

”Ticket Touting” – utgör det ett problem inom svensk fotboll?

Jyri Backman

Institutionen för idrottsvetenskap, Malmö högskola

Publicerad på Internet,

www.idrottsforum.org/articles/backman/backman091125.html

(ISSN 1652–7224), 2009–11–25

Copyright © Jyri Backman 2009. All rights reserved. Except for the quotation of short passages for the purposes of criticism and review, no part of this publication may be reproduced, stored in a retrieval system, or transmitted, in any form or by any means, electronic, mechanical, photocopying, recording or otherwise, without the prior permission of the author.

Marknadsmislyckande, *market failure*, kan som begrepp spåras tillbaka till den på många sätt framsynte brittiske filosofen och utilitaristen Henry Sidgwick (1838–1900), som själv kunde iakta en rad sådana effekter i det marknadsekonomiska systemet i viktorienska England. Marknadsmislyckanden förekom naturligtvis också dessförinnan, och uppfattades av de förklassiska ekonomerna som uttryck för ekonomiska eller finansiella aktörers ohämmade egenintresse, mot vilket endast ingripande från staten kunde förslå. De klassiska ekonomerna med Adam Smith i spetsen ansåg för sin del att den fria marknaden själv var förmögen att handskas med sådana problem genom att balans uppkom mellan egenintresset och samhällsintresset utan regleringar och intervention från staten. Inom neo-klassisk ekonomisk teori, där Keynes var en av förgrundsfigurerna, konstaterades en rad avvikelser som marknaden självt inte kunde handskas med, marknadsmislyckanden som endast statlig kontroll och reglering skulle kunna åtgärda och förebygga. Det dröjde dock till 1958 innan själva begreppet marknadsmislyckande användes av en ekonom. – Det anses finnas tre huvudorsaker till marknadsmislyckanden, nämligen frånvaron av konkurrens, externaliteter, till exempel miljöpåverkan, och public goods, det vill säga nyttigheter som är allmänt och fritt tillgängliga utan konkurrens. Den underliggande orsaken, mer relevant i det här sammanhanget, sägs dock vara att marknadsmislyckande är en följd av äganderättsproblem.

På marknaden säljs och köps inte endast varor och tjänster, utan också rätten att använda dem på ett visst sätt under viss tid, det vill säga att marknaden organiserar utbytet av kontrollen över varorna och tjänsterna. Vad är då en biljett? En vara? En tjänst? Detta är på sätt och vis ointressant (sanningen är väl snarast att biljetten är en vara som ger tillträde till en tjänst – en operaföreställning, en fotbollsmatch, en tågresa); det är rätten att använda den som man köper, och säljaren frånhänder sig den rätten med det (oftast) outtalade villkoret att den används på ett visst, åsyftat sätt. Jag köper en biljett som ger mig tillträde till en fotbollsmatch mellan lag A och lag B på arenan C en viss dag, D. Men med överlämnandet av den fysiska biljetten till mig frånhänder sig säljaren den faktiska kontrollen över hur biljetten används. Jag kan nu göra vad jag vill med den. Här har vi grundförutsättningarna för ”ticket touting”, återförsäljning av biljetter. Jag kan ställa mig utanför arenan C på dagen D och sälja biljetten till högstbjudande; dock är jag underkastad marknadsmekanismen för tillgång och efterfrågan. Jyri Backman undersöker och problematiserar i den här artikeln fenomenet ”ticket touting” utifrån en rad olika perspektiv, juridiskt, ekonomiskt, sociologiskt, i England och Sverige, ur ett samhällsperspektiv och ur fotbollsetablissemangets perspektiv. Hans grundliga förstudie lägger grunden för kommande empiriska studier av företeelsen på svensk botten.

Inledning

Fotboll har för många människor en mycket stor betydelse. Såväl nationellt som internationellt har fotboll attraktionskraft. Att följa, på plats eller via media, svenska klubblag och i synnerhet det svenska fotbollslandslaget är för åtskilliga svenskar närmast en livsstil. Att dessutom kunna följa fotbollslandslaget vid matcher och mästerskap utomland är en upplevelse för livet. I samband med att fotbollslandslaget spelar, och vid vissa allsvenska matcher, är biljetterna många gånger färre än antalet intresserade köpare. Ett par exempel där så kallad ”ticket touting”, vidareförsäljning av biljetter, aktualiserats i olika media är ”VM-kvalbiljetter säljs till överpris på nätet”¹ och ”Svenska Fotbollförbundet har återkallat cirka 200 EM-biljetter (från ett 60-tal ansökningar) från köpare som tilldelats biljetter. Detta sedan det visat sig att personerna har utannonserat biljetterna till vidareförsäljning på internetsajter och diverse andra ställen – vilket är absolut förbjudet [enligt SvFF villkor].”² De som inte har lyckats att köpa en biljett via den ordinarie biljettförsäljningen tvingas hitta andra inköpskanaler. Citaten är bakgrunden till problematiken som skall diskuteras i denna artikel. Syftet är att analysera om ”ticket touting” utgör ett problem för svensk fotboll, och att dra slutsatser om hur Sverige i sådana fall skall hantera problemet.

I genomförandet av denna undersökning har två metoder använts; dels rättsdogmatisk och dels kvalitativ intervju. För den rättsdogmatiska delen har lagstiftning, praxis, förarbeten, doktrin, artiklar och Internet använts som källor. För den kvalitativa intervjun har tre telefonintervjuer genomförts med chefen för SvFFs biljettavdelning, SEFs generalsekreterare samt AIK Fotboll ABs säkerhetschef.

För att kunna följa artikeln ges här inledningsvis en ord- och förkortningslista. ”Ticket touting” är ett engelskt ord för andrahandsförsäljning – i vardagligt tal svartabörshandel. Själva begreppet ”tout” innebär att bjuda ut, försöka pracka på folk och sälja svart.³ I artikeln används begreppet ”ticket touting” genomgående för andrahandsförsäljning av biljetter. Begreppet fotbollsrelaterad ordningsstörning används i vid bemärkelse som en samlingsbeteckning för ordningsstörning och våld och hot om våld i och i anslutning till fotboll. Begreppet innefattar våld och hot om våld som direkt riktas mot domare, tränare, spelare, fotbollens funktionärer i alla organisationsled, publik, bråk inne på fotbollsarenan, bråk utanför fotbollsarenan, bråk på väg till och från matchen, skadegörelse, pyroteknik, inkastade föremål, användning av alkohol och narkotika, planinvasioner samt organiserade bråk mellan ett löst nätverk av risksupportrar som slåss mot andra grupperingar (s.k. firmor).⁴ I artikeln används begreppet SvFF för Svenska Fotbollförbundet och SEF för Föreningen Svensk Elitfotboll. FIFA används genomgående för det internationella fotbollförbundet – Fédération Internationale de Football Association. UEFA används för det europeiska fotbollförbundet – Union of European Football Association.

