



Bacheloroppgave

IDR600 Sport Management

Tittel: Samfunnsansvar og CSR i norsk fotball

Forfatter: Mathias A Amundsen

Totalt antall sider inkludert forside: 33

Molde, 23.05.2014



Obligatorisk egenerklæring/gruppeerklæring

Den enkelte student er selv ansvarlig for å sette seg inn i hva som er lovlige hjelpemidler, retningslinjer for bruk av disse og regler om kildebruk. Erklæringen skal bevisstgjøre studentene på deres ansvar og hvilke konsekvenser fusk kan medføre. Manglende erklæring fritar ikke studentene fra sitt ansvar.

Du/ dere fyller ut erklæringen ved å klikke i ruten til høyre for den enkelte del 1-6:		
1.	Jeg/vi erklærer herved at min/vår besvarelse er mitt/vårt eget arbeid, og at jeg/vi ikke har brukt andre kilder eller har mottatt annen hjelp enn det som er nevnt i besvarelsen.	<input checked="" type="checkbox"/>
2.	Jeg/vi erklærer videre at denne besvarelsen: <ul style="list-style-type: none">• ikke har vært brukt til annen eksamen ved annen avdeling/universitet/høgskole innenlands eller utenlands.• ikke refererer til andres arbeid uten at det er oppgitt.• ikke refererer til eget tidligere arbeid uten at det er oppgitt.• har alle referansene oppgitt i litteraturlisten.• ikke er en kopi, duplikat eller avskrift av andres arbeid eller besvarelse.	<input checked="" type="checkbox"/>
3.	Jeg/vi er kjent med at brudd på ovennevnte er å <u>betrakte som fusk</u> og kan medføre annullering av eksamen og utestengelse fra universiteter og høgskoler i Norge, jf. Universitets- og høgskoleloven §§4-7 og 4-8 og Forskrift om eksamen §§14 og 15.	<input checked="" type="checkbox"/>
4.	Jeg/vi er kjent med at alle innleverte oppgaver kan bli plagiatkontrollert i Ephorus, se Retningslinjer for elektronisk innlevering og publisering av studiepoenggivende studentoppgaver	<input checked="" type="checkbox"/>
5.	Jeg/vi er kjent med at høgskolen vil behandle alle saker hvor det forligger mistanke om fusk etter høgskolens retningslinjer for behandling av saker om fusk	<input checked="" type="checkbox"/>
6.	Jeg/vi har satt oss inn i regler og retningslinjer i bruk av kilder og referanser på biblioteket sine nettsider	<input checked="" type="checkbox"/>

Publiseringsavtale

Studiepoeng: 15

Veileder: Oskar Solenes

Fullmakt til elektronisk publisering av oppgaven

Forfatter(ne) har opphavsrett til oppgaven. Det betyr blant annet enerett til å gjøre verket tilgjengelig for allmennheten (Åndsverkloven, §2).

Alle oppgaver som fyller kriteriene vil bli registrert og publisert i Brage HiM med forfatter(ne)s godkjenning.

Oppgaver som er unntatt offentlighet eller båndlagt vil ikke bli publisert.

Jeg/vi gir herved Høgskolen i Molde en vederlagsfri rett til å gjøre oppgaven tilgjengelig for elektronisk publisering:

ja nei

Er oppgaven båndlagt (konfidensiell)?

ja nei

(Båndleggingsavtale må fylles ut)

- Hvis ja:

Kan oppgaven publiseres når båndleggingsperioden er over?

ja nei

Er oppgaven unntatt offentlighet?

ja nei

(inneholder taushetsbelagt informasjon. Jfr. Offl. §13/Fvl. §13)

Dato: 23.05.2014

Antall ord: 6926

Forord

I forbindelse med min interesse for Vålerenga og spesielt i forhold til aktiviteter rundt samfunnsansvar, så har jeg valgt å fordype meg i dette fagområdet. Jeg har i samme periode vært på utplassering i samfunnsavdelingen i klubben, slik at jeg har hatt muligheten for å ha førstehåndsopplysninger – samt kunne for egen del se hvordan de ulike aktivitetene gjennomføres og hvilke resultater det gir.

Jeg har vært så heldig på mitt praksissted, slik at jeg kunne velge ut kilder, respondenter og informanter som passer bra til min bachelor-oppgave. Jeg har fått god støtte fra Salgs- og markedsavdelingen – da selvfølgelig i tillegg til min veileder Lars Eirik Eggen, samt de andre ansatte i samfunnsavdelingen.

Ut ifra mine observasjoner hos Vålerenga har jeg fått ett godt innblikk i hvordan klubben driver sitt samfunnsengasjement, hvordan samspillet mellom de forskjellige lederne er, på hvilken måte de får inn midler og tilrettelegger for aktivitet. Jeg har sett hvordan klubben kartlegger ulike behov og målgrupper. For eksempel under praksisperioden har jeg hatt hovedansvaret for en fotballskole for jenter med minoritetsbakgrunn.

Samtidig som jeg fokuserte mye på svarene og spørsmålene i problemstillingen i denne oppgaven, så har det også vært en flott opplevelse å se hvordan mange mennesker engasjerer seg i et slikt arbeid, uten andre hensikter enn å hjelpe andre. Og uten denne type engasjement og engasjerte mennesker, så ville det blitt vesentlig tyngre å drive CSR arbeid – også i en klubb som Vålerenga.

Tilslutt vil jeg bare takke min veileder Oskar Solenes, får all veiledning underveis i bachelor perioden. Han har hjulpet meg mye med oppsett av oppgaven og kommet med innspill som forhåpentligvis gjør denne oppgaven så god som mulig. Jeg vil også rette en stor takk til min far, som har gitt mye moralsk støtte – spesielt mot slutten av arbeidet.

Sammendrag

Sammendrag av min bachelor-oppgave. Min oppgave handler om samfunnsansvar/CSR. Jeg begynner med en innledning som beskriver hva CSR er og hvorfor det er viktig. Senere i oppgaven kommer problemstillingen min og hvorfor jeg har valgt Vålerenga Fotball. Jeg har valgt kort å skrive om de forskjellige prosjektene som Vålerenga har under sitt samfunnsengasjement. Neste kapittel handler om hvilken teori jeg har brukt, jeg har belyst hva CSR er, både i bedrift og fotballklubb. Jeg har tatt for meg CSR i både England og Norge.

Senere i oppgaven kommer jeg inn på metodedelen, som beskriver hvilken metode jeg har valgt og hvilken datainnsamling jeg har valgt, samt analyse av metoden.

Det neste som kommer handler resultatet mitt, hvor jeg har kategorisert spørsmålene i slik som jeg mener er best og mest oversiktlig. Også har jeg diskutert det som har kommet frem i resultatet, og prøvd å se forskjellige sider av sakene, og belyst dette. Tilslutt har jeg en konklusjon, hvor jeg der konkluderer med problemstillingen min og skriver litt mer rundt prosjektet.

