



Hur mår svensk elitfotboll?

En analys av den finansiella
ställningen i Allsvenskan 2018



Building a better
working world

Innehåll

01 Förord.....	3
02 Sammanfattning.....	4
03 Allsvenskans bidrag till den svenska statskassan	5
04 Analys av Allsvenskan	9
05 Analys av klubbarna.....	33
05 AIK	34
05 IFK Norrköping	36
05 Malmö FF	38
05 Hammarby IF.....	40
05 BK Häcken	42
05 Östersunds FK	44
05 Djurgårdens IF.....	46
05 GIF Sundsvall	48
05 Örebro SK	50
05 Kalmar FF	52
05 IFK Göteborg	54
05 IF Elfsborg	56
05 IK Sirius FK	58
05 IF Brommapojkarna	60
05 Dalkurd FF	62
05 Trelleborgs FF	64
06 Slutlig analys.....	67
Upplysningar.....	72

Fotboll är en av Sveriges största publikporter och utgör en tredjedel av all idrott i Sverige. Allsvenskan är den högsta serien i svensk fotboll. Många elitföreningar i Allsvenskan driver delar av sina verksamheter via ett eller fler aktiebolag. Klubbarna måste ofta ta stora finansiella risker samtidigt som de ska uppfylla verksamheternas ideella mål.

EY har analyserat de allsvenska klubbarnas årsredovisningar från de senaste fem åren. Syftet med analysen var att identifiera eventuella samband mellan klubbarnas idrottsliga framgångar och ekonomiska förutsättningar. Under arbetets gång blev det tydligt att de allsvenska klubbarna står inför ett antal utmaningar.

I årets fotbollsrapport har vi valt att fördjupa oss i vad Allsvenskan bidrar med i skatteintäkter i form av inbetalda sociala avgifter, löneskatt på pension, källskatt, mervärdesskatt, reklamskatt och andra punktskatter. Uppskattningsvis uppgick de allsvenska klubbarnas bidrag till statskassan under 2018 till 493 miljoner kronor.

Vår förhoppning är att denna rapport ska fungera som ett beslutsunderlag i klubbarnas arbete med att utveckla sina verksamheter på ett hållbart sätt – både på kort och lång sikt.

Vi vill passa på att rikta ett stort tack till Sanna Lindén, Emil Wik, Marcus Danielson, Erik Martinsson, Max Almgren, Therese Höjlund och Michael Öster som varit viktiga i arbetet med att ta fram årets allsvenska fotbollsrapport.

Stockholm den 2 april 2019

Carlos Esterling

Ansvarig partner, EY
Sports Business Services
i Sverige

Mikael Bergsten

Ansvarig partner, EY
Sports Business Services
i Sverige



Under 2018 gör Allsvenskan som helhet ett positivt rörelseresultat på 86 miljoner kronor sett till totala omsättning. Det är en ökning med 37 procent jämfört mot 2017 då resultatet uppgick till 63 miljoner kronor. På klubbnivå gör fem klubbar ett negativt rörelseresultat sett till total omsättning. Det är en förbättring jämfört med 2017 då åtta klubbar redovisade ett negativt rörelseresultat. Den klubb som redovisar högst rörelseresultat är Malmö FF med 42 miljoner kronor. På andra och tredje plats kommer Djurgårdens IF och IFK Norrköping med 18 miljoner kronor respektive 17 miljoner kronor. Lägst rörelseresultat gör AIK som redovisar en sammanlagd förlust på 20 miljoner kronor.

Allsvenskans totala nettoomsättning uppgår till 1 794 miljoner kronor. Nettoomsättningen per klubb uppgår till 112 miljoner kronor. Jämfört med 2017 har den totala nettoomsättningen ökat med 247 miljoner kronor, vilket motsvarar 16 procent. Detta förklaras främst av att Malmö FF har ökat sin omsättning med drygt 112 miljoner. Därmed står Malmö FF för 45 procent av den totala nettoomsättningsökningen i Allsvenskan. Om vi jämför 2018 med 2014 har nettoomsättningen ökat med 701 miljoner kronor, vilket motsvarar 64 procent. Fördelningen av Allsvenskans totala nettoomsättning under 2018 liknar fördelningen från 2017. Övriga intäkter, där exempelvis spelarförsäljningar ingår, står för 45 procent av nettoomsättningen. Reklam och sponsring står för 24 procent, entrébiljetter för 20 procent och tv-rättigheter för 11 procent.

Intäkterna från spelarförsäljningar uppgår till 352 miljoner kronor och har därmed ökat med 63 miljoner kronor från 2017. Det motsvarar en ökning på 22 procent. Även i år visar vår rapport att klubbarna generellt sett är beroende av intäkter från spelarförsäljningar. För en långsiktigt hållbar ekonomi bör dock de totala intäkterna, exklusive spelarförsäljningar, täcka samtliga kostnader. Vi menar att klubbarna inte borde budgetera för intäkter i form av spelarförsäljningar. Spelarförsäljningar bör i stället ses som en "bonus" utöver den ordinarie verksamheten. Klubbarna i Allsvenskan får årligen en ersättning från föreningen Svensk Elitfotboll (SEF) som avser intäkter från tv-rättigheter och prispengar. Denna ersättning fördelas enligt en särskild fördelningsnyckel utifrån tabellplaceringen i Allsvenskan under de fem senaste åren. Totalt sett uppgår intäkterna från tv-rättigheter till 187 miljoner kronor under 2018. Det är en ökning från föregående års siffra som var på 144

miljoner kronor vilket förklaras av att tre av klubbarna i årets analys spelade i Superettan föregående år. Från och med säsongen 2020 förväntas dock intäkterna från tv-rättigheter att fördubblas i och med det nya avtalet med Discovery Networks Sweden. Därutöver har Svensk Elitfotboll tecknat ett nytt sponsoravtal som innebär att de byter Svenska Spel mot Unibet. Avtalet gäller från och med säsongen 2020 och kommer att inbringa ytterligare pengar till ligan.

Vad gäller klubbarnas kostnader har de följt utvecklingen av klubbarnas nettoomsättning. Jämfört med 2017 har de totala kostnaderna ökat med 246 miljoner kronor, vilket motsvarar 15 procent. Drygt hälften av kostnaderna, 54 procent, utgörs av personalkostnader. Det innebär att personalkostnader är klubbarnas överlägset största kostnadspost.

Sammanfattningsvis mår Allsvenskan totalt sett bra, men variationen mellan klubbarna är stor och denna klyfta har ökat under 2018. Det totala egna kapitalet uppgår till 948 miljoner kronor och har ökat med 88 miljoner kronor jämfört med 2017. Att det egna kapitalet totalt sett fortsätter att öka är en positiv trend. Det är främst ett resultat av att klubbarna i Allsvenskan når fler framgångar i Europaspel samtidigt som spelarna blir mer attraktiva och intäkterna från spelarförsäljningar ökar.

Föregående år granskade vi Allsvenskans och Superettans bidrag till det svenska samhället inom tre parametrar: hälsa och välbefinnande, inkludering genom sysselsättning samt ideella insatser. Vi uppskattade att elitfotbollen bidrog med cirka 775 miljoner kronor i form av samhällsnytta. Då skrapade vi bara på ytan av elitfotbollens betydelse för samhället, eftersom vi endast analyserade dessa tre parametrar. Under 2018 har vi valt att i stället titta på Allsvenskans bidrag till den svenska statskassan i form av inbetalda källskatter, arbetsgivaravgifter, mervärdesskatt, löneskatt, reklamskatt och andra punktskatter. Enligt vår uppskattning bidrar de allsvenska klubbarna med cirka 493 miljoner kronor. Det överstiger Allsvenskans intäkter från var och en av intäktskällorna reklam och sponsring, entréintäkter och tv-rättigheter. Den egentliga summan är dock betydligt större. Klubbarna skapar ytterligare sysselsättning och skatter till statskassan i nästa led genom exempelvis restaurangverksamhet, souvenirförsäljning samt affärer med leverantörer och andra intressenter, vilket i sin tur genererar ytterligare kapital till statskassan.

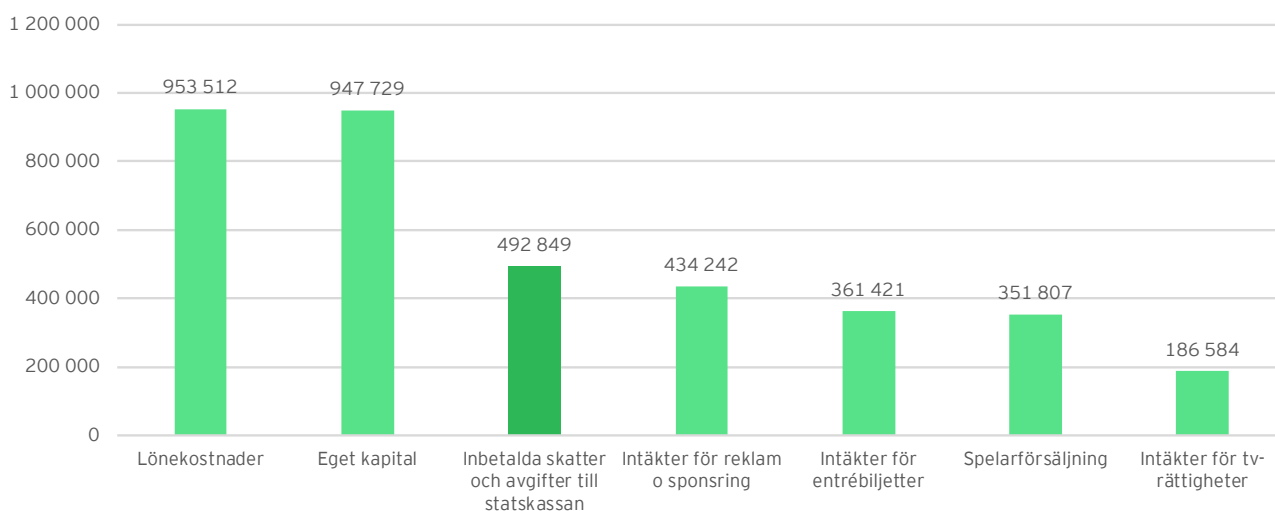


Allsvenskans bidrag till den svenska statskassan

03

Uppskattningsvis uppgick de allsvenska klubbarnas bidrag till statskassan under 2018 till 493 miljoner kronor.* Det är mer än var och en av intäktskällorna reklam och sponsring, entrébiljetter och tv-rättigheter.

Allsvenskan 2018 (siffror i tkr) 

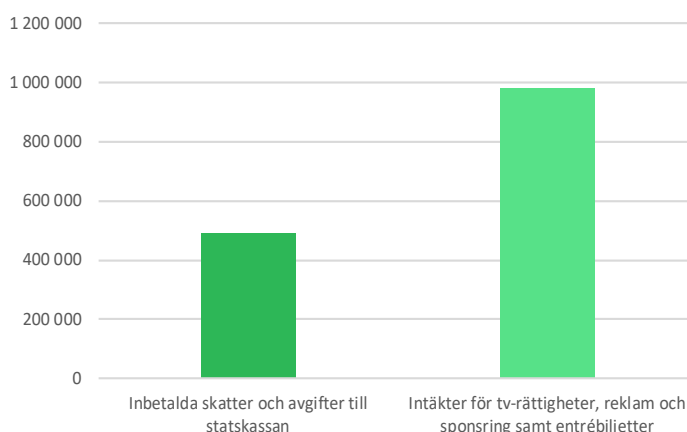


Vår analys visar att inbetalda skatter och avgifter uppgår till motsvarande 27 procent av den totala nettoomsättningen i de allsvenska klubbarna. Bidraget till den svenska statskassan är alltså förhållandevis stort.

Om vi sätter detta i relation till de totala intäkterna från reklam och sponsring, entrébiljetter och tv-rättigheter är bidraget till statskassan 50 procent.

Det ska även tilläggas att klubbarna skapar ytterligare sysselsättning och skatter till statskassan i nästa led genom exempelvis restaurangverksamhet, souvenirförsäljning samt affärer med leverantörer och andra intressenter, vilket i sin tur genererar ytterligare kapital till statskassan.

Allsvenskan 2018 (siffror i tkr) 



* I analysen har vi utgått från klubbarnas årsredovisning för att få fram inbetalda arbetsgivaravgifter samt räknat fram löneskatt på pensionskostnader. Övriga uppgifter om källskatter, mervärdesskatter, reklamskatt och andra skatter har inhämtats från klubbarna själva. Då vi inte har fått uppgifter från två av klubbarna har källskatt för dessa beräknats på lönekostnader enligt årsredovisning. Mervärdesskatt och övriga skatter för dessa två klubbar har beräknats på ett genomsnitt av liknande allsvenska klubbar sett till verksamhet och ekonomisk storlek.

Svensk Elitfotbolls fortsatta satsning på hållbarhet och samhällsengagemang

Vid sidan av sporten gör Svensk Elitfotboll och de 32 klubbarna ett fantastiskt arbete med att bygga samhällsnytta och bidra till ett bättre samhälle. Med utgångspunkt från FN:s 17 globala mål för hållbar utveckling har Svensk Elitfotboll identifierat flera områden som är utmanande för såväl fotboll som samhälle. Med detta som underlag har Svensk Elitfotboll gjort långsiktiga satsningar för att förändra negativa beteenden till positiva och öka fokus på inkludering. 2018 anställdes en CSR-chef (corporate social responsibility) för att Svensk Elitfotboll ska kunna prioritera sitt samhällsengagemang ännu mer.

Samhällsengagemang skapar förutsättningar för olika partnersamarbeten där det ideella tillsammans med det privata och det offentliga skapar hållbarhet och långsiktighet. Detta stärker inte bara fotbollens varumärke, utan även klubbarnas och de inhemska ligornas varumärken.

Svensk Elitfotbolls beskrivning av ett mer inkluderande samhälle

Mål 3 är hälsa. För Svensk Elitfotboll är hälsa detsamma som folkhälsa. Det innebär rörelse för alla barn, rätt till fritidssysselsättning oavsett ekonomiska förutsättningar och social hälsa.

Mål 8 är sysselsättning. Svensk Elitfotboll har en nationell överenskommelse med Arbetsförmedlingen.

Mål 10 är integration och jämlikhet. Integration är en naturlig del av fotbollen och sporten står redan i dag för en fantastisk mångfald. Fotbollen kan integrera människor på ett sätt som många andra sporter inte kan. Svensk Elitfotboll kommer att arbeta för att skapa jämlika förutsättningar oavsett kön, etnicitet, uppväxtvillkor och andra olikheter.

Svensk Elitfotbolls insatser

- Svensk Elitfotboll ska visa den faktiska samhällsnyttan som klubbarna bidrar till
- Utveckla nya samarbeten och koncept kring samhällsengagemang
- Svensk Elitfotboll ska jobba med beslutsfattare i opinionsbildning
- Samhället ska få veta vilken stor roll och påverkan Svensk Elitfotboll har lokalt och nationellt

När det gäller den nationella överenskommelsen med Arbetsförmedlingen nådde Svensk Elitfotboll 200 procents målpuppfyllelse redan under partnerskapets första år. Målet var 5 klubbar, men under 2018 var det hela 10 klubbar som skrev på överenskommelsen. Totalt sett har 24 av 32 klubbar visat intresse för samarbetet med Arbetsförmedlingen. Svensk Elitfotboll ser fram emot att följa den fortsatta resan, liksom att stötta klubbarna och kvalitetssäkra och utveckla deras samarbete.

Svensk Elitfotboll arbetar vidare med att skapa hållbarhet och samhällsnytta. De bygger strategier och skapar berättelser om de klubbar som blivit påverkade, inkluderande och delaktiga. Tillsammans går det att göra samhället bättre – ett mål i taget.



Värdet av att hållbarhetsredovisa

Samhället efterfrågar i allt större utsträckning att organisationer tar ansvar för och rapporterar sin påverkan på samhället. I dag är det inte bara stora organisationer som beskriver hur de hanterar sin påverkan. Även mindre organisationer använder hållbarhetsrapporter för att nå ut till intressenter och skapa engagemang kring sina hållbarhetsagendor. En förutsättning för att näringslivet ska engagera sig är många gånger att organisationer kan visa att deras initiativ bidrar till samhället på ett positivt sätt.

En hållbarhetsrapport är en möjlighet att på ett tydligt, enhetligt och systematiskt sätt informera om klubbens påverkan, till exempel ökad integration och inkludering, förbättrad hälsa eller fler arbetstillfällen. Rapporten är ett användbart verktyg i kommunikationen med bland andra beslutsfattare och sponsorer. Rapporten kan även ge en balanserad bild av områden som har negativ påverkan eller utvecklingsbehov.

Att arbeta med hållbarhet och upprätta en hållbarhetsrapport ger en bild av klubbarnas påverkan på samhället och visar var verksamheten skapar värde. Genom att rapportera regelbundet följer klubbarna kontinuerligt upp

hållbarhetsprestanda och ökar förståelsen för vad som kan bli ännu bättre.

Hållbarhetsrapporter kan utvecklas enligt olika rapporteringsramverk. Det vanligaste ramverket kallas Global Reporting Initiative (GRI). Det finns inga krav på att använda ramverk, men ett ramverk kan bidra med struktur, stöd och jämförbarhet.

En hållbarhetsrapport visar vad klubbarna står för, inklusive deras värdegrund och bidrag till samhället. Klubbarna tydliggör att de tar hållbarhet och samhällsengagemang på allvar, vilket skapar förtroende hos medlemmar, anställda, sponsorer och samhället i stort.

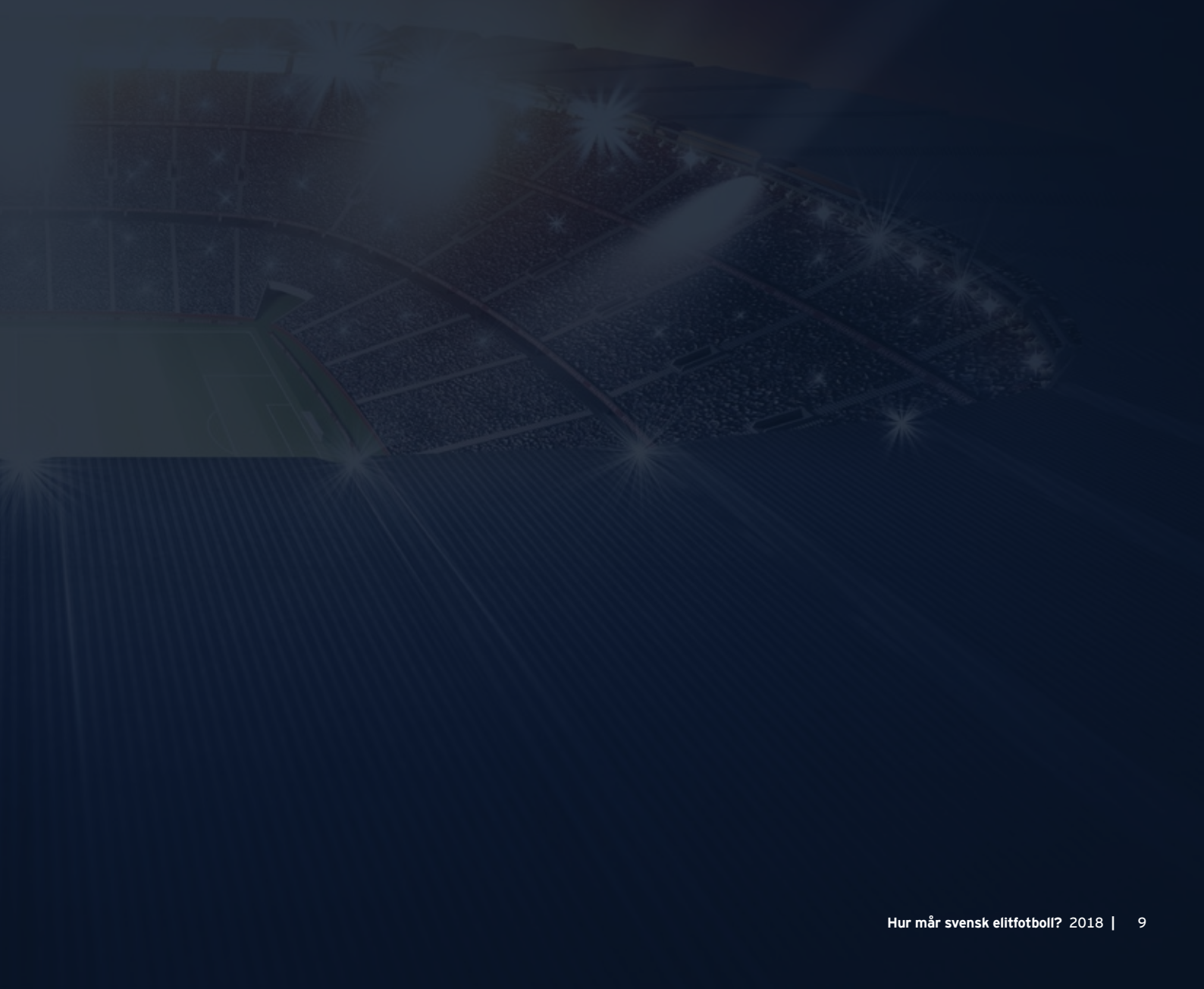






Analys av Allsvenskan

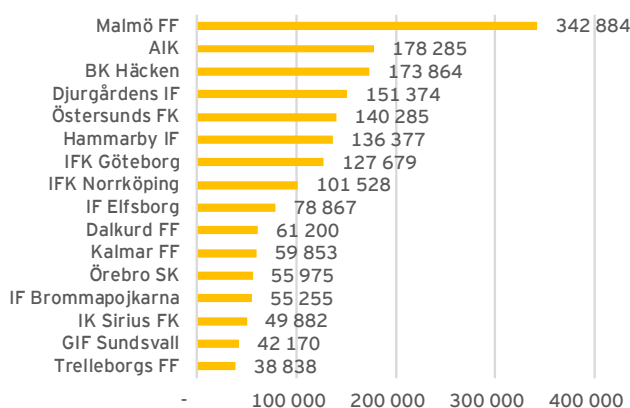
På följande sidorna går vi igenom den finansiella ställningen i Allsvenskan som helhet.



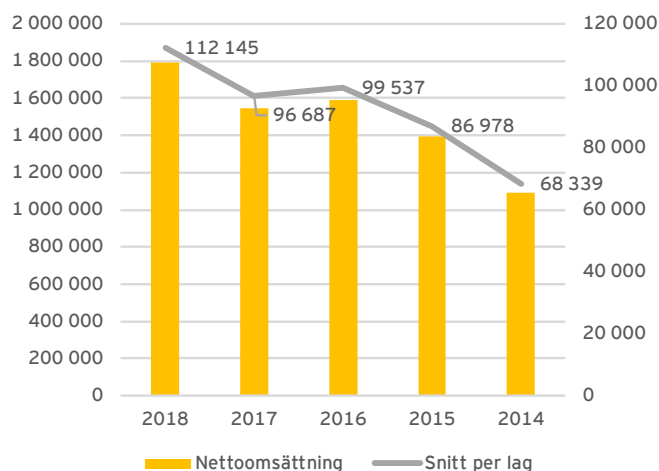
Total nettoomsättning i Allsvenskan

Den totala nettoomsättningen i Allsvenskan 2018 uppgick till 1 794 miljoner kronor (1 547 miljoner kronor), vilket motsvarar en ökning på 247 miljoner kronor eller 16 procent. Nettoomsättningen per klubb uppgick till i snitt 112 miljoner kronor (97 miljoner kronor). Totalt sett har tretton klubbar ökat sin nettoomsättning och tre klubbar har minskat sin nettoomsättning. Då tretton av sexton lag har ökat sin nettoomsättning har den totala nettoomsättningen för hela Allsvenskan ökat enligt figur 5 nedan. Exempelvis har Malmö FF ökat sin nettoomsättning med 112 miljoner kronor till följd av framgångar i Europa League och höga intäkter från spelarförsäljningar. Östersunds FK kunde tack vare framgångarna i Europa League under slutet av 2017 och början av 2018 sälja spelare för summor som har ökat klubbens nettoomsättning med 17 miljoner kronor.

