

Sporten

Enqvist är ny favorit hos sponsorererna

STOCKHOLM:

● Thomas Enqvist är Sveriges heta idrottsstjärna. Hos sponsorererna.

Enqvists lyft mot tennistoppen har gjort att hans marknadsvärde inför 1996 skjutit mot höjder där bara en annan raket kan konkurrera. Golfaren Annika Sörenstam.

De är unga, de ser bra ut, de har en trevlig framtoning.

Och de har slagit igenom med dunder och brak.

Thomas Enqvist och Annika Sörenstam har allt som sponsorererna önskar sig och därför har de störst marknadsvärde just nu.

– De här två är unga, duktiga människor som på kort tid nått världsstjärnestatus. De är förebilder på alla sätt och vis och helt okontroversiella, säger Claes Elefalk på IMG.

TT har varit i kontakt med ett flertal sponsoragenter för att se vilka svenska stjärnor som går lättast att sälja i reklamsammanhang under 1996.

Stjärnornas parad

Här är deras topplista över totala inkomster – vid nya reklamavtal. Till grund för bedömningen ligger idrottsresultat, exponering i Sverige och utomlands och hur mycket pengar som finns i sporten.

1) Thomas Enqvist, 21 år, tennis.

Sjua på världsrankingen och snyggt ansikte på reklambilder. Fem titlar under 1995 gör Thomas till en av världens mest intressanta namn i en världssport. Blygheten märks mindre och han är stekhet inför 1996.

2) Annika Sörenstam, 25 år, golf.

Sejer i US Open, bäst i Europa, bäst i USA och så Bragdguldet. Först var hon okänd, sedan syntes Annikas leende överallt.

– Annika har öppnat alla dörrar som finns, säger hennes svenske agent Björn af Klercker.

3) Martin Dahlin, 27, fotboll.

Har hållit en hög nivå en lång tid i ett landslag där spelarna fått popstjärnestatus. Har en karisma som utstrålar ordet vinnare, gör många mål, är öppen och missar ingen chans att synas. Stor stjärna både i Sverige och Tyskland.

4) Mats Sundin, 24, ishockey.

"Sudden" är den största spelaren i det stora hockeyfästet Toronto. Är sympatisk och verbal och ser ut som en blandning av cool kille och svärmorsdröm. I höst spelar Canada Cup. Då blir han ännu hetare.

5) Peter Forsberg, 22, ishockey.

"Foppa" är oerhört populär bland unga hockeyare. Anses av vissa fortfarande vara lite valpig. Försvinner det samtidigt som han fortsätter ösa in NHL-poäng kan Forsberg bli en spelande guldgruva.

6) Magnus Larsson, 25, tennis.

Förlorade både i ranking och uppmärksamhet när han bröt foten i våras. Är ändå kvar på 15:e plats – i en sport där materialsponsorer pumpar in pengar.

6) Pernilla Wiberg, 25, alpint.

"Pillas" placering har en reservation: hon måste lyckas snart. Ett dåligt VM är det minsta hon behöver. Då räcker det inte att folket i stugorna gillar att se en leende tjej i en folkfär sport.



Sjua på världsrankingen och etta på sponsortoppen – visst har Thomas Enqvist slagit igenom ordentligt under 1995!

7) Jesper Parnevik, 30, golf.

Drar in mycket pengar med sitt spel på USA-touren. Är för lite i Sverige för att hårdlanseras här.

8) Lotta Neumann, 29, golf.

Vann US Open 1988. Tävligen sändes direkt i japansk TV – och Lotta har blivit kvar i japanernas hjärtan.

9) Helen Alfredsson, 30, golf.

Visar gärna känslor på banan. Sånt sticker ut i en sport där det går att göra stora pengar på avtal med klubb- sko- och klädmärken.

10) Henrik Dagård, 26, Patrik Sjöberg, 30, båda friidrott.

Två namn med frågetecken efter. Hur mycket tog Dagård skada av VM-fiaskot? Hur mycket kan Sjöberg utnyttja den positiva eftersmak hans VM-insats fick? Patrik slutade som en charmig sexa. Den onde hade blivit den gode.

Vill Sara Wedlund?

Bakom dessa finns bubblare. Som Stefan Edberg. Som Tomas Brolin – skadedrabbad fot-

bollspelare som saknar Dahlins öppenhet. Som Jan-Ove Waldner – överlägset namn i pingis där pengarna ändå är för små.

Sara Wedlund skulle dundra in på listan om hon bara ville.

– Sara Wedlund är mycket het. Men av vad jag förstått är hon helt ointresserad av att syssla med sponsring. Det är skolan och löpningen som gäller, säger Björn Wagnsson.