Artikeln disposition är följande: En inledning som introducerar läsaren till problemet och begreppet ”ticket touting”. I denna del behandlas också bland annat syfte och metod. Den följs av ett avsnitt som behandlar fotbollsrelaterad ordningsstörning och ”ticket touting”. Här görs en internationell komparation, med fokus på England. Därefter tar en del om svensk fotboll vid. Denna del är i sin tur uppdelad i två avsnitt: den första behandlar

1 Tjernberg. (2009).

2 www.svenskfotboll.se (2009-06-07).

3 Norstedts. (2000). Stora engelsk-svenska ordboken. s. 1376.

4 BRÅ. (2008). Strategier mot fotbollsrelaterade ordningsstörningar. s. 7.

SvFF och den andra behandlar Allsvenskan och SEF. I denna del redovisas resultatet av telefonintervjuerna. Efter detta kommer en del som handlar om att köpa biljett över Internet. I avslutningen diskuterar jag slutsatserna.

Västvärlden lever i en marknadsekonomi, där rätten till fri handel är väl etablerad och en grundläggande princip. Marknadskrafterna kan därför generellt, med vissa undantag, få verka fritt på en konkurrensutsatt marknad. En viktig ingrediens för en fungerande marknadsekonomi är individuell kreativitet. Men oavsett den fria marknadsekonomins grunder kan det finnas skäl för att lagstiftaren gör inhugg i denna princip. För att förhindra fotbollsrelaterad ordningsstörning aktualiseras ett flertal lagar och förordningar. I och med att ”ticket touting” förekommer inom svensk fotboll aktualiserar det ett flertal aspekter och problem. En aspekt är etisk och moralisk, vilken också måste ställas i relation till principerna om den fria marknadsekonomi. En annan aspekt är att det finns en viss avsky mot ”touts” för att de utnyttjar ett populärt idrottsevenemang i ekonomiskt vinstsyfte, och tar ut ett överpris för biljetterna.⁵ Men värre är att ”ticket touting” kan utgöra en säkerhetsrisk vid vissa typer av idrottsevenemang, i synnerhet fotboll. Att ”ticket touting” förekommer inom svensk idrotts- och nöjesindustri, såsom musikkonserter och opera, är emellertid ingen ny företeelse, och inte heller kriminaliserat.

För att nämna ett exempel där ”ticket touting” förekommit när svenska fotbollslandslaget spelat kan blickarna vändas tillbaka mot en klassiker: Sverige mot Danmark. Den 21 juni 1959 skulle Sverige spela mot Danmark i den danska huvudstaden Köpenhamn, en match som för övrigt Sverige vann med 6-0 inför drygt 50 000 åskådare. Vid denna match fanns folk med biljetter till salu före matchen. En orsak till att folk ville bli av med sina biljetter till denna match var att matchen skulle direktsändas i televisionen. Nu blev det emellertid ingen förtjänst för de personer som försökte kompensera kostnaderna för resa, logi och kost till den danska huvudstaden. Biljetter som köpts för sex kronor såldes för en krona, och biljetter som kostade sexton kronor såldes för fem kronor.⁶ Nu är emellertid inte all ”ticket touting” förlustaffärer. Till VM-kvalet mellan Sverige och Danmark år 2009 fanns biljetter som kostat 520 kronor till försäljning på säljsajten Blocket för 6000 kronor styck.⁷

Fotbollsrelaterad ordningsstörning och ”ticket touting”

När fotbollsevenemang genomförs måste säkerhet och ordning prioriteras. Den idrottsrelaterade ordningsstörningen förorsakar förutom personliga och materiella skador också betydande kostnader i samband med poliskommenderingar. När en högriskmatch spelas i Sverige krävs ca 100–200 poliser i tjänst, vilket medför en kostnad på ca 600,000–1.000.000 kr.⁸ Att poliskostnaderna är höga framkommer av fakturan för Allsvenskan säsongen 2007 som slutade på ca 52 miljoner kronor för polisinsatserna i Stockholm, Göteborg och Skåne Län.⁹ Polismyndighetens beräkningar visar också att av den totala polisinsatsen, vid en

5 Lord Justice Taylor. (1990). Final report. Punkt 274ff.

6 Lindahl. (2006).

7 Tjernberg. (2009).

8 Linné. (2008).

9 Linné. (2007).

högriskmatch, behövs ca 5% på arenan.¹⁰ De huvudsakliga problemen med fotbollsrelaterad ordningsstörning i Sverige finns således utanför arenorna. I syfte att förhindra våld vid riskmatcher separeras supporterarna. Det är en grundläggande regel att hålla isär olika supportergrupperingar före, under och efter match på som utanför arenan. Det vanliga tillvägagångssättet är att arrangören har separata läktarsektioner vid inpassering till matcharenan, ofta på olika sidor av arenan, med separata insläpp för respektive supportergruppering.¹¹

De huvudsakliga orsakerna till att ”ticket touting” förekommer är flera. Det kan handla om att en besökare av någon anledning inte kan utnyttja sin biljett, och vill sälja denna för att inte förlora pengar, en annan bidragande orsak är att biljettlösa supportrar anländer till arenan i hopp om att kunna köpa biljetter till matchen av ”touts”. ”Ticket touting” är också en kommersiell verksamhet där mellanhänder vill tjäna pengar.¹² Med ”ticket touting” följer flera problem. Att ”touts” säljer biljetter till alla oavsett klubbtilhörighet kan orsaka flera följdproblem. ”Ticket touting” utgör ett problem för såväl polisen som arrangören i deras arbete med att hålla isär supportergrupper. ”Ticket touting” kan således leda till att små grupperingar av gästande supportrar kan hamna på samma läktarsektion som hemmasupportrar, vilket i sin tur kan leda till våldsinslag.¹³

I England har frågan om ”ticket touting” existerat under flera årtionden. Det mest kända exemplet där ”touts” och ”ticket touting” behandlas torde vara Lord Justice Taylors Final Report efter Hillsboroughkatastrofen år 1989.¹⁴ FA-cupsemifinalen mellan Liverpool FC och Nottingham Forest den 15 april 1989 krävde 96 människoliv. Det fanns flera bidragande orsaker till katastrofen, men en var bristande kontroll av antalet supportrar till läktarsektion Leppings Lane End.¹⁵ Vid denna tidpunkt var situationen allvarlig för den engelska fotbollen. Sedan sent 1960-tal hade fotbollsrelaterad ordningsstörning och huliganism varit återkommande och eskalerat under mitten av 1980-talet. Som en naturlig följd krävdes kraftfulla åtgärder. Vid tidpunkten för Lord Justice Taylors utredning var fotbollrelaterad ”ticket touting” inte kriminaliserad i England, och polisen kunde enbart använda sig av den då gällande lagstiftningen. Lord Justice Taylor föreslog således ett flertal åtgärder för att komma tillrätta med ”ticket touting”; den första var att kriminalisera företeelsen om det sker utan arrangörens samtycke före och under matchdagen, den andra var att kriminalisera ”ticket touting” inom en viss radie från arenan under matchdagen, och den tredje var att kriminalisera ”ticket touting” till överpris. Dessutom föreslog Lord Justice Taylor att den rättmätige biljetthinnehavaren vid förhinder skall kunna lämna tillbaka biljetten och få alla pengar tillbaka av arrangören. Av dessa alternativ visade det sig enklast att kriminalisera ”ticket touting”. Lord Justice Taylor påpekade också att om supportrar vet att det inte finns biljetter att tillgå finns det heller ingen anledning att ta sig till arenan i hopp om att kunna komma in.¹⁶ Att ”ticket touting” utgör ett säkerhetsproblem vid fotbollsmatcher sammanfattas av Lord Justice Taylor: ”I am satisfied from what I have read, heard and seen that outside football grounds the presence and activities of touts have a grossly anti-social effect leading both directly and indirectly to disorder.”¹⁷ ”Ticket touting” kan således motver-

10 2008/09:JuU18, s.15.

