

# MAS5100

## Masteroppgave

*Maktforhold i fotballen: En kvalitativ studie av agents  
rolle*

*Power Relations in Football: A qualitative study of agents'  
roles*

Master i markedsføringsledelse

Høyskolen Kristiania

**VÅR 2021**

Innleveringsdato: 10.06.2021

*Denne masteroppgaven er gjennomført som en del av utdannelsen ved Høyskolen Kristiania.*

*Høyskolen er ikke ansvarlig for oppgavens metoder, resultater, konklusjoner eller  
anbefalinger.*

# Sammendrag

I denne masteroppgaven har vi undersøkt maktforhold i det norske fotballmarkedet med spesiell vekt på agenter rolle. Vi har sett på forholdet mellom agenter og spillere, og agenter og klubber. Gjennom forskningsspørsmål om hvilke maktformer som eksisterer mellom partene, betydningen av egeninteresse og spillernes anledning til å utøve motmakt, har vi tatt sikte på å belyse denne bransjen fra et maktteoretisk perspektiv. Det finnes i dag minimalt med forskning på agentforhold i bransjen med et maktteoretisk utgangspunkt. Analysen tar utgangspunkt i nettverks- og prinsippal-agent-teori. Disse har vi i tur tolket og benyttet i kontekst av Steven Lukes' tre maktdimensjoner.

Prosjektet er av kvalitativ karakter, der vi har gjennomført totalt 11 dybdeintervjuer med både fotballspillere, agenter og sportslige ledere i norske eliteserierklubber. Vi har gjennomført et teoretisk informert casestudie, der generell teori benyttes for å kaste lys over spørsmålene som undersøkes.

I analysen så vi indikasjoner på at det er fire faktorer for hver relasjon som er særlig utslagsgivende. I forholdet mellom spiller og agent er det agentenes overlegne kunnskap, ulike tillitsforhold, om relasjonen mellom spiller og agent er profesjonell eller personlig, samt garderobekultur som en kilde til motmakt som pekte seg ut som de viktigste funnene. I forholdet mellom agent og klubb derimot, var det agentenes kunnskap om overgangsmarkedet, betydningen av gode relasjoner mellom partene, verdien av sosiale nettverk og utfordringene knyttet til agenter som opptrer uredelig som skilte seg ut som mest interessant.

Funnene våre indikerer at agenter har portvoktermakt ovenfor både spillere og klubber, og at denne makten forsterkes gjennom et godt rykte. Et godt rykte fører til flere klienter, som igjen er med på å skaffe agenter ytterligere «svake» sosiale bånd til ulike klubber, og med lagkamerater av klientene. Disse båndene bidrar igjen til å gi agenter økt innflytelse over både klubber og spillere. Samtidig finner vi støtte for at agenter også er i en posisjon til å utøve regimakt på bakgrunn av deres kunnskap om markedet, og informasjonasymmetrien mellom agentene og spesielt spillerne. På grunn av at dette informasjonsovertaket er større i relasjonen mellom spiller og agent enn mellom agent og klubb, er denne maktformen mer gjeldende her. Idémakt kan også eksistere i begge relasjonene. Mellom spiller og agent er dette, i tillegg til agentenes kunnskap og sosiale nettverk, betinget av om det er en personlig

relasjon og et sterkt tillitsforhold mellom partene. Mellom klubb og agent derimot, kan idémakt eksistere mellom partene når klubben søker etter forsterkninger i markeder de har lav kjennskap til fra før. Dette grunnet agentens overlegne kunnskap om hvilke forhold og prosedyrer som gjelder i disse landene.

Vi fant også at søken etter å bygge omfattende sosiale nettverk var en av agentenes viktigste egeninteresser, da sterke nettverk på sikt bidrar til å bedre forutsetningene for å oppnå økonomisk suksess i yrket. Samtidig så vi indikasjoner på at spillerne i liten grad benytter seg av mulighetene til å utøve motmakt, der det eneste som deles med lagkameratene er hvilke agenter som er redelige, mens forhold som lønn og agenthonorarer knapt diskuteres i garderoben.

# Forord

Arbeidet med denne masteroppgaven har foregått gjennom vårsemesteret 2021, og innleveringen av prosjektet signaliserer slutten på vår mastergrad i markedsføringsledelse ved Høgskolen Kristiania. Vi vil dermed takke skolen og deres utmerkede forelesere for to fine år! Avhandlingens tema har sitt utspring i vår felles kjærlighet for fotball, og interessen for makt som fagfelt. Vi ønsker å takke vår veileder Bent Sofus Tranøy. Vi kontaktet Bent Sofus høsten 2020 og presenterte våre tanker og ideer for masteroppgaven. Som en felles fotballentusiast har han vist smittende engasjement og en positiv innstilling, og vært en viktig bidragsyter i prosessen til å skrive denne oppgaven. I løpet av denne perioden har han bistått med konstruktive tilbakemeldinger, og vært svært imøtekommende uavhengig av hvilke henvendelser vi har kommet med.

I tillegg vil vi rette en stor takk til alle spillere, sportslige ledere og agenter vi har intervjuet, som i stor grad har muliggjort denne oppgaven. På tross av at vi kontaktet dem midt i oppkjøringen til årets eliteseriesesong stilte de opp med et smil, og deres samarbeidsvilje, synspunkter og erfaringer har vært uvurderlig for oppgavens helhet. Vi ønsker også å rette en stor takk til venner, kjærester og familie for deres innspill og støtten som har blitt vist denne våren. Avslutningsvis vil vi trekke frem at samarbeidet oss imellom har vært svært vellykket, og vi er begge godt fornøyd med sluttproduktet.

God lesning!

Oslo, juni 2021.

# Innholdsfortegnelse

1.0 Introduksjon .....	1
1.1 Bakgrunn og motivasjon .....	1
1.2 Problemstilling .....	2
1.3 Forskningsbidrag .....	3
1.4 Avgrensninger .....	3
1.5 Oppgavens struktur .....	3
2.0 Teoretisk bakgrunn .....	4
2.1 Nettverksteori .....	5
2.2. Prinsipal-agent-teori .....	8
2.2.1 Prinsipal-agent-teori sett i lys av fotballmarkedet .....	9
2.3 Makt .....	11
2.3.1 Hvorfor Lukes? .....	12
2.3.2 Maktens tre ansikter .....	12
2.3.3 Endimensjonalt perspektiv - Portvoktermakt .....	13
2.3.4 Todimensjonalt perspektiv - regimakt .....	14
2.3.5 Tredimensjonalt perspektiv - idémakt .....	16
2.3.6 Tillit .....	17
2.3.7 Motmakt .....	18
3.0 Tidligere forskning på området .....	18
3.1 Agentenes rolleutvikling .....	19
3.2 Reguleringer i bransjen .....	21
3.3 Hva kan den tidligere forskningen bidra med? .....	23
4.0 Metode .....	24
4.1 Forskningsdesign .....	24
4.2 Casestudie .....	25
4.3 En abduktiv tilnærming .....	26
4.4 Datainnsamling .....	26
4.4.1 Dybdeintervjuer .....	26
4.4.2 Sekundærkilder .....	27
4.5 Utvalg .....	27
4.5.1 Utvalgsriterier .....	28
4.6 Intervjuguide og gjennomføring .....	30
4.7 Dataanalyse .....	31
4.7.1 Transkribering .....	31

4.7.2 Koding og analyse.....	32
4.8 Kvalitetssikring .....	33
4.8.1 Validitet.....	33
4.8.2 Reliabilitet.....	33
4.9 Etiske hensyn .....	34
5.0 Analyse .....	34
5.1 Spiller-agent relasjonen .....	34
5.1.1 Overlegen kunnskap.....	35
5.1.2 Betydningen av tillit.....	37
5.1.3 Omsorgsrolle vs. rådgiverrolle.....	38
5.1.4 Garderobekultur som kilde til motmakt.....	39
5.2 Agent-klubb relasjonen .....	41
5.2.1 Overlegen kunnskap.....	41
5.2.2 Viktigheten av en god relasjon .....	42
5.2.3 Verdien av sosiale nettverk .....	43
5.2.4 «Tror de er Mino Raiola» .....	45
6.0 Drøfting.....	47
6.1 Portvoktermakt.....	47
6.2 Regimakt .....	49
6.3 Idémakt .....	51
6.4 Egeninteresse .....	54
6.5 Motmakt.....	54
7.0 Avslutning.....	56
7.1 Begrensninger .....	57
7.2 Forslag til videre forskning.....	57
8.0 Litteraturliste.....	59
<b>Vedlegg</b> .....	64
Vedlegg 1 – Intervjuguide for sportslige ledere .....	64
Vedlegg 2 – Intervjuguide for fotballspillere.....	66
Vedlegg 3 – Intervjuguide for agenter .....	68
Vedlegg 4 – Intervjuguide for agenter (engelsk) .....	70
Vedlegg 5 – Meldeskjema NSD .....	72
Vedlegg 6 – Informasjonsskriv .....	75
Vedlegg 7 – Samtykkeskjema.....	78

# 1.0 Introduksjon

## 1.1 Bakgrunn og motivasjon

Den globale fotballen har sett enorm økonomisk vekst de siste tiårene. Som følge av kommersialiseringen av fotballen har sporten blitt en real «pengebinge». Dette kan eksemplifiseres ved at de engelske Premier League-klubbene har gått fra å ha samlede lønnsutgifter på £195 millioner i 1995/1996, til £786 millioner i 2003/2004 (Holt, Michie og Oughton 2006, 2). Dette hadde igjen steget til den enorme sum av ca. £3 milliarder i 2017/2018 sesongen (Conn 2019). Parallelt med de nå astronomiske pengesummene, er det spesielt ett yrke som har fått oppmerksomhet for sin rolle i denne utviklingen;

*footballagentene*. Fotballagent er langt fra et nytt yrke. Da profesjonell fotball ble legalisert i England i 1885, var spilleragenter aktive med speiding og rekruttering av spillere på vegne av klubber. Fotballspillers bruk av agenter økte på 1960- og 70-tallet, ettersom de kommersielle mulighetene og det internasjonale markedet utvidet seg. Den økonomiske veksten i sporten på 1990-tallet forsterket behovet for fotballagenter ytterligere, som har medført at de nå innehar en svært innflytelsesrik posisjon i markedet for fotballspillere (Holt, Michie og Oughton 2006, 1-2).

Tross sterk økonomisk vekst i fotballen, skjedde den viktigste utviklingen i nyere historie på europeisk nivå da den europeiske domstol presenterte sin kjennelse i Bosmansaken i 1995. Der spillere før dette var avhengige av klubbens tillatelse for å skifte arbeidsgiver selv etter kontraktens utløp, fastslo domstolen at en spiller hadde rett til en internasjonal overgang uten restriksjoner ved kontraktens slutt. Denne ordningen ble fort gjort gjeldende også for innenlandske overganger. I lys av disse endringene har spillere og agenter nytt godt av større frihet og mobilitet i markedet. Fra at kontrollen over spilleroverganger og kontrakter i stor grad lå hos klubbene, har denne makten blitt flyttet over til spilleren, og dermed spillerens agent (Holt, Michie og Oughton 2006, 2-3).

For å illustrere hvilket nivå agentvirksomhet har nådd, er franske Paul Pogbas overgang fra Juventus (Italia) til Manchester-United (England) sommeren 2016 et godt eksempel. Overgangen var pålydende £89 millioner, som på det tidspunktet gjorde Pogba til verdens dyreste fotballspiller. Dog var det ikke Pogba og selve overgangssummen som fikk mest oppmerksomhet i ettertid, men heller hans agent Mino Raiola. Ifølge «*Football Leaks: The Dirty Business of Football*» tjente Raiola totalt £41 millioner på overgangen. £22,8 millioner

skal stamme fra overgangsgebyret alene, så vel som £16,39 millioner fra Manchester-United og £2,2 millioner fra Paul Pogba selv (Lawton 2017).

Ifølge flere kilder skal Raiola ha sittet ved tre sider av bordet under forhandlingene, og skal ha representert både Paul Pogba, Manchester United og Juventus. Slik «trippel-representasjon» var på det tidspunktet ikke ulovlig, så lenge alle involverte parter var innforstått med dette og hadde gitt samtykke. Likevel fremmet det spørsmål om hvorvidt det forelå en interessekonflikt. Dette er også noe fotballens øverste styringsorgan, FIFA, reagerte på da de valgte å undersøke hvorvidt de hadde grunnlag for å opprette sak mot partene. Ettersom det juridiske grunnlaget var tynt ble dette lagt på is, på tross av at FIFAs disiplinærkomite uttalte at den type overganger «ikke burde bli tolerert» (Ziegler 2018).

Ovennevnte eksempel er langt fra normen, men det tegner likevel et bilde av et marked med mangel på reguleringer, der noen få aktører sitter på mye makt og enorme gevinstmuligheter. På bakgrunn av dette undret vi hva slags makt agenter innehar, som tillater dem å være så innflytelsesrike. I denne oppgaven vil vi derfor gå i dybden på rollen som fotballagent, og undersøke maktstrukturene som eksisterer i bransjen.

## 1.2 Problemstilling

På bakgrunn av teori og empiri, har vi utviklet en problemstilling med tilhørende forskningsspørsmål (Fx). Den overordnede problemstilling er som følger:

*Hvordan oppstår og endrer makt seg i spiller-agent- og agent-klubbrelasjoner i det norske fotballmarkedet?*

For å kunne besvare problemstillingen på best mulig måte, var det ønskelig å gå i dybden på noen sentrale elementer for å bedre forståelsen av hvordan makt oppstår og endrer seg i relasjonene. Forskningsspørsmålene har sitt utspring i det teoretiske rammeverket presentert i kapittel 2.0.

*F1. Hvilke former for makt eksisterer i de ulike relasjonene?*

*F2. Hvilken rolle spiller agentenes egeninteresse i relasjonene?*

*F3. Hvilke kilder til motmakt ligger hos spillerne?*



### **1.3 Forskningsbidrag**

Ettersom majoriteten av den tidligere forskningen har studert agentrollen og dens utvikling fra et juridisk og idrettspolitisk perspektiv, tar vårt arbeid sikte på å studere agentenes posisjon fra et maktteoretisk perspektiv. Dette forskningsprosjektet vil benytte en modifisert utgave av eksisterende rammeverk for analyse av makt innenfor et nytt område, samtidig som den vil bidra til å sette lys på et lite undersøkt aspekt ved et lukket virke. Selv om denne oppgaven setter søkelys på det norske markedet, og dermed ikke tar for seg de mest kritikkverdige forholdene som er å finne i fotballen, er det momenter vi undersøker som kan bidra til å belyse mer urovekkende aspekter i fotballverden. En forståelse av hvilke faktorer som bidrar til makt i relasjonene mellom agenter og klubber/spillere er derfor ikke bare teoretisk interessant, men også av en viss samfunnsmessig interesse.

### **1.4 Avgrensninger**

Nærmest uansett hvilke faktorer man vurderer, er fotball verdens største idrett. Flere hundre millioner mennesker rundt kloden spiller det engelskmennene kaller «the beautiful game», og de fleste land i verden arrangerer enten profesjonelt eller semiprofesjonelt ligaspill. I 2019 ble det registrert over 18000 (FIFA 2019) internasjonale overganger, men i denne oppgaven vil vi kun undersøke overganger i eller til det europeiske markedet, med et spesielt fokus på Norge. Dette finner vi hensiktsmessig ettersom vi vil ha dårlige forutsetninger for å uttale oss om maktdynamikken som utspiller seg i klubber og spilleroverganger på andre kontinenter.

I oppgaven er det også to relasjoner vi ønsker å undersøke: forholdet mellom agent og spiller, og agent og klubb. Bakgrunnen for at vi velger å ekskludere spiller-klubb forholdet er at majoriteten av kontraktsforhandlinger og overganger går igjennom en agent, så spiller-klubb dynamikken vil derfor ikke være like relevant.

### **1.5 Oppgavens struktur**

Vi vil i kapittel 2 gå inn på det teoretiske rammeverket forskningsspørsmålene har sitt utspring i. Her vil sentrale begreper og teorier redegjøres for, og bli plassert i en kontekst slik at det er mulig å forstå dem ut fra et maktteoretisk perspektiv. Videre vil vi i kapittel 3 presentere forskning som har blitt gjort innenfor dette feltet tidligere, før vi i kapittel 4 stegvis gjennomgår de metodiske vurderingene vi gjorde for å best mulig besvare oppgavens problemstilling. I kapittel 5 vil de viktigste funnene fra datainnsamlingen presenteres før vi

drøfter disse funnene i lys av vårt teoretiske utgangspunkt i kapittel 6. Oppgaven avrundes i kapittel 7, der vi også redegjør for avhandlingens begrensninger og våre forslag til videre forskning.

## 2.0 Teoretisk bakgrunn

I dette kapittelet vil vi redegjøre for hvilke faglitterære ressurser vi har tatt utgangspunkt i for å utvikle og besvare avhandlingens problemstilling. Teoriene vi benytter oss av vil i hovedsak være fra tre fagfelt: nettverksteori, prinsipal-agent-teori og maktteori. Her ønsker vi å bruke denne vitenskapen i en ny kontekst, for å forstå maktstrukturer i en bransje preget av hemmelighold. Det teoretiske rammeverket tar kapittelvis for seg nettverksteori, prinsipal-agent-teori og maktteori med hensikt å kartlegge mekanismer som bidrar til agents makt. Nettverksteori med sosiolog Mark Granovetter i sentrum, har som formål å forklare viktigheten av svake og sterke bånd som en maktfrembringende faktor i agentbransjen.

I oppgaven er det to relasjoner vi ønsker å undersøke: forholdet spiller-agent og agent-klubb. I fotballmarkedet opererer spillerformidlere <sup>1</sup> som representanter for utøverne. Spiller As makt er på mange måter formidlet og forsterket gjennom bruk av agent C, som i større grad gir spilleren anledning til å oppnå ønsket utfall ovenfor klubben, B.

Det er allikevel ikke bare relasjonen mellom agent og klubb vi ønsker å undersøke i denne avhandlingen, men også maktforholdet mellom spilleren og agenten. I teorien burde all makt i disse relasjonene ligge hos spilleren, der agenter kun fungerer som en forlengelse av utøverens vilje. I realiteten mistenker vi at dette ikke stemmer overens med virkeligheten. Det ligger en viss ironi i at agenter, som oppstod i idretten som et virkemiddel mot informasjonsasymmetrien som eksisterte mellom spiller og klubb, nå selv sitter med det samme informasjonsovertaket overfor spilleren. Dette utforsker vi i kapittelet om prinsipal-agent-teori.

Avslutningsvis vil vi samle trådene ved hjelp av en modifisert utgave av Steven Lukes maktteori, hvor vi kobler nettverks- og prinsipal-agent-teori opp mot Lukes' tre

---

<sup>1</sup> En (spiller)formidler er det samme som en fotballagent

maktdimensjoner. Disse maktkapitlene munner igjen ut i antagelser om hva vi forventer å finne, basert på innsikten teorien bidrar med.

## 2.1 Nettverksteori

Nettverksteori kan defineres som studiet av hvordan mennesker, organisasjoner og grupper interagerer med andre i nettverket sitt (Claywell 2016). Premisset er at et nettverk består av et sett ulike relasjoner, og disse defineres av aktørene i dette nettverket og forholdene dem imellom (Pataraiia m.fl. 2014).

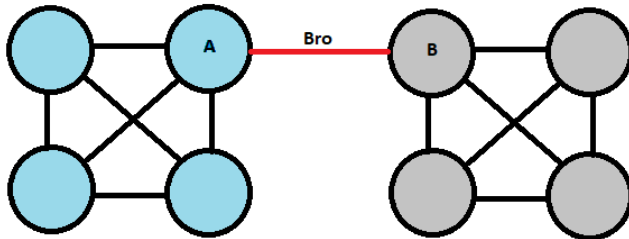
Sosiale nettverk kan ses på som utviklende sosiale strukturer, der det er gjensidig avhengighet mellom individer eller grupper i samfunnet (Rossi, Semens og Brocard 2016, 127). I følge Granovetter (1985) skiller nettverk seg ut basert på omfang og kvalitet, og de utvikler seg fortløpende etter hvert som muligheter innad i nettverket oppstår, endrer funksjon eller som følge av at det blir opprettet nye forbindelser. Det er flere elementer som bestemmer styrken til nettverket, blant annet investert tid og emosjonell tilknytning (Granovetter 1973, 1361). Dog anses gjensidig informasjonsutveksling innad i nettverket som nøkkelen til å skape økt tillit og sannsynlighet for fremtidig samarbeid, i tillegg til at det hjelper individer å utvikle et godt omdømme (Granovetter 1985, sitert i Rossi, Semens og Brocard 2016).

Uavhengig av om man har et godt omdømme, presiserer Ronald Burt gjennom «*The Social Structure of Competition*» (1992) at beslutninger ofte tas basert på hvorvidt det eksisterer en personlig relasjon til den andre parten. Er relasjonen svak, minsker sannsynligheten for at de to vil samarbeide. I lys av profesjonell fotball, er agenten avhengig av et sterkt nettverk for å sikre solid informasjonsoverføring mellom kjøpere (*klubb*) og selgere (*spillere*). Som følge av informasjonsgapet som ofte oppstår mellom klubb og spiller, har spillerformidlere blitt en vesentlig brikke gjennom å utnytte hullene i nettverket, omtalt av Burt som «strukturelle hull» (Burt 1992). Samtidig fyller agenter en viktig rolle i å dekke opp for manglende kunnskap og erfaring hos spillerne når det kommer til juss, forhandlinger og jobbmuligheter.

Generelt sett har formidlere to nøkkelroller: 1) å jobbe på vegne av en utøver for å finne en klubb for dem, eller 2) operere på vegne av en klubb for å sikre den rette spilleren, der begge rollene er avhengig av agentens nettverk (Rossi, Semens og Brocard 2016, 130). Det er særlig én sosiolog som står sentralt i diskusjoner rundt nettverksteori: Mark Granovetter, med sine artikler «The Strength of Weak Ties» fra 1973, og «The Strength of Weak Ties: A Network

Theory Revisited»(1983), som ble utgitt 10 år senere. Granovetter argumenterer her for at sosiale nettverk består av en serie sterke og svake relasjoner.

Mens personer i et nettverk bestående av sterke bånd gjerne kjenner hverandre godt, består de svake båndene av bekjente, kolleger og andre perifere forhold. Disse svake sosiale kontaktene har dog sine egne nære sirkler, som gjør at person As forhold til person B også fungerer som en bro mellom partenes sosiale nettverk, som illustrert i figur 1.



*Figur 1: Bro mellom nettverk.*

Få svake bånd gjør deg med andre ord mer avhengig av din nære sirkel for informasjon (Granovetter 1973), som vil begrense tilgang til kunnskap og informasjon om for eksempel en klubbs behov for en forsvarsspiller, eller et stortalent uten representasjon med behov for en agent. Slik vi forstår Granovetters synspunkt overført til en fotballkontekst, er det nødvendig for spillerformidlere å ha både sterke og svake bånd i henhold til rollen de spiller. Amerikaneren påpeker dog at svake bånd i utgangspunktet er viktigere enn sterke bånd for personer som er ute etter å kapitalisere på nettverket sitt. For en agent som kun representerer spillere, er det å ha mange svake bånd essensielt - både for å høre om nye og alternative muligheter, men også for å få kjennskap til andre utøvere med et representasjonsbehov. Mangler på svake bånd medfører begrensninger i spillerens mobilitet til andre klubber (Rossi, Semens og Brocard 2016, 131).

