



University of Southern Denmark

## Mærk fodboldverdenen

### Anmeldelse af 'Soccernomics' af Simon Kuper og Stefan Szymanski

Storm, Rasmus K.

*Published in:*  
[www.idan.dk](http://www.idan.dk)

*Publication date:*  
2010

*Document version:*  
Forlagets udgivne version

*Citation for pulished version (APA):*  
Storm, R. K. (2010). Mærk fodboldverdenen: Anmeldelse af 'Soccernomics' af Simon Kuper og Stefan Szymanski. [www.idan.dk](http://www.idan.dk).

Go to publication entry in University of Southern Denmark's Research Portal

#### **Terms of use**

This work is brought to you by the University of Southern Denmark.  
Unless otherwise specified it has been shared according to the terms for self-archiving.  
If no other license is stated, these terms apply:

- You may download this work for personal use only.
- You may not further distribute the material or use it for any profit-making activity or commercial gain
- You may freely distribute the URL identifying this open access version

If you believe that this document breaches copyright please contact us providing details and we will investigate your claim.  
Please direct all enquiries to [puresupport@bib.sdu.dk](mailto:puresupport@bib.sdu.dk)

## **Mærk fodboldverdenen: Sportsøkonomi forklaret**

**Anmeldelse:** Stefan Szymanski hører til i eliten af sportsøkonomer internationalt. I en nyligt udgivet bog, 'Soccernomics', har han sammen med fodboldklummeskribenten, journalisten og forfatteren Simon Kuper taget en række fodboldnørderier under kærlig behandling. Det er der kommet en særdeles velskrevet og interessant populærvidenskabelig bog ud af.

*Af senioranalytiker Rasmus K. Storm, Idrættens Analyseinstitut*

Den generelle interesse for fodbold synes at følge en ubrudt stigning verden over. Mediernes interesse har altid været der, hvilket i takt med kommercialiseringen af spillet har udviklet et nærmest symbiotisk forhold mellem medieverdenen på den ene side og de professionelle sportsgrene – her fodbold – på den anden.

Nogle forskere taler sågar om et medie-kultur-sports-kompleks, der siden industrialiseringen og den deraf følgende stigende materielle velstand samt øgede fritid for arbejder- og middelklassen har omformet en række sportslige aktiviteter til egentlige forbrugsgoder i det moderne kapitalistiske samfund (jf. Rowe, 2004; Goldlust, 2004; Roberts, 2004; Horne, 2006).

I takt med denne udvikling er interessen for den sportsøkonomiske dimension imidlertid blevet vakt blandt forskere – især økonomer – der med analytisk regnekraft søger at sætte tal på de problemstillinger og myter, der optager fans, kommentatorer og andre interesserede af verdens største og mest populære sport.

Resultatet er en stigning i videnskabelige artikler, bøger og rapporter om fodboldens økonomiske aspekter, og det er generelt interessant stof. Bogen Soccernomics supplerer denne litteratur og er den ideelle sommerferielæsning, da den på en let tilgængelig måde formidler flere af sportsøkonomen Stefan Szymanskis forskningsresultater og krydrer dem med en imponerende generel viden om fodbold. Sidstnævnte er især leveret af Simon Kuper, der fra sin bopæl i Frankrig blandt andet skriver for Financial Times om fodboldrelaterede emner.

Jeg vil i det nedenstående give et par appetitvækkere på bogens ofte overraskende påstande. Herefter kan læseren selv dykke ned i de mere end 300 sider.

## **Det engelske landsholds dårlige performance *skyldes* ikke de mange udenlandske spillere i Premier League**

Kuper og Szymanski behandler spørgsmålet om international performance for fodboldnationer. Her tager forfatterne udgangspunkt i England og briternes udbredte selvopfattelse af, at den stolte nation – som opfandt spillet – bør regere på landsholdsniveau, som man gør på klubplan ved at have den stærkeste og – målt på omsætning – rigeste europæiske fodboldliga.