JOHAN ESK/TT, text
REUTER, foto

Mycket sport i TV har inte hjälpt de små idrotterna

Malmö, fredagen den 8 december

TV-sport på längden, TV-sport på bredden, TV-sport på morgonen, TV-sport på dagen, TV-sport på kvällen, TV-sport på natten – till och med jag, som en del nog gärna vill beteckna som "sportdäre", tycker att utbudet är för stort.

Trots sport i TV nästan dygnet runt så har inte explosionen lett till ökade inkomster för idrotten i stort. I ett fåtal sporter handlar det om riktigt stora summor – det är samma sporter som redan när TV-kanalernas antal var litet kapade åt sig den tidens jättebelopp.

De små i idrottssamhället är lika lätt igenkännbara som små i alla samhällen: de står med mössan i hand och försöker få TV att sända en och annan minut för att de i bästa fall ska få betalt för de reklamskyltar som de lyckats sälja, men där pengarna överlämnas först sedan de syns i TV ett visst antal sekunder. Eller minuter.

De flesta trodde att idrottsintresset formligen skulle explodera när TV-kanalerna blev fler.

Istället verkar det att ha blivit tvärt om. Som i så många andra sammanhang har det visat sig att så länge en vara är ransonerad, eller i vart fall svåråtkomlig, är den betydligt mera attraktiv än när den är lättillgänglig.

TV-kanalernas intresse av att visa sport

bygger i stort sett på tre grundstenar: höga tittarsiffror, billig programvara och lätt administration. Den sista komponenten innebär att alla förarrangemang sköts av andra. TV kommer till arenan, betalar vad det kostar (i bästa fall) och åker därifrån när tävlingen är över.

TV-bolagets ansvar består i att ge sina tittare bilder. Allt annat svarar arrangörerna för till TV-chefers stora glädje. De är vana vid allehanda problem som uppstår vid egna produktioner. Speciellt att komma överens med de största stjärnorna.

De promotors (arrangörer) som livnär sig på att arrangera olika arrangemang upplever ungefär samma problem som TV-bolagen. Men eftersom arrangemang är deras födkrok vet de om att de också måste ta vissa olägenheter.

Just nu håller en viss amatörism på att smyga sig in i TV-kanalerna.

TV-bolagens känslspröt har registrerat att tittarna gärna vill se olika former av tävlingar, från frågesporter till idrott.

Kan sedan tävlingen lyftas upp till den nivå där man kan klistra etiketter som "VM" och andra är lyckan gjord.

Att det bara finns två kända tävlande i den kuriösa och nyuppfunna grenen spelar mindre roll för publiken. "VM-kamp" slår ut det mesta.

Olika former av kuddkrig, skytte där den

träffade inte skadas allvarligt, kombinationer av olika sporter kommer att dra som en stormvind genom TV-kanalerna. Deltagare från olika länder och städer som tävlar för billig produktion ytterligare eftersom programmet kan säljas till flera länder.

Varför betala miljonbelopp till redan rika idrottsmän när det går att få glada amatörer att både tävla och göra bort sig för några tusenlappar?

Verkligt allvarligt är att TV-bolagens jakt på tittare inte tycks ha några gränser.

USA drar just nu en brutal variant med inslag av samtliga kampsporter utom kendo fram som en präriebrand över arenor och TV-sändningar.

Två tävlande släppa in i en cirkelrund bur, sex-sju meter i diameter, och med väggar av plexiglas.

Matchen är slut när en av de tävlande är försvarslös.

Allt utom strupgrepp och försök att sticka ut ögonen är tillåtet.

Skydd förekommer inte och gud nåde den domare som blåser av matchen medan den förlorande parten klarar att röra sig. Eller till och med lämna kampburen utan hjälp.

Jag har sett alldeles för få minuter för att våga ge mig in på att kritisera detaljer.

Det behövs kanske heller inte förnedrande för mänskligheten är vad föreställ-

ningarna är.

Lite kamp mot väderkvarnar kan vårt svenska proffsboxningsförbud uppfattas som när det utsätts för konkurrens av här skildrad verksamhet.

Om svensk idrott, det vi kallar idrott, ska ha en chans att synas i de svenska hemmen finns bara en garant, Sveriges Television.

För den som säger emot och menar att även de kommersiella TV-kanalerna garanterar ett varierat utbud och hänsyn till minoritetsintressen säger jag bara: vänd dig om och se på utvecklingen!

Med nuvarande utveckling är det bara en tidsfråga innan TV-bolagens reklamsäljare nummer ett blir lördagsnöje världen över: offentliga avrättningar!

Patrik Sjöberg har beslutat sig för att inte längre ställa upp för Svenska Friidrottsförbundet (som vid inomhus-EM i Globen i vår).

Det därför att han får för lite ekonomiskt stöd av det för tillfället i pengar vadande förbundet.

Kan Patrik inte försöka få belgiska förbundet att sända över en liten summa så att det åtminstone räcker till fortkörningsböter?



Roger Gottfridsson kommentar