

Foreningernes fremtid som eventarrangører  
**Tunge skyer eller muligheder ?**

IDAN-konference den 25. maj 2016

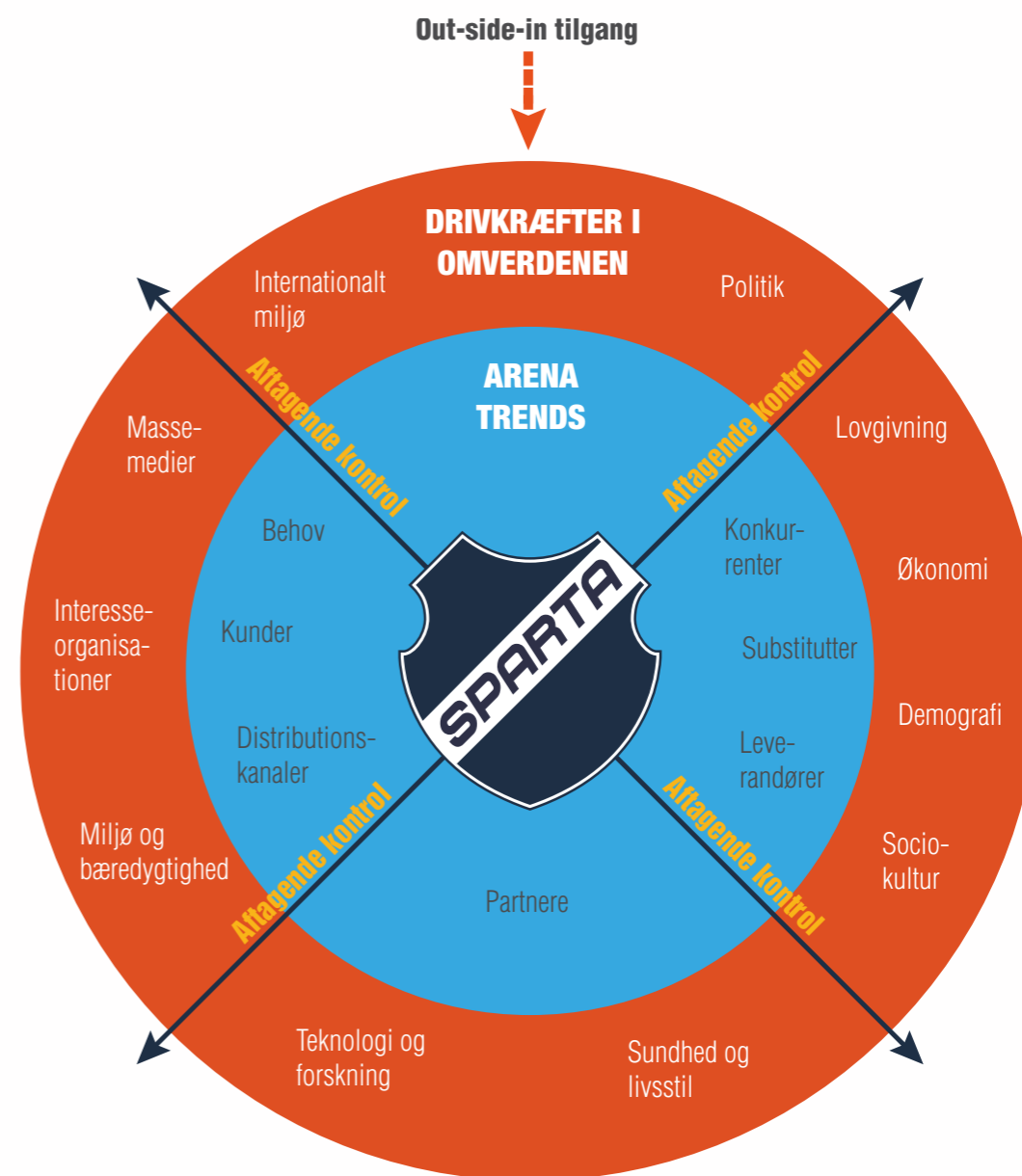
// Oplæg ved: Direktør Dorte Vibjerg, Sparta //



# Motionsløbsmarkedet frem mod 2025

Hvilke fremtidige megatrends og tendenser i omverdenen vil have størst indflydelse på motionsløbsmarkedets fremtid ?

Hvordan kan Sparta som aktør på motionsløbsmarkedet ruste sig til forskellige fremtidige scenarier ?



# Kritiske usikkerheder for fremtidens motionsløbsmarked

Bliver det danske marked en global markedsplads med fortsat stigende diversitet og kamp om geografisk tilstedeværelse ?

Hvem vinder kampen om forbrugernes opmærksomhed og formår at blive en integreret del af danskernes motionsvaner ?

Hvilke nye muligheder bringer den teknologiske udvikling, og hvem formår at knække koden til nye disruptions ?

**Fokus for analysen:** Hvordan skabes konkurrencefordel på et presset marked ?





Den samfundsmæssige  
sundhedsdagsorden

# Den samfundsmæssige sundhedsdagsorden

**Situation:** Sundhedsdagsordenen har været en af de væsentligste drivkræfter for markedets udvikling lige siden første løbebølge. Sundhedskommunikationen og teknologien er begyndt at smelte sammen.