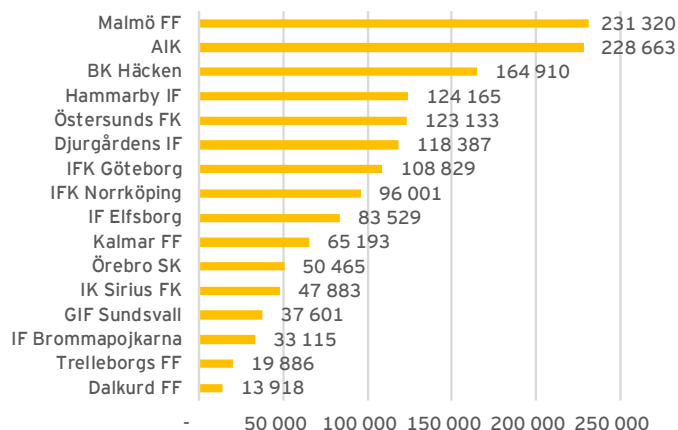
Nettoomsättning 2018 (tkr)



Totala nettoomsättning (tkr)



Nettoomsättning 2017 (tkr)



Rörelseresultat

2018 gjorde klubbarna i Allsvenskan totalt sett ett negativt rörelseresultat på 50 miljoner kronor (nettoomsättning mot totala kostnader). Rörelseresultatet var negativt även 2017, men uppgick då till 52 miljoner kronor.

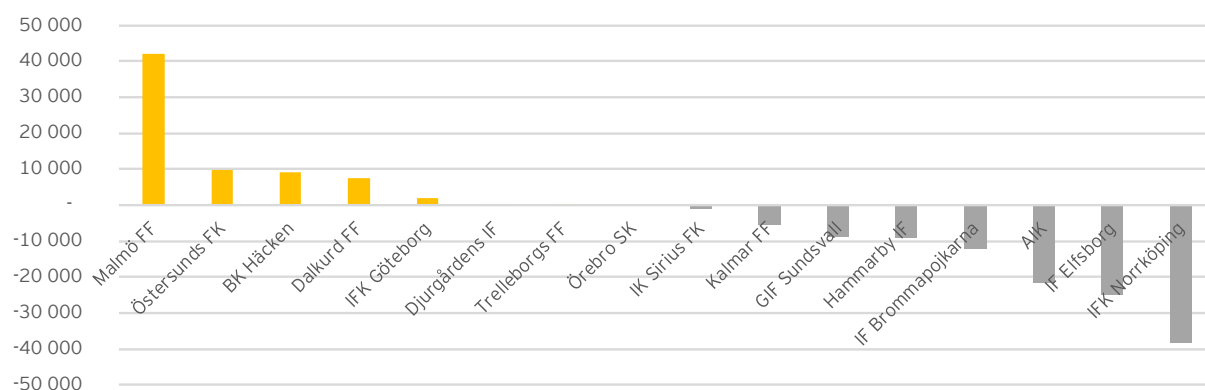
Ersättningar för sålda spelare redovisas vanligtvis som en del av nettoomsättningen. Flera klubbar redovisar dock spelarförsäljningar bland övriga intäkter, vilket alltså innebär att deras spelarförsäljningar inte ingår i nettoomsättningen.

För Allsvenskan som helhet kan vi konstatera att majoriteten av klubbarna fortfarande har kostnader som överstiger de återkommande intäkterna. Nio allsvenska klubbar gjorde ett negativt rörelseresultat under 2018, jämfört med elva stycken under 2017. Flertalet klubbar behöver vända denna trend och generera större löpande intäkter.

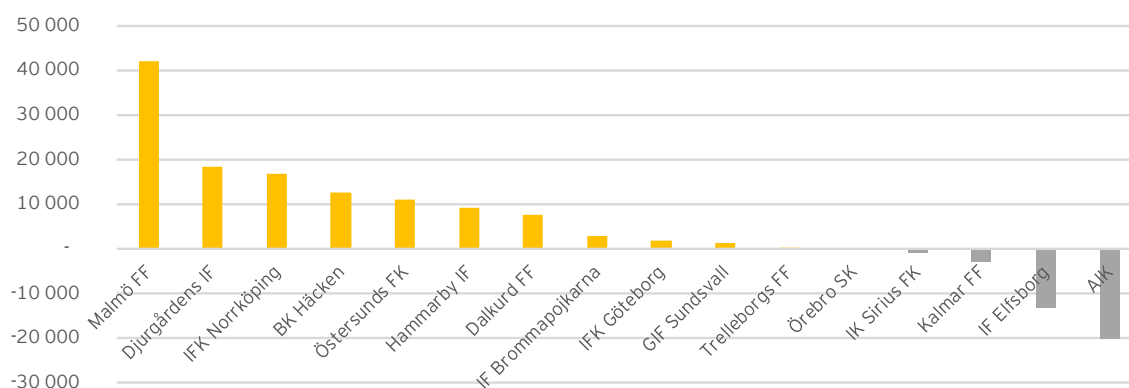
Om vi i stället tittar på resultat efter skatt på sista raden kan vi se en positiv trend. Elva klubbar gjorde ett positivt resultat efter skatt under 2018, jämfört med åtta klubbar under 2017. Några klubbar har alltså genererat större intäkter alternativt minskat sina kostnader. Fem av sexton klubbar redovisar ett negativt resultat efter skatt och dessa klubbar behöver vända den negativa trenden för att inte få ekonomiska problem.

Värt att notera är dock att siffrorna ovan skulle se helt annorlunda ut om klubbarna inte hade sålt så många spelare för mångmiljonbelopp under de senaste åren. Som tidigare nämnt räknar majoriteten av klubbarna in spelarförsäljningar i de återkommande intäkterna (nettoomsättningen). Den totala spelarförsäljningen för 2018 uppgick till 352 miljoner kronor (289 miljoner kronor).

Rörelseresultat 2018 (nettoomsättning - totala kostnader i tkr)



Rörelseresultat 2018 (total omsättning - totala kostnader i tkr)

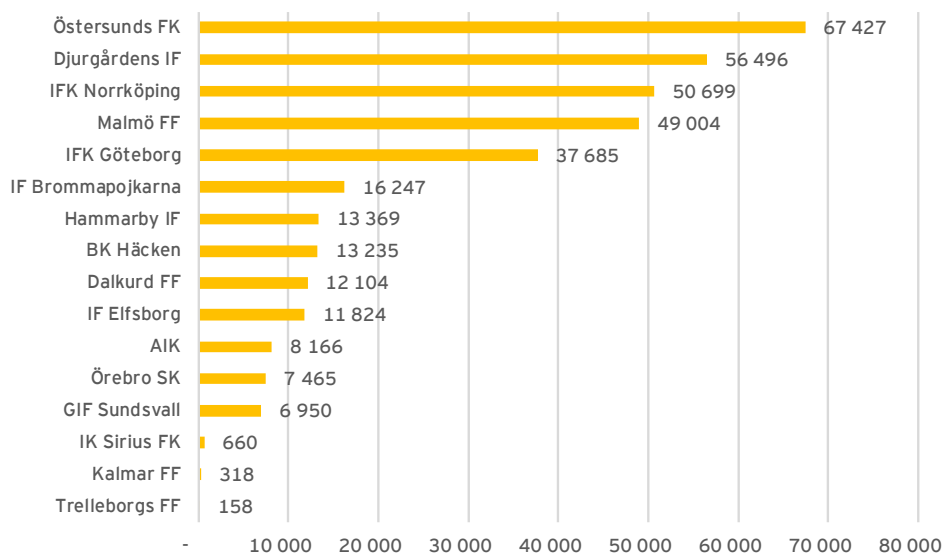


Spelarförsäljningar

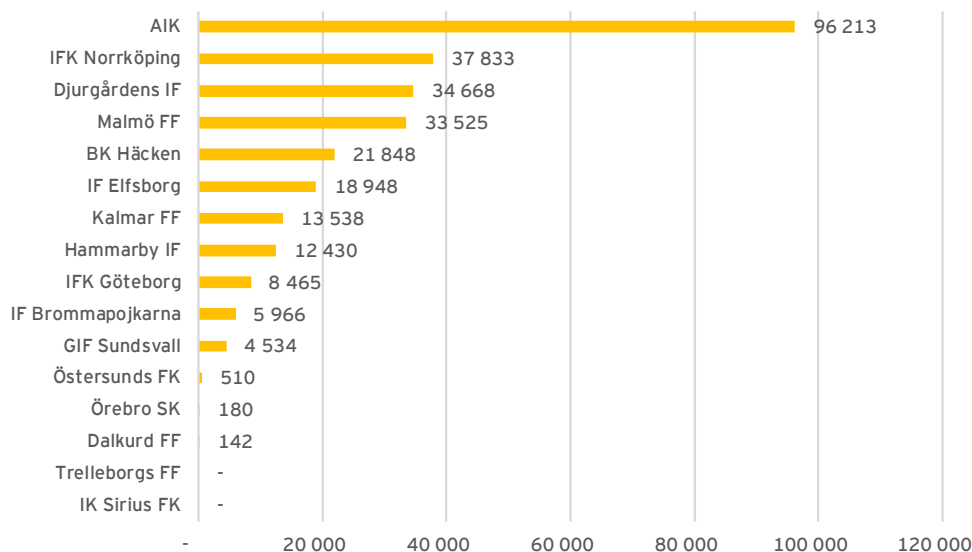
Intäkterna från spelarförsäljningar uppgick under 2018 till totalt 352 miljoner kronor (289 miljoner kronor). Sett till de senaste två åren ligger AIK i topp vad gäller spelarförsäljningsintäkter med 104 miljoner kronor. Efter AIK kommer Djurgårdens IF som sålt spelare för 91 miljoner kronor och på tredje plats ligger IFK Norrköping med spelarförsäljningsintäkter på drygt 89 miljoner kronor de senaste två åren. Intäkterna avser försäljningar av spelare som Alexander Isak, Michael Olunga och Arnor Sigurdsson.

I avsnittet om rörelseresultat framgår att de allsvenska lagen gjorde ett negativt rörelseresultat på 50 miljoner kronor (minus 52 miljoner kronor). Om vi tar bort spelarförsäljningarna från nettoomsättningen skulle klubbarna göra ett negativt rörelseresultat på 402 miljoner kronor (minus 341 miljoner kronor). Det bör här noteras att klubbarna redovisar sina spelarförsäljningar på olika sätt. Majoriteten redovisar spelarförsäljningar som en del av nettoomsättningen och några redovisar försäljningarna som en övrig eller finansiell intäkt. Även om vi beaktar den totala omsättningen går de allsvenska klubbarna back med 266 miljoner kronor (minus 226 miljoner kronor) om alla spelarförsäljningar räknas bort.

Spelarförsäljning 2018 (tkr)



Spelarförsäljning 2017 (tkr)



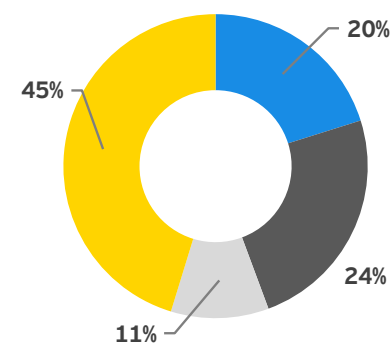
Intäktsfördelning i Allsvenskan

Som vi kan utläsa av cirkeldiagrammet (10) står övrig nettoomsättning för 45 procent (44 procent) av de allsvenska lagens totala nettoomsättning 2018. Där ingår bland annat spelarförsäljningar, UEFA-ersättningar och egna arrangemang som exempelvis BK Häckens Gothia Cup. Dessa intäkter har i antal kronor ökat med 128 miljoner, främst på grund av spelarförsäljningar. De allsvenska klubbarnas intäkter från spelarförsäljningar står för 63 miljoner kronor av ökningen.

Intäkter från reklam och sponsring står för den näst största delen av nettoomsättningen och uppgår till 24 procent, vilket är en procentenhet lägre än föregående år. I absoluta tal är ökningen 52 miljoner kronor. Andelen intäkter från tv-rättigheter har ökat med 2 procentenheter från 2017 och uppgår 2018 till 11 procent av nettoomsättningen. Ökningen i antalet kronor är 43 miljoner. Entréintäkterna står för 20 procent av den totala nettoomsättningen. Det är 2 procentenheter lägre än föregående års siffra på 22 procent, vilket är rimligt eftersom publiksnittet har sjunkit med 2 procent. Totalt sett har publikintäkterna ökat med 25 miljoner kronor.

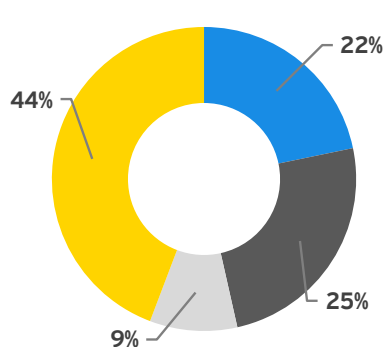
De allsvenska klubbarnas nettoomsättning har ökat med sammanlagt 247 miljoner kronor, något som till största del förklaras av att den övriga nettoomsättningen har ökat.

Fördelning av nettoomsättning 2018 



Entrébiljetter
Reklam och sponsring
TV-rättigheter
Övrigt

Fördelning av nettoomsättning 2017 



Entrébiljetter
Reklam och sponsring
TV-rättigheter
Övrigt

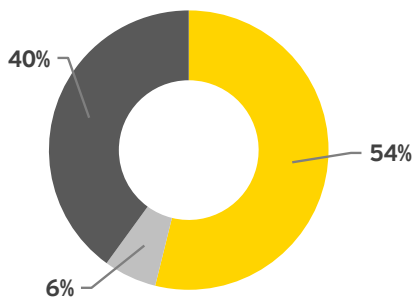
Kostnadsfördelning i Allsvenskan

Från 2017 till 2018 har fördelningen av kostnader i Allsvenskan inte förändrats om vi ser till de procentuella andelarna. Som cirkeldiagrammen visar utgör personalkostnader 54 procent av de totala kostnaderna. Övriga kostnader står för 40 procent och avskrivningar för 6 procent. De totala kostnaderna uppgår till 1 845 miljoner kronor, vilket är en ökning med 246 miljoner kronor eller 15 procent jämfört med 2017. Ökningen på 246 miljoner kronor motsvarar en ökning på 15 miljoner kronor per klubb. Varje klubb har i genomsnitt kostnader på totalt 115 miljoner kronor.

Samtliga kostnadskategorier har ökat under 2018. Det är en utveckling som i antal kronor går i linje med den totala nettoomsättningen som ökade med 247 miljoner kronor och de totala kostnaderna som ökade med 246 miljoner kronor. I procent har nettoomsättningen ökat med 16 procent, medan de totala kostnaderna har ökat med 15 procent, en skillnad på 1 procent. Under 2018 ökade personalkostnaderna med 120 miljoner kronor, vilket motsvarar 14 procent. Personalkostnader inkluderar lön, sociala kostnader och pensionskostnader för alla anställda i respektive klubb.

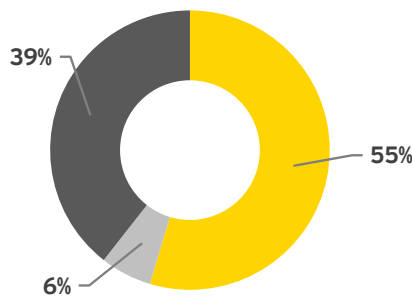
Övriga kostnader som bland annat inkluderar kostnader för arenor, matcher, spelarförsäljningar och marknadsföring ökade med 107 miljoner kronor, vilket motsvarar 17 procent. I relation till de totala kostnaderna har övriga kostnader ökat. Avskrivningskostnaderna har ökat med 18 miljoner kronor eller 19 procent, men är oförändrade i relation till totala kostnader.

Fördelning av kostnader 2018



Avskrivningar
 Övriga kostnader
 Personalkostnader

Fördelning av kostnader 2017



Avskrivningar
 Övriga kostnader
 Personalkostnader

Publiksnitt i Allsvenskan

Publiksnittet på Allsvenskans hemmamatcher har varierat en del under perioden 2014 till 2018. 2014 har det lägsta publiksnittet med 7 232 åskådare, medan 2015 har det hittills högsta snittet med 8 961 åskådare. Mellan 2014 och 2015 ökade publiksnittet med 24 procent. Från 2015 har publiksnittet haft en nedåtgående trend, med undantag för 2017, och minskat med 6 procent. För publiksnitt per lag se sidan 30.

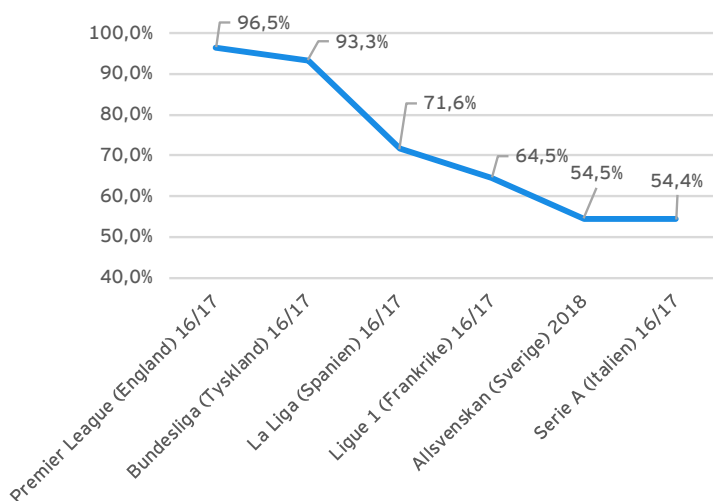
Variationen i publiksnittet kan till viss del förklaras av vilka lag som kvalificerat sig för spel i Allsvenskan. Hammarby IF:s inträde i Allsvenskan innebar att publiksnittet höjdes under 2015. En annan förklaring till variationen är att klubbarna ibland förändrar arenapaciteten eller byter arena för att kunna ta in en större publik.

Under den senaste femårsperioden har publiksnittet i Allsvenskan följt ungefär samma trend som den totala nettoomsättningen (se figur 5 på sidan 10). Ett undantag är 2018 då publiksnittet var 134 åskådare, motsvarande 2 procent, lägre än 2017, medan den totala nettoomsättningen var 16 procent högre. Trots ett lägre publiksnitt under 2018 än 2017 har klubbarnas entréintäkter ökat med 7 procent. Det skulle kunna förklaras av ökade biljettpriser eller klubbarnas benägenhet att få mer betalt för sin produkt.

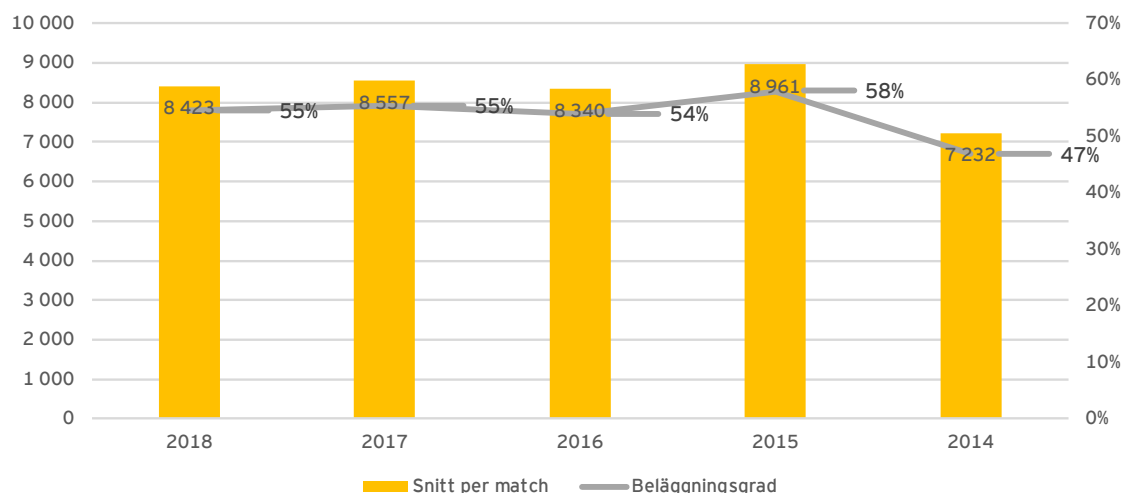
Graf 15 jämför beläggingsgraden i Europas fem största ligor, Premier League, Bundesliga, La Liga, Ligue 1 och Serie A, med beläggingsgraden i Allsvenskan. Premier League och Bundesliga är i en klass för sig med en beläggingsgrad på 96,5 procent respektive 93,3 procent. La Liga med 71,6 procent och Ligue 1 med 64,5 procent kommer en bra bit efter. Den liga som Allsvenskan ligger i nivå med är Serie A då det endast skiljer 0,1 procent i beläggingsgrad. En utmaning för de allsvenska lagen är att utveckla exempelvis

matchevenemangen för att öka intresset för allsvensk fotboll och närma sig de största ligornas beläggingsgrad. Den största utmaningen kan vara att locka folk från andra länder att åka och titta på fotbollsmatcherna, något som de största ligorna i Europa har lyckats med.

Beläggingsgrad



Publiksnitt i Allsvenskan



Ersättning för kommersiella rättigheter från Svensk Elitfotboll

Varje år får klubbarna i Allsvenskan en ersättning från föreningen Svensk Elitfotboll (SEF). Ersättningen grundas på klubbarnas tabellplaceringar under en femårsperiod. Utifrån placeringarna räknas en genomsnittlig placering ut för dessa år. Om en klubb inte har spelat i Allsvenskan under ett eller flera av de senaste fem åren räknas det som att klubben kom på 17:e plats. Detta mot bakgrund av att det är 16 lag som spelar i Allsvenskan. Laget med den högsta genomsnittliga placeringen (högst i tabellen) får den högsta ersättningen som är 9,35 procent av hela potten. Laget med den lägsta genomsnittliga placeringen får den lägsta ersättningen som är 5,4 procent ¹. Ersättningen från SEF specificeras inte alltid i klubbarnas årsredovisningar, vilket gör det svårt att se exakt hur mycket pengar klubbarna har fått. I år har 14 av 16 klubbar specificerat att de har fått ersättningar från SEF eller intäkter från tv-rättigheter ². Baserat på siffror i årsredovisningarna kompletterat med uppgifter från de klubbar som inte specificerat ersättningarna uppgår intäkterna från tv-rättigheter till totalt 186,5 miljoner kronor.

