

HELT RÅ



Innsiktrapport

- ▶ Bakgrunn for prosjektet
- ▶ Hovedfunn
- ▶ Muligheter for Rosenborg Ballklub

Bakgrunn

I norsk idrett har jenter og gutter formelt like rettigheter, men i praksis er det systematiske forskjeller i rammevilkår, mediedekning og hvordan prestasjoner verdsettes.

Utdaterte forestillinger om hva kvinner og menn er, og om hva vi kan gjøre er **styrende for holdningene våre, hvordan vi omtaler hverandre og hvilke valg vi tar.**

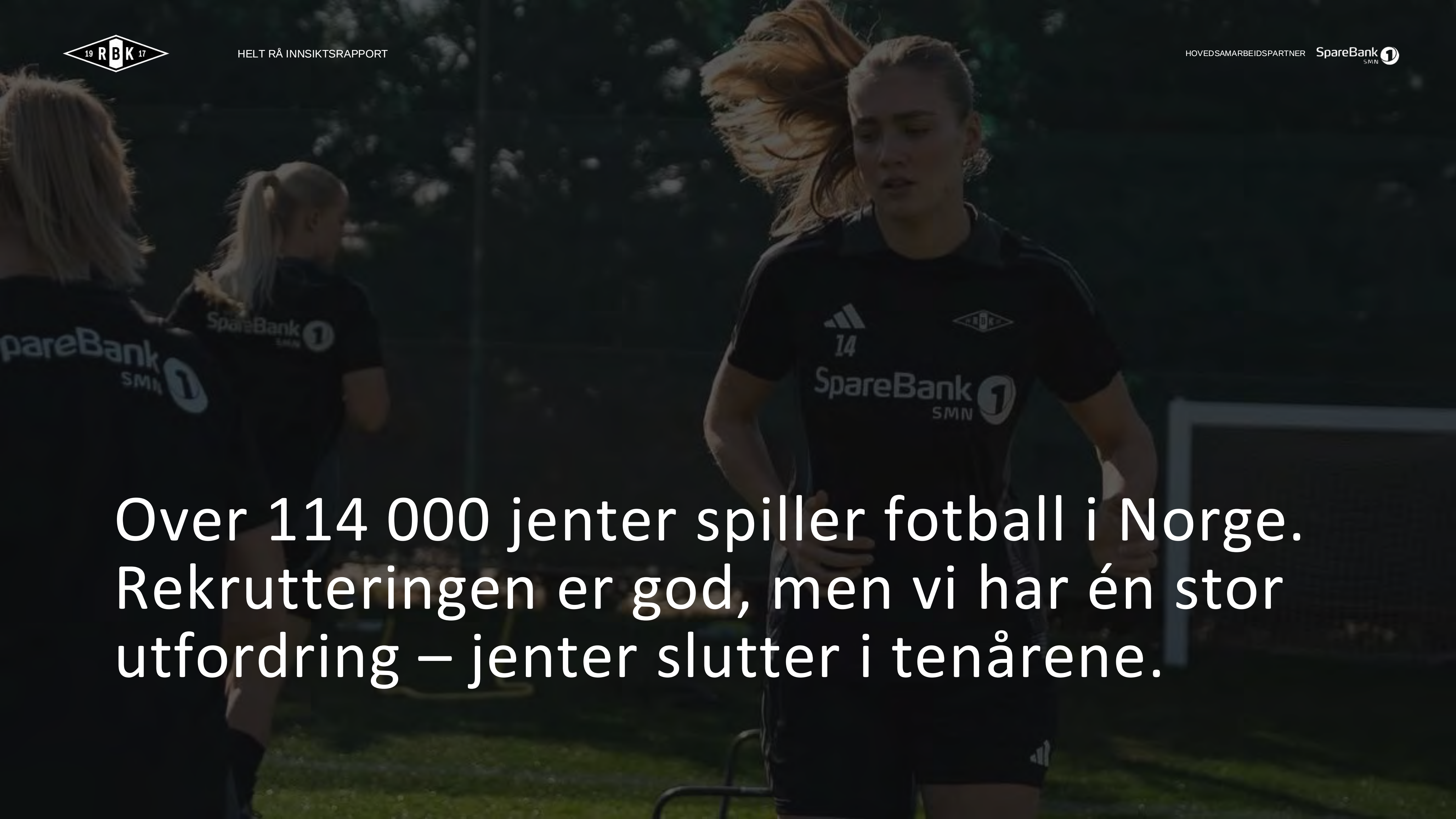
Dette gjelder også fotballen.

*“Vi må prestere
– og vi må bevise at vi
hører til i fotballen”*

- SPILLER, ROSENBORG

*“Gjør vi en blemme, risikerer vi
dobbel straff – å tape og få høre
at fotballen ikke holder mål”*

- SPILLER, ROSENBORG



Over 114 000 jenter spiller fotball i Norge.
Rekrutteringen er god, men vi har én stor
utfordring – jenter slutter i tenårene.

Jenter oppgir oftere at de blir tatt mindre på alvor

- ▶ Jenter føler på å bli mindre verdsatt og møter oftere negative kommentarer enn gutter
- ▶ Gutter har flere treninger til tross for at det ikke er noe forskjell i ønskede treninger
- ▶ I RBK rapporterer mange flere guttespillere enn jentespillere at de følte seg fysisk og mentalt klar når de startet i akademiet– guttene opplever å ha bedre grunnlag til å tåle belastningen
- ▶ Trenere og foreldre undervurderer jentenes ambisjoner om å trene og utvikle seg. En av fire jenter svarer at de spiller fotball for å bli best, en av ti foreldre tror det samme (Jenter vil mer)

Ambisjoner forsvinner i stillhet.
Ikke fordi de ikke finnes,
men fordi ingen ser dem.

Selv om fotballen har utviklet seg mye de siste årene, viser innsiktsarbeidet Rosenborg har utført i samarbeid med SpareBank1 SMN at det krever handling og investering for å redusere de systematiske forskjellene i rammevilkår, synlighet og hvordan prestasjonene verdsettes.

Metode

- ▶ Markedsundersøkelse på publikumsengasjement, holdninger, interesse og kjennskap til fotball og Rosenborg
- ▶ Spørreundersøkelse på tvers av Rosenborgs A-lag og akademi for å forstå rammer for prestasjon og utvikling
- ▶ Dybdeintervjuer med Rosenborg A-lag kvinner og akademiet for jenter
- ▶ Intervju med relevante klubber i Norden og England, for å forstå hva vi kan lære av andre
- ▶ Intervjuer og samtaler med relevante personer i NFF og serieforeningene (TFK og NTF)
- ▶ Internasjonale og nordiske rapporter, inkludert global analyse av trender og beste praksis i kvinnefotball
- ▶ Tegneeksperiment med 3.-10. klasse for å utforske barn og unges blikk på omgivelsene

Hvordan ser en fotballspiller ut?

Et tegneeksperiment blant elever i 3.-10. klasse
avdekket hvilket kjønn barn naturlig forbinder
med yrkene politi, lege og fotballspiller.