11 Brå. (2008), s. 36f.

12 Lord Justice Taylor. (1990). Final report. Punkt 275ff.

13 Lord Justice Taylor. (1990). Final report. Punkt 275.

14 Lord Justice Taylor. (1990). Final report. Punkt 273.

15 Lord Justice Taylor. (1990). Final report.

16 Lord Justice Taylor. (1990). Final report. Punkt 279.

17 Lord Justice Taylor. (1990). Final report. Punkt 275.

ka säkerhetsarbetet. Det är därför av synnerlig vikt att ha god kontroll övre biljettdistributionen. Som ett resultat av Taylorutredningen, och ett noggrant förarbete, kriminaliserades ”ticket touting” i samband med fotboll genom the Criminal Justice and Public Order Act 1994, Part XII, 166, (1):

It is an offence for an unauthorised person to sell, or offer or expose for sale, a ticket for a designated football match in any public place or place to which the public has access or, in the course of a trade or business, in any other place.

Tiden sätter sina spår i samhället och fotbollen. Att lagstiftningen justeras regelbundet vid behov är således naturligt. I Violent Crime Reduction Act 2006 har den engelska lagstiftaren genomfört ytterligare justeringar för att förhindra fotbollsrelaterad ”ticket touting”. De nya ändrade reglerna, Sale of tickets by unauthorized persons (s 166), föreskriver:

- (1) It is an offence for an unauthorised person to-
 - (a) sell a ticket for a designated football match, or
 - (b) otherwise to dispose of such a ticket to another person.
- (2) For this purpose-
 - (a) a person is ”unauthorised” unless he is authorised in writing to sell or otherwise dispose of tickets for the match by the organisers of the match;
 - (aa) a reference to selling a ticket includes a reference to-
 - i) offering to sell a ticket;
 - ii) exposing a ticket for sale;
 - iii) making a ticket available for sale by another;
 - iv) advertising that a ticket is available for purchase; and
 - v) giving a ticket to a person who pays or agrees to pay for some other goods or services or offering to do so.
 - (b) a ”ticket” means anything which purports to be a ticket; and
 - (c) a ”designated football match” means a football match of a description, or a particular football match, for the time being designated for the purposes of this section by order made by the Secretary of State.

Här skall det också påpekas att i syfte att säkerställa ordningen och säkerheten under de Olympiska Sommarspelen i London år 2012 har ”ticket touting” kriminaliserats genom the London Olympic Games and Paralympic Games Act 2006.

Genom att kriminalisera fotbollsrelaterad ”ticket touting” har den engelska lagstiftaren markerat tydligt hur allvarligt man ser på riskerna med fotbollsrelaterad ordningsstörning orsakad av ”ticket touting”.

Att ”ticket touting” förekommer vid internationella matcher eller tävlingar arrangerade av FIFA och UEFA är ingen nyhet. Till Champions League-finalen år 2009 mellan FC Barcelona och Manchester United FC utfärdade UEFA följande pressrelease: ”UEFA has issued a warning to any fans that are travelling to Rome without tickets not to be tempted to purchase any tickets offered by touts, as a number of forged tickets have appeared on the black market in the last few days in Rome.”¹⁸ För att förhindra fotbollsrelaterad ordnings-

18 www.uefa.com (2009-06-26).

störning inom den internationella fotbollen har bland annat FIFAs och UEFAs regelverk en central plats. Vid försäljning av till exempel biljetter till FIFA Confederations Cup 2009 (i Sydafrika) gör FIFA en uppdelning enligt invånare och icke invånare. Matchbiljetter kan köpas av icke invånare online och över disk på auktoriserade försäljningsställen. Sydafrikanska invånare kan köpa biljett online, via biljettansökningsblankett och callcenter samt över disk på auktoriserade försäljningsställen. I samband med distansavtal erhåller köparen en s.k. FIFA-voucher som löses in vid biljettutlämningsställe.¹⁹

Svensk fotboll

Denna del är uppdelad i två avsnitt: den första som behandlar SvFF och den andra som behandlar Allsvenskan och SEF.

SvFF

Huvudman i och för svensk fotboll är Svenska Fotbollförbundet, SvFF, bildat år 1904. SvFF är Sveriges största specialidrottsförbund med ca 3300 medlemsföreningar, ca 271 000 licensierade utövare och ca en miljon medlemmar i olika klubbar. Svensk fotboll svarar för var tredje idrottsaktivitet i Sverige.²⁰ Till SvFFs huvuduppgifter hör bland annat att främja och administrera fotbollsridrotten i Sverige, samt att företräda den utomlands. Till grund för SvFF säkerhetsarbete finns bland annat SvFFs stadgar och tävlingsbestämmelser samt FIFAs och UEFAs säkerhetsbestämmelser. Som en del i verksamheten ingår också att handha och ombesörja försäljningen av biljetter till landskamper arrangerade av SvFF, och att reglera tävlingsföreskrifterna för svensk fotboll. Publikrekordet för herrlandslaget är 52 943 åskådare från matchen Sverige–Västtyskland den 26 september 1965 på Råsunda.²¹

Det svenska fotbollslandslaget är populärt, och biljetterna till landslagets matcher är eftertraktade. SvFF prioriterar tre grupper vid biljettfördelning: allmänheten, fotbollsrörelsen samt samarbetspartners. Av tillgängliga biljetter skall 50% gå till allmänheten och resterande till fotbollsrörelsen och samarbetspartners. I kategorin biljetter till allmänheten öronmärker SvFF viss procentuell andel till Landslagets supporterklubb. Landskampsbiljetter kan köpas på två olika sätt: dels av allmänheten, antingen via nätet eller direkt hos auktoriserad återförsäljare, förutom SvFFs egna försäljning,²² dels av medlem i Landslagets Supporterklubb, via Supporterklubbens hemsida.²³

Till hemmalandskamper erbjuds medlemmar i Landslagets supporterklubb förtursrätt att köpa maximalt 2 biljetter, innan dessa släpps till allmänheten. Till bortamatcher och mästerskapsmatcher har SvFF rätt till biljetter; 5% av stadionkapaciteten vad avser matcher eller mästerskap arrangerade av FIFA och 10% av stadionkapaciteten vad avser matcher eller mästerskap arrangerade av UEFA. Av den tilldelade biljettkvoten utgår 50% till allmänheten.²⁴ Förutom SvFFs egna försäljning är Ticnet ombud för SvFFs biljettförsäljning;

19 www.fifa.com (2009-06-10).