Dét synes at være en indgroet del af den tidligere kolonimagts selvforståelse. Hver gang England klarer sig dårligt, taber eller kun når videre til mellemrunden i de internationale slutrunder, er det således en katastrofe, der blæses op i den engelske presse. Problemet er bare, at England faktisk generelt klarer sig godt. Ifølge Kuper og Szymanski afslører en nærmere analyse, at England faktisk har præsteret mere, end man burde forvente i perioden 1980–2001, når man tager hensyn til befolkningsstørrelse, bruttonationalprodukt og international erfaring (målt som spillede internationale kampe). Den kollektive nedtur, som England får, hver gang landet ikke vinder VM eller EM, skyldes således primært nationens selvopfattelse af at være fodboldens nr. ét.

En typisk undskyldning, eller forklaring, der ofte bruges, når skylden for de selvopfattede dårlige problemer skal placeres, er ifølge Kuper og Szymanski, at de mange udenlandske spillere i engelsk fodbold holder de engelske talenter fra fadet. En diskussion, vi også kender i Danmark og de øvrige skandinaviske lande, når de respektive landshold klarer sig dårligt.

Sagen er imidlertid den, at de selvom de engelske Premier League hold er spækket med store internationale stjerner, så spiller de engelske spillere faktisk mere end tilstrækkeligt sammenlignet med andre lande. Selvom de engelske spillere 'blot' har 37 procent af spilletiden i Premier League, er dette faktisk en høj andel. Ifølge Kuper og Szymanski får kun italienske, spanske, brasilianske og franske spillere mere spilletid på absolut topplan, når man medregner disse tre landes andel i både Premier League, den spanske Primera Liga og den italienske Serie A. Problemet er i realiteten, at de engelske topspillere skal præstere hele tiden i deres respektive klubber, hvilket i modsætning til

andre sportsgrene – hvor man kan planlægge 'peak-tidspunktet' i forhold til slutrunder – betyder et konstant pres uge efter uge på spillerne.

Ud over den psykiske belastning, dette afstedkommer, er den fysiske belastning et kapitel for sig. Risikoen for at få skader er under det arbejdsprogram, engelske spillere underlægges, således meget, meget høj. De engelske spillere i Premier League får for lidt restitution, og når spillerne er skadede, giver klubberne dem ikke tid til at komme sig over skaden.

Denne argumentation kan hente støtte i Rodericks studie af engelsk fodbold (2006), som peger på, at den udbredte arbejderkultur i engelsk fodbold understøtter et system, der opfatter skadede spillere som nogen, der 'bare ikke har viljen' til at spille. Ifølge Roderick viser spilleren sin professionelle indstilling ved at bide smerterne i sig.

I praksis betyder det imidlertid blot en forøgelse af risikoen for at blive endnu mere skadet, og det har historisk haft konsekvenser for det engelske landsholds performance. Da England tabte til Kroatien og dermed ikke kvalificerede sig til EM i 2008, var halvdelen af den normale engelske startopstilling på daværende tidspunkt skadet. Alligevel gav flere iagttagere de mange udenlandske spillere i engelsk fodbold skylden.

Netop den udbredte arbejderkultur i engelsk fodbold er et andet centralt problem for sporten. Ifølge Kuper og Szymanski er opskriften på enhver succesfuld forretningsmodel innovation. Og den kommer kun, hvis man blander mennesker med forskellig baggrund. Problemet er, at engelsk fodbold hovedsageligt rekrutterer spillere med arbejderklassebaggrund, og det bremser det engelske landsholds muligheder for at bevæge sig yderligere op i graderne.

## **Klassiske transferfejl**

Det er et af Szymanskis klassiske resultater, at der er sammenhæng mellem sportslige resultater og lønforbrug. Dette viste han allerede sammen Kuypers i den fodboldøkonomiske klassiker 'Winners and Losers: The Business Strategy of Professional Football' (Szymanski & Kuypers, 2000). Heri blev det blandt andet slået fast, at spillermarkedet er meget effektivt. Spillerne får i stor udstrækning den løn, de fortjener i forhold til deres performance.

Men i Soccernomics føjes nu et nyt interessant element til spørgsmålet om, hvordan man kan bryde det sportsøkonomiske resultatproblem, hvor det synes umuligt at blive sportslig og økonomisk succesfuld, hvis man som lille og ambitiøs fodboldklub ønsker at træde op i hierarkiet og ikke har en stor nyrig ejer i ryggen eller kan hente tilstrækkeligt mange penge på sideaktiviteter til at lægge i spillerlønpuljen.