INNHold

1.0 Innledning:	2
1.1 Problemstilling	2
1.1.1 Hvorfor har jeg valgt Vålerenga Fotball?	3
1.1.2 Vålerenga mot rasisme	3
1.1.3 Jobbsjansen	4
1.1.4 Inkluderingsprosjektet.....	5
2.0 Teori:	6
2.1 Samfunnsansvar /CSR-strategi i en bedrift:	6
2.1.1 CSR-strategi/samfunnsansvar i en fotballklubb:.....	7
2.1.2 Samfunnsansvar i norske fotballklubber:.....	7
2.1.3 Samfunnsansvar i engelske fotballklubber.....	8
3.0 Metode	9
3.1 Valg av design:	9
3.2 Valg av metode.....	9
3.3 Innsamling av kvalitativ data	10
3.4 Observasjon	11
3.5 Når egner det åpne individuelle intervjuet seg?	12
3.6 Utvalg av personer til åpne intervjuer	13
3.7 Observasjon - Utvalg av situasjoner.....	14
4.0 Analyse	15
4.1 Analyse av kvalitativ data vil dreie seg om tre ting:	15
4.2 Systematisere og kategorisere	15
4.3 Innholdsanalyse:	16
5.0 Resultat	17
6.0 Diskusjon:	24
7.0 Konklusjon	26
8.0 Referanseliste	27

1.0 Innledning:

Samfunnsansvar eller CSR-strategi er ett relativt nytt begrep i norsk fotball.

Samfunnsansvar har blitt med årene ett begrep flere og flere samarbeidspartnere ser etter når bedriftene skal støtte fotballklubber.

Klubbene har blitt mer profesjonalisert, og er avhengig å få andre inntekter inn utenom primæraktivitetene til klubben som er for eksempel i form av billett – og sponsorinntekter. Samfunnsansvar kan på sikt økte omdømme til klubbene og på den måten være mer attraktive for samarbeidspartnere i fremtiden. Samarbeidspartnere i nyere tid er ikke like opptatt av å ha reklame på drakten eller på stadion, men vil også være med å finansiere tilbud som ikke ligger i klubbens kjernevirksomhet. Dette kan være at bedriftene som er samarbeidspartnere med en klubb ikke selv har et klart samfunnsansvar og derfor vil bli assosiert med klubbens samfunnsengasjement.

1.1 Problemstilling

I den forbindelse har jeg valgt å ha en å ha følgende problemstilling: - Hvordan jobber norsk fotball med sitt samfunnsansvar?

Jeg har derfor valgt å lage en case-study på Vålerenga Fotball. Bakgrunnen for at jeg bruker Vålerenga Fotball, er fordi jeg selv har vært utplassert i klubben, og klubben har en klar samfunnsstrategi, og klubben jobber aktivt med forskjellige prosjekter som ikke ligger i klubbens kjernevirksomhet.

Med tanke på at jeg jobber daglig og observerer daglig det arbeidet klubben gjør for å tilrettelegge og skape tilbud til forskjellige mennesker i samfunnet som enten lever under fattigdom eller på en eller annen måte har falt ut av samfunnet.

Jeg fikk vite gjennom Vålerenga Fotball at 20 % av de som bor på Oslo Øst lever under fattigdomsgrensen som er ca 177.000 kr i året. Dette er nedslagsfeltet til Vålerenga Fotball.

1.1.1 Hvorfor har jeg valgt Vålerenga Fotball?

Jeg har valgt Vålerenga Fotball, fordi tidligere nevnt har jeg hatt tilgang til hvilke tiltak klubben tilrettelegger for sitt nærmiljø. Min oppfatning er at klubben har kommet langt i både organisere og tilrettelegger for tilbud til mennesker med forskjellige behov.

Nå skal jeg gå nærmere inn på forskjellige prosjekter klubben har som sitt samfunnsansvar.

1.1.2 Vålerenga mot rasisme

I dag er det spillere fra over 70 nasjonaliteter i Vålerenga, noe som er unikt i europeisk sammenheng. Dette gir alle i klubben en fin mulighet til å bli kjent med ulike kulturer, samtidig som klubben bygger broer på tvers av livssyn og nasjonalitet.

Det første prosjektet Vålerenga Fotball startet opp var ``Vålerenga mot rasisme``.

Vålerenga mot rasisme har vært et begrep i norsk fotball siden starten av 1996.

Bakgrunnen til at "Vålerenga mot rasisme" startet opp var et samarbeid med klubbens supportere ``klanen``. Supportergruppen tok et oppgjør med seg selv, i form av forskjellige episoder hvor Vålerenga supportere hadde kastet og ropt lyder etter spillere med en annen hudfarge.

Supportergruppen hadde på denne tiden ett dårlig rykte, og i en lengre periode slitt med grupperinger internt som ønsket å spre rasisme og vold på tribunen. Etter disse episodene ble supporterne enige om at klubben skulle starte opp et prosjekt som heter Vålerenga mot Rasisme.

Et av målene samfunnsavdelingen har satt seg er at Vålerenga mot rasisme skal ha som mål å være ledene i Norge i sitt arbeid for mangfold og inkludering i fotballen.

(vif-samfunn.no. 2014)

1.1.3 Jobbsjansen

Jobbsjansen ligger også under samfunnsengasjementet til Vålerenga Fotball. Prosjektet går ut på at ungdommer mellom 17-25 år som enten står uten skoleplass eller jobb kan søke på dette tiltaket. Dette tilbudet går ut på å gi disse menneskene en mulighet til å få arbeidstrening i klubben og med klubbens samarbeidspartnere. I tillegg vil ungdommene jobbe med aktivisering av barn og ungdom som er i regi av Vålerenga Fotball.

Noen av prosjektene som er under jobbsjansen er for eksempel at ungdommene kan jobbe hos VIF Media, eller jobbe som instruktør på Vålerengas fritidsordning eller fotballakademi.

Ett annet tilbud som ungdommene er med på er å jobbe med barn og ungdom i ulike bydeler i Oslo. Prosjektet ``Jobbsjansen`` er i samarbeid med NAV, hvor det opprettes praksisplasser for de kandidatene som blir tatt inn.

(vif-samfunn.no. 2014)

Det siste prosjektet jeg skal skrive litt om er Inkluderingsprosjektet.

1.1.4 Inkluderingsprosjektet

Inkluderingsprosjektet har som formål å hjelpe flest mulig familier med dårlig økonomi. Basert på nordmenns inntekt i 2008(SSB) har ikke bare Oslo det høyest antallet fattige, men også den høyeste andelen som faller inn under SSB's definisjon: ``Personer med inntekt lavere enn halvparten av medianinntekten i de ulike regionene``. Dette gjelder 9.68% eller 52.282 personer i hovedstaten i 2008. I 2011 ble det av Inkluderingsuvalget sterkt anbefalt en ekstra innsats for å få minoritetsspråklige ut i jobb.

Klubbens ønsker vil derfor bistå med en innsats for samfunnet og tilrettelegge for aktivitet og tiltak for å inkludere og integrere de svakteste i samfunnet.