Eftersom de allsvenska klubbarna får större delen av ersättningen för tv-rättigheter, cirka 75 procent ¹, minskar ersättningen rejält för de klubbar som åker ur Allsvenskan. I ishockeyns SHL finns sedan ett par år tillbaka ett omställningsbidrag som innebär att den klubb som åker ut får en "fallskärm". Syftet med fallskärmen är att undvika ekonomisk kollaps i klubbar som budgeterat för fortsatt SHL-spel. Något motsvarande upplägg finns inte inom fotbollen. Fallskärmar är kanske en bra idé för klubbar som spelar i Allsvenskan och degraderas till Superettan. Samtidigt skulle chansen att avancera till Allsvenskan minska för övriga klubbar i Superettan, eftersom det ekonomiska övertag som nyligen degraderade lag redan har skulle bli ännu större.

SEF har ett avtal med TV4-gruppen värt cirka 250 miljoner kronor per år. Avtalet innebär att klubbarna i Allsvenskan och Superettan får dela på cirka 230 miljoner kronor per år. 75 procent av ersättningen går till Allsvenskan och 25 procent till Superettan. Från och med säsongen 2020 gäller dock ett nytt avtal som SEF har tecknat med Discovery Networks Sweden. Detta avtal väntas ge klubbarna i Allsvenskan och Superettan cirka 550 miljoner kronor per år ³. Därtill har SEF tecknat ett nytt sponsoravtal som innebär att de byter Svenska Spel mot Unibet. Avtalet med Unibet ger 900 miljoner kronor under sex år med start 2020. Om SEF använder samma fördelningsnyckel som i dag kommer skillnaden vad gäller ersättning till laget med t högst placering och laget med lägst placering att öka. Samtidigt får naturligtvis alla klubbar mer pengar som kan användas till att utöka verksamheterna och ta in spelare med högre löner. Frågan vi kan ställa oss är om Allsvenskan kommer att bli bättre? Kommer klubbarna att investera i organisationen alternativt värva bättre spelare? Eller kommer klubbarna att få betala mer för samma spelare?

¹ <http://www.svenskelitfotboll.se/app/uploads/2014/12/Fordelningsprinciper-inom-SEF-fr-o-m-2015.pdf>

² Avser siffror från klubbarnas årsredovisningar. Några redovisar tv-rättigheter tillsammans med liknande avtal, det vill säga posten innehåller fler intäkter än ovan nämnda från SEF och i vissa fall redovisas prispengarna från SEF som en övrig nettoomsättning.

³ <http://www.fotbolldirekt.se/2018/09/05/just-nu-miljonregnet-allsvenskan-diskuterar-investeringar-redan-nu-kan-inte-kasta-alla-pengar-pa-spelarloner/>

Effekter av det nya tv-avtalet med Discovery

Under en längre tid har fotbollsligorna i bland annat Norge och Danmark haft en betydligt bättre utdelning på sina tv-avtal jämfört med Sverige. Marknadssituationen i länderna har möjliggjort helt andra intäktsnivåer. När Svensk Elitfotboll startade sitt utvecklingsprojekt Nordens Bästa Liga (NBL) lades dock grunden till nya förutsättningar för elitfotbollsklubbarna i Sverige.

Satsningar på supporterskapet, säkerhet, image, IT, nya medier och utveckling av arenor och evenemang har lyft Allsvenskans marknadsvärde rejält. Från och med 2020 får fotbollsklubbarna dessutom betydligt mer pengar från de centrala tv- och sponsoravtalen. En stor del av ersättningen kommer från Discovery, men det nya Unibetavtalet och alla nya partners som tillkommit via Svensk Elitfotboll står också för en betydande ökning.

Frågan är då hur detta kommer att påverka klubbarna? Nya pengar möjliggör nya satsningar och just klubbutveckling är en av de viktigaste framtidsfrågorna. Att stärka varje klubbs ekonomiska uthållighet och förmåga att öka intäkterna på det lokala planet är en god investering för framtiden. Samtidigt kan de nya pengarna användas till att bygga en starkare spelartrupp som stärker klubbens sportsliga förmåga.

Svensk Elitfotboll ser gärna att klubbarna fortsätter att satsa på talangutveckling. Att få talanger att stanna lite längre i klubbarna innan de åker utomlands medför många fördelar för både klubb och spelare. Ett annat område där klubbarna behöver lyckas ännu lite bättre är Europakvalen. Med fler lag i Europacuperna ökar Allsvenskans ranking, vilket ger fler

platser i kvalen och bättre utgångsläge. Europaspel är även ett utmärkt skyltfönster som ger såväl talanger som återvändande utlandsproffs möjligheten att visa upp sig.

Centralt för klubbarnas framtid är också ökade satsningar på en positiv supporterkultur, så att inte all energi läggs på de relativt sett få individer som skapar negativa incidenter.

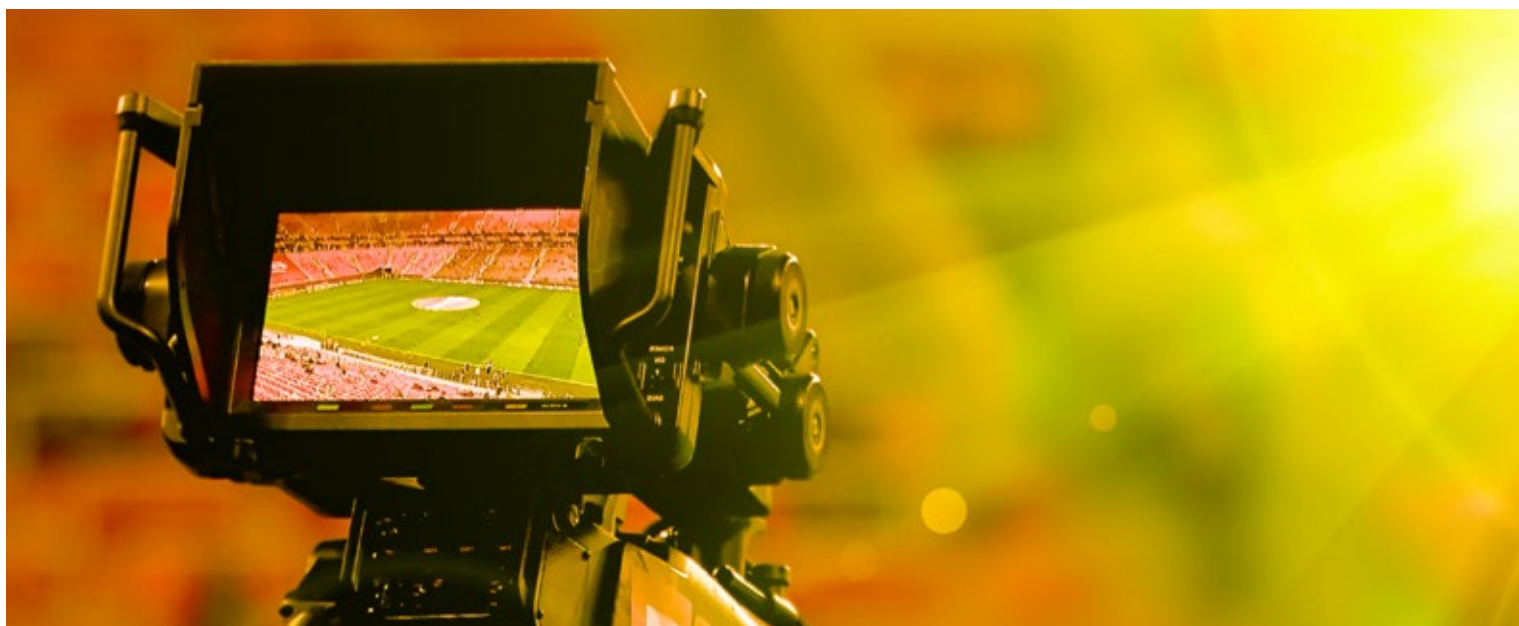
Om de nya pengarna spenderas klokt väntar alltså flera positiva effekter. De kommande åren kommer att bli både spännande och utvecklande för svensk elitfotboll.

Mats Enquist

Generalsekreterare och CEO, Svensk Elitfotboll

“

Satsningar på supporterskapet, säkerhet, image, IT, nya medier och utveckling av arenor och evenemang har lyft Allsvenskans marknadsvärde rejält. Från och med 2020 får fotbollsklubbarna dessutom betydligt mer pengar från de centrala tv- och sponsoravtalen.





Intäktsöversikt

Malmö FF fortsätter att vara den klubb som är bäst på att generera intäkter och hade under 2018 en nettoomsättning på hela 343 miljoner kronor. AIK ligger på andra plats, men klubbens nettoomsättning är ändå 165 miljoner kronor lägre än Malmö FF:s, vilket motsvarar 92 procent. På tredje plats kommer BK Häcken. Det innebär att samma lag toppar tabellen över klubbar med högst nettoomsättning både 2017 och 2018. I botten av nettoomsättningstabellen för 2017 finns inte helt oväntat klubbarna som spelade i Superettan det året. En av nykomlingarna, Dalkurd FF, klättrade dock rejält i nettoomsättningstabellen för 2018. Dalkurd FF är, tillsammans med Djurgårdens IF, den klubb som förbättrat sin placering mest mellan åren 2017 och 2018, bland annat tack vare spelarförsäljningar. Hammarby IF, IK Sirius FK och GIF Sundsvall är klubbarna som tappade flest placeringar vad gäller nettoomsättning. Se respektive laganalys för förklaringar till förändringarna i nettoomsättning.

På det stora hela kan vi se ett samband mellan bra prestationer i Allsvenskan rent sportsligt och klubbarnas omsättning. Det finns dock några undantag där placeringen i tabellen över nettoomsättning inte följer placeringen i den sportsliga tabellen. Om vi tar hänsyn till klubbarnas ekonomiska resurser kan vi till exempel se att GIF Sundsvall och IFK Norrköping

”överpresterar”, medan IFK Göteborg och Dalkurd FF ”underpresterar”. Med andra ord gör GIF Sundsvall och IFK Norrköping mer med sina intäkter än IFK Göteborg och Dalkurd FF. I övrigt är det tydligt att klubbarna som är bäst sportsligt också drar in mer pengar. Detta bottnar självklart i att lag som kommer högre upp i den allsvenska tabellen får ta del av UEFA-ersättningar när de spelar cupspel ute i Europa. Klubbar som placerar sig högre upp i tabellen får även en högre ersättning från SEF.

Totalt sett ökade de allsvenska klubbarnas nettoomsättning med drygt 247 miljoner kronor under 2018 jämfört med 2017. Malmö FF stod för cirka 45 procent av denna ökning. Malmö FF var också den klubb som ökade sin nettoomsättning mest, totalt ökade nettoomsättningen med 112 miljoner kronor. Den klubb som minskade sin nettoomsättning mest under 2018 var AIK. Det förklaras främst av att klubben under 2017 drog in cirka 95 miljoner kronor på spelarförsäljningar, exempelvis Alexander Isak. 13 av 16 klubbar ökade sin nettoomsättning under 2018 jämfört med året innan, vilket är positivt.



Position	Klubb	Position föregående år	Tabellplacering 2018	Nettoomsättning 2018 (tkr)
1	Malmö FF	1	3	342 884
2	AIK	2	1	178 285
3	BK Häcken	3	5	173 864
4	Djurgårdens IF	6	7	151 374
5	Östersunds FK	5	6	140 285
6	Hammarby IF	4	4	136 377
7	IFK Göteborg	7	11	127 679
8	IFK Norrköping	8	2	101 528
9	IF Elfsborg	9	12	78 867
10	Dalkurd FF	16	15	61 200
11	Kalmar FF	10	10	59 853
12	Örebro SK	11	9	55 975
13	IF Brommapojkarna	14	14	55 255
14	IK Sirius FK	12	13	49 882
15	GIF Sundsvall	13	8	42 170
16	Trelleborgs FF	15	16	38 838



Klubb	Position	Tabellplacering 2017	Nettoomsättning 2017 (tkr)
Malmö FF	1	1	231 320
AIK	2	2	228 663
BK Häcken	3	4	164 910
Djurgårdens IF	4	9	124 165
Östersunds FK	5	5	123 133
Hammarby IF	6	3	118 387
IFK Göteborg	7	10	108 829
IFK Norrköping	8	6	96 001
IF Elfsborg	9	8	83 529
Dalkurd FF	10	12	65 193
Kalmar FF	11	11	50 465
Örebro SK	12	7	47 883
IF Brommapojkarna	13	13	37 601
IK Sirius FK	14	17	33 115
GIF Sundsvall	15	19	19 886
Trelleborgs FF	16	18	13 918

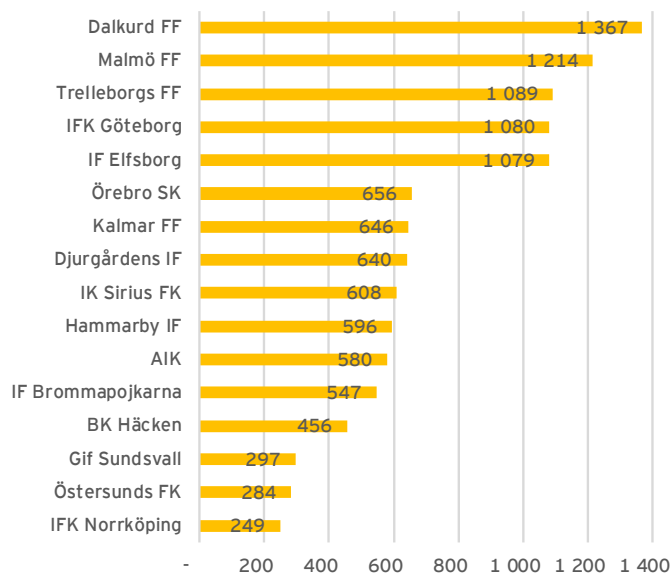
Sponsorkrona per vunnen poäng

För att se vilken utväxling sponsorer får på sina investerade pengar har vi valt att jämföra totala sponsorintäkter med antalet vunna poäng under säsongen. Det ger oss ett mått på vad varje vunnen poäng kostar sponsorerna. Vi är medvetna om att sponsorer inte bara är intresserade av poäng, utan att det kan vara allt från exponering av varumärket till ingångar i affärsnätverk. Vi anser ändå att måttet ger en intressant inblick i skillnaderna mellan klubbarna.

Tabell 18 visar klubbarnas placeringar i fallande ordning under säsongen 2018. Det allsvenska genomsnittet för 2018 låg på 712 tusen kronor per vunnen poäng, en ökning från 2017 då genomsnittet var 531 tusen kronor. Det är svårt att hitta någon korrelation mellan sponsorkrona och tabellplacering. Ofta placerar sig de stora klubbarna med stora budgetar högt upp i tabellen, medan klubbar med mindre sponsorintäkter hamnar i den nedre halvan av tabellen. Det finns dock undantag, bland annat IFK Norrköping och Östersunds FK. De får lägre sponsorintäkter jämfört med andra topplag och får på så vis en lägre sponsorkrona per vunnen poäng.

Dalkurd FF och Malmö FF ligger i topp avseende högst sponsorintäkter per vunnen poäng under 2018. Malmö FF hamnar i topp, eftersom de har cirka 81 procent högre intäkter från reklam och sponsring än klubben med näst högst intäkter av denna typ. Vi kan inte säga att hög sponsorkrona per vunnen poäng per automatik är något dåligt. Detta nyckeltal tar inte hänsyn till avancemang i Svenska cupen eller framgångar i Europacupspel. På tredje plats ligger Trelleborgs FF, främst på grund av att klubben endast spelade in 15 poäng i Allsvenskan 2018.

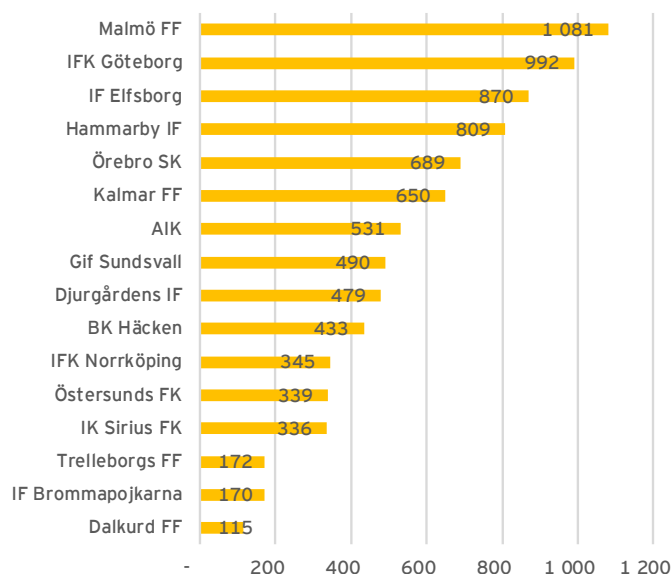
Sponsorintäkter per vunnen poäng 2018 (tkr)



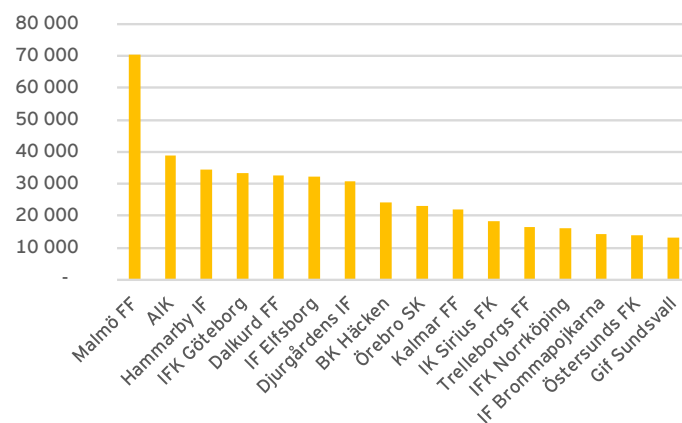
Hammarby IF står för det störst "tappet" vad gäller sponsorintäkter per vunnen poäng. Orsaken är att klubben tog dubbelt så många poäng i Allsvenskan 2018 jämfört med året innan, samtidigt som deras intäkter från reklam och sponsring ökade med 12 procent. Det största "lyftet" i denna tabell står Dalkurd FF för. De mer än fyrdubblade sina intäkter från reklam och sponsring och tog samtidigt mindre än hälften så många poäng i Allsvenskan 2018 jämfört med Superettan 2017.

Se tabell 20 över klubbarnas intäkter från reklam och sponsring 2018.

Sponsorintäkter per vunnen poäng 2017 (tkr)



Intäkter för reklam och sponsring 2018





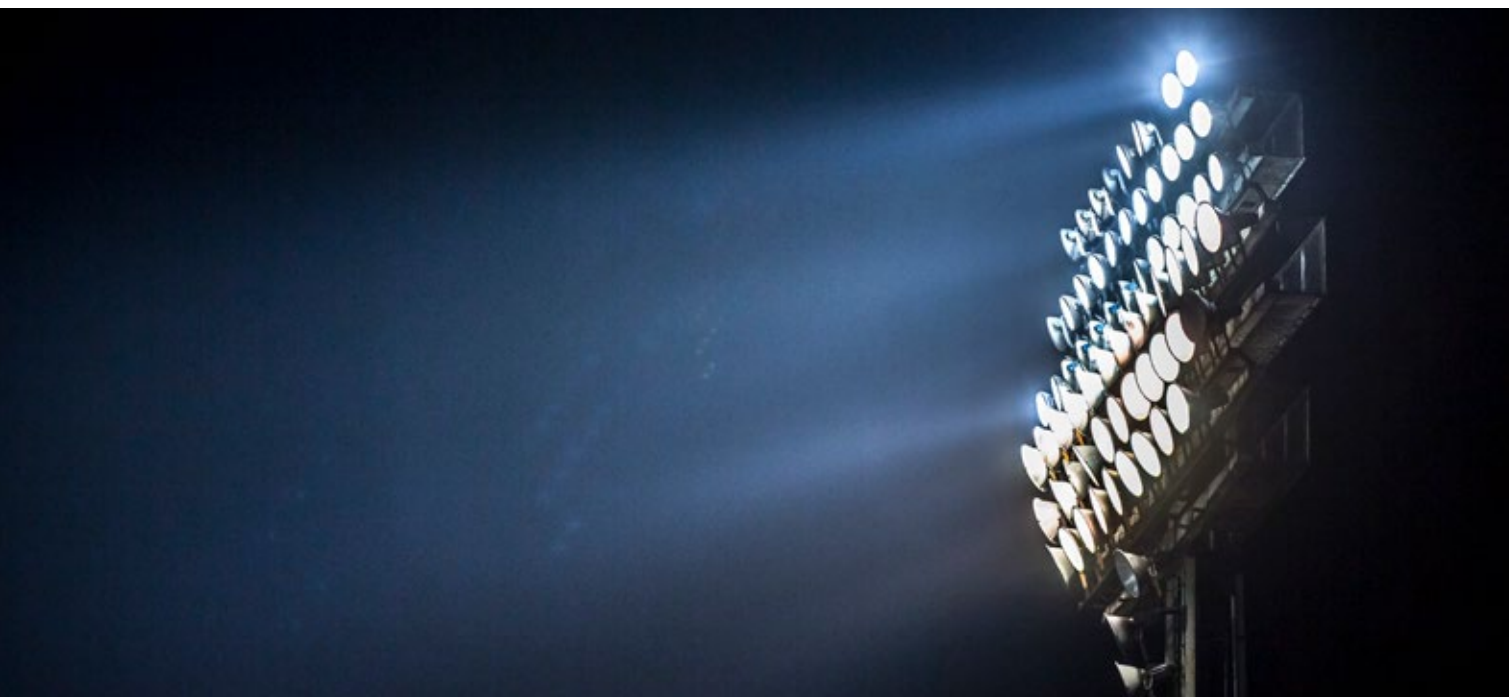
Personalkostnader i förhållande till totala kostnader

Tidigare i rapporten presenterades en kostnadsuppdelning för hela Allsvenskan. Av kostnadsuppdelningen framgick att personalkostnaderna uppgick till 54 procent (55 procent) av klubbarnas totala kostnader under 2018. De allsvenska klubbarnas personalkostnader ökade med totalt 120 miljoner kronor, vilket motsvarar en ökning på 14 procent jämfört med 2017. Klubbarnas sammanlagda personalkostnader uppgick till 994 miljoner kronor. Tabell 21 visar denna relation för varje klubb under de senaste två säsongerna.

Klubbarna med den högsta procentuella andelen personalkostnader i förhållande till totala kostnader är Kalmar FF, Dalkurd FF och Trelleborg FF. Gemensamt för Dalkurd FF och Trelleborg FF är att båda klubbarna var nykomlingar 2018 och att de blev klara för nedflyttning till Superettan under säsongen. Även nykomlingen IF Brommapojkarna som också blev klar för nedflyttning har en hög procentuell andel personalkostnader i förhållande till sina totala kostnader.

BK Häcken har likt förgående år lägst andel personalkostnader i förhållande till klubbens totala kostnader. Personalkostnaderna utgjorde 42 procent av de totala kostnaderna, vilket kan jämföras med 46 procent förgående år. Efter BK Häcken kommer Malmö FF och Östersunds FK som båda hamnar på 49 procent. Största ökningen av

personalkostnader procentuellt sett hade Trelleborg FF med 85 procent. Det motsvarar en ökning på 11 miljoner kronor. De andra två nykomlingarna, Dalkurd FF och IF Brommapojkarna, hade också stora ökningar av personalkostnader, både procentuellt sett och räknat i kronor. Trenden är alltså att en uppflyttning till Allsvenskan ökar klubbarnas personalkostnader.



I kronor räknat ökade Malmö FF sina personalkostnader mest av alla. Klubbens personalkostnader ökade med 32 miljoner kronor jämfört med 2017, vilket motsvarar en ökning på 28 procent. Enbart Malmö FF:s ökning av personalkostnader är högre än de totala personalkostnaderna i Örebro SK, Trelleborg FF, IK Sirius FK och GIF Sundsvall för var och en av klubbarna.

