



Hur mår svensk elitfotboll?

En analys av den finansiella ställningen i Allsvenskan 2019



Building a better
working world

Innehåll

01 Förord.....	3
02 Sammanfattning.....	4
03 Analys av Allsvenskan.....	9
04 Analys av klubbarna.....	38
04 Djurgårdens IF.....	40
04 Malmö FF.....	42
04 Hammarby IF.....	44
04 AIK.....	46
04 IFK Norrköping.....	48
04 BK Häcken.....	50
04 IFK Göteborg.....	52
04 IF Elfsborg.....	54
04 Örebro SK.....	56
04 Helsingborgs IF.....	58
04 IK Sirius FK.....	60
04 Östersunds FK.....	62
04 Falkenbergs FF.....	64
04 Kalmar FF.....	66
04 GIF Sundsvall.....	68
05 Slutlig analys.....	70
06 Upplysningar.....	76



Förord

01

Fotboll är en av de största publiksporterna och utgör en tredjedel av all idrott i Sverige. Allsvenskan är den högsta serien i svensk fotboll och EY analyserar årligen de allsvenska klubbarnas årsredovisningar och jämför olika nyckeltal.

I årets rapport har vi även jämfört vissa nyckeltal i Allsvenskan med nyckeltal för de fem största ligorna i Europa samt övriga ligor i Norden. Enligt UEFA:s rankning är Europas fem största ligor La Liga i Spanien, Premier League i Storbritannien, Bundesliga i Tyskland, Serie A i Italien och Ligue 1 i Frankrike. De övriga ligorna i Norden är Superliga i Danmark, Eliteserien i Norge och Veikkausliiga i Finland.

Årets rapport innehåller dessutom en analys av hur covid-19 och förbudet mot större publika sammankomster kan komma att påverka Allsvenskan.

Vår förhoppning är att denna rykande färsk rapport ska fungera som ett beslutsunderlag i klubbarnas och ligornas 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, Luca Gerbino, Nicholas Thurow, Therese Höjlund och Michael Öster som varit viktiga i arbetet med att ta fram årets allsvenska fotbollsrapport.

Stockholm den 3 april 2020

Carlos Esterling

Ansvarig partner, EY
Sports Business Services
i Sverige

Mikael Bergsten

Ansvarig partner, EY
Sports Business Services
i Sverige



Under 2019 gör Allsvenskan som helhet ett negativt rörelseresultat på 40 miljoner kronor. 2018 var resultatet positivt och uppgick till 83 miljoner kronor. Jämfört med 2018 har alltså rörelseresultatet minskat med hela 123 miljoner kronor, motsvarande 148 procent. Siffrorna för 2019 avser 15 klubbar, medan jämförelsesiffrorna från 2018 inkluderar 16 lag. Trots det kan vi konstatera att årets resultat är en försämring.

På klubbnivå gör nio klubbar ett negativt rörelseresultat. Det är en försämring jämfört med 2018 då fem klubbar redovisade ett negativt rörelseresultat. Den klubb som redovisar högst rörelseresultat är IFK Norrköping med 20,8 miljoner kronor. På andra och tredje plats kommer Malmö FF och IFK Göteborg med 18 miljoner kronor respektive 11 miljoner kronor. Lägst rörelseresultat har Östersund FK som redovisar en sammanlagd förlust på 54,8 miljoner kronor.

Allsvenskans totala nettoomsättning uppgår till 1 767 miljoner kronor för de 15 klubbar som ingår i årets rapport. Nettoomsättningen per klubb uppgår till 117,8 mkr samt ökning med 5,7 procent. Jämfört med 2018 har nettoomsättningen per klubb ökat med 5,6 miljoner kronor, motsvarande 5 procent. Hammarby IF har ökat sin omsättning mest, nämligen med 44,9 miljoner kronor. Malmö FF:s nettoomsättning uppgår till hela 371,6 miljoner och klubben står för 21 procent av den totala nettoomsättningen i Allsvenskan.

Om vi jämför 2019 med 2017 har nettoomsättningen ökat med 239 miljoner kronor, motsvarande drygt 15 procent. Under perioden 2016 till 2019 har den genomsnittliga nettoomsättningen per klubb ökat med 22 miljoner kronor. Det motsvarar en ökning på över 22 procent och visar en positiv trend med kontinuerlig ökning från år till år.

Fördelningen av Allsvenskans totala nettoomsättning under 2019 liknar fördelningen från 2018. Det enda som skiljer sig åt är att intäkterna från reklam och sponsring har ökat med 1 procent, medan intäkterna från entrébiljetter har minskat med 1 procent. Övriga intäkter, där exempelvis spelarförsäljningar ingår, står i likhet med föregående år för 45 procent av nettoomsättningen. Intäkter från reklam och sponsring står för 23 procent, entrébiljetter för 20 procent och tv-rättigheter för 11 procent. I absoluta tal har intäkterna från entrébiljetter ökat mest jämfört med föregående år. Ökningen uppgår till 21 miljoner kronor.

Intäkterna från spelarförsäljningar har minskat med 83 miljoner kronor, eller 23 procent, jämfört med 2018 och uppgår till 269 miljoner kronor (352 miljoner kronor). 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.

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 klubbarnas tabellplaceringar i Allsvenskan under de fem senaste åren. Totalt sett uppgår intäkterna från tv-rättigheter till 189 miljoner kronor under 2019.

Från och med säsongen 2020 förväntas intäkterna från tv-rättigheter att fördubblas i och med det nya tv-avtalet med Discovery Networks Sweden. Svensk Elitfotboll har dessutom tecknat ett nytt sponsoravtal som innebär att de byter ut Svenska Spel mot Unibet. Även detta avtal som gäller från och med säsongen 2020 kommer att inbringa ytterligare pengar till ligan.

Vad gäller klubbarnas kostnader har de följt utvecklingen av klubbarnas nettoomsättning. Jämfört med 2018 har de genomsnittliga kostnaderna per klubb ökat med 13,7 miljoner kronor, motsvarande drygt 12 procent. Drygt hälften av kostnaderna, 55 procent, utgörs av personalkostnader. Det innebär att personalkostnader är klubbarnas överlägset största kostnadspost.

Totalt sett mår Allsvenskan sämre ekonomiskt jämfört med 2018, eftersom både rörelseresultat och eget kapital har minskat. Däremot ökade intäkterna per klubb med i genomsnitt 5,6 miljoner kronor, eller 5 procent. Variationen mellan klubbarna är dock stor och klyftan har ökat under 2019.

Årets 15 analyserade klubbar har ett eget kapital på totalt 892 miljoner kronor. Det är en minskning med 56 miljoner kronor jämfört med 2018. Att eget kapital totalt sett minskar är en negativ trend. Orsaken till att rörelseresultatet är sämre jämfört med 2018 är att personalkostnaderna ökade med 60,1 miljoner kronor under 2019.

Allsvenskan bidrar varje år med pengar 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 539 miljoner kronor (493 miljoner kronor), en ökning med 46 miljoner kronor jämfört med föregående år. Allsvenskans bidrag till statskassan överstiger Allsvenskans intäkter från var och en av intäktskällorna reklam och sponsring, entréintäkter och tv-rättigheter. Den egentliga summan är dock betydligt högre. Klubbarna skapar ytterligare sysselsättning och skatter till statskassan i nästa led genom exempelvis restaurangverksamhet, souvenirförsäljning och affärer med leverantörer och andra intressenter.

Vår jämförelse av Allsvenskan med de stora ligorna i Europa visar att Allsvenskan har en bit kvar till deras nivå. Men vi måste vara ödmjuka inför det faktum att Allsvenskan inte har samma förutsättningar som de stora ligorna i Europa. De har hela världen som skyltfönster till skillnad från Allsvenskan och övriga ligor i Norden. Vi kan dock konstatera att många fotbollsintressenter runt om i världen har fått upp ögonen för Hammarby IF i och med Zlatan Ibrahimovics koppling till klubben. Ett sätt att närma sig de stora ligorna är att behålla den fina utveckling som Allsvenskan haft under de senaste

åren med lyckade spelarförsäljningar utomlands, Europaspel och ökat intresse för ligan som helhet. Samtidigt ska vi vara medvetna om att de europeiska ligorna inte sitter still i båten.

Mot bakgrund av det rådande läget med Folkhälsomyndighetens förbud mot större publika sammankomster på grund av covid-19, har vi gjort en riskanalys för att visa hur ett bortfall av publikintäkter påverkar de allsvenska klubbarnas ekonomi. Vår analys visar att redan efter två hemmamatcher utan publik, skulle fem av de allsvenska klubbarna uppvisa ett negativt eget kapital och behöva ett kapitaltillskott. Om hela säsongen spelas inför tomma läktare kommer 9 av de 15 analyserade klubbarna att uppvisa ett negativt eget kapital. Bara 6 av 15 klubbar har alltså ett eget kapital som är större än publikintäkterna. Centrala partners till Svensk Elitfotboll (SEF) har gått in och stöttat klubbarna genom att betala ut sponsorpengar i förskott så att klubbarna ska klara sin likviditet.

Svensk Elitfotbolls fortsatta satsning på hållbarhet och samhällsengagemang

Vi har i tidigare rapporter lyft fram det fantastiska och viktiga arbete som Sveriges elitfotbollsklubbar utför inom hållbarhet och samhällsengagemang varje år. Svensk Elitfotboll (SEF) har i år släppt en egen rapport där de lyfter fram klubbarnas insatser. Insatserna har ett stort socialt och ekonomiskt värde. I rapporten har Svensk Elitfotboll tittat närmare på hur fyra allsvenska klubbar arbetar med detta område.



Analys av Allsvenskan

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



Total nettoomsättning i Allsvenskan

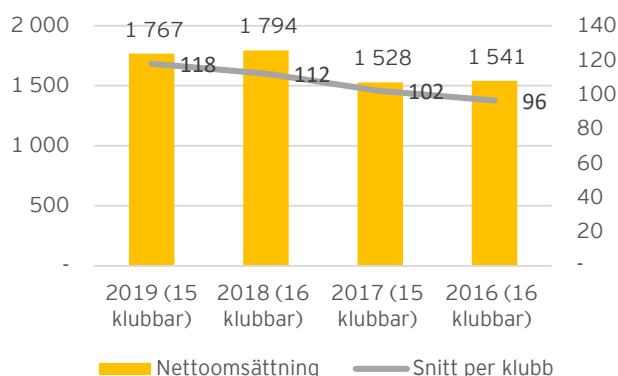
2019 uppgick den totala nettoomsättningen i Allsvenskan till 1 767 miljoner kronor. Denna omsättning avser de 15 klubbar som ingår i årets rapport. Jämförelsesiffrorna från 2018 inkluderar 16 lag och nettoomsättningen uppgick då till 1 794 miljoner kronor. Nettoomsättningen i snitt per klubb uppgick under 2019 till 117,8 miljoner kronor (112,1 miljoner kronor), en ökning med 5,6 miljoner per klubb. Det motsvarar en ökning på 5,7 procent jämfört med föregående säsong.

Totalt sett har nio klubbar som spelade i Allsvenskan under både 2018 och 2019 ökat sin nettoomsättning. Dessa nio klubbar har tillsammans ökat sin nettoomsättning med drygt 149 miljoner kronor. Den största ökningen, både i kronor och procentuellt, står Hammarby IF för. Hammarby IF:s nettoomsättning ökade med nästan 45 miljoner kronor eller 33 procent. Under de senaste fyra räkenskapsåren har den genomsnittliga nettoomsättningen ökat successivt, vilket speglar kapaciteten hos klubbarna. 2016 uppgick nettoomsättningen i snitt per klubb till 96,3 miljoner kronor. Det innebär att nettoomsättningen har ökat med 21,4 miljoner kronor, eller 22 procent, under denna fyraårsperiod.

Graf 1 ser ut att visa en minskning av den totala nettoomsättningen under 2017 och 2019. Det beror dock på att rapporten omfattar data från 15 klubbar under de åren, medan övriga år inkluderar 16 klubbar.

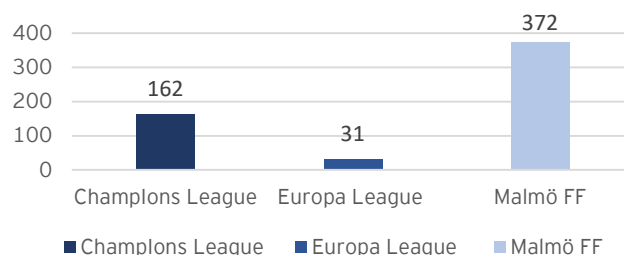
Den höga nettoomsättningen under 2018 kan förklaras av UEFA-ersättningar till Östersunds FK och Malmö FF för spel i Europa League. Under 2018 såldes också spelare för 351,8 miljoner kronor, en ökning med 63 miljoner kronor jämfört med 2017.

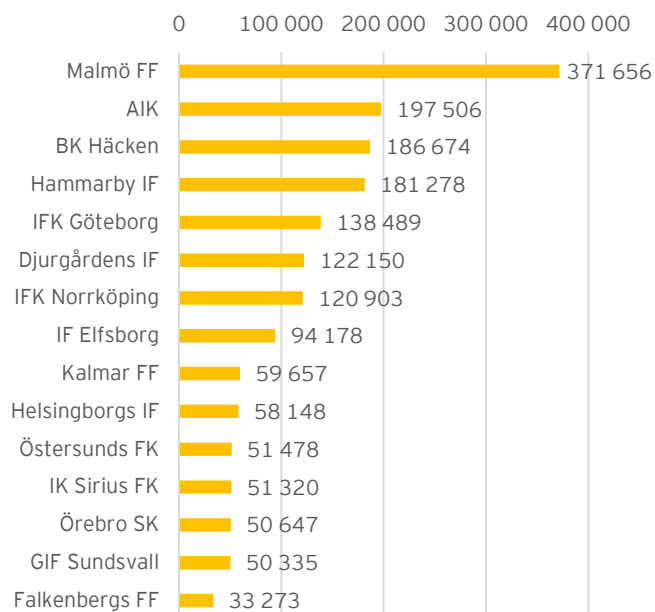
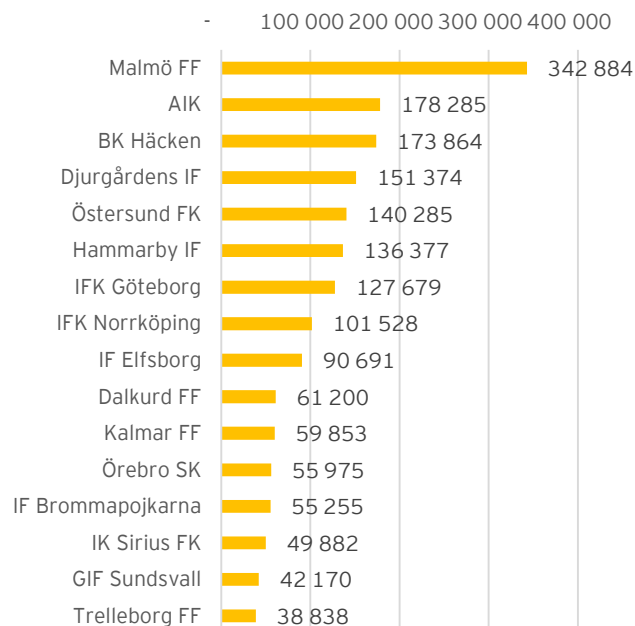
Totala nettoomsättning (tkr) 1



Enligt UEFA fick varje klubb som kvalificerade sig till gruppspel i Champions League och Europa League under 2019/2020 ersättningar på 162 respektive 31 miljoner kronor, så kallad "Group Stage Allocation". Ersättningen från Champions League motsvarade 43,5 procent av Malmö FF:s totala nettoomsättning under 2019.

Group Stage Allocation 2



Nettoomsättning 2019 (tkr) **3**Nettoomsättning 2018 (tkr) **4**

Enligt UEFA hade de 11 klubbarna¹ i Europa med högst nettoomsättning en sammanlagd nettoomsättning på över 71 miljarder kronor.²

Övriga klubbarna i Europa hade en genomsnittlig nettoomsättning på 313 miljoner kronor. Med övriga klubbar avses alla klubbar som spelade i någon av de högsta divisionerna, totalt 712 stycken.



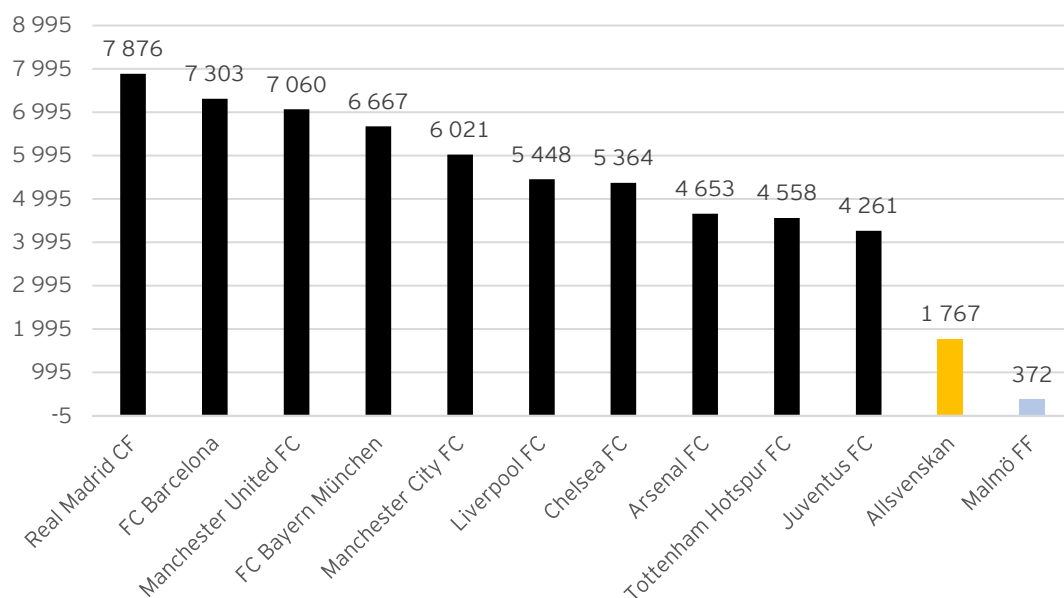
¹*Topp 11 i Europa: Barcelona, Real Madrid, Manchester United, Bayern München, Paris St. Germain, Manchester City, Liverpool, Tottenham, Chelsea, Juventus och Arsenal

²'La Gazzetta dello Sport', 2020-02-26 (sida 25, artikel skriven av Gianfranco Teotino)

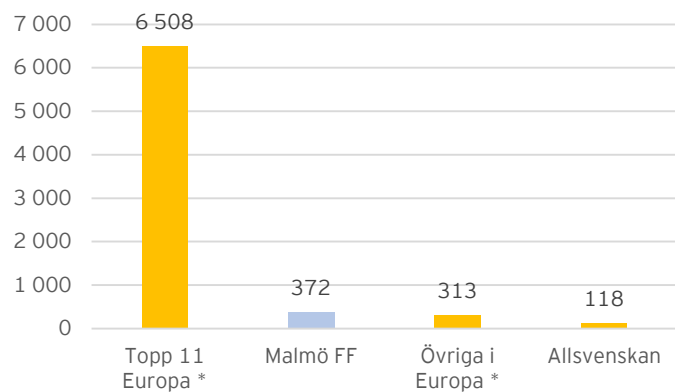
I Sverige finns bara en fotbollsklubb som hamnar över det europeiska snittet. Det är Malmö FF vars nettoomsättning uppgick till 372 miljoner kronor under 2019. Den genomsnittliga omsättningen i Allsvenskan uppgick till 118 miljoner kronor per klubb.

Under 2019 ökade den genomsnittliga nettoomsättningen i Allsvenskan för femte år i rad. Trots det motsvarade den totala nettoomsättningen i Allsvenskan endast 41 procent av Juventus nettoomsättning och 22 procent av Real Madrids nettoomsättning.

Nettoomsättning (mkr) 5



Nettoomsättning per klubb (mkr) 6



Rörelseresultat

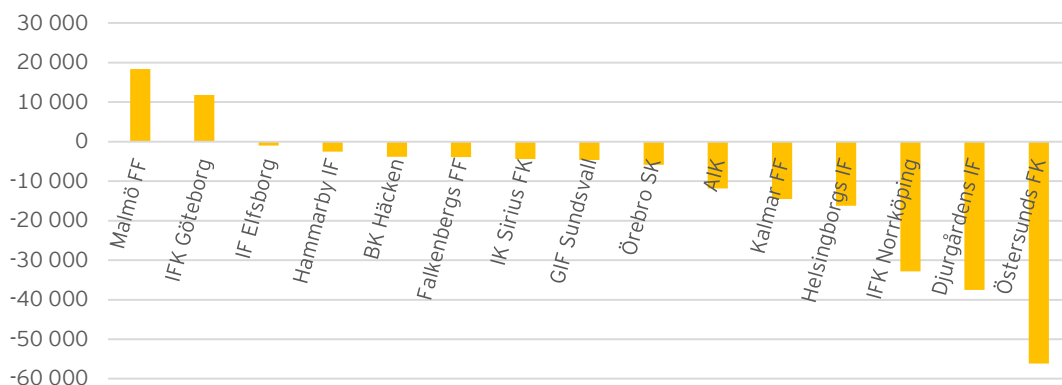
Totalt sett gjorde de allsvenska klubbarna ett negativt rörelseresultat (nettoomsättning minus totala kostnader) på 163,3 miljoner kronor under 2019. Även under 2018 gjorde klubbarna ett negativt rörelseresultat, men då uppgick det till 50 miljoner kronor. Endast två klubbar, Malmö FF och IFK Göteborg, redovisade ett positivt rörelseresultat under 2019. Om vi i stället tittar på den totala omsättningen minus totala kostnader redovisade sex klubbar ett positivt rörelseresultat. Förklaringen är att fyra av femton klubbar redovisar ersättningar för sålda spelare bland övriga intäkter och inte som en del av nettoomsättningen.

Den finansiella utvecklingen på totalnivå tycks alltså gå åt fel håll. Det finns inte längre en god balans mellan de kostnader och de intäkter som klubbarna löpande genererar. Antalet klubbar som redovisar ett negativt rörelseresultat ökade från nio till tretton klubbar under 2019. Det är en trend som klubbarna behöver vända, antingen genom att minska sina kostnader eller genom att öka sina löpande intäkter.

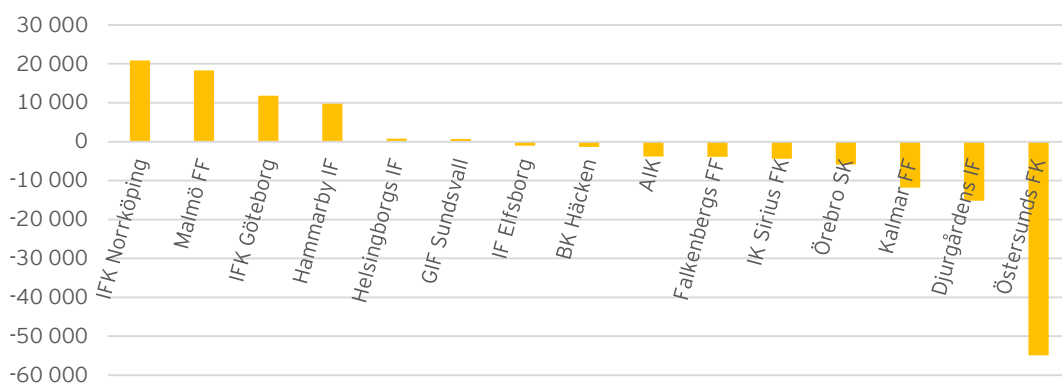
Om vi beaktar resultatet efter skatt på sista raden kan vi se att nio klubbar gjorde ett positivt resultat efter skatt

under 2019. Under föregående år var motsvarande siffra elva. Det går dock inte att bortse från hur siffrorna ovan skulle sett ut om klubbarna inte hade sålt spelare för mångmiljonbelopp. Majoriteten av klubbarna inkluderar dessa intäkter i de återkommande intäkterna, det vill säga i nettoomsättningen. Under 2019 uppgick de totala intäkterna från spelarförsäljningar till 269 miljoner kronor (352 miljoner kronor).