(vif-samfunn.no. 2014)

2.0 Teori:

2.1 Samfunnsansvar /CSR-strategi i en bedrift:

Begrepet samfunnsansvar /CSR, blir en mye brukt forkortelse for å dekke en rekke av bedriftens aktiviteter. Disse spenner fra virksomheten ansvarlig forvaltning og et selskaps eksterne virkninger på samfunnet, inkludert samfunnsinvestering (Marsden, 2006)

Begrepet samfunnsansvar/ CSR-strategi har ingen enhetlig definisjon, men EU-kommisjonen sier følgende: `` Et konsept der organisasjoner integrerer sosiale og miljømessige aspekter i sin virksomhet og i sitt samarbeid med interessenter på frivillig basis`` (kommunikasjon.no. 2009)

Det er en bred enighet om at CSR handler om hva en virksomhet kan gjøre, men ikke hva det må gjøre. CSR innebærer at man tar ansvar utover sin kjernevirksomhet som bedriften har. Formålet med samfunnsansvar handler om å bidra til bærekraftig utvikling.

Men samfunnsansvar kan også være med på å oppnå mer kostnad effektiv drift, samt øke konkurranseevnen til bedriften.

CSR kan også være med å bedre selskapets omdømme til forbrukeren. Men CSR kan også være vanskelig å skille mellom sponing og veldedighet. Kort sagt så er veldedighet noe man gjør uten å forvente noe tilbake, ved type arrangement eller en innsamling. Sponing handler om at bedriften forventer noe tilbake for det bidraget bedriften sponser klubben med. Dette kan være i form av synlighet og at det har en god PR-effekt på bedriften.

Samfunnsansvar er å ta hånd om hele verdikjeden og tenke langsiktig.

2.1.1 CSR-strategi / samfunnsansvar i en fotballklubb:

Norsk fotball har de siste årene hatt en nedgang både i form av tilskuere på kamper, og sponsorinntekter. Vålerenga, Lillestrøm og Strømsgodset, er tre klubber som ikke har en hovedsponsor. Strømsgodset vant serien i fjor mens de to andre klubbene har underprestert i mange år. Klubbene har blitt mer oppmerksomme på å få andre inntektskilder, og ser på måten klubbene kan få inntekter på enn bare en hovedsponsor.

Samfunnsansvar handler om å tilrettelegge for aktivitet og ha et tilbud som ikke ligger i klubbens kjernevirksomhet. Det vil si at klubben kartlegger og undersøker hvilke potensielle problem det er i sitt nærmiljø. Som en fotballklubb så har klubbene ett ansvar for sitt nærmiljø, ved å hjelpe kommune og stat med et samfunnsproblem i samfunnet. Idrettsklubber, og spesielt fotballklubber har en tendens til å være et samlingspunkt for mennesker på tvers av legning, hudfarge, nasjonalitet.

2.1.2 Samfunnsansvar i norske fotballklubber:

Klubbene i Norge, har ett ansvar for sitt nærmiljø og sitt nedslagsfelt. Klubben må finne ut hvilken målgruppe de skal tiltrekke seg, og prosjektene må ha en langsiktighet. I følge Lars Eirik Eggen, leder for samfunnsavdelingen i Vålerenga, så mener han at langsiktighet er nesten helt avgjørende for ett godt samfunnsengasjement. Han mener det er viktig at klubben setter seg ned å tenker over hva klubben kan gjøre for sitt nærmiljø og da ikke tenke på supportere i, men mennesker som kommer fra en vanskeligstilt hverdag.

Det er også viktig at klubben selv har et forhold til det å ha et samfunnsengasjement og at formålet skal være å hjelpe vanskeligstilte mennesker.

Vålerenga har også ett samarbeid med kommune, stat og offentlige institusjoner, hvor klubben hjelper samfunnet med et problem.

Ett samarbeid med disse institusjonene er kanskje helt avgjørende for mange klubber.

I Vålerenga er de forskjellige prosjektene finansiert igjennom offentlige institusjoner som NAV osv. Det vil si at Vålerenga som klubb søker midler til de prosjektene som klubben har og vil sette i gang.

2.1.3 Samfunnsansvar i engelske fotballklubber

Fotballklubbene i England har en relativ lang historie i å engasjere seg i lokalbasert arbeid, spesielt siden etableringen av den nasjonale ``Fotball i Fellesskapet``. Dette prosjektet startet på midten av 1980-tallet. (Russell 1980). Ankomsten av den nye Arbeiderparti regjeringen i 1997, gjorde at forventningen om samfunnsarbeid i fotballklubber startet, og tilbudet skulle være utenom den tradisjonelle barnetreningsordningen og det å spille kamper. Ifølge Mellor(2008:318), var også fotball sektoren en del av en politisk agenda, dette fordi det var blitt identifisert av den britiske regjeringen at fotballklubber kunne være en nøkkelfaktor inn mot resten av befolkningen når det kom til helse, utdanning. Fotballklubber kunne være med å redusere kriminalitet i samfunnet. (Dolles, Söderman 2013)

I England, er idrettsmodellen basert på profesjonalitet, engelske klubber bruker mye tid og ressurser på barn helt ned i 5-6års alderen når det kommer til fotball. Det er profesjonelle trenere og akademier som tilrettelegger ikke bare for trening med også for utdanning av barn og ungdom.

I England har FA, det engelske forbundet forskjellige overordnede mål når det kommer til CSR/samfunnsansvar. Klubbene har egne hjemmesider og legger ut i offentligheten hvilke prosjekter og tiltak klubben setter i gang. Dette er ett krav fra FA, som tidligere nevnt så ble dette innført på 90-tallet.

Noen av prosjektene er for eksempel, helse, utdanning og tilrettelegge for aktivitet for mennesker i det tredje verden. Hvor klubbene reiser ned i fattige områder og hjelper til med utstyr og rent drikkevann.

3.0 Metode

I metodedelen skal jeg først beskrive hvilket design jeg har valgt, deretter skal jeg fortelle om hvilken metode. Om jeg har valgt kvalitativ eller kvantitativ metode, så skal jeg beskrive hvordan jeg har samlet inn data, og til slutt skal jeg si hvordan jeg har analysert dataen jeg har samlet inn.

Kvalitativ metode er metode for datainnsamling som søker å favne respondentens perspektiv, oppfatninger og forståelse i mest mulig naturlige omgivelser og nærhet til kilden. Teorien er at skal man kunne forstå andre grupper, individers eller organisasjoners situasjon, må en komme disse nærmere inn på livet.

3.1 Valg av design:

Et Case-study er en kvalitativ metode og det er en dybdeundersøkelse, av en enhet eller et fåtall enheter. . Jeg har valgt å bruke case-study design. Case-study er beskrevet som: `` Case-study kommer fra det latinske ordet ``Cause`` og understreker betydningen av det enkelte tilfellet. Terminologien vektlegger derfor at det dreier seg om ett eller noen få tilfeller som gjøres til gjenstand for inngående studie. (Jacobsen 2005)

Jeg har valgt case-study fordi jeg hadde lyst til å fortelle om hvordan norske klubber jobber med sitt samfunnsansvar og fortelle om den klubben jeg har hatt min praksisperiode. En case-study kan være enten på enkeltindividet som kalles det absolutte enhet, eller det jeg har i min case-study kollektivt enhet. En kollektiv enhet består av flere absolutte enheter og kan være en gruppe, eller i mitt tilfelle en organisasjon en idrettsorganisasjon. Case-study handler om å avgrense i tid og rom.

