och om det kommer att bli en bestående förändring.

Konkurrensverket (u.å.) skriver om att konkurrens ser till att marknaden och samhället håller sig modernt, men frågan är om detta kommer att göra gott för idrottsrörelsen eller om det kommer att föra idrotten åt ett snävare håll i Sverige.

5. Slutsatser

Studiens syfte var att undersöka hur ideella idrottsföreningar agerar på en marknad i förändring och hur de upplever konkurrensen från privata aktörer på idrottsmarknaden. Vidare var syftet att undersöka hur ideella idrottsföreningar hanterar denna konkurrens samt hur ideella idrottsföreningar kan komma att påverkas av den konkurrens som idag finns från privata aktörer.

Samtliga föreningar i studien upplever konkurrens från privata aktörer. Denna upplevelse kunde främst tolkas som negativ på respondenterna och att dessa privata aktörer till stor del inte har en särskilt positiv inverkan på idrotten i Sverige. Något som däremot kunde tolkas som positivt med flera aktörer på idrottsmarknaden var att kvaliteten hos de ideella föreningarna tvingas upp på en högre nivå för att kunna stå emot den konkurrenskraft som kommer från de privata aktörerna. Det är tydligt att de som upplever den största konkurrensen är lagidrotterna fotboll och ishockey, vilka också kommit längst i sin hantering av den här typen av konkurrens. Den större delen av den löpande verksamheten hos samtliga respondenter påverkas i dagsläget inte avsevärt av de privata aktörerna, men detta kan komma att förändras. Privatiseringen på den svenska idrottsmarknaden är ett faktum som ideella idrottsföreningarna kommer att bli tvungna att hantera och förhålla sig till. Här har de studerade lagidrotterna fotboll och ishockey en tydligare plan för situationen som den ser ut idag, men de är även förberedda på att förändringarna på idrottsmarknaden kan komma att bli ännu större i framtiden.

I dagsläget handlar konkurrensupplevelsen i alla de studerade idrotterna till stor del om förlorat kapital från föreningslivet till de privata aktörerna, vilket kan få stora konsekvenser för den idrottsrörelse som finns i Sverige idag. Det handlar även om vad som är mest hälsosamt för barn och ungdomar och vad som är bäst för deras utveckling som idrottare och som individer. För samhället i stort kan man tänka sig att det är bäst för folkhälsan att idrotta och röra på sig oavsett om det sker i privat- eller i föreningsregi, men då krävs det att idrottandet och rörelsen sker på ett hälsosamt sätt. Att normalbilden av hur idrottsverksamhet bedrivs och att den konkurrensutsätts kan medföra såväl positiv som negativ utveckling av idrotten. Idrottens värderingar är något som de ideella föreningarna vill behålla och föra vidare, vilket kunder hos de privata aktörerna går miste om. Inom idrott hos privata aktörer har endast vissa personer

möjlighet att delta och det kan skapas en ekonomisk selektering vilket motarbetar den bredd som föreningslivet vill skapa inom barn- och ungdomsidrott.

Att idrottsföreningarna befinner sig på en marknad i förändring är välkänt, dock är det få föreningar som agerar. Idrottsrörelsens främsta konkurrensmedel idag består av kvalitet, kontinuitet och varumärke. På lång sikt handlar det om hur idrottsrörelsen kommer att förändras och utvecklas. Denna studie väcker nya frågor om hur idrotten kan komma att se ut i Sverige i framtiden. Kommer idrottsmarknaden i Sverige att bli mer lik den som finns i USA eller kommer den svenska idrottsrörelsens modell att behållas så som den ser ut idag? Kommer utvecklingen inom idrotten innebära att föreningarna tvingas att bli mer lika företag för att överleva? Det som sker kan vara början till ett stort paradigmskifte, men den stora frågan kommer alltid att handla om vilka aktörer vi går till för vår tid i rörelse.

Referenslista

Tryckta källor

Ahrne, G., Boström, M. & Forssell, A. (2004), *Meningen med föreningen: vad är frivilligt med frivilligorganisationer?* I Boström, M, Forssell, A, Jacobsson, K & Tamm Hallström, K (red), *Den organiserade frivilligheten*. Malmö: Liber.

Backman, J. (2016). *Rapporter och uppsatser*. (3.,[rev.] uppl.). Lund: Studentlitteratur.

Denscombe, M. (2018). *Forskningshandboken: för småskaliga forskningsprojekt inom samhällsvetenskaperna*. Studentlitteratur AB.

Eriksson-Zetterquist, U., Kalling, T., & Styhre, A. (2015). *Organisation och organisering*. (4.uppl.). Liber.

Forssell, A., & Ivarsson Westerberg, A. (2007) *Organisation från grunden*. Liber.