Rörelseresultat 2019 (nettoomsättning-totala kostnader i tkr) 7



Rörelseresultat 2019 (total omsättning-totala kostnader i tkr) 8



Spelarförsäljningar

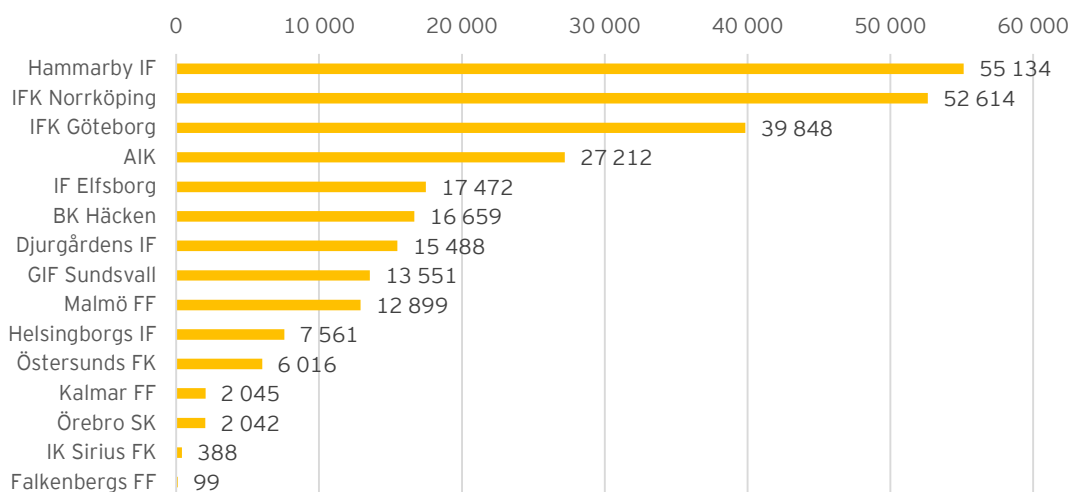
De totala intäkterna från spelarförsäljningar uppgick under 2019 till 269 miljoner kronor. Motsvarande belopp för 2018, då räknat för 16 klubbar, var 352 miljoner kronor. IFK Norrköping har haft de högsta intäkterna från spelarförsäljningar med totalt 103,3 miljoner kronor under 2018 och 2019. Efter IFK Norrköping kommer IFK Göteborg som sålt spelare för 77,5 miljoner kronor. På tredje plats finner vi Östersunds FK med intäkter från spelarförsäljningar på 73,4 miljoner kronor under de senaste två åren. Klubbarnas intäkter kommer från försäljningar av spelare som Jordan Larsson (IFK Norrköping), Benjamin Nygren (IFK Göteborg) och Odilon Kossounou (Hammarby IF).

I avsnittet om Allsvenskans rörelseresultat kan vi se att klubbarna gjorde ett negativt rörelseresultat på drygt 163,3 miljoner kronor under 2019 (minus 50 miljoner kronor).

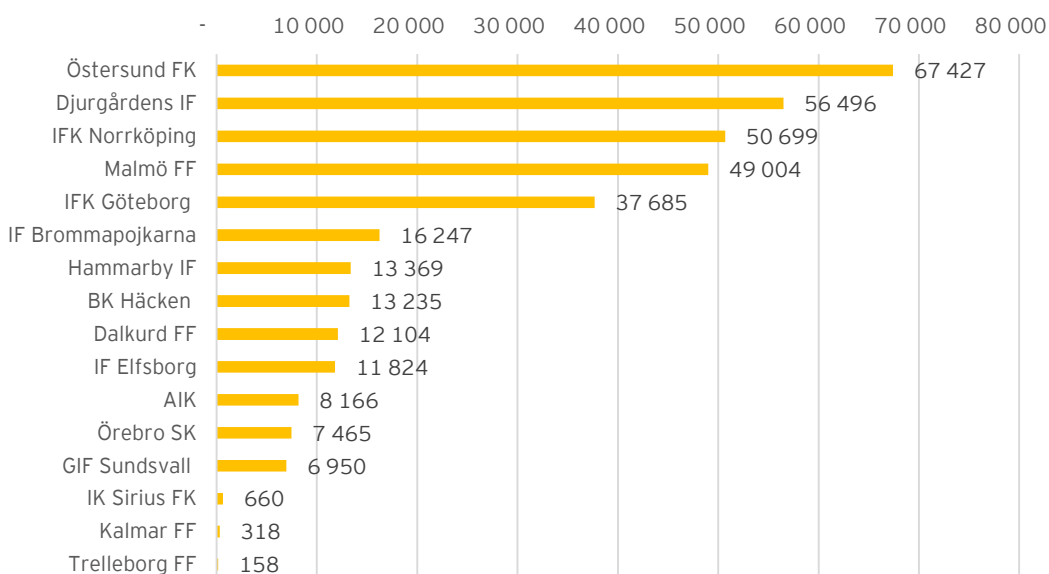
Om vi tar bort spelarförsäljningarna från nettoomsättningen skulle rörelseresultatet bli minus 434 miljoner kronor (minus 402 miljoner kronor). Det bör dock noteras att klubbarna redovisar spelarförsäljningar på olika sätt. Majoriteten redovisar spelarförsäljningar som en del av nettoomsättningen. Några klubbar redovisar spelarförsäljningar som en övrig eller finansiell intäkt. Även om vi beaktar den totala omsättningen för samtliga klubbar går de allsvenska klubbarna back med 311 miljoner kronor (minus 266 miljoner kronor) om alla spelarförsäljningar räknas bort.

Utifrån ovan förda resonemang kan vi konstatera att klubbarna generellt sett är beroende av intäkter från spelarförsäljningar. Det kan dock finnas en risk med detta beroende. För en långsiktigt hållbar ekonomi bör de totala intäkterna exklusive spelarförsäljningar täcka samtliga kostnader. Klubbarna bör även se över hur de redovisar denna typ av intäkter och om intäkterna är hänförliga till den ordinarie verksamheten.

Spelarförsäljning 2019 (tkr) 9



Spelarförsäljning 2018 (tkr) 10



Intäktsfördelning i Allsvenskan

45 procent (45 procent) av den totala nettoomsättningen för de 15 allsvenska klubbar som vi har data från utgörs av övrig nettoomsättning. I övrig nettoomsättning ingår bland annat spelarförsäljningar, UEFA-ersättningar och egna arrangemang som exempelvis BK Häckens Gothia Cup. Dessa intäkter har i absoluta tal minskat med 20,5 miljoner kronor, vilket motsvarar en minskning på 2,5 procent. Detta förklaras dock av att siffrorna för 2019 baseras på inrapporterade årsredovisningar för 15 klubbar, medan siffrorna för 2018 baserades på 16 klubbar. Den övriga nettoomsättningen per klubb har ökat med 2,0 miljoner kronor, vilket motsvarar en ökning på 4,0 procent.

Intäkter från reklam och sponsring står för den näst största delen av nettoomsättningen och uppgår till 23 procent. Det är 1 procentenhet lägre än föregående år (24 procent). I absoluta tal minskade intäkterna med 18,9 miljoner kronor. Minskningen förklaras av att den totala nettoomsättningen under 2019 avser 15 klubbar, medan den totala nettoomsättningen under 2018 avser 16 klubbar. Intäkterna per klubb ökade dock med 0,5 miljoner kronor, vilket motsvarar en ökning på 2,0 procent.

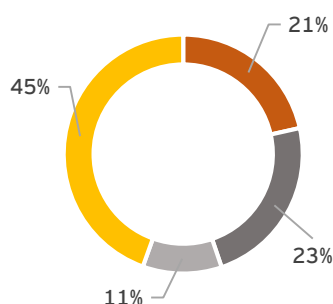
Andelen intäkter från tv-rättigheter har inte förändrats från 2018, utan utgör 11 procent av nettoomsättningen även under 2019. I absoluta tal minskade intäkterna med 8,2

miljoner kronor, medan de genomsnittliga intäkterna per klubb ökade med 0,2 miljoner kronor. Det motsvarar en ökning på 2,3 procent.

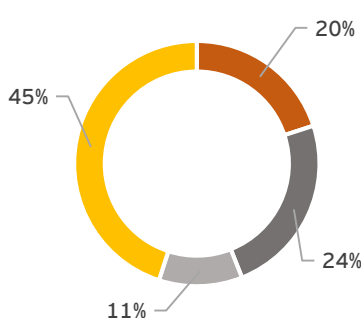
Entréintäkterna står för 21 procent av den totala nettoomsättningen, vilket är en procentenhet högre än föregående år (20 procent). Förändringen är rimlig, eftersom publiksnittet har ökat med 8,8 procent. I absoluta tal har entréintäkterna ökat med 21 miljoner kronor, trots att data för 2019 avser 15 klubbar, medan data för 2018 avser 16 klubbar. Entréintäkterna per klubb ökade med 2,9 miljoner kronor, vilket motsvarar en ökning på 13 procent.

Under 2019 ökade nettoomsättningen per klubb med 5,5 miljoner kronor. Det motsvarar en ökning på 4,9 procent jämfört med 2018. Ökningen förklaras av att alla intäktskällor ökat enligt ovan.

Fördelning av nettoomsättning 2019 **11**



Fördelning av nettoomsättning 2018 **12**



Entrébiljetter Reklam och sponsring TV-rättigheter Övrigt

Kostnadsfördelning i Allsvenskan

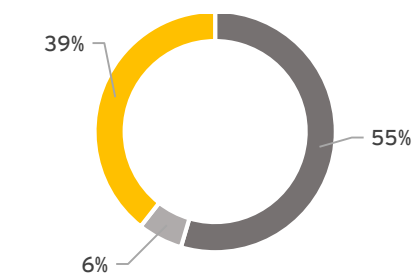
Från 2018 till 2019 har fördelningen av kostnader förändrats marginellt om vi ser till de procentuella andelarna. Personalkostnaderna utgör 55 procent av de totala kostnaderna (54 procent). Övriga kostnader står för 39 procent (40 procent) och avskrivningar för 6 procent (6 procent). De totala kostnaderna i Allsvenskan uppgick till 1 930 miljoner kronor. Det är en ökning med 85 miljoner kronor, eller 4,6 procent, trots att årets rapport omfattar 15 i stället för 16 klubbar. Per klubb har kostnaderna ökat med drygt 13 miljoner kronor. De totala kostnaderna i varje klubb uppgick till drygt 128 miljoner kronor (115 miljoner kronor).

Under 2019 ökade samtliga kostnader i de allsvenska klubbarna. Personalkostnaderna ökade med 60,1 miljoner kronor, vilket motsvarar 6,0 procent. I personalkostnader inkluderas lön, sociala avgifter och pensionskostnader för

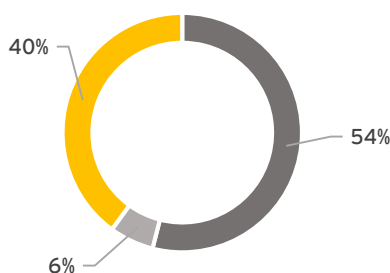
samtliga anställda i respektive klubb. Övriga kostnader inkluderar bland annat kostnader för arenor och matcher, spelarförsäljningar och marknadsföring. Dessa kostnader ökade med 22,7 miljoner kronor, vilket motsvarar en ökning på 3 procent. Avskrivningarna ökade med 5,4 miljoner kronor, vilket motsvarar 4,9 procent. Avskrivningarnas andel av de totala kostnaderna är dock oförändrad.

Under 2019 uppgick personalkostnadernas andel av Allsvenskans nettoomsättning till 59 procent. I stora klubbar som Real Madrid FC och Liverpool FC uppgick personalkostnadernas andel av nettoomsättningen till 58 procent.

Fördelning av kostnader 2019 **13**

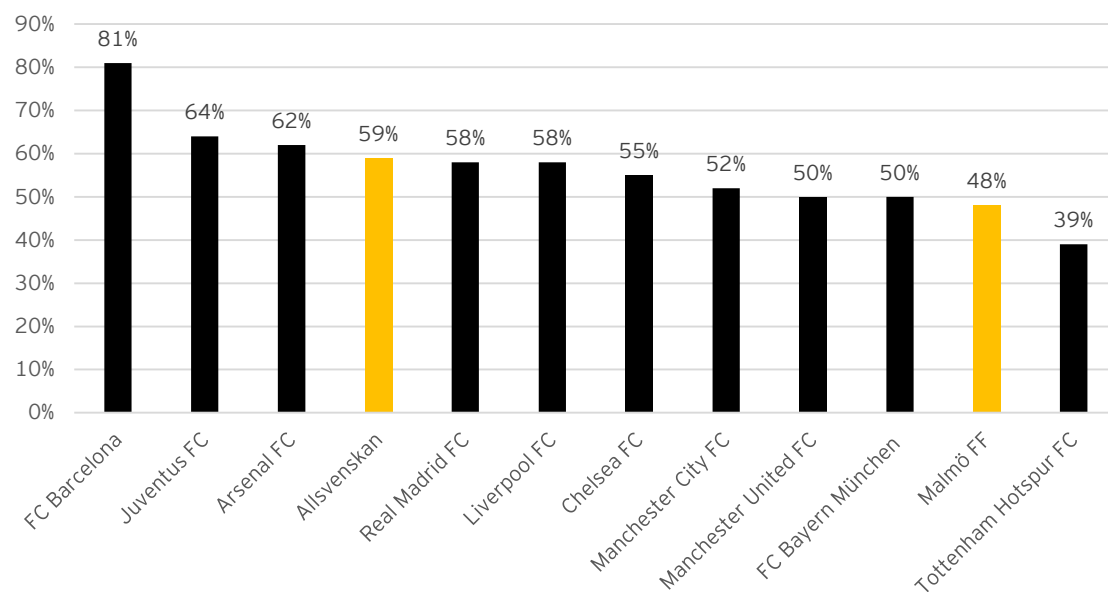


Fördelning av kostnader 2018 **14**



■ Personalkostnader ■ Avskrivningar ■ Övriga kostnader

Personalkostnader i andel av nettoomsättning **15**



Publiksnitt i Allsvenskan

Publiksnittet på hemmamatcher i Allsvenskan har varierat en del under perioden 2015 till 2019. 2015 var publiksnittet som högst med 9 967 åskådare. 2018 har det hittills lägsta snittet med 8 423 åskådare. Allsvenskans publiksnitt har haft en nedåtgående trend, men 2019 bröts trenden. Publiksnittet var det näst bästa sedan 2015 och ökade med 744 åskådare, eller 8,8 procent, jämfört med 2018. 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 sin arenapacitet. Ett exempel är IK Sirius som minskade sin arenapacitet på grund av att arenan byggdes om under 2018. Ett annat exempel är Dalkurd FF som bytte arena under 2018 för att kunna ta in en större publik.

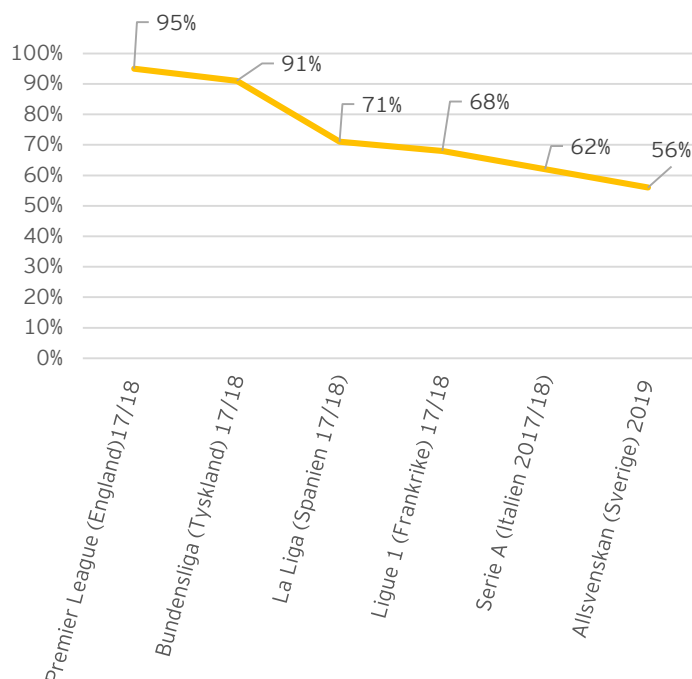
Publiksnittet i Allsvenskan har under den senaste femårsperioden följt ungefär samma trend som den totala nettoomsättningen (se graf 1 på sidan 8). Undantaget är 2018 då publiksnittet var 134 åskådare, eller 2 procent, lägre än 2017, medan den totala nettoomsättningen var 16 procent högre än 2017.

Graf 17 jämför beläggingsgraden i de fem största ligorna i Europa - 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 95 procent respektive 91 procent. La Liga med 71 procent och Ligue 1 med 68 procent kommer en bra bit efter. Den liga som Allsvenskan ligger närmast är Serie A. Det skiljer endast 6 procent mellan ligornas beläggingsgrad, 56 procent för Allsvenskan och 62 procent för Serie A.

För att kunna närma sig de största ligorna vad gäller beläggingsgrad behöver de allsvenska klubbarna till exempel utveckla sina matchevenemang och öka intresset för att titta på allsvensk fotboll. Den största utmaningen kan vara att locka folk från andra länder att åka och titta på Allsvenskan på samma sätt som de största ligorna i Europa lockar publik från andra länder.

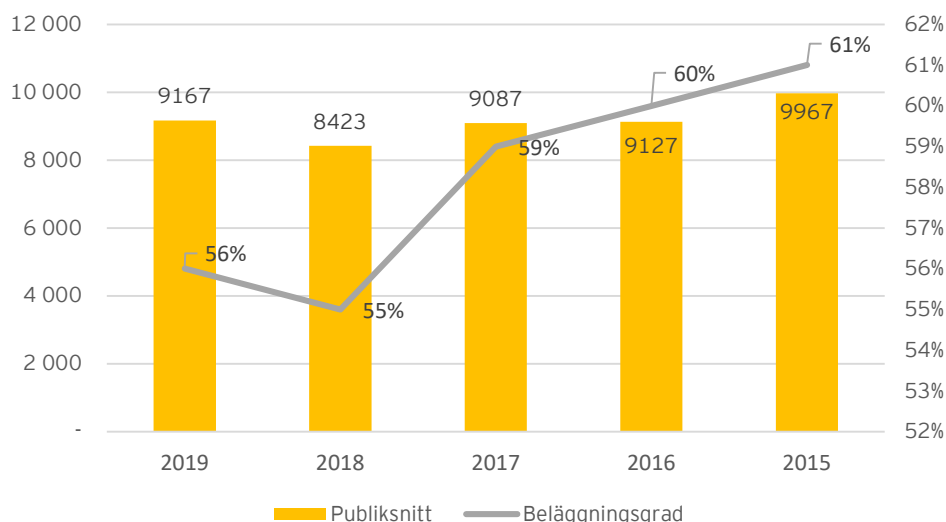
Beläggingsgrad Europa

17



Allsvenskans publiksnitt och beläggingsgrad

16



Ersättning för kommersiella rättigheter från Svensk Elitfotboll

Klubbarna i Allsvenskan får varje år en ersättning från föreningen Svensk Elitfotboll (SEF). Ersättningen grundas på vilka tabellplaceringar klubbarna har haft under en femårsperiod. Utifrån placeringarna räknas en genomsnittlig placering ut för de senaste fem åren. Om en klubb inte har spelat i Allsvenskan under ett eller flera av de senaste fem åren räknas det som att klubben kom på sjuttonde plats. Detta mot bakgrund av att det är 16 lag som spelar i Allsvenskan. Den klubb som har den högsta genomsnittliga placeringen (högst i tabellen) får den högsta ersättningen, vilket är 9,35 procent av hela potten. Laget med den lägsta genomsnittliga placeringen får den lägsta ersättningen som är 5,4 procent (1). Om två klubbar har exakt samma genomsnittliga tabellplacering slår man ihop platsintäkten och ger hälften till vardera klubb.

Klubbarna specificerar inte alltid ersättningen från SEF i sina årsredovisningar. Det gör det svårt att se exakt hur mycket pengar klubbarna har fått (2). Enligt siffror i årsredovisningarna kompletterat med uppgifter från de klubbar som inte specificerat sina ersättningar uppgick intäkterna för tv-rättigheter i genomsnitt till 12,6 miljoner kronor per klubb. Det kan jämföras med motsvarande siffra från föregående år då intäkterna uppgick till 12,3 miljoner kronor. I klubbarnas årsredovisningar från 2019 ligger den lägsta ersättningen på 6 miljoner kronor och den högsta på 19,2 miljoner kronor.

Eftersom de allsvenska klubbarna får större delen av ersättningen för tv-rättigheter, 75 procent (1), innebär det att ersättningen minskar 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. Motsvarande upplägg finns inte inom fotbollen.

För klubbar som redan spelar i Allsvenskan är fallskärmar kanske en bra idé för att kunna bibehålla sin ekonomi även vid en nedflyttning. Samtidigt skulle chansen att ta sig upp i Allsvenskan minska för klubbarna i Superettan, eftersom det ekonomiska övertag som nyligen degraderade lag redan har skulle bli ännu större.

Tidigare hade SEF ett avtal med TV4-gruppen som gav en intäkt på cirka 250 miljoner kronor per år. Klubbarna i Allsvenskan och Superettan har delat på en stor del av denna summa. Cirka 230 miljoner kronor av SEF:s totala omsättning har delats ut till klubbarna varje år. 75 procent har gått till Allsvenskan och 25 procent till Superettan. SEF har tecknat ett nytt avtal med Discovery Networks Sweden som har köpt rättigheterna för Allsvenskan (3). Detta avtal, som gäller från 2020 till 2025, väntas ge klubbarna i Allsvenskan och Superettan cirka 550 miljoner kronor per år. SEF har dessutom tecknat ett nytt sponsoravtal som innebär att de byter Svenska Spel mot Unibet. Avtalet är värt 150 miljoner kronor per år och löper totalt över sex år med start 2020. Om SEF använder samma fördelningsnyckel som i dag kommer skillnaden vad gäller ersättning till laget med högst respektive 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?

(1) <https://www.svenskelitfotboll.se/wp-content/uploads/2019/12/Fördelningsmodell-kopia.pdf>

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

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



Intäktsöversikt

Malmö FF fortsätter att vara den klubb i Allsvenskan som är bäst på att generera intäkter. Under 2019 uppgick nettoomsättningen till 371,7 miljoner kronor. På andra plats ligger AIK med en nettoomsättning som är hela 174,2 miljoner kronor lägre än Malmö FF:s. På tredje plats bland klubbarna med högst nettoomsättning kommer BK Häcken. Därmed är topptrion vad gäller nettoomsättning samma tre lag som under 2018.

I botten av nettoomsättningstabellen för 2018 kom Trelleborgs FF som därefter fick spela i Superettan. Samma trend går inte att bekräfta för 2019, eftersom vi endast har fått årsredovisningar från 15 av de 16 allsvenska klubbarna. Av de klubbar som spelade i Allsvenskan både under 2018 och 2019 är Östersunds FK den klubb som tappat flest placeringar vad gäller nettoomsättning. Se respektive laganalys för information om hur klubbarnas nettoomsättning har förändrats.

På det stora hela kan vi konstatera att klubbarna som är framgångsrika i Allsvenskan rent sportsligt, är samma klubbar som omsätter mest pengar. Det finns dock några undantag där placeringen i tabellen över nettoomsättning avviker från placeringen i den sportsliga tabellen. Vi kan till exempel se att Djurgårdens IF synes "överprestera" sett till klubbens ekonomiska resurser. Klubben hade bara den sjätte högsta nettoomsättningen under 2019, men tog ändå hem förstaplatsen i Allsvenskan och därmed SM-guldet. Utifrån samma antagande kan Kalmar FF anses "underprestera". Klubben hade den nionde högsta nettoomsättningen under 2019, men slutade på fjortonde plats i den allsvenska tabellen. Slutsatsen av detta är att under 2019 gjorde lag som Djurgårdens IF och Örebro SK mer med sina intäkter än exempelvis Kalmar FF och BK Häcken. I övrigt är det tydligt att de sportsligt bästa klubbarna också drar in mest pengar. Detta bottnar självklart i att lag som kommer högre upp i den allsvenska tabellen får UEFA-ersättningar för cupspel i Europa och högre ersättning från SEF.

Totalt sett ökade de allsvenska klubbarnas genomsnittliga nettoomsättning med drygt 5 miljoner kronor under 2019. I absoluta tal står Hammarby IF för en ökning på drygt 45 miljoner kronor, Malmö FF för drygt 30 miljoner kronor och AIK för drygt 20 miljoner kronor. Hammarby IF ökade alltså sin nettoomsättning mest, från 136 miljoner kronor till 181 miljoner kronor. Det motsvarar en ökning på över 32 procent. Östersunds FK minskade sin nettoomsättning mest, vilket främst förklaras av att klubben drog in cirka 67 miljoner kronor på spelarförsäljningar under 2018 jämfört med 6 miljoner under 2019.

Positivt är att 9 av de 13 klubbar som spelade i Allsvenskan under både 2018 och 2019 ökade sin nettoomsättning.

18



Position	Klubb	Position 2018 (avseende nettoomsättning)	Tabellplacering 2019	Nettoomsättning 2019 (tkr)
1	Malmö FF	1	2	371 656
2	AIK	2	4	197 506
3	BK Häcken	3	6	186 674
4	Hammarby IF	6	3	181 278
5	IFK Göteborg	7	7	138 489
6	Djurgårdens IF	4	1	122 150
7	IFK Norrköping	8	5	120 903
8	IF Elfsborg	9	8	94 178
9	Kalmar FF	11	14	59 657
10	Helsingborgs IF	Superettan	10	58 148
11	Östersunds FK	5	12	51 478
12	IK Sirius FK	14	11	51 320
13	Örebro SK	12	9	50 647
14	GIF Sundsvall	15	15	50 335
15	Falkenbergs FF	Superettan	13	33 273

19



Klubb	Position 2018 (avseende nettoomsättning)	Tabellplacering 2018	Nettoomsättning 2018 (tkr)
Malmö FF	1	3	342 884
AIK	2	1	178 285
BK Häcken	3	5	173 864
Djurgårdens IF	4	7	151 374
Östersunds FK	5	6	140 285
Hammarby IF	6	4	136 377
IFK Göteborg	7	11	127 679
IFK Norrköping	8	2	101 528
IF Elfsborg	9	12	90 691
Dalkurd FF	10	15	61 200
Kalmar FF	11	10	59 853
Örebro SK	12	9	55 975
IF Brommapojkarna	13	14	55 255
IK Sirius FK	14	13	49 882
GIF Sundsvall	15	8	42 170
Trelleborgs FF	16	16	38 838

Sponsorkrona per vunnen poäng

För att se vilken utväxling sponsorer får på sina investerade pengar har vi valt att jämföra totala sponsorintäkter med antal 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 även av sådant som exponering av sitt varumärke och tillgång till affärsnätverk. Måttet ger ändå en intressant inblick i skillnaderna mellan klubbarna.