20 SvFF. (2008). Årsredovisning.

21 www.svenskfotboll.se (2009-06-04).

22 www.svenskfotboll.se, på SvFFs hemsida finns köpvillkor (2009-06-18).

23 www.svenskfotboll.se, se <http://fotbollsupporter.se> (2009-06-10). På Landslagets Supporterklubbs hemsida finns köpvillkor.

24 www.svenskfotboll.se, se <http://fotbollsupporter.se> (2009-06-10).

på Ticnets hemsida finns köpevillkor där bland annat villkor för biljettköpet och vidareförsäljning av biljetter regleras. I köpevillkoren framgår bland annat att

Biljetter får endast köpas för personligt bruk och ej användas i kommersiellt syfte. Det innebär att biljetten inte får säljas vidare eller erbjudas i tävlingar, som bifogad artikel eller i samband med erbjudande av annan produkt eller tjänst utan skriftligt medgivande från Ticnet och/eller arrangör/arena.

Återförsäljning eller misstanke om försök till återförsäljning till ett högre pris än vad som anges på biljetten medger grund för att beslagta eller makulera biljetter. /.../ Ticnet förbehåller sig rätten att makulera bokningar eller köp som görs av Kunden, och att med omedelbar verkan stänga av Kunden från Ticnet.se, om Kunden inte lämnar korrekta uppgifter om sig själv eller i övrigt bryter mot eller försöker kringgå de villkor som gäller för biljettköpet. Detta gäller bland annat om Kunden bokar eller köper fler biljetter än tillåtet eller om Kunden säljer vidare köpta biljetter till ett högre pris än vad som angetts vara biljettens ordinarie pris.

I arbetet att förhindra ”ticket touting” har till exempel Ticnet infört köptvång – som innebär att bokningsmöjligheten tagits bort, att de som bokat flera gånger riskerar att bli av med sina biljetter, att övervakningen och kontrollen över internetsidorna och ”påloggningen” skärpts. En ytterligare åtgärd är att en konsument efter genomförd bokning automatiskt blir spärrad.²⁵

I syfte att värna alla de supportrar som stöttar fotbollslandslaget i såväl framgång som motgång och hemma som borta har SvFF år 2005 startat Landslagets supporterklubb, och år 2007 lojalitetsprogrammet. Syftet med lojalitetsprogrammet är att det skall löna sig att vara trogen supporter till och av fotbollslandslaget. Landslagets supporterklubb är öppen för alla till en kostnad av 200 kr per 12 månader. Ett ytterligare villkor är att medlemskortet är personligt och inte får överlåtas. Som medlem i Landslagets supporterklubb kan medlem erhålla lojalitetspoäng, som i sin tur medför förtur till vissa matcher eller mästerskapsbiljetter, rabatter, resor m.m. Vid internationella matcher/mästerskap är dessutom SvFF alltid tvungen att följa FIFAs och UEFAs regler vid biljettförsäljning. FIFAs och UEFAs regler kan innehålla begränsningar vad avser antal biljetter och att enbart svenska medborgare kan köpa biljetter.²⁶

SvFF anser att ”ticket touting” utgör ett problem ur två aspekter: dels säkerhetsmässigt och dels att den fotbollsintresserade supportern får betala (ibland 5 gånger) mera för biljetterna. SvFFs utgångspunkt är att det skall vara enkelt och säkert att gå på fotboll. Enligt chefen för SvFFs biljettavdelning är SvFF öppet för alla åtgärder som förhindrar ”ticket touting”. Vidare har SvFF fört fram frågan till lagstiftaren (ministernivå). Ur ett säkerhetsperspektiv har till exempel danskar som köpt biljetter via ”ticket touting” till VM-kvalmatchen på Råsunda år 2009 nekats inträde sedan det vid kontroll framkommit att biljetterna gällde till den svenska supportersektionen, ty enligt regelverket skall olika supportergrupperingar hållas åtskilda. Ett annat problem enligt SvFF är att man inte i dagsläget har någon kontroll över hur stort problemet är – då det ständigt uppstår nya ”sajter” som erbjuder biljetter. Chefen för SvFFs biljettavdelning förklarar också att SvFF inte har lämnat någon

25 www.ticnet.se (2009-0610).

26 www.svenskfotboll.se (2009-06-10).

återköpsgaranti – men det skall också påpekas att SvFF aldrig är omöjliga i denna fråga. SvFF försöker alltid hjälpa till att finna en bra lösning vid sjukdom eller liknande. Chefen för SvFFs biljettavdelning förklarar också att Ticnet infört möjligheten att teckna försäkring om man inte skulle kunna utnyttja sin biljett.²⁷

I samband med att åskådare går in på nationalarenan Råsunda, som ersätts av Swedbank Arena år 2012, gäller ett antal ordningsregler som arrangören SvFF formulerat. Några av dessa är:

- att alla åskådare måste följa anvisningar från funktionärer och ordningsvakter och publikvärdar,
- att arrangören (SvFF) förbehåller sig rätten att neka åskådare entré till arenan,
- att besökare är skyldiga att på anmodan underkasta sig visitation,
- att gästande supportrar i regel äger endast tillträde till den tilldelade ”bortasektionen”,
- att pyroteknik, vapen och andra farliga föremål eller alkohol och droger inte är tillåtet att medföra till arenan,
- att övervakningskameror används i syfte att identifiera individer som överträder gällande bestämmelser, och
- att om arrangören (SvFF) drabbas av böter eller straffavgifter orsakat av en besökares otillbörliga beteende är denna skyldig att betala motsvarande belopp till arrangören.

Den som bryter mot angivna ordningsregler riskerar förutom muntlig varning, avvisning eller avlägsnande från arenan, polisanmälan eller beslut om besöksförbud i upp till två år.²⁸

Förutom landslagsfotbollen spelas varje år ett stort antal allsvenska fotbollsmatcher, och några av dem klassificeras som riskmatcher.

Allsvenskan och Föreningen Svensk Elitfotboll, SEF

Allsvenskan engagerar många människor. Publiksnittet för Allsvenskan år 2008 uppgick till 7787 åskådare per match.²⁹ Av de allsvenska klubbarna år 2008 var AIK den klubb som hade högst publiksnitt med 15 535 åskådare per match.³⁰ Den match som hade högst publik år 2008 spelades mellan AIK och Djurgården med 34 173 åskådare.³¹ Det allsvenska publikrekordet är från säsongen 1959 med 52 194 åskådare i matchen mellan IFK Göteborg och Örgryte IS.³² I syfte att garantera säkerhet och ordning har säkerhetsfrågorna alltid högsta prioritet när dessa matcher spelas, i synnerhet riskmatcherna. Utgångspunkten i säkerhetsarbetet är enligt SvFFs tävlingsbestämmelsers 6 kap. 2.1 § att ”Arrangerande och gästande förening är ansvariga för sina respektive spelares, ledares och supportrars uppförande i samband med och under match.” Arrangerande förening är dessutom ”skyldig att tillse att god ordning råder bland publiken samt att vidta åtgärder för att skydda funktionärer och spelare för övergrepp.”³³

27 Telefonintervju Danielsen Kovacs. SvFF. Chef biljettavdelningen.

28 www.svenskfotboll.se (2009-06-10).