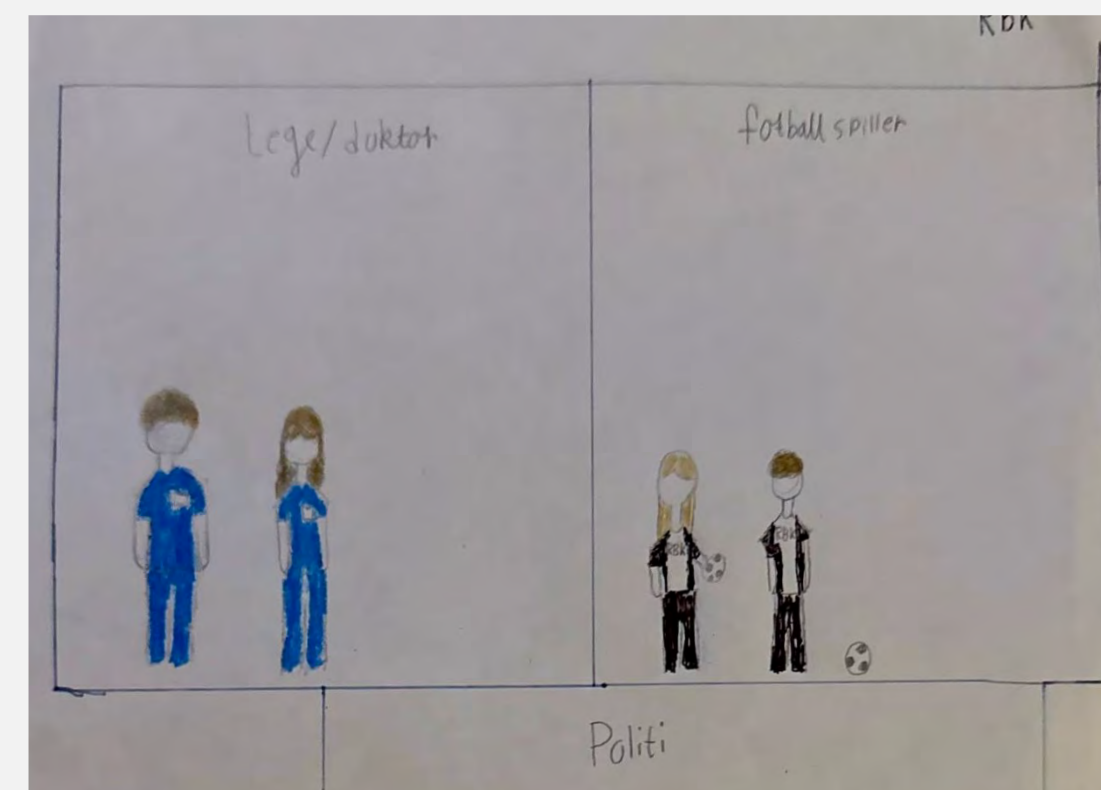
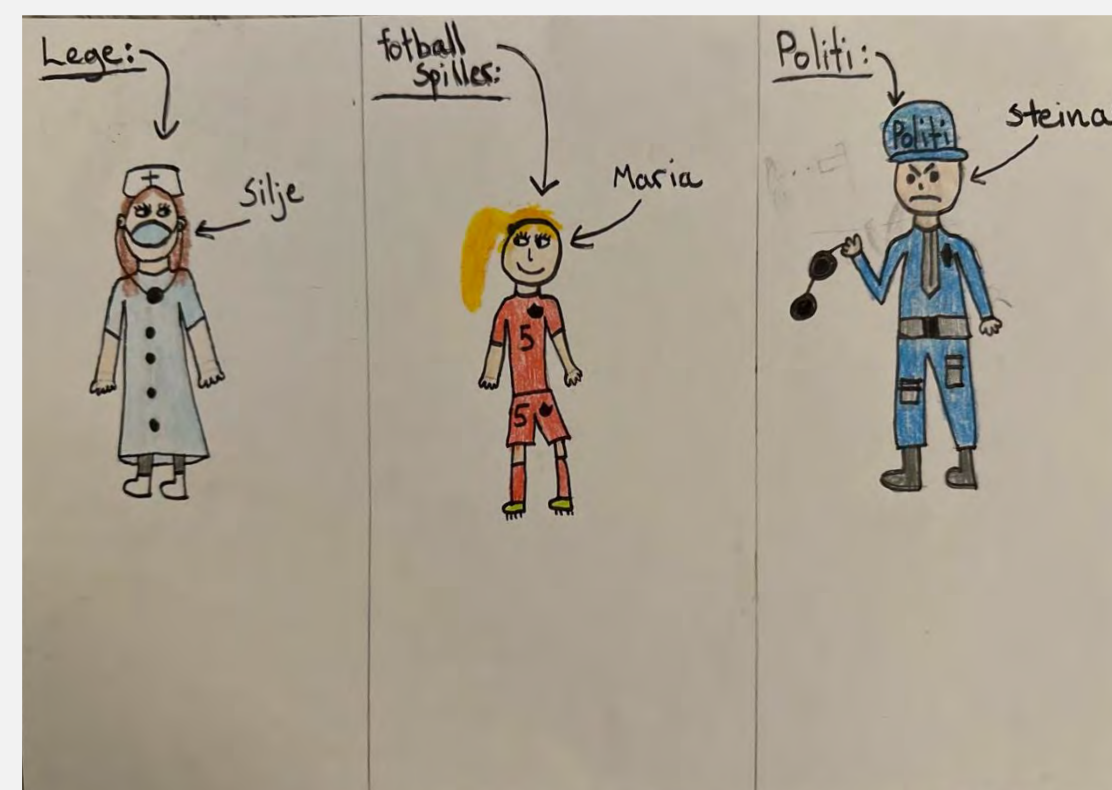


Kun 20 % tegnet en kvinnelig fotballspiller.





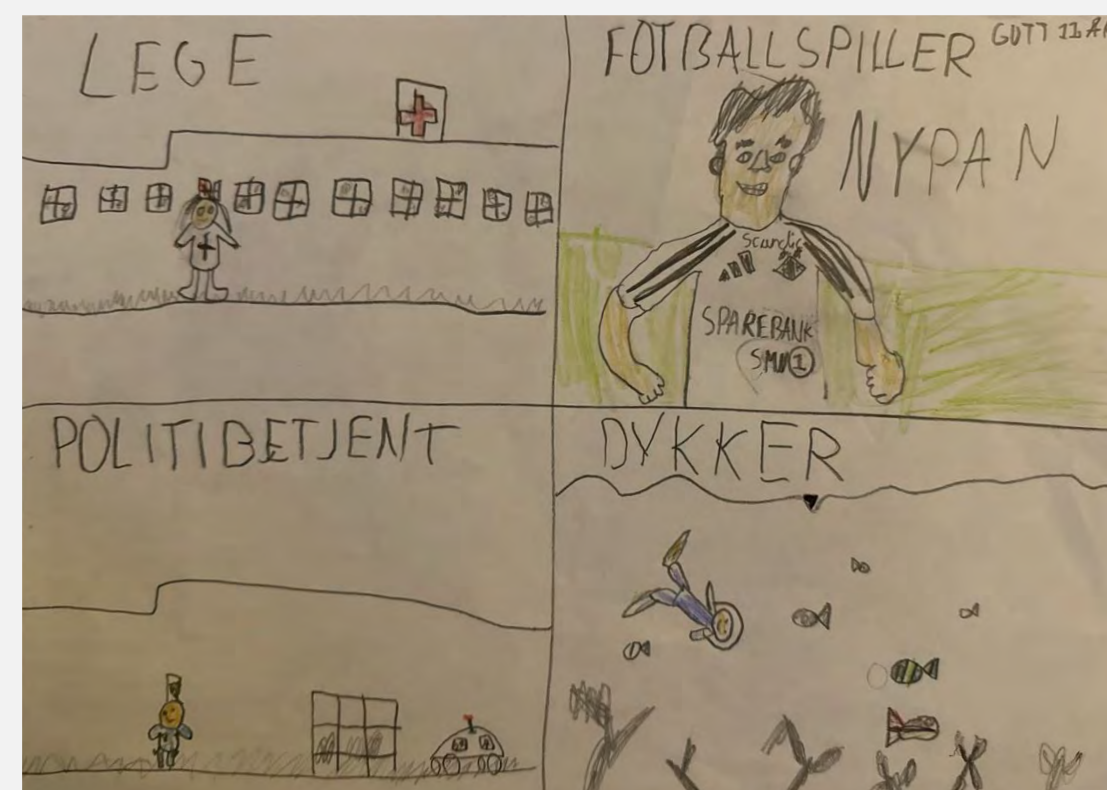
86 % av de
kvinnelige spillerne
ble tegnet av jenter.





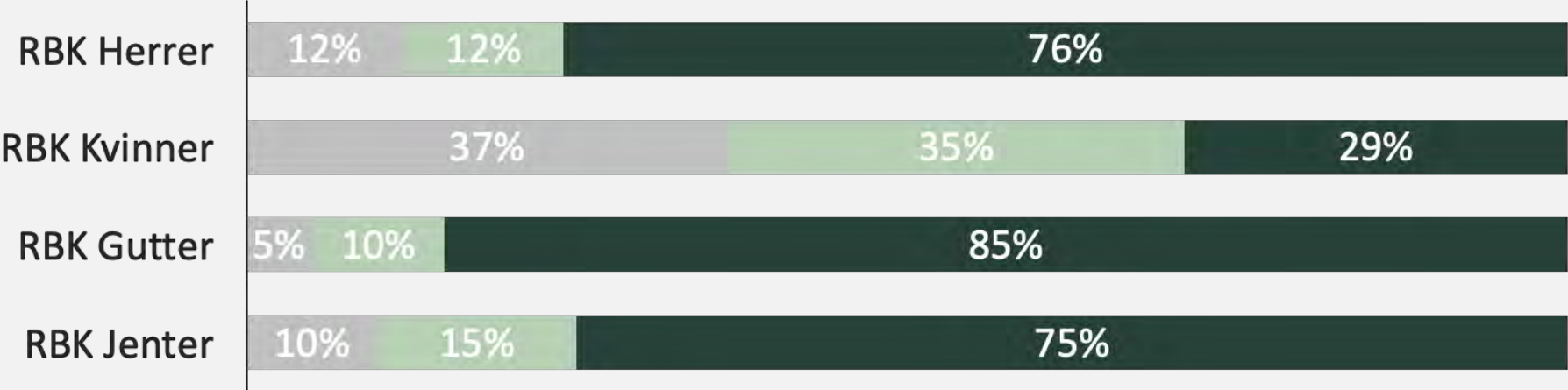
Bare 4 gutter tegnet ei jente som fotballspiller - av 475 tegninger.