Kvale, S., & Brinkmann, S. (2014). *Den kvalitativa forskningsintervjun*. Lund: Studentlitteratur.

Lindblad, J., & Lundén, B. (2008). *Ideella föreningar – skatt, ekonomi och juridik*. Näsviken: Björn Lundén information.

North, D. C., Lundh, C., & Sjöström, H. O. (1993). *Institutionerna, tillväxten och välståndet*. Stockholm: SNS.

Thunberg, B. (2006). *Den ideella föreningen – juridik och ekonomi*. Lund: Studentlitteratur.

Digitala källor

Andreasen, A.R., & Kotler, P. (1996). *Strategic marketing for nonprofit organizations*. Upper Saddle River, N. J.: Prentice Hall.

Anheier, H.K. (2000). *Managing non-profit organisations: towards a new approach*, *Civil Society Working Paper, Series, 1*. Centre for Civil Society, London School of Economics and Political Science, London, UK. <http://eprints.lse.ac.uk/id/eprint/29022>

Bolagsverket. (2018-04-19). *Vad är en näringsdrivande förening?*

<https://bolagsverket.se/fo/foreningsformer/ideell/vad-1.2917>

Courtney, R. (2002). *Strategic Management for Voluntary Nonprofit Organizations*.

Routledge: London. *of Nonprofit and Voluntary Sector Marketing*, 4 (1), 26-42.

Dees, J. G., & Anderson, B. B. (2003). Sector-bending: Blurring lines between nonprofit and for-profit. *Society*, 40(4), 16-27. https://centers.fuqua.duke.edu/case/wp-content/uploads/sites/7/2015/02/Article_Deese_SectorBending_2003.pdf

Fyrberg Yngfalk, A., & Hvenmark, J. (2014). Vad händer med civilsamhället när staten gör som marknaden. *Om marknadsisering, myndigheter och ideella organisationer*. Stockholm: Ersta Sköndal högskola och Sveriges Riksidrottsförbund.

https://www.rf.se/globalassets/riksidrottsforbundet/nya-dokument/forskning-fou/framtidens-forening/fou2014_4-vad-hander-med-civilsamhallet-nar-staten-gor-som-marknaden.pdf?w=900&h=900

Hajkowicz, S. A., Cook, H., Wilhelmseder, L., & Boughen, N. (2013). The Future of Australian Sport: Megatrends shaping the sports sector over coming decades. A Consultancy Report for the Australian Sports Commission. *Australia: CSIRO*.

https://www.sportanddev.org/sites/default/files/downloads/the_future_of_australian_sport_full_report.pdf

Konkurrensverket. (u.å). *Varför konkurrens?*

<https://www.konkurrensverket.se/konkurrens/om-konkurrensreglerna/--ovrigt--/varfor-konkurrens/>

Lindman, A. (2013-05-13). Fakta: 51-procentsregeln. *SVT Sport*.

<https://www.svt.se/sport/artikel/fakta-51-procentsregeln>

Meyer, J. W., & Rowan, B. (1977). Institutionalized organizations: Formal structure as myth and ceremony. *American journal of sociology*, 83(2), 340-363. [https://doi-](https://doi-org.till.biblextern.sh.se/10.1086/226550)

[org.till.biblextern.sh.se/10.1086/226550](https://doi-org.till.biblextern.sh.se/10.1086/226550)

Mirick, R. G., & Wladkowski, S. P. (2019). Skype in qualitative interviews: Participant and researcher perspectives. *The Qualitative Report*, 24(12), 3061-3072.

<https://search.proquest.com/openview/ace9f2cf6c7a80b0745cc9b82072d063/1?pq-origsite=gscholar&cbl=55152>

Misener, K. E., & Misener, L. (2017). Grey is the new black: Advancing understanding of new organizational forms and blurring sector boundaries in sport management. *Journal of sport management*, 31(2), 125-132. <https://doi.org/10.1123/JSM.2017-0030>

Nowy, T., Wicker, P., Feiler, S. & Breuer, C. (2015). Organizational performance of nonprofit and for-profit sport organizations. *European Sport Management Quarterly*, 15(2), ss. 155–175. DOI: 10.1080/16184742.2014.995691

Persson, A. (2020-11-04). 51-procentsregeln skadar idrotten – men inte av den anledning du tror. *Idrott och samhälle*. <https://idrottochsamhalle.se/article/51-procentsregeln-skadar-idrotten-men-inte-av-den-anledning-du-tror/>

Peterson, T. (2003). Idrott mellan folkrorelse och kommersialism. *Svensk idrottsforskning*, 2(1), ss. 60–64. <https://www.idrottsforskning.se/wp-content/uploads/2014/04/Idrott-folkrorelse-kommersialism.pdf>