3.2 Valg av metode

Den tilnærmingen jeg har valgt i min oppgave er kvalitativ metode. Kvalitativ metode mener Ian Dey(1993) følgende: Mens kvantitativ data opererer med tall og størrelser,

opererer kvalitativ data med meninger. Meninger er formidlet i hovedsak via språk og handlinger.

Grunnen til at jeg har valgt kvalitativ metode er fordi jeg har intervjuet mennesker med åpne spørsmål og ikke som ett spørreskjema som ligger under kvantitativ metode. Under kvalitativ metode er det fire faser. (Jacobsen 2005)

1. Innsamling av kvalitativ data
2. Hvordan skal vi velge ut enheter
3. Hvordan skal vi analysere datamaterialet
4. Hvor gode er de konklusjonene vi har trukket

3.3 Innsamling av kvalitativ data

Under innsamling av kvalitativ data er det følgende metoder. (Jacobsen 2005)

1. Det individuelle åpne intervjuet
2. Gruppeintervju
3. Observasjon
4. Dokumentundersøkelse

Jeg har valgt det individuelle åpne intervjuet. Denne type datasamlingsmetode kjennertegnes ved at en er undersøger og den andre blir undersøkt, også kalt informant og respondent.

Den dataen jeg har samlet inn har kommet i form av ord, setninger og fortellinger.

Vanligvis foregår dette intervjuet ansikt til ansikt men det kan også enten skje over telefon eller internett. Partene samler om ulike forhold, og undersøgeren noterer seg enten med notater eller ved lydbånd. Jeg har valgt å bruke begge deler, notater fordi da kunne jeg stille oppfølgingsspørsmål og lydbånd for da kunne jeg i ettertid sette meg ned og renskrive intervjuene slik at jeg best mulig kunne få all den informasjonen jeg trenger.

I det åpne individuelle intervjuet har jeg valgt ansikt til ansikt intervju. Grunnen til at jeg bruker ansikt til ansikt intervju er fordi da kan jeg få bedre innsikt i hvordan respondenten oppfører seg under intervjuet, og jeg får en personlig kontakt med respondenten. En annen

grunn til at jeg brukte denne metoden er fordi da har jeg muligheten til å stille spørsmål oppfølgingsspørsmål til respondenten, hvis det er noe mer jeg vil ha informasjon om. Jeg har også valgt at det er ingen eller svært få begrensninger for hva respondenten kan si. Dette er fordi jeg er opptatt av hva de ulike respondentene svarer på spørsmålene jeg stiller. Jeg har stilt de samme spørsmålene til respondentene. Slik at hvis det er ett avvik på en av respondentenes svar så kan jeg ha det i analysen. Jeg får også ett innblikk i hvordan respondentene svarer for seg, og hvilken informasjon som jeg får.

Det finnes også forskjellige typer strukturingsgrad, jeg har valgt en mild strukturingsgrad, det vil si at det åpner for at respondenten selv kan ta opp et tema. Jeg har også valgt å ha intervjuet på et kunstig sted, istedenfor på et naturlig sted. Når intervjuet skjer på et kunstig sted vil det si at intervjuet enten er på undersøkerens kontor eller på ett nøytralt rom, som verken undersøker eller respondent kjenner til. Grunnen til at jeg valgte å ta det på et kunstig sted er fordi jeg ville få personlige svar og uten forstyrrelser fra omgivelsene rundt.

I følge Nelvin 1973, så vil intervjuobjektet opptre forskjellig i et kunstig og naturlig kontekst. Mange undersøkere velger derfor å foreta intervjuet i en kunstig kontekst fordi da blir man skjermet for ulike forstyrrelser og påvirkninger.

En svakhet ved å ha det på et kunstig sted er at svarene som respondenten gir kan også være kunstige, altså overfladiske osv. Men i mitt tilfelle vil jeg si at svarene som jeg fikk ikke var overfladiske men, at de var oppriktige og personlige svar.

Det er viktig for klubben og på hver sin side av klubben jobber aktivt med å både få flere samarbeidspartnere men samtidig forbedre prosjektene som klubben har og skal starte opp

3.4 Observasjon

Jeg har også valgt observasjon som en datasamlingsmetode. Denne måten å samle inn informasjon på innebærer at undersøkeren ser på hva mennesket gjør i ulike situasjoner. Det vil si at gjennom min praksisperiode hos VIF har jeg observert hvordan jobber, og mennesker er i ulike type situasjoner. Det vil si at jeg har notert meg underveis informasjon som jeg trenger til oppgaven igjennom å se på hvilke typer arbeidsoppgaver

de har i løpet av en dag. Men observasjon skiller seg merkbart fra intervju, metoden egner seg godt når vi er interesserte i enten å registrere hva mennesker faktisk gjør(atferd), ikke hva de sier at de gjør. Observasjon dreier seg om å registrere personers atferd. Den andre grunnen til at vi bruker observasjon som metode er fordi å registrere atferd i en kontekst.

Hvordan har jeg fått tilgang til de vi vil observere

Jeg har vært så heldig at jeg har hatt min praksisperiode i Vålerenga. Jeg har vært med på deres prosjekter, deres arrangement osv. så jeg har ett godt innblikk i hvem jeg har observert. Jeg søkte utplasseringen min i VIF, så tenkte jeg at jeg skulle skrive min bachelor oppgave om det jeg skulle jobbe med. Derfor fikk jeg en godkjenning av min veileder og deretter begynte jeg å observere slik at jeg hadde informasjon om det jeg skulle skrive om.

3.5 Når egner det åpne individuelle intervjuet seg?

Som alle andre metoder for datasamling, har det åpne individuelle intervjuet sine styrker og svakheter. Denne metoden egner seg best under følgende forutsetninger.

(Jacobsen 2005)

- a) Når relativt få enheter undersøkes
- b) Når vi er interessert i hva det enkelte individ sier
- c) Når vi er interessert i hvordan den enkelte fortolker og legger mening i et spesielt fenomen

Jeg har her valgt å åpne individuelle intervjuet fordi jeg har undersøkt relativt få enheter. Jeg har bare to respondenter, jeg har valgt bare to fordi jeg mener at disse personene jeg har valgt er de mest sentrale i sin del av klubben. Og jeg ville ha et personlig intervju med disse personene. Jeg brukte også denne metoden fordi da mister jeg ingen interessante poenger som respondentene kommer med. Det åpne individuelle intervjuet er også mest brukt når det kommer til kvalitativ metode.