Tabell 20 visar klubbarnas placeringar i fallande ordning. Det allsvenska genomsnittet för 2019 uppgår till 647 tusen sponsorkronor per vunnen poäng. Det är en minskning från 2018 då motsvarande siffra uppgick till 719 tusen kronor.

Det är svårt att hitta någon korrelation mellan sponsorkrona och tabellplacering. Det är visserligen så att stora klubbar med stora budgetar ofta placerar sig högt upp i tabellen, medan klubbar med lägre sponsorintäkter hamnar i den nedre halvan. Detta motbevisas dock av bland annat IFK Norrköping som har lägre sponsorintäkter än andra topplag och därmed en lägre sponsorkrona per vunnen poäng.

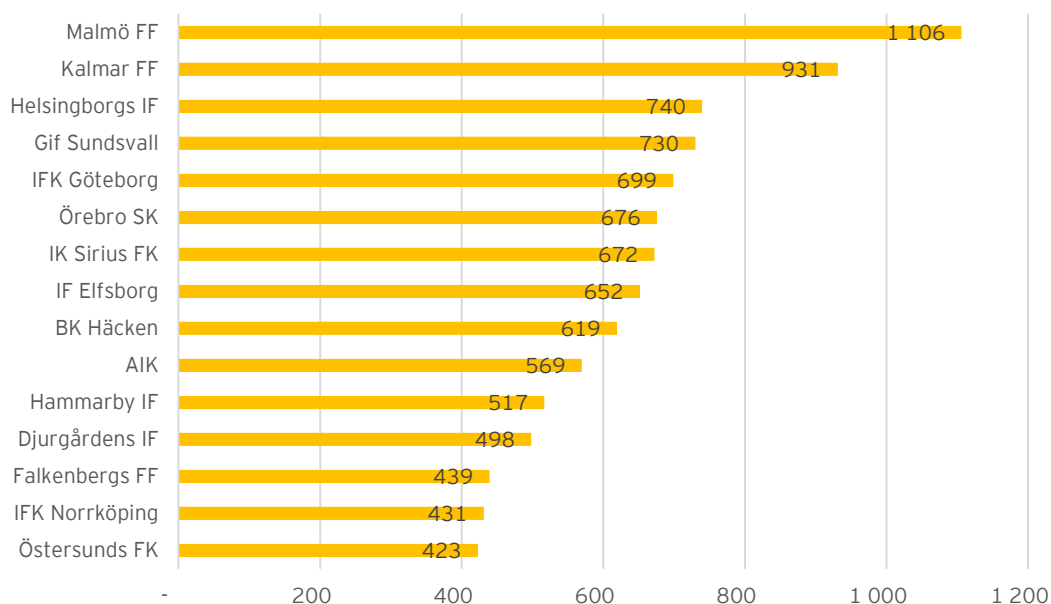
2019 ligger Malmö FF och Kalmar FF i topp vad gäller klubbar med högst sponsorintäkter per poäng. Malmö FF:s intäkter från reklam och sponsring är cirka 103 procent högre än i den klubb med näst högst intäkter av denna typ. Vi kan inte säga

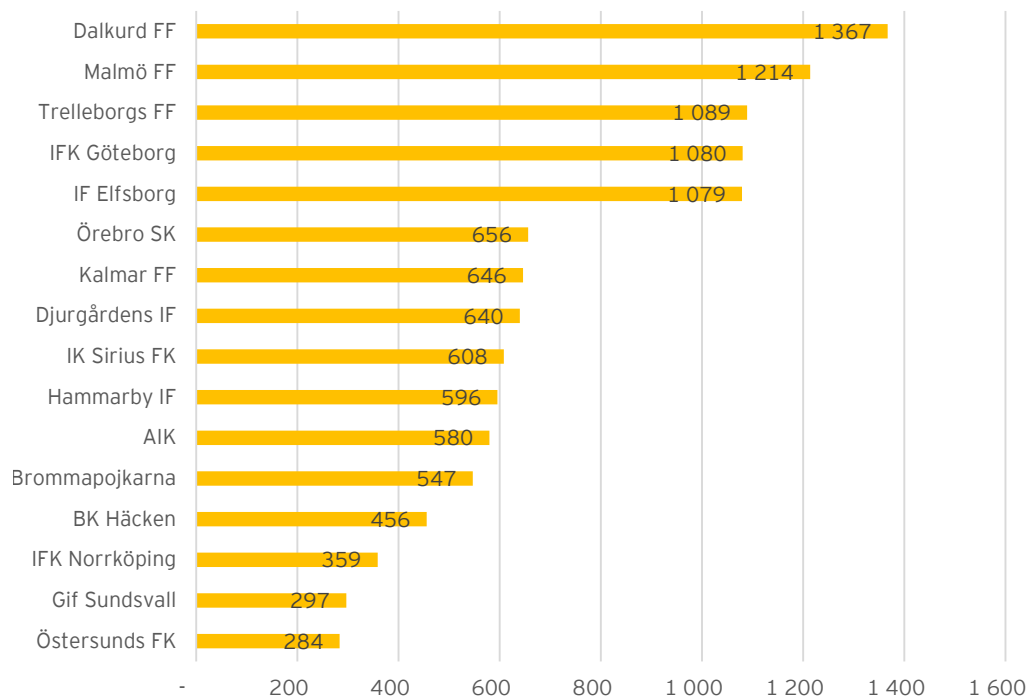
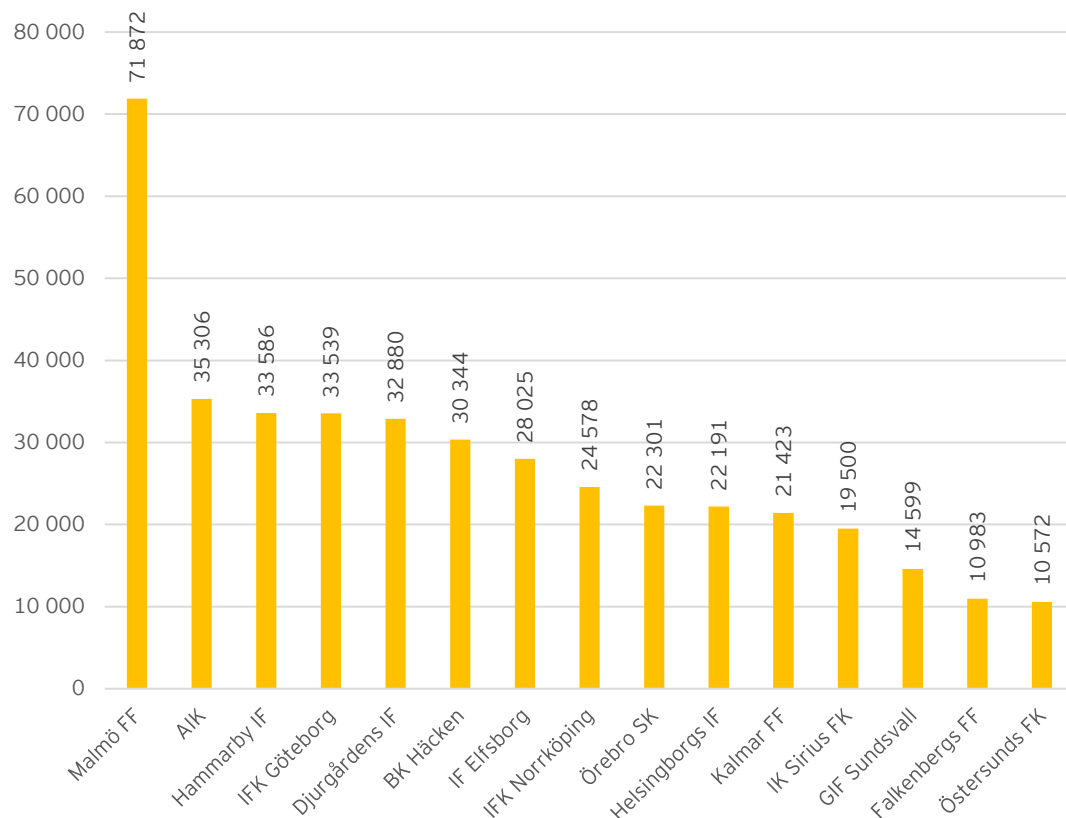
att en hög sponsorkrona per vunnen poäng per automatik är något dåligt. Detta snitt tar inte hänsyn till avancemang i Svenska cupen eller framgångar i Europacupspel. På andra plats kommer Kalmar FF, främst på grund av att klubben bara spelade in 23 poäng, trots att klubbens intäkter från reklam och sponsring var de elfte högsta i Allsvenskan.

Av de klubbar som spelade i Allsvenskan både under 2018 och 2019 har IF Elfsborg tappat mest vad gäller sponsorintäkter per vunnen poäng. Klubben spelade visserligen in 13 poäng mer i Allsvenskan 2019 jämfört med året innan, men intäkterna från reklam och sponsring minskade med 4,3 miljoner kronor. GIF Sundsvall avancerade flest placeringar i tabellen över sponsorintäkter per vunnen poäng. Intäkterna från reklam och sponsring ökade med 1,5 miljoner kronor samtidigt som klubben spelade in 24 poäng mindre jämfört med 2018.

Se tabell 22 över klubbarnas intäkter från reklam och sponsring 2019.

Sponsorintäkter per vunnen poäng 2019 (tkr) 20



Sponsorintäkter per vunnen poäng 2018 (tkr) **21**Intäkter från reklam och sponsring 2019 (tkr) **22**

Personalkostnader i förhållande till totala kostnader

Tidigare i rapporten presenterades en kostnadsuppdelning för hela Allsvenskan. Uppdelningen visade att personalkostnaderna stod för 55 procent (54 procent) av klubbarnas totala kostnader under 2019.

De allsvenska klubbarna ökade sina personalkostnader med totalt 60,1 miljoner kronor. Det motsvarar en ökning på 6 procent jämfört med 2018. Klubbarnas sammanlagda personalkostnader uppgick till 1 054 miljoner kronor (994 miljoner kronor). Tabell xx visar personalkostnaderna i relation till de totala kostnaderna för alla klubbar som spelat i Allsvenskan de senaste två säsongerna.

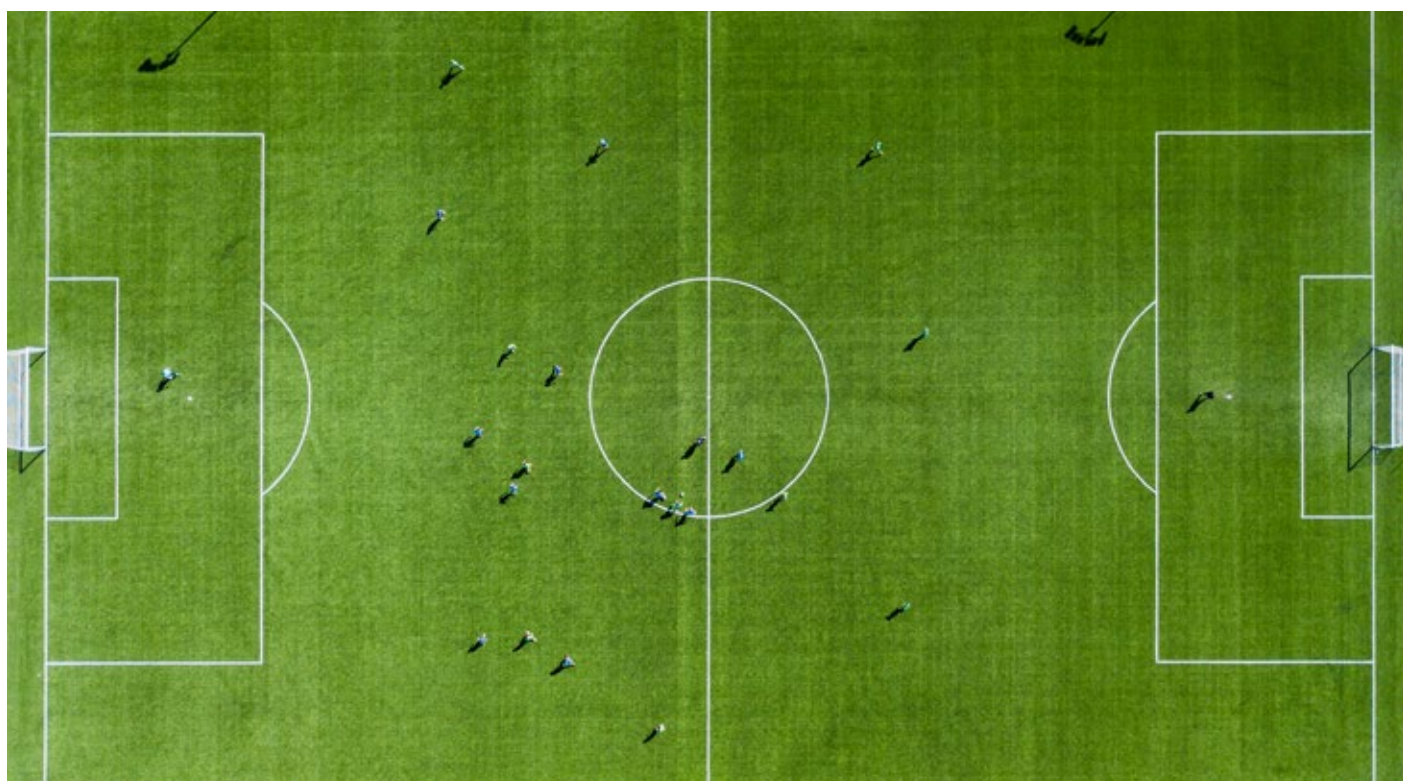
Falkenbergs FF, GIF Sundsvall och IK Sirius FK hade den högsta procentuella andelen personalkostnader i förhållande till totala kostnader under 2019.

Vi noterar att GIF Sundsvall, som hade näst högst andel personalkostnader under 2019, och IF Brommapojkarna, Dalkurd FF och Trelleborgs FF som toppade tabellen över andelen personalkostnader under 2018, blev klara för nedflyttning under respektive säsong.

BK Häcken hade likt föregående år lägst andel personalkostnader i förhållande till totala kostnader. Personalkostnaderna utgjorde 44 procent av de totala kostnaderna, vilket kan jämföras med 42 procent föregående år. Efter BK Häcken kommer Örebro SK och Malmö FF med 50 procent respektive 51 procent.

Vi noterar också att Falkenbergs FF, som hade högst andel under 2019, och tre av klubbarna som toppade denna tabell under 2018 var nykomlingar i Allsvenskan. Det visar att klubbar som är nykomlingar tenderar att ha högre personalkostnader i förhållande till totala kostnader än mer etablerade klubbar.

Malmö FF ökade i kronor räknat sina personalkostnader mest av alla. Klubbens personalkostnader ökade med 32 miljoner kronor jämfört med föregående år, vilket motsvarar en ökning på 18 procent. Enbart Malmö FF:s ökning av personalkostnader är högre än Falkenbergs FF:s och Örebro SK:s totala personalkostnader.



Endast tre klubbar som spelade i Allsvenskan under både 2018 och 2019 har minskat sina personalkostnader. Det är Elfsborg IF som minskade sina personalkostnader med drygt 3,6 miljoner kronor, Östersund FK som minskade sina personalkostnader med 2,8 miljoner kronor och Örebro SK som minskade sina personalkostnader med 0,3 miljoner kronor. Trots att Elfsborg IF minskade sina personalkostnader jämfört med föregående säsong förbättrade klubben sin tabellplacering i Allsvenskan - från tolfte plats 2018 till åttonde plats 2019.

Högst personalkostnader har likt föregående år Malmö FF. Denna säsong uppgick personalkostnaderna till 180 miljoner kronor (148 miljoner kronor). Efter Malmö FF är det ett hopp

ner till AIK vars personalkostnader uppgick till 112 miljoner kronor. Ytterligare en bit efter AIK kommer Hammarby IF med personalkostnader på 106 miljoner kronor och Djurgårdens IF med 90 miljoner kronor. Hammarby IF är det lag efter Malmö FF som har ökat sina personalkostnader mest under säsongen. Klubbens personalkostnader ökade med över 24 miljoner kronor jämfört med föregående säsong. Hammarby IF passerar därmed Djurgårdens IF avseende personalkostnader och närmar sig AIK:s nivå.

23



Andel personalkostnader i förhållande till totala kostnader 2019		Andel personalkostnader i förhållande till totala kostnader 2018	
Falkenbergs FF	63%	Kalmar FF	67%
GIF Sundsvall	62%	Dalkurd FF	63%
IK Sirius FK	61%	Trelleborgs FF	62%
IF Elfsborg	61%	IF Brommapojkarna	60%
Kalmar FF	61%	Gif Sundsvall	60%
Helsingborgs IF	61%	IF Elfsborg	60%
Hammarby IF	58%	IK Sirius fk	58%
Djurgårdens IF	57%	IFK Norrköping	58%
Östersunds FK	56%	Djurgårdens IF	57%
IFK Göteborg	55%	Hammarby IF	57%
AIK	54%	AIK	53%
IFK Norrköping	53%	Örebro SK	51%
Malmö FF	51%	IFK Göteborg	50%
Örebro SK	50%	Malmö FF	49%
BK Häcken	44%	Östersunds FK	49%
		BK Häcken	42%

Lönekostnad och lönekostnad per vunnen poäng

Detta nyckeltal analyserar vilken avkastning klubbarna får när antal vunna poäng sätts i relation till lönekostnader. Nyckeltalet beräknas genom att dividera lönekostnaderna med antalet poäng under säsongen och här vill klubbarna ha ett så lågt värde som möjligt. Beräkningen omfattar lönekostnaderna för samtliga anställda, då det inte bara är spelare och ledare inom det sportsliga som genererar framgång i en fotbollsklubb.

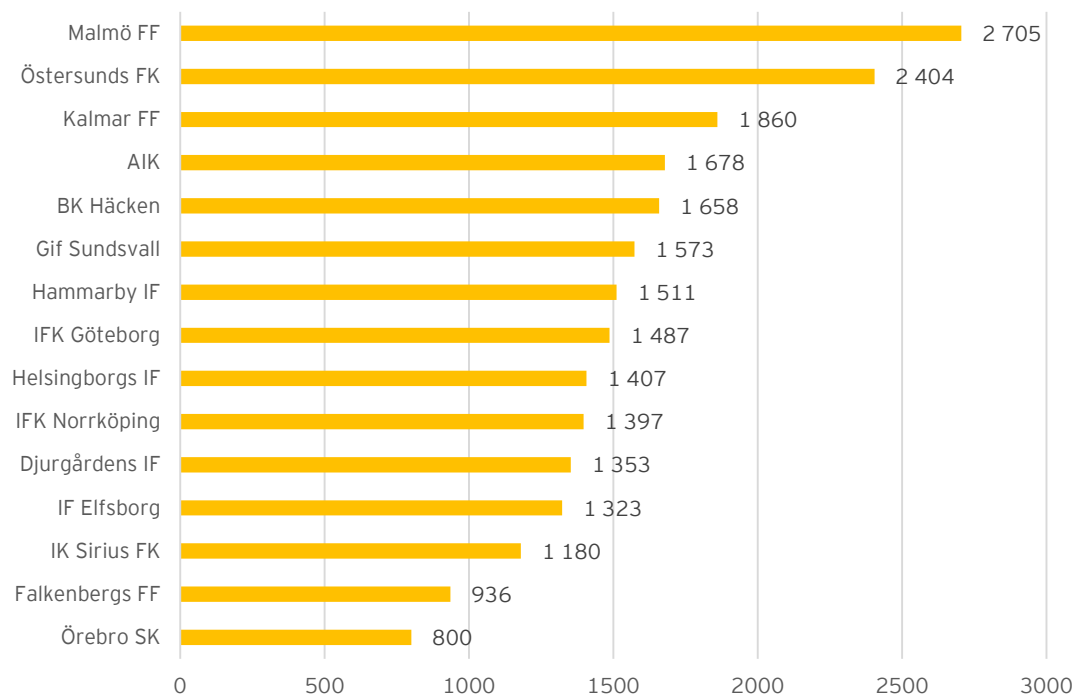
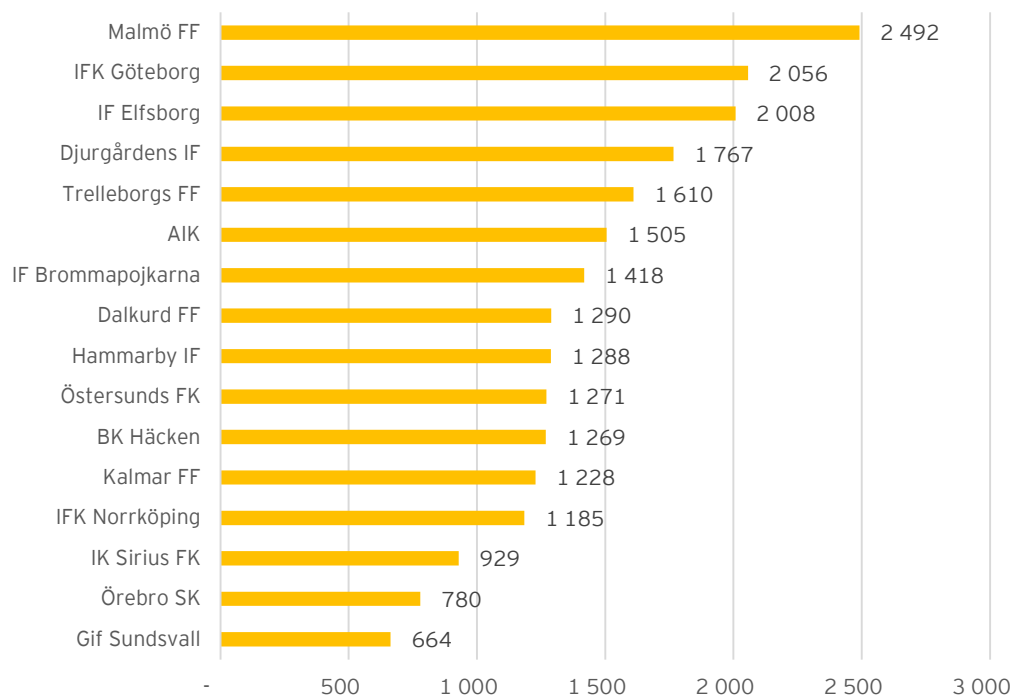
Graf 24 visar att Malmö FF, Östersunds FK och Kalmar FF har högst lönekostnad per vunnen poäng. Det innebär att de har en sämre avkastning på sina lönekostnader jämfört med klubbarna som ligger i botten av denna tabell.

Det finns dock undantag. Malmö FF hamnade på andraplats i den allsvenska tabellen, men deras avkastning kan inte bedömas som sämre. Malmö FF hade högst lönekostnad per poäng även under föregående år. Under 2019 spelade Malmö FF in 7 poäng mer jämfört med föregående säsong, medan lönekostnaderna ökade med drygt 31 miljoner kronor. GIF Sundsvalls lönekostnader ökade med över 2 miljoner kronor 2019 samtidigt som poängskörden blev 24 poäng mindre jämfört med föregående år. Kalmar FF:s lönekostnader ökade med 1 miljon kronor och antalet inspelade poäng minskade med 11 poäng, vilket ger en högre lönekostnad per vunnen poäng under 2019.

Örebro SK, Falkenbergs FF och IF Elfsborg har förvaltat sina lönekostnader bäst och har således fått lägst lönekostnad per vunnen poäng. Bäst av alla i denna kategori är Örebro SK som betalade 800 tusen kronor per vunnen poäng. Klubben minskade sina lönekostnader med 0,8 miljoner kronor, men tog bara två poäng mindre än föregående säsong och slutade på totalt 33 poäng. IF Elfsborg tillhör också klubbarna med bäst avkastning på sina lönekostnader. IF Elfsborg minskade sin lönekostnad per vunnen poäng under 2019, eftersom lönekostnaderna minskade med 3,3 miljoner kronor samtidigt som klubben tog 13 poäng mer än föregående år. Noterbart är att nykomlingen Falkenbergs FF har en låg lönekostnad per

poäng. Med 936 tusen kronor per vunnen poäng var klubben näst bäst i Allsvenskan. Detta tack vare lägst lönekostnader i Allsvenskan och en trettondeplats i tabellen med 25 inspelade poäng.