Redelius, K., & Larsson, B. (2020-01-16). *GIH:s forskare om privata aktörers aktiviteter för barn*. Gymnastik och Idrottshögskolan. <https://www.gih.se/Nyheter/2020/Karin-Redelius-i-Aktuellt-om-privata-aktorer-aktiviteter-mot-barn/>

Redelius, K., & Svensson, A., (2017-10-12). Centrum för idrottsforskning. *Allt vanligare med kommersiell barn- och ungdomsidrott*. <https://www.idrottsforskning.se/allt-vanligare-med-kommersiell-barn-och-ungdomsidrott/>

Riksidrottsförbundet (2014). *Arbetsunderlag – Den svenska idrottsrörelsen 2.0: En idrottsrörelse redo för framtiden*. <https://www.rf.se/globalassets/riksidrottsforbundet-riksidrottsforum2/dokument/rif2014/arkiv-rif2014/arbetsunderlag---den-svenska-idrottsrorelsen-2.pdf?w=900&h=900>

Riksidrottsförbundet (2019a). *RF:s Stadgar*.

<https://www.rf.se/globalassets/riksidrottsforbundet-svensk-antidoping/dokument/rfs-stadgar-2020-01-01.pdf>

Riksidrottsförbundet (2019b). *Idrotten Vill*.

<https://www.rf.se/globalassets/riksidrottsforbundet/nya-dokument/nya-dokumentbanken/rfs-verksamhet/idrotten-vill--idrottsrorelsens-ideprogram.pdf>

Riksidrottsförbundet. (2020). *Idrottsrörelsen i siffror 2019*.

<https://www.rf.se/globalassets/riksidrottsforbundet/nya-dokument/nya-dokumentbanken/idrottsrorelsen-i-siffror/2019-idrotten-i-siffror---rf.pdf?w=900&h=900>

Riksidrottsförbundet (2021). *Idrotten i siffror 2020*.

<https://www.rf.se/globalassets/riksidrottsforbundet/nya-dokument/nya-dokumentbanken/idrottsrorelsen-i-siffror/2020-idrotten-i-siffror---rf.pdf?w=900&h=900>

Riksidrottsstyrelsen. (2012). *IdrottsAB-utredningen*.

https://www.rf.se/globalassets/riksidrottsforbundet-rim/dokument/2013/rf-stamman-2013/remiss_om_idrotts_ab.pdf?w=900&h=900

Ritchie, R. J., Swami, S., & Weinberg, C. B. (1999). A brand new world for nonprofits.

International Journal of Nonprofit and Voluntary Sector Marketing, 4(1), 26-42.

https://onlinelibrary.wiley.com/doi/pdf/10.1002/nvsm.54?casa_token=hTISYF_IK0kAAAAA%3AvOxX1vSwjH77Z-

[yLNdWj7gvu3sfwewTHb3XVDysEVaLM_wkLAp5bGaM9xgXR0bIqeQJAGNXaL5AG7HQ](https://onlinelibrary.wiley.com/doi/pdf/10.1002/nvsm.54?casa_token=hTISYF_IK0kAAAAA%3AvOxX1vSwjH77Z-yLNdWj7gvu3sfwewTHb3XVDysEVaLM_wkLAp5bGaM9xgXR0bIqeQJAGNXaL5AG7HQ)

Rossi, L., Breuer, C., & Feiler, S. (2020). Determinants of non-profit sports clubs' perceived competition from commercial sports providers. *Sport Management Review*, 23(4), 736-749.

<https://doi.org/10.1016/j.smr.2019.10.001>

Rowley, J. (2012), "Conducting research interviews", *Management Research Review*, Vol. 35

No. 3/4, pp. 260-271. <https://doi.org/10.1108/01409171211210154>

Sauerland, D. (2015). Ideologies, institutions, and the new institutionalism. *International Encyclopedia of the Social & Behavioral Sciences*, Vol 11. (pp. 561–572.) Edition: 2nd
Publisher: Elsevier. DOI:[10.1016/B978-0-08-097086-8.63109-4](https://doi.org/10.1016/B978-0-08-097086-8.63109-4)

Sikolia, D., Biros, D., Mason, M., & Weiser, M. (2013). Trustworthiness of grounded theory methodology research in information systems. *MWAIS 2013 Proceedings*. 16.
<https://aisel.aisnet.org/mwais2013/16>

Stenbacka, W. (2019-06-07). Förbundspennan: Folk är redo att betala för idrottstjänster – vad kan föreningarna lära sig av den privata sektorn? *Yle Sporten*.
<https://svenska.yle.fi/artikel/2019/06/07/forbundspennan-folk-ar-redo-att-betala-for-idrottstjanster-vad-kan-foreningarna>