Fra 3–6. klasse var det ikke én eneste gutt som tegnet en kvinnelig fotballspiller.

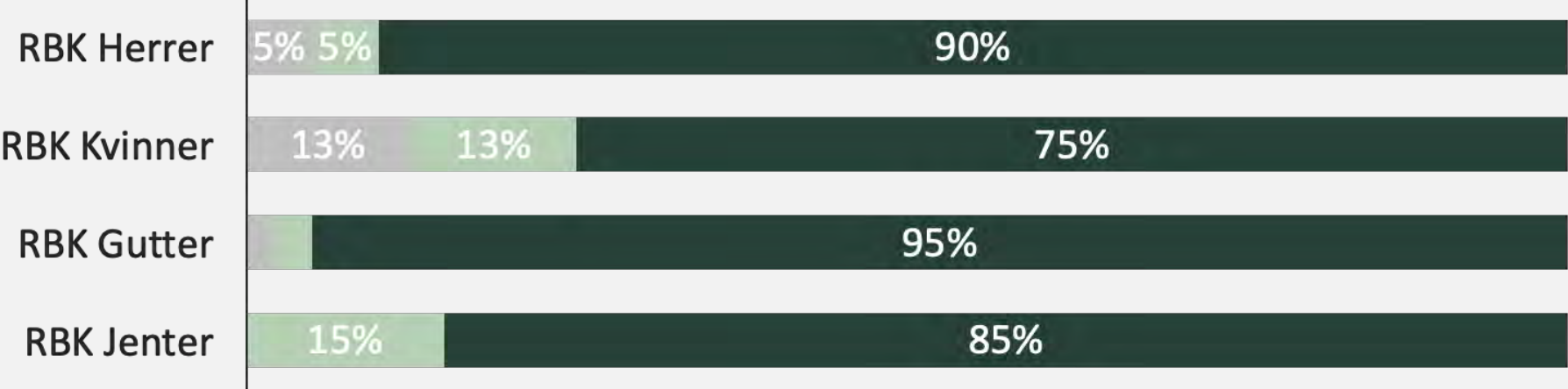


Barn tegner det de ser.
De ser få kvinner på fotballbanen.

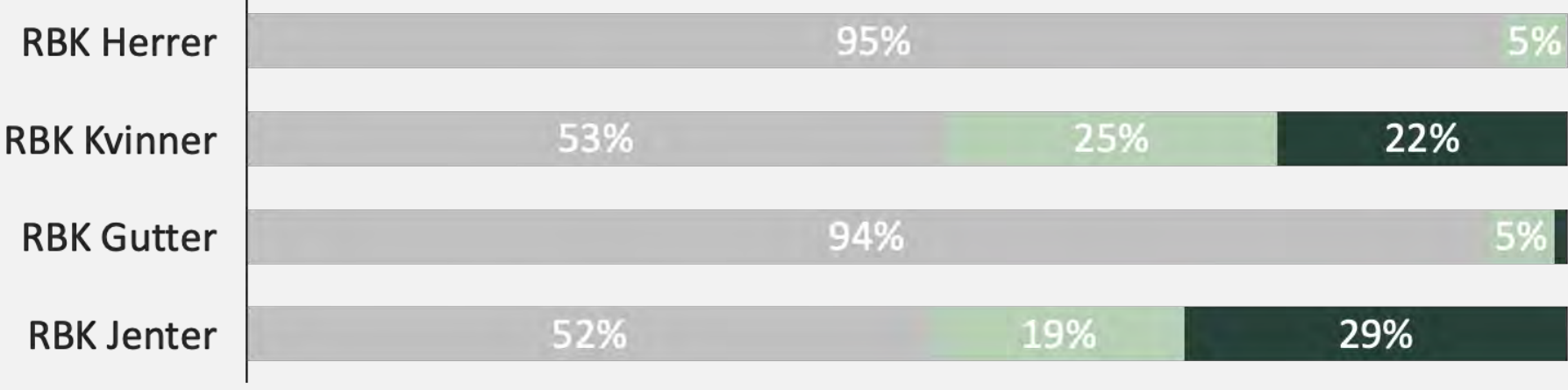
Klare rollemodeller i fotball når jeg vokste opp



Mannlige fotballspillere som rollemodeller når jeg vokste opp



Kvinnelige fotballspillere som rollemodeller når jeg vokste opp



Uenig Verken/eller Enig

Både herrene og guttene har i stor grad hatt rollemodeller i oppveksten, mens kun 29% av kvinnene hadde rollemodeller i oppveksten.

Dagens jenter virker å ha sterkere tilgang til rollemodeller enn kvinnespillerne, men **mannlige rollemodeller dominerer fortsatt** – også for jentene og kvinnene.



Media former
virkeligheten vår



Mener dette bildet beskriver den enorme forskjellen: – Ekstremt



Skadesmell for Vålerenga:
Henrik Bjørdal ute med skade

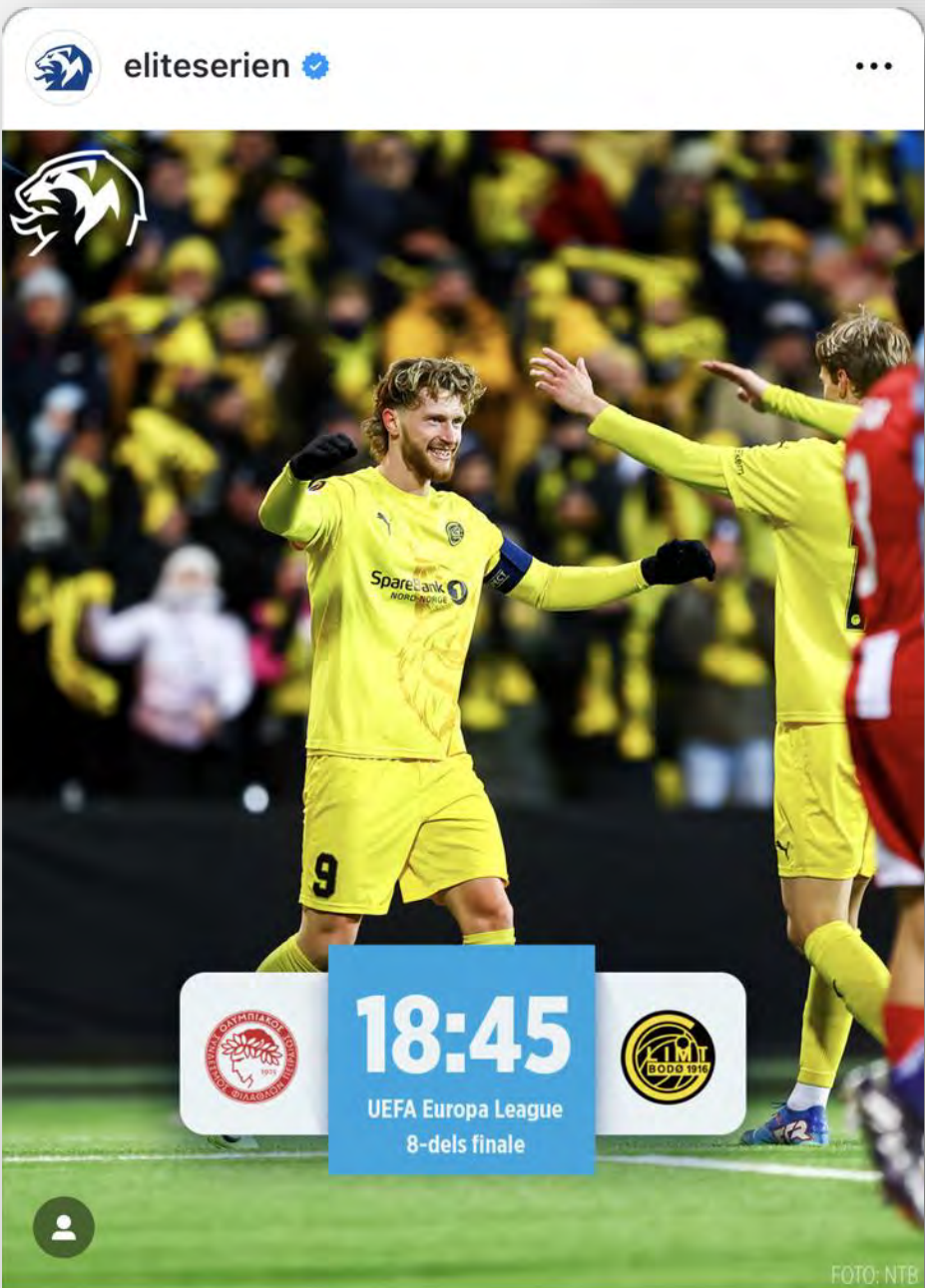
For 3 timer siden · 1 min lesetid



toppserien and marthineostenstad
242 2 2
toppserien @marthineostenstad
Shop Toppseriens offisielle merch på shecanplay.no



Holder pusten: – Merkelig



997 11 2
eliteserien Ny kampdag i Europa! 🔥 Bodø/Glimt har med seg en 3-0-ledelse til kampen mot Olympiacos, mens Molde går inn i sin bortekamp mot Legia... more



Knutsen med nådeløst Glimt-oppgjør: – Utilgjengelig



16.2K 105 815
shesaballer WOW Arsenal complete an INSANE comeback against Lyon to reach the UWCL final 🤩



644 17 5
eliteserien I morgen sparkes Eliteserien 2025 ENDELIG i gang! 🏆 Hvilken kamp gleder du deg mest til å se i første runde? 🤔
28 March · See Translation

Media er den viktigste kanalen for informasjon – 70% får fotballnyheter via TV, 50% via aviser

– og nærmere 20% søker informasjon på sosiale medier.