Det er ikke til å legge skjul på at agenter tjener på et velformet nettverk. Didier Demazière og Morgan Jouvenet (2013) påpeker evnen agenter har til å utvikle relevante relasjoner med andre aktører som det viktigste kriteriet for å oppnå suksess i yrket. Å få tilgang til pålitelig og eksklusiv informasjon er viktig for å lykkes, og agentkolleger er en viktig kilde til dette. Allikevel presiserer de to at konkurransen mellom spillerformidlere i stor grad defineres av deres kunnskap om fotballandskapet, som ironisk nok gir insentiver for å holde kortene tett til brystet. Å utvikle kunnskap om spillere, men også klubber og deres behov, anser forskerne som essensielt for å oppnå, og opprettholde, et produktivt forhold til klubbene (Demazière og

Jouvenet 2013, 34-35). Spillerformidlere nevner sportsdirektører som de viktigste forretningspartnerne når spillere skal plasseres i en ny klubb, etterfulgt av fotballtrenere. Dette fører til situasjoner der trenere og sportsdirektører, i samspill med agentene, organiserer overganger og kontraktsforhandlinger (Rossi, Semens og Brocard 2016, 145).

Ettersom kunnskap innad i et nettverk sirkulerer raskere, blir individer oppmerksomme på viktig informasjon på ulike tidspunkt, avhengig av deres tilknytning til ulike sosiale sirkler. I boken til Rossi, Semens og Brocard (2016, 128) fremkommer det at bransjen i dag domineres av fotballagenter med tidligere erfaring fra fotballen. Dette illustreres av figur 2 nedenfor, som underbygger poenget om at kjennskap til aktører i markedet er en viktig betingelse for å lykkes i yrket.



*Figur 2. Prosentandel av agenter med tidligere arbeidserfaring i ulike jobber i fotballen (Rossi, Semens og Brocard 2016, 128).*

Vi ønsker å bruke Granovetters teorier som bakgrunn for å undersøke viktigheten av både sterke og svake bånd, som en maktskapende faktor i agentbransjen. Betydningen av disse relasjonene er videre understreket i Dr. Raffaele Polis arbeid, der han påpeker at det er essensielt å ha en spillerformidler med et omfattende sosialt nettverk. Dersom en spiller ønsker seg til en bestemt klubb, vil dette være vanskelig uten noen i nettverket som har foten innenfor døren (Poli 2009). I samarbeid med klubb, spesialisierer agenter seg på å avdekke informasjon om spillere det er vanskelig for klubber å kartlegge. Dette kan eksempelvis være utøverens evne til å tilpasse seg nye omgivelser, tilegne seg et nytt språk, ens livsstil, utviklingsevne osv. (Autor 2001, sitert i Rossi, Semens og Brocard 2016, 127).

Ettersom flere fotballspillere ikke er i en posisjon til å få innsikt i informasjon om muligheter i markedet, vil spillerformidlere gjennom sine nettverk kunne få tilgang til informasjon om hvilke klubber som er på utkikk etter spillere. Dette kan både gjelde overganger til ny klubb, men også spillere som allerede er tilknyttet en arbeidsgiver med ønske om lønnsforhøyninger. I samarbeid med utøveren, vil da spillerformidleren prioritere de mest interessante tilbudene i tråd med spillerens ønskede kriterier (Rossi, Semens og Brocard 2016, 127). En agent med et rikt nettverk kan være spesielt viktig for mindre kjente eller svakere spillere, ettersom færre klubber speider etter dem. For å skaffe seg kontrakter er disse spillerne avhengige av en representant med et bredt sosialt nettverk, som kan selge dem inn til klubber som kan ha interesse av deres ferdigheter. Dette leder til at spillerformidleren kan sitte på stor makt over utøverens fremtid.

Ifølge Rossi og hans kolleger er spillerformidlere avhengige av minst tre ulike typer nettverkstilkoblinger gjennom spillere, klubber og andre agenter (Rossi, Semens og Brocard 2016, 130-131). Førstnevnte spiller en vesentlig rolle ved at de hjelper med å utvide agentenes nettverk, samt bidrar til å forsterke agentenes pålitelighet. For eksempel vil spiller X være mer tilbøyelig til å velge agent Y som sin representant, dersom agenten får gode referanser fra andre utøvere. Matthieu Bulliard påpeker også at spillere fungerer som en kilde til informasjon for agenter - både når det gjelder rekruttering av nye utøvere, men også gjennom å bidra med informasjon om andre spillere med behov for representasjon (Bulliard 2010, sitert i Rossi, Semens og Brocard 2016, 131).

## **2.2. Prinsipal-agent-teori**

Vi ønsker i denne avhandlingen å studere hvordan prinsipal-agent-teori kan hjelpe å forklare maktdynamikken mellom spillerformidler-utøver så vel som spillerformidler-klubb i det norske fotballmarkedet. Det finnes et rikt teoretisk rammeverk når det kommer til agentteori, som har blitt brukt av professorer innen blant annet økonomi, statsvitenskap, organisasjonsatferd og sosiologi. Ifølge Jensen og Meckling (1976) har prinsipal-agent-teori som hensikt å identifisere og forklare problemer hvor en oppdragsgiver (*prinsipalen*) ansetter en person (*agenten*) til å gjøre en jobb oppdragsgiver (*prinsipalen*) ikke vil, eller er i stand til å gjøre. Agenten handler med andre ord på vegne av oppdragsgiver, og blir lønnet som følge av en inngått avtale (*kontrakt*) (Eisenhardt 1989, 58).

Teorien har sitt utspring i 1960-årene og tidlig på 70-tallet da økonomer utforsket risikodeling på individ og gruppenivå. Datidens litteratur beskrev problemet rundt risikodeling som noe som oppstår når samarbeidspartnere har ulike holdninger til risiko. Agentteori utvidet litteraturen om risikodeling til også å inkludere det såkalte «agentproblemet», som oppstår når samarbeidspartnere har forskjellige mål og arbeidsdeling. Det er da primært hierarkisk arbeidsdeling som skaper mulighet for divergerende mål. Faglitteraturen setter særlig fokus på to problemer som kan oppstå i et agentforhold. Det første er agentproblemet som inntreffer når: 1) ønsker og mål til oppdragsgiver og agent blir konfliktfylt, noe som ofte resulterer i at agenten handler i egeninteresse - og 2) det blir vanskelig og kostbart for oppdragsgiver å vite hva agenten faktisk gjør. Utfordringen her er at oppdragsgiver ikke kan få bekreftet hvorvidt agenten har handlet upassende. Det andre er problemet knyttet til risikodeling som oppstår når oppdragsgiver og spillerformidler har ulike holdninger knyttet til risiko. Hinderet her er at oppdragsgiver og agent kan foretrekke forskjellige handlinger grunnet ulikt syn på risiko. Hovedfokuset for prinsipal-agent-teori omhandler i stor grad hvordan oppdragsgivere kan redusere muligheten for at agenter opererer på en måte som er skadelig for oppdragsgivers mål og interesser (Eisenhardt 1989, 58-59).

Et definerende kjennetegn ved transaksjoner som involverer ansettelse av en agent, er informasjonsovertaket sistnevnte har i forhold til klienten som søker råd. En slik skjevhet i informasjonsfordelingen, såkalt informasjonsasymmetri, er ikke å komme utenom i et prinsipal-agentforhold. Eiendomsmeglere, som har mye mer kunnskap om boligmarkedet enn den typiske boligkjøperen er et eksempel på dette. Som følge av ekspertisen har prinsipalen ofte en tendens til å stole på råd fra agenten når beslutninger skal fattes. I lys av dette kan agenter dra nytte av privat og verdifull informasjon, noe som åpner for at agenter kan villedde prinsipalen for å maksimere eget utbytte. Jo høyere informasjonsovertak en agent har, desto flere problemer kan oppstå i et prinsipal-agentforhold (Levitt og Syverson 2008, 1).

### **2.2.1 Prinsipal-agent-teori sett i lys av fotballmarkedet**

Ifølge Mason og Slack (2001a, 2001b) er prinsipal-agent-teori et viktig hjelpemiddel for å forstå og dermed kunne regulere spillerformidlerens rolle. Teorien kan blant annet bidra til å identifisere mulige konfliktområder mellom utøver og spillerformidler, og hjelpe med å

adressere disse slik at relasjonen blir formålstjenlig for begge parter. I profesjonell fotball finnes det flere prinsipal-agentforhold som setter industrien på prøve, hvor utøvere går til anskaffelse av agenter for å maksimere eget utbytte og potensiale (Rossi, Semens og Brocard 2016, 105-106). Ser man på prinsipal-agent-teori i konteksten av profesjonell fotball, vil spilleren være oppdragsgiveren (*prinsipalen*) som ansetter en spillerformidler (*agenten*) i håp om å sikre seg det beste kontraktstilbudet eller tilrettelegge for et ønsket klubbskifte (Holt, Michie og Oughton 2006, 15). I nyere tid har agents arbeidsoppgaver blitt flere utover kun å skaffe spillere de beste overgangene og lønnstilbudene. Det har blitt mer vanlig at de også bistår i form av sponsoravtaler og andre «utenomsporslige» forespørsler og tilbud, hvilket forklarer hvorfor rollen i dag gjerne heller omtales som «formidler» enn «agent».

Egeninteresse er en sentral komponent i forskning på prinsipal-agentforhold. Ifølge Barney og Hesterly (sitert i Rossi, Semes og Brocard 2016, 106) baserer agentteori seg på to grunnleggende forutsetninger: begrenset rasjonalitet og opportuniste. Begrenset rasjonalitet antar at enkeltpersoner ikke er i stand til å ha fullstendig informasjon om alle situasjoner og omstendigheter. Som mennesker er vi ikke i stand til å prosessere og vurdere alle potensielle muligheter og utfall, og deler av disse arbeidsoppgavene går dermed på «autopilot», som for eksempel at man stopper på rødt lys. Disse arbeidsoppgavene kan også avlastes til tredjeparter, som er med på å forklare agents eksistens i fotballen. Opportuniste handler derimot om muligheten spillerformidlere har til å handle basert på egeninteresse. Ettersom begrenset rasjonalitet er til stede, vil ikke prinsipalen kunne overse agentenes oppførsel og handlinger, hvilket levner agenter muligheten til å handle i egeninteresse uten å bli oppdaget. Dette leder til at opportuniste er vanskelig å komme utenom i et prinsipal-agentforhold (Rossi, Semens og Brocard 2016, 106).

Prinsipal-agent-teori retter oppmerksomheten mot hvordan man kan redusere muligheten agenten har til å handle basert på egeninteresse. Når en fotballspiller ansetter en spillerformidler for å representere ham, søker begge etter å maksimere egen funksjon, som vil si deres nytte eller fortjeneste. I et fotballscenario har spilleren ofte ufullkommen informasjon om agents aktiviteter og eksempelvis lønnsnivået til andre spillere med sammenlignbare ferdigheter. I tillegg besitter agenten mer kunnskap om forhandlingsprosessen og markedsforholdene grunnet erfaring fra tidligere forhandlinger. Det er ifølge Rossi, Semens og Brocard, blant annet denne informasjonsfordelen som tillater agenten å handle i egeninteresse, på spillerens bekostning, mens vedkommende jobber på vegne av utøvere



(Rossi, Semens og Brocard 2016, 106-107). Med dette fremmer prinsipal-agent-teori viktige spørsmål om både strukturen rundt overgangsmarkedet for profesjonelle fotballspillere så vel som rollene agenten fyller. Dette understreker samtidig hvorfor agenter er viktige for profesjonelle fotballspillere. Ikke bare på grunn av at arbeidsoppgavene de utfører krever særskilt kompetanse, men også fordi det ville vært en stor kognitiv påkjenning for spillerne å måtte gjennomføre disse oppgavene selv, samtidig som de har fokus på å prestere på banen.

## 2.3 Makt

Makt som begrep er på overflaten forståelig, men blir mer komplekst jo dypere man undersøker det. Det finnes mye og inngående forskning på området, og mengden informasjon gjør at det å navigere den maktteoretiske sfæren kan oppleves som «en bunnløs sump» (Fiske og Berdahl 2007, 692). Dette støttes også av Harvard-professor Joseph Nye, som hevder at «power, like love, is easier to experience than to define or measure» (Nye 1990, 177). Nyes uttalelse tegner et bilde av et fenomen det er enkelt å føle på kroppen, men som allikevel er vanskelig å konkretisere og kvantifisere.

Den mest brukte definisjonen av makt, stammer fra den tyske økonomen og sosiologien Max Weber. Ifølge Weber er makt «the probability that one actor within a social relationship will be in a position to carry out his own will despite resistance, regardless of the basis on which this probability rests» (Weber 1978, 53). Også Michel Foucault viet mye av sitt liv til å konkretisere maktbegrepet, og filosofen skrev blant annet at: «Power is everywhere' and 'comes from everywhere' so in this sense is neither an agency nor a structure» (Foucault 1998, 63). Foucault utfordret ideen om at makt er noe som blir brukt av individer eller grupper, men han så snarere på makten som noe som er til stede i alle sosiale forhold, relasjoner og interaksjoner til enhver tid.

Makt kan defineres på utallige måter, og hvordan det er riktig å tolke maktbegrepet vil variere med problemstillingen som undersøkes. Dette påpekes av professor Robert A. Dahl, som skrev:

«I think it can be shown, however, that to define the concept «power» in a way that seems to catch the central intuitively understood meaning of the word must inevitably result in a formal definition that is not easy to apply in concrete research problems; and therefore, operational equivalents of the formal definition, designed to meet the

needs of a particular research problem, are likely to diverge from one another in important ways» (Dahl 1957, 202).

I lys av dette vil det ikke være formålstjenlig å gå i dybden på de utallige tilnærmingene det er mulig å ha til maktbegrepet. Med det sagt, vil denne avhandlingen støtte seg til professor og sosiolog, Steven Lukes, sitt verk «*Power: A Radical View*», for å forstå maktforhold i fotballen.

### **2.3.1 Hvorfor Lukes?**

På tross av at Lukes' verk fikk gode kritikker ved utgivelsen, er teoriene mindre kjente i dag sammenlignet med arbeidet til for eksempel Michel Foucault. Arbeidet til Lukes har allikevel høy anseelse, og etter vår mening danner det et godt og forståelig rammeverk for hvordan makt kan forstås. En fordel ved å benytte Lukes, er at hans teorier tar utgangspunkt i at anskaffelse og utvikling av makt er en prosess, som også er en av antagelsene som ligger til grunn for vår problemstilling. Til tross for at Lukes arbeid primært er utviklet for bruk i politiske sammenhenger, har andre akademikere siden vist at Lukes' tre maktperspektiver også er overførbare til bruk innenfor andre forskningsfelt. Dette arbeidet, særlig i form av Bent Sofus Tranøys bearbeiding, ønsker vi å benytte innenfor et nytt område i denne avhandlingen.

### **2.3.2 Maktens tre ansikter**

Steven Lukes' grunnleggende definisjon av makt er at «A exercises power over B when A affects B in a manner contrary to B's interests» (Lukes 1974, 37). Lukes påpeker dog selv at dette gir et ufullstendig bilde, og han bygger derfor videre på denne definisjonen gjennom 3 «dimensjoner» for å forstå makt. Vi vil her presentere de tre maktformene, i sammenheng med statsviter Bent Sofus Tranøys bearbeiding av Lukes. Dette vil gi et overblikk over hvordan maktformene utspiller seg, og gi kontekst til hvorfor nettopp dette rammeverket passer til å analysere makt i relasjonene vi undersøker. Her vil vi også se hvordan både nettverks- og prinsippal-agent-teori, kan bidra til å presisere og forstå maktdimensjonene.

### 2.3.3 Endimensjonalt perspektiv - Portvoktermakt

Maktens første ansikt er makt over utfall. Lukes beskriver det som

«(this) view of power involves a focus on behaviour in the making of decisions on issues over which there is an observable conflict of (subjective) interests, seen as express policy preferences, revealed by political participation» (Lukes 1974, 18).

Bent Sofus Tranøy har i sin bok «*Markedets makt over sinnene*» (Tranøy 2006a) bearbeidet Lukes arbeid slik at det også kan benyttes til å analysere markedsrett. Han viser til at denne maktformen er den som er lettest å se, men ikke nødvendigvis gjøre noe med, og at det på mange måter er den mest primitive formen for makt. På dette maktnivået har alle aktørene et klart bilde av hva som står på spill, mens den med størst ressurser vinner. Tranøy påpeker i «*Makt i matkjeden*», at om vi ser dette maktperspektivet i en markedsrett, kan dimensjonen forstås som «kontroll over ressurser andre trenger eller ønsker» (Tranøy 2015, 34). Den mest relevante formen for makt sett i dette perspektivet, er for oss portvoktermakt. Portvoktermakt er gjerne sterkt forbundet med dagligvarehandelen, men det er allikevel en maktform som vi mener er overførbar til vår forskning. I denne avhandlingen er det på mange måter et marked vi ønsker å undersøke. Agenten kontrollerer, eller er med på å kontrollere, et gode (spilleren) som andre (klubbene) ønsker. En analogi fra dagligvarehandelen for dette, ville ha vært at spilleren er varen, den kjøpende klubben er forbrukeren, og agenten er dagligvarehandelen som kontrollerer forbrukernes tilgang til varen. Om vi snur på dette kan vi også si at agenten kontrollerer spillerens tilgang til klubbene gjennom sine kontakter.

Måten markedene i idrett fungerer er unik sammenlignet med resten av verden. Kjøp og salg av spillere er kun tillatt innenfor gitte tidsrammer (overgangsvinduer), og når disse er åpne er det gjerne stor konkurranse om å sikre seg spillerne man ønsker. Et kjent uttrykk er at «alle mennesker er forskjellige». Når klubber er ute etter å forsterke spillertroppen kan det være visse kriterier spillerne må oppfylle, som for eksempel alder, posisjon, spisskompetanse og profesjonalitet. Selv om flere spillere kan tilfredsstille ønskene klubbene ser etter, er det allikevel en situasjon hvor én spiller ikke nødvendigvis kan erstatte en annen. På mange måter er hver enkel spiller derfor et unikt «gode». Tranøy viser til at «(om) vi står overfor et tilfelle der en produsent har enerett på et svært attraktivt produkt, vil denne i prinsippet kunne diktere sine egne betingelser» (Tranøy 2015, 34). På denne måten har agenter anledning til å bruke sin posisjon til å utøve makt, enten overfor klubber gjennom at tilgang til hans klient

må gå igjennom ham, eller overfor spilleren - ved at vedkommendes mulighet til å gå til ønsket klubb avhenger av agenten.

Agentenes mulighet til å utøve denne formen for makt, er noe vi kan se gjennom en nettverksteoretisk linse, og spesielt tidligere nevnte Granovetters «Strength of Weak Ties». På bakgrunn av den fremlagte teorien har vi en antagelse om at sosiale nettverk er svært viktige for å kunne utøve denne maktformen. Gjennom å ha flere svake bånd til andre agenter, spillere og klubbledere legger dette til rette for at agenter kan skaffe seg kunnskap om klubbers behov og spilleres tilgjengelighet. Dette kan manifestere seg som makt ved at agenten kan fremme spillere for klubber som han vet har et behov, eller han kan kontrollere spilleres adgang til gitte klubber gjennom hans sosiale nettverk, som legger føringer på hvem han har mulighet til å kontakte (Poli 2009). Som i matkjeden, vil agenten da fungere som en portvokter for både spilleres tilgang til klubber, og klubbers tilgang til spiller. Sterke bånd er også en viktig bidragsyter her, da det å eksempelvis ha et tett bånd til en klubbleder, kan gjøre terskelen for å få en av sine klienter til denne klubben lavere.

Dersom en agent har stor portvoktermakt, så forventer vi at de har stor kunnskap om hva klubber er på utkikk etter og hvilke spillere som er tilgjengelige, på bakgrunn av deres sosiale nettverk. Denne portvoktermakten er det dog nærliggende å anta at varierer med både spillerens og klubbens attraktivitet. For eksempel vil en svært attraktiv spiller i liten grad bli holdt tilbake av en agent med et begrenset sosialt nettverk. Et eksempel på dette vil være Borussia Dortmund-stjernen, Erling Braut Haaland. Dersom han hadde hatt en agent uten hverken sterke eller svake kontakter i de største klubbene, ville allikevel storheter som Manchester City, Barcelona og Real Madrid ligget langflate etter det 20 år gamle stortalentet grunnet hans prestasjoner på gressmatten. Vi har derfor en antagelse om at agenters portvoktermakt gjør seg mer gjeldende for mindre ettertraktete spillere.

### **2.3.4 Todimensjonalt perspektiv - regimakt**

Makt over dagsorden, eller regimakt, er hva vi kan kalle maktens andre ansikt, og denne maktformen er mer subtil enn foregående maktperspektiv. Steven Lukes påpeker at denne maktformen tar hensyn til:

«the ways in which decisions are prevented from being taken on potential issues over which there is an observable conflict of (subjective) interests, seen as embodied in express policy preferences and sub-political grievances» (Lukes 1974, 25).

Premisset for perspektivet er ikke motstridende med den første dimensjonen, men den fremmer at å frata noen evnen til å ta et valg basert på fullkommen informasjon i like stor grad er en form for maktutøvelse. I konteksten av et marked påpeker Tranøy at denne maktformen innebærer at «en aktør har avgjørende innflytelse over de rammer andre markedsaktører gjør sine valg innenfor» (Tranøy 2015, 35). Ofte er denne maktformen et resultat av at en aktør besitter mer informasjon enn motparten. Dette tillater aktøren med informasjonsovertaket å strukturere hva slags forslag til avtaler den andre parten kan velge mellom, og generelt ha kontroll over hvilke alternativer som presenteres og hvordan dette gjøres (Tranøy 2006a, 53). Eksempler på dette fra hverdagen kan være hvordan man kun får kjøpt 10- eller 8-pakninger med lompe på butikken, eller hvordan foreldre kan spørre barna sine hvorvidt de har lyst til å ha på seg «den grønne eller blå t-skjorten», til tross for at de har flere plagg i skapet. Dette gir parten som blir offer for maktbruken en oppfattet valgfrihet, selv om at maktutøveren definerer rammene valget kan bli gjort innenfor.

Vi anser denne maktformen for å være tett knyttet til det vi har redegjort for i kapittelet om prinsipal-agent-teori, da spesielt knyttet til det faktum at agenten sitter på et stort informasjonsovertak. For spillerformidlere kan dette utspille seg gjennom selektering av tilbud som presenteres til deres klienter. For eksempel kan det for en ettertraktet spiller dukke opp flere titalls tilbud hvert overgangsvindu. Agenten sitter da på makten til å bestemme hvilke tilbud som til slutt fremmes for sin klient, og hvilke tilbud som til slutt presenteres har spilleren selv liten kontroll over. Dette kan også gjøre seg gjeldende overfor klubber, for eksempel gjennom at en klubb forhører seg med en agent om potensielle forsvarsspillere, og agenten kan da presentere en liste med forsvarsspillere etter eget skjønn. I det øyeblikket denne «menyen» aksepteres, innehar spillerformidleren stor makt. Enten de bruker denne regimakten til å sette spilleren/klubben først, eller til å fylle egen lommebok, har de denne makten i kraft av sitt informasjonsovertak. Vi forventer her å avdekke at agenter har stor regimakt i den grad han er i en posisjon til å presentere alternativer for henholdsvis klubber og spillere, som de aksepterer.

### 2.3.5 Tredimensjonalt perspektiv - idémakt

Lukes' siste maktdimensjon, gjerne kalt idémakt, er også den mest subtile. Ved utøvelse av denne typen makt trenger det ikke å være en observerbar konflikt. Lukes påpeker at «What one may have here is a latent conflict, which consists in a contradiction between the interests of those exercising power and the real interests of those they exclude» (Lukes 1974, 28).

Idémakt gir med andre ord anledning til å forme andres preferanser og deres forståelse av hva som er bra for dem (Tranøy 2006b, 194). Også denne maktformen er noe vi anser som mulig at gjør seg gjeldende i fotballverden. Det er nærliggende å tro at tette bånd til agenten, høy grad av tillit og et stort kunnskapsovertak bidrar til at spillerformidleren kan ha idé makt over spilleren. Eksempler på dette kan være å få en spiller til å ikke signere ny kontrakt i en klubb han trives i, grunnet lovnader om grønnere gress på andre siden – eller ved å klare og overbevise en spiller om at et klubbvalg er det rette, på tross av at dette ikke er tilfellet. Dette kan komme til uttrykk gjennom at for eksempel en spiller har store sportslige ambisjoner, men agenten, som også fungerer som en rådgiver, er opptatt av å sikre en solid økonomisk pakke. Om agenten i dette tilfellet klarer å overbevise spilleren om at han burde velge en svakere klubb, hvor økonomien er bedre, kan dette være et eksempel på utøvelse av idé makt. Vi kan si at X har idé makt over Y, i den grad Y tror at X vet bedre hva som er bra for ham.