Sammantaget visar 2019 likt föregående år att flera klubbar förbättrade sitt nyckeltal för lönekostnad per poäng. Det gäller inte bara klubbar som underpresterar rent sportsligt, utan även klubbar som placerar sig högt i tabellen. Toppklubbar som Hammarby IF, Malmö FF och AIK ökade sina lönekostnader per vunnen poäng under året. Klubbar som i stället minskade sina lönekostnader per vunnen poäng är seriesegrarna Djurgårdens IF samt IFK Göteborg och IF Elfsborg. IF Elfsborg minskade sin lönekostnad per vunnen poäng med 683 tusen kronor. Trots att lönekostnaderna i Allsvenskan generellt sett ökade under året, har klubbarna en bit upp till Malmö FF:s totala lönekostnader. Föregående år kunde vi konstatera att klubbarna närmade sig Malmö FF. Avståndet ser dock ut att öka igen då Malmö FF under 2019 spelade in samma poäng som Hammarby IF, nämligen 65 poäng. Samtidigt hade Malmö FF 1,2 miljon kronor mer i lönekostnad per vunnen poäng jämfört med Hammarby IF.

Lönekostnad per poäng 2019 (tkr) **24**Lönekostnad per poäng 2018 (tkr) **25**

Lönekostnad versus placering

Graf 26 visar lönekostnaderna i de allsvenska klubbarna under 2019 i förhållande till deras genomsnittliga placering under de två senaste åren. Lönekostnaderna inkluderar löner, sociala avgifter samt pensionskostnader och avser samtliga anställda i bolaget eller föreningen. Om en klubb ligger över linjen har de "för höga" lönekostnader i förhållande till sin tabellplacering i Allsvenskan. Följaktligen har en klubb "för låga" lönekostnader i förhållande till tabellplaceringen om de placerar sig under linjen.

Två klubbar placerar sig mycket nära linjen. AIK och Östersunds FK har båda en tabellplacering enligt förväntan sett till deras lönekostnader. De klubbar som "överpresterar", det vill säga hamnar under linjen, är GIF Sundsvall, Örebro SK, BK Häcken, IFK Norrköping, Djurgårdens IF och Hammarby IF. Dessa klubbar betalar mindre i lön än vad som förväntas utifrån deras tabellplacering.

Slutligen har vi de klubbar som "underpresterar" och placerar sig över linjen i grafen. Hit hör klubbar som Falkenbergs FF, Helsingborgs IF, IF Elfsborg, Kalmar FF, IFK Göteborg och Malmö FF. Vi kan konstatera att IF Elfsborg och IFK Göteborg har underpresterat under de senaste två åren sett till lönekostnader och tabellplaceringar. För Malmö FF är det svårt att föra samma resonemang, eftersom klubben har slutat på andra respektive tredje plats i Allsvenskan under de två senaste åren.

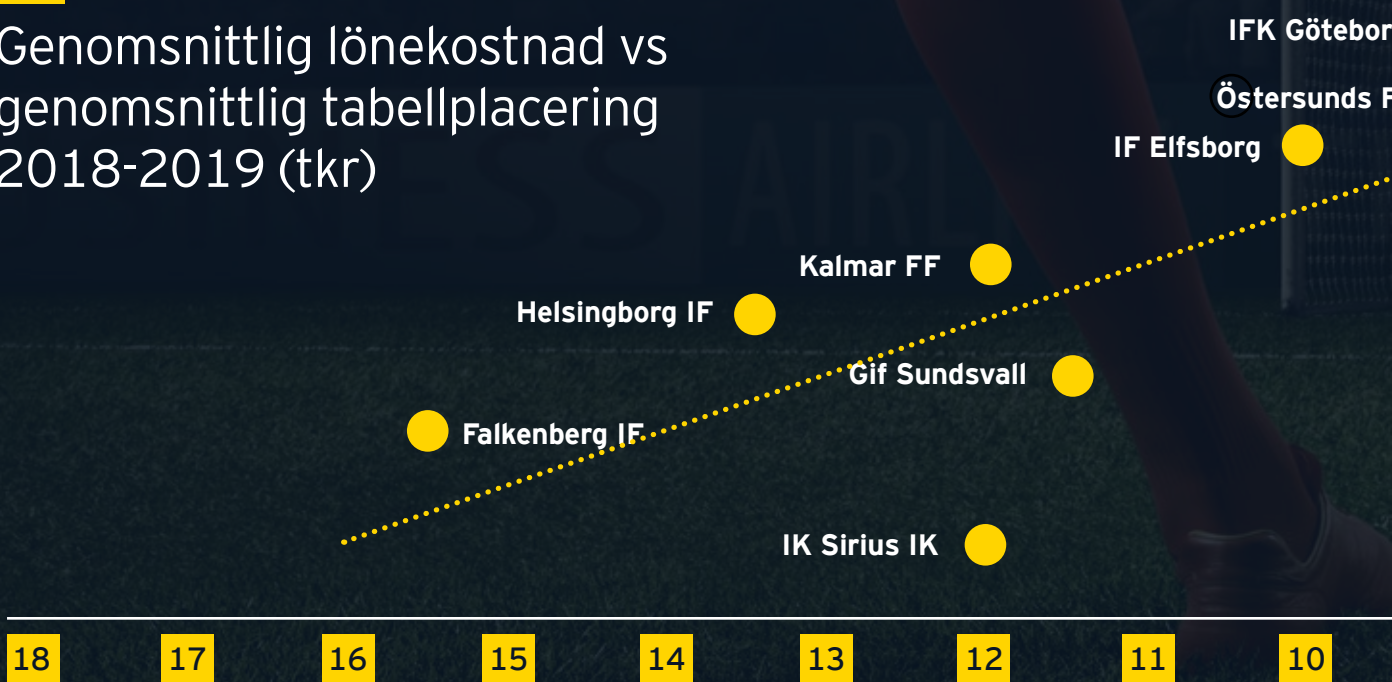
Det är självklart inte så att en klubb per automatik har underpresterat bara för att den placerar sig över linjen och vice versa. I Malmö FF:s fall handlar det om att klubben har en dyrare spelartrupp. Malmö FF förväntas inte bara slåss om SM-guld varje år, utan ska helst även gå vidare i Europaspellet. Just i år lyckades klubben kvalificera sig för gruppspellet i Europa League och gick även vidare till en sextondelsfinal mot tyska Wolfsburg.

När det gäller klubbar som GIF Sundsvall, Örebro SK och IFK Norrköping kan vi konstatera en överprestation. GIF Sundsvalls nedflyttning till Superettan kan visserligen inte klassificeras som en bra sportlig prestation, men alla dessa klubbar ligger en bra bit under linjen. Givet klubbarnas lönekostnader har de nått bra tabellplaceringar under senaste två åren.

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

26

Genomsnittlig lönekostnad vs genomsnittlig tabellplacering 2018-2019 (tkr)





Eget kapital

Graf 27 är en sammanställning av de allsvenska klubbarnas eget kapital per 31 december 2019. Eget kapital speglar klubbens finansiella ställning och visar totala tillgångar minus totala skulder. Eget kapital består av tidigare års upparbetade vinster och förluster, externa kapitaltillskott och uppskrivningar av tillgångar (vanligtvis arenor).

Allsvenskans rikaste klubb är likt tidigare år Malmö FF. Som diagrammet visar ligger övriga klubbar långt efter Malmö FF vad gäller storleken på eget kapital. Malmö FF har 133,4 miljoner kronor mer i eget kapital än alla de andra klubbarna tillsammans. Per 31 december 2019 hade Malmö FF ett eget kapital som uppgick till 512,9 miljoner kronor. På andra plats kommer även i år IFK Norrköping med 110,7 miljoner kronor. Djurgårdens IF har förlorat sin tredjeplats till BK Häcken som har ett eget kapital på 71,5 miljoner kronor. Östersunds FK står för den största minskningen av eget kapital. Det går från positiva 23 miljoner kronor 2018 till negativa 23 miljoner kronor 2019. Minskningen är en följd av klubbens negativa resultat på 52,9 miljoner kronor.

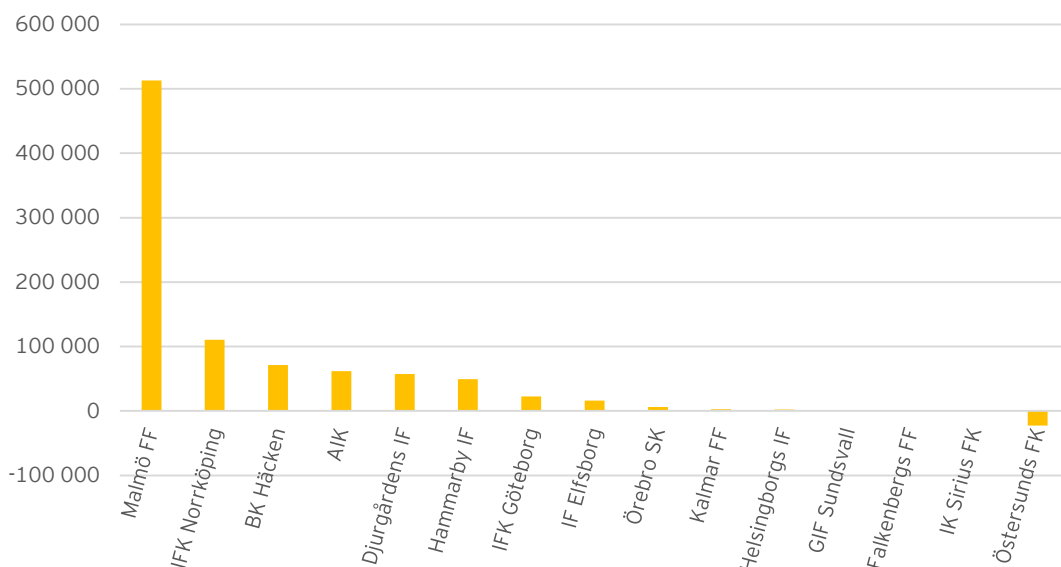
Utöver Östersunds FK har nykomlingen Falkenbergs FF samt GIF Sundsvall och IK Sirius FK ett förhållandevis lågt eget kapital. Dessa klubbar behöver redovisa positiva resultat för 2020 om deras eget kapital inte ska bli förbrukat.

Malmö FF hade det högsta resultatet efter skatt bland klubbarna i Allsvenskan, 16,2 miljoner kronor. Klubben gjorde ett betydligt sämre resultat än 2018 då resultatet uppgick till 39,6 miljoner kronor. Trots ökade kostnader på nästan 53 miljoner kronor kan Malmö FF ändå stoltsera med att vara den i särklass rikaste klubben i Allsvenskan. Det är svårt att se

att någon klubb ska kunna utmana Malmö FF om denna titel. Djurgårdens IF vann SM-guldet, men det kostade att vinna guld. Med årets negativa resultat på 14,8 miljoner kronor minskade det egna kapitalet och både BK Häcken och AIK gick om Djurgårdens IF i tabellen över eget kapital.

Det är svårt att ge en rekommendation om hur stort eget kapital en klubb bör ha för att betraktas som finansiellt stabil. Svenska fotbollförbundet kräver att klubbarna har ett positivt eget kapital per 31 december. Klarar en klubb inte detta måste en handlingsplan vara Licensnämnden till handa senast den 31 mars följande år. Men detta är kanske inte tillräckligt. Klubbarna bör eventuellt se över att likt SHL ha ett lägsta krav för eget kapital eller soliditet. Ett sådant krav skulle göra det möjligt att i ett tidigare skede upptäcka negativa trender hos klubbar som går dåligt ekonomiskt. I SHL får klubbarnas eget kapital inte vara lägre än 5 miljoner kronor. Det är en gräns som 6 av de 15 allsvenska klubbarna i denna rapport inte klarar. Ett krav på storleken på eget kapital skulle dock kunna bli svårhanterligt för mindre klubbar som precis gått upp i Allsvenskan. Ett förslag är därför att i stället sätta en nedre gräns för klubbarnas soliditet.

Eget kapital 2019 (tkr) **27**



Soliditet

Soliditet definieras som den andel av den totala balansomslutningen 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 kortfristiga eller långfristiga 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 sund rekommendation för företag generellt brukar vara att ha en soliditet runt 30 procent. Trots att en idrottsklubb inte är som ett vanligt företag bör klubbarna anamma vissa förhållningssätt från näringslivet. Vi anser därför att de allsvenska klubbarna 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.

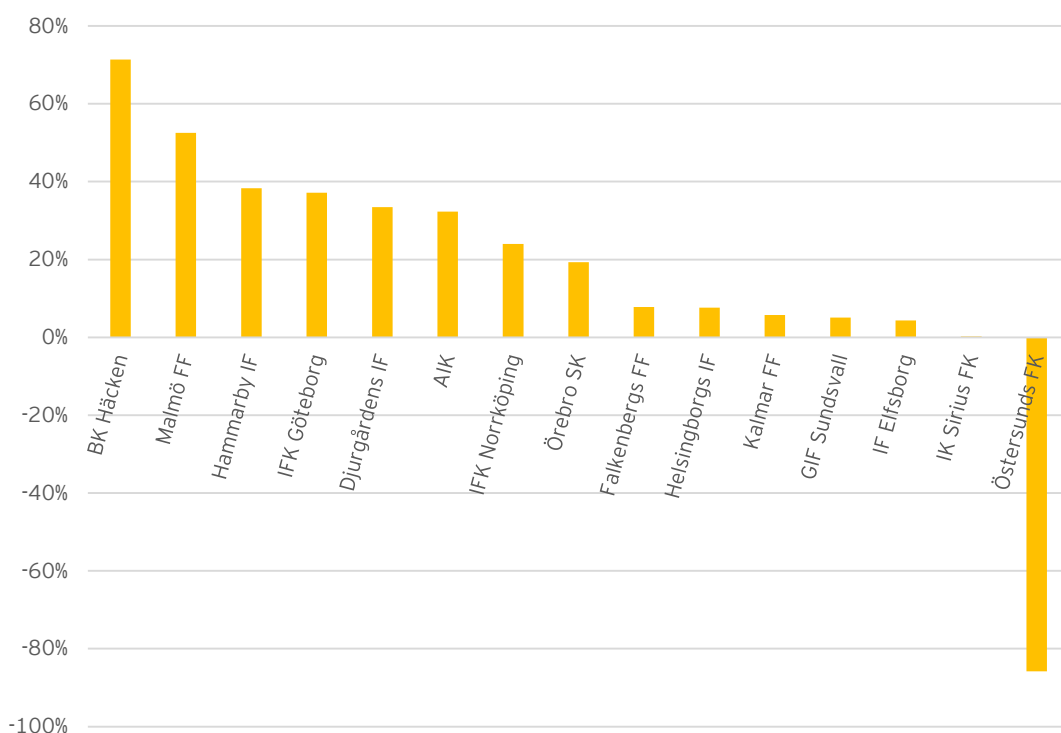
Soliditeten visar ett bolags långsiktiga förmåga att klara av förluster enskilda år, utan att bolagets förmåga att återbetala externa lån och skulder påverkas. I aktiebolag är det huvudsakliga syftet med verksamheten vanligtvis att generera avkastning till ägarna. Soliditeten bör därför inte vara allt 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, eftersom 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 på 49 procent i aktiebolaget. Resterande 51 procent måste ägas av föreningen. Dessa finansiärer kan ha någon form av långsiktigt avkastningskrav, även om det antagligen inte är det primära syftet med investeringen.

När det gäller soliditet finns det två klubbar som sticker ut. Det är BK Häcken och Malmö FF som har en soliditet på 71 procent respektive 53 procent. BK Häckens soliditet kommer till stor del från de intäkter som Gothia Cup genererar varje år. BK Häcken har visat upp goda ekonomiska resultat under en längre tid, vilket har byggt upp klubbens eget kapital. Malmö FF imponerar också med detta nyckeltal. En soliditet på 53 procent när balansomslutningen uppgår till strax under 1 miljard kronor är minst sagt imponerande.

2019 hade endast 6 av de 15 undersökta klubbarna en soliditet som var 30 procent eller högre. Den första klubb att hamna under detta 30-procentiga streck är IFK Norrköping. IFK Norrköping har dock förbättrat sin soliditet med 4 procentenheter under 2019 och med en soliditet på 24 procent är klubben på god väg att nå strecket.

Soliditet 2019 28





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 klubb. Klubbarna har spelat i Allsvenskan under de senaste två åren och vi har även inkluderat beläggingsgraden för respektive klubbs arena.

Som tidigare nämnts kan publiksnittet i Allsvenskan till viss del förklaras av vilka klubbar som spelar i Allsvenskan. Detta märktes exempelvis 2015 då det totala publiksnittet i Allsvenskan höjdes med 24 procent i samband med Hammarby IF:s avancemang. 2015 var även året då Allsvenskan hade sitt högsta publiksnitt hittills. Hammarby IF har haft det högsta publiksnittet mellan åren 2015 och 2019. De vinner publikligan överlägset under samtliga dessa år följt av Malmö FF och AIK.

Publikligans sex topplag: Hammarby IF, Malmö FF, AIK, Djurgårdens IF, IFK Göteborg och IFK Norrköping, stod för 66 procent (2019) respektive 70 procent (2018) av det totala publiksnittet. Med hänsyn till antalet invånare i klubbarnas hemkommuner lockade Falkenbergs FF störst andel av stadens invånare till sin arena, nästan 19 procent. Kalmar FF och Helsingborgs IF kom på andra respektive tredje plats med en andel på drygt 7 procent. De tre stockholmsklubbarna lockade tillsammans 6,2 procent av stadens invånare. För göteborgsklubbarna uppgick motsvarande andel till 2,9 procent.

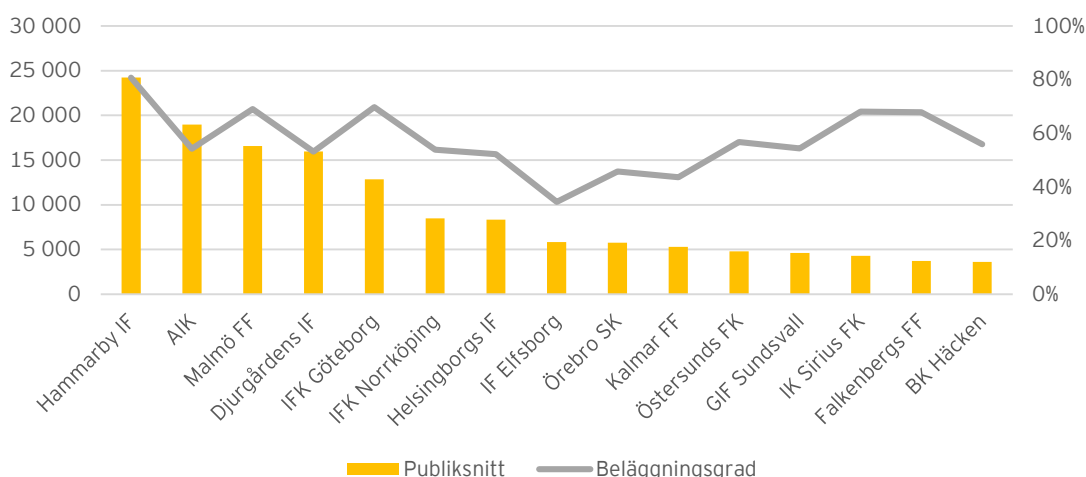
Det totala publiksnittet ökade med 11,8 tusen åskådare under 2019, vilket motsvarar en ökning på 8,8 procent. Denna ökning förklaras av vilka klubbar som åkte ur Allsvenskan 2018: IF Brommapojkarna, Dalkurd FF och Trelleborgs FF. De hade ett lägre publiksnitt än de lag som avancerade från Superettan till Allsvenskan 2019: Helsingborgs IF, Falkenbergs FF och AFC Eskilstuna.

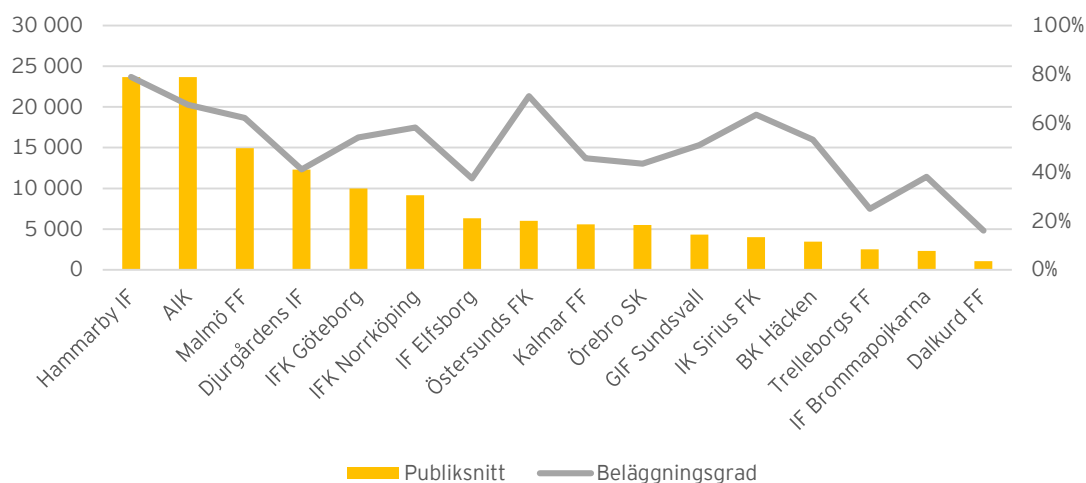
Om vi tittar på de lag som spelade i Allsvenskan även under 2018 står Djurgårdens IF för både den största procentuella ökningen och den största ökningen av antalet åskådare. Publiksnittet ökade med över 36 procent eller 3 652 åskådare per match, mycket tack vare den sportsliga prestationen som ledde hela vägen till SM-guld.

AIK var den klubb i Allsvenskan som tappade flest antal åskådare per match. I snitt tappade klubben 4 695 åskådare per match, vilket innebär en procentuell minskning med 19,8 procent. En anledning till detta kan vara att 2019 sportsligt sett blev ett sämre år med en fjärde plats i tabellen jämfört med 2018 då klubben vann SM-guldet. Av de övriga lagen är IFK Göteborg det lag som utmärker sig mest. Under 2019 ökade klubben sitt publiksnitt med 2 859 åskådare per match, vilket motsvarar en ökning på 28,6 procent.

Tabellplacering versus publiksnitt visar att de fyra lag som placerar sig överst i den allsvenska tabellen också återfinns bland publikligans fyra topplag.

Publiksnitt och beläggingsgrad 2019 29



Publiksnitt och beläggningsgrad 2018 **30**

Beläggningsgrad

Att dra slutsatser och jämföra beläggningsgrad är komplicerat, eftersom lagen byter arenor och ibland sker detta under pågående säsong. Arenorna som lagen i Allsvenskan använder är inte heller uteslutande byggda för fotboll så som hockeyarenorna i SHL.

Beläggningsgraden varierar stort mellan lagen i Allsvenskan. I snitt uppgick beläggningsgraden till 56 procent för 2019 och 55 procent för 2018. Hammarby IF hade högst beläggningsgrad under 2019, nämligen 81 procent. Efter Hammarby IF följde IFK Göteborg med 70 procent och Malmö FF med 69 procent. Hammarby IF har en arenapacitet på 30 000 personer. Under de fem senast säsongerna har klubben som lägst haft 68 procent i beläggningsgrad. Det kan jämföras med genomsnittet på 56 procent i Allsvenskan 2019. Lägst beläggningsgrad av klubbarna i Allsvenskan hade IF Elfsborg med 34 procent.

Entréintäkterna står för 21 procent av de allsvenska klubbarnas totala intäkter och är en väldigt viktig inkomstkälla. Hammarby IF, AIK, Malmö FF, Djurgårdens IF och IFK Göteborg slutade som topp fem avseende publiksnitt under 2019., De har arenor som inte är anpassad för fotbollsevenemang i första hand. Att Hammarby IF och IFK Göteborg ändå har en beläggningsgrad på över 70 procent tyder på ett starkt intresse för lagen och att klubbarna presterade bra sportsligt. Vår bedömning är att en optimal beläggningsgrad ligger på 90 till 95 procent. Om en klubb har lägre beläggningsgrad

är det definitivt möjligt 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 måste klubbarna identifiera vad som krävs för att locka personerna i fråga. Faktorer som kan påverka beläggningsgraden kan exempelvis vara kommunikationer till och från arenan, matcharrangemanget eller småsaker som korta köer vid insläpp och liknande.

Som tidigare nämnts har Hammarby IF haft Allsvenskans högsta beläggningsgrad under de senaste fem åren och 2019 uppgick beläggningsgraden till 81 procent.

Eftersom beläggningsgraden i Allsvenskan snarare är för låg än för hög, handlar klubbarnas utmaningar och möjligheter om att locka fler, nya och mer kontinuerliga åskådare till sina matcher.