Tilskuertall denne runden

1. Bodø/Glimt - Rosenborg, 8107 tilskuere (Eliteserien)
2. Haugesund - Brann, 5404 tilskuere (Eliteserien)
3. Sarpsborg - Tromsø, 4330 tilskuere (Eliteserien)
4. Aalesund - Start, 3651 tilskuere (OBOS)
5. **RBK Kvinner - Brann, 3521 tilskuere (Toppserien)**
6. Kristiansund - Viking, 3480 tilskuere (Eliteserien)
7. Sandefjord - Strømsgodset, 3478 tilskuere (Eliteserien)
8. HamKam - Molde, 3088 tilskuere (Eliteserien)
9. Bryne - Fredrikstad, 2329 tilskuere (Eliteserien)
10. Mjøndalen - Lillestrøm, 1676 tilskuere (OBOS)



6792 flere tilskuere
enn snittet til 10 av 16 lag
i Eliteserien i 2024

Kvinner får **10 % av mediedekningen i sport i Norden.**

Når de dekkes, er **fokuset ofte på kjønn – ikke prestasjonen.**

NRK

Hetses i kommentarfelt: «Kvinnefotball er ræva»

Kvinnefotballen får hets og nedlatende kommentarer i forbindelse med lanseringen av NRK-serien «Kampen».



KAMPEN: – Det er flere som kommer på kamper og mer penger i kvinnefotballen enn før, men det er ikke er i nærheten av herrefotballen, sier RBK-spilleren Matilde Rogde.
FOTO: NRK

Kvinnedag og kvinnefotball gikk hånd i hånd da NRK publiserte sin nye serie «[Kampen](#)» 8. mars.

I serien følges RBK-kvinnenes drøm mot en fullsatt stadion.

«Om man ikke skjønner hvorfor damer tjener mindre innen fotball er man bare stakk dum»

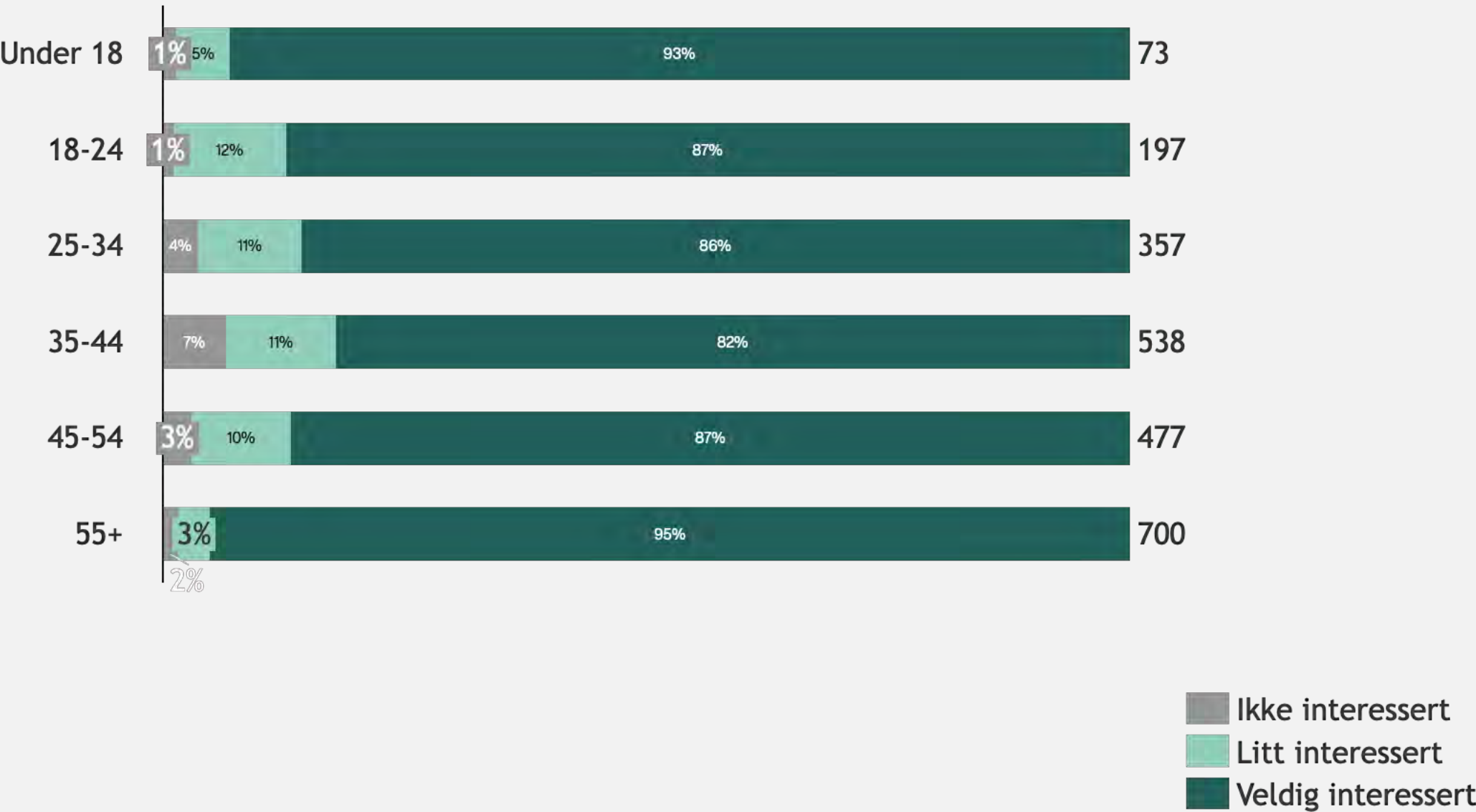


Kvinnelige utøvere fremstilles ofte stereotypisk og nedlatende i media og sosiale medier, og har en forsterkende effekt på at kvinnefotball er «annenrangs»