Vi kan her tenke oss at det finnes to former for idé makt, som vi kan forestille oss langs en akse fra en personlig relasjon, til en profesjonell. Ved en personlig relasjon vil agenten være i stand til å overbevise spilleren gjennom sin klokskap og tilliten mellom partene. Satt på spissen er ikke dette helt ulikt en sønn som hører på farens råd, grunnet hans erfaring og troen på at rådene som gis er til sønnen beste, basert på farens kunnskap. På den andre siden er det idé makt basert på en profesjonell relasjon. Her vil makten i større grad eksistere som et produkt av at spilleren eller klubben stoler på at agenten vet hvordan ting fungerer, kontra at tilliten er basert på hans klokskap, slik den er i den personlige relasjonen. Et eksempel på det vil være om en elektriker forteller deg at stikkontaktene må byttes, så vil du stole på det grunnet hans profesjonelle kapasitet.

Dette fremmer dermed spørsmålet om hva som skiller idé makt basert på en profesjonell relasjon fra informasjonasymmetri. For at «profesjonell» idé makt skal eksistere i en relasjon, har vi en antagelse om at skillet mellom informasjon og kunnskap står sentralt. Disse skiller seg fra hverandre gjennom faktorer som at (Surbhi 2018):

- 1) Informasjon er lett overførbart, mens kunnskap krever læring.
- 2) Informasjon er data som systematisk er presentert i en gitt kontekst, mens kunnskap er relevant informasjon skaffet gjennom erfaring.
- 3) Informasjon kan reproduseres, mens for kunnskap er identisk reproduksjon ikke mulig.

På mange måter kan vi si at all informasjon ikke trenger å være kunnskap, men at all kunnskap også er informasjon. Dette skillet er viktig for vår forståelse av idémakt, ettersom kunnskap i større grad er basert på erfaring. Ved å besitte stor kunnskap om for eksempel overgangsmarkeder, overgangsprosedyrer og regelverk i ulike nasjoner antar vi at dette er noe som kan bidra til idémakt. Dermed er det mer nærliggende å snakke om en form for «kunnskapsasymmetri» når det kommer til denne maktformen, heller enn informasjonasymmetri.

I en fotballkontekst forstår vi det som at dersom en agent skal inneha idémakt, vil det kreves enten et følelsesmessig bånd mellom partene eller en kunnskapsmessig avhengighet til agenten. Vi har en antagelse om at både «personlig» og «profesjonell» idémakt kan utspille seg særlig i agent-spiller relasjoner. Mellom agenter og klubber vil idémakt i større grad kun eksistere som et produkt av en profesjonell relasjon.

### **2.3.6 Tillit**

Nært tilknyttet alle disse maktformene, er det et konsept som nærmest er en forutsetning for å kunne utøve makt i disse forholdene– nemlig tillit. Filosof Harald Grimen, påpeker i sin bok «*Hva er TILLIT*», at tillit kan være med å skape makt i en relasjon (Grimen 2009). Når en person, i dette tilfellet en fotballspiller, velger å stole på at noen andre (en agent) har en posisjon som kan få til noe han selv ikke evner (f.eks. en ønsket overgang), gir tilliten agenten makt. Denne tilliten tillater agenten å bruke sitt nettverk til å finne tilbud som er til spillerens beste. Om spilleren ikke er villig til å sette sin lit til at agenten kan gjennomføre denne oppgaven, kan agenten heller ikke utøve god makt på spillerens vegne (Grimen 2001). Her velger gjerne en spiller å stole på agenten, ettersom spilleren antar at spillerformidleren kommer til å handle ut fra utøverens interesser, selv om de to partenes mål ikke nødvendigvis sammenfaller. Agenten er allikevel nødt til å enten utnytte sin makt subtilt nok til at det ikke stilles spørsmål ved, eller kun handle etter spillerens ønsker, ettersom spilleren til sist sitter med makten til å velge en annen agent.

### **2.3.7 Motmakt**

Nettopp det at spilleren sitter med makten til å bytte agent, vitner om at det er mekanismer i markedet som bidrar til at spillere kan ha motmakt. De er ikke passive parter i relasjonene, men en aktiv part som selv kan være med å legge føringer for muligheten til å bli utøvd makt mot. Michel Foucault beskriver motmakt på følgende måte: «Where there is power, there is resistance, and yet, or rather consequently, this resistance is never in a position of exteriority in relation to power» (Foucault 1998, 95). Filosofen påpeker at i enhver relasjon en part utøver makt eksisterer det også muligheter for motparten til å motvirke maktøvelsen. Dette er tett knyttet opp mot de tre forannevnte maktperspektivene, og vi vil i analysen forsøke å avdekke hvilke former for motmakt spillerne kan utøve, og hvorvidt dette i det hele tatt blir gjort. En viktig bidragsyter til motmakt er tilgangen til ny kunnskap (Ulvestad 2016, 33). For å utfordre status quo er søken etter ny informasjon viktig for å endre på de eksisterende maktstrukturene. Basert på forannevnte teori har vi dermed en antagelse om at både utveksling av informasjon om agenter, lønnsnivåer og agenthonorarer er virkemidler spillere kan utnytte for å begrense agentenes makt.

## **3.0 Tidligere forskning på området**

Til tross for at fotballen er en industri med store midler i omløp og agenter har spilt en vesentlig rolle over lang tid, er det begrenset forskning rundt spillerformidlere og deres økende betydning - spesielt i Norge, men også på et europeisk plan. Mye av forskningen har studert agentvirket i lys av de fem største ligaene i Europa: Premier League (England), LaLiga (Spania), Bundesliga (Tyskland), Ligue 1 (Frankrike) og Serie A (Italia). En forklaring på dette er at det er her pengene i størst grad rår, og agentene har dermed blitt en sentral brikke i det lukrative markedet.

Mye av denne litteraturen finnes i form av avisartikler, rapporter fra idrettsorganisasjoner og/eller medieundersøkelser. Ikke overraskende har innholdet i størst grad satt søkelys på yrkets «mørke side», hvor det blant annet har blitt rettet kritiske blikk mot fotballagenters arbeid rundt spillerrekruttering og overganger på det internasjonale fotballmarkedet (Rossi, Semens og Brocard 2016). Det er her viktig å påpeke at det i liten grad eksisterer forskning rundt «mellommannsmakt» i fotballen, slik vi undersøker det. Så langt vi vet er ikke dette et spørsmål som har blitt stilt før, og tidligere forskning er i så måte begrenset. Det som



eksisterer av tidligere forskning baserer seg primært på juridiske aspekter ved idretten, og reguleringer av markedet. Til tross for at dette ikke direkte kan knyttes til vår problemstilling, er det etter vårt skjønn allikevel viktig å kort redegjøre for dette, da det legger føringer for rammene agenter kan operere innenfor. Dette er igjen utslagsgivende for deres potensiale for maktutøvelse. Vi vil i dette kapitlet redegjøre for agentenes rolleutvikling, reguleringer i bransjen og hva den tidligere forskningen kan bidra med.

### 3.1 Agentenes rolleutvikling

En rapport publisert for The Sports Nexus, «*The role and regulation of agents in football*», skrevet av Matthew Holt, Jonathan Michie og Christine Oughton, (2006) tar for seg flere kritiske spørsmål rettet mot fotballagenter. Hvilken rolle har nåværende fotballagenter? Hva gjør de og hvorfor? Hva er formålet, og med hvilken effekt? Hvilken rolle bør agenter spille, som gagnar alle interessenter? Rapporten belyser utfordringene som det kan og bør gjøres noe med for å skape et godt rammeverk og styring av spillet, hvor agenter spiller en viktig og ansvarsfull rolle – ikke en hemmelighetsfull og selvprofitterende en. Forskerne illustrerer gjennom tidligere verdenskjente overganger hvordan agentene har blitt sentrum i det hele. Hovedsakelig grunnet agentonorarene de har mottatt, men også deres rolle i å representere både spiller og klubb, for så å motta betaling fra begge parter. Forskerne påpeker at det kan oppstå interessekonflikt når agenter betales av både klubb og spiller (Holt, Michie og Oughton 2006, 22). Utredningen munner ut i noen anbefalinger som er av interesse for vår oppgave, blant annet at:

- 1) Agenter handler kun for spillere, ikke for klubber.
- 2) Agentonorar blir kun betalt av spilleren, ikke klubben.
- 3) Agenter skal forbys å opptre på vegne av mindreårige.
- 4) Synliggjøre spillerlønninger.

For å forstå spillerformidlers rolleutvikling ytterligere, er boken «*Sports Agents and Labour Markets: Evidence from world football*» velegnet litteratur. Gjennom casestudier, empirisk analyse og relevant teori tar boken for seg de forretningsmessige og juridiske aspektene som påvirker yrket som fotballagent (Rossi, Semens og Brocard 2016). Forfatterne belyser reguleringsendringene som har oppstått de siste tiårene, og studerer på hvilken måte endringene har påvirket yrket som spillerformidler. Ved hjelp av prinsipper fra prinsipal-

agent-teori, fremhever Rossi, Semens og Brocard behovet for ytterligere reguleringer av agentvirket (Rossi, Semens og Brocard 2016, 105). Forskningen påpeker FIFAs manglende anerkjennelse av prinsipal-agentforhold som den største utfordringen ved det nye regelverket, og at mange av problemene relatert til agenter har oppstått som følge av at enkeltindivider handler opportunistisk (Rossi, Semens og Brocard 2016, 178).

I tillegg ser arbeidet på yrkets historiske utvikling fra 1950-tallet frem til i dag. Rossi og hans kolleger forklarer utviklingen av agentrollen på bakgrunn av de mange reformene innen fotballmarkedet, senest ved fjerningen av kravet om at agenter måtte inneha lisens, som FIFA nå vurderer å reversere. Dette markedsscenariet, i tillegg til kommersialiseringen av fotballnæringen, har ført til økende lønninger, overgangssummer og honorarer i markedet. På bakgrunn av dette har spillerformidlere sett sitt snitt til å innta flere roller. Eksempler på dette er å representere spillere i forhandlinger, ordne sponsorer og annen utenomsporslig kommersiell aktivitet, men også speiding på vegne av klubber (Rossi, Semens og Brocard 2016, 18).

Boken i sin helhet belyser spillerformidlers tilpasningsdyktighet og hvordan de som entreprenører konstant tilpasser seg og reagerer på endringene i fotballindustrien. Arbeidet viser også hvordan globaliseringen av idretten har ledet til at agenter har blitt en sentral aktør i overganger, der de muliggjør spilleres mobilitet på tvers av kontinenter (Rossi, Semens og Brocard 2016, 192). Rossi og hans kolleger presenterer interessante anbefalinger som tar sikte på å danne et bedre rammeverk for å regulere agenter, gjennom blant annet å innføre egne nasjonale systemer for å regulere agenter, og skape uavhengige, verdensomspennende reguleringer. Ved å danne egne nasjonale systemer, argumenterer forskerne for at det muliggjør hurtigere og mer dynamiske reaksjoner på eventuelle tvister som måtte oppstå. Det andre forslaget begrunnes gjennom at allmennheten har mistet tilliten til fotballen og dens evne til å regulere seg selv. Samtidig har de mange anklagene om korrupsjon innad og rundt FIFA svekket organisasjonens troverdighet. Gjennom å innføre en grad av uavhengighet, med makten til å håndheve meningsfulle sanksjoner, vil det kunne være med på å adressere disse utfordringene (Rossi, Semens og Brocard 2016, 190-191).

## 3.2 Reguleringer i bransjen

Majoriteten av relevant tidligere forskning tar for seg det juridiske aspektet ved agentyrket. Rapporten «*Promoting and Supporting Good Governance in the European Football Agents Industry*» retter blikket mot lovgivningen, og hvordan agentforskrifter historisk har utviklet seg til dagens lover og regler. Fokuset ved studiet var å gjennomføre evidensbasert forskning, som hadde til hensikt å fremme, samt legge til rette for, god styring i fotballen. Dette i tråd med FIFAs siste reguleringer fra 2015, «*The FIFA Regulations on Working with Intermediaries (RWI)*», for fotballagenter som arbeider i EU-nasjoner (Parrish m.fl. 2018, 3). Disse reguleringene ble det første ordentlige forsøket på å gjeninnføre et omfattende regelverk. Begrepet «formidler» har blitt sentrum for reguleringen, og det er ikke lenger bare spillernes rettigheter og interesser som står i fokus, men et ønske om å gjøre hele overgangsmarkedet mer gjennomskiktig, informasjonsbasert og ansvarlig i samarbeidet med agenter.

Parrish og hans kolleger påpeker hvor varierende reguleringene innen agentvirket er i ulike land, og at det i liten grad er håndfaste regler som begrenser spillerformidleres aktivitet. Hovedfunnene i forskningen omhandler og foreslår blant annet:

- 1) Modeller for regulering av agentyrket - der FIFA som regulator favoriseres.
- 2) Profesjonelle standarder - behovet for lisensierte agenter og pågående utdanning.
- 3) Interessekonflikt - der det kreves forbud mot dobbeltrepresentasjon.
- 4) Arbeid med mindreårige - bør begrenses, og det bør stilles høyere krav til spesielle kvalifikasjoner og utdanning hos agentene.

Med utgangspunkt i Richard Parrishs teoretiske innsikt i utviklingen av sportspolitikken i Europa fra 2003, har Serhat Yilmazs artikkel (2018) «*Advancing our understanding of the EU sports policy: the socio-cultural model of sports regulation and players' agents*» til formål å forklare utviklingen av den sosiokulturelle dimensjonen til EUs idrettspolitikk i tidsperioden 2005-2015. Studiets forskningsmetode består blant annet av analyse av offisielle politiske dokumenter, og tar i likhet med forannevnte forskning sikte på å etablere et alternativt regelverk for å bedre regulere agents aktivitet. Artikkelen ser med skråblikk på agents aktivitet i europeisk fotball, som forskeren antyder kan være skadelig for idretten. Arbeidet tar for seg bekymringene rundt sportens integritet og dens økonomiske velferd, og det rettes kritiske blikk mot i hvilken grad det er en sunn utvikling.

Artikkelens hovedfunn viser at ettersom implementeringen av FIFAs siste reguleringer i 2015 har hatt varierende suksess fra nasjon til nasjon, har arbeidet med å overvinne de eksisterende problemene med spilleragenter igjen blitt satt i søkelyset. Videre setter artikkelen spørsmålsteget ved den manglende kompetansen blant EUs politiske aktører, og påpeker at det kan by på utfordringer for veien videre om det ikke iverksettes konkrete tiltak for å beskytte sporten mot de negative trendene (Yilmaz 2018, 366).

Også «*Routledge Handbook of Football Business and Management*» undersøker «den moderne fotballen» med en bred, men grundig, linse (Simon Chadwick m.fl. 2019). Gjennom en kombinasjon av akademisk og praktisk innsikt, gir verdensledende fotballforskere kritisk innsikt i sentrale temaer som blant annet styring av spillet, juss i idretten, fotballens økonomi og ikke minst - den mye omtalte *spillerformidleren*. Sistnevnte har alltid vært sterkt knyttet til overganger på fotballmarkedet, spilleres arbeidsrettigheter og forbedring av arbeidsforholdene til utøvere. Parallelt med fotballspilleres økende behov og ambisjoner, har agenter vokst frem som en sentral aktør for å utnytte den voksende forhandlingskraften utøverne besitter. Som følge av den nå sterke markedsposisjonen, viser funnene tilfeller hvor spillerformidlere har misbrukt sin rolle og utført ulovlige handlinger som blant annet bestikkelser, arbeid med mindreårige spillere og skatteunndragelse.

Endringene som kom gjennom FIFA-reformen RWI i 2015 fastslo at spillerformidlere ikke lenger bare representerer utøvere i kontraktsforhandlinger og ved klubboverganger, men også i all form for kommersiell aktivitet som sponsoravtaler og andre utenomsportslige muligheter. Utredningen til Chadwick og hans kolleger påpeker i likhet med Rossi, Semes og Brocard at dette regelverket er mangelfullt, da reguleringene varierer fra internasjonalt til nasjonalt nivå. Dette gjør at reglene spillerformidlerne må forholde seg til ikke er konsekvente på tvers av landegrenser (Chadwick m.fl. 2019, 141). Forfatterne påpeker at denne utfordringen medfører et inkonsekvent og på langt nær fullverdig rammeverk. Dette er spesielt noe de mest innflytelsesrike fotballagentene, med sine omfattende sosiale nettverk, drar nytte av. Grunnen til dette er at de kan operere og samarbeide med aktører i områder der reglene er mindre inngripende, og dermed begrense innvirkningen regelverket har på deres modus operandi.

Selv om mye av den tidligere forskningen er juridiske utredninger av agentyrket, berører den indirekte også maktaspektet i det europeiske fotballmarkedet. Majoriteten av den tidligere forskningen tar for seg hvordan agents spillerom har endret seg, til i dag å være diffust og uten særlig klare reguleringer. Dette har ført til at spillerformidlere har inntatt flere og mer

betydningsfulle roller i spilleroverganger og kontraktsinngåelser - noe som har gitt dem større innflytelse over både utøvere og klubber. Med inflasjonen som har gått i lønnsnivåer og overgangssummer i sporten, retter forskningen vi har redegjort for oppmerksomheten mot at dette tillater agenter til å utnytte sin posisjon til å berike seg selv, ved hjelp av både redelige og uredelige midler.

Utfordringene de anbefalte reguleringene er ment å løse, og som er av interesse for vår avhandling, omfatter blant annet fotballagenters arbeid med mindreårige. Tidligere forskning viser til agents representasjon av mindreårige som et mulig problemområde, og presenterer forslag om å ulovliggjøre arbeid med yngre spillere (Holt, Michie og Oughton 2006; Parrish m.fl. 2018). Hensikten med dette er å beskytte mindreårige mot å bli utnyttet av agenter som er mer opptatt av egen vinning, enn hva som er best for utøveren på lang sikt.

I tillegg belyser den tidligere forskningen problemet rundt dobbeltrepresentasjon, der det kan oppstå interessekonflikt som følge av at agenter representerer både spiller og klubb (Parrish m.fl. 2018, 41). Ved å benytte prinsipper fra prinsippal-agent-teori, kan agents mulighet til å handle i egeninteresse begrenses. Som en løsning på dette har forskerne blant annet anbefalt å offentliggjøre spillerlønninger (Holt, Michie og Oughton 2006, 22). Dette vil gjøre prosessen mer gjennomiktig, og minke agentenes anledning til å selvprofittere. Majoriteten av den tidligere forskningen påpeker også behovet for å gjeninnføre lisenskravet, og belyser nødvendigheten av omfattende utdanning for spillerformidlere.

### **3.3 Hva kan den tidligere forskningen bidra med?**

Hvis vi ser på den tidligere forskningen i forhold til vår avhandling er den nyttig ettersom den retter kritiske blikk mot agents mulighet til å handle opportunistisk. Dette står sentralt i vår oppgave, da spesielt med fokus på spilleres sårbarhet som følge av informasjonsovertaket fotballagenter besitter. I tillegg trekkes mangel på anerkjennelse av prinsippal-agentforhold frem som den mest sentrale forklaringen på agents mulighet til å selvprofittere, og er av den grunn viktig for vårt forskningsprosjekt. Dette gjelder også forslaget om å offentliggjøre spillerlønninger, som vil kunne virke begrensende på agents makt over spillere og klubber. Den tidligere forskningen er et supplement til det teoretiske grunnlaget, som bidrar til å skape en bredere forståelse av maktressursene som kan tenkes å eksistere i relasjonene, samt gi kontekst til kapitlene som følger.

## 4.0 Metode

Ordet metode stammer fra det greske ordet «methodos», som betyr å følge en bestemt vei mot et mål (Johannessen, Kristoffersen og Tufte 2004, 32). Metoden som benyttes legger føringer på hvordan forskningen gjennomføres, og hvilke valg man fatter for datainnsamlingen. I denne avhandlingen har vi benyttet oss av et kvalitativt forskningsopplegg. Denne typen forskning er overveiende induktiv, der formålet er å utvikle begreper, mening og forståelse ut fra datamaterialet som samles inn (Askheim og Grenness 2008, 13). Vi vil i dette kapittelet stegvis gå igjennom de metodiske valgene vi har tatt for å sikre at analysegrunnlaget vårt er metodisk sikkert.

### 4.1 Forskningsdesign

Kristen Ringdal definerer forskningsdesign som «en grov skisse til hvordan en konkret undersøkelse skal utformes» (Ringdal 2018, 25). Vår oppgave tar sikte på å avdekke og forstå maktforhold mellom de tre skisserte partene vi undersøker i dette prosjektet. Med dette som utgangspunkt finnes det utallige potensielle forklaringsvariabler, og vårt forskningsdesign vil ha elementer fra både en eksplorativ og deskriptiv tilnærming. Dette er grunnet i at vi har noen teoretisk informerte idealtypiske forestillinger om maktkilder og hvordan disse kan omformes til maktutøvelse, som vi prøver ut mot vårt datamateriale. Samtidig har vi gått inn i oppgaven med en viss ydmykhet ettersom det finnes begrenset med forskning på markedet fra tidligere. Et forskningsdesign med eksplorerende elementer egner seg derfor godt grunnet fleksibiliteten, som vil gi oss anledning til å hensynta uventede forhold etter hvert som de måtte dukke opp i datainnsamlingen (Gripsrud, Olsson og Silkoset 2016, 47).

Innenfor kvalitative forskningsdesign finnes det igjen 4 ulike underkategorier i case-, fenomenologisk- og etnografisk design, i tillegg til grounded theory (Askheim og Grenness 2008, 69). De to førstnevnte var begge retninger vi vurderte for denne undersøkelsen, men ettersom fenomenologisk design fokuserer på de studertes perspektiv, og virkeligheten slik de oppfatter den, er et casesdesign å foretrekke grunnet den økte fleksibiliteten. Ettersom vi undersøker makt, som er et lite håndfast fenomen, er vi nødt til å benytte eget skjønn og se informantenes svar i kontekst av vår teoretiske forankring. Dette ville brutt med de fenomenologiske forutsetningene, ettersom problemstillingen krever en stor grad av fortolkning fra forskernes side for å forstå de underliggende maktstrukturene.

## 4.2 Casestudie

Vår studie vil ta form som et teoretisk informert case-studie. Denne typen studier mangler entydige beskrivelser i litteraturen, men de er typisk kjennetegnet ved at man benytter generell teori for å kaste lys over forskningsobjektet. Ole Gaute Aas Askheim og Tor Grenness (2008, 71) henviser til Robert K. Yin som understreker at det er 5 komponenter som er særlig sentrale i en caseundersøkelse, kort summert slik:

- 1) Undersøkelsesspørsmål
  - Casedesign egner seg best for «hvordan» og «hvorfor» spørsmål.
- 2) Teoretiske antagelser
  - Man har noen teoretiske antagelser som ligger til grunn for den videre undersøkelsen.
- 3) Analyseenheter
  - Kan være individer eller sosiale settinger. Hvordan enheter defineres henger sammen med hvordan forskningsspørsmålene er formulert.
- 4) Den logiske sammenhengen mellom data og antagelser
  - Analysestrategien bør baseres på de teoretiske antagelsene, altså at analysen er teoristyr.
- 5) Kriterium for å tolke funnene
  - Tolke funnene opp mot allerede eksisterende teori på området. På bakgrunn av de 4 forannevnte punktene kan man så relatere funnene til eksisterende teori.

Dette er krav vi ivaretar ved at:

- 1) Oppgaven besvarer hvordan makt oppstår og utvikler seg i fotballmarkedet
- 2) Vi har teoretiske antagelser som baseres på generell teori
- 3) Analyseenheter består av relevante parter i fotballverdenen
- 4) Analysen tar utgangspunkt i de teoretiske forventninger utledet av teorien
- 5) Funnene i dataanalysen tolkes opp mot allerede eksisterende teori beskrevet i kapittel 2.