Sociala medier

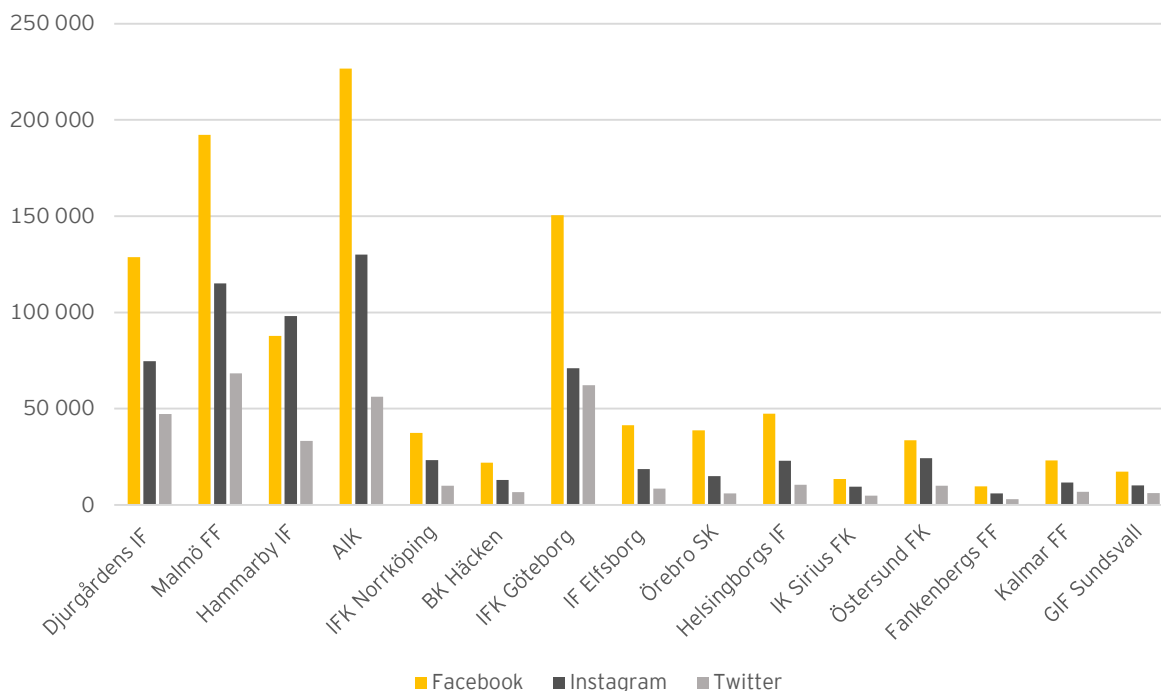
Flera undersökningar visar att klubbarna kan öppna nya kommunikationskanaler med sin publik genom att engagera fans via sociala medier. Kommunikationskanalerna kan mätas och värderas som en ny kommersiell möjlighet för sponsorer, ligor och klubbar. Företag som engagerar sig genom sponsring och kampanjer på sociala medier kan dra nytta av ökad varumärkesaffinitet och lojalitet.

Enligt EY:s undersökningar har AIK flest följare i sociala medier. AIK är alltså Allsvenskans mest följda lag med totalt 412 931 följare. Tabellen visar antal följare för respektive lag under 2019.

Antal följare uppdelat på Facebook, Instagram och Twitter visar att AIK har flest följare på både Facebook och Instagram med över 225 tusen respektive 130 tusen följare. Malmö FF har flest följare på Twitter med över 68 tusen följare.

Sportsliga prestationer på fotbollsplanen kan påverka engagemanget i sociala medier. Det demonstreras av Hammarby IF som var inblandad i kampen om SM-guldet fram till sista omgången. Under den senaste sexmånadersperioden står Hammarby IF för den största ökningen av antalet följare på sociala medier med drygt 3 500 nya följare på Facebook, motsvarande 4 procent, över 28 tusen på Instagram, motsvarande 41 procent och drygt 3 tusen på Twitter, motsvarande 10 procent.

Antal följare på sociala medier 31



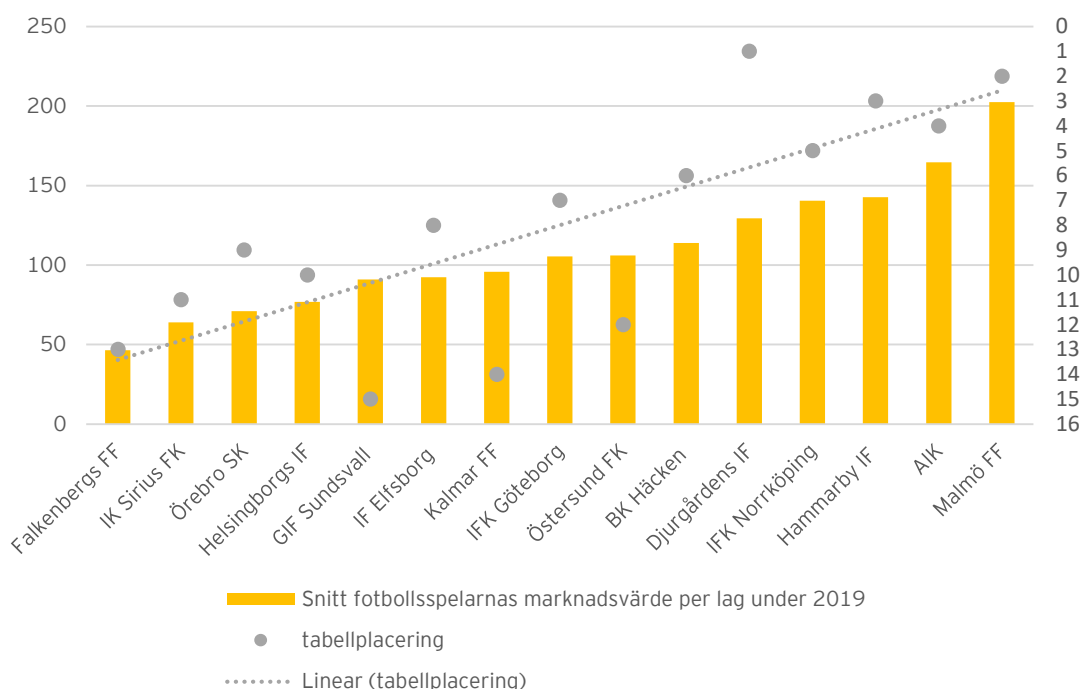
Spelarnas marknadsvärde

Enligt Transfermarkt hade Malmö FF:s spelare det högsta marknadsvärdet under 2019. Marknadsvärdet beräknades till över 200 miljoner kronor under hela 2019. Marknadsvärdet på spelarna i Djurgårdens IF, som vann SM-guldet 2019, beräknades till drygt 130 miljoner kronor. Det är det femte högsta marknadsvärdet i Allsvenskan.

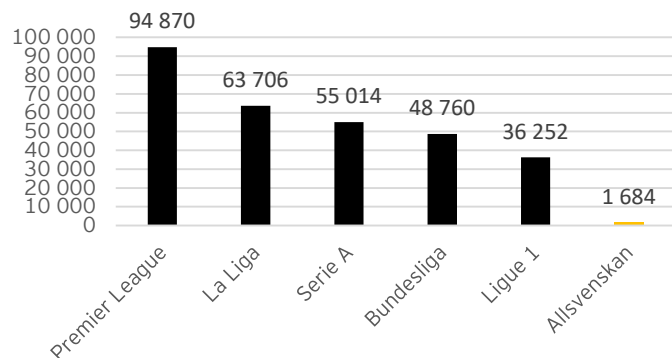
Om vi tittar på den allsvenska tabellens nedre del kan vi konstatera att marknadsvärdet på spelarna i Falkenbergs FF, som lyckades hålla sig kvar i Allsvenskan till kommande säsong, var 46,4 miljoner kronor. Det är mindre än hälften av värdet på spelarna i GIF Sundsvall.

Ligan med högst marknadsvärde i Europa är Premier League. Spelarnas totala marknadsvärde uppgår till över 94 miljarder kronor. Det totala marknadsvärdet för samtliga spelare i Allsvenskan under 2019 uppgick till drygt 1,68 miljarder kronor. Det motsvarar 4,6 procent av det totala marknadsvärdet på samtliga spelare i Ligue 1 och 1,7 procent av det totala marknadsvärdet på samtliga spelare i Premier League.³

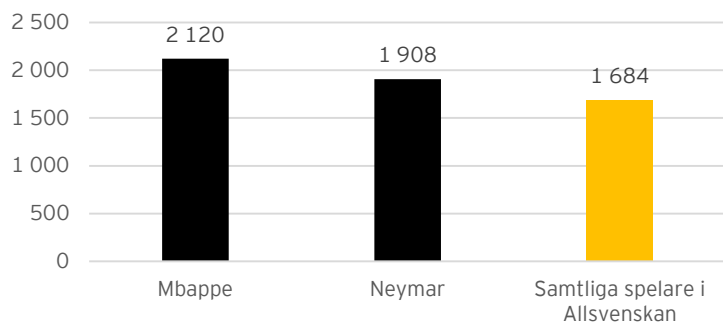
Total marknadsvärde på truppen (mkr) versus tabellplacering **32**

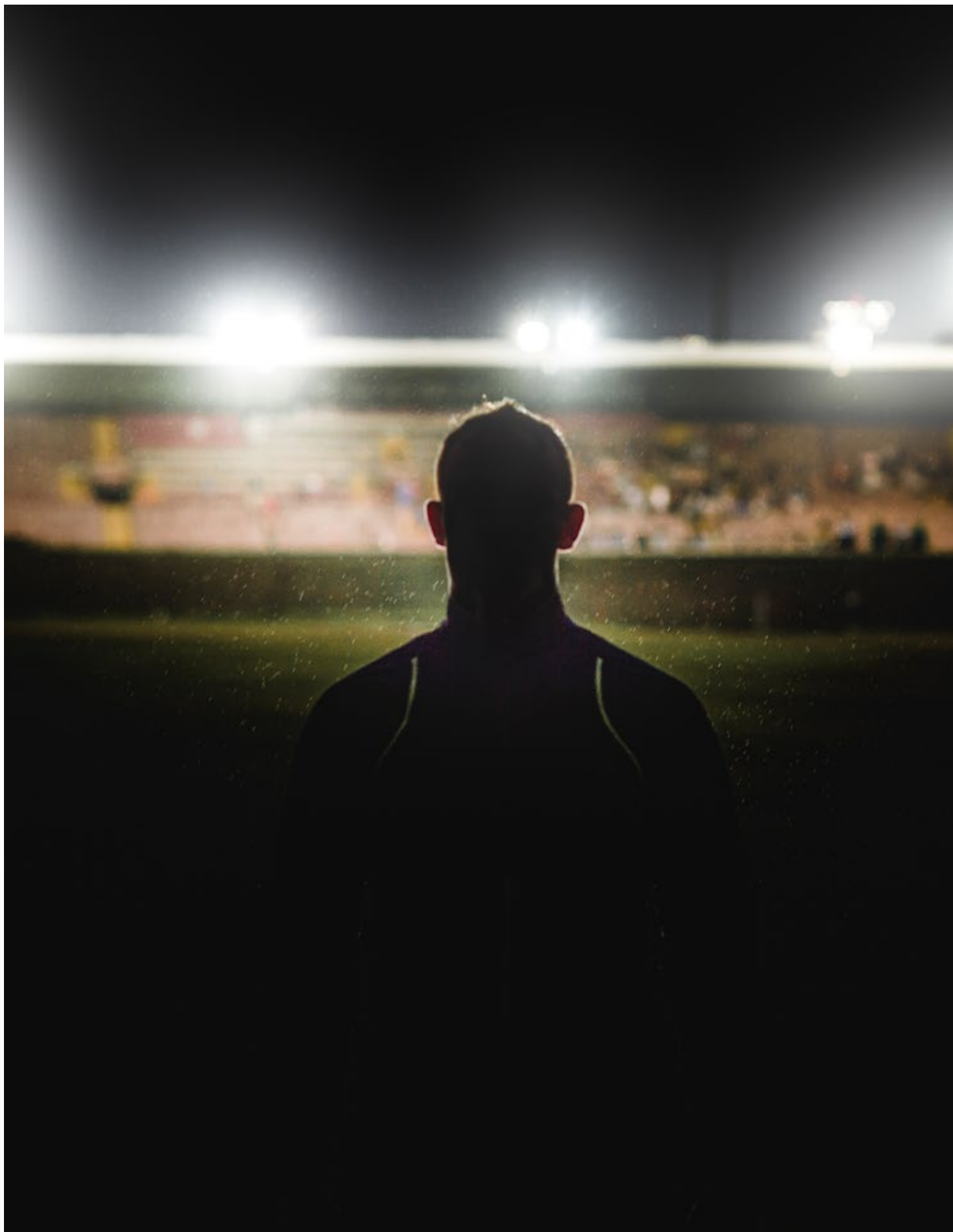


³Data från *transfermarkt.com*

Marknadsvärde för respektive liga 33

Enligt Transfermarkt har två spelare ett högre marknadsvärde än det totala marknadsvärdet för alla spelare i Allsvenskan: Mbappe och Neymar från Paris Saint Germain. Deras marknadsvärde uppgår till 2 120 respektive 1 908 miljoner kronor.

Marknadsvärde 34

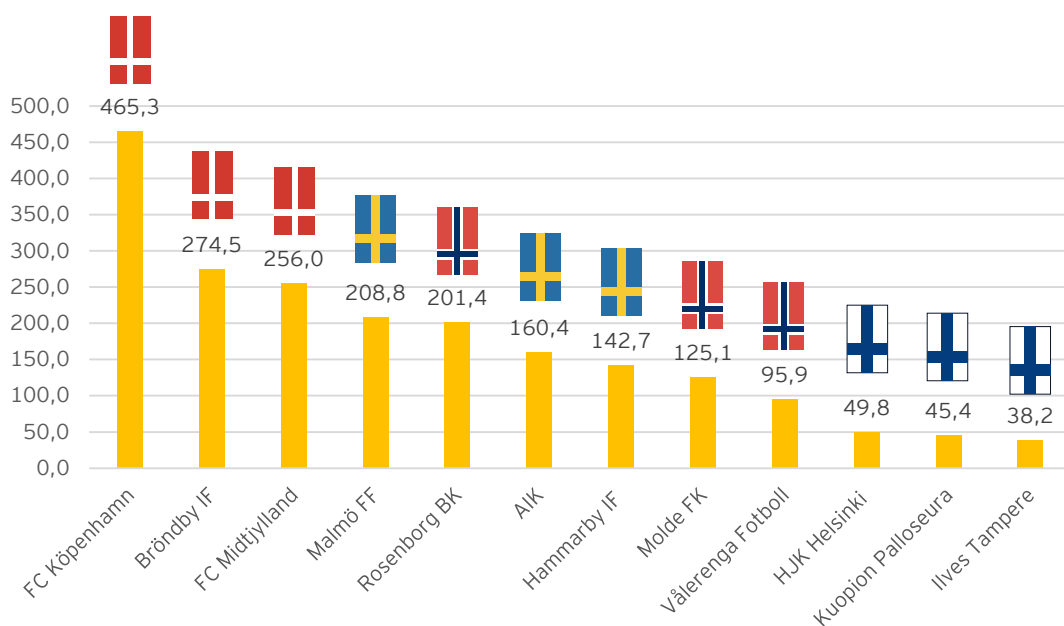


Spelarnas marknadsvärde i Norden

I Norden hade klubbarna i Superligaen det högsta genomsnittliga marknadsvärde under 2019. Samtliga av spelarna i Superligaens topp tre-klubbar hade ett högre marknadsvärde än spelarna i Malmö FF.

Spelarna i Sveriges topp tre-klubbar, utifrån spelarnas marknadsvärde, hade ett högre marknadsvärde än spelarna i alla klubbar i Veikkausliiga och i alla klubbar i Eliteserien förutom Rosenborg BK.

Totala marknadsvärde på trupp i mkr (Topp tre klubbar per liga i Norden) **35**



Covid-19

Mot bakgrund av det rådande läget med Folkhälsomyndighetens förbud mot större publika sammankomster på grund av covid-19, har vi gjort en riskanalys för att visa hur ett bortfall av publikintäkter påverkar de allsvenska klubbarnas ekonomi. För att uppskatta bortfallet har vi dividerat publikintäkterna 2019 med antalet hemmamatcher. Därefter har vi subtraherat dessa intäkter från klubbarnas eget kapital 2019. Detta är en grov uppskattning som visar hur klubbarnas eget kapital påverkas. Analysen baseras endast på bortfall av publikintäkter. Matcher som spelas utan publik torde även påverka andra intäkter, såsom merchandise och sponsring.

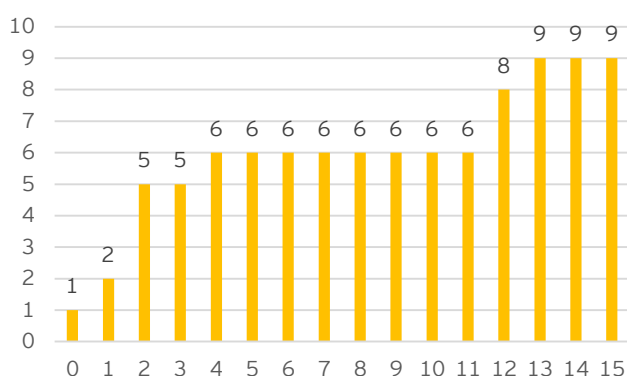
Vår analys visar att redan efter två hemmamatcher utan publik skulle fem av de allsvenska klubbarna uppvisa ett negativt eget kapital och behöva ett kapitaltillskott. Om hela säsongen spelas inför tomma läktare kommer 9 av de 15 analyserade klubbarna att uppvisa ett negativt eget kapital. Bara 6 av 15 klubbar har alltså ett eget kapital som är större än publikintäkterna.

Publikintäkterna varierar dock stort mellan klubbarna. I klubben med lägst andel står publikintäkterna för 2 procent av nettoomsättningen. Motsvarande siffra för klubben med högst andel publikintäkter är 34 procent. Sett till hela Allsvenskan står publikintäkterna för 21 procent av nettoomsättningen. Det innebär att klubbarna är olika känsliga för hur denna intäktsström påverkas. Klubbarna har också olika förutsättningar när det kommer till att hantera kostnader, till exempel äger vissa klubbar sina arenor medan andra hyr. Generellt sett har dock fotbollsklubbar en stor andel fasta kostnader. Personalkostnaderna står för 55 procent av

klubbarnas totala kostnader. Att dra ner på personalkostnader och samtidigt behålla klubbens sportsliga förmåga är svårt. Risken är att klubbarna minskar sina kostnader genom att dra ner på ideella engagemang såsom barnidrott och cuper. Publikintäkterna har med andra ord en stor påverkan på klubbarna, eftersom vinstmarginalen redan är pressad i många klubbar. I dylika lägen har klubbar med ett stort eget kapital en klar fördel.

Antal klubbar med negativt eget kapital efter antal matcher utan publik

36





Analys av klubbarna

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

01

Publiksnitt och tabellplacering



Djurgårdens IF

Djurgårdens IF inledde 2019 starkt under ledning av den nya tränarduon Kim Bergstrand och Thomas Lagerlöf. Det blev tre segrar i rad i gruppspelen till Svenska Cupen, följt av vinst efter straffläggning i kvartsfinalen mot Hammarby IF. I semifinalen blev det förlust med 2-3 efter förlängning mot BK Häcken.

Djurgårdens IF samlade ihop 66 poäng i Allsvenskan. Det är det näst bästa resultatet sedan Allsvenskan utökades till 16 lag och räckte hela vägen till SM-guldet. Publiksnittet uppgick till 15 958 åskådare, vilket är en ökning med cirka 30 procent jämfört med föregående års siffra på 12 306 åskådare.

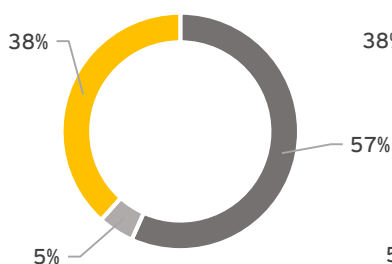
Publikintäkterna ökade med över 7,5 miljoner kronor, motsvarande 22 procent. Såväl intäkter från reklam och sponsring som intäkter från tv-rättigheter ökade med över 2 miljoner kronor. Det motsvarar en ökning med 7 respektive 19 procent. Till följd av minskade intäkter från spelarförsäljningar minskade klubbens övriga nettoomsättning med 41 miljoner kronor. De minskade intäkterna från spelarförsäljningar är även den främsta anledningen till att den totala nettoomsättningen var nästan 30 miljoner kronor lägre än under 2018. Under 2019 uppgick Djurgårdens IF:s intäkter från spelarförsäljningar till 15,5 miljoner kronor jämfört med 56,5 miljoner under 2018.

Att det kostar att vinna SM-guld framgår av de totala kostnaderna som ökade med över 8 miljoner kronor,

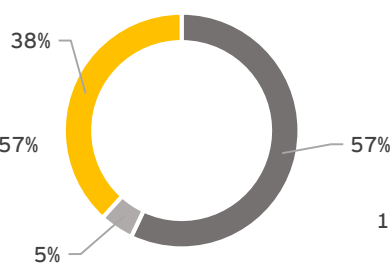
motsvarande nästan 6 procent. En stor del av ökningen avser kostnader direkt kopplade till SM-guldet. Dessa kostnader utgörs framför allt av resultatbaserade ersättningar till spelare, men även av ersättningar till klubbar som Djurgårdens IF har köpt spelare från och där kostnaden delvis varit kopplad till det sportliga resultatet. Den sportliga framgången under 2019 i kombination med investeringar i personal och spelare påverkade personalkostnaderna som ökade från 86,2 miljoner kronor till 90,5 miljoner kronor. Det motsvarar en ökning på 5 procent. Övriga kostnader ökade med drygt 3 miljoner kronor, motsvarande 6 procent, och orsaken är främst att kostnaderna för spelartransfers ökade med 1,5 miljoner kronor under 2019.

Årets resultat blev negativt och landade på 14,8 miljoner kronor. Med drygt 57 miljoner kronor i eget kapital tillhör Djurgårdens IF topp fem vad gäller klubbar i Allsvenskan med starkast eget kapital. Djurgårdens IF är det första laget i Allsvenskan som redovisar antalet följare på sociala medier i sin årsredovisning. Under 2019 ökade antalet följare på Instagram från 59 tusen till 75 tusen, vilket motsvarar en ökning på 27 procent. På Facebook tillkom 625 nya följare och på Twitter ökade antalet följare från 44 tusen till 47 tusen. Antalet unika visningar på DIF-tv ökade med 25 procent och klubbens officiella Youtube-kanal, DIF Play, hade mer än 1 miljon visningar.

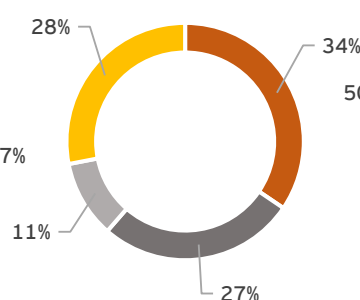
Fördelning av kostnader 2019



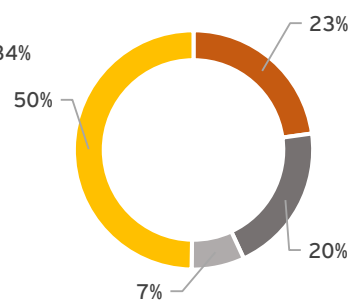
Fördelning av kostnader 2018



Fördelning av nettoomsättning 2019



Fördelning av nettoomsättning 2018



Personalkostnader Avskrivningar Övriga kostnader

Entrébiljetter Reklam och sponsring TV-rättigheter Övrigt



Djurgårdens IF	2019	2018
Nettoomsättning (tkr)	122 150	151 374
Totala kostnader (tkr)	159 657	151 008
Årets resultat (tkr)	-14 879	18 662
Eget kapital (tkr)	57 260	72 139
Tabellplacering	1	7
Vunna poäng	66	48
Arenakapacitet	30 000	30 000
Publiksnitt	15 958	12 306
Beläggningsgrad	53%	41%
Lönekostnad per vunnen poäng (tkr)	1 353	1 767
Sponsorkrona per vunnen poäng (tkr)	498	640

02

Publiksnitt och tabellplacering



Malmö FF

Malmö FF förbättrade sin tredjeplacering från 2018 och avslutade säsongen med en andraplats. Det innebär Europaspel även under nästkommande säsong. Klubben fick en tung start på 2019 med förlust i sextondelsfinal i Europa League mot engelska Chelsea FC, som så småningom vann hela turneringen. Malmö FF avslutade dock säsongen starkare genom att vinna gruppspelen i Europa League och avancera till sextondelsfinal för andra året i rad.

Tack vare klubbens förbättrade prestation i Allsvenskan ökade publiksnittet jämfört med förgående säsong. Under 2019 uppgick Malmö FF:s publiksnitt till 16 566 åskådare. Det är 1 645 åskådare fler än föregående år och motsvarar en ökning med över 11 procent.

Malmö FF:s nettoomsättning ökade med 28,7 miljoner kronor under 2019. Det motsvarar en ökning med 8 procent. Ökningen förklaras främst av att ersättningen från UEFA ökade med över 20 miljoner kronor, eller drygt 24 procent. Tack vare framgångarna i Europa League ökade matchintäkterna från över 74 miljoner kronor till drygt 86 miljoner kronor. Samtidigt ökade försäljningen av souvenirer med över 5 miljoner kronor och event- och konferensintäkterna ökade från 0,8 miljoner kronor till över 25 miljoner kronor. Nettointäkterna från spelarförsäljningar minskade däremot från 49 miljoner kronor till drygt 13 miljoner kronor. Hyresintäkterna minskade från 18 miljoner kronor till 12,2 miljoner kronor, eftersom klubben

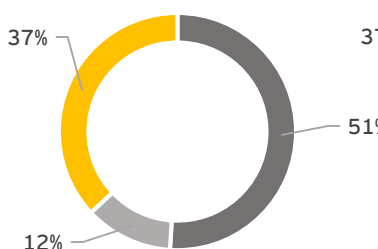
inte längre betalar någon omsättningshyra till SSP baserad på försäljningen på arenan.