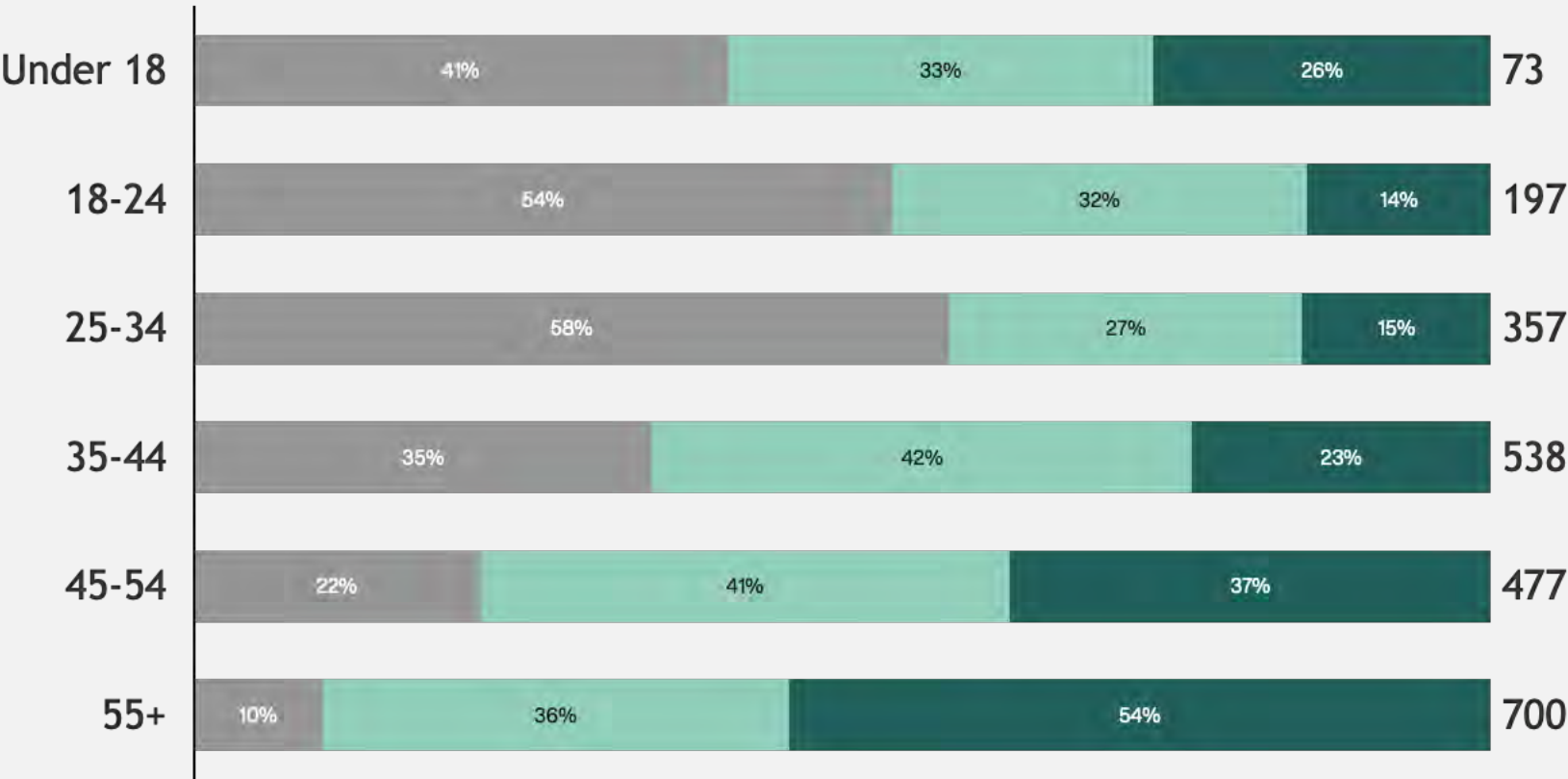


Vi må endre historien
som blir fortalt – og det
starter med kjennskap

Oppgitt interesse for herrefotball

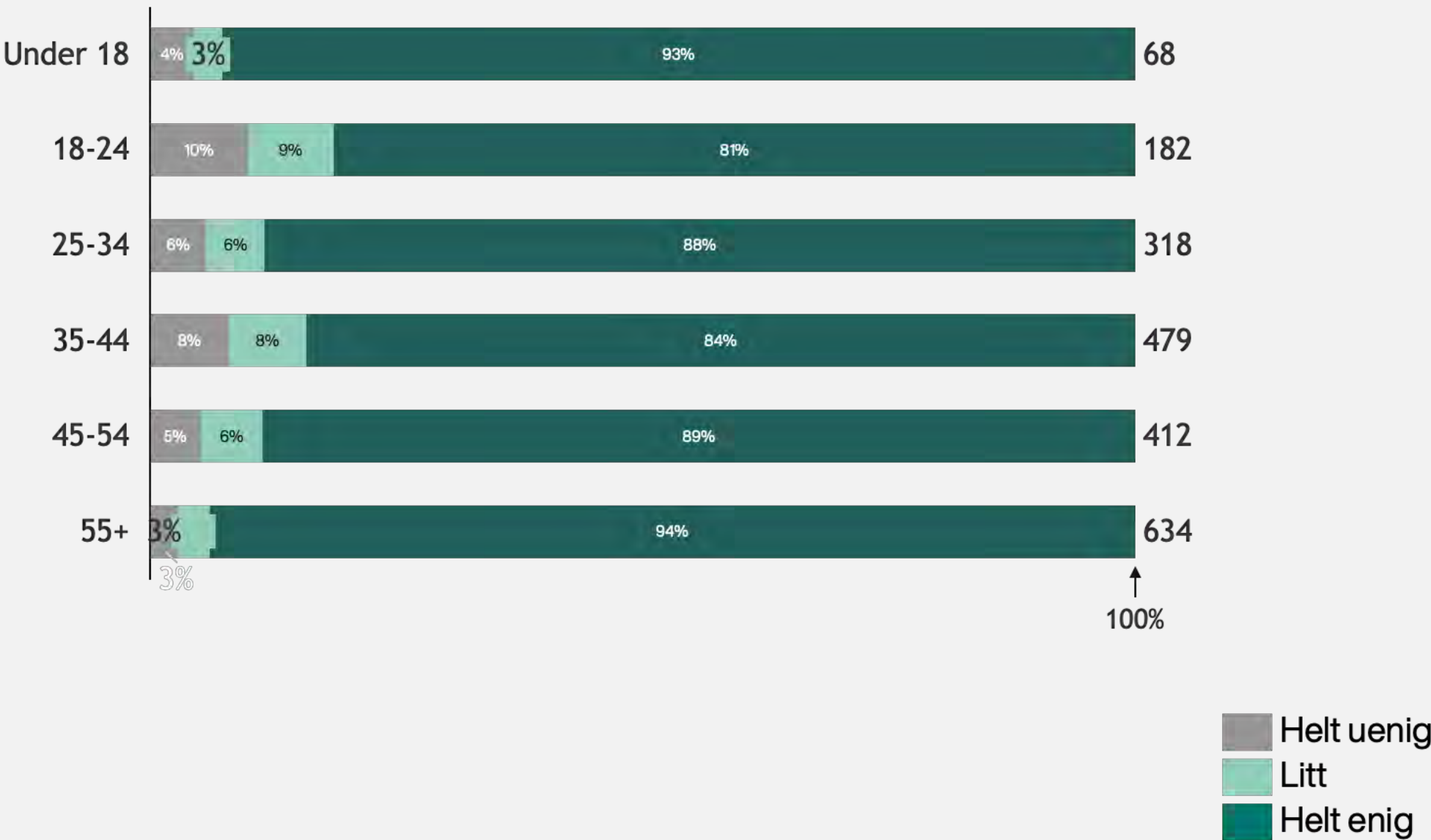


Oppgitt interesse for kvinnefotball

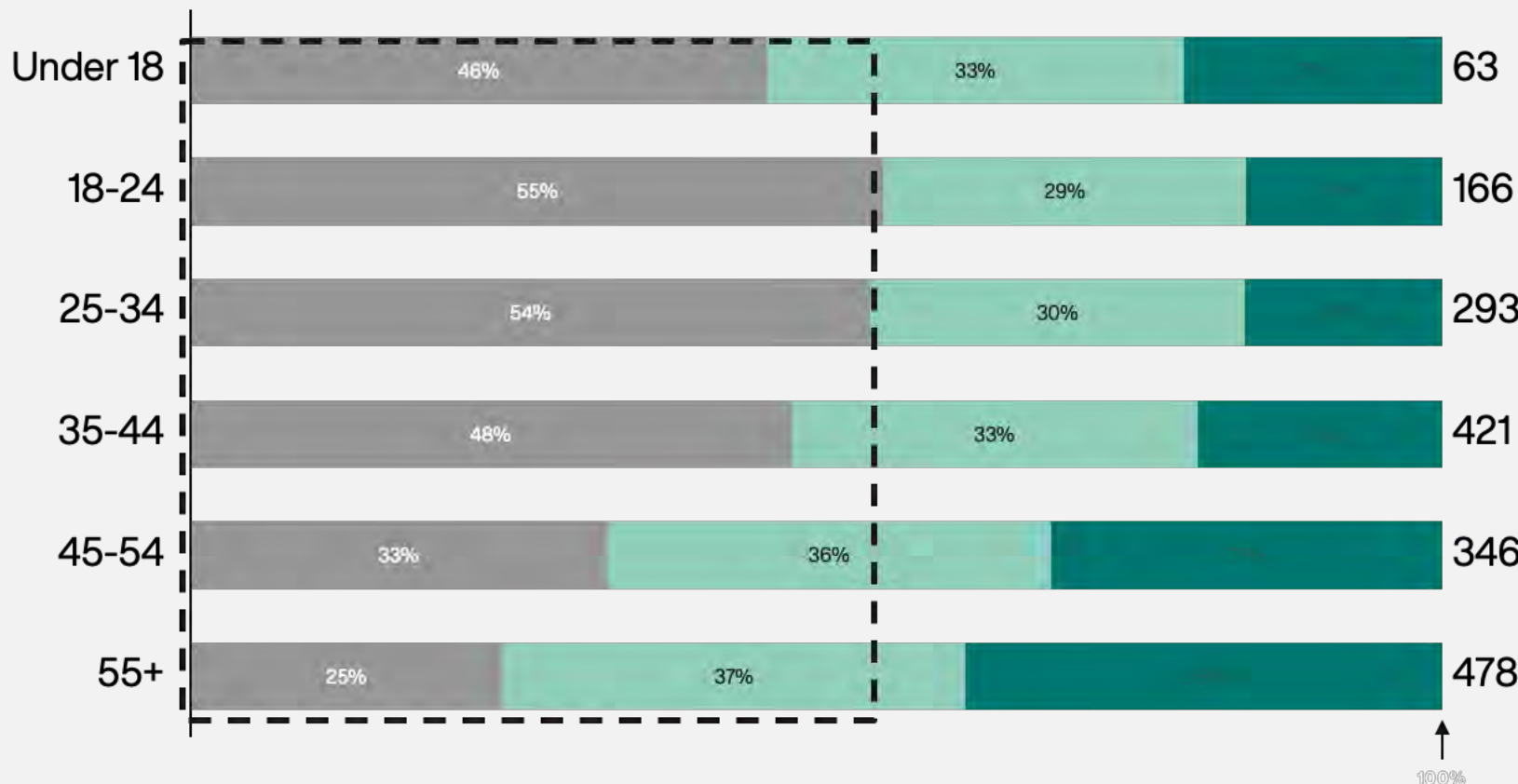


Forskjellen i oppgitt interesse mellom herre- og kvinnefotball er særlig stor for yngre aldersgrupper.