Et viktig supplement til casestudier er gjerne sekundærkilder. I denne avhandlingen vil vi sammen med primærdata benytte sekundærdata i form av rapporter fra idrettsorganisasjoner, medieundersøkelser, litteratur og avisartikler, i tillegg til den tidligere forskningen avhandlingen har sitt utspring i.

### **4.3 En abduktiv tilnærming**

Selv om kvalitativ forskning er overveiende induktiv påpeker samfunnsviter Dag Ingvor Jacobsen at det å ha en ren induktiv eller deduktiv tilnærming til et problem er umulig (Jacobsen 2015, 34). Jacobsen argumenterer for at disse to metodene er ytterpunkter på en skala, og at det å forplikte seg til en av tilnærmingene ikke er praktisk mulig. Eksempelvis så forutsetter en ren induktiv tilnærming i utgangspunktet at man skal angripe forskningsspørsmålet uten noen form for antagelser eller fordommer (Jacobsen 2015, 34). Det å ta denne posisjonen er naivt, da mennesker alltid vil være farget av sine egne erfaringer, meninger og holdninger i større eller mindre grad. Vi vil derfor benytte oss av en pragmatisk tilnærming Jacobsen kaller «abduksjon». En slik tilnærming tillater oss å gå inn i datainnsamlingen med noen antagelser vi ønsker å undersøke nærmere, samtidig som vi kan lete etter sannsynlige beskrivelser og forklaringer som kan kaste nytt lys på problemet vi undersøker. Dette er en pågående prosess der funn kan lede til nye undringer, som igjen fører til nye spørsmål som kan undersøkes. Dette tillater oss å være dynamiske i forskningsprosessen, ved at vi kan benytte en kombinasjon av teori, spørsmål, antagelser og empiri om hverandre (Jacobsen 2015, 35).

## **4.4 Datainnsamling**

### **4.4.1 Dybdeintervjuer**

I dette forskningsprosjektet vil vår primærdata bestå av dybdeintervjuer med de tre partene som typisk er med i en overgang i fotballen. Bakgrunnen for at vi anser dybdeintervjuer som det mest hensiktsmessige innsamlingsverktøyet er todelt. Først og fremst egner intervjuer seg i tilfeller der man ønsker å utforske informantenes subjektivitet, eller informanten som subjekt (Tjora 2017, 114), samt å forstå sammenhenger utover informantene som individer (Tjora 2017, 115). Det er nettopp dette vi er ute etter, ettersom våre informanternes subjektive opplevelser og erfaringer med markedet de opererer i vil være essensielt for vår fortolkning av maktdynamikken mellom partene.



Samtidig har intervjuer fordelene av at man er i stand til å knytte tettere bånd til informantene kontra det man ville ha vært i stand til i for eksempel en fokusgruppe. Denne relasjonen man er i stand til å skape legger til rette for at intervjuobjektet i større grad kan åpne seg opp om forhold som diskuteres i intervjuet (Tjora 2017, 116). Selv om temaet vi undersøker isolert sett ikke er veldig kontroversielt, har vi allikevel noen antagelser på forhånd om at våre informanter kan sitte på historier av sensitiv karakter. Det at samtalene da foregår under fire øyne, med garantier om anonymitet, gjør terskelen for å fortelle om disse erfaringene lavere, hvilket vil være viktig for å belyse temaet med så mange nyanser som mulig. Dybdeintervjuer legger også til rette for at vi kan gjøre et dypdykk i tematikken vi diskuterer og være dynamiske i intervjuprosessen, som vi går nærmere inn på i punkt 4.6.

#### **4.4.2 Sekundærkilder**

Mens dybdeintervjuene vil gi oss data skreddersydd for problemstillingen, vil også sekundærdata være et viktig aspekt ved oppgaven. I samspill med den teoretiske bakgrunnen og tidligere forskning, har det i stor grad vært både avisartikler, rapporter og regelverk som har vært inspirerende for denne problemstillingen. I oppgaven vil dette benyttes for å gi kontekst til temaer vi diskuterer, samtidig som det har vært en inspirasjonskilde for oss ved utformingen av både intervjuguide og diskusjonspunkter.

Slike data er også viktige for å være med på å styrke forskerens historiske følsomhet (Tjora og Willis 2006, 85). Sekundærlitteratur vil bidra til at vi kan se nåtidige fenomener i en historisk kontekst, som vil danne et mer solid fundament for å forstå dagens maktdynamikk i fotballmarkedet, i lys av utviklingen sporten har sett de siste tiårene.

### **4.5 Utvalg**

Utvalgsrammen i kvalitative undersøkelser er i stor grad formålsstyrt, der formålet med undersøkelsen dikterer hvem som bør intervjues (Jacobsen 2015, 181). Hvilke utvalgsriterier som benyttes er avhengig av problemstillingen, og hva som er praktisk og hensiktsmessig å gjennomføre (Johannessen, Tufte og Christoffersen 2010, 111). I casestudier avgrenses utvalget av informanter til en naturlig enhet som eksisterer uavhengig av undersøkelsen (Tjora 2017, 131). I denne avhandlingen undersøker vi et marked, og enhetene vi ønsker å intervju er parter som deltar i dette markedet. Problemstillingens formulering gjør de tre partene *fotballspillere, spillerformidlere og sportsjefer* til naturlige undersøkelsesobjekter.

Dette vil bidra til å belyse maktdynamikken fra de tre ulike perspektivene, noe som gir oss best mulig forutsetninger for å kunne gjøre en helhetlig analyse av relasjonene.

Utover at det var disse tre rollene vi ønsket å intervju, utarbeidet vi ytterligere kriterier for å sikre at vi rekrutterte riktige informanter. For spillerne la vi vekt på at de skulle være, eller ha vært, det vi kan kategorisere som *toppspillere*. Dette innebærer at de over en lengre periode har spilt på øverste nivå i Norge og/eller spilt i større ligaer i utlandet. Samtidig var det et krav at spillerne hadde benyttet seg av en eller flere agenter.

For klubbrepresentantene ville vi at intervjuobjektene skulle ha et ansvar i overgangsbeslutninger, og at de skulle sitte ved forhandlingsbordet ved kontraktsfornyelser eller spilleroverganger. Å intervju sportssjefer/sportslige ledere falt da naturlig. Vi satt et krav om at de skal ha arbeidet i stillingen i minst tre år, for å forsikre oss om at de hadde vært igjennom flere overgangsvinduer og dermed hadde vært involvert i flere forhandlinger. Også disse ble kun rekruttert dersom de hadde bakgrunn i en eliteserieklass og/eller større ligaer i utlandet.

For fotballagentene stilte vi krav om at de skulle ha flere års erfaring i rollen. Samtidig var det viktig at spillerporteføljen deres bestod av flere spillere, og at agenten hadde vært med å fasilitere overganger både i inn- og utland. Kombinasjonen av disse tre forutsetningene sørget for at agentene vi rekrutterte kun var etablerte spillerformidlere, med bred erfaring på tvers av flere overganger.

#### **4.5.1 Utvalgskriterier**

Rekruttering til denne undersøkelsen har vært relativt kompleks. Mange av intervjuobjektene vi har ønsket å få tak i er høyprofilerte personligheter, og det å få kontakt med dem har derfor vært utfordrende. Mangel på kontaktinformasjon, ubesvarte e-poster og telefoner som aldri ble plukket opp var nærmest standarden i den tidlige rekrutteringsfasen. Etter hvert fikk vi dog napp på noen av e-postene som ble sendt ut, og derfra begynte ballen å rulle. Et av utvalgskriteriene vi har dratt mest nytte av i denne prosessen er snøballmetoden. Her har våre intervjuobjekter anbefalt enten venner eller bekjente de mener kunne ha vært interessante for oss å snakke med, og satt oss i kontakt med dem. Bryman (2016, 424) viser til at denne metoden ofte blir tatt i bruk når man skal ta prøver av en populasjon som er vanskelig å nå, som vi opplevde var tilfellet med gruppene vi ønsket å rekruttere. Dette gjorde terskelen for å

få i stand intervjuer lavere, og gav oss flere gode intervjuobjekter det ellers ville ha vært vanskelig å komme i kontakt med.

Vi endte til slutt opp med å rekruttere elleve informanter: fire agenter, fire spillere og tre klubbledere. Aksel Tjora påpeker at i samfunnsvitenskapelige masteroppgaver er mellom 10 og 15 intervjuer mer enn nok, avhengig av temaet det forskes på (Tjora 2017, 143). Vi følte at de elleve informantene vi snakket med gav oss tilstrekkelig med informasjon til å kunne skape mening ut av materialet. Vi opplevde at det i det tredje intervjuet med klubbledere fremkom få nye momenter som ikke de to foregående intervjuobjektene også hadde nevnt. Tre informanter i denne gruppen opplevdes derfor som et naturlig stoppested. Både spillere og agenter hadde mer varierende erfaringer, og vi følte i så måte at vi fikk et godt språk av meninger fra disse.

I tabell 1 har vi laget en oversikt over hvilke informanter vi har rekruttert. Av hensyn til individenes anonymitet vil disse senere i oppgaven bli referert til som informant 1, informant 2 etc.

<b>Informant</b>	<b>Erfaring</b>
Informant 1 (spiller)	Erfaren tidligere eliteserieprofil som spiller i utlandet. Har benyttet flere agenter.
Informant 2 (spiller)	Tidligere mangeårig eliteseriespiller som har benyttet flere agenter.
Informant 3 (spiller)	Erfaren eliteserieprofil som har spilt i «topp 5»-liga <sup>2</sup> i Europa. Har benyttet flere agenter.
Informant 4 (spiller)	Relativt ung og talentfull eliteserieprofil. Har benyttet to agenter.
Informant 5 (agent)	Tidligere agent med lang fartstid i bransjen. Har hatt flere nasjonale og internasjonale klienter.
Informant 6 (agent)	Fotballagent med flere nasjonale og internasjonale spillere som klienter.
Informant 7 (agent)	Internasjonal utenlandsk toppagent ( <i>med eget agentbyrå</i> ). Flere spillere i de største ligaene, med kjennskap til, og spillere i, det nordiske markedet.
Informant 8 (agent)	Fotballagent med relativt mange år i bransjen. Tidligere spiller. Flere norske og noen utenlandske spillere som klienter.

<sup>2</sup> Topp 5-liga = Engelsk Premier League, tysk Bundesliga, italiensk Serie A, spansk La Liga og fransk Ligue 1

Informant 9 (sportssjef)	Sportssjef i eliteserieklubb, flere år i rollen.
Informant 10 (sportssjef)	Sportssjef i eliteserieklubb, flere år i rollen.
Informant 11 (sportssjef)	Sportssjef i eliteserieklubb, flere år i rollen.

Tabell 1: Oversikt over intervjuobjekter.

## 4.6 Intervjuguide og gjennomføring

Som nevnt var muligheten til å være dynamiske i intervjusituasjonen et viktig kriterium for oss. Dette ble vektlagt ettersom vi gikk inn i intervjusituasjonene med en viss ydmykhet om at våre teoretiske antagelser ikke nødvendigvis var fullstendig dekkende for maktrelasjonene som kan tenkes å eksistere i markedet. Vi anså det som viktig å ha en semistrukturert intervjuguide, noe som gav oss retningslinjer for temaene vi skulle innom, samtidig som det ga plass til oppfølgingsspørsmål for å gå i dybden på informantenes uttalelser (Krumsvik 2014, 125). Ettersom vi hadde tre forskjellige grupper vi skulle intervju ble det også utformet tre forskjellige intervjuguides, samt en engelsk utgave for vårt utenlandske intervjuobjekt (vedlegg 1-4). Intervjuguidene har både likheter og ulikheter seg imellom, der likhetene tar sikte på å beskrive samme situasjon fra ulike perspektiver, mens ulikhetene har som formål å undersøke forhold som utelukkende er knyttet til de aktuelle intervjuobjektene.

Et dybdeintervju går i grove trekk gjennom tre faser; oppvarming, refleksjon og avrunding (Tjora 2017, 145). Samtaleguidene våre er utformet slik at alle intervjuene starter med enkle, konkrete spørsmål, som ikke krever mye refleksjon. Dette har som formål å gi en trygghet hos informanten om at vedkommende behersker spørsmålene, og for å skape en avslappet situasjon som legger grunnlaget for gode refleksjoner senere (Tjora 2017, 147). Videre er det refleksjonsspørsmålene som danner kjernen i intervjuet. Vi har strukturert intervjuguiden slik at spørsmålene starter generelt, før det spisses mer inn mot konkrete momenter vi ønsker å undersøke. Flere av spørsmålene er formulert åpent, gjennom for eksempel «kan du fortelle litt om...» eller «kan du beskrive...». Vi vet det kan være stor forskjell i hvor pratsomme intervjuobjektene er, og ved å starte generelt, samt ved å stille åpne spørsmål, kan enkelte intervjuobjekter nærmest snakke seg gjennom hele intervjuguiden for egen maskin (Tjora 2017, 145). For informanter som er mer kortfattede kan vi da referere tilbake til intervjuguiden og stille spørsmål de ikke selv har vært innom i sine svar. Samtalen avsluttes med at situasjonen igjen normaliseres, og informantene får anledning til å legge til informasjon eller kommentere intervjuet.

Før intervjuprosessen ble satt i gang, gjennomførte vi tre pilotintervjuer med bekjente for å sørge for at intervjuguidene var forståelige, ikke tvetydige og at det var en logisk oppbygging i intervjuets struktur (Krumsvik 2014, 126). Samtidig var dette til stor hjelp for oss som forskere, som i liten grad har benyttet dybdeintervjuer som metode tidligere. Dette tillot oss å få en pekepinn på hvordan vi skulle starte samtalen, vår væremåte og tempoet i samtalen før de ordentlige intervjuene startet.

Grunnet smittesituasjonen knyttet til Covid-19 fikk vi dessverre ikke anledning til å gjennomføre intervjuene fysisk. Intervjuene ble derfor gjennomført via både Microsoft Teams og Zoom, avhengig av hva som passet best for intervjuobjektet. Viktig i dybdeintervju er streben etter idealet om «den frie samtalen» (Tjora 2017, 158). Med dette i tankene ønsket vi så langt det lot seg gjøre å skape en behagelig, ledig intervjusituasjon for informantene våre. Vi valgte derfor å gjennomføre intervjuene ved at kun personen som gjennomførte intervjuet hadde på kameraet, mens den andre tok notater utenfor bildet. Dette gjorde vi for at intervjuer og informant skulle få anledning til å bygge et forhold gjennom samtalen. Samtidig bidro dette til at intervjuobjektet fikk en opplevelse av at det var en samtale, snarere enn et avhør, som det fort hadde kunnet føles som dersom han måtte henvende seg til to personer. De elleve intervjuene som ble gjennomført varierte fra 30 minutter hos en av de mer kortfattede informantene, opptil 75 minutter hos et av de mer pratsomme intervjuobjektene. Intervjuene varte i snitt litt under en time.

## **4.7 Dataanalyse**

### **4.7.1 Transkribering**

Med informantenes samtykke ble alle intervjuene tatt opp, da det gav oss visshet om at vi fikk med oss det som ble sagt, samtidig som det la til rette for at intervjueren i større grad kunne konsentrere seg om intervjusituasjonen (Tjora 2017, 166). Totalt førte våre elleve intervjuer til at vi satt igjen med over ti timer med lydopptak, og det var derfor et ønske om at disse skulle omgjøres til tekst, slik at det ble lettere for oss å arbeide med materialet i etterkant. Hensikten med å transkribere lydopptakene er å kunne benytte tekstene som et verktøy som vi forskere kan tolke mening ut fra. Utdfordringen her, ifølge Kvale (sitert i Tjora 2017, 173), er at det ikke finnes noen objektiv oversettelse fra muntlig til skriftlig form. Videre understreker Tjora at det som forsker er vanskelig å vite på forhånd hva som er riktig detaljeringsnivå idet man setter i gang med transkribering (Tjora 2017, 173). Han anbefaler at man transkriberer litt mer enn hva man tror er nødvendig, og det er også det vi tok

utgangspunkt i. Vi la derfor til lengre pauser, leting etter ord og unike dialektord i vår transkribering. Ellers ble andre intervjuer standardisert til bokmål, med unntak av intervjuet som foregikk på engelsk.

#### **4.7.2 Koding og analyse**

Analysen i kvalitativt forskningsarbeid er ikke en avgrenset del av forskningsprosessen, men heller en kontinuerlig prosess som strekker seg fra prosjektstart til avhandlingens ferdigstilling (Askheim og Grenness 2008, 146). Denne prosessen har som formål å gi den innsamlede dataen teoritilknytning, ved at forskeren fortolker datamaterialet og setter det i en teoretisk kontekst (Dalen 2004, 71). Analyseprosessen innebærer både beskrivelse, kategorisering og sammenbinding av datamaterialet, med den hensikt å knytte dataenes meningsinnhold til temaet det forskes på (Askheim og Grenness 2008, 146).

Med over 100 sider transkriberte intervjuer ble vi nødt til å komprimere dataene for å gjøre dem mer oversiktlige. Her lagde vi en kopi av de transkriberte intervjuene, og foretok en meningsfortetting hvor vi fjernet gjentakelser, pauser og ufullstendigheter slik at materialet ble mer oversiktlig (Kvale og Brinkman 2009, 213). Transkriptene ble så lastet opp i det kvalitative analyseprogrammet Taguette. Dette tillot oss å kode og navngi elementer i tekstene etter tematikk og begrep tilpasset meningsinnholdet. Disse kodene ble det tatt hensyn til i gjennomgangen av de videre intervjuene, som gjorde at det begynte å skille seg ut naturlige kategorier på tvers av intervjuene, samtidig som nye momenter dukket opp. Intervjuene ble gjennomgått flere ganger etter hvert som nye kategorier ble opprettet. Her merket vi at kategorier kunne slås sammen, noen kunne fjernes, mens andre utpekte seg som subkategorier for mer overordnede temaer. Dette var en tidkrevende prosess, og det opplevdes tidvis vanskelig å skille alt fra hverandre. Etter flere gjennomganger av datamaterialet satt vi igjen med åtte meningsbærende kategorier vi følte beskrev datamaterialet på en god måte, og som gjenspeilet sentrale temaer i prosjektet. Noen av disse ble navngitt ut fra temaer de handlet om, mens en kategori endte opp som en såkalt «in-vivo» kategori, som er basert på beskrivende ord og uttrykk informantene selv anvendte (Corbin og Strauss 2008, 82). Disse kategoriene vil vi gjennomgå i kapittel 5.

## **4.8 Kvalitetssikring**

### **4.8.1 Validitet**

Validitet i kvalitative undersøkelser dreier seg om i hvilken grad forskerens fremgangsmåter og funn på en riktig måte reflekterer formålet med studien og representerer virkeligheten (Johannessen, Tuft og Christoffersen 2011, 230). For at en undersøkelse skal være valid, er det essensielt at det er samsvar mellom virkeligheten, og forskerens beskrivelse av denne virkeligheten (Krumsvik 2014, 152). Et valg vi tok for å sikre undersøkelsens validitet var å alltid være to stykker til stede under intervjuene. Grunnen til dette er at dersom man benytter seg av flere forskere i kodingsprosessen og datainnsamlingen, er dette med å styrke sikkerheten rundt de data man frembringer (Creswell 1998, 250). Etter hvert intervju satt vi oss ned og debriefet. Her ble intervjuet diskutert oss imellom opp imot notater og generelle inntrykk vi satt igjen med, for å se hvorvidt vi hadde samme oppfatning av hva vi så og hørte (Maxwell 1992, 287). I tillegg hadde informantene muligheten til å få de transkriberte intervjuene tilsendt, slik at de kunne korrigere potensielle feiltolkninger vi som forskere måtte gjøre, eller presisere uttalelser dersom det var utydeligheter. Noen av intervjuobjektene benyttet seg av dette tilbudet. Samtidig var spørsmålsguiden vår utformet på bakgrunn av de teoretiske forventningene og antagelsene vi tidligere har redegjort for, som ytterligere var med på å sikre validiteten i forskningsopplegget (Krumsvik 2014, 155)

### **4.8.2 Reliabilitet**

Reliabiliteten i kvalitativ forskning handler om hvorvidt funnene som gjøres er pålitelige, og i hvilken grad de er etterprøvbare (Tjora 2017, 235). Vi kan gjerne si at en metode for innsamling av data er reliabel i den grad den gir samme resultat ved gjentatt bruk. Dette innebærer at kildene vi påberoper oss, metodene vi anvender og konklusjonene vi trekker skal kunne etterprøves av andre. Transparens er derfor et viktig virkemiddel for å bidra til å øke forskningens reliabilitet (Askheim og Grenness 2008, 23). God dokumentasjon av fremgangsmåte for både rekruttering, datainnsamling og analyse er derfor vektlagt i denne avhandlingen. Det er allikevel viktig å påpeke at i kvalitativ forskning vil alltid forskerens subjektivitet være en utfordring. Ettersom forskeren er hovedinstrumentet for datainnsamlingen, kan dette lede til at forskningen styres av forskerens ønsker og preferanser. Det at alle intervjuer ble tatt opp og transkribert er derfor også et virkemiddel for å minske mulighetene for feiltolking av informasjonen som kom frem. Vi var også påpasselige med å unngå å stille både ledende og tvetydige spørsmål, for å sikre at etterprøvbarheten var høyest

mulig, gjennom at informantene ikke skulle tvile på hva de faktisk ble spurt om (Krumsvik 2014, 157).

## **4.9 Etiske hensyn**

Forskning er underlagt visse etiske prinsipper, regler og retningslinjer, og forskningsetikk handler om de grunnleggende moralnormene for vitenskapelig praksis (Askheim og Grenness 2008, 162). Det foreligger et etisk rammeverk det som forskere er viktig å forholde seg til, uansett hva som undersøkes. Ettersom det i vår datainnsamling har blitt tatt video- og lydopptak, og persondata har blitt samlet inn, var vi forpliktet til å søke godkjenning for forskningen hos Norsk Senter for Forskningsdata (Næss og Pettersen 2017, 22). Søknaden ble sendt inn i februar, og ble godkjent i midten av mars (vedlegg 5). Videre eksisterer det noen grunnleggende forskningsetiske prinsipper, som inkluderer frivillig informert deltakelse, konfidensialitet og etisk forsvarlig behandling av dataene som samles inn (Klenke 2016, 51). I den innledende kontakten med intervjuobjektene ble de tilsendt et informasjonsskriv (vedlegg 6), med en detaljert beskrivelse av prosjektets formål og hvordan vi ville behandle deres persondata. Her ble det samtidig sendt et samtykkeskjema (vedlegg 7), som vi fikk skriftlig samtykke for gjennom toveisverifikasjon (NSD). Våre innsamlede data ble lagret passordkryptert på våre datamaskiner, slik at uvedkommende ikke skulle få tilgang. For å beskytte informantenes identitet er også alle identifiserende karakteristika, som navn, steder og klubbnavn anonymisert i denne avhandlingen.

## **5.0 Analyse**

Vi vil i dette kapittelet presentere resultater fra datamaterialet i form av kategorier. Kategoriene er generert gjennom kodingen, og er opprettet med utgangspunkt i det teoretiske rammeverket redegjort for i kapittel 2. Vi vil her strukturere kapittelet ut fra de to relasjonene vi undersøker. Med andre ord vil vi først se på spiller-agentrelasjonen, for så å presentere funnene fra forholdet mellom agenter og klubber.

### **5.1 Spiller-agent relasjonen**

Gjennom dataanalysen kom vi frem til fire kategorier vi anså som særlig utslagsgivende i relasjonen mellom spillere og fotballagenter. Overlegen kunnskap, betydningen av tillit,



omsorgsrolle vs. rådgiverrolle og garderobekultur som en kilde til motmakt er kategoriene vi mener pekte seg ut som mest betydningsfulle i denne relasjonen.