Det vil si at personlige intervjuer har en klar form for individualisering. Det går frem den enkelte respondents holdninger og oppfatninger. Når vi intervjuer mange respondenter separat og individuelt så får vi også en samling med individuelle synspunkter. Jeg har også vært interessert i hva enkelt individ har å si, jeg har snakket med mennesker som jeg mener

3.6 Utvalg av personer til åpne intervjuer

I kvalitativ metode trenger man ikke særlig mange personer å intervjuer. En øvre ramme på 20 personer er ofte mer enn nok. En slik grense må settes fordi disse datasamlingsmetodene ofte tar lang tid, og fordi de dataene vi samler inn er ofte rike på detaljer og opplysninger. (Jacobsen 2005)

I utvelgesprosessen er det ulike steg disse stegene er:

1. Skaff deg oversikt over alle de du ville ønsket å undersøke hvis du hadde ubegrenset tid, penger og analysemuligheter
2. Del populasjonen inn i undergrupper
3. Velg kriterier for utvelgelse av respondenter
4. Gå kritisk igjennom de personene som har blitt trukket ut
5. Spar noe tid til å foreta noen intervjuer etter at de planlagte intervjuene er gjennomført

I min utvelgelse av personer til det åpne intervjuet har jeg først skaffet meg en oversikt over hvem jeg hadde lyst til å snakke med. Jeg hadde lyst til å snakke med personer i samfunnsavdelingen og jeg ville snakke med personer som jobbet i salgs- og markedsavdelingen, og dette har jeg også gjort.

Jeg har også delt populasjonen inn i undergrupper slik at det blir mer oversiktelig. Grunnen til at jeg har valgt de respondentene som jeg har gjort, er fordi jeg spurte de personene ut

ifra informasjon. Det vil si at jeg velger ut respondenter som jeg mener kan gi meg best mulig og gode svar på mitt intervju. Jeg valgt salgs- og markedsansvarlig Lars Smith og Lars Eirik Eggen, leder av samfunnsavdelingen. Jeg valgte disse personene fordi begge to har mye kunnskap om det jeg er interessert i og de var veldig gode på å formulere seg bra slik at jeg fikk de best mulige svarene.

Et slikt utvalgs-kriterium er ikke helt enkelt å bruke fordi vi først må vite noe om hvor gode informasjonskilder de ulike respondentene er.

3.7 Observasjon - Utvalg av situasjoner

Når vi anvender observasjon som metode, vil et annet element bli aktuelt, nemlig hvilken eller hvilke situasjoner vi skal observere.

Jeg har valgt å bruke denne type metode fordi jeg har vært med ansatte i samfunnsavdelingen ut på forskjellige prosjekter. Jeg har selv hatt ansvar for et prosjekt, og jeg har observert hvordan de ansatte er ulike situasjoner. Både når de ansatte er på kontoret men også når de jobber ute på skoler og med andre aktiviteter. De ansatte i samfunnsavdelingen har en bakgrunn med barn og er veldig flinke med situasjonsbestemt atferd, altså de er strenge når de må og er hyggelig når de må.

Jeg har også vært med salgs- og markedsavdelingen ut på oppdrag og sett hvordan de er i en gitt setting. De ansatte også her kommer fra en bakgrunn fra næringslivet og vet hvordan kundene skal behandles og hvordan ``pleie`` kundene best mulig

4.0 Analyse

4.1 *Analyse av kvalitativ data vil dreie seg om tre ting:*

1. Beskrive
2. Systematisere og kategorisere
3. Sammenbinde

Det første jeg skal starte med er å beskrive den dataen jeg samlet inn, det første jeg har gjort er å renskrive alle intervjuene og observasjonene som blir kalt rådata. Rådata er det vi sitter igjen med etter vi har gjort intervjuene eller observasjonene. (Jacobsen.2005)

Når jeg gjorde mine ansikt til ansikt intervjuer brukte jeg båndopptaker, dette gjorde jeg fordi samtalene var på 10-25 minutter, og slik at jeg fikk med meg alt respondentene svarte. Deretter noterte jeg meg spørsmål underveis slik at jeg kunne stille oppfølgingsspørsmål til respondenten. Dette fordi da kunne jeg få mer informasjon om temaer som var interessante og som respondenten selv tok opp under intervjuet. Når jeg kom hjem begynte jeg å renskrive alle intervjuene inn på dataen, jeg skrev opp alle spørsmålene og så svarene. Dette kalles asynkron, asynkron medfører at vi som skal få med oss innholdet i samtalen, ikke lengre trenger å gjøre dette i samme tempo som intervjuobjektet. Det vil si at jeg kunne sitte hjemme å høre på hva respondenten svarte i mitt eget tempo.

4.2 *Systematisere og kategorisere*

Kategorisering betyr at vi samler inn data i grupper. Vi foretar en abstrahering av data.

Kategorisering er det virkemiddelet vi trenger for å si at noen typer data ligner hverandre - omhandler samme fenomen eller tema. (Jacobsen 2005)

Her har jeg valgt å lage fem kategorier:

1. Generell informasjon

2. Samfunnsansvar, syn på samfunnsansvar
3. Fremtidige samarbeidspartnere
4. Har det en innvirkning på omdømme
5. Synlighet

Ved å kategorisere dataen jeg har samlet inn, blir det enklere for leseren å se hva jeg har undersøkt og på hvilken måte jeg har stilt spørsmålene.

Jeg har valgt induktiv tilnærming, induktiv tilnærming er å gå fra ``empiri til teori``. Det vil si at forskeren går ut i virkeligheten med noe tilnærmet et helt åpent sinn, og samler inn all relevant informasjon og til slutt går i tenkeboksen og systematiserer de data de har fått inn. Ut ifra en slik tilnærming dannes teoriene. Jeg har brukt denne fordi jeg det ikke har blitt forsket på min problemstilling tidligere, og derfor måtte jeg ha ett helt åpent sinn når jeg intervjuet respondentene.

4.3 Innholdsanalyse:

Jeg har også valgt en innholdsanalyse. Ved å bruke innholdsanalyse mener jeg at jeg bruker informasjonen fra enten intervjuet eller observasjonen til å få færre kategorier, slik at det mest relevante informasjonen har bra med innhold og tilslutt kan jeg se på ulikheter og likheter ved de svarene og kategoriene jeg har fremlagt.

5.0 Resultat

I denne delen skal jeg kartlegge de svarene jeg fikk fra mine respondenter, konstituert leder av salgs og markedsavdelingen og Lars Eirik Eggen, leder samfunnsavdelingen. Bakgrunnen for at jeg intervjuet disse var fordi jeg mente at de kunne belyse mine spørsmål på best mulig måte.

Kategori 1, Generell informasjon,

Generell informasjon er det tre spørsmål, det handler om hvilken stilling de har, hva de har jobbet med før og hvilket forhold de har til klubben. Dette var svarene.

1. Hva er din stilling i Vålerenga Fotball?

Lars Smith: Konstituert salgs- og markedsansvarlig i klubben.