Endast två klubbar har minskat sina personalkostnader jämfört med förgående år. Dessa klubbar är BK Häcken som minskade sina personalkostnader med drygt 8 miljoner kronor och IF Elfsborg som minskade sina personalkostnader med 3 miljoner kronor.

Högst personalkostnader i Allsvenskan hade Malmö FF, precis som förgående år. Personalkostnaderna uppgick till 148 miljoner kronor jämfört med 116 miljoner kronor 2017. Efter Malmö FF är det ett hopp ner till AIK vars personalkostnader uppgick till 106 miljoner kronor. Ytterligare en bit efter AIK återfinns Djurgårdens IF med 86 miljoner kronor och Hammarby IF med 82 miljoner kronor. Den klubb som har ökat sina personalkostnader mest under säsongen efter Malmö FF är IFK Norrköping. Klubbens personalkostnader ökade med 19 miljoner kronor, vilket gör att de numera ligger i nivå med Stockholmsklubbarna Djurgårdens IF och Hammarby IF.

			
Andel personalkostnader i förhållande till totala kostnader 2018		Andel personalkostnader i förhållande till totala kostnader 2017	
Kalmar FF	67%	Dalkurd FF	69%
Dalkurd FF	63%	Trelleborgs FF	67%
Trelleborgs FF	62%	IF Elfsborg	62%
IF Brommapojkarna	60%	Hammarby IF	61%
Gif Sundsvall	60%	Kalmar FF	59%
IF Elfsborg	60%	Djurgårdens IF	58%
IK Sirius FK	58%	Gif Sundsvall	58%
IFK Norrköping	58%	IK Sirius FK	57%
Djurgårdens IF	57%	AIK	55%
Hammarby IF	57%	IF Brommapojkarna	55%
AIK	53%	IFK Norrköping	55%
Örebro SK	51%	Östersunds FK	52%
IFK Göteborg	50%	Örebro SK	52%
Malmö FF	49%	Malmö FF	51%
Östersunds FK	49%	IFK Göteborg	49%
BK Häcken	42%	BK Häcken	46%
Totalt Allsvenskan		Totalt Allsvenskan	
54%		55%	

Lönekostnad och lönekostnad per vunnen poäng

Med hjälp av detta nyckeltal analyserar vi vilken avkastning klubbarna får i form av poäng i förhållande till lönekostnader. Här vill klubbarna ha ett så lågt värde som möjligt, eftersom nyckeltalet beräknas genom att dividera lönekostnaderna med antalet poäng under säsongen. Lönekostnader inkluderar samtliga anställda i fotbollsklubbarna då det inte bara är spelare och ledare som genererar framgångar.

Vi kan se i graf 22 att Malmö FF, IFK Göteborg och IF Elfsborg tillhör lagen med högst lönekostnad per vunnen poäng. Det innebär alltså att dessa lag har en "sämre" avkastning på sina satsade lönekostnader.

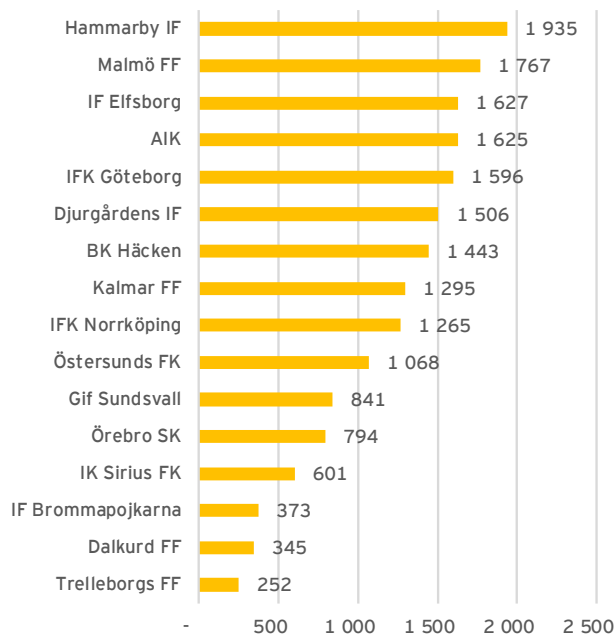
Då Malmö FF hamnade på tredje plats i den allsvenska tabellen kanske inte deras avkastning kan bedömas som "sämre". Även föregående år var Malmö FF ett av lagen med högst lönekostnad per poäng, om än något lägre. Poängskörden var dock bättre 2017, samtidigt som årets lönekostnader steg med drygt 31 miljoner kronor. IFK Göteborg ökade sina lönekostnader med knappt 5 miljoner kronor i år, medan poängskörden blev 6 poäng sämre än föregående år. Jämfört med IFK Göteborg och Malmö FF minskade IF Elfsborg sina lönekostnader. Dessutom minskade antalet vunna poäng med 9 poäng jämfört med föregående år. Det gör att lönekostnaden per vunnen poäng är högre denna säsong.

De lag som förvaltade sina lönekostnader bäst under 2018 och således fick "högst" avkastning på sina lönekostnader är GIF Sundsvall, Örebro SK och IK Sirius FK. Bäst av alla lag

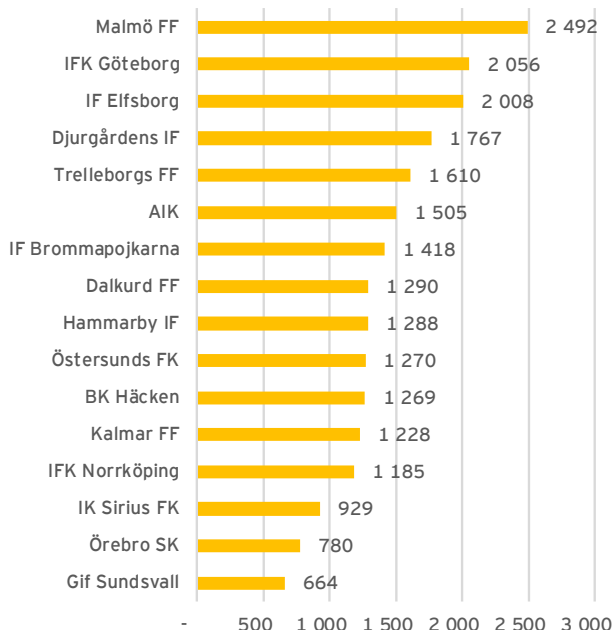
är GIF Sundsvall som betalar 664 tusen kronor per vunnen poäng. Örebro SK har också en hög avkastning i poäng sett till lönekostnader i truppen. Klubben minskade sina lönekostnader med drygt 1 miljon kronor och tog bara en poäng mindre än förra säsongen, totalt 35 poäng. IK Sirius FK är återigen en av klubbarna med högst avkastning på sina lönekostnader. Klubbens lönekostnad per poäng är dock något högre i år till följd av att lönekostnaderna ökade med 4 miljoner kronor. Totalpoängen för IK Sirius FK blev 30 poäng jämfört med 40 poäng föregående år.

Noterbart är även att nykomlingarna Dalkurd FF, Trelleborgs FF och IF Brommapojkarna har en högre lönekostnad per poäng. Som nykomlingar ökade deras lönekostnader och de gick från topplaceringar i Superettan 2017 till bottenplaceringar i Allsvenskan. Detta gör att lönekostnaden per vunnen poäng blir betydligt högre för dessa klubbar i år.

Lönekostnad per poäng 2017 (tkr)



Lönekostnad per poäng 2018 (tkr)



Sammantaget har flera lag förbättrat sina nyckeltal för lönekostnad per poäng. Det gäller inte bara lag som underpresterar rent sportsligt, utan även lag som placerar sig högt i den allsvenska tabellen. Topplag som Malmö FF, Djurgårdens IF och Östersunds FK ökade sina lönekostnader per vunnen poäng under 2018. Topplag som seriesegrarna AIK samt IFK Norrköping, Hammarby IF och BK Häcken har i stället minskat sina lönekostnader per vunnen poäng. Hammarby IF har minskat sina lönekostnader per vunnen poäng med hela 647 tusen kronor. Trots att lönekostnaderna generellt sett ökade under året, har övriga klubbar en bra bit upp till Malmö FF:s lönekostnader. 2018 slutade Malmö FF på tredje plats med 58 inspelade poäng, samma antal poäng som Hammarby IF på fjärde plats. 2017 var Hammarby IF:s lönekostnad per vunnen poäng högre än Malmö FF:s. I år var det tvärtom. Malmö FF:s lönekostnad per vunnen poäng var drygt 1 miljon kronor högre än Hammarby IF:s, trots att de slutade på samma antal poäng.



Lönekostnad versus placering

Graf 24 visar lönekostnaderna i de allsvenska klubbarna under 2018 i förhållande till deras genomsnittliga placering de senaste två åren. Lönekostnaderna inkluderar löner, sociala kostnader och pensionskostnader och avser samtliga anställda i bolaget eller föreningen. Enkelt uttryckt visar grafen att om en klubb ligger över linjen betalar de "för mycket" i lön i förhållande till sin tabellplacering i Allsvenskan. Ligger en klubb under linjen betalar de "för lite" i lön i förhållande till sin tabellplacering.

Fyra lag hamnar mycket nära linjen. AIK, Djurgårdens IF, Hammarby IF och Kalmar FF presterar enligt förväntan i Allsvenskan sett till deras lönekostnader. Där utöver placerar sig nykomlingarna Trelleborgs FF, Dalkurda FF samt IF Brommapojkarna förhållandevis nära linjen. De lag som "överpresterar", det vill säga hamnar under linjen, är lag som Östersunds FK, IFK Norrköping, IK Sirius FK, GIF Sundsvall och Örebro SK. De betalar mindre i lön än vad som förväntas med hänsyn till deras placering i Allsvenskan. Slutligen har vi de lag som "underpresterar" och placerar sig över linjen i grafen. Hit hör lag som IF Elfsborg, IFK Göteborg och Malmö FF. IF Elfsborg och IFK Göteborg har underpresterat under de senaste två åren om vi ser till spelarlöner och tabellplaceringar. För Malmö FF är det svårt att föra samma

resonemang, eftersom klubben har slutat på första respektive tredje plats de två senaste åren.

Naturligtvis är det inte så enkelt att om en klubb placerar sig under linjen, så har den per automatik överpresterat och vice versa. I Malmö FF:s fall handlar det om att spelartruppen är dyrare, eftersom klubben inte bara förväntas slåss om SM-guldet, utan även gå vidare i Europaspelet. I år lyckades Malmö FF kvalificera sig för gruppspel i Europa League och spelade senare sextondelsfinal mot engelska Chelsea FC. Vad gäller lag som GIF Sundsvall, IK Sirius FK och Örebro SK kan vi dock konstatera en överprestation. Alla tre ligger en bra bit under linjen och har utifrån sina lönekostnader nått bra tabellplaceringar de senaste två åren.

Slutsatsen som vi kan dra av denna graf är att klubbar med höga lönekostnader placerar sig bättre i den allsvenska tabellen. Detta kan låta självklart då bättre spelare förmodligen vill ha en högre lön och därför blir bra lag också dyra lag. Men det finns undantag som bekräftar regeln vilket vi tidigare nämnt. Att bara titta på pappret och se vilka spelare som kostar mest går alltså inte, utan matcherna måste faktiskt spelas innan tabellen kan fastställas.

Genomsnittlig lönekostnad vs genomsnittlig tabellplacering 2017-2018 (tkr)



Eget kapital

Tabell 25 visar en sammanställning av de allsvenska klubbarnas egna kapital per 31 december 2018. Eget kapital speglar klubbens finansiella ställning då det visar totala tillgångar minus totala skulder. Det egna kapitalet består av tidigare års upparbetade vinster och förluster, externa kapitaltillskott och uppskrivningar av tillgångar (vanligtvis arenor).

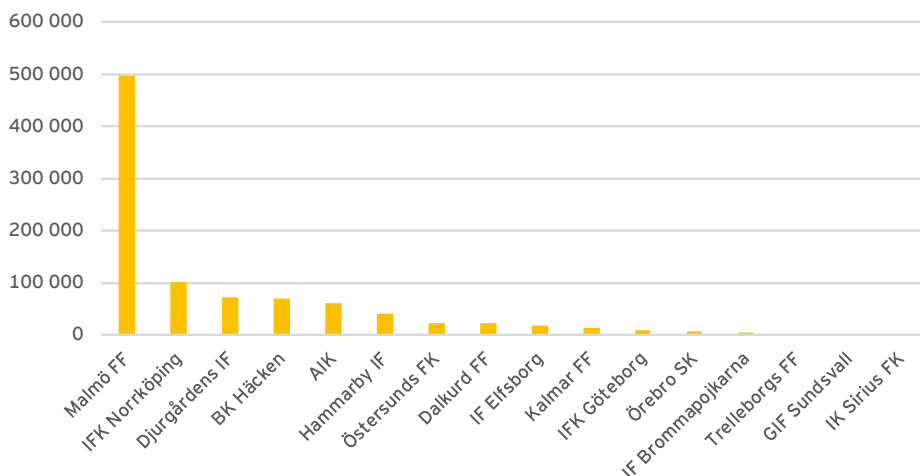
Allsvenskans rikaste klubb är likt föregående år Malmö FF och som diagrammet visar är övriga klubbar inte ens i närheten av att ha ett eget kapital som är lika stort som Malmö FF:s. Klubben har ett eget kapital som är 46 (54) miljoner kronor större än det egna kapitalet i de andra allsvenska klubbarna tillsammans. Per 31 december 2018 uppgick Malmö FF:s egna kapital till 497 miljoner kronor. Därefter kommer IFK Norrköping med 101 miljoner kronor som har stärkt sitt egna kapital ytterligare jämfört med föregående år tack vare försäljningen av Arnor Sigurdsson till CSKA Moskva. Djurgårdens IF, som har passerat både AIK och BK Häcken, är ny trea på listan med ett eget kapital på 72 miljoner kronor. GIF Sundsvall har gått från ett negativt eget kapital på 6 miljoner kronor 2017 till ett positivt eget kapital på 90 tusen kronor. IK Sirius FK har det lägsta egna kapitalet i Allsvenskan med 46 tusen kronor.

IF Elfsborg visar upp ett negativt resultat på 15 miljoner kronor och har under 2018 minskat sitt egna kapital med 44 procent. Kalmar FF hade också ett tufft år ekonomiskt. Klubben redovisade ett negativt resultat på drygt 5 miljoner kronor, men har ändå ett eget kapital som uppgår till 15 miljoner kronor.

Dalkurd FF gjorde ett positivt resultat på 9 miljoner kronor, och har nu ett eget kapital på 23 miljoner kronor. Malmö FF kvalificerade sig för spel i Europa Leagues gruppspel och redovisade ett positivt resultat för 2018 på 40 miljoner kronor, trots att kostnaderna ökade med 75 miljoner kronor. Klubben är i särklass rikast av de allsvenska lagen och under 2018 ökade avståndet mellan Malmö FF och konkurrenterna än mer vad gäller storleken på det egna kapitalet. Östersunds FK klarade av omställningen att inte delta i Europaspel främst via lyckade spelarförsäljningar, bland annat av Ken Sema och Saman Ghoddos. Klubben redovisade ett positivt resultat på 8 miljoner kronor och ett eget kapital på 23 miljoner kronor.

Det är svårt att ge en rekommendation om hur stort eget kapital en klubb bör ha för att betraktas som finansiellt stabil. Svenska Fotbollsförbundet kräver att klubbarna har positivt eget kapital per 31 december. Klarar en klubb inte detta måste en handlingsplan vara Licensnämnden till handa senast 31 mars kommande år. Detta är dock kanske inte tillräckligt, utan klubbarna bör eventuellt se över att likt SHL ha ett "lägsta krav" för eget kapital eller soliditet. I SHL får klubbarnas egna kapital inte understiga 4 miljoner kronor. Detta är en gräns som tre allsvenska klubbar inte klarar. Men en motsvarande nedre gräns skulle kunna bli svårhanterlig för mindre klubbar som precis har gått upp i Allsvenskan. Vårt förslag är därför att i stället sätta en nedre gräns för klubbarnas soliditet. På så vis blir det enklare att hålla koll på vilka klubbar som har det svårt rent ekonomiskt.

Eget kapital 2018 (tkr)



Soliditet

Soliditet definieras som den andel av total balansomslutning som utgörs av eget kapital, det vill säga hur mycket av bolagets tillgångar som är finansierade via tidigare upparbetade vinster och externt insatt kapital i form av aktier. Resterande del av tillgångarna är därmed finansierade via korta eller långa skulder. I många idrottsklubbar består dock en stor del av balansräkningen även av avsättningar för framtida pensionsutfästelser. Dessa ligger ofta säkrade i en kapitalförsäkring med motsvarande belopp på tillgångssidan. En generell rekommendation för företag brukar vara att ha en soliditet runt 30 procent. Ju större osäkerhet det finns i en bransch, desto högre soliditet bör företagen ha för att reservera kapital för framtiden. En idrottsklubb är visserligen inte som ett vanligt företag, men bör ändå anamma vissa förhållningssätt som finns i näringslivet. Vi anser därför att allsvenska klubbar bör ha en soliditet som är 30 procent eller högre. Genom att sträva efter en hög soliditet minskar klubbarnas risk att på kort tid försättas i ekonomiskt svårhanterliga situationer.

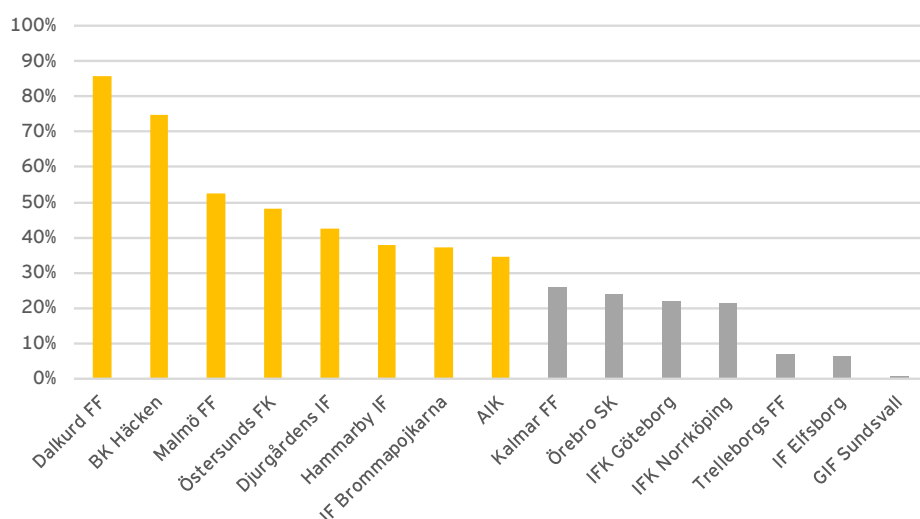
Soliditeten visar ett bolags långsiktiga förmåga att klara av förluster enskilda år, utan att dess förmåga att återbetala externa lån och skulder påverkas. I aktiebolag är vanligtvis det huvudsakliga syftet med verksamheten att generera avkastning till ägarna. Soliditeten bör därför inte vara allt för hög, då ägarnas avkastningskrav ofta kan vara högre procentuellt sett jämfört med vad exempelvis ett banklån kostar i ränta per år. I idrottsklubbar är det lite annorlunda.

De är majoritetsägda av en förening med medlemmar som inte har några avkastningskrav. Det blir dock allt vanligare med externt kapital upp till en röstandel av 49 procent i aktiebolaget (resterande 51 procent måste innehas av föreningen). Dessa finansörer kan ha någon form av långsiktigt avkastningskrav även om det antagligen inte är det primära syftet med investeringen.

Det finns tre klubbar som sticker ut i detta sammanhang. Dalkurd FF stod för den största ökningen och gick från en soliditet på 29 procent 2017 till 86 procent 2018. Ökningen kan förklaras av att klubbens balansomslutning är relativt liten, drygt 26 miljoner kronor, och att klubben hade höga intäkter från spelarförsäljningar under året. De andra två klubbarna är BK Häcken och Malmö FF som har en soliditet på 75 respektive 52 procent. BK Häckens soliditet kommer till stor del från intäkterna som Gothia Cup genererar till klubben varje år. BK Häcken har visat upp goda ekonomiska resultat under lång tid, vilket har byggt upp det egna kapitalet. Malmö FF imponerar också när det gäller detta nyckeltal. En soliditet på 52 procent när balansomslutningen uppgår till strax under 1 miljard kronor är minst sagt imponerande.

2018 är det 8 klubbar som har en soliditet som är högre än 30 procent. En klubb som inte når upp till detta är GIF Sundsvall. Klubben har dock förbättrat sin soliditet från minus 59 procent 2017 till plus 1 procent 2018.

Soliditet 2018





FotbollDirekt utsåg Hammarby IF till vinnare av "Årets tifo 2018".

fotbolldirekt.se/2018/11/13/pa-fd-arets-basta-tifon-bajens-triumf-otvivelaktigt-ett-av-de-basta-tifona-nagonsin/

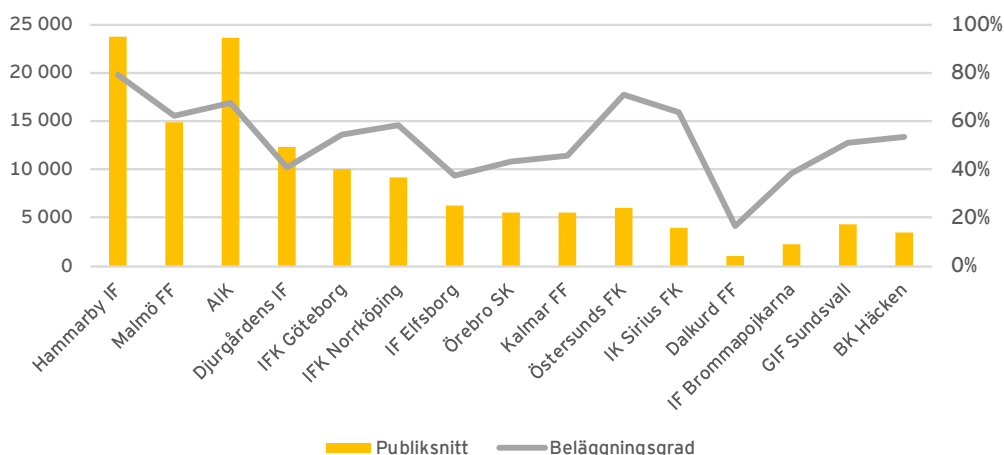
Publiksnitt per klubb

På sidan 15 redogjorde vi för det totala publiksnittet i Allsvenskan under de senaste fem åren. I denna del har vi jämfört publiksnittet per lag under de senaste två åren och även inkluderat beläggingsgraden för respektive lags arena.

Som tidigare nämnts kan publiksnittet till viss del förklaras av vilka lag som spelar i Allsvenskan. Detta märktes exempelvis 2015 då det totala publiksnittet i Allsvenskan ökade med 24 procent i samband med Hammarby IF:s avancemang. 2015 hade Allsvenskan sitt hittills högsta publiksnitt. Hammarby IF har haft det högsta publiksnittet från 2015 till 2018 och vinner publikligan överlägset. Därefter följer

Malmö FF och AIK och ställningen har varit oförändrad under samtliga tre år. Under 2018 och 2017 stod publikligans sex topplag, Hammarby IF, Malmö FF, AIK, Djurgårdens IF, IFK Göteborg och IFK Norrköping, för 70 respektive 71 procent av det totala publiksnittet. Med hänsyn till antalet invånare i kommunerna som klubbarna kommer ifrån har Östersunds FK lockat störst andel av kommunens invånare till sin arena (10 procent). Kalmar FF och IFK Norrköping kommer på andra respektive tredje plats med 8 respektive 7 procent. De fyra stockholmsklubbarna lockar tillsammans 6 procent av kommunens invånare.

