

Danskerne fitnessvaner 2016



Antallet af fitnesscentre er opgjort for årene 2006 – 2015. Der er tale om bedst mulige estimater.

Antallet af kommercielle fitnesscentre i DK	2006	2007	2008	2009	2010	2011	2012	2013	2014	2015
Kommercielle centre i alt	388	412	436	485	456	480	510	561	610	653
Nettotilvækst	-	24	49	29	-24	30	51	42	49	43
Nye centre	-	43	91	55	36	69	81	73	74	60
Lukkede centre	-	19	42	26	60	39	30	31	25	17
Foreningsfitness i alt	12	24	40	48	63	77	93	102	105	116
Nettotilvækst (Foreningsfitness)	12	12	16	18	15	14	16	9	3	11

Kilde: Idan (2006 – 2011), DIF (2012 – 2015)

**BEVÆGER
DANMARK**

Danskerne fitnessvaner 2016



URBANISERING

KOMMERCIALISERING

INSTRUMENTALISERING

Konsekvenser for
foreningsidrætten?

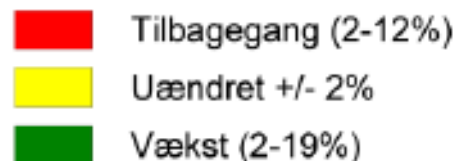
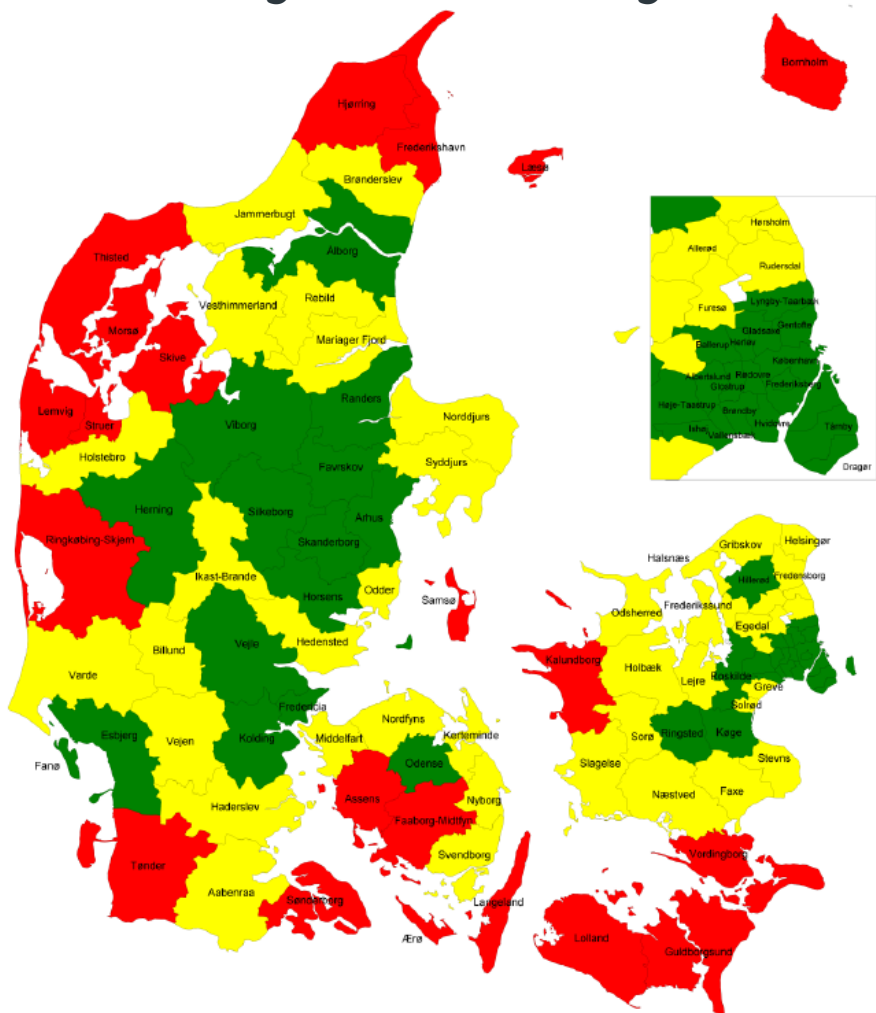
BEVÆGER
DANMARK

URBANISERING

Urbaniseringen er en megatrend, der betegner den udvikling, hvor en stigende andel af befolkningen bor og lever i store byer.