Hemmeligheden er at købe spillerne på det rigtige tidspunkt. Bogen fremhæver i den sammenhæng den franske klub Olympique Lyon, der fra at være en ubetydelig provinsklub gik til at vinde det franske mesterskab syv gange i træk fra 2002 og frem. Nu lyder det måske ikke i sig selv som visdomsord 'at købe og sælge på det rigtige tidspunkt'. Det svære er at vide, hvornår det rigtige tidspunkt er. Ifølge Kuper og Szymanski bør man følge nedenstående tre tommelfingerregler, hvis man vil sikre sig en komparativ fordel, der kan ende med at øge klubbens chancer for succes: 1) Vær lige så ivrig med at sælge spillere som at købe dem, 2) husk, at ældre spilleres markedsværdi ofte er sat for højt og 3) køb spillere med personlige problemer!

Hvad angår første regel, gælder det for spillerhandler som for aktier, at de skal sælges på toppen, inden potentielle købere fatter mistanke til, at spillerne er toppet og derfor vil falde i værdi snart. Kan man ramme det rigtige tidspunkt, giver det et afkast, man efterfølgende kan bruge på spillere, der er på vej frem, og som potentielt kun kan vinde i værdi.

Den anden regel følger den delvist den første. Ældre spillere lever typisk på tidligere tiders meritter, men i sporten, hvor konkurrencen er stor, spiller tidligere meritter ikke så stor en rolle efter et vist punkt i karrieren. Når spillerne runder tredive, går det kun én vej: Det er ned. Alligevel er transfermarkedet ofte tilbøjeligt til at overvurdere ældre spillere og deres erfaring og dermed betale overpris. Man bør derfor holde sig fra ældre spillere.

Endelig peger Kuper og Szymanski, at det er værd at købe spillere med personlige problemer. De fås nemlig billigt, men kan man til gengæld hjælpe dem med deres problemer, betaler det sig ofte mere end ind. Dette hænger sammen med endnu et andet og ofte væsentligt overset aspekt: spillernes velbefindende, når de kommer til klubben. Ifølge Kuper og Szymanski er det yderst tankevækkende, at stort set alle europæiske topklubber bruger millioner på topspillere, men ikke bruger en krone på at få dem til at falde til, hjælpe dem med bolig, arbejde til konen samt skole eller

andre tilbud til børnene. Kulturelle forskelle, sprogproblemer og andre lignende problemstillinger er næsten altid en hovedårsag til, at spillerne ikke præsterer det de kan, og dermed er investeringen delvist tabt. 'Relocation' som det hedder på engelsk, bør således være en integreret del af klubbernes personalepolitik.

## **Fodboldklubber skal lære, at de er fodboldklubber – ikke forretning**

Fodboldklubber over hele Europa er i krise. Meget få klubber er gået forbi finanskrisen uden problemer. I Danmark kommer alle klubber – selv den tidligere så økonomiske og sportslige gigant Parken Sport og Entertainment A/S – ud med underskud. Nogle er større end andre, men det højeste samlede underskud i dansk fodbold siden 1993, der er starttidspunktet, vi har valide data for, er en realitet i 2009. I England synes gældsbyrderne kun at vokse, ligesom insolvens nærmest er reglen (Beech, Horsman, & Magraw, 2008; Conn, 2004; Walters & Hamil, 2008). Flere klubber bliver afnoteret fra børsen, og der udbetales – som det også er tilfældet i dansk fodbold – ikke udbytte. Tværtimod synes der er at være et omvendt proportionalt forhold mellem sportslig succes og økonomisk ditto (jf. også Szymanski & Kuypers, 2000; Solberg, 2007; Solberg & Haugen, 2010).

Der er flere forklaringer på, hvorfor fodboldens finansieringsstruktur er så vanskelig (se blandt andet: Storm, 2009), men i Soccernomics tilføjer Kuper og Szymanski endnu et element: Et af de centrale problemer i fodbold er, at det på trods af sin enorme popularitet ikke formår at kapitalisere af det. Ud over at klubberne er notoriske 'overspenders', der bruger mange penge, som de typisk ikke har, på spillere i forhåbning om at nå toppen, så har de meget vanskeligt ved at udelukke folk fra forbrug.