Publiksnitt och beläggingsgrad 2018



Under 2018 ökade åtta lag sina publiksnitt jämfört med 2017. Nykomlingarna IF Brommapojkarna och Trelleborgs FF stod för de största ökningarna av publiksnittet med 99 respektive 60 procent. Av de lag som spelade i Allsvenskan även under 2017 stod AIK för både den största procentuella ökningen och den största ökningen av antalet åskådare. AIK ökade sitt publiksnitt med 33 procent respektive 5 857 åskådare per match. Djurgårdens IF tappade flest antal åskådare per match under 2018. Klubben tappade i snitt 3 935 åskådare, vilket motsvarar en procentuell minskning med 24 procent. En orsak kan vara att 2018 blev ett sämre år sportsligt. Djurgårdens IF slutade på en sjundeplats i tabellen, vilket kan jämföras med 2017 då klubben slutade trea. Av de övriga lagen sticker IFK Göteborg ut mest. Under 2018 minskade klubbens publiksnitt med 19 procent och sedan 2015 har publiksnittet minskat med 31 procent.

Beläggingsgrad

Att jämföra beläggingsgrad är komplicerat eftersom lagen byter arenor, ibland till och med under pågående säsong. Arenorna är inte heller byggda för fotboll på samma sätt som arenorna i SHL är byggda för hockey. Klubbarna kan i vissa fall stänga sektioner på arenan om matchen inte förväntas bli slutsåld. Ett exempel är AIK som vanligtvis stänger det tredje etaget på Friends Arena, vilket minskar publikkapaciteten med 15 000 åskådare. Vid två tillfällen under 2018 valde dock klubben att öppna det tredje etaget och sälja ut arenan som rymmer 50 000 åskådare. Det ökade klubbens beläggingsgrad från 2017 med 17 procent.

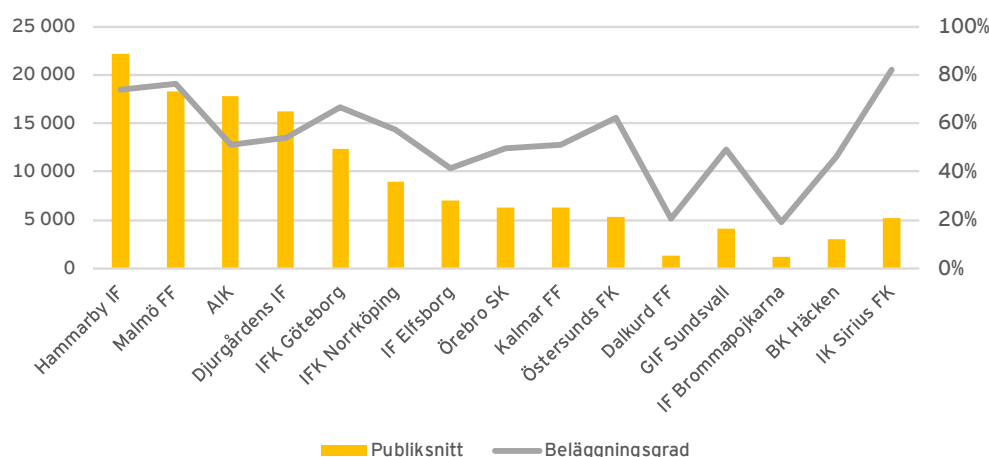
Beläggingsgraden varierar stort mellan lagen i Allsvenskan. I snitt uppgår den till 55 procent för 2018 och 55 procent för 2017. Hammarby IF hade högst beläggingsgrad under 2018 (79 procent). Därefter följde Östersunds FK med 71 procent och AIK med 68 procent. Hammarby IF, med en arenapacitet på 30 000, har som lägst haft 68 procents beläggingsgrad

under de senast fem säsongerna. Det kan jämföras med det allsvenska genomsnittet på 55 procent under 2018. Lägst beläggingsgrad under 2018 hade Dalkurd FF med 16 procent.

Entréintäkterna står för 19 procent av de allsvenska lagens totala intäkter och är en väldigt viktig inkomstkälla för klubbarna. Hammarby IF, AIK, Malmö FF, Djurgårdens IF och IFK Göteborg blev topp fem avseende publiksnitt under 2018. De spelar alla på arenor som inte anpassade för fotbollsevenemang i första hand. Att Hammarby IF och AIK ändå hade en beläggingsgrad över eller strax under 70 procent, tyder på ett starkt intresse för lagen och att klubbarna presterade bra sportsligt. Vår bedömning är att en optimal beläggingsgrad ligger på 90 till 95 procent, om syftet är att maximera vinsten. Detta stöds av nationalekonomiska principer. Om en klubb har lägre beläggingsgrad finns det definitivt möjlighet att öka entréintäkterna och andra matchdagsintäkter. Klubbarna kan locka mer publik till arenan genom kampanjer, men även få den del av publiken som inte går på matcher regelbundet att exempelvis köpa årskort. För att dessa åskådare ska besöka matcharenan mer frekvent bör klubbarna identifiera vad som krävs för att locka dessa åskådare. Olika faktorer som kan påverka beläggingsgraden kan exempelvis vara kommunikationer till och från arenan, matcharrangemanget eller småsaker som korta köer vid insläpp och liknande.

Under 2017 var IK Sirius FK den klubb med högst beläggingsgrad, 82 procent. 2018 hade som tidigare nämnts Hammarby IF den högsta beläggingsgraden med 79 procent. Mot bakgrund av att beläggingsgraden i Allsvenskan snarare är för låg än för hög, tror vi att klubbarnas utmaning ligger i möjligheten att locka fler, nya och mer frekventa åskådare till matcherna.

Publiksnitt och beläggingsgrad 2017



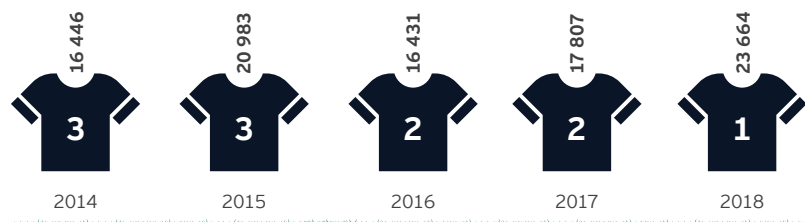


Analys av klubbarna

På följande sidor går vi igenom den finansiella ställningen i i varje enskild klubb.

01

Publiksnitt och tabellplacering



AIK

Säsongen 2018 stod AIK som segrare i Allsvenskan, en seger som säkrades i den allra sista spelomgången. För klubben innebar segern att AIK tog sitt första SM-guld på nio år och klubben kan nu titulera sig svenska mästare för tolfte gången. AIK spelade in 67 poäng under säsongen, vilket var 10 poäng fler än föregående år och en stor anledning till att AIK bärgade SM-guldet. Klubben ökade sitt publiksnitt med ungefär 33 procent, från 17 807 åskådare 2017 till 23 664 åskådare 2018. En förklaring till den markanta ökningen var att AIK vid två tillfällen sålde ut Friends Arena.

Med hjälp av det ökade publiksnittet lyckades AIK öka entréintäkterna med cirka 16,9 miljoner kronor. Även intäkterna från reklam och sponsring ökade med cirka 8,6 miljoner kronor jämfört med föregående år. Intäkterna från tv-rättigheter minskade med 0,1 miljoner kronor och övriga intäkter minskade med cirka 75,8 miljoner kronor. En stor del av de minskade intäkterna beror på att intäkterna från spelarförsäljningar minskade med cirka 88 miljoner kronor under 2018. Detta då försäljningen av Alexander Isak till Borussia Dortmund redovisades under 2017.

AIK:s totala kostnader ökade med cirka 27,9 miljoner kronor. Ökade personalkostnader stod för cirka 11,3 miljoner kronor, avskrivningar för cirka 5,4 miljoner kronor och övriga kostnader för cirka 11,1 miljoner kronor. Ökningen av personalkostnader kan hänföras till att klubben inför och under säsongen 2018 värvade in spelare som Tarik Elyounoussi, Alexander Milosevic och Sebastian Larsson. AIK gjorde till följd av kostnadsökningarna ett negativt resultat på cirka 16,8 miljoner kronor.

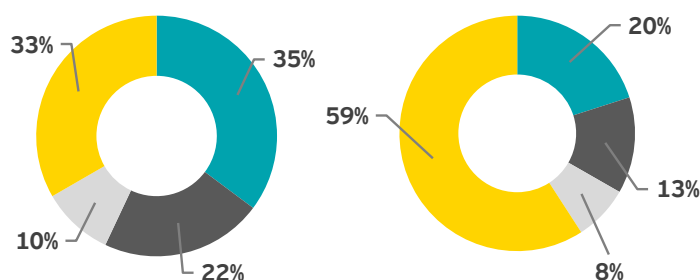
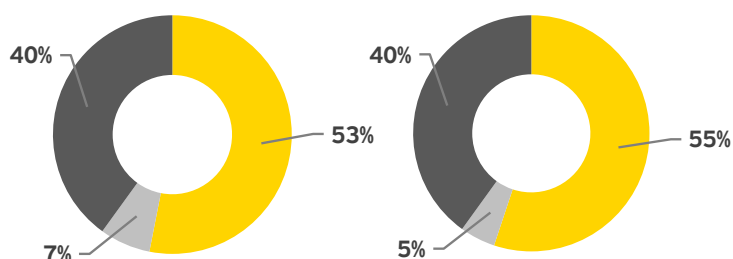
Trots att det ekonomiska resultatet för 2018 slutade på minus, har AIK fortfarande ett eget kapital på cirka 61,2 miljoner kronor. Det placerar AIK i topp fem bland klubbarna med starkast eget kapital. Klubbens sportsliga satsning på att vinna SM-guld lyckades och det ger AIK möjligheten att kvala in till Champions League. Detta skulle kunna skapa ännu bättre ekonomiska förutsättningar för AIK under de kommande åren.

Fördelning av kostnader 2018

Fördelning av kostnader 2017

Fördelning av nettoomsättning 2018

Fördelning av nettoomsättning 2017



Personalkostnader Avskrivningar Övriga kostnader

Entrébiljetter Reklam och sponsring TV-rättigheter Övrigt



AIK	2018	2017
Nettoomsättning (tkr)	178 285	228 663
Totala kostnader (tkr)	199 819	171 956
Årets resultat (tkr)	-16 845	45 582
Eget kapital (tkr)	61 205	78 049
Tabellplacering	1	2
Vunna poäng	67	57
Arenakapacitet	35 000	35 000
Publiksnitt	23 664	17 807
Beläggningsgrad	68%	51%
Lönekostnad per vunnen poäng (tkr)	1 505	1 625
Sponsorkrona per vunnen poäng (tkr)	580	531

02

Publiksnitt och tabellplacering



IFK Norrköping

IFK Norrköping slutade på en andraplats i Allsvenskan 2018 med 65 inspelade poäng jämfört med en sjätteplats och 48 poäng 2017. Kampen om SM-guldet utkämpades mot AIK som dock säkrade seriesegern i den sista omgången. Publiksnittet uppgick till 9 172 åskådare per match, vilket är en liten ökning från 2017 då publiksnittet uppgick till 9 004 åskådare.

Även om publiksnittet ökade under 2018 minskade intäkterna från entrébiljetter med 1 miljon kronor under säsongen. Reklam- och sponsorintäkter minskade med 0,4 miljoner kronor. Då endast tre lag i Allsvenskan har lägre intäkter från reklam och sponsring bör det finnas potential för klubben att öka dessa intäkter framöver. Intäkterna från tv-rättigheter ökade med 5,2 miljoner kronor jämfört med 2017. Klubben ökade också sina intäkter från spelarförsäljningar - från cirka 37,8 miljoner kronor 2017 till 50,7 miljoner kronor 2018. Försäljningen av Arnór Sigurdsson till CSKA Moskva inbringade 42,5 miljoner kronor till klubben. Nettoomsättningen ökade med totalt 5,5 miljoner kronor.

Under 2018 ökade även klubbens totala kostnader med 26,4 miljoner kronor. Personalkostnaderna stod för 19,5 miljoner kronor av den totala ökningen. Under sommaren 2018 köptes

Alexander Fransson tillbaka från FC Basel för 10,3 miljoner kronor.

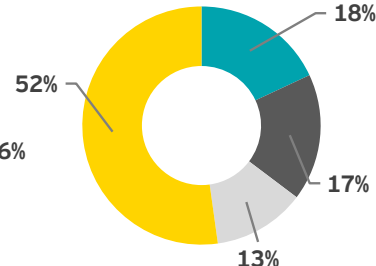
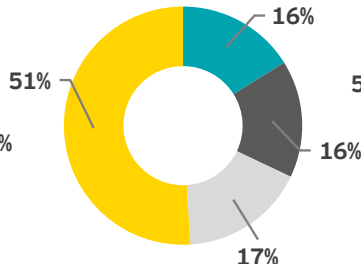
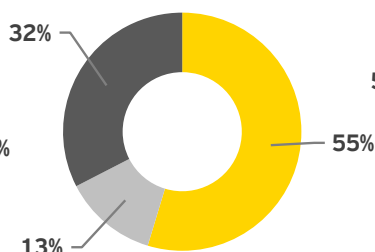
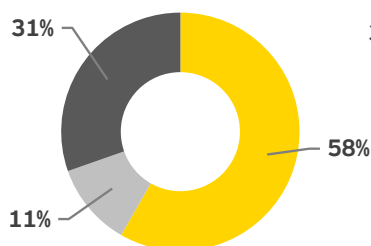
Tack vare klubbens övriga rörelseintäkter på 54,9 miljoner kronor blev resultatet för 2018 positivt och slutade på 12,4 miljoner kronor. IFK Norrköping kan redovisa ett eget kapital på 101,3 miljoner kronor och är efter Malmö FF den klubb i Allsvenskan med högst eget kapital.

Fördelning av kostnader 2018

Fördelning av kostnader 2017

Fördelning av nettoomsättning 2018

Fördelning av nettoomsättning 2017



Personalkostnader Avskrivningar Övriga kostnader

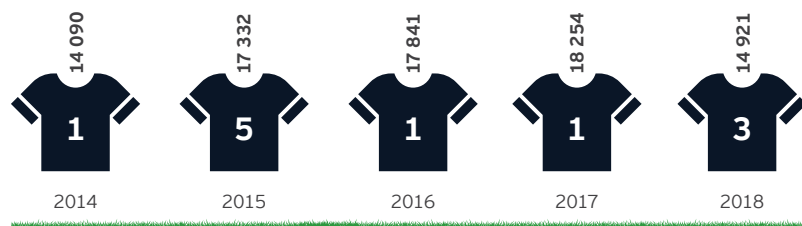
Entrébiljetter Reklam och sponsring TV-rättigheter Övrigt



IFK Norrköping	2018	2017
Nettoomsättning (tkr)	101 528	96 001
Totala kostnader (tkr)	139 565	113 119
Årets resultat (tkr)	12 361	18 290
Eget kapital (tkr)	101 327	88 967
Tabellplacering	2	6
Vunna poäng	65	48
Arenakapacitet	15 734	15 734
Publiksnitt	9 172	9 004
Beläggningsgrad	58%	57%
Lönekostnad per vunnen poäng (tkr)	1 185	1 265
Sponsorkrona per vunnen poäng (tkr)	249	345

03

Publiksnitt och tabellplacering



Malmö FF

Malmö FF som vunnit Allsvenskan två år i rad slutade på en tredje plats under 2018. Klubben fick en tuff start på säsongen som bland annat ledde till ett byte av huvudtränare. Malmö FF:s tredjeplats, som säkrades i sista omgången, innebär Europaspel även under nästa säsong. Klubben har fortsatt haft framgångar i Europaspelet. Det gick inte hela vägen i kvalspelet till UEFA Champions League, men klubben lyckades ändå ta sig vidare till gruppspelen i Europa League där de sedan säkrade avancemang från gruppen. Under 2018 hade klubben ett publiksnitt på 14 921 åskådare, vilket var 3 333 färre åskådare jämfört med förgående säsong.

Malmö FF:s nettoomsättning ökade med 111,6 miljoner kronor under 2018. Det motsvarar en ökning på 48 procent. Ökningen förklaras främst av ökad ersättning från UEFA till följd av framgångarna i Europa League. Ersättningen från UEFA uppgick till 81,7 miljoner kronor, vilket kan jämföras med 7,7 miljoner kronor förgående år. Detta är en ökning med 74 miljoner kronor. Ökade matchintäkter om 19,6 miljoner kronor och ökade intäkter från spelarförsäljningar om 15,5 miljoner kronor bidrog också till klubbens ökade nettoomsättning. Den främsta spelarförsäljningen var Mattias Svanberg som såldes till italienska Bologna för ungefär 46 miljoner kronor under sommarens transferfönster.

Klubbens kostnader ökade också under säsongen. Totalt sett ökade kostnaderna med 74,8 miljoner kronor, vilket motsvarar en ökning på 33 procent. Av denna ökning står personalkostnaderna för 32,1 miljoner kronor och övriga externa kostnader för 26 miljoner kronor. Klubben har förstärkt sin trupp med mer etablerade spelare som ökat lönekostnaderna. Klubbens lönekostnader är till exempel 43,7 miljoner kronor högre än AIK:s, vilket motsvarar 43 procent. AIK är den klubb i Allsvenskan med näst högst lönekostnad. Ökningen av de övriga kostnaderna kommer främst från högre matchomkostnader till följd av fler spelade matcher i och med framgången i Europaspelet.

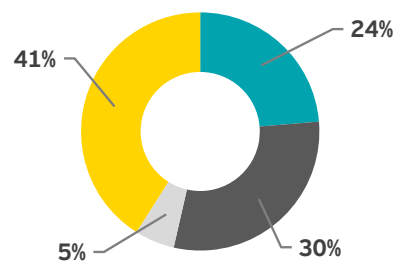
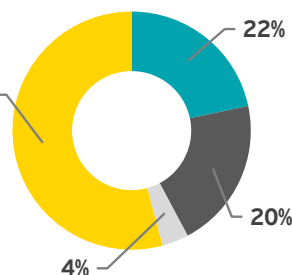
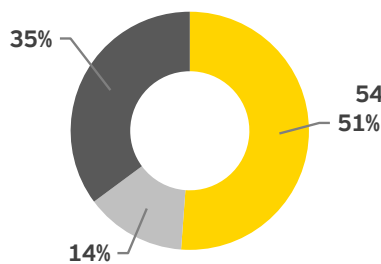
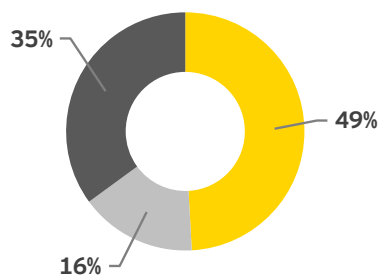
Ekonomiskt visade klubben upp ett positivt resultat på 39,6 miljoner kronor. Klubben har dessutom ett eget kapital på 496,7 miljoner kronor, det i särklass högsta egna kapitalet i Allsvenskan. Malmö FF har 10 procent eller 45,6 miljoner kronor mer i eget kapital än de övriga 15 lagen tillsammans.

Fördelning av kostnader 2018

Fördelning av kostnader 2017

Fördelning av nettoomsättning 2018

Fördelning av nettoomsättning 2017



Personalkostnader Avskrivningar Övriga kostnader

Entrébiljetter Reklam och sponsring TV-rättigheter Övrigt



Malmö FF	2018	2017
Nettoomsättning (tkr)	342 884	231 320
Totala kostnader (tkr)	300 799	226 026
Årets resultat (tkr)	39 617	85
Eget kapital (tkr)	496 686	457 069
Tabellplacering	3	1
Vunna poäng	58	64
Arenakapacitet	24 000	24 000
Publiksnitt	14 921	18 254
Beläggningsgrad	62%	76%
Lönekostnad per vunnen poäng (tkr)	2 492	1 767
Sponsorkrona per vunnen poäng (tkr)	1 214	1 081

04

Publiksnitt och tabellplacering



Hammarby IF

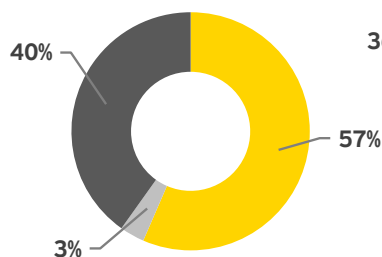
Hammarby IF placerade sig på en fjärdeplats i 2018 års upplaga av Allsvenskan. Det var en förbättring jämfört med 2017 då klubben slutade på en niondeplats. Klubben hade det dock tuffare i "derbykampen" denna säsong och tog 9 av 18 möjliga poäng i dessa matcher. Under 2018 uppgick klubbens publiksnitt till 23 679 åskådare per match. Det är en ökning med cirka 7 procent eller 1 542 åskådare per match. Hammarby IF vann därmed publikligan i Allsvenskan och jämfört med AIK som hamnade på andraplats hade Hammarby IF i snitt 15 åskådare fler per match.

Den totala nettoomsättningen uppgick till 136,4 miljoner kronor, vilket är en ökning på hela 12,2 miljoner kronor jämfört med föregående år. Ökningen beror främst på att matchintäkterna ökade med 4 miljoner kronor till följd av det ökade publiksnittet. Klubben ökade även sina intäkter från marknadsaktiviteter med 4 miljoner kronor. Dessutom lyckades klubben sälja spelare för 13 miljoner kronor, vilket var något bättre än året innan då intäkterna från spelarförsäljningar uppgick till 12 miljoner kronor. Den största spelarförsäljningen under säsongen var försäljningen av Pa Dibba till SZ FC i Kina för drygt 12 miljoner kronor.

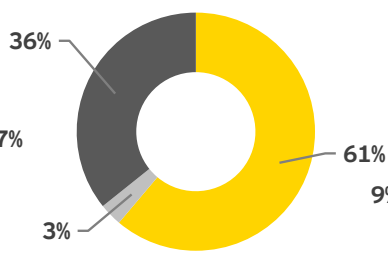
Klubbens kostnader ökade med totalt 13,5 miljoner kronor. Det förklaras av att personalkostnaderna ökade med 1,4 miljoner kronor, övriga externa kostnader med 6,5 miljoner kronor och kostnader i idrottsverksamheten med 4 miljoner kronor. Den främsta förklaringen till de ökade kostnaderna är investeringar i spelare och ökade matchomkostnader till följd av ökat publiksnitt. Klubbens marknadsomkostnader ökade också till följd av ökade sponsorkostnader och en engångskostnad för ett byte av huvudtränare under säsongen. Dessutom ökade avskrivningarna då klubben under denna och föregående säsong investerade i nya spelarkontrakt.

Hammarby IF gjorde ett positivt resultat på 8,4 miljoner kronor och har ett stabilt eget kapital på 41,7 miljoner kronor.