29 SvFF. (2008). Analys av de allsvenska klubbarnas ekonomi 2008.

30 www.svenskfotboll.se (2009-06-21).

31 Sigfridson. (2008) samt www.ifkgoteborg.se (2009-06-21).

32 Alsö. Sveriges Fotbollshistoriker och Statistiker (SFS). www.bolletinen.se/sfs/allsvenskan/publikrek.pdf.

33 SvFFs tävlingsbestämmelser. (2009). 6 kap. 2.1 §.

För att uppnå en så god säkerhet som möjligt arbetar SvFF, myndigheter (till exempel polis och räddningstjänst), SEF och de allsvenska klubbarna aktivt med att förhindra fotbollsrelaterad ordningsstörning. Ett viktigt dokument vid arrangemang av matcher i Allsvenskan och Superettan är den av SvFF och SEF utarbetade Elitfotbollsmanualen, som revideras till varje spelår, sedan år 1999.³⁴ Genom Elitfotbollsmanualen skapar SvFF och SEF gemensamma mål och ramar för hur varje evenemang skall genomföras på bästa sätt, och hur arrangörerna skall leva upp till de ställda förväntningarna.³⁵ Biljettförsäljningen hos de allsvenska klubbarna kan ske via: kansliet, biljettluckorna på arenan, internet eller via ombud. Det bör dock påtalas att biljettförsäljningen varierar hos klubbarna, vissa klubbar har till exempel ingen försäljning via kansliet eller på arenan.

En bidragande orsak till att frågan om att lagstifta om fotbollsrelaterad ”ticket touting” i Sverige inte aktualiserats, eller ens diskuteras, torde vara att matcher i Allsvenskan inte är utsålda i tillräcklig hög omfattning. En annan orsak torde vara att den fotbollsrelaterade ordningsstörningen i Sverige till större del har skett utanför arenorna, och inte på den. Den fotbollsrelaterade ordningsstörningen har således inte varit ett biljettproblem. Denna bild bekräftas vid telefonintervju med SEFs generalsekreterare Tommy Theorin. Inom SEF aktualiseras och diskuteras den fotbollsrelaterade ordningsstörningen regelbundet. Säkerhetsrelaterade frågor som debatterats är bland annat öppethållande för biljettförsäljning på matchdagen, samt frågan om att ha samma biljettsystem på alla arenor. Bakgrunden till det senare är att alla klubbar inte äger biljettsystemet, utan arenaägaren. Två exempel kan användas: AIK och Hammarby. När AIK är matcharrangör och spelar på Råsunda är det SvFF som äger biljettsystemet, när Hammarby är matcharrangör och spelar på Globen Arena AB biljettsystemet. Theorin påpekar också att SEF öppet för alla förslag i säkerhetsarbetet. Han kan däremot inte svara på frågan varför klubbarna inte löser tillbaka köpt biljett.³⁶

I syfte att minimera polisiära insatser i samband med matcher har klubbar i Allsvenskan och Superettan skyldighet att skapa och utveckla en egen säkerhetsorganisation, att utse en person (till exempel styrelseledamot) med ansvar för säkerhets- och supporterfrågor, att säkerhetsfrågorna finns med som en stående punkt på styrelsens alla sammanträden, att publikvärdar finns, samt att det skall finnas ordningsvakter för matcher som är klassade enligt planeringsprogram 3. Enligt Elitfotbollsmanualen har bland annat bortalagen rätt att få en tilldelning av biljetter motsvarande 10 procent av arenacapaciteten, såvida polisen inte gör en annan bedömning. Det är klubbarna som skall sälja biljetterna till sina supportrar, och har strikt ansvar för sina supporters uppträdande.³⁷ Arrangören kan ställa flera villkor. Ett är att löst biljett endast gäller på angiven plats och sektion, och att tillträde till andra sektioner inte medges utan tillstånd,³⁸ ett annat att biljetten inte får användas i kommersiellt syfte, och att den enbart är för personligt bruk. Biljetten får således inte säljas vidare eller bjudas ut i tävlingar utan arrangörens/klubbens samtycke. Det är inte heller tillåtet att vidareförsälja biljetter till ett högre pris än vad som anges på biljetten. Vid brott mot dessa arrangörsregler har klubben rätt att makulera biljetten.³⁹ Dessutom kan person som bryter mot ordningsreglerna stängas av i enlighet med lagen om tillträdesförbud vid idrottsarrangemang.

34 www.svenskfotboll.se (2009-06-12).

35 SvFF och SEF. Elitfotbollsmanual.

36 Telefonintervju Tommy Theorin. Generalsekreterare SEF.

37 SvFF och SEF. (2005). Elitfotbollsmanual.

38 www.hammarbyfotboll.se (2009-06-12).

39 www.hif.se (2009-06-18).

Att svensk fotboll har attraktionskraft leder emellanåt till att ett större antal bortasupportrar vill se matchen på plats än antal tilldelade biljetter. Till en av premiärmatcherna i allsvenskan år 2008 framkom behovet av en genomtänkt biljettfördelning och försäljning – allt för att undvika ordningsstörning.⁴⁰

– Problemet /.../ var att det var premiär och en het match, vilket vi tidigt flaggade för då vi visste att ca 6 000 skulle ta sig dit. Vi ville ha hela södra läktaren så att vi kunde förfoga över två inlägg och slippa mixa supportrar. Vi flaggade redan 2 månader innan men de trillade in i det sista. [De] ströp till och med försäljningen via Ticnet varpå vi uppmanade alla som kunde, att köpa biljetter och lösa in dem hos oss. Dessutom åkte vi själva ner och länsade köpställen. Det slutade med att vi fick majoriteten av biljetterna på Södra läktaren och att polisen sedan tvingade bort resterande hemma-supportrar. Därtill fick matchstart skjutas upp.

Att separera olika supportergrupper – och ha kontroll över vem som köper biljetter – har således en viktig preventiv funktion. Vid telefonintervju av AIKs säkerhetschef Henrik Koch framkom att ”touts” förekommer utanför arenan när AIK spelar. I syfte att öka säkerheten vid vissa matcher har AIK infört en extra säkerhetszon utanför arenan. AIK har också valt att av säkerhetsskäl minska publikinläppet, vid vissa matcher, med ca 500 åskådare på Råsundas norra kortsida. AIKs säkerhetschef svarar att en supporter med till exempel djurgårdsklädsel inte släpps in på AIK supportersektion även om denne har giltig biljett. Detta för att undvika ordningsstörning. AIKs säkerhetschef påpekar också att det på långsidorna finns blandad publik på derbyna – med olika klubbklädsel. På frågan om lagstiftning svarar AIK: säkerhetschef att man måste utreda vad man vill ha ut av en sådan – och hur man utformar den. AIKs säkerhetschef förklarar också att namnbiljetter inte är ett alternativ i dagsläget.⁴¹

Att ”ticket touting” kan utgöra en säkerhetsrisk inom svensk fotboll torde framgå av beskrivningen. Att vissa landskamper och allsvenska matcher är slutsålda är positivt ur fotbolls och publikperspektiv. I och med den tekniska utvecklingen kan supportrar och besökare till idrottsevenemang dessutom köpa sina biljetter på distans, och man riskerar inte att komma till arenan för att finna ”lapp på luckan”. Detta kan vara positivt ur säkerhetsperspektiv då åskådare utan biljetter inte kommer till arenan.