Jeg har god kjennskap til herrelaget



Jeg har god kjennskap til kvinnelaget



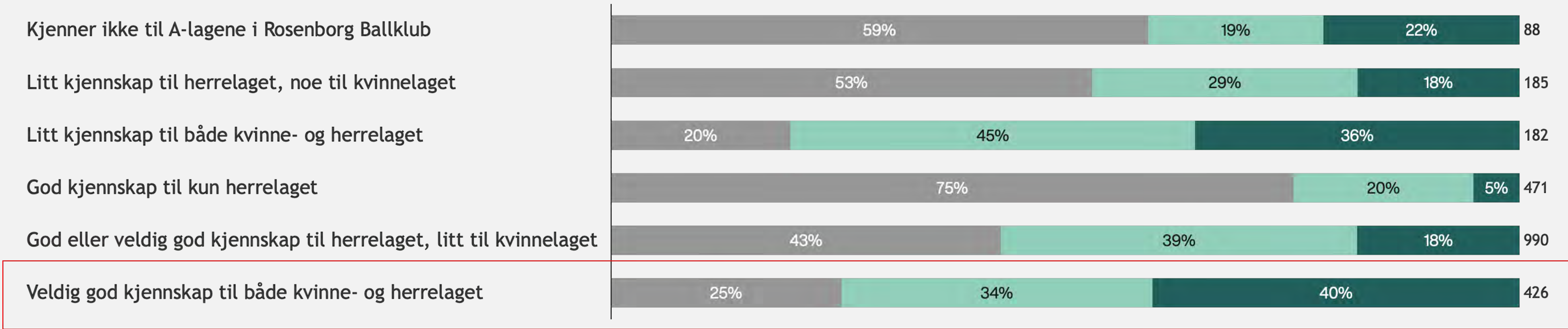
Samtidig ser vi at forskjellen i oppgitt kjennskap for herre- og kvinnelaget er størst blant de yngste, og mange har ikke kjennskap til kvinnelaget i det hele tatt.

Det du ikke kjenner, engasjerer deg
ikke.

Hva skjer om du øker kjennskapen?

Kvinnelaget bidrar positivt til respondentenes tilknytning til klubben, og tilknytningen øker med kjennskap.

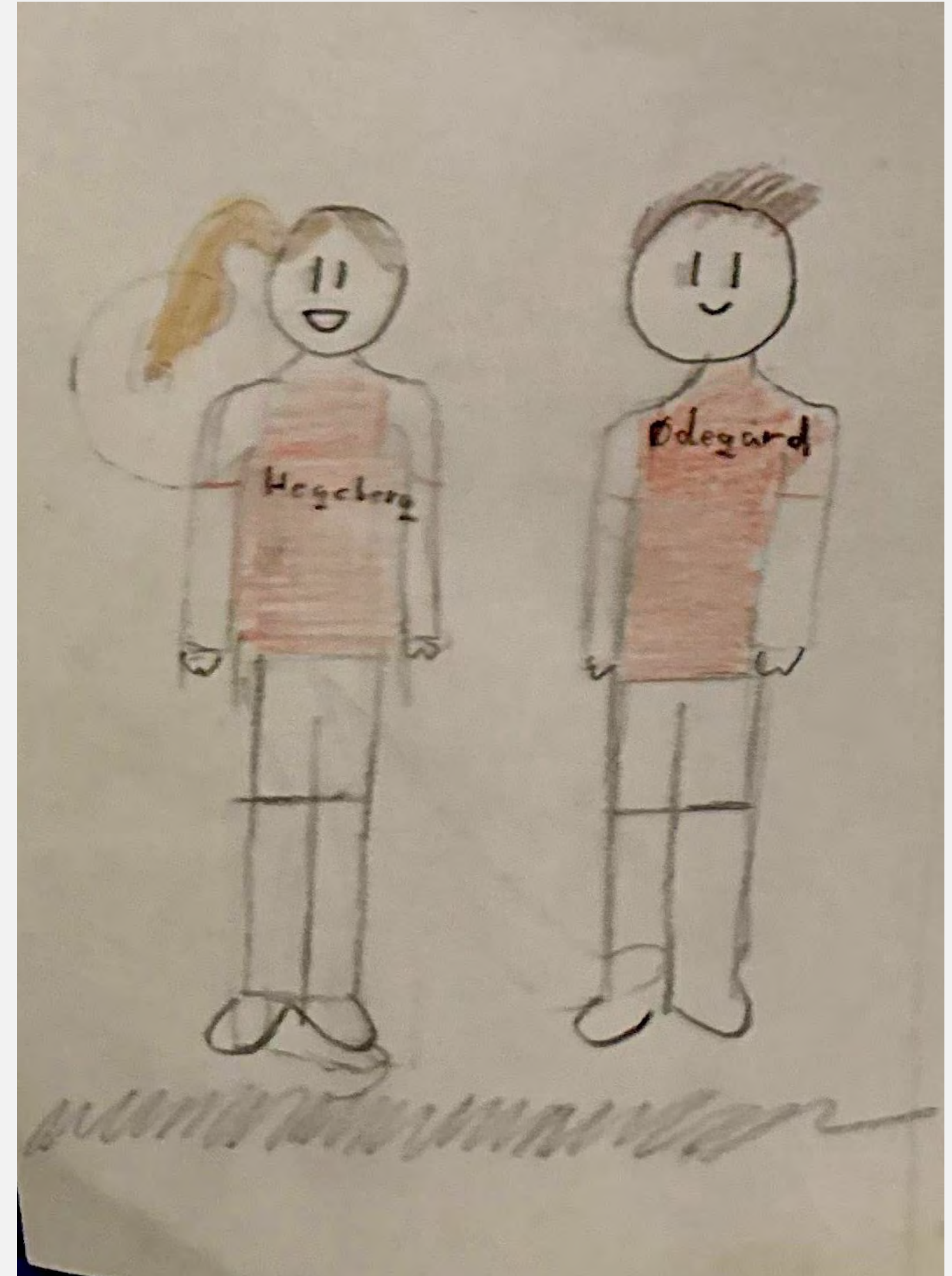
Jeg føler mer tilknytning til Rosenborg Ballklub på grunn av kvinnelaget



Helt uenig Litt Helt enig

Og enda viktigere...