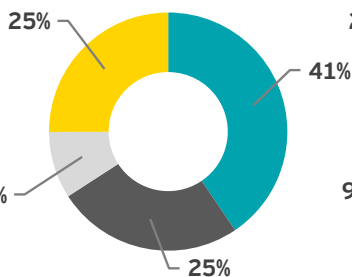
Fördelning av kostnader 2018



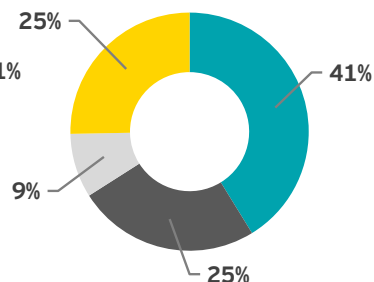
Fördelning av kostnader 2017



Fördelning av nettoomsättning 2018



Fördelning av nettoomsättning 2017



Personalkostnader Avskrivningar Övriga kostnader

Entrébiljetter Reklam och sponsring TV-rättigheter Övrigt



Hammarby IF	2018	2017
Nettoomsättning (tkr)	136 377	124 165
Totala kostnader (tkr)	145 550	132 066
Årets resultat (tkr)	8 437	1 589
Eget kapital (tkr)	41 746	34 758
Tabellplacering	4	9
Vunna poäng	58	38
Arenakapacitet	30 000	30 000
Publiksnitt	23 679	22 137
Beläggningsgrad	79%	74%
Lönekostnad per vunnen poäng (tkr)	1 288	1 935
Sponsorkrona per vunnen poäng (tkr)	596	809

05

Publiksnitt och tabellplacering



BK Häcken

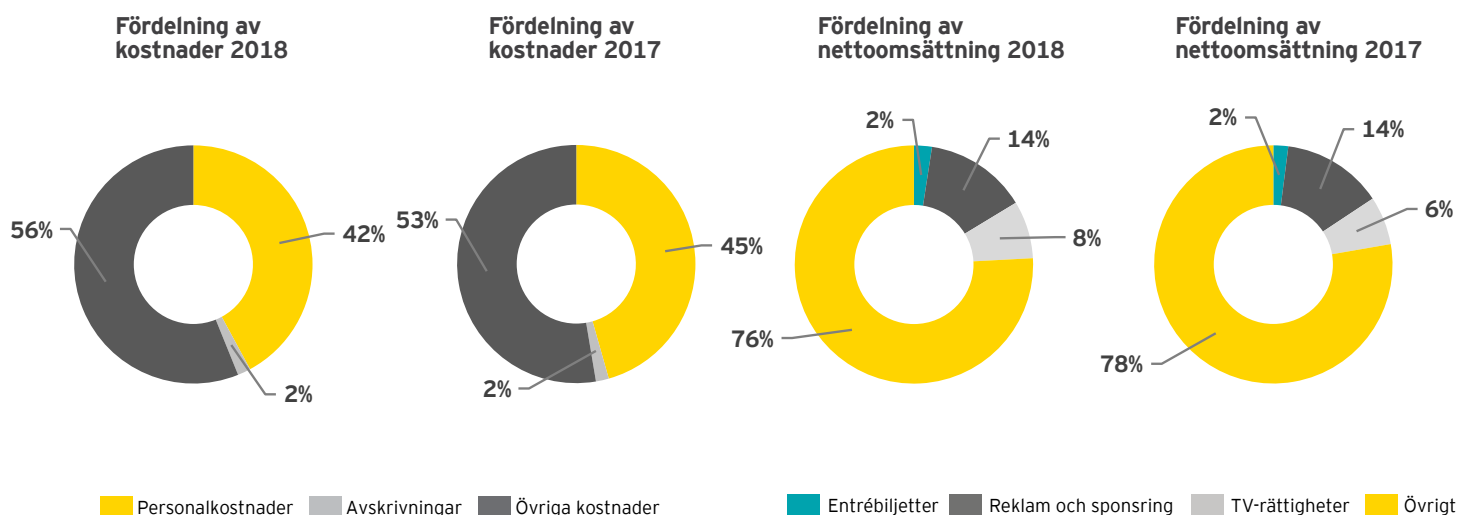
BK Häcken slutade på en femteplats i den allsvenska tabellen under 2018, vilket kan jämföras med föregående års fjärdeplats. Klubben ökade dock sitt publiksnitt med 16 procent, från 2 996 till 3 461 åskådare per match. Klubben deltog även i kvalspelet till Europa League där de åkte ut mot RB Leipzig i den andra kvalomgången.

Nettoomsättningen ökade med cirka 9 miljoner kronor, motsvarande 5 procent, och landade på 173,9 miljoner kronor. Ökningen beror främst på att de övriga intäkterna i form av egna arrangemang och UEFA-ersättningar ökade under året. Likt tidigare år består BK Häckens nettoomsättning till största del av egna arrangemang, bland annat Gothia Cup, som klassificeras under övriga intäkter. Egna arrangemang står för 60 procent av den totala nettoomsättningen. Det kan jämföras med intäkterna från entrébiljetter som står för 2 procent av den totala nettoomsättningen. Sett till de totala intäkterna hade BK Häcken den tredje högsta omsättningen av de allsvenska klubbarna under 2018, trots att de hade ligans näst lägsta publiksnitt.

Klubbens totala kostnader minskade med 3,9 miljoner kronor under året. Det motsvarar 2 procent och förklaringen är

kraftigt minskade personalkostnader. BK Häcken minskade sina personalkostnader från 76,9 miljoner kronor 2017 till 69,3 miljoner kronor 2018. BK Häcken hade de sjätte högsta personalkostnaderna i Allsvenskan 2018, men ligger ändå en bit efter Malmö FF vars personalkostnader uppgick till 147,8 miljoner kronor.

Tack vare ökade intäkter och minskade kostnader gjorde klubben ett positivt resultat på 11,9 miljoner kronor. BK Häcken har ett eget kapital på 71,1 miljoner kronor och i relation till de totala tillgångarna har klubben med sina 75 procent den högsta soliditeten i Allsvenskan.





BK Häcken	2018	2017
Nettoomsättning (tkr)	173 864	164 910
Totala kostnader (tkr)	164 683	168 587
Årets resultat (tkr)	11 937	51
Eget kapital (tkr)	71 086	59 149
Tabellplacering	5	4
Vunna poäng	53	52
Arenakapacitet	6 500	6 500
Publiksnitt	3 461	2 996
Beläggningsgrad	53%	46%
Lönekostnad per vunnen poäng (tkr)	1 269	1 443
Sponsorkrona per vunnen poäng (tkr)	456	433

06

Publiksnitt och tabellplacering



Östersunds FK

Östersunds FK inledde 2018 med att spela sextondelsfinal i Europa League mot storklubben Arsenal efter att ha kommit tvåa i grupp-spelet under 2017. Dubbelmötet mot Arsenal slutade i förlust med totalt 2-4. I Allsvenskan slutade klubben på en sjätteplats, vilket var en sämre placering än föregående års femteplats. Publiksnittet ökade dock från 5 265 till 6 020 åskådare per match.

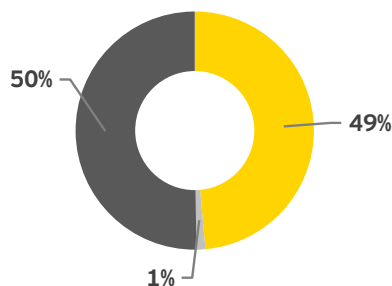
Nettoomsättningen ökade från 123,1 miljoner kronor till 140,3 miljoner kronor. Det förklaras av att intäkterna från spelarförsäljningar ökade från 0,5 miljoner kronor till 67,4 miljoner kronor. Klubben sålde bland annat Saman Ghoddos till SC Amiens för 42 miljoner kronor och Ken Sema till Watford för 23 miljoner kronor. Intäkterna från entrébiljetter minskade med 7,5 miljoner kronor, eftersom klubben spelade fler matcher i Europa League 2017 - två kvalomgångar och därefter gruppspel.

De totala kostnaderna ökade från 103,6 miljoner kronor till 130,5 miljoner kronor till följd av att personalkostnaderna ökade med 9,0 miljoner kronor och övriga kostnader med

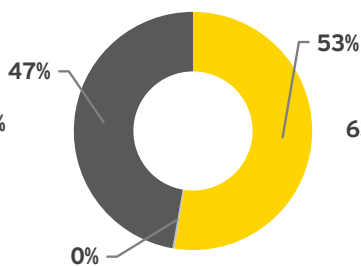
16,6 miljoner kronor. Vad gäller övriga kostnader ledde spelarförsäljningarna till att klubbens agentkostnader ökade med 8,8 miljoner jämfört med 2017.

Totalt sett landade klubben på ett positivt resultat om 8 miljoner kronor. Eget kapital uppgår till 23,2 miljoner kronor, vilket innebär en soliditet på 48 procent.

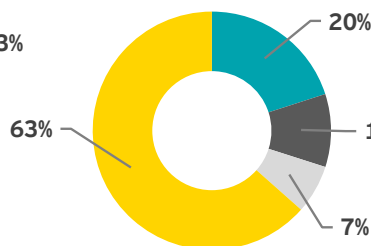
Fördelning av kostnader 2018



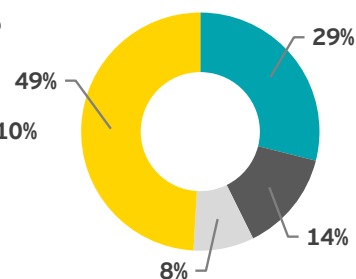
Fördelning av kostnader 2017



Fördelning av nettoomsättning 2018



Fördelning av nettoomsättning 2017



Personalkostnader Avskrivningar Övriga kostnader

Entrébiljetter Reklam och sponsring TV-rättigheter Övrigt



Östersunds FK	2018	2017
Nettoomsättning (tkr)	140 285	123 133
Totala kostnader (tkr)	130 523	103 635
Årets resultat (tkr)	7 967	13 283
Eget kapital (tkr)	23 171	15 204
Tabellplacering	6	5
Vunna poäng	49	50
Arenakapacitet	8 466	8 466
Publiksnitt	6 020	5 265
Beläggningsgrad	71%	62%
Lönekostnad per vunnen poäng (tkr)	1 270	1 068
Sponsorkrona per vunnen poäng (tkr)	284	339



Publiksnitt och tabellplacering



Djurgårdens IF

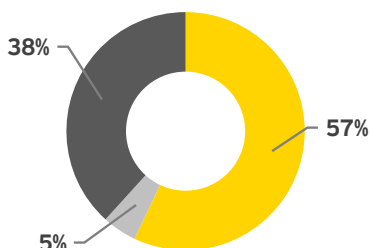
Djurgårdens IF inledde 2018 starkt med en seger i Svenska Cupen. Klubben kvalade även till Europa League, men åkte ut mot FC Mariupol från Ukraina i den andra kvalomgången. Efter en något tyngre höst slutade klubben på sjunde plats i den allsvenska tabellen jämfört med tredje plats 2017. Publiksnittet uppgick till 12 306 åskådare, en stor minskning från föregående år då publiksnittet uppgick till 16 241 åskådare. Följaktligen minskade publikintäkterna med 4,1 miljoner kronor, motsvarande 11 procent.

Klubben hade återigen stora intäkter från spelarförsäljningar då bland annat anfallaren Tino Kadewere såldes för cirka 20,5 miljoner kronor och backen Felix Beijmo för cirka 31,4 miljoner kronor. De totala intäkterna från spelarförsäljningar uppgick till 56,5 miljoner kronor, vilket är ökning mot föregående års 34,7 miljoner kronor. Intäkterna från reklam och sponsring ökade med 5,3 miljoner kronor eller 21 procent. En stor anledning till ökningen är att klubben under året ingick flera nya affärer och tecknade avtal med nya partners

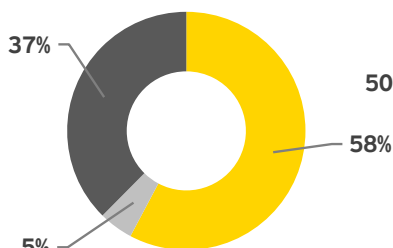
De totala kostnaderna ökade med 11,1 miljoner kronor under 2018. Klubben investerade bland annat i personal och spelare, vilket gjorde att personalkostnaderna ökade med 7 procent, från 80,8 miljoner kronor till 86,2 miljoner kronor.

Resultatet för 2018 blev positivt och landade på 18,7 miljoner kronor tack vare ovan nämnda spelarförsäljningar. Klubben har nu ett eget kapital på 72,1 miljoner kronor, endast IFK Norrköping och Malmö FF har ett större eget kapital.

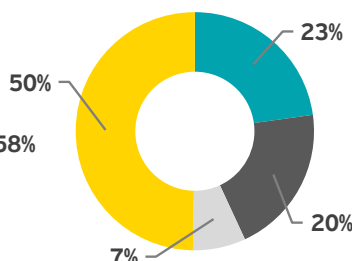
Fördelning av kostnader 2018



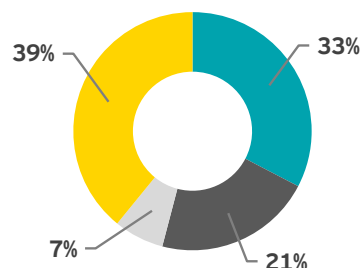
Fördelning av kostnader 2017



Fördelning av nettoomsättning 2018



Fördelning av nettoomsättning 2017



Personalkostnader Avskrivningar Övriga kostnader

Entrébiljetter Reklam och sponsring TV-rättigheter Övrigt



Djurgårdens IF	2018	2017
Nettoomsättning (tkr)	151 374	118 387
Totala kostnader (tkr)	151 008	139 952
Årets resultat (tkr)	18 662	65
Eget kapital (tkr)	72 139	53 477
Tabellplacering	7	3
Vunna poäng	48	53
Arenakapacitet	30 000	30 000
Publiksnitt	12 306	16 241
Beläggningsgrad	41%	54%
Lönekostnad per vunnen poäng (tkr)	1 767	1 506
Sponsorkrona per vunnen poäng (tkr)	640	479



Publiksnitt och tabellplacering



GIF Sundsvall

2018 blev sportsligt sett ett lyckat år för GIF Sundsvall som nådde sin bästa tabellplacering i Allsvenskan sedan 2004. Klubben slutade på en åttondeplats med 44 inspelade poäng, vilket var 13 poäng fler än 2017. I och med detta ökade publiksnittet från 4 162 åskådare per match till 4 333 åskådare per match.

GIF Sundsvall hade ett negativt eget kapital på 6,3 miljoner vid ingången av 2018. Klubben riskerade därmed att mista elitlicensen för 2019. GIF Sundsvall har haft en tuff ekonomisk situation under en längre tid och räddats av intäkter från spelarförsäljningar. Under 2018 lyckades klubben sälja namnrättigheterna till sin hemmaarena och en konstgräsanläggning som inbringade miljonbelopp till klubben. Utöver detta har klubben sålt spelare för cirka sju miljoner kronor där försäljningen av Romain Gall till Malmö FF inbringade ungefär 5,2 miljoner kronor.

Nettoomsättningen ökade med 4,6 miljoner kronor från 2017. Entréintäkterna ökade med 0,2 miljoner kronor, intäkterna från tv-rättigheter med 2,6 miljoner kronor och de övriga intäkterna med 3,9 miljoner kronor. Däremot minskade

reklam- och sponsorintäkterna med 2,1 miljoner kronor. På kostnadssidan skedde inga större förändringar bortsett från att personalkostnaderna ökade med 3,3 miljoner kronor. Under 2018 hade GIF Sundsvall den tredje lägsta lönekostnaden i Allsvenskan och den lägsta lönekostnaden per vunnen poäng.

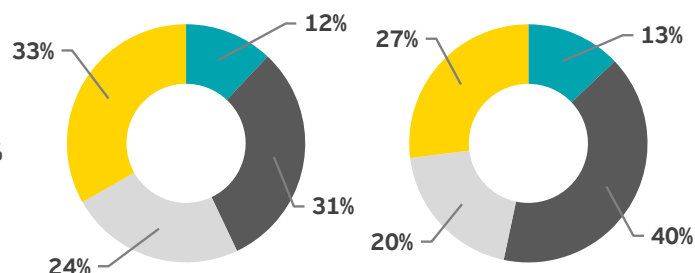
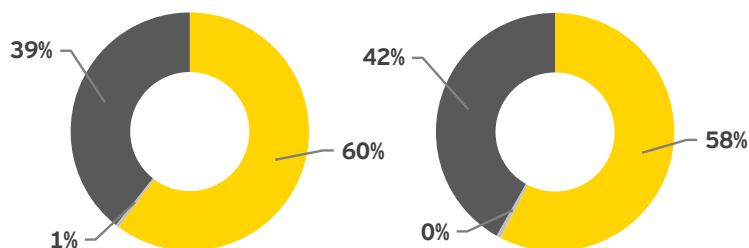
Klubben har enligt sin årsredovisning fått villkorade kapitaltillskott från fyra privatpersoner och företag för att stabilisera ekonomin. Erhållna bidrag under 2018 uppgår till 10,1 miljoner kronor, vilket är en ökning med 6,8 miljoner kronor jämfört med föregående år. GIF Sundsvall har ett positivt eget kapital på 90 tusen kronor, men stora utmaningar väntar fortfarande om klubben ska kunna stabilisera sin ekonomi på lång sikt.

Fördelning av kostnader 2018

Fördelning av kostnader 2017

Fördelning av nettoomsättning 2018

Fördelning av nettoomsättning 2017



Personalkostnader Avskrivningar Övriga kostnader

Entrébiljetter Reklam och sponsring TV-rättigheter Övrigt



GIF Sundsvall	2018	2017
Nettoomsättning (tkr)	42 170	37 601
Totala kostnader (tkr)	51 102	47 605
Årets resultat (tkr)	725	-6 956
Eget kapital (tkr)	90	-6 310
Tabellplacering	8	13
Vunna poäng	44	31
Arenakapacitet	8 500	8 500
Publiksnitt	4 333	4 162
Beläggningsgrad	51%	49%
Lönekostnad per vunnen poäng (tkr)	664	841
Sponsorkrona per vunnen poäng (tkr)	297	490



Publiksnitt och tabellplacering



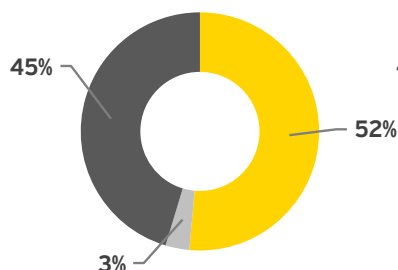
Örebro SK

Örebro SK slutade på en niondeplats i Allsvenskan 2018 med 35 inspelade poäng. Trots att klubben spelade in en poäng mindre än under 2017 förbättrade klubben sin tabellplats med två placeringar. Klubbens publiksnitt minskade dock för andra året i rad. Örebro SK:s hemmamatcher lockade i snitt 5 496 åskådare, vilket var 787 åskådare färre än 2017. Beläggningsgraden på Örebro SK:s hemmamatcher var 43 procent.

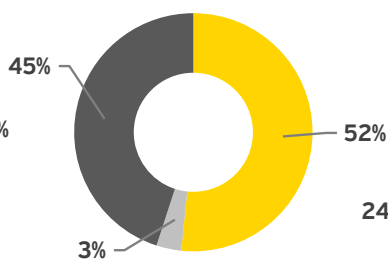
Nettoomsättningen för året uppgick till 56 miljoner kronor, en ökning med 5,5 miljoner mot föregående år. Ökningen kan förklaras av att intäkterna från spelarförsäljningar ökade med 7,3 miljoner kronor. Försäljningen av Brendan Hines-Ike till belgiska KV Kortrijk för ungefär 6,2 miljoner kronor stod för den största delen. På grund av det lägre publiksnittet minskade entréintäkterna med 1,4 miljoner kronor. Även intäkterna från reklam och sponsring minskade med 1,8 miljoner kronor.

Klubbens totala kostnader ökade med 1,5 miljoner kronor och uppgick till 56 miljoner kronor. Personalkostnaderna ökade med 0,6 miljoner kronor och övriga kostnader ökade med 0,9 miljoner kronor. Örebro SK gjorde ett negativt resultat på 0,4 miljoner kronor för 2018. Klubbens egna kapital uppgick vid årets slut till 8,1 miljoner kronor.

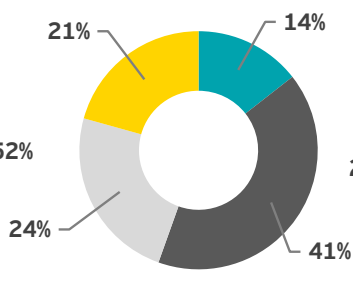
Fördelning av kostnader 2018



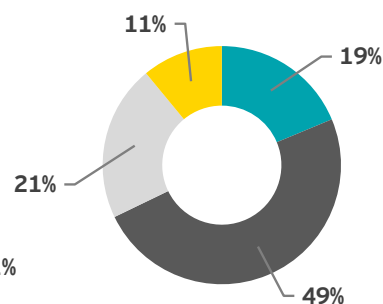
Fördelning av kostnader 2017



Fördelning av nettoomsättning 2018



Fördelning av nettoomsättning 2017



Personalkostnader Avskrivningar Övriga kostnader

Entrébiljetter Reklam och sponsring TV-rättigheter Övrigt



Örebro SK	2018	2017
Nettoomsättning (tkr)	55 975	50 465
Totala kostnader (tkr)	56 040	54 564
Årets resultat (tkr)	-423	-3 033
Eget kapital (tkr)	8 140	8 753
Tabellplacering	9	11
Vunna poäng	35	36
Arenakapacitet	12 645	12 645
Publiksnitt	5 496	6 283
Beläggningsgrad	43%	50%
Lönekostnad per vunnen poäng (tkr)	780	794
Sponsorkrona per vunnen poäng (tkr)	656	689

10

Publiksnitt och tabellplacering



Kalmar FF

Kalmar FF förbättrade sin tabellplacering från föregående år och slutade 2018 på plats 10 i den allsvenska tabellen. Totalt spelade klubben in 34 poäng och befann sig i mitten av tabellen under i stort sett hela säsongen. Publiksnittet var 5 563 åskådare per match, vilket innebar en minskning från 2017 med 11 procent.

Klubbens ambition var att höja snittpriset per biljett under 2018. Det lyckades klubben med då entréintäkterna ökade med 1,8 miljoner kronor trots ett minskat publiksnitt. Däremot minskade den totala nettoomsättningen med 5,3 miljoner kronor. Den minskade nettoomsättningen förklaras av att klubben inte sålde några spelare under 2018 till skillnad från 2017 då klubben fick 13,5 miljoner kronor från spelarförsäljningar. Intäkterna från reklam och sponsring ökade med 1,2 miljoner kronor och tv-rättighetsintäkterna ökade med 1,9 miljoner kronor. Med anledning av uteblivna spelarförsäljningar minskade övriga intäkter med 10,3 miljoner kronor.

De totala kostnaderna minskade med 7,6 miljoner kronor. En anledning till det är att Kalmar kommun har tagit över driften av Guldågelns Arena. Därmed minskade klubbens kostnader för avskrivningar med 5,4 miljoner kronor under 2018. Klubbens personalkostnader ökade med 0,8 miljoner kronor och övriga kostnader minskade med 3,1 miljoner kronor.