**Forventning til fremtiden:** Sundhedsbølgen vil fortsætte, men vi vil se et ryk i dens form. Sundhedsdagsordenen vil ikke nødvendigvis have samme fokus i det politiske billede, men ansvaret vil i stigende grad blive lagt over på individet og drives fra græsrodderne. Afgørende for sundhedsbølgen fremadrettet er, hvordan de unge flytter sig i forhold til den.



Politiske og kommercielle  
interesser i markedet

# Politiske og kommercielle interesser i markedet

**Situation:** Politiske incitamentter i forhold til sundhed og fokus på løbebølgen har inspireret et væld af interessenter til at tage del i markedet. De politiske og konkurrencemæssige interesser smelter sammen. Motivationen for at gå ind på markedet er meget forskelligartet.

**Forventning til fremtiden:** Fortsat stor diversitet og med tilstedeværelse af globale aktører i konkurrencelandskabet. Relativt lave markedsbarrierer i kombination med et modent marked vil være argumenterne for at gå ind på markedet. Der vil være fokus på at opdyrke uudnyttet potentiale og sprede tilstedeværelse.



Den teknologiske udvikling  
og mulige disruptions

# Teknologisk udvikling og mulige disruptions

**Situation:** Den teknologiske udvikling har givet eventudbydere nye muligheder for at produktudvikle og opretholde relation til kunder. Samtidig er der blomstret et væld af substituerende produkter op i form af apps og wearables.

**Forventning til fremtiden:** Den teknologiske udvikling smelter i stigende grad sammen med sundhedskommunikationen, og teknologien vil være med til at flytte på sundhedsbegrebet. Det vil være de store spillere (Google, Apple), der kommer til at sætte dagsordenen. Mange nye og disruptive forretningsmodeller med fokus på at skabe anderledes og nye produkter vil se dagens lys. Stort fokus på at opbygge konkurrenceevne gennem dataopsamling og analyse (BIG data).



Udviklingen af det digitale netværks- og videnssamfund

# Det digitale netværks- og videnssamfund

**Situation:** Internettet, smartphones og tablets har gjort forbrugerne mobile og har revolutioneret måden, der forbruges og kommunikeres på og har forskubbet magtbalancen over mod forbrugerne. Verden er blevet en global markedsplads med let adgang til viden.

**Forventning til fremtiden:** Den digitale revolution vil i stigende grad revolutionere markedet. Kommunikationen med forbrugerne vil ske via et væld af uformelle online netværk. Nye digitale platforme vil konstant ændre konkurrenceforholdene, og forbrugerne får nye muligheder for at dele, måle, rate og søge info. Det gælder om at være til stede, der hvor forbrugerne er, netop når de har et behov for dit produkt. Kampen kommer til at stå om forbrugernes opmærksomhed.





**Generelle samfunds-  
transformationer**

(Livsfaseændringer, acceleration,  
aldersløst samfund)

# Generelle samfunds- transformationer

**Situation:** Den gennemsnitlige danske motionsløber befinder sig i dag i første eller anden voksenalder i deres livsfaseforløb. Motionsløb skal presses ind i en travl hverdag med både arbejde, studier, familie og fritid.

**Forventning til fremtiden:** Grænserne mellem de enkelte livsfaser vil blive mere flydende, og vi vil komme til at leve i et mere tidsløst samfund. Alder vil betyde mindre, og den ældre del af befolkningen vil se værdien i at være aktiv igennem hele livet. Mange vil få mod på at genoptage motionsformer, de på et tidligere tidspunkt i deres liv har dyrket. Endelig vil der blive rykket på kernefamilien i sit nuværende udtryk, og der vil komme et nyt stort segment af købestærke singler, der har tilvalgt singlelivet.



**Ændret identitetsbegreb**

(Individualisering, kropsideal, immaterialisering)

# Ændret identitetsbegreb

**Situation:** Danskernes stigende behov for selvscenesættelse og individualitet har været drevet af en generel individualisering. Valg af motionsform og kropssyn er på lige fod med folks påklædning og arbejdsliv blevet statussymboler.

**Forventning til fremtiden:** Der sker et ryk mod et mere afslappet forhold til sundhed og motion. Det er ikke længere en trend at være sundhedsfreak. Mange bruger motionsløb til at holde vægten og samtidig bibeholde deres livsstil. Fleksible og tilgængelige motionstilbud bliver en måde at presse både motion og socialt samvær ind i en travl hverdag. Egentid og ro bliver fremtidens luksus. Der bliver et større marked for mikromarkeder og produkttilpasning. Individualiseringen bliver stærkere og den er stærkere end modreaktionen, som er fællesskabet.



**Ryk i demografiske og social sammensætning**

(aldring, urbanisering, nye generationer)

# Demografisk og social sammensætning

**Situation:** Vi har i dag et klart billede af den gennemsnitlige motionsløber på det danske marked. 30-45 år, generation X, tilhører middelklassen eller den højere middelklasse, deltager i 2-3 løb årligt. Uddannelsesniveau er af afgørende betydning for valg af løb som motionsform.

**Forventning til fremtiden:** Små generationer vil resultere i, at segmentet 40-49-årige danskere vil falde frem mod 2025. Samtidig vil vi se en drastisk stigning i segmentet 65+. Urbaniseringen resulterer i en befolkningstilvækst i byerne, og det vil i høj grad være kvinderne, der flytter til byen. Nye generationer (Y, Z, ?) vil komme til at tegne billedet af fremtidens forbruger. Generationernes karaktertræk vil være formgivende for fremtidens kommunikation og relationsopbygning.



Hvor skal Sparta placere sig på  
**fremtidens eventmarked ?**