Att handla biljett över Internet

Av tradition kan biljetter köpas på platsen för idrottsevenemanget. Detta är ett exempel på avtal som inte slutits på distans. I dessa fall gäller allmänna fordringsrättsliga principer. Distans- och hemförsäljningslagen (distansavtalslagen), 2005:59, är inte tillämplig här. Huvudregeln vid köp av biljetter på platsen för idrottsevenemanget innebär att en konsument i regel inte kan bli betalningsskyldig om näringsidkaren inte kan fullgöra sin prestation. Näringsidkaren blir då skyldig att betala tillbaka vad konsumenten betalat. Genom

40 Brå. (2008). s. 36f.

41 Telefonintervju Henrik Koch. AIKs säkerhetschef.

avtal kan emellertid parterna avtala att näringsidkaren inte skall vara återbetalningsskyldig. Någon tvingande konsumentskyddsregel som hindrar detta finns inte. På avtal om idrotts- evenemang eller liknande fritidsaktivitet är varken konsumenttjänstlagen (1985:716) eller konsumentköplagen (1990:932) tillämplig. För att sådant avtal skall vara giltigt gentemot en konsument krävs dock att villkoret inte är oskäligt och att det blivit en del av avtalet.⁴² När kunden köper biljetter via Internet skickas dessa till kundens e-postadress, som man själv kan skriva ut. Biljetterna som skrivs ut hemma är en värdehandling och skall förvaras som sådan. Vid entrén avläses biljetten maskinellt. Dessutom tillkommer i regel en serviceavgift. Om det finns flera exemplar av biljetten kommer enbart den först avlästa biljetten att berättiga till entré.⁴³

Det förekommer att idrottsevenemang eller andra fritidsevenemang tvingas ställa in, avbrytas eller skutas upp. Orsakerna kan vara flera, till exempel dåligt väder i form av regn, blåst och snö. Dessutom kan ordningsstörning vara en orsak. Huvudsyftet med distansavtalslagen är att lagen innehåller bestämmelser om konsumentskydd vid distansavtal om köp av den till ett idrotts- eller annat fritidsevenemang. Lagstiftningen bygger på EG-direktivet om distansförsäljning av finansiella tjänster till konsumenter.⁴⁴ Distansavtalslagen är tvingande till konsumentens förmån. Avtalsvillkor som är till nackdel gentemot konsumenten är utan verkan, om inte annat anges. Mera generösa avtalsvillkor är däremot tillåtna.⁴⁵

Distansavtalslagen definierar begreppet distansavtal såsom (1 kap. 2 §): ”avtal som ingås inom ramen för ett av näringsidkaren organiserat system för att träffa avtal på distans och kommunikationen uteslutande sker på distans”. I distansavtalslagens 2 kap. 3 § stadgas att informationsskyldigheten (2 kap. 7 §) och ångerrätt (2 kap. 9-16 §§) inte gäller där näringsidkaren på en bestämd dag eller under en bestämd tidsperiod skall tillhandahålla idrottsevenemang, kulturevenemang eller någon annan liknande fritidsaktivitet.

Bestämmelserna om ångerrätt gäller inte i samband med distansavtal om biljetter till exempelvis en fotbolls- eller ishockeymatch eller friidrottstävling. Betydelsen av informationsskyldighet, före man ingår ett distansavtal, kan man således dra motsatsvis.⁴⁶ I 2 kap. 17 § finns bestämmelse om näringsidkarens fullgörande av sin prestation.

Näringsidkaren skall fullgöra sin prestation inom skälig tid. Om konsumenten och näringsidkaren inte skriftligen har avtalat annat, skall prestationen fullgöras senast inom 30 dagar från den dag då konsumenten gjorde sin beställning.

Om näringsidkaren inte kan fullgöra sin prestation i tid och detta inte beror på konsumenten eller något förhållande på hans eller hennes sida, har konsumenten rätt att häva distansavtalet. Näringsidkaren skall informera konsumenten om detta. Häver konsumenten avtalet, skall näringsidkaren betala tillbaka vad konsumenten har betalat. Detta skall ske snarast och senast inom 30 dagar från den dag då näringsidkaren tog emot konsumentens meddelande om att avtalet hävts.

Vid distansavtal om ett kulturevenemang, ett idrottsevenemang eller någon liknande fritidsaktivitet utomhus kan konsumenten och näringsidkaren skriftligen avtala

42 Lööf. (2005). s. 186ff.

43 www.hif.se (2009-06-18).

44 Direktiv 2002/65/EG om distansförsäljning av finansiella tjänster till konsumenter och om ändring av rådets direktiv 90/619/EEG samt direktiven 97/7/EG och 98/27/EG

45 1 kap. 3 §.

46 Lööf. (2005). s. 186ff.

att näringsidkarens återbetalningsskyldighet enligt andra stycket inte skall gälla, om fritidsaktiviteten måste ställas in på grund av vädret och inte kan flyttas till ett annat tillfälle.

Undantaget i 2 kap. 17 § gäller inte alla slags situationer som ligger utanför näringsidkarens kontroll. Undantaget är applicerbart för de fall som är hänförliga till ”väder och vind”. Undantaget gäller följaktligen inte när ett evenemang måste ställas in på grund av våldsamheter inne på arena.⁴⁷ Ett annat exempel när undantaget inte gäller är när en seriematch i fotboll måste flyttas på grund av att några av spelarna då skall spela med landslaget eller på grund av att något av lagen den dagen skall spela internationell cupfotboll.⁴⁸ Undantaget är strikt begränsat till utomhusevenemang och är inte tillämpligt på evenemang som skall äga rum inomhus.⁴⁹

I samband med köp av biljett via distans kan arrangören ha uppställt kortbetalningsregler – där likheter mot rena namnbiljetter kan skönjas. IFK Göteborg har till exempel uppställt villkor om att ”Du kan bli uppmanad att visa upp det kort som du har betalt med. Därför skall köp av biljett på internet alltid ske med ditt eget kort eller att du är innehavare av kortet, dvs. kortet måste vara utställt i ditt namn. Endast VISA, Eurocard och Mastercard kan användas.”⁵⁰ Genom detta förfarande kontrolleras kreditkortsinnehavaren mot biljetten – en nackdel är att fördröjning vid inpassering kan uppstå.