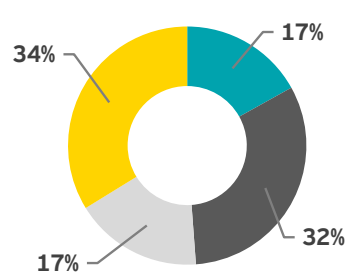
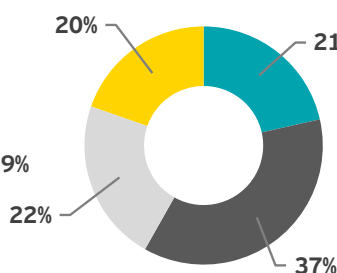
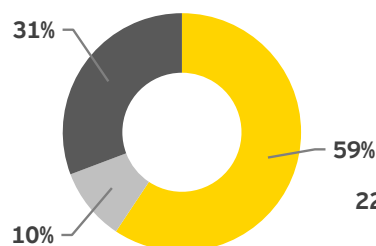
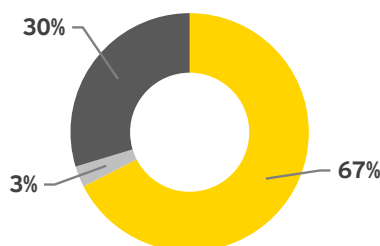
2018 var ytterligare ett tufft år ekonomiskt för Kalmar FF. Klubben redovisade ett negativt resultat på 5,5 miljoner kronor. Klubbens egna kapital uppgår till 14,6 miljoner kronor och har mer än halverats under de senaste två åren. Föreningen står inför den svåra uppgiften att vända denna negativa trend och har genom avyttringen av sin arena tagit ett första steg mot att stabilisera sin ekonomi.

Fördelning av kostnader 2018

Fördelning av kostnader 2017

Fördelning av nettoomsättning 2018

Fördelning av nettoomsättning 2017



Personalkostnader Avskrivningar Övriga kostnader

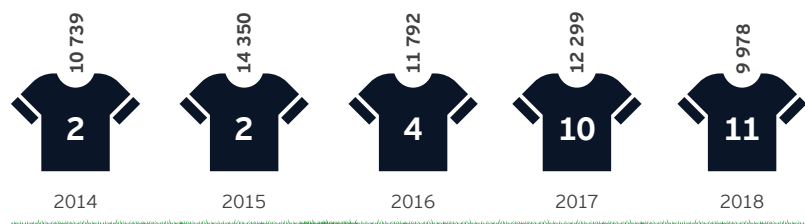
Entrébiljetter Reklam och sponsring TV-rättigheter Övrigt



Kalmar FF	2018	2017
Nettoomsättning (tkr)	59 853	65 193
Totala kostnader (tkr)	65 591	73 207
Årets resultat (tkr)	-5 449	-12 797
Eget kapital (tkr)	14 647	20 095
Tabellplacering	10	12
Vunna poäng	34	32
Arenakapacitet	12 182	12 182
Publiksnitt	5 563	6 236
Beläggningsgrad	46%	51%
Lönekostnad per vunnen poäng (tkr)	1 228	1 295
Sponsorkrona per vunnen poäng (tkr)	646	650



Publiksnitt och tabellplacering



IFK Göteborg

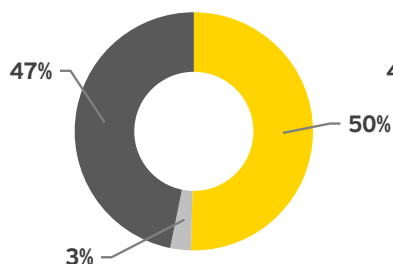
IFK Göteborg tappade en placering jämfört med föregående år och slutade på en elfteplats i den allsvenska tabellen.

Publiksnittet minskade från 12 299 till 9 978 åskådare per match, vilket innebar att intäkterna från entrébiljetter också minskade, från 34,3 miljoner kronor till 27,4 miljoner kronor. Klubben lyckades ändå öka nettoomsättningen från 108,8 miljoner kronor till 127,7 miljoner kronor. Detta förklaras av att klubbens intäkter från spelarförsäljningar ökade med 29,2 miljoner kronor, bland annat tack vare försäljningen av Pontus Dahlberg till Watford för cirka 38,1 miljoner kronor.

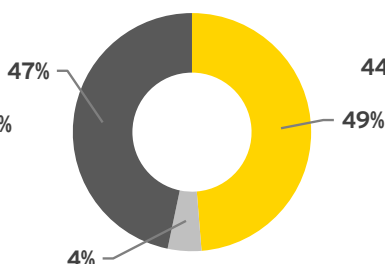
De totala kostnaderna ökade under året från 121,1 miljoner kronor till 125,8 miljoner kronor. Ökningen förklaras främst av investeringar på personalsidan (där även spelare ingår). Under 2018 ökade personalkostnaderna med 4,4 miljoner kronor, motsvarande 7 procent, trots att medelantalet anställda var oförändrat jämfört med föregående år. Årets spelarförsäljningar resulterade i 8,2 miljoner kronor i kostnader för utbetalda agentarvoden.

Sammanfattningsvis gjorde IFK Göteborg ett positivt resultat på 1,3 miljoner kronor. Det är en förbättring av föregående års negativa resultat på -12,5 miljoner kronor. Eget kapital uppgick till 9,9 miljoner kronor, vilket ger en soliditet på 22 procent.

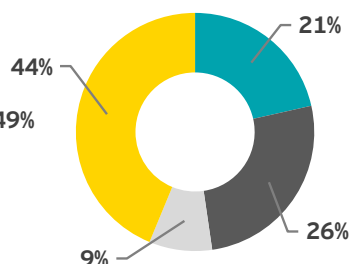
Fördelning av kostnader 2018



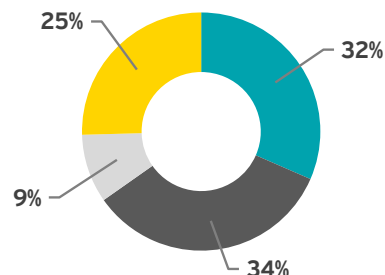
Fördelning av kostnader 2017



Fördelning av nettoomsättning 2018



Fördelning av nettoomsättning 2017



Personalkostnader Avskrivningar Övriga kostnader

Entrébiljetter Reklam och sponsring TV-rättigheter Övrigt



IFK Göteborg	2018	2017
Nettoomsättning (tkr)	127 679	108 829
Totala kostnader (tkr)	125 799	121 050
Årets resultat (tkr)	1 336	-12 512
Eget kapital (tkr)	9 920	10 384
Tabellplacering	11	10
Vunna poäng	31	37
Arenakapacitet	18 416	18 416
Publiksnitt	9 978	12 299
Beläggningsgrad	54%	67%
Lönekostnad per vunnen poäng (tkr)	2 056	1 596
Sponsorkrona per vunnen poäng (tkr)	1 080	992

12

Publiksnitt och tabellplacering



IF Elfsborg

IF Elfsborg slutade på en tolfteplats i den allsvenska tabellen 2018 jämfört med åttondeplatsen från föregående säsong. Klubben spelade ihop 30 poäng, vilket var en minskning med nio poäng från 2017. Under 2018 låg publiksnittet på 6 317 åskådare per match, en minskning jämfört med 2017 då publiksnittet låg på 7 003 åskådare per match. Beläggningsgraden på hemmaarenan var 37 procent, vilket är det tredje lägsta i Allsvenskan.

Prestationerna på planen avspeglar sig i klubbens årsredovisning. IF Elfsborgs nettoomsättning minskade med 4,7 miljoner kronor. Klubbens intäkter från entrébiljetter minskade med 1,4 miljoner kronor, intäkter från reklam och sponsring minskade med 1,6 miljoner kronor och övriga intäkter minskade med 1,7 miljoner kronor. Intäkterna från tv-rättigheter var oförändrade. Issam Jebali såldes under sommaren 2018 till norska Rosenborg BK för ungefär 11,4 miljoner kronor. Intäkterna från spelarförsäljningar minskade dock med nästan 7,1 miljoner kronor.

De totala kostnaderna minskade med 2,5 miljoner kronor jämfört med föregående år. Personalkostnaderna minskade visserligen med 3,3 miljoner kronor, men klubben hade ändå den tredje högsta lönekostnaden per vunnen poäng i Allsvenskan under 2018. Avskrivningarna minskade med 0,9 miljoner kronor och övriga kostnader ökade med 1,7 miljoner kronor.

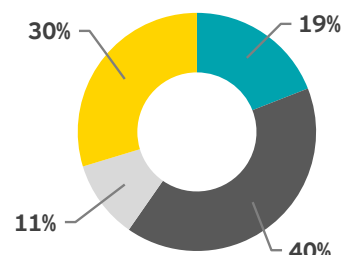
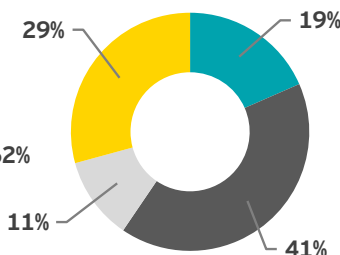
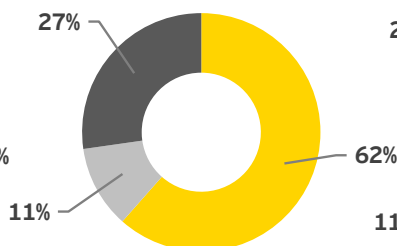
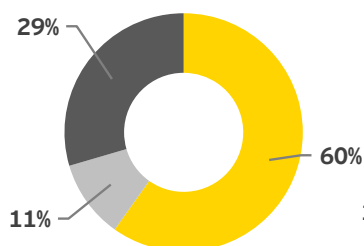
Trots minskade kostnader redovisade IF Elfsborg ett negativt resultat för andra året i rad. 2018 landade resultatet på minus 14,7 miljoner kronor, vilket gör att klubbens egna kapital är nere på 18,9 miljoner kronor.

Fördelning av kostnader 2018

Fördelning av kostnader 2017

Fördelning av nettoomsättning 2018

Fördelning av nettoomsättning 2017



Personalkostnader Avskrivningar Övriga kostnader

Entrébiljetter Reklam och sponsring TV-rättigheter Övrigt



IF Elfsborg	2018	2017
Nettoomsättning (tkr)	78 867	83 529
Totala kostnader (tkr)	103 808	106 357
Årets resultat (tkr)	-14 738	-5 436
Eget kapital (tkr)	18 854	33 593
Tabellplacering	12	8
Vunna poäng	30	39
Arenakapacitet	16 899	16 899
Publiksnitt	6 317	7 003
Beläggingsgrad	37%	41%
Lönekostnad per vunnen poäng (tkr)	2 008	1 627
Sponsorkrona per vunnen poäng (tkr)	1 079	870

13

Publiksnitt och tabellplacering



IK Sirius FK

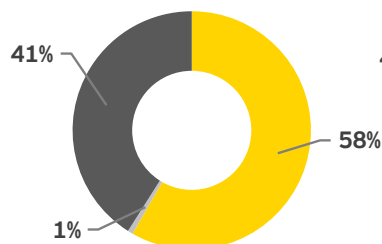
IK Sirius lyckades inte förbättra sjundeplatsen från 2017, utan fick nöja sig med en trettondeplats i den allsvenska tabellen. Klubben spelade ihop 30 poäng, vilket räckte för att säkra en plats i Allsvenskan under kommande säsong. Publiksnittet minskade från 5 174 åskådare per match 2017 till 3 998 åskådare per match 2018. En förklaring till minskningen kan vara att Studenternas IP byggdes om under året, vilket minskade arenakapaciteten.

Årets nettoomsättning ökade med sammanlagt 2 miljoner kronor. Intäkterna från reklam och sponsring ökade med 4,8 miljoner kronor, medan intäkterna från entrébiljetter minskade med 2,2 miljoner kronor till följd av att publiksnittet var lägre. Intäkterna från tv-rättigheter ökade med 1,4 miljoner kronor och övriga intäkter minskade med 2 miljoner kronor. Klubben sålde under året spelare till ett värde av 0,7 miljoner kronor.

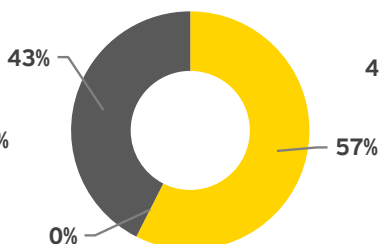
De totala kostnaderna ökade med 3,2 miljoner kronor under 2018. Personalkostnaderna ökade med 2,2 miljoner kronor, avskrivningskostnaderna ökade med 0,4 miljoner kronor och de övriga kostnaderna ökade med 0,6 miljoner kronor.

IK Sirius gjorde ett negativt resultat på 886 tusen kronor. Det innebär att klubbens egna kapital nu är nere på 46 tusen kronor. Klubben står inför den svåra uppgiften att öka sina intäkter eller minska sina kostnader under de kommande åren. Färdigställandet av Studenternas IP kan spela en viktig roll för att öka klubbens intäkter. Det kan dock bli svårt att skära ner mer på exempelvis personalkostnader. Det är klubbens största kostnadspost, men utrymmet för besparingar är begränsat eftersom IK Sirius FK redan har Allsvenskans tredje lägsta personalkostnader.

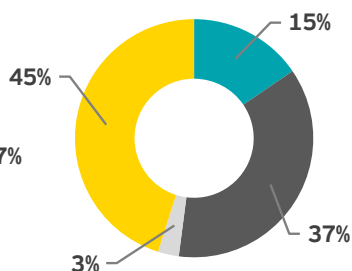
Fördelning av kostnader 2018



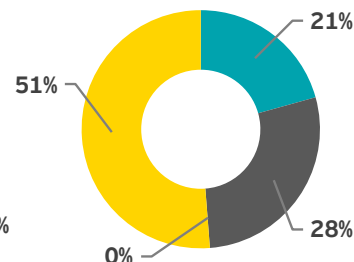
Fördelning av kostnader 2017



Fördelning av nettoomsättning 2018



Fördelning av nettoomsättning 2017



Personalkostnader Avskrivningar Övriga kostnader

Entrébiljetter Reklam och sponsring TV-rättigheter Övrigt



IK Sirius FK	2018	2017
Nettoomsättning (tkr)	49 882	47 883
Totala kostnader (tkr)	50 755	47 595
Årets resultat (tkr)	-886	290
Eget kapital (tkr)	46	1 021
Tabellplacering	13	7
Vunna poäng	30	40
Arenakapacitet	6 300	6 300
Publiksnitt	3 998	5 174
Beläggningsgrad	63%	82%
Lönekostnad per vunnen poäng (tkr)	929	601
Sponsorkrona per vunnen poäng (tkr)	608	336

14

Publiksnitt och tabellplacering



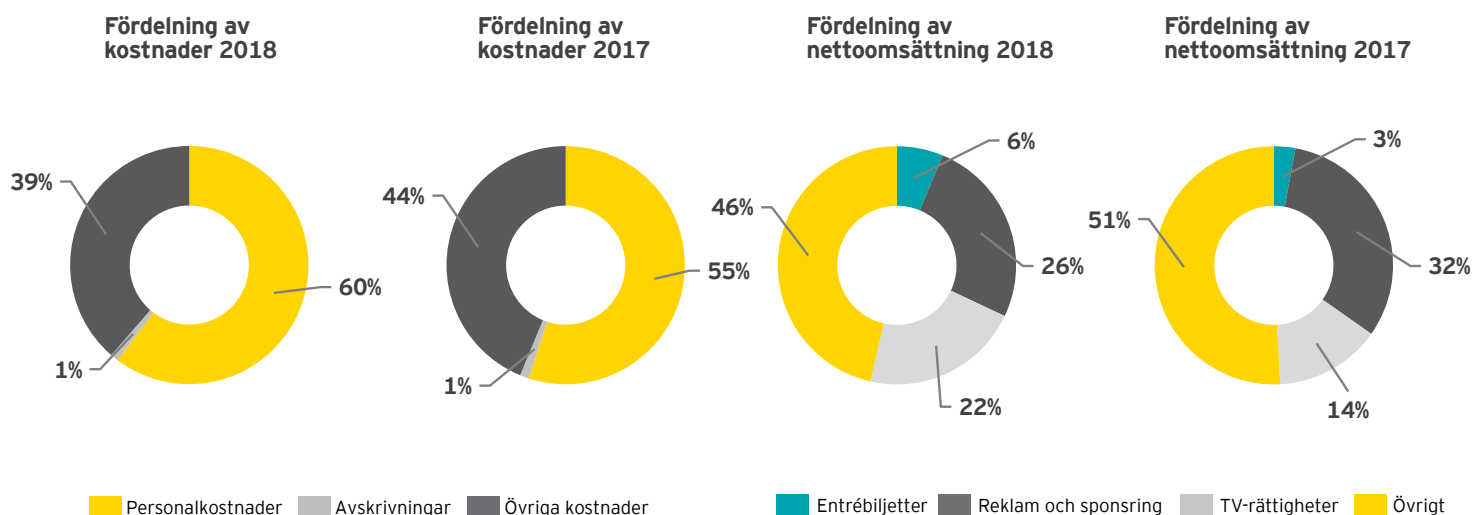
IF Brommapojkarna

2018 var IF Brommapojkarna tillbaka i Allsvenskan efter tre års frånvaro. Klubben spelade in 26 poäng, vilket resulterade i en fjortondeplats och ett allsvenskt kval mot AFC Eskilstuna. Klubben förlorade kvalmötet och kommer därför att spela i Superettan under 2019. Återkomsten till Allsvenskan innebar att publiksnittet fördubblades, från 1 159 åskådare per match till 2 307 åskådare per match. Klubbens beläggningsgrad var 38 procent.

Klubben ökade sin nettoomsättning med 22,1 miljoner kronor, från 33,1 miljoner kronor 2017 till 55,3 miljoner kronor 2018. Det ökade publiksnittet ledde till att klubbens entréintäkter ökade med 2,5 miljoner kronor, reklam- och sponsorintäkterna ökade med 3,7 miljoner kronor, intäkterna från tv-rättigheter ökade med 3,7 miljoner kronor och övriga intäkter ökade med 8,8 miljoner kronor. Under året har IF Brommapojkarna fått cirka 16,2 miljoner kronor i övergångsersättningar.

IF Brommapojkarna ökade sina totala kostnader med 23,3 miljoner kronor under 2018. Av dessa kan 16,4 miljoner kronor hänföras till ökade personalkostnader och 6,8 miljoner kronor till övriga kostnader. Kostnaderna för avskrivningar ökade med 180 tusen kronor.

Årets resultat blev positivt och landade på 2,9 miljoner kronor. Det egna kapitalet fördubblades jämfört med 2017 och uppgår nu till 5,5 miljoner kronor. Klubben har en soliditet på 37 procent.





IF Brommapojkarna	2018	2017
Nettoomsättning (tkr)	55 255	33 115
Totala kostnader (tkr)	67 246	43 908
Årets resultat (tkr)	2 948	-325
Eget kapital (tkr)	5 495	2 547
Tabellplacering	14	17
Vunna poäng	26	62
Arenakapacitet	6 000	6 000
Publiksnitt	2 307	1 159
Beläggningsgrad	38%	9%
Lönekostnad per vunnen poäng (tkr)	1 418	373
Sponsorkrona per vunnen poäng (tkr)	547	170

15

Publiksnitt och tabellplacering



Dalkurd FF

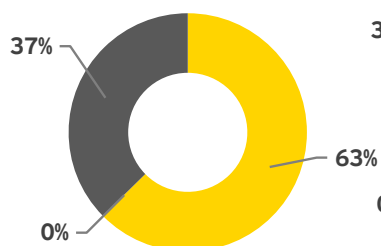
Nykomlingen Dalkurd FF lyckades inte säkra nytt allsvenskt kontrakt för 2019, utan sejouren i den högsta ligan blev ettårig. Laget samlade ihop 24 poäng och slutade på plats 15 i tabellen. Inför säsongen valde klubben att flytta sin verksamhet från Borlänge till Uppsala, men hemmamatcherna spelades i Gävle. Situationen gynnade inte publiksnittet som minskade från 1 332 åskådare per match 2017 till 1 058 åskådare per match 2018. Klubben hade Allsvenskans lägsta beläggningsgrad på 16 procent.

Trots ett minskat publiksnitt ökade Dalkurd FF:s entréintäkter med 0,7 miljoner kronor. Värt att notera är att entréintäkterna endast stod för 2 procent av nettoomsättningen.

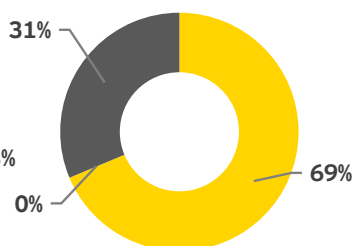
Nettoomsättningen ökade med 47,3 miljoner kronor jämfört med 2017. Intäkterna från reklam och sponsring ökade med 26,1 miljoner kronor, tv-rättighetsintäkterna ökade med 7,1 miljoner kronor och övriga intäkter ökade med 13,3 miljoner kronor. I övriga intäkter ingår försäljningen av Mohamed Buya Turay till belgiska Sint-Truiden.

De totala kostnaderna ökade med 23,9 miljoner kronor. 13,1 miljoner kronor kom från ökade personalkostnader och 10,8 miljoner kronor från ökade övriga kostnader. Dalkurd FF gjorde ett positivt resultat på 9,2 miljoner kronor och har nu ett eget kapital på 22,7 miljoner kronor. Klubben kan därmed klara av några mindre bra år i Superettan där intäkterna väntas minska.

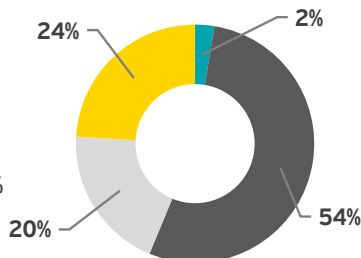
Fördelning av kostnader 2018



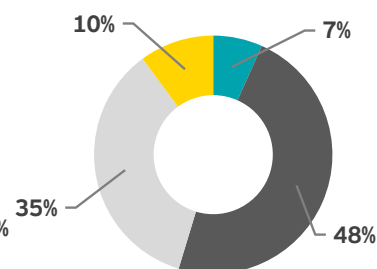
Fördelning av kostnader 2017



Fördelning av nettoomsättning 2018



Fördelning av nettoomsättning 2017



Personalkostnader Avskrivningar Övriga kostnader

Entrébiljetter Reklam och sponsring TV-rättigheter Övrigt



Dalkurd FF	2018	2017
Nettoomsättning (tkr)	61 200	13 918
Totala kostnader (tkr)	53 698	29 820
Årets resultat (tkr)	9 217	-8 195
Eget kapital (tkr)	22 700	2 668
Tabellplacering	15	18
Vunna poäng	24	58
Arenakapacitet	6 432	6 500
Publiksnitt	1 058	1 332
Beläggningsgrad	16%	17%
Lönekostnad per vunnen poäng (tkr)	1 290	345
Sponsorkrona per vunnen poäng (tkr)	1 367	115

16

Publiksnitt och tabellplacering



Trelleborgs FF

Under 2018 spelade Trelleborgs FF återigen allsvensk fotboll efter sju års frånvaro. Men återkomsten varade bara i en säsong och klubben slutade på sista plats i den allsvenska tabellen med 15 inspelade poäng. Klubben ökade publiksnittet från 1 567 åskådare per match 2017 till 2 502 åskådare per match 2018. Allsvenskt spel lockar fler åskådare och ökningen uppgick till hela 60 procent. Klubbens beläggningsgrad var däremot endast 25 procent.