### 5.1.1 Overlegen kunnskap

På bakgrunn av den særegne kompetansen fotballagenter besitter og spillernes relative uvitenhet, ble det tydeliggjort at flere av spillerne følte seg nødt til å benytte agents eksptise for videre karrierevei. Dette underbygges gjennom informant 2s uttalelse om da han møtte sin først agent: *«vi hadde ikke peiling på hva vi gikk til. Jeg tror pappa fikk inntrykk av at det var komplisert da, at det var lurt å ha noen som kjente systemet».*

Reflekterende rundt sin egen involveringsgrad ved første møte, påpekte han åpenhertig: *«jeg hadde jo ikke peiling på hva som var fornuftig da. Jeg stolte på at han så hvor jeg var i min karriere og hva som var fornuftig og rettferdig da. Så jeg antok jo bare at han gjorde det på et fornuftig vis, og stolte jo veldig på hans innspill».* Informant 4, en relativt ung og talentfull fotballspiller delte samme oppfatning ved første møte med agenten: *«Jeg var rett og slett usikker på veien videre, og antok at [agenten]visste hva som var best for meg – ettersom klubben hadde anbefalt ham».*

Betydningen av spillerformidlers kunnskap ble satt ytterligere på spissen ved intervjuobjekt 1 sitt første proffeventyr i utlandet: *«hvis jeg hadde gått alene så hadde jo jeg aldri funnet ut av det. Fordi jeg leste igjennom kontrakten, og skjønnte ikke hva det betydde liksom. Så, ja...kontrakten ble redigert syv ganger før vi skrev under. Så, jeg vil si det er veldig nødvendig med agent når man kommer seg hvert fall ut av Norge».* Reflekterende rundt hvor involvert informant 2 var i prosessen utdypet han: *«han ringte meg hver dag for å fortelle meg hvordan det lå an. Så, han bare informerte meg, annet enn det så føler jeg ikke du trenger å gjøre så mye mer. Og det er jo derfor du på en måte har agent. For at dem skal på en måte ta det arbeidet der da. De vet jo mye bedre enn det du gjør».* I tillegg understreket deltageren viktigheten av at agenter har kompetanse også utenfor Norge på følgende vis: *«i utlandet er det sjanseløst – du må ha agent. Hvis ikke så kan du bli lurt så hardt – og sitte der med...ja, skjegg i postkassa og ikke få en eneste krone etter du har signert liksom».*

Intervjuobjekt 3 delte tilsvarende historie da hans utenlandskarriere ble til virkelighet: *«Da skjønnte jeg at det var viktig å ha en agent der ifra, som kjente språket og hadde vært med i en del dealer før».*

Etter å ha fått klarhet i agentenes betydning for spillerne, var det interessant å høre hvordan agentene brukte sin ekspertise i samarbeid med sine klienter. Informant 6, en etablert norsk agent med en innholdsrik spillerportefølje, forklarte seg slik om sin tilnærming til klientene: *«jeg tror det handler veldig mye om det å ha informasjon, god nok fra alle hold. Sånn at man kan skape best mulig klima i en sånn forhandlings situasjon»*. Dette ble understøttet gjennom informant 7s tanker om hva som bør bli formidlet til spillerne: *«I believe in, out of experience, that they have to know everything you know»*.

Å holde spillerne godt informert var en gjennomgående trend blant agent-informantene, både for å opprettholde sitt rykte, men også for å skaffe nye spillere. I sine refleksjoner rundt hvordan agenter forsikrer spillerne om at valgene som tas er for deres beste, presiserte informant 6 at: *«vår oppgave er jo å legge frem alternativer for spilleren, også blir det jo spillerens valg til slutt – men vi skal jo først og fremst sørge for at han har valgmuligheter, det er jo vår jobb egentlig»*. Tross agents kunnskap og deres rådgivning, understrekte informant 7 at spillerne til sist sitter med ansvaret; *«I'll give them my point of view, but then the decision is always the players to be honest, but also because they have to take responsibility for what they do in life like any other person»*.

Når det gjaldt arbeid med, og deling av, informasjon til yngre spillere, var informant 5 tydelig i sin fremgangsmåte: *«spesielt med unge spillere var det veldig viktig å være forsiktig, å involvere foreldrene veldig aktivt, å være ekstremt tydelig og forklarende i forhold til hvorfor du eventuelt kom med de rådene du gjorde. Også da egentlig ikke fortelle de hva de burde gjøre, men heller komme med informasjon - også på en måte sette sammen informasjonen til en fornuftig beslutning»*. Som prinsipal-agent-teori skaper en forventning om, viste empirien også at det åpenbart forelå asymmetrisk informasjon mellom agentene og spillerne vi intervjuet, hvor sistnevnte så seg nødt til å benytte agents ekspertise i en relativt tidlig fase i karrieren. Dette var noe spesielt agent-informantene forklarte viktigheten av gjennom sine uttalelser, ved at spilleren hele tiden skulle være i sentrum. Spillerne på sin side, antok i større grad at agenten ville handle etter best mulig evne og etter deres interesser, grunnet kunnskapen de innehar.

### 5.1.2 Betydningen av tillit

Gjennomgående for spillerne og agentene vi snakket med, var viktigheten av å ha et tillitsforhold til den andre parten. Her avdekket vi at nettopp denne tilliten for mange spillere var et tveegget sverd, der tillit var noe de ønsket i relasjonen, samtidig som de synes det var vanskelig å sette sin lit til at en tredjepart handlet i deres interesse. For mange av intervjuobjektene bunnet denne skepsisen ut fra opplevelser de hadde hatt med agenter i tidligere stadier av karrieren. Om forholdet til sin første agent, påpekte informant 2 at: *«på et svakt grunnlag så hadde jeg jo bare tillit. Jeg tenkte han var lojal og fin i praten, og tenkte at han var der for å hjelpe meg»*. Videre påpekte han følgende om valget av agenten: *«jeg tenkte veldig naivt at han skulle hjelpe til – i første omgang med den kontrakten med [første klubb].»* Dette var en gjennomgangsmelodi for utøverne vi intervjuet, der flere var selvkritiske til den godtroende innstillingen de hadde ved første agentkontakt. Her påpekte også informant 1 at: *«Første gangen så hadde jeg jo ikke peiling, så hvis jeg hadde kjent deg og du hadde sagt at jeg burde velge «han» agenten, så hadde jeg sikkert gjort det»*. Å knytte seg til unge spillere kan derfor virke som en god taktikk for å bygge tillit, og dernest skaffe innflytelse over utøverens karriere. Informant 5 påpeker dog at det er viktig å ha en sunn skepsis til agenten sin: *«...altså, du må jo nesten ha en tillit til agenten...eeh...eller bør hvert fall ha det...eeh, det er feil å si bør, man bør kanskje ikke ha det egentlig....men jeg følte at vi fikk en ganske høy tillit»*.

Informanten påpekte videre at det i bransjen finnes flust med aktører som ser sitt snitt til å utnytte tillitsforhold til å berike seg selv. Dette kan illustreres gjennom informant 2, da han hadde anledning til å prøve seg i utlandet. Som informanten selv påpekte hadde han et ubegrunnet tillitsforhold til spillerformidleren sin, som vedkommende utnyttet for egen vinning. Informanten fortalte om at han var fornøyd med betingelsene den kjøpende klubben hadde tilbudt ham, men da agenten fortalte at han trodde de kunne få mer penger, lot informanten agenten prøve på dette, med beskjeden *«men bare ikke ødelegg dette her, jeg er fornøyd!»*. Spilleren fortalte videre at *«Så gikk det bare uker uten at jeg hørte noe fra han, og da jeg ringte han opp igjen etter tre uker eller noe, så sa han bare at de hadde trukket seg...trukket tilbudet. Og da fikk jo jeg vite i ettertid gjennom [Navn], som var sportssjef i [daværende klubb], som var veldig god kompis med treneren i [den utenlandske klubben]...da fikk jeg vite at [agenten] hadde krevd altfor mye penger til seg selv for å gjennomføre kontrakten, og derfor hadde de trukket seg»*.

På bakgrunn av denne informasjonen pekte betydningen av tillit mellom partene seg ut som et interessant funn. Som redegjort for i teorikapittelet anså vi på forhånd tillit for å være en viktig forutsetning for utøvelse av makt. Vi forventet at dette var noe som ble bygget over tid, og som med årene ville bidra til å gi agentene innflytelse. Funnene våre viser derimot at det er en aldersvariabel som er interessant å være bevisst på, der særlig yngre spillere på svakt grunnlag viser tillit til agenter.

### 5.1.3 Omsorgsrolle vs. rådgiverrolle

Et funn som delvis bygger videre på forrige punkt, er de ulike typene relasjoner som eksisterer mellom spillere og agenter. Under intervjuene avdekket vi at enkelte spillere søkte etter en rådgiver som fylte en form for omsorgsrolle. Informant 1 begrunnet blant annet hans første bytte av agent med at: *«Så fikk jeg god tone med [nåværende agent], så da valgte jeg å bytte over til han – når jeg følte at [tidligere agent] ikke var der så mye for meg som jeg hadde håpet når det gikk dårlig»*. Videre beskrev informanten forholdet til sin nåværende agent som svært sterkt og personlig, der de har den personlige tilknytningen han følte manglet med sin tidligere representant: *«vi kan snakke om alt mulig liksom – og han sender meg meldinger så å si annen hver uke minst...bare for å høre hvordan det går med familien og stiller opp da. Såå...ja. Han er viktig person akkurat nå ihvertfall»*. Informant 4 følte på det samme, men reflekterte rundt hvorvidt den nåværende personlige relasjonen var et produkt av interessen som vises for ham i overgangsmarkedet: *«Vi har egentlig kommet nærmere hverandre i det siste, men det har kanskje litt å gjøre med at det er en del interesse»*.

Noen av de andre spillerne foretrakk derimot å utelukkende holde relasjonen til agenten profesjonell, slik informant 2 beskrev: *«Forholdet var kun profesjonelt. (...) Det var bare at han hjalp meg med de kontraktene, og så hadde vi jo ikke noe kontakt»*. Dette ble også støttet av informant 3, som på et tidlig stadium i karrieren hadde det han beskrev som et *«kompisforhold»* til agenten. Dette innså han imidlertid at var en ulempe, da det nære forholdet førte til at det kun *«var så mye lovnader, men så skjedde det ingenting»*. Han påpekte at relasjonen da gjorde terskelen for å ytre misnøye høyere, ettersom han fryktet det ville gå på bekostning av forholdet de hadde.

Hos agentene var det ikke like store forskjeller i deres forhold til spillerne. Flere av spillerformidlerne la vekt på at personlige bånd er noe de følte var viktig i relasjonen, der for

eksempel informant 7 sa at: «*You know, if there is no trust, and if there is a non-personal attachment, I don't. I don't see how a player could be managed by me*». Han påpekte videre at grunnet aldersforskjellen mellom ham selv og mange av de unge spillerne, var det ønskelig for ham at yngre agenter i byrået representerer disse, mens han selv foretrekker å jobbe med spillere nærmere egen alder. Dette begrunnet han med at det skapte bedre grunnlag for å bygge personlige relasjoner. Informanten mener personlige bånd er viktige, ettersom han er avhengig av disse båndene for å kunne rådgi klientene sine best mulig: «*You know, I always say that I'm not a guy which finds clubs - I'm a career planner*».

«*Vårt fokus ligger mest på de yngre spillerne i og med at man da får bygd opp en relasjon over lang tid*», uttalte informant 6, som påpekte at de forsøker å etablere kontakt med spillere helt ned i 15-års alderen. Han var dog påpasselig med å understreke at de er «*obs på det ikke må bli for tett, at det må være et profesjonelt forhold, eller profesjonelt samarbeid. Eller jeg tror hvis man blir venner, så kan det kanskje gå litt utover det som faktisk er hovedgreia mellom spiller og agentforholdet på en måte da*». Informanten uttalte allikevel at han med flere av klientene sine hadde det han ville karakterisere som personlige forhold.

Personlige relasjoner er også noe informant 5 trakk frem som svært viktig for ham i jobben. «*Vi prøvde å ta en personlig tilnærming – og selvfølgelig profesjonell, men hovedvekten var personlig. Og...få...det blir litt sånn «Jerry Maguire» da, litt sånn kompis*». Agenten fortalte videre om at han blant annet hjalp til med leilighetssøk, dagligvarehandel og matlaging for flere av klientene sine, spesielt for de som kom fra Afrika eller Balkan. I tillegg hadde han gått til det steget å ta kurs i mental trening og hypnose, slik at han kunne være en best mulig sparringspartner for spillerne sine dersom det buttet imot på banen.

Disse empiriske funnene er svært interessante for oss, da det kommer frem at en personlig relasjon, spesielt fra agentens side, er noe de ønsker å oppnå. Viktigheten av personlige bånd varierte mer hos spillerne, men en rød tråd gjennom intervjuene var at spesielt i ung alder var de mer mottakelige for påvirkning fra spillerformidlerne sine, gjennom de personlige båndene som ble formet på det stadiet.

### **5.1.4 Garderobekultur som kilde til motmakt**

Et siste funn vi mener det er interessant å fremheve, og som på mange måter legger grunnlaget for muligheten til maktutøvelse i spiller-agent relasjonen, er mangelen på informasjonsutveksling mellom spillerne når det kommer til lønnsnivåer og agentonorarer.

Dette finner vi oppsiktsvekkende, ettersom åpenhet rundt denne informasjonen er noe som ville ha hjulpet spillere til å ta velinformerte valg når det kommer til hva de selv kan forvente å tjene, og hvor mye agenten bør få betalt. Dette kan være en bidragsyter til spillernes mulighet til å utøve motmakt. Informant 2 forteller blant annet at *«det er litt sånn..man vet at det er forskjeller...og jeg tror ikke at de som tjener mest vil skrike rundt om det, og de som tjener lite har ikke noe grunn til å klage på det til andre. Så det var ikke mye prat om lønn i garderoben»*. Dette er noe også informant 4 støtter, og han påpeker videre at detaljer rundt lønn kun er noe som utveksles mellom nære kamerater: *«Vi snakker egentlig ikke om lønn i det hele tatt. Jeg vet hva [Lagkamerat] tjener liksom, siden vi er bestekompis, men ellers er det samme for meg»*. Isolert sett er det ikke oppsiktsvekkende at kolleger avstår fra å dele informasjon om inntekten sin, for på de fleste arbeidsplasser er det tross alt normen å holde dette for seg selv. Her skiller imidlertid fotballen seg ut fra den typiske arbeidsplassen, spesielt fordi en tredjepart (agenten) forhandler om lønnsbetingelser, nye potensielle arbeidsplasser og i mange tilfeller sponsoravtaler. Som presentert under punkt 5.1.1 uttalte også flere av informantene at spesielt i starten av karrieren hadde de ingen idé om hvilket lønnsnivå som var realistisk, hvordan agenten skulle kompenseres eller hvilke klausuler det var ønskelig å ha i kontrakten. Nettopp derfor er «garderobeprat» om dette et viktig ledd for å sikre at spillere betales rettferdig, og at agentene ikke opererer med urimelig gode vilkår.

Funnene våre indikerte derimot at det var én type garderobeprat som gikk igjen hos alle våre informanter, nemlig prat om agentvalg. Informant 1 uttalte at: *«man anbefaler alltid agentene til hverandre, så lenge man er fornøyd. Men hvis jeg har en agent jeg ikke er fornøyd med, så sier ikke jeg til en god kompis: hei, gå å signer for han liksom»*. Denne motmaktmekanismen kan tenkes å bidra til å sile ut mindre troverdige agenter, gjennom at spillere advarer sine kolleger mot dem. På tross av dette, vitner funnene våre om at særlig yngre spillere faller igjennom sprekkene her.

Garderoben er altså en arena hvor man kan utveksle informasjon for å sikre seg selv og sine medspillere mot å bli utnyttet. Dataene våre gir allikevel indikasjoner på at dette er svært underutnyttet, med unntak av anbefalinger av agenter. Dette bringer dog egne utfordringer, som vi setter lys på i kapittel 6.1.

## 5.2 Agent-klubb relasjonen

I likhet med relasjonen mellom spiller og agent, førte dataanalysen til at vi opprettet fire kategorier vi mente var interessante for å belyse relasjonen mellom agent og klubb.

Overlegen kunnskap, viktigheten av gode forhold og verdien av sosiale nettverk pekte seg ut som viktige faktorer i denne relasjonen. Samtidig fremkom det at enkelte «råtne epler» skaper utfordringer for redelige agenter og klubber, der en informant passende beskrev problemet som at de «tror de er Mino Raiola».

### 5.2.1 Overlegen kunnskap

Ettersom empirien viste at fotballagenters kunnskap var en sentral faktor for spilleres valg av agent, var det interessant å studere hvilken fremgangsmåte agentene i møte med klubber.

Informant 6 delte sin tilnærming ved representasjon av en ettertraktet spiller: *«du filtrerer ut en del klubber, også har vi da hatt fem klubbetok rundt om i Europa, ikke sant. Og da stiller man en del krav da, til de fem aktuelle klubbene, også ender man opp med å ta et valg ut ifra den informasjonen man får»*. Våre funn viste at en god relasjon til klubb gjorde forhandlingene lettere, noe intervjuobjekt 8 la frem: *«nå har jeg tross alt jobbet med [klubb] lenge, så jeg vil tippe de har vært godt fornøyd da (...) det er sjeldent vi ikke har kommet til enighet rundt hva jeg har lagt frem»*.

Det ble også avdekket at en god relasjon og et godt samarbeid ofte ble skapt som følge av agentenes opparbeidede kunnskap og erfaringer, presisert av informant 7: *«If a club tells me; help me get this player, it's because they know that I've already worked with their club. I've already worked in their country and have a successful history of deals, and they know that through me they can maybe pay cheaper»*. Videre påpekte han hva et informasjonsovertak medfører: *«I had daily relationships with clubs and I know I know much more about situations. Example; when they want to buy a pair from club B maybe, I know the club has a financial crisis which they don't show outside, you know? So this information has a value»*. Informanten understrekte at det å ha oppdatert informasjon var en nøkkelfaktor i samarbeidet med klubber: *«my job is understanding what they might need for the next season or for the next transfer window»*.

Etter intervjuene med sportssjefene viste funnene at majoriteten oppfattet agenter som redelige og kunnskapsrike når det gjaldt kjøp og salg av spillere. Likevel var alle

sportssjefene klare i talen på at de hadde opplevd uheldige situasjoner med agenter. Informant 9 tydeliggjorde at man ikke tar alle like seriøst: *«når det for 6. gang på rad kommer en lekkasje om at klubb X og Y er interessert i den og den spilleren, og du ikke har hørt fra hverken klubben eller agenten så skjønner du at det er noen som prøver å «hype» et eller annet»*. Allikevel påpekte informant 10 at de fleste agenter opptrer ryddig: *«så har du andre ekstremt profesjonelle agenter som går grundigere til verks – analyserer treningskultur, troppsammensetningen vår osv, som er ekstremt flinke rett og slett»*. Sportssjefene gav oss også et innblikk i hvordan arbeidsprosessen mellom klubber og agenter foregår, der intervjuobjekt 11 fortalte: *«vi hadde et behov og forhørte oss da med [agenten] om [spiller] og 2-3 andre potensielle kandidater vi kunne tenke oss. [spiller] endte hos oss til slutt, selv om det ble en mer kostbar prosess enn hva vi hadde forutsett»*.

Empirien ga oss en indikator på at det ofte forekommer en «meny» som blir presentert i relasjonen mellom agent og klubb. Agentene selekterer klubber med utgangspunkt i hva som vil være til det beste for deres spiller, mens klubbene på sin side legger frem en «meny» til agenten med hvilke spillere de ønsker. Funnene indikerer at grunnet agentenes inngående kunnskap om fotballmarkedet, er det interesse blant klubbene for å inngå samarbeid. Dette for å kunne dra nytte av agentens kunnskap i sin klubbdrift.

## **5.2.2 Viktigheten av en god relasjon**

Noe som utpreget seg blant både agentene og sportssjefene vi intervjuet, var viktigheten av å ha en god relasjon til motparten. Reflekterende rundt agents tilnærming til klubber, forklarte informant 6: *«der er det jo egentlig en kontinuerlig dialog da. Det handler om å ha en god kontakt»*. For å oppnå best mulig samarbeidsklima med klubbene påpekte samme intervjuobjekt: *«det handler om å ha den relasjonen (...) som er solid og som gjør at man kan sette seg ned og prate med en sportssjef og daglig leder uten at man blir sagd<sup>3</sup> av den grunn»*. Våre funn viste at det å ha en kontinuerlig dialog var med på å skape tillit hos klubbene, og var en viktig faktor for å lykkes som fotballagent. Dette ble blant annet tydeliggjort gjennom informant 8s uttalelse: *«jeg var veldig opptatt av å ha en god dialog med de ulike klubbene, både før og etter forhandlingene - nettopp for å bygge den tilliten videre»*.

---

<sup>3</sup> Sagd = utskjelt



Gjennomgående blant sportssjefene var at de overordnet hadde, og ønsket, god kjemi i samarbeid med agenter. Intervjuobjekt 9, sportssjef i en norsk toppklubb, delte sin mening: *«Jeg har i hvert fall hatt et mål og et ønske om å ha en bra dialog med de og spille med åpne kort og være ærlig, sånn at vi ikke skal havne i unødvendige konflikter»*. Selv om det ble påpekt at ikke alle relasjoner til agenter var like friksjonsfrie, delte informant 10 lignende syn: *«Det er viktig for oss å ha en åpen dialog med alle agentene til spillerne våre. Veldig viktig. Innimellom så kan det være kaldere klima enn det det optimalt sett skal være, men stort sett er vi «dus» med agentene til spillerne våre»*. Betydningen av å ha en god relasjon til agenter ble videre underbygget av informant 9: *«det å kunne ta den telefonen – og for de å føle at de kan ta den telefonen til meg hvis det er noe de har behov for å spørre om rundt deres spillere som allerede er i [klubben] er viktig»*. Våre funn viste at ettersom spillerne gjerne støtter seg på rådgivning fra sine agenter når viktige valg skal tas, er det viktig for klubbene å ha en god relasjon til dem. Dette underbygger intervjuobjekt 9, i sin kommentar: *«jeg tror at du er nødt til å ha en bra dialog med deres rådgivere»*.

Dataene viste at en god relasjon var verdifull for begge parter. Agent-informantene vektla spesielt kontinuerlig dialog med klubber som en nødvendighet for å bygge tillit og videre samarbeid. Dette kan ses i lys av intervjuobjekt 11s uttalelse, fra hans perspektiv som sportssjef i en veletablert eliteserierklubb: *«det er jo litt sånn at de agentene man har en god relasjon til og snakker best med, vil man gjerne fortsette å jobbe videre med»*. Empirien ga i tillegg en indikasjon på at agenter ofte er nøkkelen for å komme i dialog med ønskede spillere, og klubber ser seg derfor nødt til å ha en god relasjon med utøveres representanter.

### **5.2.3 Verdien av sosiale nettverk**

En gjennomgangsmelodi for både agentene og klubbliderne vi intervjuet var viktigheten av et solid nettverk. Dette var noe spesielt agentene la vekt på i sine uttalelser. Intervjuobjekt 6 påpekte konsist: *«altså (...) det er jo det vi lever av»*. Informant 8 la ikke skjul på at et rikt nettverk gjør jobben enklere: *«uten et solid nettverk begrenser du liksom inngangen til forhandlinger»*. Informant 7, en internasjonal toppagent med eget byrå, forklarte hvordan han benyttet sitt nettverk når han selv var i ukjent terreng: *«so of course I have some colleagues as partners and they represent a lot of players and their knowledge of the players, the environment, the clubs and the language of course is much higher than mine»*. Samme

intervjuobjekt understrekte betydningen av et sosialt nettverk i bransjen: «*I think that building a social positive network is crucial in this job*».