Det er simpelthen for let at konsumere fodboldstof. For nærmest ingen pris kan man i aviser og på hjemmesider og på tv finde endeløse mængder af fodbold uden nærmest at betale for det.

Hemmeligheden bag store profitter er evnen til at begrænse folks adgang til produktet, hvis de ikke betaler. Men det er umuligt i fodboldbranchen, fordi produktet er så let tilgængeligt. Og det betyder, at de enorme summer, der kunne tjenes, hvis klubberne kunne tage sig betalt for en langt større del af det reelle forbrug, aldrig kan realiseres. Fodbold vedbliver dermed med at være *small business* – som Kuper og Szymanski udtrykker det. Gennemsnittet af omsætningen i de tyve største

supermarkeder i den britiske kæde, Tesco, er højere end gennemsnittet af klubbernes omsætning i Premier League.

Derudover, er branchen måske heller ikke ligefrem kendt for at hyre de bedste hoveder med den fornødne uddannelsesmæssige baggrund. Den primære kvalifikationsgrund er ofte – ifølge Kuper og Szymanski – at man selv har spillet og dermed er et navn i branchen. Men det er ikke nødvendigvis en kvalifikation i forhold til de strategiske og økonomiske sider af en branche, der selvom den er præget af særlige sportslige elementer, faktisk også er kommerciel. Hertil kommer, at ansættelse af personale i ledende stillinger ofte sker over natten. I det almindelige erhvervsliv tager udvælgelse af personer til ledende hverv måneder eller halve år. I fodbold fyres manageren, direktøren eller sportschefen søndag aften efter et nederlag, og om mandagen præsenteres vedkommendes efterfølger. Den overdrevent hurtige rekruttering giver i meget, meget få tilfælde de rigtige personer med den fornødne indsigt på posterne.

Alt i alt peger Kuper og Szymanski på, at der er gode grunde til, at europæisk fodbold ikke er nogen god forretning. Ud over at fodboldklubberne bør forbedre deres management, skal de også lære, at de aldrig bliver profitmaskiner. De er ganske vist kommercielle, men først og fremmest *fodboldklubber*, der skal prøve at vinde mesterskaber. Den selvforståelse mangler klubberne ofte.

## **Straffespark gør ingen forskel**

Et af de måske mest omdiskuterede spørgsmål i fodbold er spørgsmålet om, hvorvidt straffespark afgør en kamp. I hvert fald er det en ofte anvendt undskyldning, at dommeren dømte et (uretfærdigt) straffe. Set isoleret er det også rigtigt, at et straffespark kan afgøre en kamp, men ifølge Kuper og Szymanskis analyse viser statistikken klart, at tildelte straffespark ikke har nogen indvirkning på de generelle resultater af fodboldkampe.

Det kan måske lyde overraskende, men tallene taler et klart sprog. I perioden 2002/2003 til 2005/2006 viste det sig, at i de 1.520 kampe, Kuper og Szymanski har data for, er der ingen signifikante forskelle i fordelingen af vundne, uafgjorte eller tabte kampe på kampe, hvor der hhv. vblev dømt straffespark, og hvor der ikke blev det – og det gælder både i forhold til ude- og hjemmekampe. I stedet synes tallene at vise, at tildelingen af straffe følger den i forvejen gældende magtforskel mellem holdene, således at favoritterne er mere tilbøjelige til at få tildelt straffespark.

Dette forklarer Kuper og Szymanski med, at favoritholdene som regel har flere chancer i modstanders straffesparksområde, fordi de netop er dominerende. Man kunne med andre ord fjerne straffesparksmuligheden fra fodboldens regelsystem, uden det ville betyde noget særligt for hierarkiet i sluttabelen.

## **Hvem vil sætte sig på fodboldherredømmet i fremtiden?**

Kuper og Szymanski kommer langt omkring i deres bog, og der langt flere emner, der tages under behandling end dem, jeg har berørt her. Et af de centrale spørgsmål, der dog også er værd at berøre, er spørgsmålet om, hvilke nationer der vil dominere fodbold i fremtiden.