Lars Eirik Eggen: Leder for samfunnsavdelingen i klubben

2. Hva jobbet du med før du kom til Vålerenga?

Lars S: Jeg har jobbet som selvstendig næringsdrivende i et shippingselskap. Fotball bakgrunnen min er som fotballtrener, som sportslig leder. Jeg har også sittet i de diverse styrer, både i fotballstyret som leder, i hovedstyre som leder.

Lars E: Jeg har jobbet i Vålerenga nesten i hele min arbeidskarriere. Jeg har vært prosjektleder for Vålerenga Mot Rasisme i 4 år, jeg har vært prosjektleder for Jobbsjansen i 3 år også har jeg vært leder for samfunnsavdelingen i 3 år. Jeg har utdanning i pedagogikk, i UIO også har jeg jobbet ett år i barnevernet.

3. Hva er ditt forhold til Vålerenga som klubb?

Lars S: Det er fascinasjonen, hovedstadklubben. Den som alle vet hvem er. Har jo alltid vært min klubb i Norge

Lars E: Mitt forhold til Vålerenga som klubb er at jeg spilte fotball på strømmen, og i den perioden så spilte jeg med en god del spillere som gikk over til Vålerenga på 90-tallet.

Kategori 2, Samfunnsansvar

1. Hva mener du er samfunnsansvar?

Lars S: Samfunnsansvar betyr at man skal bry seg om andre enn seg selv. Det er å bidra til de som kanskje ikke har det så greit som mange av oss andre har det. Bry seg litt mer om hva som skjer rundt oss.

Lars E: Jeg mener jo at samfunnsansvar er jo og tilrettelegger for at tilbud og aktiviteter som ligger utenom den vanlige kjernevirksomheten til klubben. Det er i hvert fall et utvidet samfunnsansvar. Jeg mener jo at samfunnsansvar ligger jo egentlig i det å skape aktivitet. Man kan dele det opp i to deler, en del som handler om kjernevirksomheten, altså billett-sponsorinntekter og en del hvor klubben ønsker å gjøre noe med.

Og tenker jeg at samfunnsansvar er det klubben gjennomfører man hvis man ser utfordringer i samfunnet eller utfordringer i byen. Og hjelpe kanskje det offentlige igjennom NAV hjelper rusavhengige eller hjelpe ungdom som faller ut av skolen. Altså at det egentlig er det offentlig sitt ansvar men at frivillige organisasjoner, som idrettsorganisasjoner hjelper til er en veldig flott mulighet til å hjelpe til med å ta det samfunnsansvar.

2. Hva er en god samfunnsstrategi?

Lars S: For å lage en samfunnsstrategi som tror jeg at man er avhengig av å kjenne nær miljøet sitt. Jobbe primært i nær miljøet sitt med samfunnsprosjekter. Så jeg tror ikke at man kan ta en strategi og sette den ett annet sted. Vi må vite hva behovene er, vi må vite hva målgruppen vår er for noe. Hvem er det faktisk hjelper og vite behovet. Når du har de parameterne så mener jeg at man har ett godt grunnlag for å lage en strategi.

Lars E: En god samfunnsstrategi er en strategi som har en langsiktighet, i forhold til å sette i gang tiltak. Slik at det ikke bare blir sporadiske og enkelt hendelser som i løpet av en sesong fordi at man har lyst til og bare å lage en aktivitet. Hvis man har en strategi så må man ha gjennomtenkt tanke på hvordan man kan opprettholde en aktivitet eller prosjekt. Det som også er viktig er å definere innholdet, definere målgruppe, definere hvorfor man skal gjøre det. Man må ha en klar tanke på alt man gjør, sånn at man enklere kan skape den kontinuiteten, og prøve og videre utvikle og opprettholde den aktiviteten

som man gjør. Så jeg vil så jo klarere strategi man har jo bedre blir prosjektene, aktivitetene og kvaliteten på det samfunnsansvaret.

3. Mener du samfunnsansvaret til norske klubber er viktig? På hvilken måte?

Lars S: Jeg mener det er mer en viktig. Jeg mener at hvis vi skal få inn store aktører som samarbeidspartnere, vi kaller det ikke sponsorer lengre. Så er man nødt til å jobbe med enten samfunnsprosjekter eller omdømmeprosjekter. Fordi det er veldig viktig for de store nasjonale bedriftene.

Lars E: Jeg mener at alle norske klubber bør ta ett samfunnsansvar fordi, de har en sterk posisjon i den byen eller bygda de er fra. Det er ett naturlig samlingspunkt. Og det gjelder ikke bare toppklubber, det gjelder også småklubber. Det er alltid vært sånn at idrettsklubber et naturlig samlingssted, og det setter i gang aktiviteter for barn og ungdom. Det har alltid vært helt naturlig, i forhold til samfunnsansvaret så kan det utvides, med tanke på, å ha et idrettstilbud er jo et samfunnsansvar, for å få barn og ungdom ut i fysisk aktivitet.

Kategori 3: Fremtidige samarbeidspartnere

1. Kan samfunnsengasjementet til Vålerenga gjøre klubben mer attraktivt for fremtidige samarbeidspartnere?

Lars S: Vi bruker dette i hver eneste presentasjon. Det er ett av elementene våre. Vi bruker det aktivt, også tror jeg samfunnsavdelingen som markedsavdelingen og andre må utvikle seg, selv om man har en god samfunnsstrategi så endrer det seg underveis

Lars E:Ja, det tror jeg, jo større og bredere samfunnsansvar klubben har jo større interesse vil man få fra andre bedrifter. Og det er fordi at det er for mange bedrifter så har det blitt veldig viktig både for de som jobber i den bedriften og deres omdømme, at de gjør noe mer enn bare å tjene mest mulig penger. Så det er opplagt at det øker interessen for å være en partner i Vålerenga.

2. Har samfunnsengasjementet ført til noen flere samarbeidspartnere?

Lars S: ja definitivt. Det er nesten ikke en samarbeidspartner som ikke er opptatt av det. Kanskje "pri 1" vårt er business to business prosjektet vårt, "pri 2" to er nesten samfunn. Sånn at vi ser at mindre bedrifter også er opptatt av samfunnsengasjement.

Lars E: Ja utvilsomt. Det ser man jo nå, at det er flere og flere samarbeidspartnere som ikke ønsker så mye logoprofilering. Men som ønsker mer å profilere seg igjennom andre aktiviteter og gjennom gode prosjekter. Som egentlig kan vise at de gjør noe mer enn bare være en bedrift som ønsker og ha mest mulig reklame på drakten eller på stadion eller avisannonser osv. De ønsker mye mer innhold i sine samarbeidsavtaler og idrettsklubber som da har ett bra samfunnsansvar eller som ønsker å ta tak i samfunnsansvar tror jeg vil stille sterkere da

Kategori 4: Har det en innvirkning på omdømme

1. Ser du at samfunnsansvaret har en positiv innvirkning på klubbens omdømme? På hvilken måte?

Lars S: Man viser utad at man tar ansvar, vårt nedslagsverk er groruddalen, Oslo Øst. Det er enn 20 % som lever under fattighetsgrensen på 177.000 kr i året. Så jeg mener definitivt at det arbeidet som gjøres påvirkes, på en god måte. Så det er det sånn at Vålerenga ikke bare gjør ett samfunnsprosjekt. Man ser på fattigdom, ser på rus og man ser på rasisme. Så man fagner ganske bredt. Så jeg mener at samfunnsavdelingen hos oss er veldig flinke, det største problemet med samfunnsavdelingen hos oss er at de fleste ikke vet hva som gjøres. Så informasjon blir viktig i fremtiden, fortelle hva vi faktisk driver med.