I fördelningen av attraktiva biljetter till såväl fotbollslandslagens matcher och mästerskap som allsvenska matcher finns det således flera aspekter att beakta. Ambitionen är att nu ge förslag på konkreta åtgärder för att komma tillrätta med svensk fotbollsrelaterad ”ticket touting”.

Avslutning

I samband med att fotbollsmatcher anordnas aktualiseras ett flertal lagar och förordningar. Exempel på detta är ordningslagen, brottsbalken och lagen om tillträdesförbud vid idrottsarrangemang. Att fotboll och i synnerhet det svenska fotbollslandslaget är populärt råder det ingen tvekan om. Populariteten leder till att biljetterna till hemmalandskamper som matcher och mästerskap utomlands många gånger är färre än intresserade köpare. Detta är förklaringen till att ”ticket touting” förekommer. Den fria marknadsekonomin principer gäller i allra högsta grad i detta avseende. Efterfrågan och utbud.

Sverige har lyckligtvis varit förskonat från större fotbollskatastrofer likt Hillsborough. En del i förklaringen kan finnas i att såväl svenska myndigheter som idrottens organisationer tidigt tagit lärdom, och vidtagit åtgärder, av erfarenheter gjorda i andra länder.

Denna undersökning visar att fotbollsrelaterad ”ticket touting” i Sverige kan utgöra ett problem, men att det inte alltid gör det. Detta har sin grund i att matcher i framförallt Allsvenskan sällan är utsålda, med det finns naturligtvis undantag. En annan orsak är att den fotbollsrelaterade ordningsstörningen till större del sker utanför arenorna. Men skulle de

47 Lööf. (2005). s. 186ff.

48 Proposition 2004/05:13 s. 99ff.

49 Proposition 2004/05:13 s. 98ff.

50 www.ifkgoteborg.se (2009-06-18).

allsvenska matcherna bli utsålda i större utsträckning, och den fotbollsrelaterade ordningsstörningen ”flytta in” på arenorna, blir det nödvändigt att aktualisera frågan om fotbollsrelaterad ”ticket touting”. Att ”ticket touting” däremot medför ett problem när framförallt fotbollslandslaget spelar visas bland annat av att SvFF den 5 mars 2009 anmält flera bolag till Konsumentverket för vilseledande marknadsföring som ett resultat av att dessa överträtt reglerna för biljettförsäljning. Bolagen har via internetförsäljning annonserat och erbjudit biljetter till konsument, trots att SvFF inte släppt dem till försäljning. Detta kan innebära att de kan komma att makuleras på grund av avtalsstridiga köp. Min slutsats av denna undersökning är att problemen med ”ticket touting” är större när fotbollslandslaget spelar än vid allsvenska matcher.

Hur skall man då hantera frågan om ”ticket touting” i Sverige? Det torde finnas flera vägar att gå. Den första och naturligaste diskussionen är hur man ska ställa sig till frågan om en svensk kriminalisering av ”ticket touting”. Då ”ticket touting” inte är kriminaliserat i Sverige är det primärt brottsbalkens övriga gällande regler som nu skall tillämpas. Av dessa kan bedrägeri (BrB 9 kap. 1 §) nämnas. Är det då en nödvändig åtgärd att kriminalisera fotbollsrelaterad ”ticket touting”? Som framkommer av denna undersökning finns det två huvudvägar att gå: att inte lagstifta, alternativt att lagstifta. Förslaget att inte lagstifta bygger på att fotbollsrelaterad ”ticket touting” inte utgör ett sådant problem att lagstiftningsåtgärder behöver vidtas. Att ”ticket touting” är ett problem när svenska fotbollslandslaget spelar råder det inget tvivel om. Men är problemet så stort att det utgör ett reellt säkerhetsproblem – som kräver lagstiftning? Här torde åsikterna vara skilda. Min slutsats av denna undersökning är dock att en lagstiftningsdiskussion – och en utredning kring fotbollsrelaterad ”ticket touting” – borde aktualiseras.

Hur skulle en lagstiftning kunna utformas? Denna fråga har inledningsvis två huvudspår, att motverka kommersiell respektive privat ”ticket touting”. Kommersiell ”ticket touting” sker genom företag med F-skattsedel som handlar upp biljetter för att sedan vidareförsälja dessa. Privata ”ticket touting” kan ske genom internet, till exempel Blocket och eBay, men också mellan kompisar och vänner. Men det finns också privatpersoner som vidareförsäljer biljetter i kommersiellt syfte utan att bedriva näringsverksamhet med F-skattsedel. Att införa lagstiftning gentemot den näringsverksamhet bedriven med F-skattsedel kan vara ett alternativ. Men enklast torde vara att kriminalisera all fotbollsrelaterad ”ticket touting”. En kriminalisering av ”ticket touting” torde enklast införas genom tillägg i ordningslagen och brottsbalken. Speciallagstiftning kan vara ett annat alternativ. Alternativen är därvid flera. Hur skall man då förhålla sig till alternativ som att kriminalisera ”ticket touting” en viss radie från matcharenan under matchdagen? Min uppfattning är att detta alternativ inte är reellt genomförbart. Denna lösning skulle enbart innebära att ”touts” flyttar till en annan plats – som i sin tur kan vara ännu svårare att kontrollera. Dessutom skulle stora polisresurser tas i anspråk för att kontrollera en allt större yta. Att kriminalisera ”ticket touting” till överpris finner inte jag, likt Lord Justice Taylor, som något reellt alternativ. Bevisprövningen och resursåtgången överstiger vinsterna. Genom kriminalisering skulle ”touts” kunna lagföras med till exempel böter. Det krävs dock noggrann utredning om annan påföljd såsom fängelse skall bli aktuell. Således återstår, vid behov, att kriminalisera fotbollsrelaterad ”ticket touting” som det mest effektiva verktyget. En kriminalisering skulle utgöra ett ytterligare verktyg i kampen mot den fotbollsrelaterade ordningsstörningen. En anledning till att intensifiera kampen mot fotbollsrelaterad ordningsstörning är att förhindra nyrek-

rytering av ungdomar till ”firmorna”. Det är ett problem då ungdomar i tidig ålder leds in i kriminalitet, och detta bör förhindras. Att kriminalisera fotbollsrelaterad ”ticket touting” skulle också vara en skarp markering av hur allvarligt samhället ser på fotbollsrelaterad ordningsstörning.

En slutsats av denna undersökning är att frågan om fotbollsrelaterad ”ticket touting” inte behandlats tillfredställande i förarbetena till den lagstiftning som skall förhindra fotbollsrelaterad ordningsstörning, även om personlig biljett nämns till exempel i prop. 2004/05:77 s. 19-22. Frågan om fotbollsrelaterad ”ticket touting” bör således utredas mera ingående. En förklaring till att ”ticket touting” inte behandlats i större omfattning i förarbetena kan ha sin naturliga förklaring i att svensk idrott inte upplevt ”ticket touting” som ett stort problem. En annan orsak kan vara att hanteringen av biljettfördelningen fungerat på ett tillfredställande sätt och att idrottsrelaterad ordningsstörning inte uppstått på grund av en felaktig biljettfördelning. Denna undersökning visar också att den svenska lagstiftningen ligger efter den engelska vad avser fotbollsrelaterad ordningsstörning, vilket har naturliga orsaker. I och med att ”ticket touting” inte är kriminaliserat finns det heller ingen praxis att luta sig emot. Det är således viktigt att lagstiftaren är beredd att vidta snabba åtgärder vid behov.