Befolkningsfremskrivning 2015 - 2025



Hvad kan det komme til at betyde?

- Den befolkningsandel, der dyrker foreningsidræt i de større byer er lavere end den andel, der dyrker foreningsfodbold uden for byerne:

Landsgennemsnit: Andelen af DIF-foreningsmedlemmer i samtlige kommuner: **33.45 %**

Kommuner med store bymiljøer:

Aarhus:	28,71 %
Aalborg:	30,81 %
Frederiksberg:	19,59 %
København:	23,15 %
Odense:	29,82 %

**BEVÆGER
DANMARK**

Kilde:

Det Nationale Institut
for Kommuner og Regioners
Analyse og Forskning

KOMMERCIALISERING

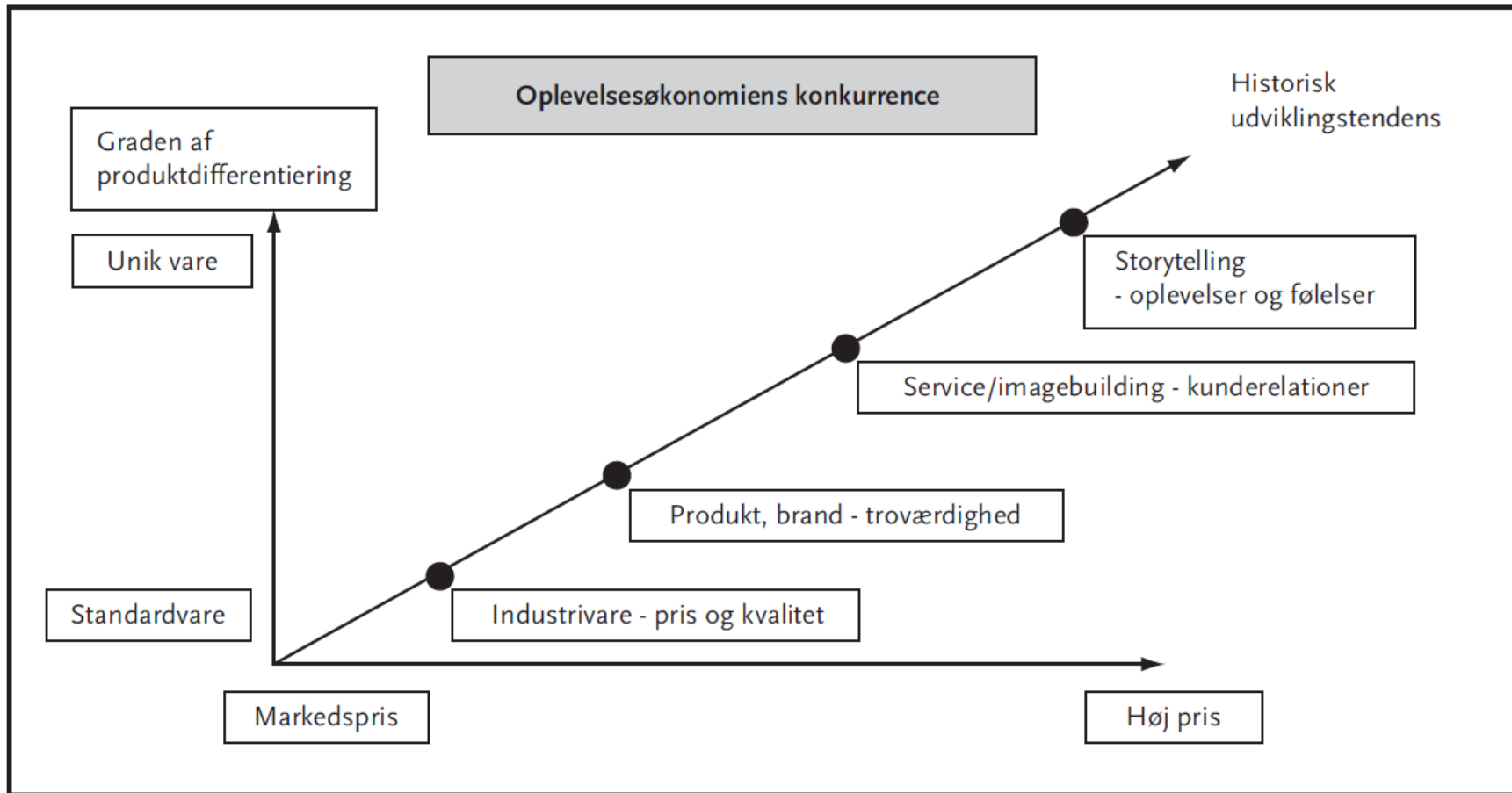


Kommercieliseringen er en megatrend, der betegner den gradvise udvikling af idrættens non-profit tradition i retning af en ny og mere markedsdomineret tradition, hvor hovedformålet er at tjene penge på at udbyde idræt.

