

Krisen fremmer nytænkning i idrætsforeningerne

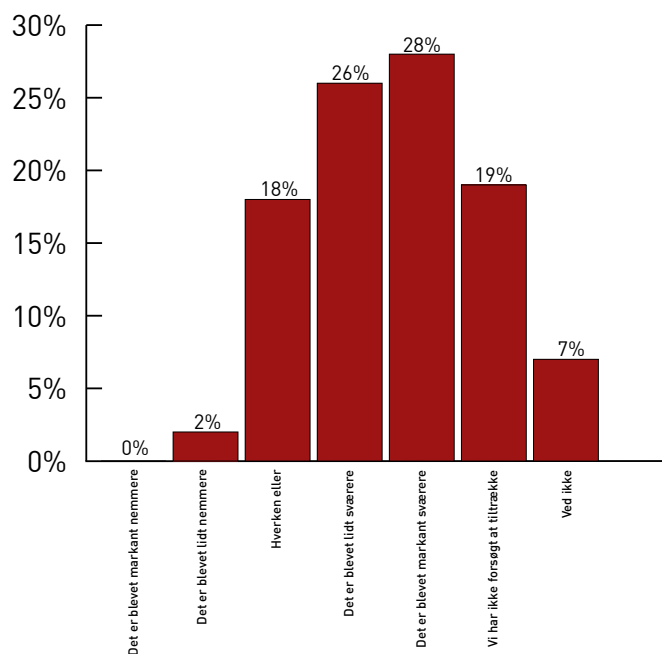
En ny undersøgelse blandt 1400 idrætsforeninger viser, at finanskrisen har ramt mange foreninger økonomisk. Men finanskrisen har også været katalysator for nytænkning og en mere professionel tilgang til sponsormarkedet.

AF JACOB BECH ANDERSEN

Nogle sparer ekstra på strømmen i klubhuset, andre har kastet sig ud i at sælge fyrværkeri ved nytårstid, mens mange idrætsforeninger er begyndt at arbejde på en ny måde i forhold til at kapre nye sponsorer til klubben.

Der tænkes alternativt i disse år, når der skal kroner i klubkassen. En frisk undersøgelse foretaget af DIF Opinion blandt 1400 foreningsledere dokumenterer, at krisen har tvunget mange af DIF's idrætsforeninger til nytænkning. Vigtige indtægter til klublivet kommer ikke længere af sig selv, og især på sponsorfronten mærker forenin-

Hvordan har det været at tiltrække sponsorer siden sommeren 2010?



Kilde: Undersøgelse blandt 1400 idrætsledere foretaget af DIF i januar 2012

gerne nye tider. Finanskrisens anden bølge har ikke gjort tingene nemmere for idrætsforeningerne. 28 procent af de deltagende foreninger i undersøgelsen svarer, at det er blevet markant sværere at skaffe sponsorer.

"Sponsorer er meget vigtige, for det hele kan løbe rundt i foreningen, men det er blevet sværere at få dem i hus. Førhen var især bankerne i lokalområdet garanter for større eller mindre sponsorer, men det er bestemt ikke tilfældet længere," fortæller formanden for Ørslevkloster Idrætsforening, Peter Smidt-Jensen med adresse til de mange bankkrak i de seneste år.

DROP RASLEBØSSEN

Ørslevkloster Idrætsforening har derfor været nødt til at

gå nye veje på sponsorfronten. Blandt andet har man fået to kvinder, der er medlemmer af idrætsforeningen og har erfaring fra forretningsverdenen, til at ringe rundt dagligt for at hverve nye sponsorer både lokalt, men også i områder, man normalt ikke tidligere ville have overvejet.

"I øjeblikket får vi mest 1000 kroner ind hist og her hos de helt små og lokale sponsorer i Skive-området. Dem er vi naturligvis glade for, men vi kigger også ud over Skive. Vi mærker en tendens til, at vi faktisk godt kan komme igennem til de helt store potentielle sponsorer, hvis vi er velforberejdede og har argumenterne i orden," siger formanden. Han understreger, at de dage, hvor man som idrætsforening bare kunne dukke op med raslebøssen uden rigtig at vise, hvilket produkt man har, er forbi.

"Jo mere præcist placeret et sponsorat er i dag, jo bedre. Mange firmaer vil eksempelvis gerne donere penge til konkrete ting som et nyt stereoanlæg, en ny hoppepude til foreningens mindste, bolde osv. Derfor har vi produceret en lang liste over konkrete ting i foreningen, som vi går efter at få sponsorer til," siger Peter Smidt-Jensen og forklarer, at de to frivillige 'sponsordamer' i klubben sågar har henvendt sig til mægtige Mærsk.

"De glemte vist at sige hr. til ham, de kontaktede i Mærsk, men ellers gik det udmærket," griner Peter Smidt-Jensen.