Selvom Europa sidder solidt på toppen af international fodbold, er det ikke givet, at det vil fortsætte. Selv lande som Irak kan blive dominerende, anfører forfatterne. Desuden er USA et klart bud på en kommende stormagt. USA har den største andel af sin ungdom, der spiller fodbold, hvilket er interessant i betragtning af, at amerikansk fodbold dominerer i medie billedet.

Men ifølge Kuper og Szymanski er fodbold middelklassens deltagelsessport. Det er mindre voldeligt og ikke præget af dårlige historier om stjerner, der skyder deres venner eller på andre måde kommer ud i skandaler. Det kan de såkaldte 'soccer moms' bedre forlige sig med. Med Major Soccer League og en stor deltagelsesmæssig base af spillere kan USA blive en vægtig nation i fremtiden.

Sidst men ikke mindst peger Kuper og Szymanski på Kina som en kommende stormagt i fodbold. Kina topper generelt de olympiske lege, hvilket også var tilfældet i Beijing, hvor det blev til en anden plads kun overgået af USA. Det indikerer også store muligheder i fodbold Kinas store population taget i betragtning og det forhold, at det er en nation i rasende økonomisk vækst.

Her synes de ellers glimrende analyser af Kuper og Szymanski dog at fejle en smule. Bedømt på FIFA's verdensrangliste er det mest gået tilbage for Kina de seneste mange år. I dag frister nationen således en plads som nr. 84. Selvom dette er lidt bedre end bundrekorden i 2008 som nr. 100 tyder denne forudsigtelse ikke at holde stik. I hvert fald for nærværende.



Men igen, får Kina ryddet op i de mange match-fixing-skandaler, der har præget kinesisk fodbold, og styrkes organiseringen, kan Kuper og Szymanski's forudsigelse måske holde stik.

Under alle omstændigheder kan *Soccernomics* anbefales til alle med interesse for fodbold. Det er en sublim bog – måske den bedste populærvideenskabelige bog inden for sit felt til dato.

**Soccernomics: Why England Loses, Why Germany and Brazil Win, and Why the U.S., Japan, Australia, Turkey—and Even Iraq—are destined to become the Kings of World's Most Popular Sport**

**Simon Kuper og Stefan Szymanski**

[Perseus Books Group](#)

328 sider

Pris: 130 kr. (paperback – [www.saxo.com](http://www.saxo.com))

## Litteraturreferencer

Beech, J., Horsman, S., & Magraw, J. (2008). *The circumstances in which English clubs becomes insolvent*. Coventry: Coventry University.

Conn, D. (2004). *The Beautiful Game? Searching for the Soul of Football*. London: Yellow Jersey Press.

Goldlust, J. (2004). Sport as Entertainment: The Role of Mass Communications. In D.Rowe (Ed.), *Critical readings: Sport, Culture and the Media* (pp. 27-47). Berkshire: Open University Press.

Horne, J. (2006). *Sport in consumer culture*. New York: Palgrave Macmillan.

Roberts, K. (2004). *The leisure industries*. Houndmills: Palgrave Macmillan.

Roderick, M. (2006). *The work of professional football: A labour of love?* London: Routledge.

- Rowe, D. (2004). Introduction: Mapping the media sports cultural complex. In D.Rowe (Ed.), *Critical Readings: Sport, Culture, and the Media* (pp. 1-22). Berkshire: Open University Press.
- Solberg, H. A. (2007). Hvorfor fotballklubber med enorme inntekter likevel går konkurs. [www.sportsanalyse.no](http://www.sportsanalyse.no).
- Solberg, H. A. & Haugen, K. K. (2010). European club football: why enormous revenues are not enough? *Sport in Society*, 13, 329-343.
- Storm, R. K. (2009). Sportsøkonomiens svære vej. [www.idan.dk](http://www.idan.dk).
- Szymanski, S. & Kuypers, T. (2000). *Winners and losers: The Business Strategy of Professional Football*. London: Penguin Books.
- Walters, G. & Hamil, S. (2008). Inquiry into English Football and its Governance. Memorandum of Written Evidence. All Party Parliamentary Football Group.