**Kjennskap gjør noe
med holdningene våre.**

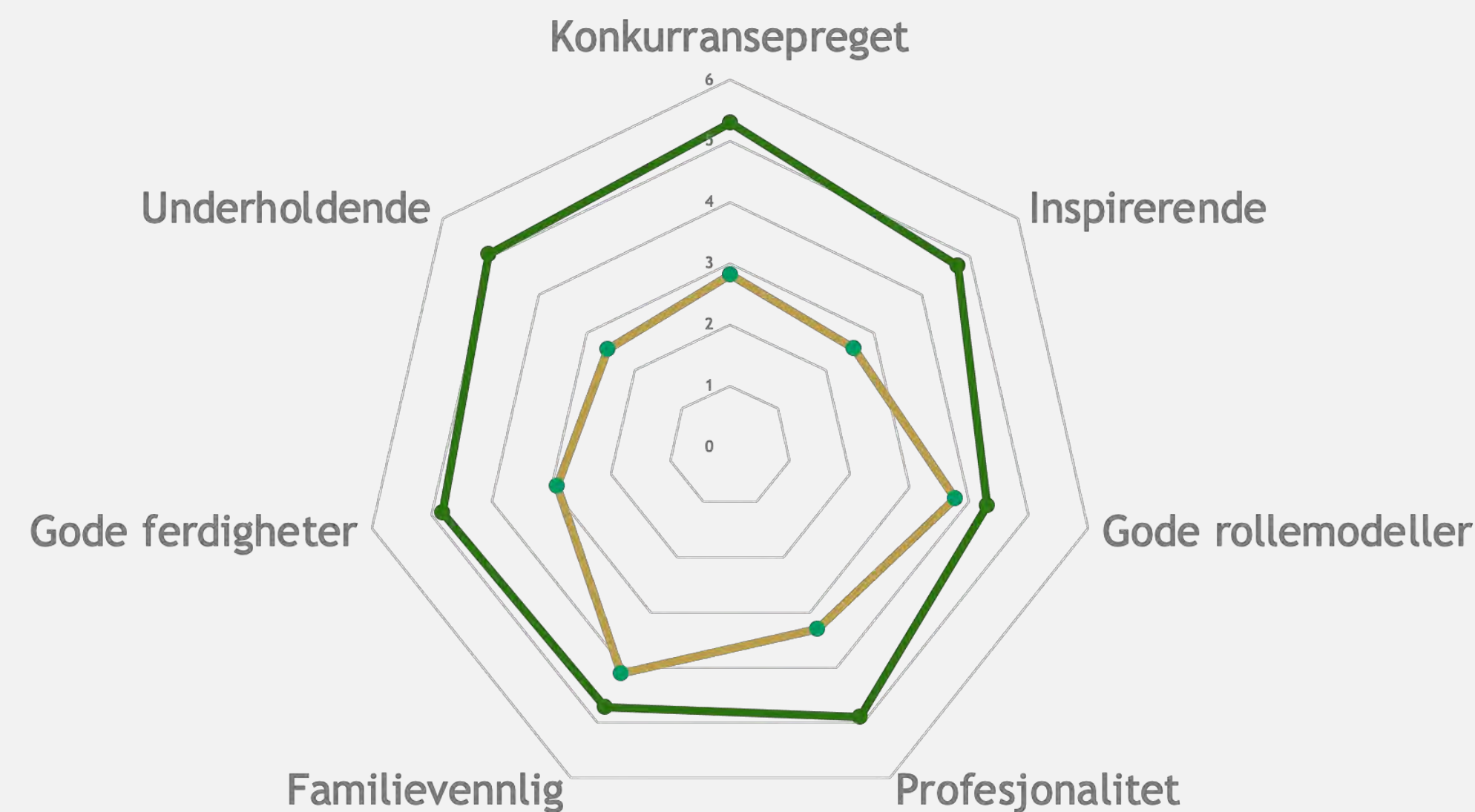




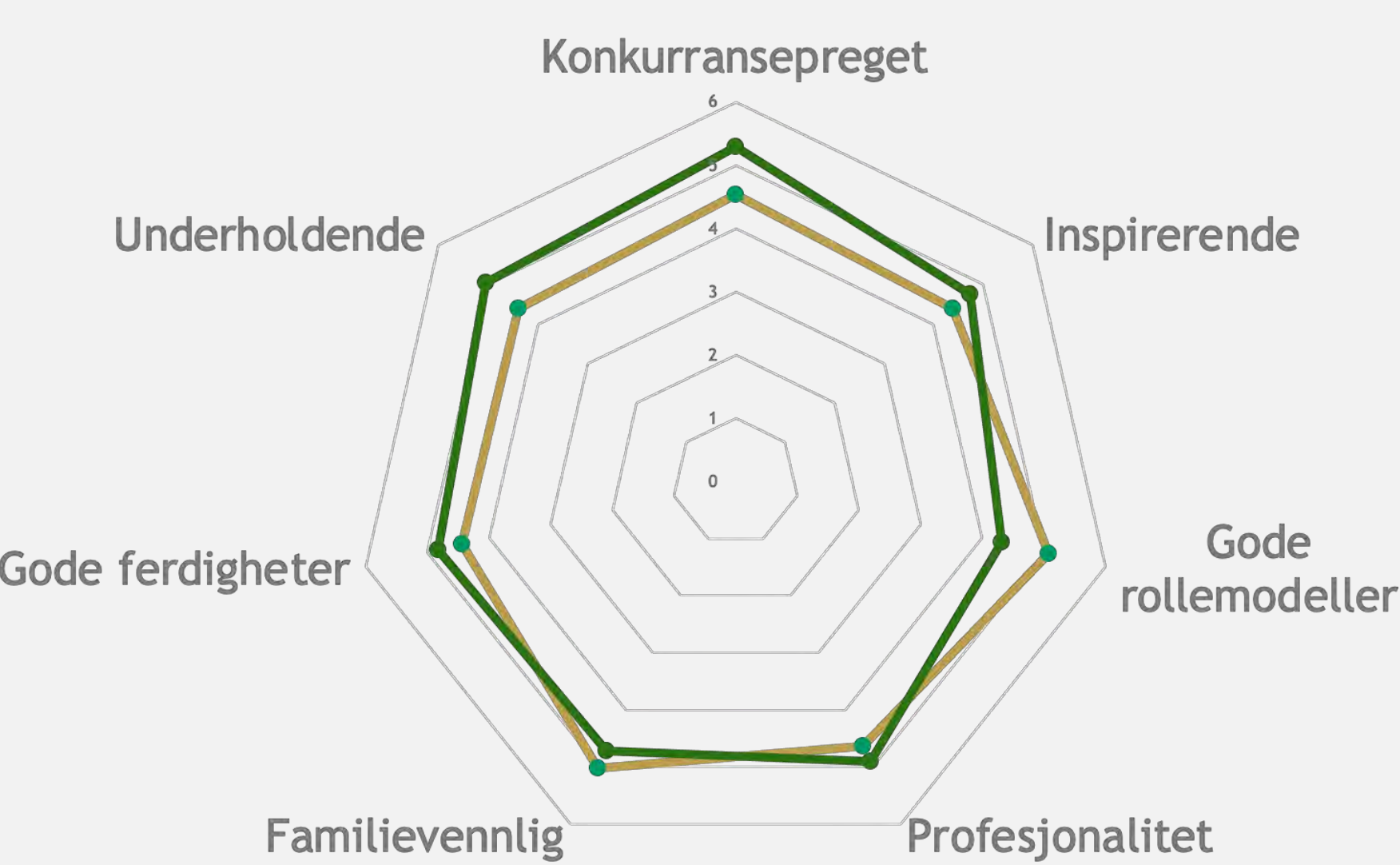
Samlet assosieres herrefotball i større grad som **mer inspirerende, konkurranspreget og underholdende** enn kvinnefotball.

Men forskjellen i opplevd kvalitet forsvinner blant dem som har god kjennskap til Rosenborgs kvinnelag

Respondentene med kun kjennskap til herrelaget



Respondenter med god kjennskap til henholdsvis kvinne- og herrelaget



**Det er en klar korrelasjon
mellom kjennskap og verdi.**

Men forskjellen i opplevd kvalitet forsvinner blant dem som har god kjennskap til Rosenborgs kvinnelag

Kjennskap gir tilknytning.
Tilknytning øker engasjement.
Engasjement skaper verdi.



En verdidreven, kommersiell mulighet for klubben og samarbeidspartnere

- ▶ *Return on purpose* er blitt like viktig som *Return on investment* for merkevarer som også ønsker å ta samfunnsansvar
- ▶ Samfunnsansvar skal styrke merkevaren mot nye og eksisterende kundeforhold, samt rekruttering av gode hoder
- ▶ Det er høy merkeloyalitet og bevissthet til sponsorer blant fans av kvinnefotball
- ▶ Kvinnefotball tiltrekker seg en ny og verdifull målgruppe – 60% er helt nye fans, og mange er unge og kvinner

Mulighetene er store både sportslig og kommersielt

- ▶ Sportslig kort vei opp til de beste i verden
- ▶ Økte kommersielle muligheter
 - ▶ Partnere tar ansvar
 - ▶ Seer-tall øker
 - ▶ Kjøpesterkt publikum