Vos, S., & Scheerder, J. (2014). Fact or fiction? An empirical analysis of cooperation between mass sport providers at the local level. *European journal for sport and society*, 11(1), 7-34,
DOI: 10.1080/16138171.2014.11687931

Zethrin, N. O. (2015). *Mellan masskonsumtion och folkrörelse: idrottens kommersialisering under mellankrigstiden* [Doktorsavhandling Örebro universitet]. http://oru.diva-portal.org/smash/record.jsf?aq2=%5B%5B%5D%5D&c=1&af=%5B%5D&searchType=SIMPLE&query=zethrin&language=sv&pid=diva2%3A795426&aq=%5B%5B%5D%5D&jfwid=5727&sf=all&aqe=%5B%5D&sortOrder=author_sort_asc&onlyFullText=false&noOfRows=50&dswid=-5127

Bilaga 1. Intervjuguide

Syftet med denna intervju är att besvara våra forskningsfrågor:

1. Hur upplever ideella idrottsföreningar konkurrensen med privata aktörer?
2. Hur hanterar ideella idrottsföreningar konkurrensen med privata aktörer?
3. Hur påverkas ideella idrottsföreningar av konkurrensen med privata aktörer?

Du får närsomhelst avbryta, avböja och avsluta intervjun om så önskas. Vi kommer att anonymisera alla svar som ges och de som tar del av svaren är vi som skriver uppsatsen ihop. Intervjun kommer att spelas in för att sedan transkriberas och efter kursens slut raderas.

Frågor:

Inledande frågor

- 0.1 Berätta om er verksamhet.
- 0.2 Vad är din roll i verksamheten?
- 0.3. Hur länge har du arbetat där?

Innan vi går in på våra huvudfrågor vill vi berätta hur vi i denna uppsats definierar konkurrens och privata aktörer. Vi definierar konkurrens, med stöd i Konkurrensverkets definiering, som: ett sätt att ge konsumenter valmöjlighet och stimulerar marknaden till att hålla hög kvalitet och hålla priserna nere. En privat aktör är en verksamhet vars mål är att gå med ekonomisk vinst och som inte har en idrottsförening bakom sig.

För frågeställning 1

- 1.1. Upplever ni konkurrens inom något av era verksamhetsområden utav privata aktörer?
- 1.2. Vilken typ av konkurrens är det ni upplever?
- 1.3. Vilken del av er verksamhet har tuffast konkurrens?
- 1.4. Vad är det som gjort att konkurrens uppstått?
- 1.5. Finns det något som gör konkurrensen orättvis?

För frågeställning 2

- 2.1. Hur hanterar ni konkurrensen med privata aktörer?
- 2.2. Hanterar ni konkurrensen på olika sätt i de olika verksamhetsområdena?

2.3. Skulle ni kunna hantera konkurrensen annorlunda än ni gör i dagsläget? I så fall, hur?

För frågeställning 3

3.1. Vad har ni gjort för att möta konkurrensen?

3.2. Har ni förändrat något i er verksamhet för att bli mer konkurrenskraftiga?

3.3. Vad är det som gör er till en stark aktör i förhållande till era konkurrenter?

Avslutningsvis

4.1. Vad är bäst med er verksamhet ur konkurrenssynpunkt?

4.2. Vilka framtida utmaningar står ni inför?

4.3. Har du något att tillägga?

Tack för din medverkan!

Bilaga 2. Intervju - Uppsats om idrottsföreningars upplevda konkurrens av privata aktörer

Hej NAMN!

Vi är två Sport Managementstudenter vid GIH/SH som under våren skriver vår kandidatuppsats i företagsekonomi och söker intervjupersoner. Vi söker en person som kan tänkas hjälpa oss att svara på våra forskningsfrågor (se nedan) genom en intervju om ca 30–45 min som genomförs digitalt. Intervjufrågorna kommer att skickas ut på förhand, tillsammans med möteslänken.

De frågeställningar vi ämnar svara på är som följer:

1. Hur upplever ideella idrottsföreningar konkurrensen med privata aktörer?
2. Hur hanterar ideella idrottsföreningar konkurrensen med privata aktörer?
3. Hur påverkas ideella idrottsföreningar av konkurrensen med privata aktörer?

Det är till stor fördel om respondenten har kännedom om er verksamhets konkurrenter och hur ni förhåller er till dessa.

Har ni någon person i er organisation som kan tänka sig att ställa upp på en intervju?

Vi finns tillgängliga och önskar genomföra intervjuerna mellan den 12 april och 7 maj.

Vänliga hälsningar,

Sofia Matteoni & Walter Forsberg Meinhart