

Idrottsklubbarnas varumärken 2024

–Tvillingklubbarna stärker positionerna. Klassiska GAIS årets raket.

Sport & Affärer har genom undersökningsföretaget Demoskop, frågat svenska folket, vilka tre svenska idrottsklubbar de anser har det starkaste varumärket. Vi utformar frågan på det sättet för att de som svarar inte enbart skall lyfta fram sin egen favoritklubb. Undersökningen gjordes i februari 2024. Det är det tolfte året som vi genomför undersökningen och resultatet publiceras alltid på www.sportaffarer.se

En idrottsförenings varumärke är så mycket mer än ett klubbmärke. Varumärkets styrka byggs upp av sportsliga framgångar, en professionell ledning och en anrik historia. Varumärket är klubbens identitet och en bild av hur man uppfattas av omvärlden. Många klubbar arbetar idag med frågor som jämställdhet, inkludering och mångfald och är idag medvetna om sin samhällsroll där många unga får ett meningsfullt inslag i livet. Det här viktiga arbetet stärker också klubbens varumärke och i förlängningen också klubbens ekonomi genom att man attraherar ny publik, fler supportrar och på sikt nya medlemmar och sponsorer.























Vilka är det som avgör styrkan i klubbarnas varumärken? Är det experterna eller är det konsulterna?

Nej det är givetvis vanliga människor, konsumenterna. Och det är också de som svarar i vår årliga undersökning.

Tvillingklubbarna stärker sina respektive positioner i den absoluta toppen där **AIK** gör all time high med klubbens bästa resultat sedan våra mätningar inleddes år 2012. Rivaliteten mellan tvillingklubbarna verkar stärkande och hårdbevakas av media som följer maktkampen i Allsvenskan och Svenska Cupen, under den pågående dramatiken i Hockeyallsvenskan och inom en rad andra idrotter och sammanhang. Fyran **Hammarby IF** knaprar in på trean **MFF:s** idag mycket knappa försprång. Årets raket är det klassiska idrottsvarumärket **GAIS** som klättrar hela sex placeringar från 20:e till plats 14. Avancemanget till högsta serien spelar säkert in. Även **Skellefteå AIK** gör ett imponerande skutt från plats 15 till 10 och placerar sig just före konkurrenten från norr, **Luleå Hockey**.

KÄRNVÄRDEN OCH SLOGANS HOS DE TIO STARKASTE VARUMÄRKENA BLAND SVENSKA IDROTTSKLUBBAR:

- **AIK:** Passion, stolthet och tradition.
- **Djurgårdens IF:** Glädje, värdighet, respekt – alltid oavsett.
- **Malmö FF:** Vi tänder stjärnor sedan 1910.
- **Hammarby IF:** Rötter, ambition, gemenskap, respekt och kärlek.
- **IFK Göteborg:** Passion, professionalism och kamratskap.
- **Frölunda HC:** Mod, passion och gemenskap.
- **Färjestads BK:** Målmedvetenhet, trovärdighet och professionalism.
- **Leksands IF:** Stolthet, tradition, respekt.
- **Brynäs IF:** Stolthet, hunger och gemenskap sedan 1912.
- **HV71:** Passion, tillit, framgång och laganda.

	1. AIK (1)	16,9%	(14,2%)
	2. DJURGÅRDENS IF (2)	12,2%	(11,0%)
	3. MALMÖ FF (3)	9,1%	(10,4%)
	4. HAMMARBY IF (4)	8,8%	(8,4%)
	5. IFK GÖTEBORG (5)	6,6%	(6,4%)
	6. FRÖLUNDA HC (6)	4,2%	(3,4%)
	7. FÄRJESTADS BK (8)	3,1%	(2,1%)
	8. LEKSANDS IF (7)	2,2%	(2,6%)
	9. BRYNÄS IF (9)	2,1%	(1,8%)
	10. HV71 (11)	1,4%	(0,9%)
	10. BK HÄCKEN (10)	1,4%	(1,1%)
	10. SKELLEFTEÅ AIK (15)	1,4%	(0,7%)
	13. LULEÅ HOCKEY (15)	1,3%	0,7%
	14. GAIS (20)	1,2%	(0,4%)
	15. MODO HOCKEY (13)	0,9%	(0,8%)
	16. HELSINGBORGS IF (15)	0,8%	(0,7%)
	17. VÄXJÖ LAKERS (NY)	0,5%	(0,2%)
	17. IF ELFSBORG (NY)	0,5%	(0,4%)
	17. IF BJÖRKLÖVEN (NY)	0,5%	(0,2%)
	20. IFK NORRKÖPING (18)	0,4%	(0,5%)
	20. IK SÄVEHOF (NY)	0,4%	(0,2%)
	20. LINKÖPINGS HC (18)	0,4%	(0,5%)
	ÖVRIGA SVAR	22,7%	(30,8)

(Förra årets placering och procentsatser inom parentes).

En annan hockeyklubb norrifrån är **IF Björklöven** (17) som är ny på listan. Vi välkomnar också **IK Sävehof** (20), **IF Elfsborg** (17) och **Växjö Lakers** (17) tillbaka in bland Top 20.

Sävehof (enda handbollsklubben på listan) vann Handbollsligan dam medan herrarna spelade SM-final mot Kristianstad 2023. IF Elfsborg tog stora silvret i Allsvenskan och Växjö Lakers tog SM-guld i ishockey.

De tre stockholmsklubbarna vilka alla stärkt sina positioner inom Top 4, är flersektionsföreningar med verksamheter i flera idrotter och med framgångar för både tjejer och killar vilket gynnar styrkan i varumärket. Dessutom drar de nytta av en bredare upptagning i storstadsregionen. De är alla klubbar med en anrik historia och med många sportsliga framgångar. Topplistan innehåller elva utpräglade hockeyklubbar, sju fotbollsklubbar, en handbollsklubb och ett antal flersektionsföreningar.

Text: Gustaf Berencreutz

KOMMENTAR FRÅN ÅRETS KLÄTTRARE

Povel Fagerström, klubbchef i GAIS, om att vara årets raket på varumärkeslistan:



– Det som kännetecknar vår klubb idag är att alla går "all in" i det som görs. Det gäller våra hängivna medlemmar och supportrar, det gäller våra medarbetare inom bland annat event, marknad och våra *sociala projekt*, det gäller våra partners och sist men inte minst gäller det spelarnas prestationer på plan. Vi har avancerat två serier på raken, från division 1 till Allsvenskan, vilket ger avtryck runt om i fotbolls-Sverige. Och många verkar glada att vi är tillbaka, även bland konkurrentklubbar.

KORT OM DEMOSKOP-UNDERSÖKNINGEN:

Undersökningen är genomförd som en webbundersökning inom ramen för Demoskops webbomnibus under perioden den 27 februari till 5 mars 2024. Urvalet i undersökningen görs inom ramen för en i förväg rekryterad onlinepanel som rekryteras genom ett samarbete med drygt 400 webbplatser. Urvalet inom panelen är riksrepresentativt och kan sägas utgöra ett mini-Sverige. Resultaten baseras på 1.039 genomförda webbenkäter med personer mellan 18–89 år. Urvalsprincipen är densamma som i Demoskops månatliga väljarundersökningar som publiceras i Aftonbladet och Svenska Dagbladet. Procentandelarna i resultaten utgör antalet svar för en viss klubb i förhållande till det totala antalet klubbar som nämnts.