Lars E: Ja det gjør jo det, for det første, å det er den store Vålerenga-familien som man kaller det, at alle få et positivt forhold til det. Og de som ikke tilhører Vålerenga-familien, som er supportere og som holder med laget, også har du de som sympatiserer med Vålerenga. Og som får høre om de prosjektene som klubben gjør og blir imponert over den jobben som gjøres og da blir jo også de med å skape ett godt omdømme for Vålerenga, og at det blir et samtaletema, selv om man er egentlig ikke å være en ihuga Vålerenga supporter for å synes at klubben gjør gode prosjekter som kan skape et omdømme. Man får

saken i media som forteller som solskinn historier i form av fattige barn på ferier og eller rusavhengige som får seg jobb eller andre aktiviteter. Som igjen skaper et bra omdømme i media. Og det er også viktig for de bedriftene som er med også at de kan profilere seg med det. Så et bedre omdømme det tror jeg nok våre samfunnsprosjekt.

2. Har samfunnsengasjementet gjort det enklere for klubben å få prosjekter i gang?

Lars S: Ja, det tror jeg. For det at de folkene som jobber her blir flinkere, kunnskapsrike. Omgivelsene rundt oss som finansierer samfunnsprosjektene våre og man blir oppmerksomme på at vi gjør en bra jobb. Så jeg tror ikke det er tilfeldig at Vålerenga finansierer mange av sine. Man har fått et bra rykte hos stat, kommune og forskjellige stiftelser.

Lars E: Ja, det samfunnsengasjementet som startet på det, viser jo bare historien til Vålerenga fotball. Fra det samfunnsansvaret som var Vålerenga mot rasisme og uten det formålet som er i dag. Så det er utvilsomt enklere å få i gang prosjekter etter Vålerenga mot rasisme. Det viser jo at vi klarer å få samfunnsansvaret til bare å vokse og vokse og at man ser muligheter i forhold til å starte og opp nye aktiviteter. Og det som er viktig er at inntektene til samfunnsavdelingen kommer veldig mye fra det offentlige og det offentlige er opptatt at resultater hvis man skal få midler fra dem. Og jeg tror det i løpet av disse årene så ser de at Vålerenga utgjør en stor forskjell. I forhold til å få opp gode prosjekter og aktiviteter. Og da ser de også muligheten til støtte andre ting fordi at man har klart å skape en del bra prosjekter. Så det er helt opplagt at det engasjementet er viktig, men det er også viktig for de som er rundt klubben at det gjennomsyrrer klubben

Kategori 5: Synlighet

1. FA har forskjellige prosjekter i form av helse, utdanning, trening osv. som klubbene må forholde seg til, i Norge er det ikke på samme måte. Mener du også at NFF burde ha en overordnet CSR-strategi som klubbene må forholde seg til?

Lars S: Ja, jeg tror det fort kan komme. Nå har man startet med VFA-ordninger i alle klubber. Så tar man av seg sport først, det vil også fremtinge seg også for forbundet og kretser at også de involverer seg i samfunnsprosjekter langt sterkere enn før. Men det er en prosess, det er mye større byråkrati enn i en fotballklubb. En klubb kan nok raskere snu seg rundt enn det en krets eller et forbund kan gjøre. Så jeg tror at det kommer.

Lars E: Ja, det mener jeg jo helt klart, og jeg vet at norsk toppfotball de jobber med å få synliggjort toppfotballens samfunnsansvar. Men de ligger jo på en måte, mye av kjernevirksomheten inn i det å ta et samfunnsansvar. Også er de i ferd med å skape noen felles prosjekter for klubbene, men i forhold til NFF, så mener jeg helt klart at de burde legge om til at det å få godkjent en lisens, for å spille i tippeligaen så eller 1.divisjon. At det burde ligge noen kriterier til grunn der for å ta samfunnsansvar, med da kanskje utover det som er kjernevirksomheten i det å bare være en fotballklubb. Så det tror jeg nok, og det tror jeg sikkert kommer også både etter hvert som bedriftene ønsker å ta mer samfunnsansvar og da må også NFF være med å bidra til det. Og NFF har jo samarbeidspartnere som ønsker å ta samfunnsansvar i klubbene. For eksempel Telenor som har fokus på det å skape aktiviteter for barn og ungdom like mye det som og a-lagene landslaget. Samme er det med Bama så det er mye mere fokus på breddeidrett og breddeaktivitet, men det er nok helt klart at god idé å prøve å skape noen felles prosjekter som alle klubbene kan gjennomføre

2. Jeg har sett på norske klubber, synlighet er nesten fraværende, det er noen norske klubber som har en synlig samfunnsstrategi men, de færreste har det. Mener du Vålerenga er en pioner innenfor samfunnsansvar i Norge?

Lars S:

Ja, det mener jeg, jeg mener at de er flinkest i klassen, vi er lengst fremme. Jeg mener at vår samfunnsavdeling har flere ansatte enn administrasjoner i andre klubber. Så at vi er pioner og langt fremme det er det ingen som helst tvil om. Jeg tror at grunnen til at ikke andre klubber har så synlige, er at det ikke er så mange som har samfunnsprosjekter. Og det er heller ingen andre så har så mange prosjekter som Vålerenga.

Lars E:

Ja, det er vi jo. Jeg har ganske bra oversikt over idrettsklubber i Norge og fotballklubber spesielt og det er kanskje de som er best kjent for å ta samfunnsansvar. Og det er ingen som har så mye aktivitet som det Vålerenga har, og har så store prosjekter som det vi har. Så vi er helt klart en pioner og vi ser at det er veldig mange klubber som kommer til oss og vi holder flere foredrag/seminar. Og i løpet av de siste seks årene så er det mange klubber som har tatt kontakt med oss. Og fått å høre hvordan vi jobber og ønsker å kopiere det arbeidet som vi gjør. Så vi ser at vi er fremst i Norge i forhold til samfunnsansvar, det er noen klubber som kommer etter, men det dessverre sånn at det kanskje ikke det som står høyest på agendaen til en del klubbene. Men det er en ærlig sak det, men vi driver litt utenom kjernevirksomheten vår med alle disse aktivitetene vi gjør, men vi mener at det er ett ansvar vi bør ta.

6.0 Diskusjon:

Den teorien jeg har lagt til grunn er fra England og intervjuene som jeg har gjort ovenfor.

I England er det en helt annet organisering av idretten, idretten er mer profesjonalisert i form av trenere og akademier. Men i England er det egne stiftelser som tar hold om samfunnsansvaret til klubbene, klubbene har opprett stiftelser.