Klubbens totala kostnader har likt omsättningen ökat under 2019. Totalt ökade kostnaderna med 52,5 miljoner kronor, vilket motsvarar en ökning på 17 procent. Av denna ökning står personalkostnader för 32,5 miljoner kronor och övriga externa kostnader för 25,2 miljoner kronor. Samtidigt minskade avskrivningarna med 5,2 miljoner kronor. Malmö FF har förstärkt sin trupp med mer etablerade spelare, vilket innebär att lönekostnaderna har ökat. Klubbens lönekostnader på 175,7 miljoner kronor utgör 49,7 procent av klubbens totala kostnader.

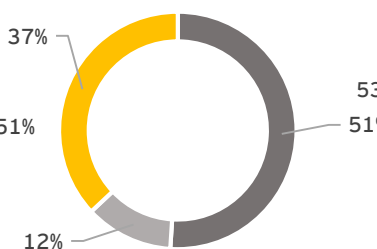
Ekonomiskt visade klubben upp ett positivt resultat på 16,2 miljoner kronor. Klubben har dessutom ett eget kapital på över 512 miljoner kronor – det i särklass högsta egna kapitalet i hela Allsvenskan. Malmö FF har 133,4 miljoner kronor mer i eget kapital än de övriga 15 allsvenska klubbarna tillsammans.

Under 2019 startade en försöksverksamhet inom e-sport – eAllsvenskan – och vinnare blev Malmö FF. 12 klubbar deltog i eAllsvenskan och ekonomiskt gav segern Malmö FF ett överskott.

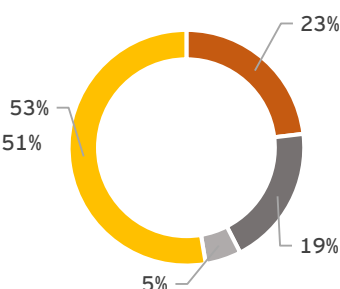
Fördelning av kostnader 2019



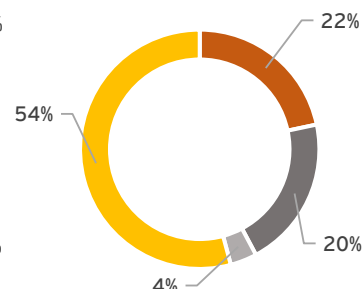
Fördelning av kostnader 2018



Fördelning av nettoomsättning 2019



Fördelning av nettoomsättning 2018



Personalkostnader Avskrivningar Övriga kostnader

Entrébiljetter Reklam och sponsring TV-rättigheter Övrigt



Malmö FF	2019	2018
Nettoomsättning (tkr)	371 656	342 884
Totala kostnader (tkr)	353 317	300 799
Årets resultat (tkr)	16 185	39 617
Eget kapital (tkr)	512 871	496 686
Tabellplacering	2	3
Vunna poäng	65	58
Arenakapacitet	24 000	24 000
Publiksnitt	16 566	14 921
Beläggingsgrad	69%	62%
Lönekostnad per vunnen poäng (tkr)	2 705	2 492
Sponsorkrona per vunnen poäng (tkr)	1 106	1 214

03

Publiksnitt och tabellplacering



Hammarby IF

Hammarby IF var inblandad i kampen om SM-guldet till sista omgången och placerade sig till slut på en tredjeplats. Tredjeplatsen är en förbättring jämfört med 2018 då klubben slutade på en fjärdeplats.

Under 2019 uppgick klubbens publiksnitt till 24 232 åskådare per match. Det är en ökning med över 2 procent eller 553 åskådare per match jämfört med föregående år. I och med detta vann Hammarby IF publikligan i Allsvenskan. Hammarby IF hade i snitt över 5 200 fler åskådare per match än AIK som kom två.

Den totala nettoomsättningen uppgick till 181,3 miljoner kronor, vilket är en ökning med cirka 45 miljoner kronor jämfört med föregående år. Ökningen förklaras främst av att de övriga intäkterna ökade med drygt 44 miljoner kronor. Totalt uppgick de övriga intäkterna under 2019 till cirka 80 miljoner kronor. Anledningen till att dessa intäkter ökade är att Hammarby IF gjorde den största spelarförsäljningen i klubbens historia när de sålde Odilon Kossonou till Club Brugge. Matchintäkterna har ökat med över 2 miljoner kronor till följd av det ökade publiksnittet. Klubbens intäkter från reklam och sponsring och tv-rättigheter har däremot minskat med totalt 2 miljoner kronor.

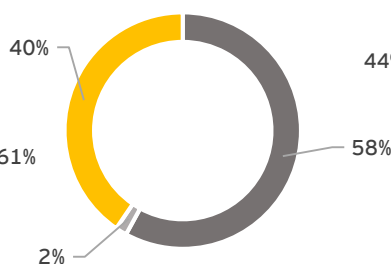
Klubbens totala kostnader ökade med 38,2 miljoner kronor. Det förklaras av att personalkostnaderna ökade med 24,5 miljoner kronor och övriga externa kostnader med drygt 11,4 miljoner kronor. Kostnaderna för avskrivningar ökade med drygt 2,3 miljoner kronor. Den enskilt största förklaringen till de ökade kostnaderna är att lönekostnaderna ökade med nästan 24 miljoner kronor, motsvarande 31 procent.

Hammarby IF gjorde totalt sett ett positivt resultat på 7,8 miljoner kronor och ökade sitt egna kapital med motsvarande belopp. Det egna kapitalet uppgår nu till 49,5 miljoner kronor.

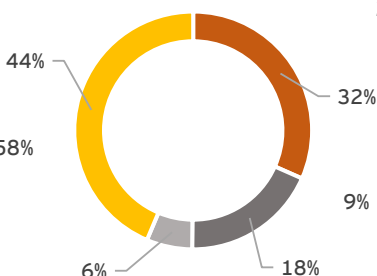
Fördelning av kostnader 2019



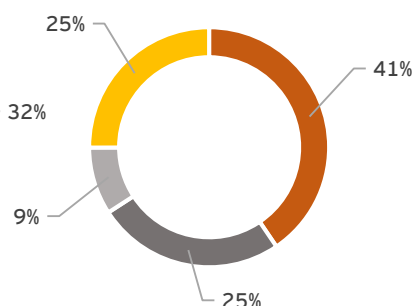
Fördelning av kostnader 2018



Fördelning av nettoomsättning 2019



Fördelning av nettoomsättning 2018



Personalkostnader Avskrivningar Övriga kostnader

Entrébiljetter Reklam och sponsring TV-rättigheter Övrigt



Hammarby IF	2019	2018
Nettoomsättning (tkr)	181 278	136 377
Totala kostnader (tkr)	183 836	145 550
Årets resultat (tkr)	7 815	8 437
Eget kapital (tkr)	49 561	41 746
Tabellplacering	3	4
Vunna poäng	65	58
Arenakapacitet	30 000	30 000
Publiksnitt	24 232	23 679
Beläggningsgrad	81%	79%
Lönekostnad per vunnen poäng (tkr)	1 511	1 288
Sponsorkrona per vunnen poäng (tkr)	517	596

04

Publiksnitt och tabellplacering



AIK

2019 slutade AIK på fjärdeplats i Allsvenskan - en försämring jämfört med 2018 då klubben tog hem SM-guldet. AIK spelade in 62 poäng, vilket var 5 poäng mindre än 2018.

Klubben lyckades öka sin nettoomsättning från drygt 178 miljoner kronor till 197 miljoner kronor, en ökning med över 10 procent. En förklaring till ökningen är att de övriga intäkterna ökade med över 30 miljoner kronor, motsvarande 51 procent. Bland övriga intäkter finns intäkter från spelarförsäljningar som ökade med 19,0 miljoner kronor under 2019. Det motsvarar en förändring på 233 procent.

Då publiksnittet minskade med över 4 000 åskådare jämfört med 2018 minskade även entréintäkterna. Entréintäkterna är i år 9 miljoner kronor lägre. Även intäkterna från reklam och sponsring minskade med cirka 3,5 miljoner kronor jämfört med 2018.

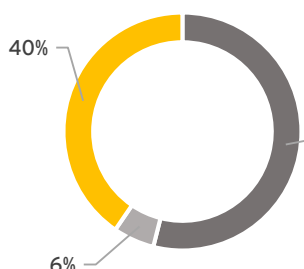
Intäkterna från tv-rättigheter ökade med 1,9 miljoner kronor, vilket motsvarar 11 procent. Klubbens intäkter från spelarförsäljningar på över 27 miljoner förklaras av försäljningen av Kristoffer Olsson i januari 2019. Denna försäljning redovisades som klass V, enligt AIK:s klassificering av spelarförsäljningar. Det motsvarar ett nettoresultat på spelarförsäljningen på mellan 20 och 40 miljoner kronor.

AIK:s totala kostnader ökade under 2019 med 9,5 miljoner kronor. Personalkostnader stod för 6,9 miljoner kronor av ökningen. Därutöver minskade avskrivningarna med drygt 2 miljoner kronor, medan övriga kostnader ökade med 4,7 miljoner kronor.

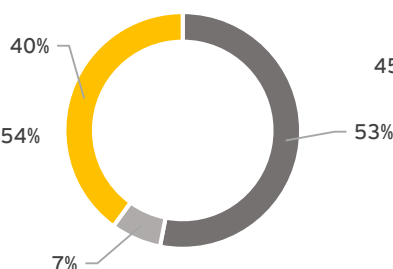
AIK redovisade ett positivt resultat på cirka 0,5 miljoner kronor och står fortfarande stabilt med ett eget kapital på 61,7 miljoner kronor. Det är det fjärde högsta egna kapitalet i hela Allsvenskan: bara Malmö FF, IFK Norrköping och BK Häcken har högre.

AIK:s sportsliga satsning på att kvala in till gruppspelen i Europa lyckades inte. I Champions League-kvalet blev de utslagna av NK Maribor och i Europa League-kvalet blev de utslagna av Celtic FC.

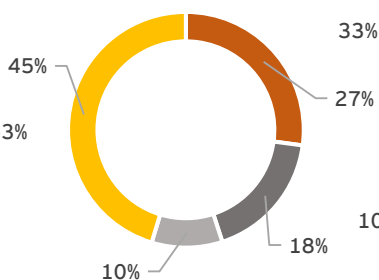
Fördelning av kostnader 2019



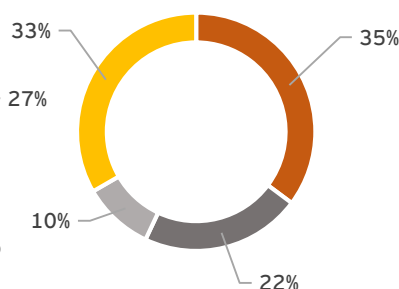
Fördelning av kostnader 2018



Fördelning av nettoomsättning 2019



Fördelning av nettoomsättning 2018



Personalkostnader Avskrivningar Övriga kostnader

Entrébiljetter Reklam och sponsring TV-rättigheter Övrigt



AIK	2019	2018
Nettoomsättning (tkr)	197 506	178 285
Totala kostnader (tkr)	209 350	199 819
Årets resultat (tkr)	537	-16 845
Eget kapital (tkr)	61 740	61 205
Tabellplacering	4	1
Vunna poäng	62	67
Arenakapacitet	35 000	35 000
Publiksnitt	18 969	23 664
Beläggingsgrad	54%	68%
Lönekostnad per vunnen poäng (tkr)	1 678	1 505
Sponsorkrona per vunnen poäng (tkr)	569	580

05

Publiksnitt och tabellplacering



IFK Norrköping

IFK Norrköping slutade på en femteplats i Allsvenskan med 57 inspelade poäng. Det kan jämföras med en andraplats och 65 inspelade poäng under 2018.

Publiksnittet uppgick till 8 476 åskådare per match, vilket är en försämring med 7,5 procent jämfört med 2018 då publiksnittet var 9 172 åskådare. Antalet åskådare under 2019 var det lägsta någonsin under perioden 2015-2019.

Även om publiksnittet minskade har intäkterna från entrébiljetter ökat med över 3 miljoner kronor. Intäkterna från reklam och sponsring ökade med 1,2 miljoner kronor, intäkterna från tv-rättigheter ökade med 1,2 miljoner kronor och de övriga intäkterna ökade med 13,5 miljoner jämfört med 2018.

Klubbens intäkter från spelarförsäljningar ökade också - från 50,6 miljoner kronor 2018 till 52,6 miljoner kronor 2019. Intäkterna ökade tack vare försäljningen av Jordan Larsson till Spartak Moskva under sommaren 2019.

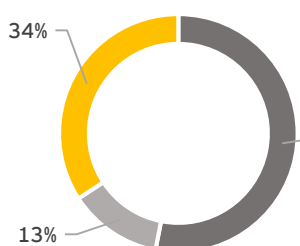
Därmed ökade nettoomsättningen med totalt 19,3 miljoner kronor under 2019.

I kvalen till Europa League besegrade IFK Norrköping både St Patrick's Athletic och FK Liepaja, innan äventyret tog slut i Israel där klubben förlorade tredje kvalomgången mot Hapoel Beer Sheva. Trots att IFK Norrköping inte gick vidare till gruppspelen i Europa League bidrog kvalspelet till att intäkterna från UEFA och FIFA ökade från 1,9 miljoner kronor till 10,1 miljoner kronor.

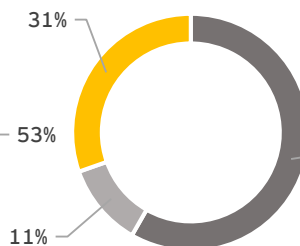
Klubbens totala kostnader ökade med 14,1 miljoner kronor under 2019. Personalkostnader utgjorde den klart största posten och stod för över 53 procent av de totala kostnaderna.

Tack vare klubbens spelarförsäljningar på över 52 miljoner kronor blev resultatet för 2019 positivt och uppgick till 15,6 miljoner kronor. IFK Norrköping redovisar ett eget kapital på 110,7 miljoner kronor och är den allsvenska klubb som har högst eget kapital efter Malmö FF.

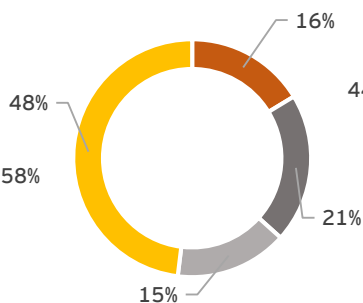
Fördelning av kostnader 2019



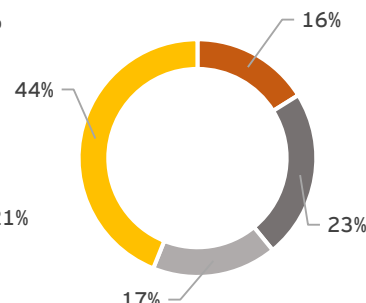
Fördelning av kostnader 2018



Fördelning av nettoomsättning 2019



Fördelning av nettoomsättning 2018



Personalkostnader Avskrivningar Övriga kostnader

Entrébiljetter Reklam och sponsring TV-rättigheter Övrigt



IFK Norrköping	2019	2018
Nettoomsättning (tkr)	120 903	101 528
Totala kostnader (tkr)	153 703	139 565
Årets resultat (tkr)	15 654	12 361
Eget kapital (tkr)	110 709	95 085
Tabellplacering	5	2
Vunna poäng	57	65
Arenakapacitet	15 734	15 734
Publiksnitt	8 476	9 172
Beläggingsgrad	54%	58%
Lönekostnad per vunnen poäng (tkr)	1 397	1 185
Sponsorkrona per vunnen poäng (tkr)	431	359

06

Publiksnitt och tabellplacering



BK Häcken

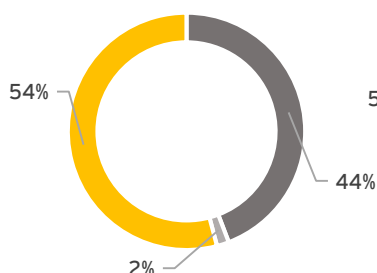
2019 slutade BK Häcken på en sjätteplats i den allsvenska tabellen. Det var en sämre placering än föregående års femteplats. Däremot ökade klubben sitt publiksnitt från 3 461 till 3 631 åskådare per match. Det motsvarar en ökning på 5 procent jämfört med föregående säsong. Klubben deltog även i kvalspelet till Europa League, men åkte ut mot AZ Alkmaar i den andra kvalomgången.

Nettoomsättningen ökade med 12,8 miljoner kronor, eller drygt 7 procent, och landade på 186,6 miljoner kronor. Likt tidigare år består BK Häckens nettoomsättning främst av egna arrangemang, bland annat Gothia Cup, vilka klassificeras som övriga intäkter. Egna arrangemang står för 58 procent av den totala nettoomsättningen, vilket kan ställas i relation till intäkterna från entrébiljetter som uppgår till 3 procent. Sett till de totala intäkterna hade klubben den tredje högsta omsättningen av alla allsvenska klubbar under 2019.

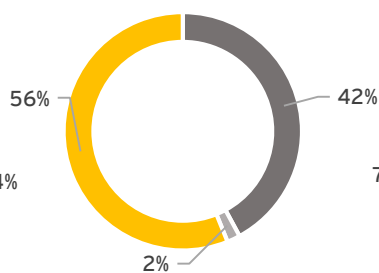
Klubbens totala kostnader ökade med 25,9 miljoner kronor, motsvarande 15,7 procent. Detta förklaras av att personalkostnaderna ökade kraftigt med över 14 miljoner kronor, motsvarande drygt 21 procent. Under 2019 var personalkostnaderna i BK Häcken Allsvenskans femte högsta. BK Häckens personalkostnader var dock 96 miljoner kronor

lägre än Malmö FF:s som hade de högsta personalkostnaderna i serien. Tack vare spelarförsäljningen av Alexander Jeremejeff till Dynamo Dresden gjorde klubben ett positivt resultat på 0,4 miljoner kronor. Det positiva resultat innebär att BK Häcken har ett eget kapital på drygt 71 miljoner kronor, vilket är det tredje bästa i Allsvenskan. Soliditet uppgår till 71 procent och klubben har därmed den högsta soliditeten i hela Allsvenskan.

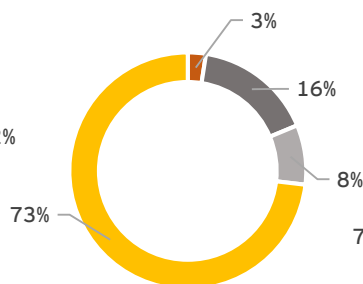
Fördelning av kostnader 2019



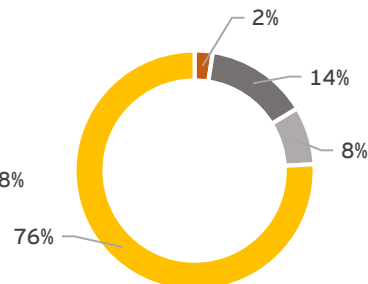
Fördelning av kostnader 2018



Fördelning av nettoomsättning 2019



Fördelning av nettoomsättning 2018



Personalkostnader Avskrivningar Övriga kostnader

Entrébiljetter Reklam och sponsring TV-rättigheter Övrigt



BK Häcken	2019	2018
Nettoomsättning (tkr)	186 674	173 864
Totala kostnader (tkr)	190 553	164 683
Årets resultat (tkr)	395	11 937
Eget kapital (tkr)	71 481	71 086
Tabellplacering	6	5
Vunna poäng	49	53
Arenakapacitet	6 500	6 500
Publiksnitt	3 631	3 461
Beläggingsgrad	56%	53%
Lönekostnad per vunnen poäng (tkr)	1 658	1 269
Sponsorkrona per vunnen poäng (tkr)	619	456



Publiksnitt och tabellplacering



IFK Göteborg

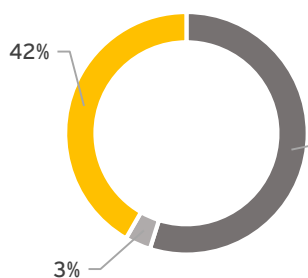
IFK Göteborg slutade på en sjunde plats i den allsvenska tabellen, vilket är en bättre placering än föregående års elfte plats.

Publiksnittet ökade från 9 978 till 12 837 åskådare per match. Detta ledde till att intäkterna från entrébiljetter ökade från 27,4 miljoner kronor till över 29 miljoner kronor. Tack vare att även intäkterna från tv-rättigheter ökade med 2,2 miljoner kronor och övriga intäkter med 6,9 miljoner kronor, lyckades klubben öka sin totala nettoomsättning med 10,8 miljoner. Det motsvarar en ökning på drygt 8 procent. Tack vare försäljningen av Benjamin Nygren till KRC Genk och Carl Starfelt till Rubin Kaza ökade intäkterna från spelarförsäljningar med 2,2 miljoner kronor under 2019.

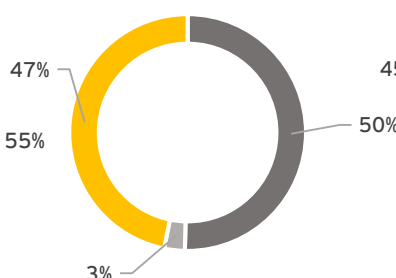
De totala kostnaderna ökade med nästan 1 miljon kronor. Under 2019 ökade personalkostnaderna med 6 miljoner kronor, eller nästan 10 procent. Denna ökning balanserades dock av övriga kostnader som minskade med 6 miljoner kronor, motsvarande 10 procent. I samband med årets spelarförsäljningar har klubben haft nästan 7 miljoner kronor i kostnader som kan hänföras till utbetalda agentarvoden.

Sammanfattningsvis gjorde klubben ett positivt resultat på 11,7 miljoner kronor. Det är en förbättring av föregående års positiva resultat på 1,3 miljoner kronor. IFK Göteborg har ett eget kapital som uppgår till 22,5 miljoner kronor, vilket ger en soliditet på 37 procent.

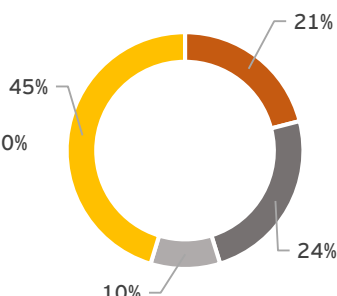
Fördelning av kostnader 2019



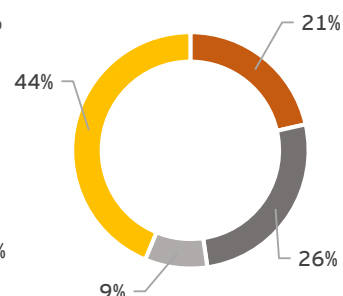
Fördelning av kostnader 2018



Fördelning av nettoomsättning 2019



Fördelning av nettoomsättning 2018



Personalkostnader Avskrivningar Övriga kostnader

Entrébiljetter Reklam och sponsring TV-rättigheter Övrigt



IFK Göteborg	2019	2018
Nettoomsättning (tkr)	138 489	127 679
Totala kostnader (tkr)	126 675	125 799
Årets resultat (tkr)	11 746	1 336
Eget kapital (tkr)	22 584	9 920
Tabellplacering	7	11
Vunna poäng	48	31
Arenakapacitet	18 416	18 416
Publiksnitt	12 837	9 978
Beläggingsgrad	70%	54%
Lönekostnad per vunnen poäng (tkr)	1 487	2 056
Sponsorkrona per vunnen poäng (tkr)	699	1 080



Publiksnitt och tabellplacering



IF Elfsborg

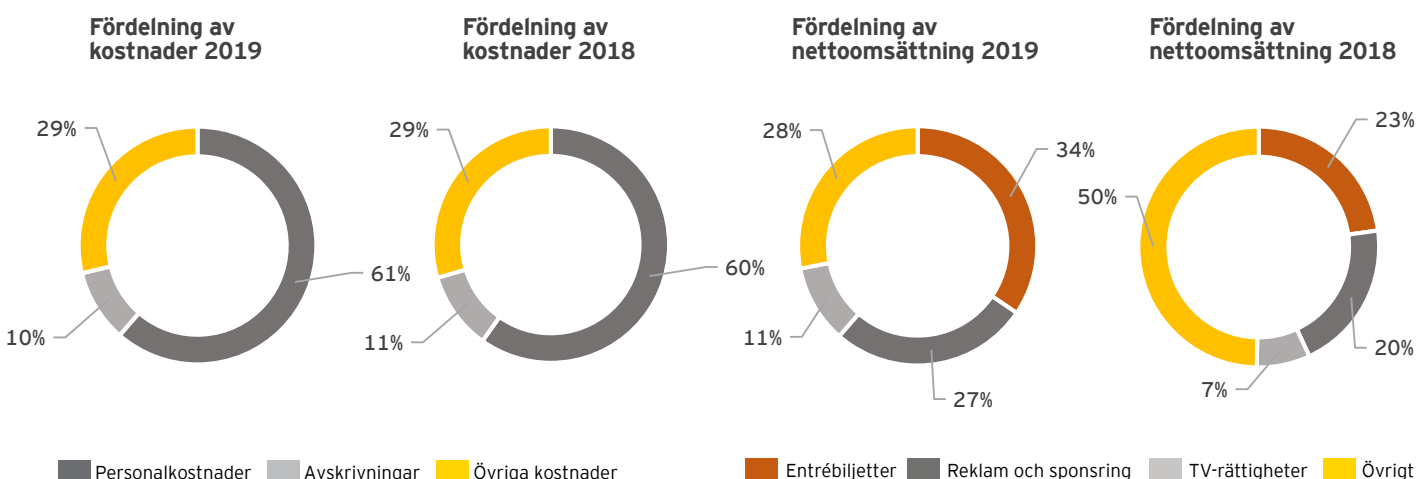
IF Elfsborg slutade på en åttonde plats i den allsvenska tabellen 2019 och lyckades förbättra tolfteplatsen från 2018. Klubben spelade ihop 43 poäng, vilket var en ökning med tretton poäng jämfört med 2018.