Vad kan då SvFF och de allsvenska klubbarna göra för att ytterligare utveckla säkerheten? Ett alternativ kan vara att SvFF inför personligt utställda biljetter (namnbiljetter) till landskamper där det krävs att biljetthinnehavaren visar identifikationskort vid inpassering. Nackdelen är att detta kommer att medföra en mera komplex biljetthantering med ökade arrangörskostnader och fördröjningar i inpassering. För minderåriga skulle samma procedur kunna tillämpas – även om frågan måste utredas grundligt. En annan nackdel är att namnbiljetter kan vara en sämre lösning inom familjen. Det kan vara så att en annan familjemedlem vill gå istället för den tilltänkte – beroende på olika omständigheter som till exempel sjukdom. Kanske kan det vara ett alternativ med namnbiljetter knutna mot efternamnet, men där alla familjemedlemmars förnamn framkommer? Detta känns emellertid tveksamt. Naturligtvis bör fotbollens organisationer ta hjälp av den tekniska utvecklingen, till exempel hologram och mikrochips i biljetterna – förutom streckkoder som avläses maskinellt. Ett bra initiativ från SvFF vad avser biljetthanteringen är att man alltid är öppen för att finna en lösning om någon får förhinder att utnyttja sin biljett, även om detta medför en ökad administrativ börda och viss kostnad, samt att SvFF riskerar osålda biljetter. Men SvFF kompenseras genom goodwill och att säkerheten ökar.

Avslutningsvis kan jag konstatera att fotbollens säkerhetsfrågor och arbete ständigt måste ha högsta prioritet. Alla besökare av fotboll skall kunna känna sig välkomna, säkra och trygga.

Käll- och litteraturlista

- Kvale, Steinar. (1997). *Den kvalitativa forskningsintervjun*. Lund: Studentlitteratur.
- Le Duc, Michaël. (2007). *Metodhandbok som tankekarta*. e-handbok. Koncept version 0.7. Februari 2007. Mälardalens högskola.
- Linné, Peter. (2007). ”Fotboll för miljoner.” *Göteborgs-Posten*. 2007-05-02.
- Lindahl, Jimmy. (2006). ”Kan vi ta betalt för detta? – en studie av Svenska Fotbollförbundets inställning till direktsända idrottsevenemang i svensk television under 1950-talet.” Institutionen för studier av

- Samhällsutveckling och Kultur (ISAK), Enheten för historia vid Linköpings universitet. *SFS-Bolletinen* 2007 nummer 1.
- Lord Justice Taylor. (1990). *Inquiry by the Rt. Hon. Lord Justice Taylor Final report*. The Hillsborough Stadium Disaster. Home office. London.
- Löf, Andreas. (2005). ”Återbetalningsskyldighet för arrangör vid inställt idrottsevenemang.” *Idrottsjuridisk skriftserie Nr 10*. Artikelsamling 2005. Svensk IdrottsJuridisk Förening. SISU Idrottsböcker, Stockholm.
- Malmsten, Krister och Pallin, Christer. (2005). *Idrottens föreningsrätt*. Andra upplagan. Norstedts Juridik AB i samarbete med Svenska FotbollFörlaget AB. Stockholm.
- Norstedts. (2000). *Stora engelsk-svenska ordboken*. [redaktion: Vincent Petti...]. Tredje upplagan, fjärde tryckningen. Norstedts Akademiska Förlag (Norstedts Ordbok). Stockholm.
- Peczenik, Alexander. (2005). ”Juridikens allmänna läror.” *SvJT* 2005. s. 249-272.
- Sigfridson, Peter. (2008). ”All statistik om allsvenskan 2008.” *www.barometern.se* 2008-11-09.
- Svenska Fotbollförbundet. *Stadgar*.
- Svenska Fotbollförbundet. (2008). *Analys av de allsvenska klubbarnas ekonomi 2008*.
- Svenska Fotbollförbundet. (2008). *Årsredovisning*.
- Svenska Fotbollförbundet. (2009). *Tävlingsbestämmelser*.
- Svenska Fotbollförbundet. (2009). ”Anmälan om vilseledande marknadsföring.” *Solna*. 2009-03-05.
- Svenska Fotbollförbundet, SvFF och Föreningen Svensk Elitfotboll, SEF. (2005). *Elitfotbollsmanual 2005*.
- Thomsson, Heléne (2002). *Reflexiva intervjuer*. Lund: Studentlitteratur.
- Tjernberg, Urban. (2009). ”VM-kvalbiljetter säljs till överpris på nätet.” *Svenska Dagbladet*. Nätupplaga. 2009-06-02.

Offentligt tryck

- Brottsförebyggande rådet, Brå. (2008). *Strategier mot fotbollsrelaterade ordningsstörningar. En kunskapsammansättning*. Rapport 2008:20. Stockholm: Brottsförebyggande rådet.

SFS

- Brottsbalken (1962:700)
- Distans- och hemförsäljningslagen (2005:59)
- Lag (1915:218) om avtal och andra rättshandlingar på förmögenhetsrättens område
- Lag (2005:321) om tillträdesförbud vid idrottsarrangemang
- Ordningslagen (1993:1617)

Proposition

- Prop. 2004/05:77. Lag om tillträdesförbud vid idrottsarrangemang. Justitiedepartementet. Stockholm.
- Prop. 2008/09:78. Ytterligare åtgärder mot ordningsstörningar vid idrottsarrangemang. Justitiedepartementet. Stockholm.

Justitieutskottets betänkande

2008/09:JuU18

Engelsk lagstiftning

- The Criminal Justice and Public Order Act 1994
- The London Olympic Games and Paralympic Games Act 2006
- The Violent Crime Reduction Act 2006

EG-direktiv

- Direktiv 2002/65/EG om distansförsäljning av finansiella tjänster till konsumenter och om ändring av rådets direktiv 90/619/EEG samt direktiven 97/7/EG och 98/27/EG

Telefonintervju

- Danielsen Kovacs, Lena. SvFF. Chef biljettavdelningen. 2009-06-22.
- Koch, Henrik. AIK Fotboll AB. Säkerhetschef. 2009-06-22.
- Theorin, Tommy. Föreningen Svensk Elitfotboll (SEF). Generalsekreterare. 2009-06-18.

Internet

Förutom angivet datum har sidorna besökts vid flertal tillfällen.

www.aikfotboll.se

www.blocket.se

www.ebay.com

www.fifa.com

www.hammarbyfotboll.se

www.hif.se

www.ifkgoteborg.se

www.svenskfotboll.se

www.ticnet.se

www.uefa.com

<http://fotbollsupporter.se>