I samtale om sin tilnærming til nettverksbygging erfarte informant 5 at: «*du måtte hele tiden holde klubbene varme, du måtte holde dialog med de – vite hva de trengte (...) hva type spillere de trengte til enhver tid. Du måtte ha nettverket ditt, du måtte bygge nettverk i Europe og verden, sant – for å kunne få tilgang på gode spillere (...) hvert fall min taktikk var jo da å bli godt kjent med minst én god agent i hvert land kan du si - å få liksom en god samarbeidspartner i hvert land*». At agenter er viktige for klubber ble også presisert av agentinformant 6: «*du tenker at alle klubber i hele verden har veldig god oversikt over det som rører seg av spillere, men det har de ikke. Så de er jo og helt avhengig av agenter, for de har ikke råd til å ha speidere i hvert enkelt land i hele verden*».

Etterhvert som nettverket vokser i omfang, forklarte intervjuobjekt 5 hvordan han brukte kontaktene i håp om å skape flere samarbeidsprosjekter: «*da hadde jeg jo et veldig stort nettverk på [geografisk område] i forhold til å bli tipset om gode talenter (...) for da hadde vi sett noen kamper, meg og [agentkollega], og innimellom så tok vi med oss klubber fra Norge, vi tok med oss Sarpsborg eller Brann (...) hvem enn det måtte være med ned til [geografisk område], også tok vi oss ofte en sånn «turne» rundt og så kanskje en fire-fem kamper over et par dager*».

Som dataene våre hittil har indikert er solide sosiale nettverk essensielt for å lykkes som fotballagent. I så måte var klubbledernes perspektiv på dette vel så viktig for studien vår. Informant 10, sportssjef i en veletablert norsk toppklubb påpekte: «*jeg tror det er helt avgjørende å ha et sosialt nettverk og et levende nettverk der ute. Jeg tror du er nødt til å behandle nettverket ditt med respekt*». For å underbygge viktigheten av gjensidig respekt, presiserte han videre: «*jeg tror ikke [klubb] er så veldig redd den dagen jeg forsvinner fra klubben, men jeg tror de er jævla redd for at jeg tar med meg nettverket mitt*». Ved å ha et sterkt nettverk, forklarte informant 9 at det åpner dørene for ytterligere kontakter: «*det betyr jo at når jeg kjenner [agent] gjennom fotballen fra tidligere, kjenner jeg jo plutselig hele [agentbyrå] med [leder for byrået] og etter hvert flere hos dem*». Ifølge samme intervjuobjekt medfører det at «*terskelen for å snakke med noen av dem blir jo lav etter hvert da, fordi man kjenner folk*». Betydningen av å ha agenter i klubbens nettverk, ble tydeliggjort av informant 11: «*[agenten] har jo tross alt vært med på å sikre oss to-tre veldig sentrale spillere*».

Empirien synliggjorde at et sterkt sosialt nettverk var en viktig ressurs for begge parter, men at agentene i større grad så på det som en absolutt nødvendighet for å lykkes i bransjen. På bakgrunn av sportssjefenes uttalelser pekte agenter seg ut som en viktig brikke når det gjaldt å motta anbefalinger, signere, og komme i kontakt med ønskede spillere. På grunn av dette ble agentene ansett som en helt nødvendig del av klubbens nettverk.

#### **5.2.4 «Tror de er Mino Raiola»**

En rød tråd gjennom intervjuene med samtlige agenter var at jobben de gjør ofte fremstilles med et negativt fortegn. Tankefull rundt en mulig årsak til dette, forklarer informant 6: *«agenter har jo litt sånn «honor among thieves» stort sett»*. Han påpekte videre at: *«de fleste opptrer jo på en fin måte da, også har du jo enkelte som på en måte ødelegger ryktet for alle andre»*. Intervjuobjekt 8 - en etablert norsk fotballagent, delte tilsvarende mening i sitt møte med bransjen: *«jeg møtte jo på andre agenter som hadde en helt annen tilnærming til spillere og klubber enn hva de kanskje burde hatt. Du kan si de var mer hensynsløse i måten de jobbet på»*.

Gjennom samtale med agentene ble det avdekket at det å bli en vellykket fotballagent ikke skjer over natten, noe informant 7 vektla: *«A lot of guys think; oh wow, that's a short road to be a millionaire, you know»*. Reflekterende rundt de viktigste egenskapene en agent bør ha, forklarte samme intervjuobjekt: *«I would say football knowledge. I would say credibility and credibility is a thing that you build in years»*. Han presiserte videre at det ligger ekstremt hardt arbeid bak det å bli en etablert agent: *«You reach a position due to your credibility, to your experience, to your qualities, to the languages you speak»*. Dette ble understøttet av informant 5 om sin vei til å bli en anerkjent agent: *«du var liksom på jobb...om ikke 24 timer i døgnet, så hvertfall 18 timer i døgnet»*.

Grunnet de enorme summene i enkelte overganger, og svak regulering hva gjelder agents kommisjon, var agent-informantene samstemte om at det finnes tilfeller hvor spillerformidlere styrer klientene sine mot de mest økonomisk gunstige tilbudene, i stedet for det som er det beste karrieresteget for utøveren. Intervjuobjekt 6 hadde følgende å si som en mulig forklaring: *«det er jo litt problemet med alle disse nye agentene som prøver å komme inn på markedet, som gjerne har 1 eller 2 gode spillere. Fordi det er ikke sånn at (...) altså man tjener jo gode penger, men det er jo ikke Raiola-nivå»*.

Sportssjefene var også tydelige på at det har oppstått situasjoner der partene har stått langt fra hverandre og uheldige situasjoner har dukket opp. Informant 9 kom med følgende utsagn: *«Problemet er at de tror at de skal være Mino Raiola fra de begynner»*. Når spurt om hva som kunne være en mulig årsak, forklarte han videre: *«de går inn kanskje med en litt vel aggressiv innstilling til det å drive agentbyrå - så kanskje oftere opplever jeg mangel på innsikt hos de yngste, mest urutinerte»*. Dette kan ses i lys av agent-informantenes uttalelser ovenfor, hvor de påpekte at det ikke er en snarvei til suksess, derimot knallhardt arbeid over tid.

I samtale med sportssjefene ble det imidlertid også avdekket positive erfaringer i samarbeid med spillerformidlere. Informant 10 var klar i sin tale om hvordan de generelt imøtekommer henvendelser fra spilleragenter: *«vi har en målsetning om at vi skal være den klubben i Norge som behandler agentnettverket vårt best»*. Samarbeidet med spillerformidlere og deres betydning ble ytterligere roset av intervjuobjekt 9: *«jeg syntes at de aller fleste klubber og agenter gjør en veldig viktig jobb sammen med klubbene og spillerne, og faktisk har den rollen som rådgivere som de bør ha»*. Han dro også frem at det finnes forskjellige kalibre av agenter: *«de som har vært lengst, de flinkeste, og de i de største selskapene, de har veldig gode måter å jobbe på»*.

Videre i samtale med sportssjefene kom deres oppfatning om hvorvidt agenter handler i spillerens beste interesse frem. Informant 10 påpekte: *«Det er nok en god del agenter som har vært veldig opptatt av å få «agent-feet<sup>4</sup>» sitt. Det er det»*. Samme intervjuobjekt utdypet: *«så lenge de klarer å overbevise oss, så er det egentlig det samme hvordan det går med spilleren – for eventuelt så får de nytt «agent-fee» når spilleren går herfra til et nytt sted, eller så har de så mange spillere i omløp sånn at det ikke gjør noe særlig om de mister en spiller»*.

Videre ønsket vi å få sportssjefenes tanker rundt reguleringene som eksisterer for agentvirket. Informant 9 var tydelig i sin mening om hva som burde gjelde: *«den reguleringa jeg synes burde være i agentmarkedet er at jeg synes det burde være et slags kvalitetskrav for å kunne kalle seg agent som de gjorde før»*. I samtale om samme tema, kom informant 11 med en liknende uttalelse: *«jeg liker tanken av at det kreves en del for å bli agent, spesielt når det gjelder å representere yngre spillere. Det er ikke noe som skjer over natta liksom»*. Ettersom FIFAs siste reguleringer av agenter varierer fra nasjon til nasjon, påpekte intervjuobjekt 10

---

<sup>4</sup> Agent-fee = agenthonorar

konfliktene som kan oppstå: «*de kan komme med en del krav på sine egne vegne, som er lov i hele Europa – men som ikke er lov i Norge. Det er en ganske stor utfordring*».

Gjennomgående hos alle sportssjefene var ønsket om at det gjeninnføres krav om lisens for fotballagenter. Informant 7 var også klar i talen rundt FIFAs beslutning om å fjerne kravet om lisens hos agenter: «*For me they killed a little bit professionalism in this sector*». Nå som alle stort sett kan bli fotballagent påpeker informant 10 at antall agenter har økt betraktelig: «*det har blitt litt mye trafikk fra agenter nå etter at lisensene forsvant*». Dette vitner om at også aktører innen sporten opplever at agenter har fått for fritt handlingsrom etter at markedet ble mer deregulert. Som vi presenterte i den tidligere forskningen, mener aktører utenfor sporten at strengere reguleringer vil være viktig for å gjenopprette tilliten til hvordan overgangsmarkedet fungerer. Vi finner det derfor interessant at sportssjefer og agenter i bransjen deler denne oppfatningen, da det vitner om at det eksisterer problemer med systemet slik det fungerer i dag.

## 6.0 Drøfting

Der analysen har vært kodedrevet, vil vi i dette kapittelet samle trådene og drøfte funnene med utgangspunkt i det teoretiske perspektivet redegjort for i kapittel 2. Vi vil her drøfte portvoktermakt, regimakt og idémakt, før vi runder av med å undersøke betydningen av egeninteresse og motmakt.

### 6.1 Portvoktermakt

Som funnene våre indikerer er agentene samstemte i det faktum at deres sosiale nettverk er en av grunnpilarene for å lykkes i yrket. Spørsmålet er da i hvilken grad nettverket hjelper både agenter med å kunne gjennomføre best mulige avtaler, men også hvordan dette kan fremme spillerens interesser. Viktigheten av mange og gode sosiale bånd utpekte seg som et essensielt hjelpemiddel. Dette for å ha flere strenger å spille på hva angår overganger for klientene, men også for å skaffe nye spillere å representere. Det fremkom her at spillerne som allerede var en del av agents portefølje var en sterk bidragsyter til å hjelpe dette nettverket å vokse. Her ser vi et eksempel på det Granovetter omtaler som «*the strength of weak ties*». Agentene benytter nemlig klientene de allerede har i sin portefølje til å komme i kontakt med deres medspillere. Å representere spiller X i klubb Y betyr dermed at terskelen er lavere for agenten å kontakte

andre spillere i klubb Y. Samtidig vil også spillerens lagkamerater kunne komme i kontakt med agenten dersom vedkommende snakker varmt om spillerformidleren.

Videre fremkommer det av analysen at viktigheten av et godt rykte avgjørende for agentens suksess. På samme måte som det er vanskelig å være en kokk uten smaksløker, eller en revisor uten matematikkunnskaper, er det utfordrende å bygge seg et navn som spillerformidler dersom anseelsen din er lav. Dette fungerer som et insentiv for spillerformidlerne til å sørge for at klientene deres har et godt syn på relasjonen, ettersom et dårlig samarbeid vil begrense agentens muligheter til å skaffe flere klienter.

Her oppstår det dog etter vårt skjønn et lite paradoks. Det at spillere anbefaler agenter til hverandre fungerer som en form for motmakt. Dette leder til at de mer tvilsomme aktørene i markedet vil miste klientene sine, til fordel for dem som anbefales av sine medspillere på bakgrunn av deres gode arbeid. Paradokset oppstår ved at gjennom å bytte til en av disse agentene, får de igjen større makt på bakgrunn av antallet klienter de representerer. Slik vi diskuterte i kapittel 2.3.3, ligger kunnskap om både spilleres tilgjengelighet og klubbers behov i bunnen som en forutsetning for portvoktermakt. Det å ha et godt rykte er dermed noe som bidrar til flere spillere i agentens portefølje, som igjen gir større kunnskap, og dermed portvoktermakt. Slik vi også nevnte er behovet for en agent med et stort kontaktnettverk kanskje størst hos de mindre attraktive spillerne. Denne «motmakten» spillerne utøver er ironisk nok noe som kan være med til å bidra til at de med størst behov for representasjon, er de som vil ha størst problemer med å skaffe seg en respektabel agent. Dette hevder vi på bakgrunn av at dersom et stort antall spillere som ønsker seg en agent, kan denne agenten være mer selektiv med tanke på hvilke spillere han ønsker å representere. Det vil da gi mest mening forretningsmessig å representere spillere med gode ferdigheter og videresalgspotensiale, som igjen «tvinger» svakere spillere til å søke hjelp fra agenter som ikke har like mange klienter.

Så hvordan manifesterer denne makten seg i markedet? For å forstå det, er vi nødt til å se på den andre siden av mynten, nemlig agentenes forhold til klubbene. Funnene våre her gir indikasjoner på at denne maktformen på mange måter har en selvforsterkende effekt. Dette kan illustreres slik: ved at en agent har mange spillere i flere klubber, vil han også ha bånd til nevnte klubber. Ettersom han har mange spillere, vil det igjen være gunstig for klubbene å ha en god relasjon til agenten. Disse relasjonene vil igjen kunne bidra til å skaffe spillere innpass hos nevnte klubber, som igjen gjør agenten attraktiv for andre spillere. Effekten og nytten av

det Granovetter omtaler som viktigheten av svake bånd, illustreres i ovennevnte eksempel, og disse båndene legger også grunnlaget for å bygge sterke bånd med utvalgte klubber. Et eksempel fra informant 4, viser en konkret hendelse hvor gode forhold til agenter kan føre til gunstige muligheter for klubbene: «*Igjen når vi pratet om [Spiller] istad så er jo det fordi [Agent] var på stadion for å se på to av sine gutter. 'Bare stikk innom å ta en kaffe og se på et par treninger og sånn', sier jo vi, og så blir det snakk om 'ja dere representerer vel [Spiller] og, hvordan er ståa med han for tiden?'*». En mulighet til å hente en svært profilert spiller ble her en realitet for klubben, på bakgrunn av båndene til agenten. Dette båndet var igjen noe agenten hadde anledning til å skape, på bakgrunn av andre spillere han representerte i klubben. Dette er også et eksempel på hvordan agenten har portvoktermakt overfor klubbene. I dette tilfellet er klubbens tilgang til spilleren betinget av agentens samarbeidsvilje, og ettersom det var en god relasjon i bunnen ble overgangen en realitet.

Summa summarum finner vi støtte i våre data for at portvoktermakt er en viktig og utslagsgivende maktform i relasjonene. Dataene våre gir dog indikasjoner på at denne makten spesielt gjør seg gjeldende for agenter med et solid rykte, som forenklet sagt bidrar til en selvforsterkende effekt der bedre rykte igjen leder til større portvoktermakt. For svakere og yngre spillere, som er mest avhengige av en agent med stor portvoktermakt, kan dette være en bidragsyter til at de heller er nødt til å søke representasjon hos en agent med dårligere forutsetninger for å hjelpe. I bransjen er det en klar indikasjon på at kunnskap er makt, der sosiale bånd er byggesteinene som legger til rette for utøvelse av maktformen.

## 6.2 Regimakt

Dataene våre viser at bakgrunnen for at regimakt kan eksistere i relasjonene er grunnet kunnskapen agentene innehar. Spillerne var samstemte om at agenten spiller en viktig rolle i å utføre oppgaver spilleren selv ikke har forutsetninger for å gjennomføre. I lys av teorien vi har drøftet i kapittel 2.3.4, kan det se ut til at nettopp informasjonsasymmetrien mellom partene legger grunnlaget for regimakt. Agenten er her ansatt for å gjennomføre en oppgave spilleren ikke selv er i stand til, og nettopp denne delegeringen av arbeidsoppgaver legger i teorien til rette for at agenten kan handle etter egne preferanser. Dette er på grunn av at spilleren, som utforsket i kapittelet om prinsipal-agent-teori, ikke vil ha anledning til å overvåke all agentvirksomheten.

Teorikapitlet om regimakt presenterte en antagelse om at agents regimakt eksisterer når de kan presentere en «meny» av alternativer til en spiller eller klubb, og et av disse alternativene aksepteres. Her fant vi indikasjoner på at tillit er en større faktor for bruk av regimakt sammenlignet med portvoktermakt. På tross av at informantene beskriver varierende tillitsforhold til agentene sine, er det ironisk nok ikke mange av dem som stiller spørsmål ved alternativene som blir presentert når det kommer til overganger. Skepsisen ser ut til å primært rettes mot agentenes intensjoner, og ikke utvalgsrammen de presenterer når klubber er interessert. Slik vi forstår spillernes bekymringer rundt «agentens intensjoner», handler dette om agentens økonomiske vinning i en gitt overgang, og ikke muligheten til å påvirke *hvilken* overgang det er snakk om. Denne problematikken er det altså ingen sterke indikasjoner på at spillerne er bevisst på i det hele tatt. Informasjon om nettopp hvilke klubber som er interesserte har spillerne selv ingen anledning til å finne ut om. Dette er fordi de kun vil bli oppmerksomme på at det er interesse for dem dersom det enten kommer en henvendelse til klubben de spiller for, eller om agenten informerer om at noen har henvendt seg til ham om spillerens tilgjengelighet. Dette er en spesiell situasjon, ettersom agenten er ansatt til å sile ut hvilke henvendelser det er verdt å presentere for sin klient, men agenten må selv vurdere hva som er verdt å videreformidle. I så måte, er det utvilsomt en form for regimakt.

Samtidig kan det være ulike intensjoner bak utnyttelsen av maktformen. Melder for eksempel den norske 3.divisjonsklubben Express sin interesse for Sogndals juvel, Sivert Mannsverk, vil nok ikke hans agent videreformidle dette til spilleren. Overgangen er ikke realistisk, og dermed vil agenten fort vurdere at henvendelsen ikke er noe spilleren har behov for å gjøre oppmerksom på. Dette er en form for regimakt – men det er den type regimakt agenten er ansatt for, og forventet, å utøve. Samtidig, om det hadde kommet henvendelser om spilleren fra som Rosenborg, Celtic eller Malmø, som på mange måter kan ansees som mer realistiske destinasjoner for stortalentet, hadde filtreringsjobben for agenten tatt en annen form. Ved å unnlate å presentere alternativer for spilleren her, som potensielt kunne ha vært interessant for ham, er dette også bruk av regimakt. Her er det legitimt å tenke at filtreringen kan baseres på en form for opportuniste. Enten dette er fordi han tror «menyen» han presenterer til spilleren gir en bedre økonomisk pakke, eller om det er basert på hans sosiale relasjoner, er dette en bruk av maktformen som ikke gagnar spilleren. Spilleren vil ha en oppfattet valgfrihet, men utvalgsrammen er definert av agenten, etter hans egne kriterier.



Agenters regimakt overfor klubbene tar en annen form enn i spillerrelasjonen. Generelt kan vi si at informasjonsasymmetrien mellom disse partene er mindre enn i spiller-agentrelasjonen, ettersom de fleste klubbene som er store nok til å operere med agenter, også har nok kunnskap til å klare å navigere markedet. Agenter spiller allikevel en viktig rolle, men her er gjerne maktformen betinget av gode relasjoner, og tilnærmet «konsultvirksomhet». Regimakt utspiller seg gjerne ved at agenten er bevisst på at klubben trenger en spiller i en posisjon, og han kan dermed presentere spiller 1, 2 og 3 som alternativer for klubben. Vi har også eksempler her på at agenten opererer som en konsulent, med oppdrag om å finne en spiller som passer klubbens behov.

Nettopp denne listen agenten da er i posisjon til å presentere for klubben, er en form for regimakt i denne relasjonen. Akkurat som i spillerrelasjonen kan agenten her presentere spillere han enten oppriktig mener er gode alternativer for klubben, eller fremme utøvere på bakgrunn av andre kriterier. For eksempel uttalte informant 5 her at det etter hans syn var klubbens ansvar å kvalitetssikre at alternativene han presenterte var gode nok. For ham var det ikke uhørt å presentere spillere for klubbene som han ikke hadde tro på, dersom det betydde penger i kassa. «*Deres ansvar, ikke mitt*», var begrunnelsen. Dette er dog noe som i lengden går på bekostning av troverdigheten, og dermed relasjonen til klubbene. På mange måter påvirkes dermed agentene til å handle etter klubbens ønsker, grunnet viktigheten av relasjonene som vi utforsket i punkt 6.1.

Hvilke standarder spillerformidlere her ønsker å operere etter, dikteres i stor grad av deres egeninteresse. Enten det er penger, et ønske om å bygge og vedlikeholde relasjoner, eller egne normative standarder som danner grunnlaget for utvalgsrammen som presenteres, er det uansett en form for regimakt dersom «menyen» aksepteres. Våre data indikerer at spesielt spillerne er relativt ukritiske til dette, mens klubbene i større grad parallelt gjør sine egne vurderinger. Det er her nærliggende å tro at bakgrunnen for at regimakt gjør seg mer gjeldende i spiller-agentrelasjonen bunner i det store informasjonsovertaket agenten har i relasjonen, sammenlignet med informasjonsasymmetrien mellom agent og klubb.

### **6.3 Idémakt**

Den siste av Steven Lukes' maktformer er idémakten. Den er vanskelig å observere, og dermed også vanskelig for oss som forskere å avdekke. Utfordringen her ligger i at om man

utsettes for idémakt, så er man ikke i en posisjon til å forstå at maktformen utøves. For å avdekke maktformen i relasjonene er vi derfor nødt til å utelukkende se etter mekanismer som kan indikere at idémakt kan eksistere mellom partene, da informantenes egne virkelighetsoppfatninger mest sannsynlig ikke fanger dette opp. Om vi først tar for oss spiller-agentrelasjonen er det tydelig at det er et skille mellom idémakt som et produkt av en personlig relasjon, og idémakt som et produkt av en profesjonell relasjon. Agenter «profesjonelle» idémakt ovenfor spilleren vil være et produkt av overlegen kunnskap og tillit. For idémakt som eksisterer som et produkt av tette personlige bånd derimot, er også nærhet til motparten en viktig forutsetning.

Grunnet idémaktens abstrakte natur, er det vanskelig for oss å fastslå at idémakt er noe som eksisterer i relasjonen, selv om både stor tillit, et stort kunnskapsgap og en personlig tilknytning er til stede mellom partene. Det vi derimot kan si, er at dersom disse kriteriene er oppfylt, og relasjonen er sterk, er det potensiale for at agenten kan ha idémakt over spilleren. For eksempel hos informant 1, som har et svært personlig og tillitsfullt forhold til sin agent, peker alle piler i retning av at idémakt er noe agenten potensielt kan besitte. Vi finner allikevel ikke noen åpenbare indikasjoner i dataene våre på at dette faktisk er tilfellet, på tross av at kriteriene som legger til rette for idémakt er oppfylt.

Spilleren er rett og slett nødt til å være i en slik posisjon at han enten av egen uvitenhet, eller mangel på markedsoversikt, ukritisk stoler på agentens ord. Dette er fordi idémakt forutsetter at maktutøveren er i stand til å foreslå alternativer som aksepteres av spilleren, med tro på at maktutøveren vet bedre enn spilleren hva som er riktig for ham.

Når det kommer til idémakt som et produkt av en profesjonell relasjon i spiller-agentforholdet, avviker våre data noe fra våre teoretisk informerte antagelser. I dataene fant vi ingen eksempler på idémakt som et produkt av en profesjonell relasjon mellom spiller og agent. Bakgrunnen for dette er at i tilfellene relasjonen ikke er personlig, later det til å være større avstand mellom partene. Agenten er ansatt til å gjøre en jobb som spilleren ikke er i stand til selv, ikke til å være en sparringspartner. I disse tilfellene er det tillit til at agenten gjør en god jobb i forhandlingssituasjoner og klubbsøk, ikke nødvendigvis til agentens råd. Påvirkning fra familie, venner og lagkamerater vil i disse tilfellene veie tyngre enn forslagene spillerformidleren fremmer. Karriereplanlegging basert på agentens profesjonelle råd vil dermed ikke veie like tungt sammenlignet med hva som hadde vært tilfellet dersom relasjonen hadde hatt et personlig preg.