Den uppåtgående sportliga trenden påverkade dock inte publiksnittet. Under 2019 hade klubben ett publiksnitt på 5 823 åskådare per match, vilket var en minskning för femte år i rad. 2015 låg publiksnittet på över 9 200 åskådare per match. Beläggningsgraden på hemmaarenan minskade till 34 procent, vilket är lägst i Allsvenskan.

IF Elfsborgs nettoomsättning ökade med 3,4 miljoner kronor, motsvarande 3,8 procent. Klubbens intäkter från entrébiljetter minskade dock med 1 miljon kronor. Under 2019 minskade även såväl intäkter från reklam och sponsring som intäkter från tv-rättigheter med 4,3 miljoner kronor respektive 0,8 miljoner kronor. Övriga intäkter ökade däremot med 9,8 miljoner kronor jämfört med 2018. Denna ökning förklaras främst av intäkterna från spelarförsäljningar som landade på 17,4 miljoner kronor. Det är en ökning med drygt 6 miljoner kronor jämfört med 2018.

På kostnadssidan minskade klubbens totala kostnader med 8,6 miljoner kronor jämfört med föregående år. Trots att personalkostnaderna minskade med 3,6 miljoner kronor, hade klubben den tredje högsta lönekostnaden per vunnen poäng under 2019. Avskrivningarna minskade med 1,6 miljoner kronor, medan övriga kostnader minskade med 3,2 miljoner kronor.

Trots minskade kostnader redovisade IF Elfsborg för tredje året i rad ett negativt resultat. 2019 landade resultatet på 2,8 miljoner kronor. Det är en förbättring på drygt 12 miljoner jämfört med 2018. Klubben egna kapital minskade till cirka 16 miljoner kronor.





IF Elfsborg	2019	2018
Nettoomsättning (tkr)	94 178	90 691
Totala kostnader (tkr)	95 194	103 808
Årets resultat (tkr)	-2 885	-14 738
Eget kapital (tkr)	15 969	18 854
Tabellplacering	8	12
Vunna poäng	43	30
Arenakapacitet	16 899	16 899
Publiksnitt	5 823	6 317
Beläggingsgrad	34%	37%
Lönekostnad per vunnen poäng (tkr)	1 323	2 008
Sponsorkrona per vunnen poäng (tkr)	652	1 079



Publiksnitt och tabellplacering



Örebro SK

Örebro SK slutade återigen på en niondeplats i Allsvenskan med 33 vunna poäng. Under den senaste femårsperioden har Örebro slutat på nionde plats alla år utom 2017.

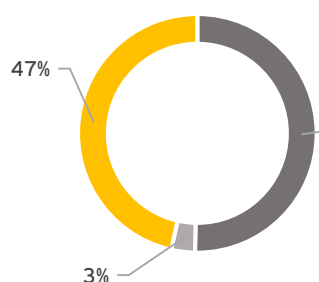
Under 2019 spelade Örebro SK in två poäng mindre än under 2018. Samtidigt förbättrade klubben sitt publiksnitt med drygt 300 åskådare till 5 783 åskådare, vilket motsvarar en ökning på 5 procent. Belägningsgraden på Örebro SK:s hemmamatcher ökade från 43 procent till 46 procent.

Nettoomsättningen uppgick till 50,6 miljoner kronor, vilket var en minskning med 5,3 miljoner mot föregående år. Förklaringen är att intäkterna från spelarförsäljningar minskade från 7,4 miljoner kronor till strax över 2 miljoner. Tack vare det högre publiksnittet ökade entréintäkterna med 0,4 miljoner kronor. Intäkterna från reklam och sponsring och övriga intäkter minskade med 0,6 miljoner kronor respektive 5,2 miljoner kronor.

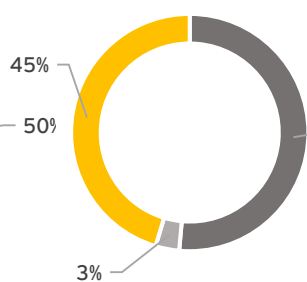
Klubbens totala kostnader ökade med drygt 0,5 miljoner kronor och uppgick till 56,5 miljoner kronor. Personalkostnaderna minskade med 0,4 miljoner kronor, medan övriga kostnader ökade med 0,9 miljoner kronor, motsvarande 3,3 procent.

Eftersom nettoomsättningen minskade med över 5 miljoner kronor, medan de totala kostnaderna ökade, gjorde Örebro SK ett negativt resultat på 4,9 miljoner kronor. Klubbens egna kapital uppgick vid 2019 års slut till 6,3 miljoner kronor, en minskning på 1,7 miljoner jämfört med föregående säsong.

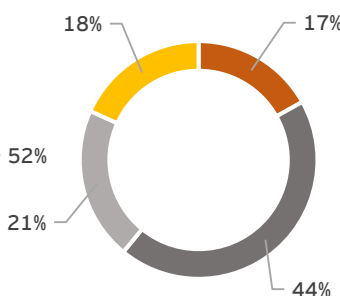
Fördelning av kostnader 2019



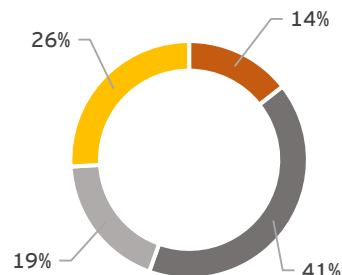
Fördelning av kostnader 2018



Fördelning av nettoomsättning 2019



Fördelning av nettoomsättning 2018



Personalkostnader Avskrivningar Övriga kostnader

Entrébiljetter Reklam och sponsring TV-rättigheter Övrigt



Örebro SK	2019	2018
Nettoomsättning (tkr)	50 647	55 975
Totala kostnader (tkr)	56 533	56 040
Årets resultat (tkr)	-4 938	-423
Eget kapital (tkr)	6 359	8 140
Tabellplacering	9	9
Vunna poäng	33	35
Arenakapacitet	12 645	12 645
Publiksnitt	5 783	5 496
Beläggingsgrad	46%	43%
Lönekostnad per vunnen poäng (tkr)	800	780
Sponsorkrona per vunnen poäng (tkr)	676	656

10

Publiksnitt och tabellplacering



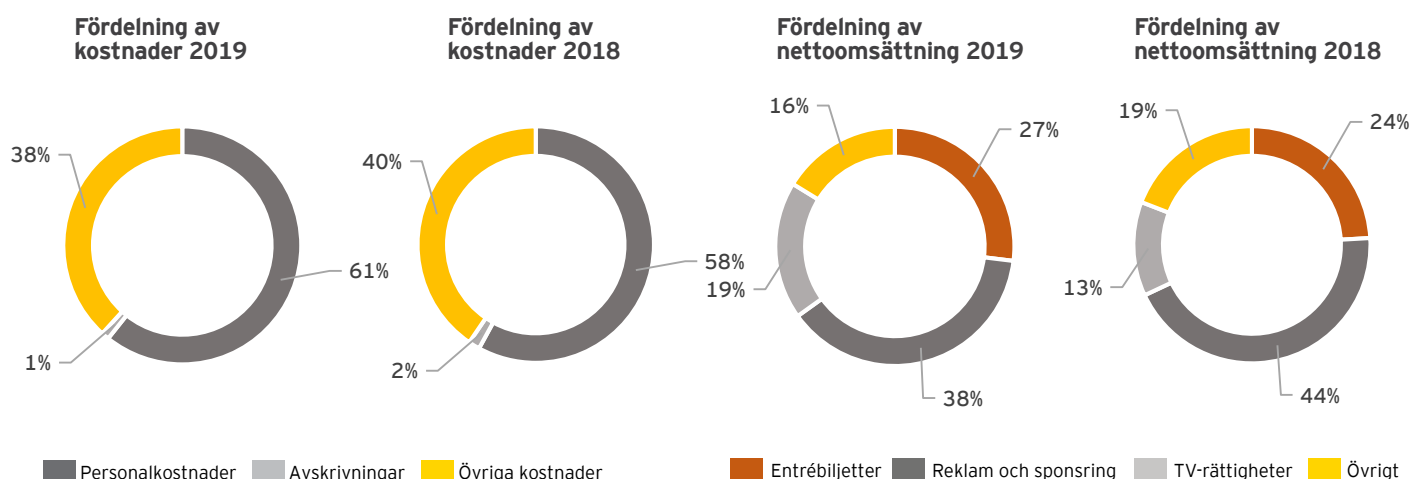
Helsingborgs IF

2019 var Helsingborg IF tillbaka i Allsvenskan efter två års frånvaro. Klubben lyckades under året spela in 30 poäng, vilket resulterade i en tionde plats.

Återkomsten till Allsvenskan innebar att klubben ökade sin nettoomsättning med 12,5 miljoner kronor, från 45,6 miljoner kronor 2018 till 58,1 miljoner kronor 2019. Det ökade publiksnittet på 4 procent och avancemanget till Allsvenskan ökade klubbens entréintäkter med 4,6 miljoner kronor. Det motsvarar en ökning på 42 procent jämfört med 2018. Reklam- och sponsringsintäkterna ökade med 2,1 miljoner kronor, intäkterna från tv-rättigheter ökade med 4,9 miljoner kronor, eller 85 procent, och övriga intäkter ökade med 0,7 miljoner kronor. Under året fick Helsingborg IF in 7,5 miljoner kronor från spelarförsäljningar.

Klubbens totala kostnader ökade med 9 miljoner kronor under 2019. Av dessa kan 7 miljoner kronor hänföras till ökade personalkostnader och 2 miljoner kronor till övriga kostnader. Samtidigt minskade kostnaderna för avskrivningar med 247 tusen kronor.

Årets resultat var positivt och landade på över 1 miljon kronor, vilket gör att det egna kapitalet fördubblades jämfört med 2018. Det egna kapitalet uppgår till 2 miljoner kronor och klubben har en soliditet på 8 procent.





Helsingborgs IF	2019	2018
Nettoomsättning (tkr)	58 148	45 660
Totala kostnader (tkr)	74 385	65 564
Årets resultat (tkr)	1 077	-10 471
Eget kapital (tkr)	2 086	1 009
Tabellplacering	10	17
Vunna poäng	30	63
Arenakapacitet	16 000	16 000
Publiksnitt	8 345	8 013
Beläggingsgrad	52%	0%
Lönekostnad per vunnen poäng (tkr)	1 407	566
Sponsorkrona per vunnen poäng (tkr)	740	318



Publiksnitt och tabellplacering



IK Sirius FK

IK Sirius lyckades förbättra trettondeplatsen från 2018 och slutade på en elfte plats i den allsvenska tabellen 2019. Detta trots att klubben spelade in 29 poäng, vilket är ett poäng mindre än föregående säsong.

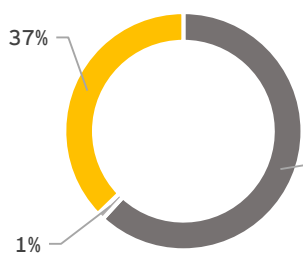
IK Sirius lyckades öka publiksnittet från 3 998 åskådare per match till 4 288 åskådare per match. En anledning till det kan vara att Studenternas IP byggdes om, vilket minskade arenapaciteten under 2018. Arenan förväntas bli färdigrenoverad under 2020.

Årets nettoomsättning ökade med sammanlagt 1,4 miljoner kronor, motsvarande en ökning på nästan 3 procent. Intäkterna från reklam och sponsring ökade med 1,2 miljoner kronor och det ökade publiksnittet innebar att intäkterna från entrébiljetter ökade med 1,2 miljoner kronor. Intäkterna från tv-rättigheter ökade med 4,5 miljoner kronor, medan övriga intäkter minskade med 5,6 miljoner kronor. Det motsvarar en minskning på 25 procent.

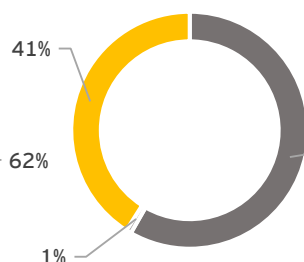
Klubbens totala kostnader ökade med 4,9 miljoner kronor till följd av att personalkostnaderna ökade med 4,6 miljoner kronor, eller nästan 16 procent. Avskrivningarna ökade med över 0,2 miljoner kronor, medan övriga kostnader är i nivå med föregående år. Klubbens agentkostnader uppgick till 0,4 miljoner kronor under 2019.

IK Sirius gjorde ett positivt resultat på 66 tusen kronor under 2019. Det egna kapitalet uppgår till 29 tusen kronor, vilket ger en soliditet på 0,2 procent. Att det egna kapitalet har minskat med 17 tusen kronor förklaras av ett koncernbidrag på 83 tusen kronor från moderbolaget.

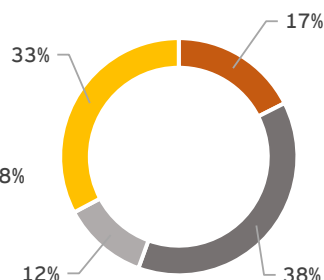
Fördelning av kostnader 2019



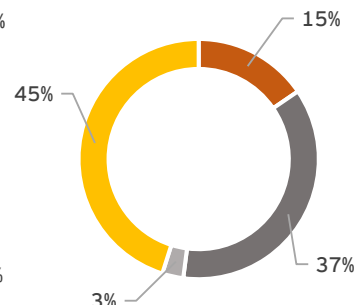
Fördelning av kostnader 2018



Fördelning av nettoomsättning 2019



Fördelning av nettoomsättning 2018



Personalkostnader Avskrivningar Övriga kostnader

Entrébiljetter Reklam och sponsring TV-rättigheter Övrigt



IK Sirius FK	2019	2018
Nettoomsättning (tkr)	51 320	49 882
Totala kostnader (tkr)	55 692	50 755
Årets resultat (tkr)	66	-886
Eget kapital (tkr)	29	46
Tabellplacering	11	13
Vunna poäng	29	30
Arenakapacitet	6 300	6 300
Publiksnitt	4 288	3 998
Beläggningsgrad	68%	63%
Lönekostnad per vunnen poäng (tkr)	0	929
Sponsorkrona per vunnen poäng (tkr)	672	608

12

Publiksnitt och tabellplacering



Östersunds FK

2019 slutade Östersunds FK på en tolfte plats, vilket var en sämre placering än föregående års sätteplats. Nettoomsättningen minskade från 140,2 miljoner kronor till 51,4 miljoner kronor. Det är en minskning med över 88 miljoner kronor, motsvarande 63 procent.

Då publiksnittet minskade från 6 020 till 4 808 åskådare per match minskade även intäkterna från entrébiljetter. Intäkterna från entrébiljetter minskade med 12,2 miljoner kronor. Det motsvarar en minskning på 43 procent jämfört med föregående säsong. Intäkterna från reklam och sponsring minskade med 3,3 miljoner, men det är framför allt minskningen av övriga intäkter som förklarar förändringen av nettoomsättningen. Nettoomsättningen minskade från 89 miljoner kronor till 13,8 miljoner kronor, en minskning på 84 procent jämfört med 2018. Att de övriga intäkterna är mycket lägre beror på att intäkterna från spelarförsäljningar minskade - från drygt 67 miljoner kronor 2018 till 6 miljoner kronor 2019.

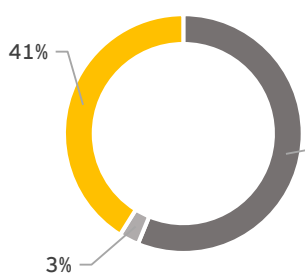
De totala kostnaderna minskade från 130,5 miljoner kronor till 107,6 miljoner kronor. Det förklaras av att personalkostnaderna minskade med 2,8 miljoner kronor och övriga kostnader med 21,2 miljoner kronor, medan

avskrivningarna ökade med 1,3 miljoner kronor. Vad gäller övriga kostnader har klubben bland annat 2,1 miljoner kronor som avser agentkostnader.

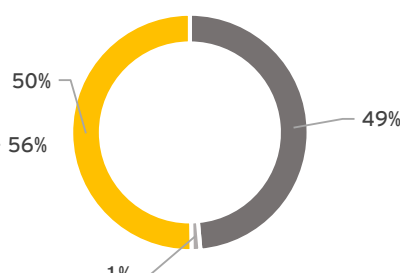
Totalt sett landade klubben på ett negativt resultat på 52,9 miljoner kronor. Resultatet förklaras av minskade intäkter från entrébiljetter på över 12 miljoner kronor, ett reserverat skadestånd avseende Saman Ghoddos rättstvist på 10 miljoner kronor och extra advokatkostnader i samband med rättstvisten på drygt 2 miljoner kronor. Dessutom blev utfallet avseende spelarförsäljningar, över 21 miljoner kronor, lägre än budgeterat.

Årets negativa resultat innebär att klubbens egna kapital blev negativt. Det uppgår till 22,6 miljoner kronor, en minskning med över 45 miljoner kronor jämfört med föregående säsong. Klubbens soliditet är negativ och uppgår till 86 procent.

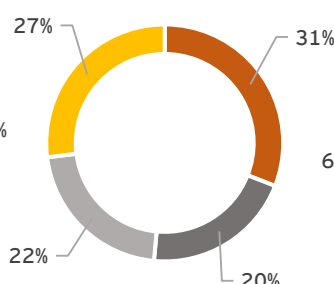
Fördelning av kostnader 2019



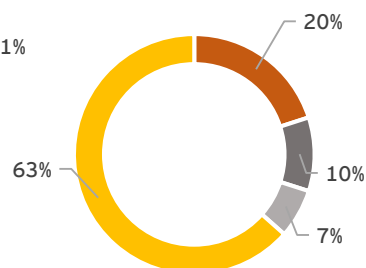
Fördelning av kostnader 2018



Fördelning av nettoomsättning 2019



Fördelning av nettoomsättning 2018



Personalkostnader Avskrivningar Övriga kostnader

Entrébiljetter Reklam och sponsring TV-rättigheter Övrigt



Östersunds FK	2019	2018
Nettoomsättning (tkr)	51 478	140 285
Totala kostnader (tkr)	107 657	130 523
Årets resultat (tkr)	-52 947	7 967
Eget kapital (tkr)	-22 601	23 171
Tabellplacering	12	6
Vunna poäng	25	49
Arenakapacitet	8 466	8 466
Publiksnitt	4 808	6 020
Beläggingsgrad	57%	71%
Lönekostnad per vunnen poäng (tkr)	2 404	1 271
Sponsorkrona per vunnen poäng (tkr)	423	284



Publiksnitt och tabellplacering



Falkenbergs FF

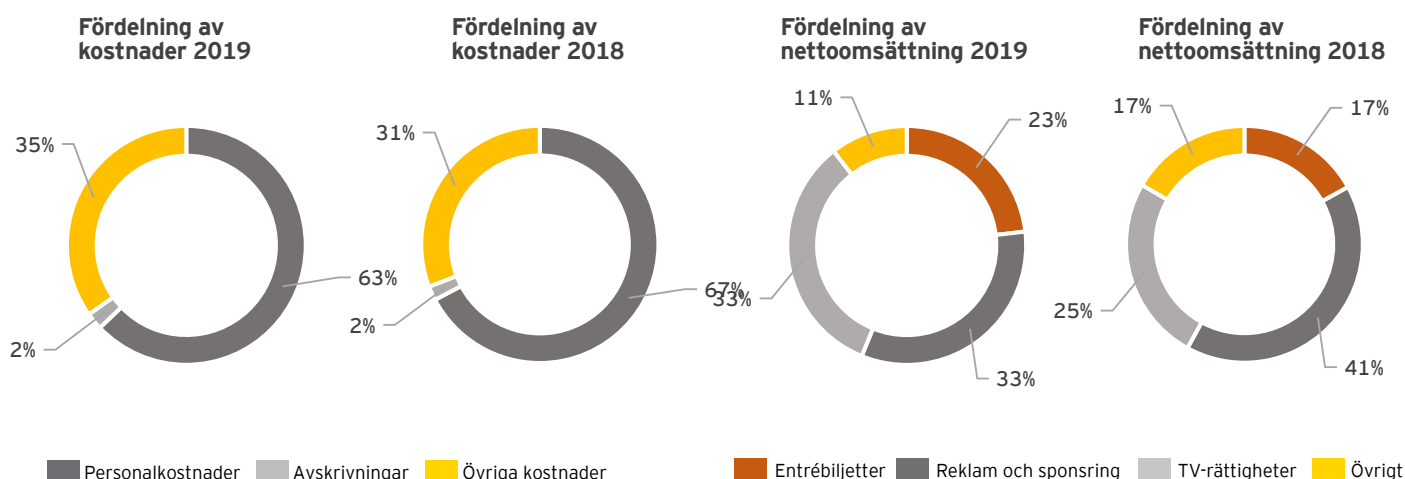
Nykomlingen Falkenbergs FF lyckades säkra ett nytt allsvenskt kontrakt för 2020 efter en uddamålvinst i sista omgången i den avgörande matchen mot AFC Eskilstuna. Laget samlade ihop 25 poäng och slutade på trettonde plats i den allsvenska tabellen.

Tack vare klubbens avancemang till Allsvenskan, ökade publiksnittet från 2 818 åskådare per match 2018 till 3 733 åskådare per match 2019. Klubben hade en beläggningsgrad på 68 procent.

Det ökade publiksnittet ledde till att Falkenbergs FF:s entréintäkter ökade med 2,8 miljoner kronor. Det motsvarar en ökning på 59 procent jämfört med 2018. Den totala nettoomsättningen ökade med 4,7 miljoner kronor under 2019. Intäkterna från reklam och sponsring minskade med 0,7 miljoner kronor, medan intäkterna från tv-rättigheter ökade med 3,8 miljoner kronor. Samtidigt minskade klubbens övriga intäkter med 1,2 miljoner kronor.

Klubbens totala kostnader ökade med 8,3 miljoner kronor. Av dessa utgör 4 miljoner kronor personalkostnader, 4 miljoner kronor övriga kostnader och 0,3 miljoner avskrivningar.

Falkenbergs FF gjorde ett negativt resultat för 2019 på 3,9 miljoner kronor. Klubben har nu ett eget kapital på 0,7 miljoner kronor. Det ger en soliditet på 8 procent, vilket är bland de lägre i Allsvenskan.





Falkenbergs FF	2019	2018
Nettoomsättning (tkr)	33 273	28 547
Totala kostnader (tkr)	37 200	28 853
Årets resultat (tkr)	-3 951	-307
Eget kapital (tkr)	745	4 696
Tabellplacering	13	18
Vunna poäng	25	59
Arenakapacitet	5 500	5 500
Publiksnitt	3 733	2 818
Beläggningsgrad	68%	51%
Lönekostnad per vunnen poäng (tkr)	936	329
Sponsorkrona per vunnen poäng (tkr)	439	199

14

Publiksnitt och tabellplacering



Kalmar FF

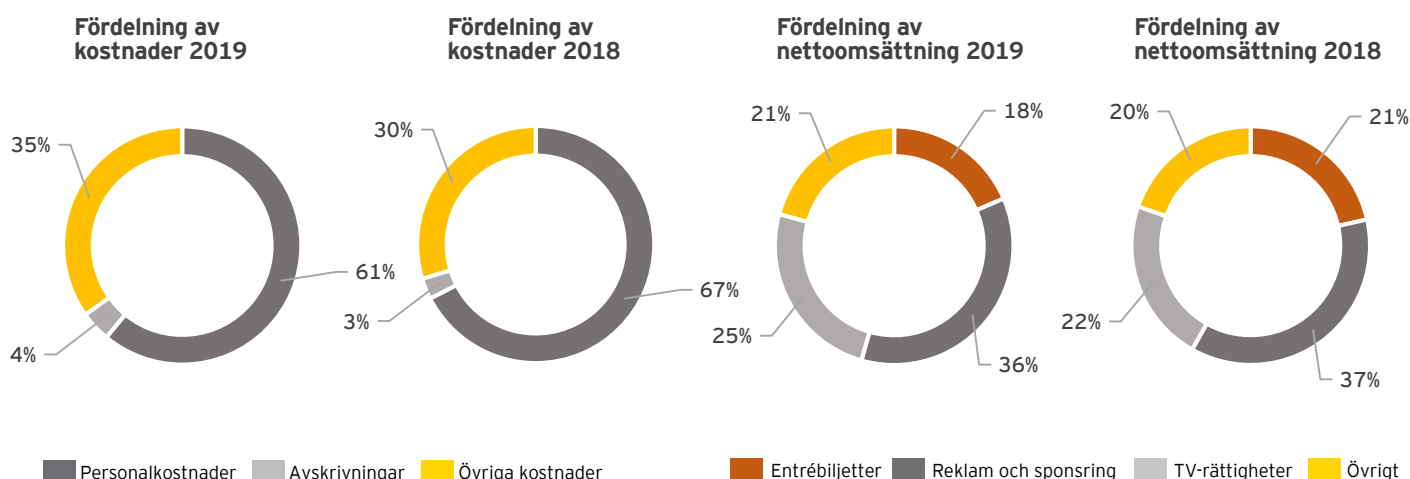
Kalmar FF spelade in 23 poäng under 2019. Det är 11 poäng sämre än föregående säsong och klubben halkade ner från tionde till fjortonde plats i tabellen. För att få behålla sin plats i Allsvenskan fick Kalmar FF kvala mot IK Brage. Efter en bortavinst med 2-0 på Domnarsvallen lyckades Kalmar FF spela oavgjort med 2-2 hemma på Guldfågeln Arena. Klubben säkrade därmed en plats i Allsvenskan även under säsongen 2020.