Året i Allsvenskan gjorde att klubben nästan fördubblade sin nettoomsättning, från 19,9 miljoner kronor till 38,8 miljoner kronor. När publiksnittet ökade, steg även entréintäkterna med 2,8 miljoner kronor från föregående år. Intäkterna från reklam och sponsring ökade med 7,4 miljoner kronor, intäkterna från tv-rättigheter ökade med 7,8 miljoner kronor och övriga intäkter ökade med 1 miljon kronor.

Precis som intäkterna ökade klubbens kostnader rejält jämfört med föregående säsong. Ett avancemang till Allsvenskan innebär generellt en större kostnads massa. De totala

kostnaderna ökade med 19,1 miljoner kronor under 2018. Personalkostnaderna ökade med 11,1 miljoner kronor och övriga kostnader ökade med 8 miljoner kronor. Trelleborgs FF hade den lägsta lönekostnaden av alla lag i Allsvenskan under 2018. Det kan vara en bidragande orsak till att klubben inte klarade av att säkra allsvenskt spel 2019.

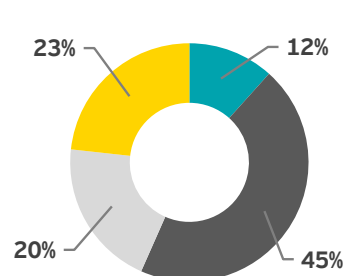
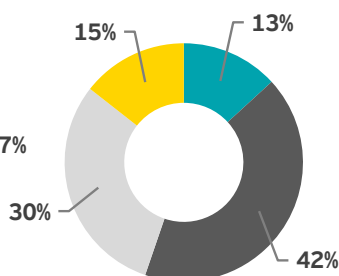
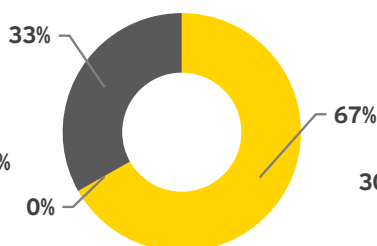
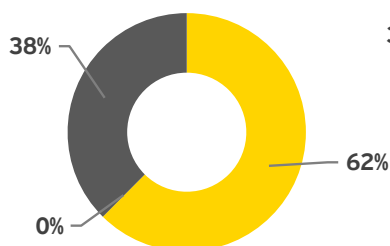
Trelleborgs FF gjorde under året ett positivt resultat på 160 tusen kronor, vilket var i nivå med 2017 års resultat på 292 tusen kronor. Det egna kapitalet uppgår till 477 tusen kronor. Klubben kommer att spela i Superettan under 2019 och behöver därför minska sina kostnader, eftersom intäkterna med största sannolikhet kommer att minska.

Fördelning av kostnader 2018

Fördelning av kostnader 2017

Fördelning av nettoomsättning 2018

Fördelning av nettoomsättning 2017



Personalkostnader Avskrivningar Övriga kostnader

Entrébiljetter Reklam och sponsring TV-rättigheter Övrigt



Trelleborgs FF	2018	2017
Nettoomsättning (tkr)	38 838	19 886
Totala kostnader (tkr)	38 673	19 593
Årets resultat (tkr)	160	292
Eget kapital (tkr)	477	317
Tabellplacering	16	19
Vunna poäng	15	52
Arenakapacitet	10 000	10 000
Publiksnitt	2 502	1 567
Beläggningsgrad	25%	14%
Lönekostnad per vunnen poäng (tkr)	1 610	252
Sponsorkrona per vunnen poäng (tkr)	1 089	172



Slutlig analys

Bolagsstruktur – elitverksamhet i en förening versus ett idrottsaktiebolag

För att Svenska Fotbollsförbundets licensnämnd ska bevilja elitlicens måste bolaget eller föreningen som ansöker uppfylla en rad ekonomiska kriterier. Bolaget eller föreningen får till exempel inte ha ett negativt eget kapital per den 31 december ⁴. I Svenska Fotbollsförbundets (SvFF) stadgar står det att bolag och föreningar ska bedriva sin verksamhet med sund ekonomi och iaktta god redovisningssed. Det innebär bland annat att gällande lagar, regler och rekommendationer inom redovisningsområdet ska följas.

Samtliga klubbar i Allsvenskan ägs till minst 51 procent av en medlemsstyrd förening. Av de lag som spelade i Allsvenskan under 2018 bedriver fyra av klubbarna sin elitverksamhet i ett aktiebolag. Övriga klubbars verksamhet ligger i föreningar.

Den största skillnaden mellan att driva en verksamhet i ett aktiebolag jämfört med i en förening är möjligheten att sprida ägandet och ta in externt kapital. Föreningen måste dock fortsätta att äga minst 51 procent av rösterna i aktiebolaget. Kortsiktigt möjliggör detta att kapital tillskjuts bolaget. Långsiktigt är den ekonomiska effekten mer osäker, då externa investerare kan kräva avkastning på sitt insatta kapital i form av aktieutdelningar. Detta kan således påverka bolagets egna kapital negativt.

Det finns ytterligare en skillnad mellan att bedriva elitverksamheten i ett bolag jämfört med i en förening – aktiebolaget blir momspliktigt och ska betala utgående moms på all momspliktig försäljning. Samtidigt får klubben dra av ingående moms på inköp. En stor del av bolagets kostnader utgörs dock av lönekostnader och sociala avgifter som inte är belagda med moms. Det innebär en övervikt på utgående moms. När utgående moms ska betalas på försäljning blir effekten något av följande:

- Om motparten är en privatperson får denne stå för momsdelen, vilket innebär ett högre pris för kunden. Om motparten är ett företag (exempelvis sponsring och reklam) har företaget i fråga avdragsrätt för momsen. Det gör att effekten blir noll i slutändan trots ett högre försäljningspris.
- Klubben får stå för momsdelen, vilket innebär lägre marginal på sålda produkter och tjänster.

Resonemanget ovan visar på några av skillnaderna mellan att bedriva elitverksamheten i ett aktiebolag jämfört med i en förening. Extern finansiering kan vara av godo på lång sikt, men det beror till stor del på motpartens syfte med investeringen. Att värdera elitlicenser vid överlåtelse från förening till aktiebolag är komplicerat – framförallt om klubben skulle bli degraderad från Allsvenskan. Det kan då bli aktuellt med en nedskrivning som kan eliminera det egna kapitalet helt. En koncernintern försäljning med stor reavinst som följd gör det möjligt att vid behov flytta eget kapital mellan förening och aktiebolaget. Oavsett vilken väg man väljer att gå handlar det om att klubben ska kunna bära sina egna kostnader på lång sikt och göra positiva resultat för att överleva ekonomiskt.

Allsvenskans bidrag till den svenska statskassan

Vår analys visar att uppskattningsvis uppgår de allsvenska klubbarnas bidrag till statskassan, i form av inbetalda sociala avgifter och löneskatt på pension samt inbetald källskatt, mervärdesskatt, reklamskatt och andra punktskatter, till 493 miljoner kronor. Detta överstiger var och en av intäktskällorna för reklam och sponsring, entrébiljetter samt tv-rättigheter.

Noterbart är att inbetalda skatter och avgifter motsvarar 27 procent av den totala nettoomsättningen för de allsvenska klubbarna vilket är ett förhållandevis stort bidrag till den svenska statskassan. Om detta sätts i relation till de totala intäkterna för reklam och sponsring, entrébiljetter samt tv-rättigheter är bidraget till statskassan på 50 procent av dessa totala intäkter.

Det ska även tilläggas att klubbarna i sin tur skapar ytterligare sysselsättning och skatter till statskassan i nästa led genom exempelvis affärer med leverantörer, restaurangverksamhet, souvenirförsäljning och andra intressenter som i sin tur genererar ytterligare kapital till statskassan.

⁴ Anvisningar till elitlicensens ekonomikriterier, Svenska Fotbollsförbundet.

Hur mår Allsvenskan?

Allsvenskan 2018 mår bra och till och med bättre än under 2017. Allsvenskan har en högre nettoomsättning på liganivå, ett bättre rörelseresultat och har dessutom minskat andelen personalkostnader i förhållande till de totala kostnaderna. Allsvenskan ser också till att Sverige mår bra genom att generera intäkter till statskassan i form av skatter och avgifter för sin verksamhet och personal. Varje omgång av Allsvenskan gynnar Sverige i allmänhet och kommunerna där det spelas allsvensk fotboll i synnerhet.

Nya sponsor- och tv-avtal ger klubbarna högre ersättning

2019 är det sista året med de sponsor- och tv-avtal som Svensk Elitfotboll har med Svenska spel och TV4-gruppen. TV4-gruppen äger rättigheterna att sända Allsvenskan och Superettan sedan 2016. Avtalet uppgår årligen till cirka 250 miljoner kronor och löper ut efter säsongen 2019. Sponsoravtalet med Svenska spel löper också ut 2019. Från och med 2020 har Allsvenskan därmed två nya avtal som kommer innebära en större andel pengar att fördela mellan Sveriges elitfotbollsklubbar. Det här kan medföra att klubbarna som spelar i Allsvenskan under 2019 vill undvika en nedflyttning till Superettan till varje pris för att inte gå miste om den nya, högre ersättningen från Svensk Elitfotboll. Eftersom 2020 har blivit ett mål för många kan det mycket väl ske en kapprustning mellan klubbarna. Men det kan bli dyrt att ta på sig en alltför stor kostnadskostym som sedan eventuellt ska finansieras med den lägre ersättningen som klubbarna i Superettan får.

Under 2020 träder två nya avtal i kraft, ett sponsoravtal med Unibet och ett tv-avtal med Discovery Networks Sweden. Enligt Svensk Elitfotbolls generalsekreterare Mats Enquist kommer intäkterna uppgå till 700 miljoner kronor per år, vilket kan jämföras med nuvarande avtal som uppgår till omkring 320 miljoner kronor. Om fördelningsnyckeln för ersättningen är oförändrad innebär detta att ersättningen ökar mer för klubbarna som placerat sig högst upp i tabellen jämfört med de som kämpar i botten.

De nya avtalen kommer att ge många klubbar nya möjligheter men en fråga vi kan ställa oss är om ökningen av ersättningarna bidrar till att fler klubbar kan konkurrera eller om det blir svårare och svårare att slå sig in bland toppklubbarna? Om klubbarna i toppen av tabellen får en högre procentuell andel kommer deras ersättningar att öka mer än ersättningarna till klubbarna i botten av den allsvenska tabellen. Tiden får utvisa om de nya avtalen, och den därigenom ökade ersättningen, kan riskera att leda till en segmentering av svenska elitfotbollslag och att blir det svårare att gå från botten till toppen i den allsvenska tabellen. 2018 åkte samtliga nykomlingar ut ur Allsvenskan och under de senaste åren har nästan inga nykomlingar lyckats stanna mer än en säsong. Östersunds FK och IK Sirius FK är undantagen.

Transfer- och agentkostnader

När det kommer till spelarförsäljningar och agentkostnader är det stor skillnad mellan hur klubbarna redovisar detta. Samtliga klubbar specificerar spelarförsäljningar, men 11 klubbar redovisar agentarvoden. Även 2017 redovisade 11 klubbar sina agentkostnader.

Eftersom spelarförsäljningar är en betydelsefull del av Allsvenskans affärsmodell vore det för transparensens skull önskvärt att samtliga klubbar redovisade dessa transaktioner på ett likartat sätt. Om en klubb genomför en stor transfer kan det innebära att den transaktionen utgör mer än 25 procent av klubbens totala omsättning under året och bör därmed klassificeras som en väsentlig händelse. Detta bör framgå i årsredovisningen för att ge medlemmar och intressenter en mer fullständig och transparens bild av klubbens väsentliga händelser under året och vilka kostnader som är förknippade med dessa händelser.

Om vi ser till försäljningen av spelare i de 11 allsvenska klubbar som redovisar agentarvoden uppgick den totala spelarförsäljningen till 313 miljoner kronor under 2018. Det kan jämföras med 174 miljoner kronor under 2017, en ökning med 139 miljoner kronor. Samtidigt ökade agentarvodena, från 25 miljoner kronor 2017 till 37 miljoner kronor 2018. Procentuellt sett ökade transfersummorna mer än agentarvodena. Transfersummorna ökade med 80 procent och agentarvodena med 48 procent. Totalt uppgick agentarvoden till 12 procent av spelarförsäljningarna 2018, vilket kan jämföras med 14 procent 2017.

Då fem allsvenska klubbar inte redovisar sina agentkostnader kan vi inte fastställa hur stor del av de totala spelarförsäljningarna i Allsvenskan som agentkostnaderna utgör. Vi ser att agentarvodena har minskat mer än spelarförsäljningarna i de klubbar som redovisar agentkostnader, men det behöver inte betyda att så är fallet i övriga klubbar. Till skillnad från tidigare år har de klubbar som sålt spelarkontrakt för mest pengar under 2018 valt att redovisa agentkostnader i sina respektive årsredovisningar.

Vi anser att det skulle vara till fördel för Allsvenskan om klubbarna var mer transparenta i sin redovisning då det ökar jämförbarheten mellan Sveriges elitfotbollsklubbar. Vi kan dock se en positiv förändring där allt fler klubbar redovisar agentarvoden i sina årsredovisningar.

Budgetera inte med spelarförsäljningar

I förra årets rapport kunde vi konstatera att klubbarna i Allsvenskan under de senaste säsongerna har sålt spelarkontrakt för större summor än någonsin tidigare. 2017 sålde de allsvenska klubbarna spelarkontrakt för makalösa 289 miljoner kronor. Detta inkluderade AIK:s försäljning av supertalangen Alexander Isak till den tyska storklubben Borussia Dortmund för 85 miljoner kronor⁵. Summan är den högsta någonsin för en spelare som sålts från en svensk klubb. 2017 var ett rekordår, men 2018 blev faktiskt ännu bättre. Under året såldes spelarkontrakt till ett värde av 352 miljoner kronor. Ingen enskild klubb sålde spelare för astronomiska summor, men flera klubbar nådde över 40 miljoner kronor, vilket det endast var AIK som gjorde under 2017.

Under 2018 sålde Östersunds FK många av sina bärande spelare från Europa League-succén och det fick klubben ordentligt betalt för. Klubben sålde spelarkontrakt för hela 67 miljoner kronor. Även Djurgårdens IF med 56 miljoner kronor, IFK Norrköping med 51 miljoner kronor och Malmö FF med 49 miljoner kronor gjorde stora försäljningar under 2018. Den slutsats vi kan dra är att lagen som redovisar stora spelarförsäljningar också har presterat bra under de senaste säsongerna.

Det hade varit önskvärt om de allsvenska klubbarna kunde visa upp ett positivt resultat även utan spelarförsäljningar. Med tanke på Sveriges plats i klubbblagsfotbollens världshierarki bör det däremot ses som en del av klubbarnas kärnverksamhet att sälja spelarkontrakt. Med det sagt bör klubbarna inte utgå från att spelarförsäljningar ska inbringa flera miljoner kronor varje år. Klubbar som kontinuerligt visar upp ett negativt resultat exklusive spelarförsäljningar kommer till slut att göra ett mycket dåligt resultat om de under ett eller två år inte säljer spelarkontrakt i samma utsträckning som tidigare år. Det kan få förödande konsekvenser för klubbar som samlat på sig en stor kostnads massa och som kunnat gå runt tack vare sina spelarförsäljningar. Ett alternativ skulle kunna vara att klubbarna budgeterar för ett nollresultat, utan att räkna med sina spelarförsäljningar. Vid en eventuell försäljning ser klubbarna över sin budget och reviderar den, det vill säga budgetposten för spelarförsäljningar blir reaktiv snarare än proaktiv. På så sätt anammar klubbarna en form av försiktighetsprincip genom att anpassa sig efter utrymmet de faktiskt har och inte efter utrymmet klubbarna hoppas att de har. Även om vi tidigare konstaterade att spelarförsäljningar är en del av kärnverksamheten bör försäljningarna ses som en "bonus" utöver klubbens ordinarie verksamhet för att skapa en långsiktigt hållbar ekonomi.

⁵ <https://www.transfermarkt.com/alexander-isak/profil/spieler/349066>

Ökad transparens och jämförbarhet med UEFA:s uppställningsform

De allsvenska klubbarna har många intressenter, allt från moderföreningarnas medlemmar till sponsorer av olika slag. Av den anledningen är det ytterst viktigt att årsredovisningen är upprättad på ett sätt som gör att alla intressenter kan läsa och förstå hur verksamheten har gått under det senaste året. För att göra det enklare för läsaren finns därför olika standardutformningar som tillämpas beroende på hur stort bolaget eller föreningen är. Eftersom de allsvenska klubbarna är olika stora tillämpar de olika regelverk för hur årsredovisningarna ska utformas, vilket försvårar jämförbarheten. I dag finns en uppställning som vi väljer att kalla "UEFA-uppställning" som SvFF tog fram i samband med införandet av UEFA-klubblicensen. Vi rekommenderar alla klubbar att följa de ekonomiska riktlinjerna som finns i dessa villkor, dels för att öka transparensen i klubbarnas redovisning och dels för att underlätta jämförbarheten mellan klubbarna. Detta skulle vara till fördel för samtliga av klubbarnas intressenter.

I denna rapport har vi framför allt granskat klubbarnas resultaträkning samt fördelningen av olika intäkts- och kostnadsströmmar. Vi har då kunnat se att flera klubbar redovisar enligt den föreslagna UEFA-uppställningen. Men precis som 2017 är det endast hälften av de allsvenska klubbarna som använder UEFA-uppställningen. Vi menar att samtliga klubbar skulle gynnas om fler använde UEFA-uppställningen. Jämförbarheten blir större och klubbarna kan dra nytta av varandra i de ekonomiska utmaningar som väntar. Det blir även lättare för fotbollens intressenter att läsa och tolka årsredovisningar, vilket gynnar allt från klubbarnas egna supportrar till potentiella sponsorer. Om detta skall fungera fullt ut krävs dock att klubbarna följer uppställningen i såväl resultaträkning som balansräkning. En ökad transparens av fotbollsklubbarnas ekonomiska data skulle öka konkurrensen på ett rättvist sätt och skapa en starkare trovärdighet mot marknaden.



Bilaga – upplysningar

Vi har i så stor utsträckning som möjligt baserat vår rapport på respektive klubbs koncernsiffror. Detta har vi gjort för att kunna visa ett lags finansiella ställning på ett rättvisande sätt, utan att koncerninterna transaktioner inkluderas åt något håll. Dessutom finns det i många fall flera bolag kopplade till en och samma klubb utöver den juridiska enhet som har elitlicensen för spel i Allsvenskan. Syftet med dessa bolag är att på ett eller annat sätt stödja elitverksamheten och på sikt generera intäkter och vinster till denna.

Om Sports Business Services

Sports Business Services är ett rikstäckande nätverk med medarbetare från EY som stödjer idrottsföreningar, förbund och dess intressenter med EY:s tjänster inom revision, redovisning, skatt, transaktioner och rådgivning. Våra medarbetare har en bred erfarenhet från många olika idrottsområden och bland våra kunder finns såväl enskilda idrottare som klubb- och landslag, både i Sverige och internationellt. Vi har kontakt med de flesta elitklubbarna inom de stora lagsporterna i Sverige, liksom med flera stora idrottsförbund.

Nyckeltalsdefinitioner

Verksamhetskostnader: Avser samtliga kostnader från koncernens verksamhet som inte direkt hör till en speciell vara. Vanliga kostnader är till exempel löner och andra personalkostnader, lokalhyra, marknadsföringskostnader och avskrivningar.

Personalkostnader: Avser samtliga personalkostnader i hela koncernen.

Lönekostnader: Lönekostnaderna i analyserna av "lönekostnad per poäng" och "lönekostnad per placering" avser en sammanställning av samtliga anställda inklusive styrelse och ledande befattningshavare, pensionskostnader samt sociala avgifter för koncernen som helhet.

Total omsättning: Inkluderar samtliga intäkter i koncernen. Kan exempelvis inkludera avyttringar av tillgångar.

Nettoomsättning: Inkluderar intäkter direkt hänförliga till kärnverksamheten.

Publiksnitt: Avser genomsnittligt antal åskådare på hemmamatcher.

Tal inom parantes Q: Avser jämförelsetal från föregående år.

Avrundningsfel: Rapportens analyser är gjorda i tusental kronor om inte annat anges. I vissa fall kan det därför inträffa avrundningsfel. Dessa anses vara av oväsentlig karaktär och påverkar inte jämförbarheten eller analyserna i hög grad.

Siffrorna i denna rapport har hämtats från nedanstående källor, vilket måste beaktas när jämförelser görs. Nedan avser siffror som återkommer på flera ställen i rapporten. Redovisningsregelverk anges inom parentes.

Hammarby IF: Koncernredovisning Hammarby IF Fotbollsförening 2018 (K3)

AIK: Koncernredovisning AIK Fotbollsförening 2018 (K3)

BK Häcken: Koncernredovisning BK Häcken 2018 (K3)

Djurgårdens IF: Koncernredovisning Djurgårdens IF Fotbollsförening 2018 (K3)

GIF Sundsvall: Koncernredovisning GIF Sundsvall 2018 (K3)

Malmö FF: Koncernredovisning Malmö Fotbollsförening 2018 (K3)

IF Elfsborg: Koncernredovisning IF Elfsborg 2018 (K3)

IFK Göteborg: Koncernredovisning IFK Göteborg 2018 (K3)

IFK Norrköping: Koncernredovisning IFK Norrköping Fotbollsklubb 2018 (K3)

Kalmar FF: Koncernredovisning Kalmar FF 2018 (K3)

IK Sirius FK: Koncernredovisning IK Sirius Fotbollsklubb 2018 (K3)

Örebro SK: Koncernredovisning Örebro Sportklubb Fotbollsklubb 2018 (K3)

Östersund FK: Koncernredovisning Östersunds Fotbollsklubb 2018 (K3)

Dalkurd FF: Koncernredovisning Dalkurd FF 2018 (K3)

IF Brommapojkarna: Årsredovisning IF Brommapojkarna 2018 (K2)

Trelleborgs FF: Årsredovisning Trelleborgs Fotbollsförening 2018 (K3)

Två av lagen anges i kursiv text för att tydliggöra att de inte upprättar koncernredovisning. I rapporten har vi utgått från föreningarnas årsredovisning där elitverksamheten ligger.

I vår granskning har vi främst jämfört åren 2017 och 2018, dels på totalnivå, dels på klubbnivå. I vissa av analyserna har vi även gjort en femårsjämförelse för åren 2014 till 2018. Jämförelserna omfattar klubbar som spelade i Allsvenskan under 2018. I de fall någon av klubbarna inte spelade i Allsvenskan under något av våra jämförande år har vi angett detta.





Om EY

EY är ett världsledande företag inom revision, redovisning, skatt, transaktioner och affärsrådgivning. Våra tjänster och insikter hjälper till att skapa förtroende och hållbar tillväxt på finansmarknader och i ekonomier världen över. För att hålla våra löften till våra intressenter utvecklar vi ledare och medarbetare som arbetar i team över gränserna. Vi vill att allt vi gör ska bidra till att affärsvärlden och arbetslivet fungerar bättre – för våra medarbetare, våra kunder och de samhällen vi verkar i.

EY refererar till den globala organisationen samt kan avse en eller flera medlemsföretag i Ernst & Young Global Limited. Varje medlemsföretag utgör en egen juridisk person.

© 2019 Ernst & Young AB.
All Rights Reserved.

ey.com/se

EY material on this page has been prepared for general informational purposes only and is not intended to be relied upon as accounting, tax, or other professional advice. Please refer to your advisors for specific advice.