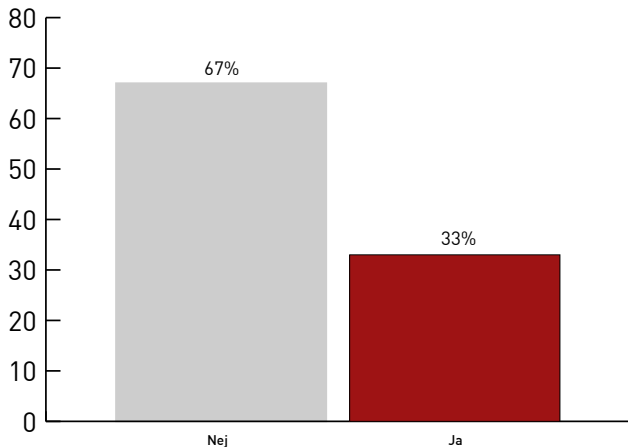
Erfaringerne i Ørslevkloster Idrætsforening stemmer godt overens med de mange svar, der er givet til DIF Opinion i forbindelse med foreningsundersøgelsen. Ud af de 1400 foreninger, der medvirker i undersøgelsen, har hele 450 angivet, hvilke konkrete initiativer, de har taget, for at veje op for krisens økonomiske udfordringer. En stor andel af disse svar lyder netop på, at sponsortankegangen er blevet fornyet og til dels professionaliseret.

POSITIV SPIRAL

Trods finanskrisens konsekvenser har de danske idrætsforeninger det dog overordnet godt økonomisk. Det viser en stor frivillighedsundersøgelse foretaget af DIF, SDU og Idrættens Analyseinstitut. Ifølge de afsluttende resultater, som netop er offentliggjort, er det ikke økonomi, der bekymrer foreningslederne mest. Det er snarere udfordringer i forhold til rekrutteringen af frivillige, der forstyrrer nattesøvnen. Og den problemstilling er også alvorlig nok, understreger DIF's formand Niels Nygaard.

”Det er tvungende nødvendigt, at foreningerne har mange frivillige – både for at hjulene kan holdes i gang – men også for, at der er mentalt overskud til at sætte nye ting i gang,” siger Niels Nygaard. Han glæder sig over, at de danske idrætsforeninger langt fra har lagt sig fladt ned og opgivet på grund af svigtende sponsorindtægter i de seneste år.

Foretager I pga. finanskrisen noget ekstra for at generere indtægter til jeres forening?



Kilde: Undersøgelse blandt 1400 idrætsledere foretaget af DIF i januar 2012

”En af grundene til, at mange idrætsforeninger fortsat har en sund økonomi, er, at man ganske enkelt arbejder hårdt og tænker sig om ude i foreningerne. Der bliver hele tiden udviklet nye produkter på idrætshylderne, der bliver afholdt arrangementer – ofte med fine indtægter som resultat, og man prøver at være attraktiv over for sponsorerne. Det er meget imponerende,” siger Niels Nygaard.

En af de klubber, der prøver at forny sig, er, Århus Kano & Kajak Klub. Formanden for klubben, Claus Pape, påpeger, at det er vigtig for en idrætsforening i dag at have en positiv spiral, hvor der hele tiden er ny udvikling.

”Vi har gang i utrolig mange ting. Det er simpelthen nødvendigt for at være en attraktiv forening både i forhold til kommunale midler, forskellige fondsansøgninger og almindelige sponsorater,” siger Claus Pape.

Set i det lys har Århus Kano & Kajak Klub blandt andet besluttet sig for at holde åbent hus hver eneste onsdag året rundt, selv når der er is på vandet.

”Kommende nye medlemmer skal have mulighed for altid at møde os, og vi kan se, det virker. Derudover reklamerer vi for os selv i Århus Havn, vi arbejder med særskilte arrangementer for børnefamilier, vi satser på differentierede kontingenter, og så benytter vi enhver given lejlighed til at få omtale i de lokale medier. Og vi kan heldigvis se det virker, for medlemsskaren vokser, og økonomien er i fremgang,” slutter Claus Pape.

Foreninger i kø for at arbejde på festivaler

Når foreninger hjælper til med eksempelvis mad- og øl-salg ved store arrangementer, så skæpper det ofte godt i klubkassen. I Opinions foreningsundersøgelse svarer mange, at de i disse år forsøger at tage ekstra meget arbejde ind til foreningen, som kan generere ekstra indtægter. Eksempelvis svarer flere foreninger, at man vil forsøge at få flere vagter på sommerens store festivaler som for eksempel Roskilde Festival. Den tendens bekræfter Susanne Riehn Bach fra Roskilde Festivals administration:

”Vi sidder faktisk lige nu og modtager årets ansøgninger fra foreningslivet til arbejdet på årets festival, og bunken er større, end den plejer at være på dette tidspunkt. Jeg ved ikke, om det udelukkende skyldes finanskrisen, men tendensen er i hvert fald klar.”

I 2011 udførte 23.000 frivillige fra foreningslivet handels- og serviceopgaver på festivalen. Festivalen endte på et overskud på 17,7 millioner kroner, der nu kanaliseres ud i foreningslivet.

NYE INDTÆGTER I FORENINGSLIVET

Eksempler på idrætsforeninger der på grund af finanskrisen gør noget ekstra for at generere indtægter til klubben.

- ”Vi opfordrer medlemmerne til at melde sig til Energi Fyn, som giver 2 øre per kWh til klubben udregnet fra et års forbrug af el.”
- ”Vi tilbyder flere forskellige medlemsformer og er generelt mere aktive i rekrutteringen af nye medlemmer.”
- ”Vi laver byttehandler med sponsorer og hjælper med at pakke julegaver til jul, for at de så betaler for noget kamptøj.”
- ”Vi har meget mere fokus på at sælge os selv til nye medlemmer.”