I diskusjonsdelen av oppgaven min vil jeg ta for meg noen av spørsmålene jeg stilte til respondentene mine.

Jeg vil komme med mine synspunkter på hvordan jeg oppfatter samfunnsansvaret i Vålerenga og hva som kan gjøres i andre klubber også.

Det første spørsmålet jeg stilte mine respondenter var: hva mener du er samfunnsansvar?. Hvordan kan min klubb være med å forebygge et samfunnsproblem. Hva mener vi er samfunnsengasjement?

Ved å kartlegge ett problem i sitt nærmiljø, så kan man tilrettelegge for et tilbud til sitt lokalmiljø. Men det er viktig at klubben har en langsiktighet på det, ikke at det er sporadisk.

Vålerenga er på mange måter en pioner når det kommer til samfunnsansvar, klubben har selv tatt tak i ett problem i sitt nærmiljø og nedslagsfelt. Klubben har tatt konsekvensen av det problemet klubbens supportere her stelt i stand.

Men jeg tror som også Lars Eirik Eggen sa, at klubben er avhengig av resultater hvis ett samarbeid med det offentlige skal fungere. Eggen sier at når de søker om midler så blir klubben tidligere resultater vektlagt i vurderingen.

Men som Vålerenga som startet opp med et prosjekt, og både klubben og klubbens samarbeidspartnere effekten av prosjektet, så er sjansen og muligheten for å starte opp flere prosjekter store.

Og noen av spørsmålene jeg stilte var om NFF, altså det norske fotballforbundet, burde ha noen overordordnet ansvar for klubbene når det kom til CSR-strategi?

Bakgrunnen til det spørsmålet var at i England har FA, det engelske fotballforbundet, lagt føringer for hva klubbene skal gjøre. Burde NFF gjort det samme, lage noen felles retningslinjer på ulike type prosjekter. I resultatet kom det frem at også samarbeidspartnere til NFF var opptatt av samfunnsansvar. Bedrifter som Telenor og Bama. Men hvis NFF skal legge noen føringer for hvordan klubbene skal forholde seg til samfunnsansvar, så må det også forbundet tilføre klubbene midler for å tilrettelegge for aktivitet.

Dette på grunn av at de antatt minste klubbene som Sandnes-Ulf, Sarpsborg 08 osv. ikke har økonomi selv til å drive prosjektene, Vålerenga Fotball har flere ansatte i sin samfunnsavdeling, enn noen klubber har i hele sin administrasjon.

Ett annet interessant poeng er at klubbene kan drive forebyggende arbeid i sitt nærmiljø, ved at de kan tilrettelegge for aktivitet for barn og ungdom som ikke driver organisert aktivitet.

Jeg mener at klubbene kan være med på forebygge ett samfunnsproblem i samfunnet, som kriminalitet, vold, rus osv. Ved at offentlige institusjoner eller frivillige institusjoner i samarbeid med klubbene har ett tilbud til lokalbefolkningen. Ett samarbeid med det offentlige kan være forebyggende.

I Vålerenga er det et samarbeid med NAV, hvor det blir opprettet praksisplasser igjennom NAV, så klubben ikke har noen utgifter ved å ha ungdommene i arbeidstrening. Ved å hjelpe mennesker ut fra vanskelige situasjoner, ved arbeidstrening og med mestringsfølelse kan det føre til at mennesker igjen kommer tilbake på enten skolebenken eller tilbake til jobb.

Jeg tror også at synlighet og profilering av et samfunnsansvar er vel så viktig som å ha et klart og tydelig samfunnsansvar. Poenget med å ha en klar og tydelig samfunnsstrategi er både supportere, samarbeidspartnere og sympatisører vet om prosjektene klubben har. Ved å ha en klar og tydelig strategi gjør det enklere for klubben og tilknytte seg fremtidige samarbeidspartnere.

7.0 Konklusjon

I dette kapitlet skal jeg skrive en konklusjon på min problemstilling:

Hvordan jobber norsk fotball med sitt samfunnsansvar? Og da spesielt Vålerenga Fotball

Vålerenga Fotball har, gjennom sine ulike prosjekter som ikke er knyttet direkte til den sportslige delen av klubben, innsett at CSR arbeidet har flere nytteverdier – utover den egennytteten det har å hjelpe andre mennesker som har et litt dårligere utgangspunkt i livet.

Først og fremst fordi stadig fler samarbeidspartnere er mer opptatt av at klubbene har et samfunnsengasjement. Men ikke alle selvfølgelig, men en ny inntektskilde i ett vanskelig marked har åpnet seg. Og man mener i Vålerenga at de som har en klar og tydelig samfunnsstrategi vil ha større mulighet til å skaffe seg nye samarbeidspartnere. Det er gir også nye mulige i forhold til at bedrifter som er potensielle samarbeidspartnere ikke selv har en klar samfunnsstrategi, men gjennom sitt samarbeid med klubben kan assosiere seg med klubbens samfunnsstrategi.

En klar og tydelig samfunnsstrategi kan på sikt øke omdømme til klubben, ved at ikke bare supportere men, befolkningen rundt også blir oppmerksomme på hva klubben driver med. Det handler om å gi noe tilbake til supportere, samarbeidspartnere og lokalmiljøet sitt. Skape en positivitet rundt klubben, ved å tilrettelegge for aktivitet som ikke berører klubbens kjernevirksomhet. Ved slike prosjekt kan klubber være forebyggende i sitt arbeid mot at ungdom havner i negative miljøer.

Og dette positive omdømmet åpner muligheter for flere og andre typer samarbeidspartnere til klubben.

8.0 Referanseliste

Bøker:

Dolles, Harald og Söderman, Sten. 2013. *Handbook of research on sports and business*. Edward Elgar Pub. Griffith University, Australia

Jacobsen, Dag Ivar. 2005. *Hvordan gjennomføre undersøkelser: Innføring i samfunnsvitenskaplig metode 2.utgave*. Høyskoleforlaget

Internettider

1.) CSR Norge.

<http://www.csrnorge.no/Om-CSR-Norge/Hva-er-CSR>.

2) Kommunikasjon.no. 29.september 2008, endret 23 januar 2009.

<http://www.kommunikasjon.no/fagstoff/fagbladet/aktuelt/csr-fordummies>.

(Lest 25.4.2014)

3.) Vålerenga samfunn. 2014.

http://vif-samfunn.no/index.php?option=com_content&view=article&id=47&Itemid=88.

(Lest 18.03.2014)

4.) Vålerenga samfunn. 2014

http://vif-samfunn.no/index.php?option=com_content&view=article&id=54&Itemid=83

(18.03.2014)

5.) Vålerenga samfunn. 2014

http://vif-samfunn.no/index.php?option=com_content&view=article&id=46&Itemid=87.

(18.03.2014)

6.) Vålerenga samfunn. 2014

http://vif-samfunn.no/index.php?option=com_content&view=article&id=48&Itemid=89.

(Lest 18.03.2014)