IDRÆT PÅ MARKEDSVILKÅR – DERFOR HAR DE SUCCES

- Tager kun de aktiviteter op, der er penge i – *“foreningerne kan tage resten!”*
- Er ikke bundet af organisatoriske forpligtelser – *“ligeglad med hvem, der skal have hvilke aktiviteter?”*
- Er ikke bundet af sportens specialisering, regler, historie og traditioner – *“vi satser, hvis vi tror på det”*
- Tilpasser sig behovet for fleksibilitet ift. træningstidspunkter – *“træn når du vil”*
- Reagerer hurtigere på forandringer i idrætsbilledet – *“nye aktiviteter og koncepter - hele tiden”*
- Dropper hurtigt og usentimentalt aktiviteter og produkter, der ikke lever op til forventninger – *“dur ikke – ud!”*

KOMMERCIALISERING - EKSEMPEL



Kilde: K. L. Kirkegaard: Fra muskelmasse til massebevægelse

INSTRUMENTALISERING (IDRÆT SOM MIDDEL - SUNDHED)



Den idrætslige aktivitet for voksne handler ikke om adspredelse, underholdning eller om demokratisk foreningsdeltagelse i bred forstand.

Både den idrætslige leg og sportens konkurrencekultur overlejres af en sundhedsrationalisme og en *disciplinering af krop og sind, der ofte skal overtales til at træne.*

Efter den hårde arbejdsindsats kan man høste frugterne i rigt mål.
Den grundlæggende forståelse er, at *"... lidelse skaber udholdenhed, og udholdenhed skaber karakter, og karakter skaber håb"*



Apostlen Paulus

Det Nye Testamente, Romerbrevet, 5:4



HVAD KAN FORENINGSIDRÆTTEN GØRE?

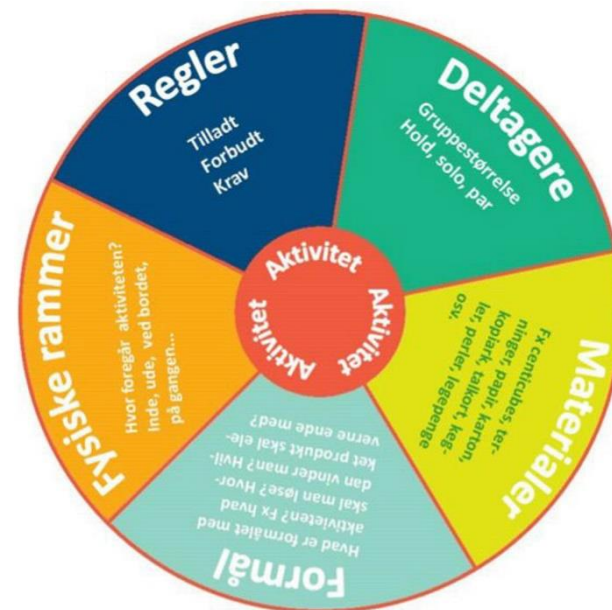


Hvad kan foreningsidrætten gøre?

- Kan vi udvikle en ny viden om forskelle mellem breddebegrebet og motionsbegrebet?
- Går udvikling gennem de eksisterende forbund/foreninger, eller skal der udvikles via nye projekttiltag og foreningsdannelser?
- Kan foreningerne udvikle mere fleksible og mere tilpasningsdygtige tilbud: Sæsonstart, tilbud på begynderniveau?
- Er der frivillige nok med en "ny" træneridentitet ift. motionshold?

En forståelse for, at motionsidræt indebærer:

- nye faciliteter
- nye motiver
- nye "regler" (man må ikke tackle...)
- nye deltagerformer på tværs af alder/køn
- nye medlemstyper, som ikke forpligter sig



BEVÆGER
DANMARK

FITNESS WORLD SOM SUNDHEDSLEVERANDØR?



MOTION 6. JUN. 2013 KL. 11.55

Fitness World vil nu servere cola, is og slik efter træningen

Træningsekspert er oprørt over, at centrene lokker med kaloriebomber ved disken.



- 20 kr. pr. kunde pr. besøg...
- 1 besøg pr. kunde pr. uge...

BEVÆGER
DANMARK