Den totala nettoomsättningen låg kvar på ungefär samma nivå som 2018 och minskade endast med 196 tusen kronor, eller 0,3 procent. Publiksnittet under 2019 var 5 307 åskådare per match, vilket var en minskning från 2018 med 256 åskådarna per match, motsvarande 4,6 procent. Detta resulterade i att intäkterna från entrébiljetter minskade med 1,8 miljoner kronor, vilket motsvarar 14 procent. Intäkterna från reklam och sponsring minskade med 545 tusen kronor, medan övriga intäkter ökade med 588 tusen kronor jämfört med 2018. Procentuellt motsvarar detta en minskning på 2

procent respektive en ökning på 5 procent. Intäkterna från tv-rättigheter ökade med 1,5 miljoner kronor, eller 12 procent. Intäkterna från spelarförsäljningar ökade med 1,7 miljoner kronor, vilket motsvarar en ökning på 543 procent jämfört med 2018.

De totala kostnaderna ökade med 8,5 miljoner kronor. Klubbens personalkostnader ökade med 980 tusen kronor och avskrivningarna ökade med 1,2 miljoner kronor, motsvarande 63 procent. Övriga kostnader ökade med drygt 6,3 miljoner kronor, motsvarande 32 procent.

Ekonomiskt sett var 2019 ytterligare ett tufft år för Kalmar FF då klubben redovisade ett negativt resultat på 11,8 miljoner kronor. Klubbens egna kapital uppgår nu till 2,7 miljoner kronor, en minskning med över 11 miljoner jämfört med föregående år.





Kalmar FF	2019	2018
Nettoomsättning (tkr)	59 657	59 853
Totala kostnader (tkr)	74 160	65 591
Årets resultat (tkr)	-11 870	-5 449
Eget kapital (tkr)	2 776	14 647
Tabellplacering	14	10
Vunna poäng	23	34
Arenakapacitet	12 182	12 182
Publiksnitt	5 307	5 563
Beläggingsgrad	44%	46%
Lönekostnad per vunnen poäng (tkr)	1 860	1 228
Sponsorkrona per vunnen poäng (tkr)	931	646

15

Publiksnitt och tabellplacering



GIF Sundsvall

2019 blev inte ett lyckat år för GIF Sundsvall sportsligt sett. Klubben slutade på femtonde plats i Allsvenskan med 20 inspelade poäng, en försäring med 24 poäng jämfört med 2018. Detta innebär att GIF Sundsvall kommer att spela i Superettan under säsongen 2020.

Under 2019 lyckades klubben öka publiksnittet från 4 333 åskådare per match till 4 620 åskådare per match. Det motsvarar en ökning på 6,6 procent.

GIF Sundsvall har haft en tuff ekonomisk situation under en längre tid. Klubben har kunnat rädda flera räkenskapsår med hjälp av intäkter från spelarförsäljningar. Under 2019 uppgick klubbens intäkter från spelarförsäljningar till 13,5 miljoner kronor, tack vare försäljningen av lagkaptenen Linus Hallenius till APOEL Nicosia och William Eskelinen till Aarhus GF.

Nettoomsättningen för 2019 ökade med 8,2 miljoner kronor, motsvarande 19,4 procent. Entréintäkterna ökade med över 1 miljon kronor och de övriga intäkterna ökade med 7,5 miljoner kronor, motsvarande 39 procent. Däremot minskade intäkterna från tv-rättigheter med 1,8 miljoner kronor, motsvarande 18 procent. Intäkter från reklam och sponsring ökade med 1,5 miljoner kronor, motsvarande 12 procent. På

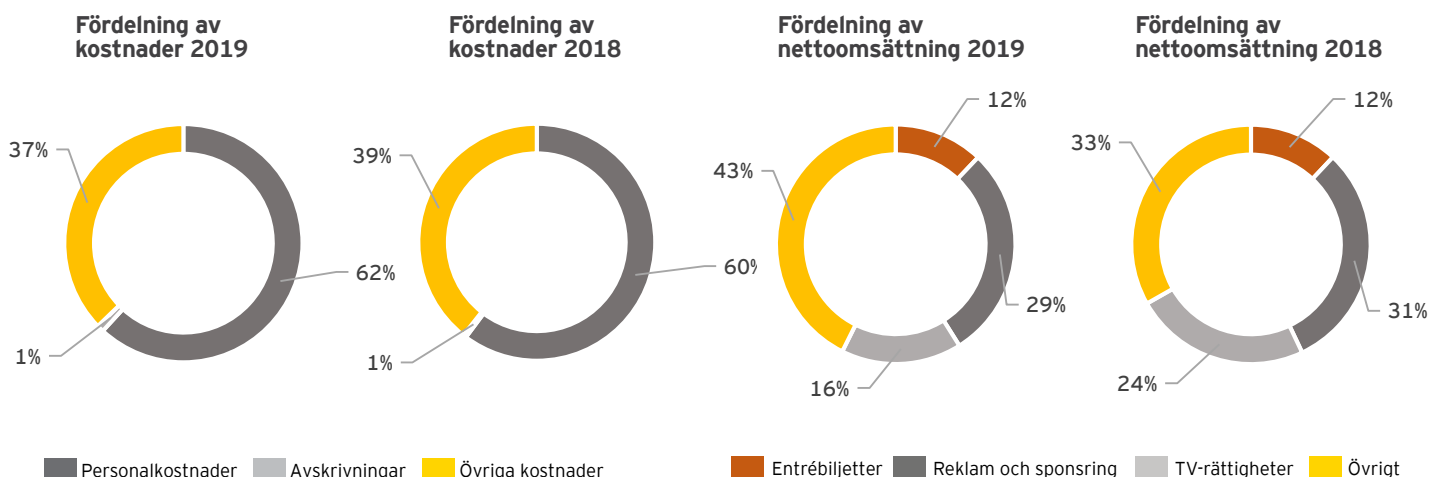
kostnadssidan skedde inga större förändringar, förutom att personalkostnaderna ökade med 2 miljoner kronor, eller 6,7 procent, medan övriga kostnader minskade med 0,4 miljoner kronor.

Under 2019 redovisade klubben agentkostnader på 0,9 miljoner kronor. Det är en minskning med 1,7 miljoner kronor jämfört med 2018, motsvarande 66 procent.

Sett till hela Allsvenskan har GIF Sundsvall den tredje lägsta lönekostnaden av alla klubbar. Under 2019 hade GIF Sundsvall även den lägsta lönekostnaden per vunnen poäng.

Klubben startade under 2019 ett riskkapitalbolag dit 50 procent av framtida transferintäkter såldes. Ett kapitaltillskott på 8 miljoner kronor från 30 privatpersoner och företag hjälpte klubben att stabilisera sin ekonomi och göra ett positivt resultat på 324 tusen kronor. Erhållna bidrag under 2019 uppgick till 3,4 miljoner kronor, vilket är en minskning med 6,7 miljoner kronor jämfört med föregående år.

GIF Sundsvall har ett eget kapital på 753 tusen kronor och en soliditet på 5 procent.





GIF Sundsvall	2019	2018
Nettoomsättning (tkr)	50 335	42 170
Totala kostnader (tkr)	53 081	51 102
Årets resultat (tkr)	324	725
Eget kapital (tkr)	753	90
Tabellplacering	15	8
Vunna poäng	20	44
Arenakapacitet	8 500	8 500
Publiksnitt	4 620	4 333
Beläggingsgrad	54%	51%
Lönekostnad per vunnen poäng (tkr)	1 573	664
Sponsorkrona per vunnen poäng (tkr)	730	297



Slutlig analys

Allsvenskans bidrag till den svenska statskassan

Vår uppskattning är att de allsvenska klubbarnas bidrag till statskassan i form av inbetalda källskatter, arbetsgivaravgifter, mervärdesskatt, löneskatt, reklamskatt och andra punktskatter, uppgår till 539 miljoner kronor. Det är mer än Allsvenskans intäkter från var och en av intäktskällorna reklam och sponsring, entréintäkter och tv-rättigheter.

Noterbart är att skatterna och avgifterna motsvarar 31 procent av klubbarnas totala nettoomsättning, vilket är en förhållandevis hög andel. Om skatterna och avgifterna sätts i relation till de totala intäkterna från reklam och sponsring, entrébiljetter och tv-rättigheter motsvarar bidraget till statskassan 55 procent av dessa intäkter.

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

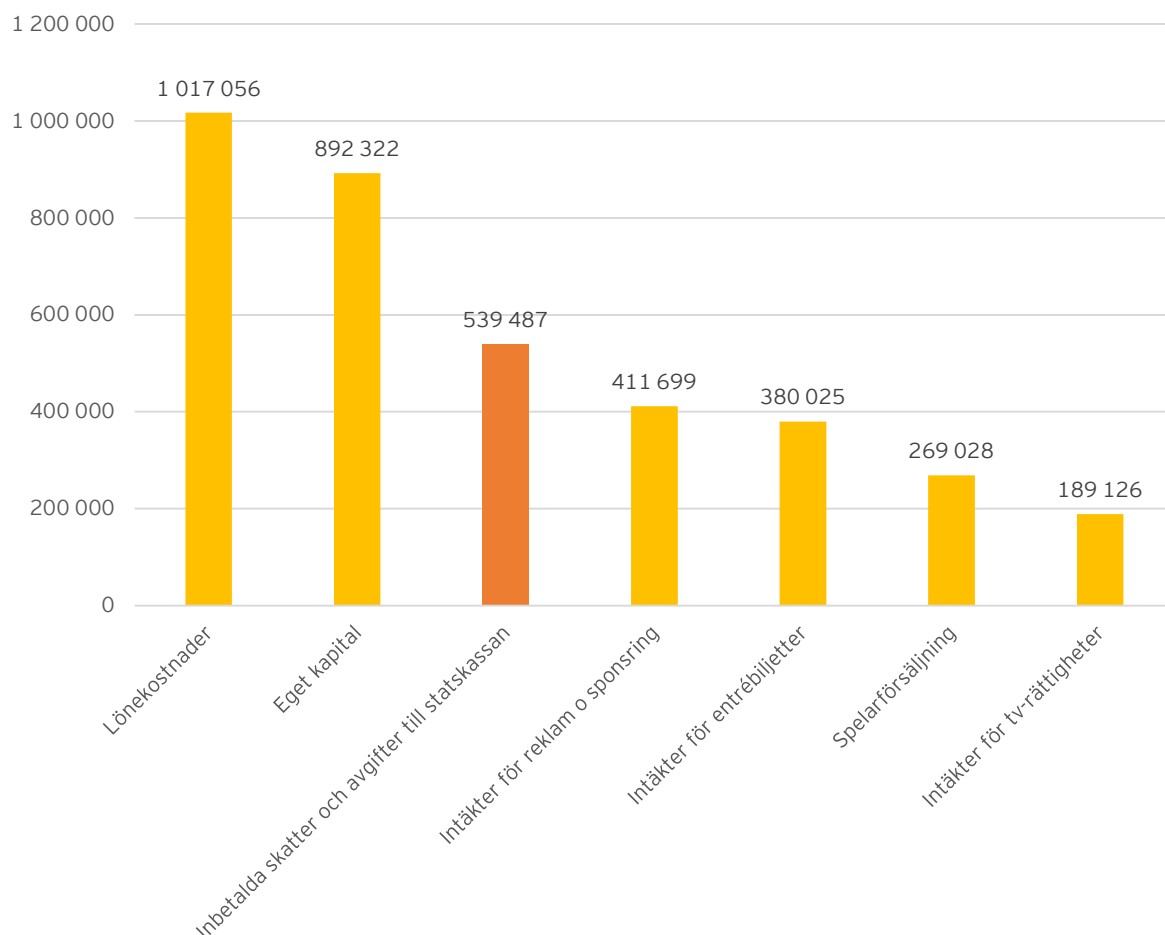
Hur mår Allsvenskan?

Totalt sett mår Allsvenskan sämre ekonomiskt jämfört med 2018, eftersom både rörelseresultat och eget kapital har minskat. Däremot ökade intäkterna per klubb med i genomsnitt 5,6 miljoner kronor, eller 5 procent. Ökningen förklaras av att samtliga intäktskällor ökade på klubbnivå, med undantag för intäkterna från spelarförsäljningar som minskade med 83 miljoner jämfört med föregående säsong. Variationen mellan klubbarna är dock stor och klyftan har ökat under 2019.

Årets 15 analyserade klubbar har ett eget kapital på totalt 892 miljoner kronor. Det är en minskning med 56 miljoner kronor jämfört med 2018. I genomsnitt har eget kapital minskat med drygt 4 miljoner kronor per klubb. Att eget kapital totalt sett minskar är en negativ trend. Orsaken till att rörelseresultatet är sämre jämfört med 2018 är att personalkostnaderna ökade med 60,1 miljoner kronor under 2019.

Allsvenskan ser till att Sverige mår bra genom att generera intäkter till statskassan i form av skatter och avgifter för verksamhet och personal. Under 2019 uppgick detta bidrag till 539 miljoner kronor. Varje omgång av Allsvenskan gynnar Sverige i allmänhet och kommunerna där det spelas allsvensk fotboll i synnerhet.

Allsvenskan 2019 (Tkr) **37**



Nya sponsor- och tv-avtal ger klubbarna högre ersättning

2019 var det sista året med de sponsor- och tv-avtal som Svensk Elitfotboll hade med Svenska spel och TV4-gruppen. TV4-gruppen har sedan 2016 haft rättigheterna att sända Allsvenskan och Superettan. Avtalet som var värt cirka 250 miljoner kronor per år gick ut efter säsongen 2019. Även sponsoravtalet med Svenska spel gick ut efter 2019.

Från och med 2020 har Allsvenskan därmed två nya avtal som kommer att ge mer pengar att fördela mellan Sveriges elitfotbollsklubbar. Detta kan ha påverkat klubbarna som spelade i Allsvenskan under 2019, att till varje pris undvika en nedflyttning till Superettan för att inte gå miste om den nya, högre ersättningen. Då spel i Allsvenskan 2020 var målet skedde en kapprustning mellan klubbarna som ledde till att kostnaderna ökade med 1 930 miljoner kronor för de 15 klubbarna i rapporten. Det kan jämföras med motsvarande kostnadsökning för 16 klubbar under 2018 som uppgick till 1 845 miljoner kronor. Ökningen under 2019 utgörs till största delen av ökade personalkostnader på drygt 60 miljoner kronor.

För vissa klubbar blev det kostsamt att säkerställa en plats i Allsvenskan till säsongen 2020. Detta visar sig i att endast 6 av de 15 klubbarna hade ett positivt rörelseresultat, det vill säga total omsättning minus totala kostnader.

De två nya avtal som träder i kraft under 2020 är ett sponsoravtal med Unibet och ett tv-avtal med Discovery Networks Sweden. Enligt Svensk Elitfotboll kommer intäkterna uppgå till 700 miljoner kronor per år, vilket kan jämföras

med tidigare avtal som gav omkring 320 miljoner kronor. Om fördelningsnyckeln för ersättningen är oförändrad, kommer ersättningen att öka mer för klubbarna högst upp i den allsvenska tabellen än för klubbarna som kämpar i botten.

De nya avtalen kommer att ge flera klubbar nya möjligheter, men frågan vi kan ställa oss är: Kommer den ökade ersättningen bidra till att fler klubbar kan konkurrera om topplaceringarna eller blir det svårare och svårare att slå sig in bland topplagen? Tiden får utvisa om de nya avtalen leder till en segmentering av svensk elitfotboll där det blir svårare att gå från botten till toppen i den allsvenska tabellen.

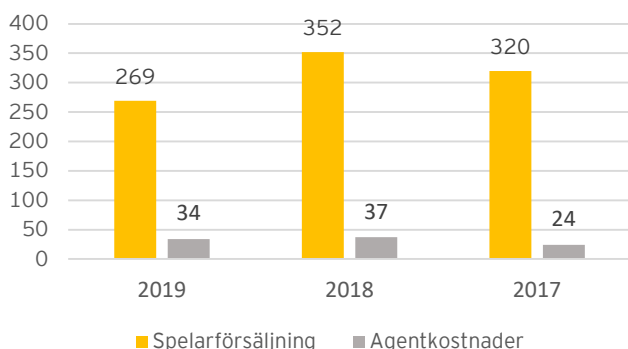
Av 2019 års nykomlingar var det bara AFC Eskilstuna som åkte ur Allsvenskan. Både Helsingborgs IF och Falkenbergs FF lyckades behålla sina platser även till säsongen 2020. Detta är en ny trend jämfört med 2018 då samtliga nykomlingar åkte ur Allsvenskan efter en säsong. Under de senaste åren är det väldigt få klubbar, till exempel Östersund FK och IK Sirius FK, som har lyckats stanna mer än en säsong i Sveriges högsta fotbollsserie.



Transfer- och agentkostnader

När det kommer till spelarförsäljningar och agentkostnader är det stor skillnad mellan hur klubbarna redovisar detta. Alla de 15 analyserade klubbarna från Allsvenskan 2019 specificerar spelarförsäljningar, men endast 12 klubbarna redovisar agentarvoden. Av de klubbarna som spelade i Allsvenskan under 2018 redovisade 11 klubbarna sina agentkostnader.

Total spelarförsäljning och agentarvoden (Mkr) **38**



Eftersom spelarförsäljningar är en betydelsefull del av Allsvenskans affärsmodell vore det för transparensens skull önskvärt att samtliga klubbarna 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 och transaktionen bör därmed klassificeras som en väsentlig händelse. Detta är något som bör framgå i årsredovisningen för att ge medlemmar och intressenter en mer fullständig och transparent bild av klubbens väsentliga händelser under året samt vilka kostnader som är förknippade med dessa händelser.

Om vi ser till försäljningen av spelare uppgick de totala spelarförsäljningarna till 269 miljoner kronor under 2019. Det är en minskning med 83 miljoner kronor jämfört med 2018 då motsvarande siffra var 352 miljoner kronor. Samtidigt minskade agentarvodena med 3 miljoner kronor, från 37 miljoner kronor 2018 till 34 miljoner kronor under 2019.

Procentuellt sett minskade transfersummorna mer än agentarvodena. Transfersummorna minskade med 23 procent och agentarvodena med 8 procent.

Då tre av de analyserade klubbarna inte redovisar sina agentkostnader kan vi inte fastställa exakt hur stor del av de totala spelarförsäljningarna som utgörs av agentkostnader. Vi

kan se att agentkostnader inte har följt samma procentuella minskning som spelarförsäljningarna i de klubbarna som redovisar agentkostnader, men det behöver inte betyda att så är fallet i övriga klubbarna. Till skillnad från tidigare år har de klubbarna som sålt spelarkontrakt för mest pengar under 2019 valt att inte redovisa agentkostnader i sina respektive årsredovisningar, undantaget IFK Norrköping.

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

Riskanalys

I våra tidigare rapporter har vi konstaterat att klubbarna i Allsvenskan under de senaste säsongerna har sålt spelarkontrakt för större summor än någonsin tidigare. De 15 undersökta klubbarna i årets rapport sålde under 2019 spelarkontrakt för 269 miljoner kronor. Det motsvarar 14 procent av klubbarnas totala intäkter. En tendens som vi kunnat se är att ju högre eget kapital en klubb har, desto högre är intäkterna från spelarförsäljningar. De sju klubbarna med högst eget kapital har sålt spelare för totalt 220 miljoner kronor. Det motsvarar cirka 82 procent av Allsvenskans totala intäkter från spelarförsäljningar på 269 miljoner kronor.

Vi kan konstatera att spelarförsäljningarna står för en stor del av klubbarnas intäkter. Det hade varit önskvärt att klubbarna kunde visa upp positiva resultat även utan spelarförsäljningar. Men dessa intäkter måste ändå ses som en naturlig del av klubbarnas verksamhet. Med tanke på Sveriges plats i fotbollens världshierarki bör försäljning av spelarkontrakt betraktas som en del av klubbarnas kärnverksamhet.

Det är sammanfattningsvis viktigt att varje enskild klubb har en väldefinierad affärsmodell som gör det möjligt för klubben att generera intäkter och överleva långsiktigt. Det är också viktigt att klubbarna kontinuerligt utvärderar risker som kan uppstå. Vad händer om klubben åker ut ur Allsvenskan? Vad händer om klubben inte får fram någon talang som kan säljas? Vad händer om det uppstår helt oförutsedda händelser? Hur stora löpande kostnader kan klubben dra på sig? Hur stor buffert behöver klubben på kort och lång sikt?

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 använder de olika regelverk för hur årsredovisningarna ska utformas, vilket försvårar jämförbarheten. I dag finns en uppställning som vi väljer att kalla "UEFA-uppställning" som Svenska Fotbollförbundet tog fram i samband med att UEFA-klubblicensen infördes. Vi rekommenderar alla klubbar att följa de ekonomiska riktlinjerna som finns i dessa villkor, dels för att öka transparensen i klubbarnas redovisning, 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 och fördelningen av olika intäkts- och kostnadsströmmar. Vi har då kunnat se att nästan alla klubbar redovisar enligt den föreslagna UEFA-uppställningen.

Under 2019 använder 14 av de 15 analyserade klubbarna UEFA-uppställningen. Det motsvarar en ökning med sex klubbar jämfört med 2018 då endast hälften av de allsvenska

klubbarna tillämpade UEFA-uppställningen. Samtliga klubbar skulle gynnas om fler använde UEFA-uppställningen. När jämförbarheten blir större kan klubbarna dra nytta av varandra i de ekonomiska utmaningar som väntar. Det blir även lättare för fotbollens intressenter att läsa och tolka årsredovisningarna, vilket gynnar allt från klubbarnas egna supportrar till potentiella sponsorer. För att detta ska 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.

Hur kan de allsvenska klubbarna närma sig de europeiska toppligorna

Vi måste vara lite realistiska och ödmjuka för att vi inte har riktigt samma förutsättningar som de stora ligorna i Europa. En av skillnaderna är att de stora ligorna i Europa har hela världen som skyltfönster. Riktigt så är det inte för Allsvenskan eller för de övriga ligorna i Norden, även om många fotbollsintressenter runt om i världen har sneglat på Hammarby IF i och med Zlatan Ibrahimovics koppling till klubben. Ett sätt att närma sig de stora ligorna är naturligtvis att fortsätta på den fina trenden klubbarna har haft under de senaste åren med lyckade spelarförsäljningar utomlands, europaspel och ett ökat intresse för Allsvenskan. Vi skall även vara medvetna om att de europeiska ligorna inte sitter still i båten.



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 i 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 O: 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.

I vår granskning har vi främst jämfört åren 2018 och 2019, dels på totalnivå, dels på klubbnivå. I vissa av analyserna har vi även gjort en femårsjämförelse för åren 2015 till 2019. Jämförelserna omfattar klubbar som spelade i Allsvenskan under 2018 och 2019. I de fall någon av klubbarna inte spelade i Allsvenskan under något av våra jämförande år har vi angett detta.

AIK: Koncernredovisning AIK Fotboll AB 2019

BK Häcken: Koncernredovisning BK Häcken 2019

Djurgårdens IF: Koncernredovisning Djurgårdens IF Fotbollsförening 2019

Falkenbergs FF: Årsredovisning Falkenbergs Fotbollsförening 2019

GIF Sundsvall: Koncernredovisning GIF Sundsvall 2019

Hammarby IF: Koncernredovisning Hammarby IF Fotbollsförening 2019

IF Elfsborg: Koncernredovisning IF Elfsborg 2019

IFK Göteborg: Koncernredovisning IFK Göteborg 2019

IFK Norrköping: Koncernredovisning IFK Norrköping Fotbollsklubb 2019

IK Sirius FK: Koncernredovisning IK Sirius Fotbollsklubb 2019

Helsingborgs IF: Koncernredovisning Idrottsförening 2019

Kalmar FF: Koncernredovisning Kalmar FF 2019

Malmö FF: Koncernredovisning Malmö Fotbollsförening 2019

Örebro SK: Koncernredovisning Örebro Sportklubb fotbollsklubb 2019

Östersund FK: Koncernredovisning Östersunds Fotbollsklubb 2019









EY | Assurance | Tax | Transactions | Advisory

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.

© 2020 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.