I agent-klubbrelasjonen derimot, gjør idémakt som et produkt av en profesjonell relasjon seg mer gjeldende. Vi ser derimot indikasjoner på at dette ikke er spesielt relevant for overganger og forhandlinger som kun foregår innenlands, men heller at overganger til og fra utenlandske klubber fører til at agenten sitter på idémakt. Bakgrunnen for dette er at i overganger innenlands vet alle parter hvordan den typiske prosedyren ser ut. Klubbene her har stort sett tilfredsstillende kontroll på markedet, og kvaliteten på spillerne som vurderes er innlysende, gitt nærheten og tilgangen til utøverne. Det er dermed liten grad av forskjell mellom partenes kunnskap, og forholdene for å utøve idémakt er dermed vanskelige. Dette endrer seg derimot når handelen foregår med utenlandske klubber fra enkelte land. Med begrensede ressurser til å navigere disse markedene, er norske klubber i større grad avhengige av bistand for å få overganger i land. Denne bistanden er det gjerne agentene som bidrar med, og dermed er de også i stand til å diktere prosedyrer og betingelser i større grad. Om agentene har stor kunnskap om disse markedene anses de gjerne som en autoritet, der deres inngående kunnskap om lønnsnivåer, relevante personer å kontakte og juridiske forhold gjør dem til en viktig ressurs.

Dette fant vi også et konkret eksempel på i datainnsamlingen vår, da informant 5 representerte en spiller fra utlandet i forbindelse med en overgang til en norsk klubb. Både overgangssummen mellom de to klubbene og spillerens personlige avtale var i boks, og når det kom til agenthonoraret den norske klubben skulle betale, var det tydelig at de manglet erfaring i markedet. Istedenfor å forhandle om honoraret, ba klubben agenten om å bare oppgi hvor stort agenthonorar han krevde. Dette ledet til at agenten ifølge ham selv ba om et disproportjonalt stort honorar sammenlignet med hva overgangssummen skulle indikere, og dette fikk han umiddelbar aksept for. At prosessen foregikk på denne måten, er et produkt av usikkerhet rundt prosedyrene, som gav agenten makt til å definere premissene for overgangen. «Hvis ikke dere gjør som jeg sier, får dere ikke det beste utfallet», er på mange måter en kommentar som oppsummerer hvordan agenten kan utøve idémakt i disse tilfellene. Dette er ikke en direkte trussel som blir rettet mot klubbene, men heller en felles forståelse om at agentens kunnskap er såpass viktig for å sikre resultatet klubben ønsker, at det han legger frem bør etterkommes. Denne idémakten besitter han gjennom sin overlegne kunnskap.

Vi kan altså si at potensialet for maktutøvelse i spiller-agentrelasjonen avhenger av i hvor stor grad relasjonen baseres på personlige bånd. Tillit, kunnskapsovertak og nærhet later til å være

tre kriterier som må oppfylles for at idémakt skal kunne gjøre seg gjeldene i relasjonen. I klubb-agentrelasjonen er derimot maktformen tuftet på en profesjonell relasjon. Her eksisterer maktformen som et produkt av klubbens begrensede kjennskap til prosedyrer i utenlandske markeder, som tillater agenter å bruke sin overlegne kunnskap til å diktere premissene for overgangene.

## **6.4 Egeninteresse**

Bakgrunnen for at mange trer inn i bransjen er tidligere erfaringer fra idretten og kjærlighet til sporten. Utenom denne lidenskapen gir funnene våre indikasjoner på at agents egeninteresse kan deles i to. På den ene siden er monetære grunner fundamentet for motivasjonen for mange agenter. På den andre siden ser vi samtidig at egeninteressen er tuftet på å bygge solide sosiale nettverk. Vår forståelse av disse funnene, er at dette på mange måter er en mål-middelfordeling. Gjennom analysen har vi understreket viktigheten av å bygge sterke sosiale nettverk, særlig i kapittel 6.1 om portvoktermakt. Vi ser her at nettverk er en essensiell byggestein for å oppnå suksess i markedet, og dermed er dette svært viktig for agenter med ambisjoner om å skaffe seg en langvarig karriere i bransjen. Videre er det ingen som går inn i yrket uten ambisjonen om å maksimere egen vinning, så å kunne tjene gode penger på livet som spillerformidler er dermed det endelige målet.

Funnene våre gir dermed indikasjoner på at egeninteressen som baserer seg på bygging av sosiale nettverk, er et middel for å senere kunne oppnå målet om økonomisk suksess. Her ser vi også et interessant skille mellom hvordan ulike agenter balanserer disse to interessene. For agentene som lar de monetære egeninteressene overstyre de sosiale, er en rask «lønningsdag» overkommelig å oppnå, men dette skader forholdene til nettopp klubbene og spillerne det er viktig å ha gode relasjoner til. Dette er spillerformidlerne som de sportslige lederne uttalte at «tror de er Mino Raiola», noe som kan lede til en kort karriere i markedet.

## **6.5 Motmakt**

På samme måte som agents egeninteresser er monetære og dermed relasjonsbaserte, er spillernes egeninteresser også basert på økonomi, i tillegg til ønsker om å spille for best mulige klubber. Viktige virkemidler for å kunne oppnå dette er dermed informasjon – både om egen verdi i markedet, men også om interessenter. Som vi har kommunisert tidligere, er det nettopp dette agenter er ansatt til å håndtere, og det å sørge for at du som spiller har en representant som setter dine interesser først er derfor essensielt. Ettersom vi over har

understreket hvordan agenter er i en posisjon til å utøve makt, er det dermed også viktig at spillerne selv sørger for å minimere potensialet for maktutøvelse, og dette kan gjøres gjennom ulike motmaktsmekanismer.

Til tross for at garderobeprat om lønnsnivåer, agenthonorarer og informasjon om agenter er virkemidler som kan hjelpe spillerne til å ta mer velinformerte valg, gir dataene våre indikasjoner på at kun sistnevnte benyttes i særlig grad. Som diskutert i kapittel 6.1, er dette en form for motmakt spillerne benytter seg av, der ulempen er at dette også konsentrerer makten hos et mindretall agenter. Hvorfor de økonomiske aspektene rundt lønn og agenter ikke diskuteres later til å bunne ut i at «garderobekulturen» ikke legger til rette for det. Å snakke om lønn når du tjener mye er skryting, mens når du tjener lite er dette heller ikke noe man går rundt og snakker entusiastisk om. Med den manglende åpenheten rundt disse temaene gjør spillerne seg selv en bjørnetjeneste, ettersom de ikke fullt ut benytter mulighetene som finnes for å redusere kunnskapsgapet mellom seg selv og agenten.

Da vi har sett antydninger til at informasjonsasymmetri er en essensiell komponent for utøvelse av makt i denne relasjonen, er det forundringsverdig at spillerne selv ikke tar i bruk virkemidlene de har til rådighet for å minske dette kunnskapsgapet. Ettersom informantene våre indikerer at normene i garderoben setter en stopper for dette, kan virkemidler slik Holt, Michie og Oughton foreslår (kapittel 3.1) bidra til å gi spillerne mer velinformerte grunnlag å fatte beslutninger på. Forslag som at agenten skal betales kun av spilleren, ikke av klubben, og offentlige spillerlønninger er etter vårt skjønn solide tiltak her. Dette vil føre til mer åpenhet, som igjen leder til mindre informasjonsasymmetri og følgelig mindre agentmakt.

## 7.0 Avslutning

Med denne forskningen har vi søkt etter å sette lys på maktstrukturene i fotballnorge, og undersøkt hvordan makten kommer til uttrykk i markedet. Ved hjelp av særlig nettverks- og prinsipal-agent-teori satt i en maktteoretisk kontekst, har vi undersøkt hvilke maktformer som definerer relasjonene mellom agenter og spillere/klubber. Funnene våre indikerer at både portvoktermakt, regimakt og idémakt er maktformer som eksisterer i de to relasjonene, der særlig informasjonsasymmetri, overlegen kunnskap, tillit og ulike typer relasjoner er viktige forklaringsselementer når det kommer til hvilke maktformer som kan oppstå mellom partene. Målet om å bygge og vedlikeholde gode relasjoner er en av de mest betydningsfulle egeninteressene for agentene som satser på en karriere i fotballen. Dataene våre indikere dog at dette er en egeninteresse som er et middel for å oppnå økonomiske gevinster på et senere tidspunkt. Agentmakten utfordres i liten grad av de potensielle motmaktsmekanismene spillerne kan benytte seg av, og den manglende åpenheten stiller dermed utøverne i ugunstige forhandlingsposisjoner.

Om vi løfter blikket og ser våre funn i lys av markedet som helhet, er vårt hovedinntrykk at denne forskningen ytterligere setter søkelys på hvorfor det vil være viktig med strengere reguleringer i bransjen. På tross av at behovet for bedre reguleringer av markedet ikke var noe vi i utgangspunktet hadde som formål å undersøke, vil vi allikevel argumentere for at funnene våre gir videre kredibilitet til forskningen som anbefaler begrensninger i spillerformidlers handlingsrom. Vi har i denne oppgaven forsøkt å besvare spørsmål som etter våre litteratursøk ikke har blitt besvart tidligere, og selv med en såpass annerledes tilnærming til forskningen sammenlignet med andre studier, utpeker behovet for reguleringer seg selv her. Dette vitner om et marked som har behov for sterkere beskyttelse av de «svakere» partene, med bakgrunn i maktutøvelsespotensialet agentene innehar.

Som vi presenterte i innledningen, er fotballen i dag «big business». Selv om en norsk agent ikke er sammenlignbar med Mino Raiola, og at en eliteseriespiller ikke er på langt nær like ettertraktet som Paul Pogba, er det maktmekanismene vi har avdekket i oppgaven som legger grunnlaget for maktutøvelsen i begge tilfeller. Pengesommene og oppmerksomheten er kanskje ikke de samme – men mekanismene som tillater maktformene å eksistere, samt maktformene i seg selv, er nærmest identiske.

## 7.1 Begrensninger

Vi erkjenner at oppgaven har enkelte begrensninger. Selv om vi mener vi har hensyntatt mange av utfordringene knyttet til vår metode, er det likevel svakheter ved alle forskningsopplegg. Realiteten er at makt er et svært komplekst tema, med mange små brikker som sammen skaper situasjonen der en part har et overtak på en annen. Dette er noe det kan være vanskelig å fullstendig kartlegge gjennom intervjuer, og vi tar derfor forbehold om at det kan være faktorer som bidrar til makt som vi ikke har evnet å kartlegge. Makt i seg selv er heller ikke direkte observerbart, og vår subjektive tolkning av dataene sett opp mot de teoretiske antagelsene våre har derfor dannet grunnlaget for analysen. Denne subjektiviteten gir rom for at det kan ha oppstått misforståelser og feiltolkninger, til tross for stegene vi har tatt for å forsikre oss mot nettopp dette.

Samtidig har vi et relativt begrenset utvalg, og intervjuobjektene opplevelser kan variere stort. Dette, i kombinasjon med kvalitative metoders generelle karakteristika, gjør at funnene våre ikke er generaliserbare. På tross av dette bidrar forskningen til å sette lys på et lite undersøkt marked, og er i så måte et viktig bidrag for å forstå hvordan makt fungerer i de ulike relasjonene.

## 7.2 Forslag til videre forskning

Når det kommer til videre forskning er det flere momenter det vil være interessant å undersøke. Her vil det være relevant å undersøke hvordan mulige reguleringer i bransjen vil påvirke agentenes forutsetninger for å utøve makt, og hvordan dette igjen vil påvirke sporten økonomisk. Her kan våre funn som belyser at faktorer som informasjonsasymmetri, tillit og grad av personlige bånd være interessante utgangspunkt for forskningen, ettersom våre analyser antyder at en reduksjon i disse også minker agentenes innflytelse. I påvente av nye internasjonale reguleringer for bransjen kan det også være interessant å undersøke hvorvidt det vil være hensiktsmessig for Norges Fotballforbund å opprette et eget organ for å overse overgangsmarkedet. Dette organet kunne ha fungert som en nøytral tredjepart for både kvalitetssikring av overgangsprosedyrer, og rådgiving til spillere med behov for veiledning. Et annet interessant element det ville ha vært hensiktsmessig å studere videre, er de mye omtalte honorarene agenter mottar ved kjøp og salg av spillere. Dette later til å være et betent og lite avklart område, der tidligere reguleringer som har hatt som hensikt å begrense agents honorarer har hatt liten gjennomslagskraft. Å undersøke konsekvensene av for

eksempel et prosentvis makstak på utbetalinger av agenthonorar ville vært et interessant bidrag til debatten videre.



## 8.0 Litteraturliste

Askheim, Ola Gaute Aas og Tor Grenness. 2008. *Kvalitative Metoder for Markedsføring Og Organisasjonsfag*. 4.Utg. Oslo: Universitetsforlaget.

Autor, David. H. 2001. «Wiring the Labor Market». *Journal of Economic Perspectives*. 15(1), 25–40.

Bryman, Alan. 2016. *Social Research Methods*. 5. Utg. Oxford, UK: Oxford University Press.

Burt, Ronald. 1992. «Structural Holes: The Social Structure of Competition». Cambridge: Harvard University Press.

Chadwick, Simon, Daniel Parnell, Paul Widdop og Christos Anagnostopoulos. 2019. *Routledge Handbook of Football Business and Management*. 1.Utg. Routledge International Handbooks. London, UK: Routledge.

Claywell, Charlie. 2016. «What Is Social Network Theory?». Socialnetworking.

Lesedato:03.03.2021:[https://socialnetworking.lovetoknow.com/What\\_is\\_Social\\_Network\\_Theory](https://socialnetworking.lovetoknow.com/What_is_Social_Network_Theory)

Conn, David. 2019. «Premier League finances: the full club-by-club breakdown and verdict». The Guardian. Lesedato: 14.01.2021:

<https://www.theguardian.com/football/2019/may/22/premier-league-finances-club-guide-2017-18-accounts-manchester-united-city>

Corbin, Juliet og Anselm Strauss. 2008. *Basics of Qualitative Research: Techniques and Procedures for Developing Grounded Theory*. 3. Utg. Thousand Oaks, California: Sage.

Creswell, John. 1998. *Qualitative Inquiry and Research Design: Choosing among Five Traditions*. Sage.

Dahl, Robert Alan. 1957. «The concept of power». *Behavioral Science* nr. 2, 201-215:

<https://onlinelibrary.wiley.com/doi/abs/10.1002/bs.3830020303>

- Dalen, Monica. 2004. *Intervju som forskningsmetode – en kvalitativ tilnærming*. Oslo: Universitetsforlaget.
- Demazière, Didier og Morgan Jouvenet. 2013. «The Market Work of Football Agents and the Manifold Valorizations of Professional Football Players». *Economic Sociology European Electronic Newsletter*. 15(1), pp. 29–40.
- Eisenhardt, Kathleen. 1989. «Agency Theory: An Assessment and Review». *Academy of Management. Review*, Vol. 14, No. 1 (Jan). 57–74. Lesedato 01.02.2021: <https://doi.org/10.2307/258191>
- FIFA. 2019. «Global Transfer Market Report». Lesedato 20.01.2021: <https://resources.fifa.com/image/upload/global-transfer-market-report-2019-men.pdf?cloudid=x2wrqjstwjoailnncnod>
- Fiske, Susan og Jennifer Berdahl. 2007. «Social Power». New York: The Guilford Press: [https://www.researchgate.net/publication/232589326\\_Social\\_power](https://www.researchgate.net/publication/232589326_Social_power)
- Foucault, Michel. 1998. «The History of Sexuality: The Will to Knowledge». London: Penguin.
- Granovetter, Mark. 1973. «The Strength of Weak Ties». *American Journal of Sociology* 78, no. 6: 1360-380.
- Granovetter, Mark. 1983. «The Strength of Weak Ties: A Network Theory Revisited». *Sociological Theory* 1: 201-233.
- Granovetter, Mark. 1985. «Economic action and social structure: The problem of embeddedness». *American Journal of Sociology*. 91(3), 481–510.
- Grimen, Harald. 2001. «Tillit og makt- tre sammenhengar». *Tidsskrift Norsk Legeforening*, 121: 3617–9.
- Grimen, Harald. 2009. *Hva er TILLIT*. Oslo, Universitetsforlaget AS.
- Gripsrud, Geir, Ulf Henning Olsson og Ragnhild Silkoset. 2016. *Metode Og Dataanalyse: Beslutningsstøtte for Bedrifter Ved Bruk Av JMP, Excel Og SPSS*. 3. Utg. Oslo: Cappelen Damm Akademisk.

Holt, Matthew, Jonathan Michie og Christine Oughton. 2006. «The Role and Regulation of Agents in Football». London: The Sport Nexus.

Jacobsen, Dag Ingvar. 2015. *Hvordan Gjennomføre Undersøkelser?: Innføring I Samfunnsvitenskapelig Metode*. 3. Utg. Oslo: Cappelen Damm Akademisk.

Jensen, Michael, C. og William Meckling. 1976. «Theory of the firm: Managerial behavior, agency costs, and ownership structure». *Journal of Financial Economics*, Vol 3, 305-360.

Johannessen, Asbjørn, Line Christoffersen og Per Arne Tufte. 2010. *Introduksjon Til Samfunnsvitenskapelig Metode*. 4. Utg. Oslo: Abstrakt.

Klenke, Karin. 2016. *Qualitative Research in the Study of Leadership*. 2. Utg. Bingley, UK: Emerald Publishing Limited.

Krumsvik, Rune Johan. 2014. *Forskingsdesign Og Kvalitativ Metode: Ei Innføring*. Bergen: Fagbokforlaget.

Kvale, Steinar og Svend Brinkmann. 2009. *Det kvalitative forskningsintervju*. 2. utg. Oslo: Gyldendal akademisk.

Lawton, Matt. 2017. «Mino Raiola insists his £41m cut from Paul Pogba`s move from Juventus to Manchester United was clean». The Daily Mail. Lesedato 28.01.2021: <https://www.dailymail.co.uk/sport/football/article-4493678/Mino-Raiola-insists-41m-Paul-Pogba-cut-clean.html>

Levitt, Steven og Chad Syverson. 2008. «Market Distortions when Agents are Better Informed: The Value of Information in Real Estate Transactions». *The Review of Economics and Statistics*, MIT Press, vol. 90(4), 599-611.

Lukes, Steven. 1974. *Power: A Radical View*. 2. utg. London: Macmillan.

Mason, Daniel og Trevor Slack. 2001a. «Evaluating Monitoring Mechanisms As a Solution to Opportunism by Professional Hockey Players». *Journal of Sport Management*. 15(1), 37–61.

Mason, Daniel og Trevor Slack. 2001b. «Industry Factors and the Changing Dynamics of the Player-Agent Relationships in Professional Ice Hockey». *Sport Management Review*. 4(2), 165–191.

Maxwell, Joseph. 1992. «Understanding and Validity in Qualitative Research». *Harvard Educational Review*. Research Library Core. 1992; 62, 3. 279-300.

NSD. «Samtykke og andre behandlingsgrunnlag». Lesedato: 16.02.2021:  
<https://www.nsd.no/personverntjenester/oppslagsverk-for-personvern-i-forskning/samtykke-og-andre-behandlingsgrunnlag/>

Nye, Joseph. 1990. «The Changing Nature of World Power». *Political Science Quarterly* Vol. 105, Nr. 2 1990, 177-192: <https://doi.org/10.2307/2151022>

Næss, Hans Erik og Lene Pettersen. 2017. *Metodebok for Kreative Fag*. Oslo: Universitetsforlaget.

Parrish, Richard, Andrea Cattaneo, Johan Lindholm, Jürgen Mittag, Carmen Gonzalez-Perez og Vanja Smokvina. 2018. «Promoting and Supporting Good Governance in the European Football Agents Industry». EU Funded Research Study.

Pataraiia, Nino, Anoush Margaryan, Isobel Falconer, Allison Littlejohn og Jennifer Falconer. 2014. «Discovering Academics' Key Learning Connections: An Ego-Centric Network Approach to Analysing Learning About Teaching». *Journal of Workplace Learning*, 26(1). 56-72.

Poli, Raffaele. 2009. «Labour market migration to the five major leagues in European football: The impact of national team selection». London: Birkbeck Sport Business Centre.

Ringdal, Kristen. 2018. *Enhet og Mangfold: Samfunnsvitenskapelig Forskning og Kvantitativ Metode*. 4. Utg. Bergen: Fagbokforlaget.

Rossi, Giambattista, Anna Semens og Jean Francois Brocard. 2016. *Sports Agents and Labour Markets - Evidence From World Football*. 1.Utg. Routledge Research in Sport Business and Management.

Surbhi, S. 2018. «Difference Between Information and Knowledge». Lesedato: 15.03.2021: <https://keydifferences.com/difference-between-information-and-knowledge.html>

Tjora, Aksel og Evan Willis. 2006. «På Sosiologisk Spor». Trondheim: Tapir Akademisk Forlag.

Tjora, Aksel. 2017. *Kvalitative Forskningsmetoder i Praksis*. 3. Utg. Oslo: Gyldendal Akademisk.

Tranøy, Bent Sofus. 2006a. «Markedets Makt over Sinnene». Oslo: Aschehoug.

Tranøy, Bent Sofus. 2006b. «Makt Versus Effisiens - Hvorfor Kredittilsynet Aldri blir en Forbrukerorientert Institusjon.» I *Erfaringer og utfordringer*. Jubileumsskrift, Oslo: Kredittilsynet.

Tranøy, Bent Sofus. 2015. «Makt i Matkjeden». I Hilde Bjørkhaug, Reidar Almås og Jostein Vik. *Norsk matmakt i endring*, 23-51. Bergen: Fagbokforlaget.

Ulvestad, Jorun. 2016. «Myter i omløp – det annet kjønn i Akademia». *Uniped*. 01/2016, 24-36: <https://doi.org/10.18261/issn.1893-8981-2016-01-03>

Weber, Max. 1978. *Economy and Society: An Outline of Interpretive Sociology*. Berkley: University of California press

Yilmaz, Serhat. 2018. «Advancing our Understanding of the EU Sports Policy: the Socio-Cultural Model of Sports Regulation and Players' Agents». *International Journal of Sport Policy and Politics*, 10:2, 353-369. Lesedato 28.01.2021: <https://doi.org/10.1080/19406940.2018.1432671>

Ziegler, Martyn. 2018. «FIFA investigated Mino Raiola's role in 'reproachable' deal for Manchester United to sell Paul Pogba to Juventus». The Times. Lesedato: 14.01.2021: <https://www.thetimes.co.uk/article/fifa-investigated-mino-raiolas-role-in-reproachable-deal-for-manchester-united-to-sell-paul-pogba-to-juventus-nw80lvjt>

# Vedlegg

## Vedlegg 1 – Intervjuguide for sportslige ledere

### Intervjuguide for sportslige ledere

I forkant av intervjuene vil vi be informantene om å ikke navngi eller oppgi karakteristikk som kan føre til gjenkjenning av tredjeparter de snakker om.

#### Innledning

- Presentere oss selv
- Informere om prosjektet og hva man kommer til å spørre spørsmål om
- Si litt om betydningen av å være med på intervjuet, om tilbakemelding og om resultat. Gå igjennom hvordan intervjuet dokumenteres, og hva som gjøres med datamaterialet når prosjektet er avsluttet
- Garanter anonymitet eller sikre tillatelse til å bruke dataene hvis informanten skal kunne identifiseres
- Informere om informantens rett til å avbryte intervjuet når som helst

#### Introduksjonsspørsmål

**Q1.** Hvordan ser en typisk arbeidsdag ut for deg?

#### Nøkkelspørsmål

**Q1.** Kan du fortelle litt om din rolle i spillerrekruttering?

**Q2.** Kan du skissere hvordan en typisk overgang ser ut?

**Q2.1.** (Om ikke nevnt/gått i dybden på, spør rundt agentens rolle)

**Q2.2.** Når agenter kommer til dere med tilbud, hvordan vurderer dere disse?

**Q3.** Kan du gi et eksempel på en overgang der partene (klubb og spiller) har stått langt fra hverandre, men som allikevel gikk i land?