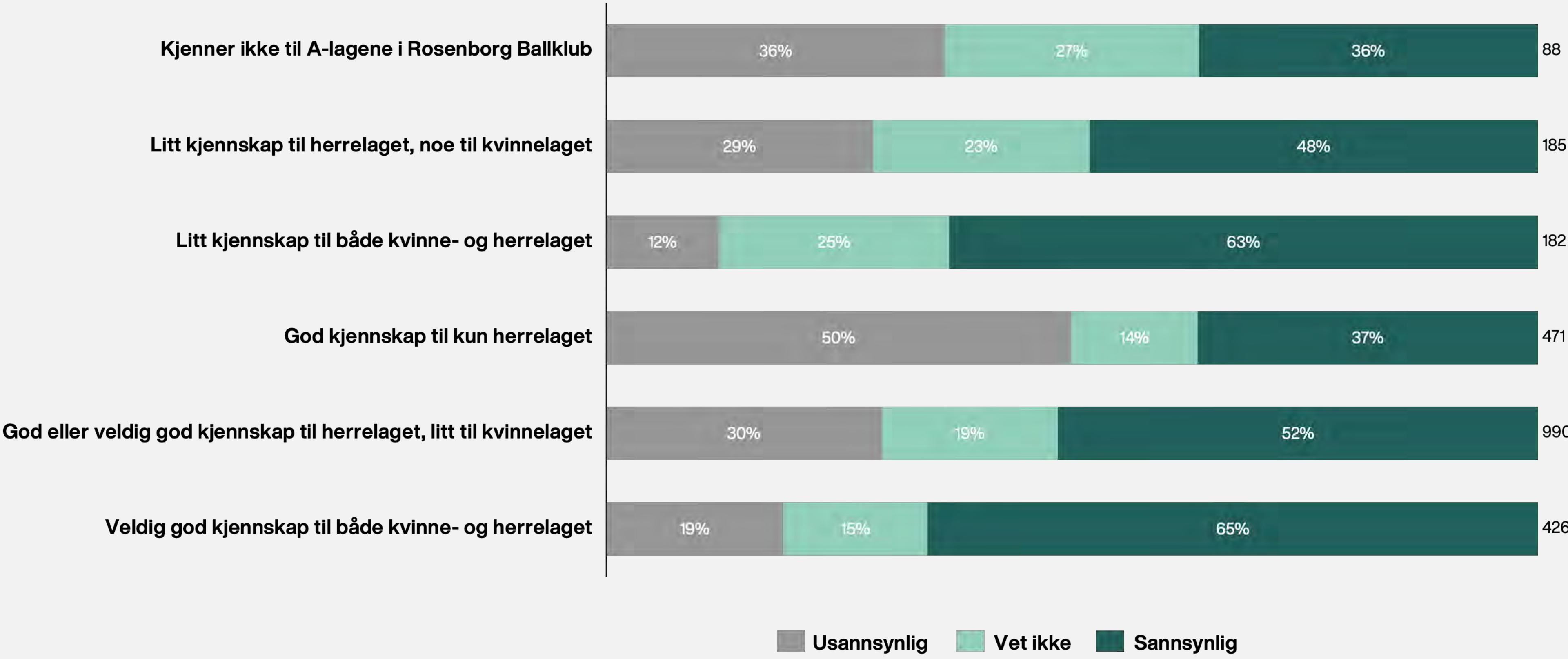
LERKENDAL STADION

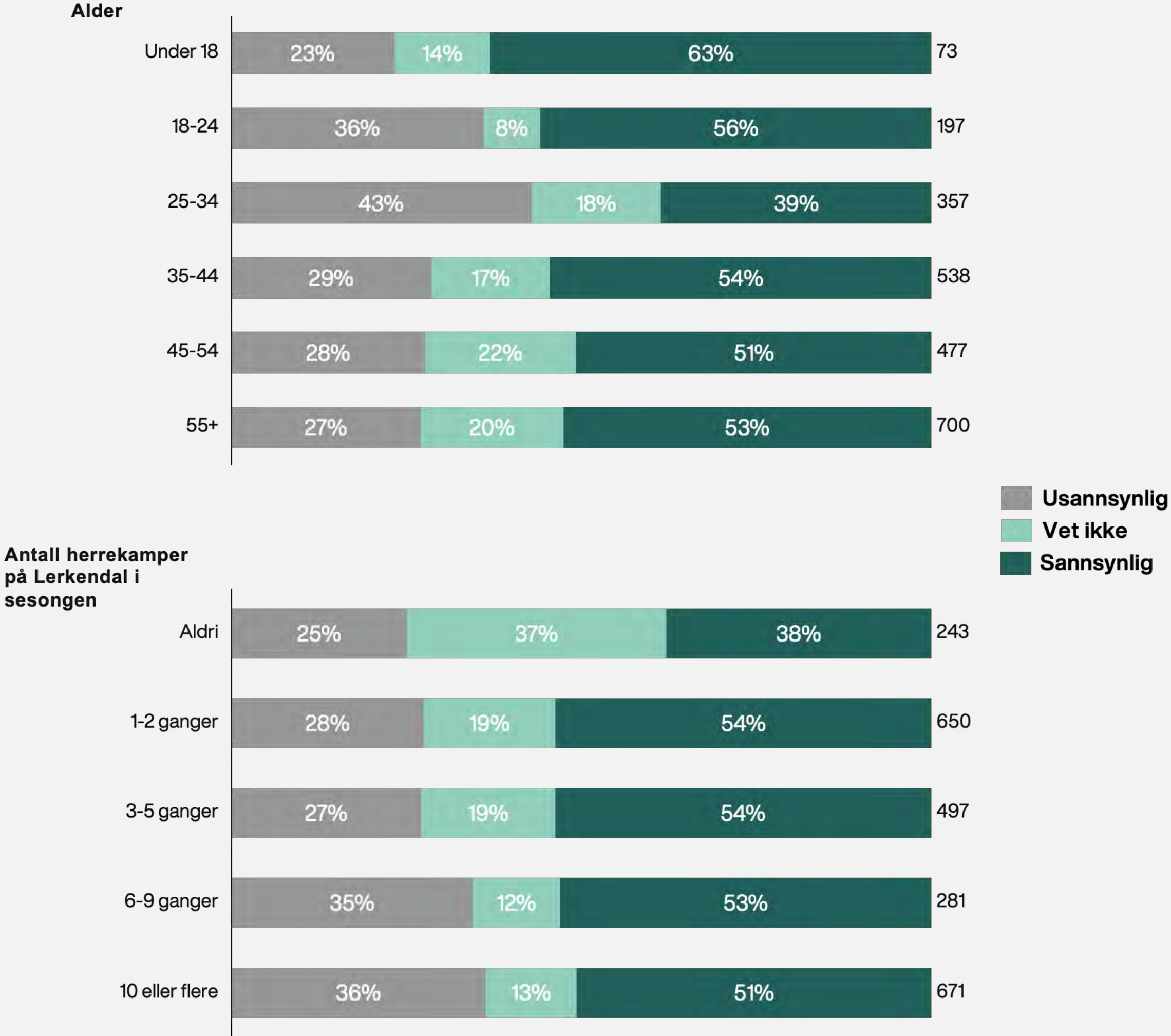
Betydningen av Lerkendal

Spill på hovedarenaer er den viktigste driveren for vekst i kvinnefotball.

– UEFA & ECA

Flere oppgir at det er **større sannsynlighet for at de kommer på kamp** om kvinnelaget spilte sine hjemmekamper på Lerkendal.





Og **Lerkendal fremstår mer attraktiv**, uavhengig alder og antall hjemmekamper for herrelaget respondentene allerede deltar på.

Spill på Lerkendal påvirker flere ting:

- ▶ Gjør det mulig å tiltrekke seg et bredere publikum
- ▶ Fasiliteter og infrastruktur for bedre sportslig forutsetninger og en mer helhetlig og engasjerende publikumsopplevelse
- ▶ Bedre rammer for TV-produksjon og digital dekning, noe som øker verdien av for medier og samarbeidspartnere
- ▶ Økt synlighet kan bidra til høyere inntekter fra medieavtaler og bedre distribusjon av på digitale plattformer

Et løft for lik verdi

EN KLUBB. ETT LERKENDAL.

Lerkendal er synonymt med Rosenborg som merkevare og økt tilgang til stadion vil bidra til økt interesse og vekst for kvinnelaget.

STYRKE SPORTSLIG SATSING

Samlokalisering med likeverdig
treningsfasiliteter og ressurser

Investering i A-laget og støtteapparatet





Øke synligheten for
å skape tilhørighet
og endre holdninger

Rosenborg ønsker å gjøre en forskjell, og vi vil inspirere til endring både på og utenfor banen.

Ambisjonen om å bli
fotballspiller på Rosenborg
skal være like naturlig for
jenter som for gutter

– både for spillere, trenere og
foreldre, og samfunnet ellers



Drømmen

Rosenborg ballklub er Norges mest attraktive klubb å spille for. Våre A-lag opplever sportslig suksess i cup og serie, og vi kvalifiserer oss jevnlig til Europa. Lagene består av egenutvikla trøndere og landslagsaktuelle toppspillere, og spillet har en internasjonal klasse som begeistrer sport, publikum og samarbeidspartnere.

Rosenborg er en foregangsklubb, som tar vårt samfunnsansvar på alvor. Spillerne beskrives som gode rollemodeller, og barn vokser opp med å ville være Nypan og Sødahl på fotballbanen. Ambisjonen om å bli profesjonell fotballspiller er like naturlig for jenter som for gutter – både for spillere, trenere og foreldre, og samfunnet generelt.

Vi har Norges beste plattform for å bli kjent med lagene og spillerne, både fysisk og digitalt, og vi leverer Norges beste kamppopplevelse. Herrelaget spiller for full stadion hver helg. Det er over 10 000 mennesker på hver hjemmekamp hos kvinnene, og toppkampene trekker fullt hus. Klubben er kjent for at publikum vil tilbake og de elsker å være en del av Norges grønneste arrangement.

Klubben har en forutsigbar og bærekraftig økonomi fordi Rosenborg Ballklub – *en klubb, flere lag* – har en unik posisjon hos publikum og samarbeidspartnere på grunn av sportslig suksess, spillernes posisjon i trønderske hjerter og vår evne til å samle folk i regionen.