**Q3.1.** Hvordan kom dere til enighet?

**Q4.** Om jeg sier fotballagent, hva tenker du da?

**Q4.1.** Utforsk

**Q5.** Kan du si litt om betydningen av dine sine sosiale nettverk i spillerrekruttering?

**Q6.** Som “sportslig leder”, kan du fortelle litt om hva slags relasjoner du har til agenter?

**Q6.1.** Om ikke nevnt: Opplever du det som enklere å få i land avtaler med agenter du har en relasjon til?

**Q7.** Har det vært situasjoner der dere har vegret dere for å hente en spiller grunnet hvem agenten er? Hvorfor?

**Q8.** Opplever dere at spillerens forhold til egen agent kan by på utfordringer? Isåfall hvordan?

**Q9.** Hvilke virkemidler opplever du at agenter benytter i forhandlingssituasjoner? (for oss selv: media, trekke seg fra forhandlinger etc.)

**Q10.** Basert på din erfaring, opplever du at agenter stort sett handler etter spillerens beste interesse, eller har det vært situasjoner der du mener dette ikke er tilfellet?

**Q11.** Ifølge formidlerrapporten betalte dere i år 2019 ca. [sum] i agenthonorarer, mens dere betalte rundt [sum] i 2020. Kan du si litt rundt dette? Mener du disse summene er "rimelige"?

**Q12.** Hvordan føler du makt dynamikken mellom deg, som sportslig leder, og agent utspiller seg i en forhandlingssituasjon? Har du noen eksempler?

**Q13.** Kan du si litt om forskjellen mellom å hente spillere fra ulike markeder?

**Q14.** Hva er dine tanker rundt reguleringene av agenter slik de eksisterer i dag? Er det noe du ville endret?

**Avsluttende spørsmål:**

Da gjenstår det kun tre spørsmål:

**Q1.** Er det noe du vil tilføye?

**Q2.** Er det noe som ikke kom klart frem i intervjuet som du ønsker å ta opp?

**Q3.** Har du noen spørsmål eller kommentarer til intervjuet?

## Vedlegg 2 – Intervjuguide for fotballspillere

### Intervjuguide for fotballspillere

I forkant av intervjuene vil vi be informantene om å ikke navngi eller oppgi karakteristikk som kan lede til gjenkjennelse av tredjeparter de snakker om.

#### Innledning

- Presentere oss selv
- Informere om prosjektet og hva man kommer til å spørre spørsmål om
- Si litt om betydningen av å være med på intervjuet, om tilbakemelding og om resultat. Gå igjennom hvordan intervjuet dokumenteres, og hva som gjøres med datamaterialet når prosjektet er avsluttet
- Garanter anonymitet eller sikre tillatelse til å bruke dataene hvis informanten skal kunne identifiseres
- Informere om informantens rett til å avbryte intervjuet når som helst

#### Introduksjonsspørsmål:

**Q1.** Hvis jeg sier fotballagent, hva tenker du da?

#### Overgangsspørsmål:

- **Q1.** Når var første gang du benyttet deg av en fotballagent?

#### Nøkkelspørsmål (relasjon):

- **Q1.** Kan du fortelle litt om hvorfor du valgte å benytte deg av en agent/spillerformidler?
- **Q2.** Hvordan kom du i kontakt med din nåværende agent?
- **Q3.** Hva var dine forventninger i møtet/samarbeidet med agenten?
- **Q4.** Var det noe du var skeptisk til i forkant av å benytte en agent?
- **Q5.** Kan du fortelle litt om hva som var viktig for deg ved valg av agent?
- **Q6.** Hvordan vil du beskrive ditt forhold til agenten din?
  - **Q6.1.** Vil du si at det er et vennskap, eller kun av profesjonell karakter?
- **Q7.** Hvor mange agenter har du benyttet deg av?
  - **Q7.1.** Hva var bakgrunnen for eventuelle bytter?

#### Nøkkelspørsmål (makt):

- **Q1.** Fra ditt ståsted, hvordan vil du beskrive agentens rolle i kontraktsforhandlinger/overganger?
  - **Q1.1.** Utover kontraktsforhandling/overganger, hvilke arbeidsoppgaver har din agent?
- **Q2.** Ta oss steg for steg gjennom en overgang/kontraktsforhandling du har vært med på. Hva var agents funksjon på hvert av disse stadiene?
  - **Q2.1.** (Oppsummer) - du har tatt oss gjennom x,x,x og x stadiene...Oppsto det uenighet på noen av disse stadiene?
    - (Hvis ja, om hva?)
  - **Q2.2.** Hvor involvert følte du deg i denne prosessen?
- **Q3.** Har forholdet deres endret seg/utviklet seg siden agenten først ble ansatt?
  - Utforsk i så fall hvordan (Arbeidsoppgaver, ansvar etc).
- **Q4.** I hvilken grad bruker du din agent som en rådgiver?
  - **Q4.1.** Utforsk hva dette evt. innebærer.



- **Q5.** Kan du huske noen situasjoner hvor du tenkte at «oi, nå var jeg glad for at jeg hadde x som agent»?
- **Q6.** Kan du fortelle litt om hvilke normer og regler som gjelder i garderoben når det kommer til diskusjoner om lønn og kontrakter?
  - Snakker dere med hverandre om hvor mye dere betaler agentene?
- **Q7.** Føler du at din agent til enhver tid har handlet ut ifra dine interesser?
- **Q8.** Har det vært situasjoner hvor du føler agenten har hatt andre motivasjoner enn å oppfylle dine ønsker?
  - Om ja, utforsk.
- **Q9.** Hvordan er snakken i garderoben rundt agenter?
  - Diskuterer og anbefaler dere agenter til hverandre?

### **Avslutning:**

Da gjenstår det kun tre spørsmål:

**Q1.** Er det noe du ønsker å tilføye?

**Q2.** Er det noe som ikke kom klart frem i intervjuet som du ønsker å ta opp?

**Q3.** Har du noen spørsmål eller kommentarer til intervjuet?

## Vedlegg 3 – Intervjuguide for agenter

### Intervjuguide for fotballagenter

I forkant av intervjuene vil vi be informantene om å ikke navngi eller oppgi karakteristikk som kan føre til gjenkjennelse av tredjeparter de snakker om.

#### Innledning

- Presentere oss selv
- Informere om prosjektet og hva man kommer til å spørre spørsmål om
- Si litt om betydningen av å være med på intervjuet, om tilbakemelding og om resultat. Gå igjennom hvordan intervjuet dokumenteres, og hva som gjøres med datamaterialet når prosjektet er avsluttet
- Garanter anonymitet eller sikre tillatelse til å bruke dataene hvis informanten skal kunne identifiseres
- Informere om informantens rett til å avbryte intervjuet når som helst

#### Introduksjonsspørsmål

**Q1.** Hvordan endte du opp som fotballagent?

#### Nøkkelspørsmål (spiller)

**Q2.** Hvordan ser en typisk arbeidsdag som agent ut?

**Q3.** Hvordan ser du på konkurransen i markedet for fotballagenter?

**Q4.** Kan du si litt om hvordan du skaffer deg nye klienter?

**Q4.1.** Hvordan ser spillerporteføljen din ut?

**Q4.2.** Er det noen forskjell i hvordan du opererer ut ifra spillerens nasjonalitet, alder, ferdighet etc.?

**Q5.** Hvordan vil du beskrive dine relasjoner med klientene dine? (profesjonell, vennskapelig etc.)

**Q5.1.** Hvor stor grad av frihet føler du at du har til å handle på klientens vegne? (Undersøk grad av kontinuerlig dialog).

**Q6.** Hva mener du er de viktigste egenskapene til en agent?

**Q7.** Hva er din motivasjon for å jobbe som spillerformidler?

**Q8.** Hvordan føler du agentvirket blir presentert i media?

**Q8.1.** Føler du dette stemmer overens med virkeligheten?

**Q9.** Agenter har åpenbart ekspertise på områder som omfavner overganger, kontraktsforhandlinger etc. Hva gjør du som agent for å forsikre dine klienter om at valgene som tas/tilbudene som kommer/kravene som stilles er for spillerens eget beste?

**Q9.1.** Har du opplevd at noen av dine “kollegaer” har utnyttet rollen for egen vinning?

Q. Hvordan?

**Q9.2.** Hvordan vurderer du hvilken informasjon du skal presentere til klienten din? (siling av informasjon mtp. f.eks. forespørsler, tilbud, kontraktsforslag etc.).

**Q10.** Grunnet de enorme summene som er involvert i enkelte overganger (og svak regulering av agents komsisjon), opplever du at det gir insentiver for agenter til å

styre klienten mot de beste økonomiske tilbudene over noe som kanskje hadde vært et bedre steg sportslig?

**Q11.** Opplever du at de voksende pengesummene i fotballen har påvirket agentenes rolle?

**Q11.1.** Hvis ja, hvordan?

### **Nøkkelspørsmål (klubb)**

**Q1.** Kan du fortelle om hvordan du jobber inn mot klubber ifbm. overganger og kontraktsfornyelser?

**Q2.** Kan du fortelle litt om betydningen av å ha gode forhold til klubber, ifbm. overganger for dine klienter?

**Q3.** Kan du gi et eksempel på en overgang/kontraktsforhandling der partene sto langt fra hverandre, men som allikevel gikk i boks? Hva gjorde du for å få avtalen i land?

**Q4.** Kan du si litt om betydningen av ditt sosiale nettverk i arbeidet du gjør?

**Q4.1.** Opplever du det som enklere å få i stand avtaler med klubber du allerede har en relasjon til?

**Q4.2.** Hvordan bruker du dine forhold til spillere og andre agenter i arbeidet ditt?

**Q5.** Kan du si litt om hvordan din rolle endrer seg ut ifra hvorvidt du representerer en ettertraktet spiller, eller en som er ute etter et klubbskifte uten mange tilbud på bordet?

**Q6.** Kan du si litt om hva du gjør for å skaffe klienten din best mulige tilbud?

**Q7.** Hvordan føler du maktdynamikken mellom deg, som representant for spilleren, og klubb utspiller seg? Eksempler?

### **Avsluttende spørsmål:**

Da gjenstår det kun tre spørsmål:

**Q1.** Er det noe du vil tilføye?

**Q2.** Er det noe som ikke kom klart frem i intervjuet som du ønsker å ta opp?

**Q3.** Har du noen spørsmål eller kommentarer til intervjuet?

## **Vedlegg 4 – Intervjuguide for agenter (engelsk)**

### **Interview guide for football agents**

Prior to the interviews we will kindly ask the informants not to give away any names or reveal characteristics that may lead to disclosing third parties involved.

#### **Introduction**

- Presentation (of us)
- Information about the project and what questions one can expect to be asked.
- A little about the importance/significance of partaking in the interview, feedback and the results/findings. Go through how the interview is being documented and what happens to all data at the conclusion of the project.
- Guarantee anonymity or see to that permission to use data is secured should the informant be identified.
- Informant must know that he/she can stop the interview at his/her convenience

#### **Introductory question**

**Q1.** What led to you becoming a football agent?

#### **Key questions (player)**

**Q2.** What does a typical working day as agent look like? What are your tasks?

**Q3.** How do you evaluate the competition market-wise for football agents?

**Q4.** Can you say a little on how you go about getting new clients?

**Q4.1.** What about your player portfolio?

**Q4.2.** Are there any differences in your modus operandi regarding a player's nationality, age, skills etc?

**Q5.** How would you describe your relationships to your clients? (professionally, friendly/as human beings etc.)

**Q5.1.** In what degree do you feel free to act on your clients' behalf? (Check degree of continual dialogue).

**Q6.** In your view, which are the most important qualities of an agent?

**Q7.** What are your motivations, working as an agent?

**Q8.** How do you see your job being presented in the media?

**Q8.1.** Is this presentation true to reality?

**Q9.** Agents have obviously professional knowledge in the fields of transfers, contractual negotiations etc. What do you do as an agent to assure your clients that the choices made / the offers that come / the demands that are made are for the player's own good?

**Q9.1.** Bearing in mind these far-reaching challenges, have you ever experienced any colleague misuse his position to his own advantage?

**Q9.2.** Are you conscious of what information you give your client? (holding back of information regarding questions, demands, offers, contracts being offered etc.).

**Q10.** Acknowledging the enormous amounts of money at play in certain transfers (and insufficient regulation of agents' commissions), have you ever experienced that all the money tempts agents to steer their clients towards lucrative deals thus disregarding what might benefit the player sport-wise?

**Q11.** Do you ever feel that astronomical sums of money increasingly affect the job/role of football agents?

**Q11.1.** If yes, in what way?

**Key questions (clubs)**

**Q1.** Can you reveal your modus operandi when it comes to approaching clubs in connection with transfers, renewal of contracts etc?

**Q2.** How important is it to have good relations to clubs when dealing with transfers for your clients?

**Q3.** Can you give an example of transfer or contractual negotiations where the parties were far from reaching an agreement, but eventually struck a deal? Which were your contributions here?

**Q4.** Can you please say a bit on the importance of the social network for your job?

**Q4.1.** Is it in your view easier to seal a deal with clubs you already have a good relationship with?

**Q4.2.** How do you put your relation to players and other agents to good use in your daily work?

**Q5.** Can you tell us in what way your role differs when representing a very «hot» (much sought after) player as opposed to representing one who wants a transfer?

**Q6.** Can you please explain how you go about securing your client the best possible offer?

**Q7.** How do you see the power dynamic play out between you representing the player and the club? Any instances?

**Final questions:**

**Q1.** Anything you'd like to add?

**Q2.** Is anything vital missing in the interview?

**Q3.** Do you have any questions or comments pertaining to the interview?

## Vedlegg 5 – Meldeskjema NSD



### **NSD sin vurdering**

#### **Prosjektittel**

Masteroppgave i markedsføringsledelse

#### **Referansenummer**

272989

#### **Registrert**

04.03.2021 av [Kandidat 6081] – [Kandidatens e-postadresse]

#### **Behandlingsansvarlig institusjon**

Høgskolen Kristiania – Ernst G. Mortensens Stiftelse / School of Communication, Leadership, and Marketing / institutt for markedsføring

#### **Prosjektansvarlig (vitenskapelig ansatt/veileder eller stipendiat)**

Bent Sofus Tranøy, BentSofus.Tranoy@kristiania.no, tlf: 99706184

#### **Type prosjekt**

Studentprosjekt, masterstudium

#### **Kontaktinformasjon, student**

[Kandidat 6081], [Kandidatens e-postadresse], tlf: [Kandidatens telefonnummer]

#### **Prosjektperiode**

11.01.2021 - 11.06.2021

#### **Status**

19.03.2021 - Vurdert

#### **Vurdering (1)**

---

**19.03.2021 - Vurdert**

Det er vår vurdering at behandlingen vil være i samsvar med personvernlovgivningen, så fremt den gjennomføres i tråd med det som er dokumentert i meldeskjemaet den 19.03.2021 med vedlegg.

Behandlingen kan starte.

#### MELD VESENTLIGE ENDRINGER

Dersom det skjer vesentlige endringer i behandlingen av personopplysninger, kan det være nødvendig å melde dette til NSD ved å oppdatere meldeskjemaet. Før du melder inn en endring, oppfordrer vi deg til å lese om hvilke type endringer det er nødvendig å melde:

<https://www.nsd.no/personverntjenester/fylle-ut-meldeskjema-for-personopplysninger/melde-endringer-imeldeskjema>

Du må vente på svar fra NSD før endringen gjennomføres.

#### TYPE OPPLYSNINGER OG VARIGHET

Prosjektet vil behandle alminnelige personopplysninger frem til 11.06.2021.

#### LOVLIG GRUNNLAG

Prosjektet vil innhente samtykke fra de registrerte til behandlingen av personopplysninger. Vår vurdering er at prosjektet legger opp til et samtykke i samsvar med kravene i art. 4 nr. 11 og 7, ved at det er en frivillig, spesifikk, informert og utvetydig bekreftelse, som kan dokumenteres, og som den registrerte kan trekke tilbake.

For alminnelige personopplysninger vil lovlig grunnlag for behandlingen være den registrertes samtykke, jf. personvernforordningen art. 6 nr. 1 a.

#### PERSONVERNPRINSIPPER

NSD vurderer at den planlagte behandlingen av personopplysninger vil følge prinsippene i personvernforordningen:

- om lovlighet, rettferdighet og åpenhet (art. 5.1 a), ved at de registrerte får tilfredsstillende informasjon om og samtykker til behandlingen
- formålsbegrensning (art. 5.1 b), ved at personopplysninger samles inn for spesifikke, uttrykkelig angitte og berettigede formål, og ikke viderebehandles til nye uforenlige formål
- dataminimering (art. 5.1 c), ved at det kun behandles opplysninger som er adekvate, relevante og nødvendige for formålet med prosjektet
- lagringsbegrensning (art. 5.1 e), ved at personopplysningene ikke lagres lengre enn nødvendig for å oppfylle formålet.

#### DE REGISTRERTES RETTIGHETER

NSD vurderer at informasjonen om behandlingen som de registrerte vil motta oppfyller lovens krav til form og innhold, jf. art. 12.1 og art. 13.

Så lenge de registrerte kan identifiseres i datamaterialet vil de ha følgende rettigheter: innsyn (art. 15), retting (art. 16), sletting (art. 17), begrensning (art. 18) og dataportabilitet (art. 20).

Vi minner om at hvis en registrert tar kontakt om sine rettigheter, har behandlingsansvarlig institusjon plikt til å svare innen en måned.

#### FØLG DIN INSTITUSJONS RETNINGSLINJER

NSD legger til grunn at behandlingen oppfyller kravene i personvernforordningen om riktighet (art. 5.1 d), integritet og konfidensialitet (art. 5.1. f) og sikkerhet (art. 32).

Zoom og teams er databehandlere i prosjektet. NSD legger til grunn at behandlingen oppfyller kravene til bruk av databehandler, jf. art 28 og 29.

For å forsikre dere om at kravene oppfylles, må prosjektansvarlig følge interne retningslinjer/rådføre dere med behandlingsansvarlig institusjon.

#### OPPFØLGING AV PROSJEKTET

NSD vil følge opp ved planlagt avslutning for å avklare om behandlingen av personopplysningene er avsluttet.

Lykke til med prosjektet!

Kontaktperson hos NSD: Gry Henriksen  
Tlf. Personverntjenester: 55 58 21 17 (tast 1)



## Vedlegg 6 – Informasjonsskriv

### **Vil du delta i forskningsprosjektet «*Maktforhold i fotballen: En kvalitativ studie av agents rolle*»?**

Dette er et spørsmål til deg om å delta i et forskningsprosjekt hvor formålet er å undersøke spiller-agent- og agent-klubbrelasjoner i fotballverden, for å få en forståelse av hvordan maktdynamikken i dette markedet fungerer. I dette skrivet gir vi deg informasjon om målene for prosjektet og hva deltakelse vil innebære for deg.

#### **Formål**

I dette prosjektet vil vi undersøke maktrelasjoner i agentvirket. Dette vil gjøres gjennom intervjuer med relevante skikkelser i fotballnorge. Dette er en masterstudie gjennomført ved Høgskolen Kristiania. I denne oppgaven tar vi sikte på å besvare følgende spørsmål:

- *Hvordan oppstår og endrer makt seg i spiller-agent- og agent-klubbrelasjoner i det norske fotballmarkedet?*
  - *F1. Hvilke former for makt eksisterer i de ulike relasjonene?*
  - *F2. Hvilken rolle spiller agentenes egeninteresse i relasjonene?*
  - *F3. Hvilke kilder til motmakt ligger hos spillerne?*

#### **Hvem er ansvarlig for forskningsprosjektet?**

Høgskolen Kristiania er ansvarlig for prosjektet.

Oppgaven gjennomføres av masterstudentene [Kandidat 6081] og [Kandidat 6064], med støtte fra veileder Bent Sofus Tranøy.

#### **Hvorfor får du spørsmål om å delta?**

Vi ønsker å intervjuer deg ettersom du har en posisjon i fotballen som gjør deg egnet til å hjelpe oss besvare vår problemstilling.

## **Hva innebærer det for deg å delta?**

Hvis du velger å delta i prosjektet, innebærer det at vi foretar et intervju enten over zoom/teams, eller fysisk. Intervjuet vil ta mellom 30 og 60 minutter, og med din tillatelse ønsker vi å ta lydopptak(fysisk) eller videoopptak(zoom/teams) av intervjuet for å kunne transkribere dette. Intervjuet vil gå igjennom problemstillinger knyttet til din stilling, og dine forhold til andre aktører i fotballen.

## **Det er frivillig å delta**

Det er frivillig å delta i prosjektet. Hvis du velger å delta, kan du når som helst trekke samtykket tilbake uten å oppgi noen grunn. Alle dine personopplysninger vil da bli slettet. Det vil ikke ha noen negative konsekvenser for deg hvis du ikke vil delta eller senere velger å trekke deg.

## **Ditt personvern – hvordan vi oppbevarer og bruker dine opplysninger**

Vi vil bare bruke opplysningene om deg til formålene vi har fortalt om i dette skrivet. Vi behandler opplysningene konfidensielt og i samsvar med personvernregelverket.

[Kandidat 6064] og [Kandidat 6081] vil ha tilgang til å behandle de personopplysninger vi har i dette forskningsprosjektet. Du vil bli anonymisert i oppgaven, slik at du ikke kan gjenkjennes. Navnet ditt og andre identifiserende faktorer vil sensureres eller endres i alle våre dokumenter, og video/lydopptak vil lagres med krypteringsnøkkel slik at uvedkommende ikke vil ha tilgang til innholdet. Disse vil slettes ved forskningsprosjektets avslutning.

## **Hva skjer med opplysningene dine når vi avslutter forskningsprosjektet?**

Opplysningene slettes når prosjektet avsluttes/oppgaven er godkjent, noe som etter planen er 11.06.2021.

## **Dine rettigheter**

Så lenge du kan identifiseres i datamaterialet, har du rett til:

- innsyn i hvilke personopplysninger som er registrert om deg, og å få utlevert en kopi av opplysningene,
- å få rettet personopplysninger om deg,
- å få slettet personopplysninger om deg
- å sende klage til Datatilsynet om behandlingen av dine personopplysninger.

## **Hva gir oss rett til å behandle personopplysninger om deg?**

Vi behandler opplysninger om deg basert på ditt samtykke.

På oppdrag fra Høyskolen Kristiania har NSD – Norsk senter for forskningsdata AS vurdert at behandlingen av personopplysninger i dette prosjektet er i samsvar med personvernregelverket.

### **Hvor kan jeg finne ut mer?**

Hvis du har spørsmål til studien, eller ønsker å benytte deg av dine rettigheter, ta kontakt med:

- Veileder Bent Sofus Tranøy på 99706184 eller [bentsofus.tranoy@kristiania.no](mailto:bentsofus.tranoy@kristiania.no).
- Masterstudent [Kandidat 6064] på [Kandidatens telefonnummer] eller [Kandidatens e-postadresse]
- Masterstudent [Kandidat 6081] på [Kandidatens telefonnummer] eller [Kandidatens e-postadresse]
- Vårt personvernombud: [behandlingsansvarlig@kristiania.no](mailto:behandlingsansvarlig@kristiania.no).

Hvis du har spørsmål knyttet til NSD sin vurdering av prosjektet, kan du ta kontakt med:

- NSD – Norsk senter for forskningsdata AS på epost ([personverntjenester@nsd.no](mailto:personverntjenester@nsd.no)) eller på telefon: 55 58 21 17.

Med vennlig hilsen

*Bent Sofus Tranøy*

*[Kandidat 6064]*

*[Kandidat 6081]*

## Vedlegg 7 – Samtykkeskjema

---

### Samtykkeerklæring

Jeg har mottatt og forstått informasjon om prosjektet *Maktforhold i fotballen: En kvalitativ studie av agents rolle* og har fått anledning til å stille spørsmål. Jeg samtykker til:

- å delta i intervju

Jeg samtykker til at mine opplysninger behandles frem til prosjektet er avsluttet

---

(Signert av prosjektdeltaker, dato)