



Af Henrik H. Brandt,
direktør for Idrættens
Analyseinstitut

Et marked i opbrud

Krigen mellem damebladet Alt for Damerne og de store atletikklubber i København, Odense og Århus om de tre byers traditionelle kvindeløb er et lysende symbol på tidens skærpede kamp om de voksne motionisters gunst.

Alt for Damerne fik lyst til selv at tjene pengene på de kvindeløb, som bladet har været sponsor og PR-partner for i en årrække, men som entydigt var opfundet og arrangeret af atletikklubberne i de tre byer. Stillet over for Alt for Damernes krav om mere profit valgte de tre klubber at fortsætte deres løb på egen hånd, mens Alt for Damerne lancerede konkurrerende løb sammen med andre partnere.

Alt for Damernes overtagelse af arrangørklubbernes 'livsværk' og konfrontationslinje mod de hidtidige arrangører har været særdeles uskøn at overvære, men lægger man følelserne til side, er Alt for Damernes manøvre også yderst lærerig:

For det første er mange motionister uvidende om eller ligeglade med, hvem der udbyder motionsaktiviteten og scorer profitten. De voksne motionister vælger det mest attraktive produkt i den indpakning, der passer til den enkeltes behov og motiver for at dyrke idræt.

For det andet har det været interessant at overvære tavsheden og den tilsyneladende magtesløshed i organisationerne, DGI, DIF og Dansk Atletik Forbund, der egentlig burde ruste medlemsforeningerne til tænderne i kampen om medlemmer og indtægter.

For det tredje dokumenterer affæren, at 'markedet' for voksne motionister er

fortsættes...

Indhold:

- Jagten på voksne kræver nytænkning
- Idrætstyper kan hjælpe foreninger
- Segmentering skaber vækst
- Foreninger skal tænke mere i kunder
- Analyser af skandinavisk idræt
- Boganmeldelser



Foto: Kristian Møllerborg

Kommercielle aktører har udviklet motionstilbud, der appellerer til voksne motionister. På længere sigt kan private udbydere derfor komme til at være større udbydere af idræt til målgruppen i de større byer.

Jagten på de voksne kræver nytænkning

Analyse: Voksenmotionister er ombejlede som aldrig før på den idrætspolitiske scene, men slaget om de voksnes gunst kalder på drastisk nytænkning både i den frivillige og den kommercielle idrætssektor.

Af Henrik H. Brandt, Idrættens Analyseinstitut

Måske er det meget sigende, at verdens førende leverandør af holdtræningskoncepter til den fremstormende globale fitness-industri er navngivet efter en tidligere olympisk sportsmand.

Les Mills havde en fornem atletikkarriere, hvor han blandt andet vandt guld for New Zealand i diskoskast ved Commonwealth Games i 1966. Siden åbnede han en række fitnesscentre i New Zealand, men rigtig kendt i hele verden blev navnet på den tidligere borgmester i Auckland først, da hans søn Phillip i 1997 grundlagde firmaet Les Mills International, som i dag sælger holdtræningskoncepter og uddannelsesprogrammer til over 13.000 fitnesscentre over hele verden.

Med Les Mills' atletikbaggrund kunne udviklingen af de nye holdtræningskoncepter i princippet lige så godt være udviklet og udbredt gennem verdens atletikklubber. Sådan gik det bare ikke, lige så lidt som

atletikklubberne fik fat på motionsløbebølgen, vægtløfterklubberne på styrketræningsbølgen eller gymnastikforeningerne – med Danmark som en af de få internationale undtagelser – på aerobicbølgen.

Kommercielle aktører på banen

Næste store slagmark på voksenfronten kunne meget vel blive motionsfodbold, som beskrevet i Idans seneste nyhedsbrev, og der er ligeledes begyndende tegn på, at den kommercielle sektor udvikler attraktive koncepter for børn, som ellers hidtil har været foreningsidrættens kernekunder og primære eksistensberettigelse herhjemme.

Den traditionelle foreningsverden har langt hen ad vejen et helt andet fokus end motion, sundhed og velvære for voksne. I mange henseender har forbund og idrætsorganisationer overladt det til de kommercielle aktører at stå for udvikling af motionskoncepter til forskellige målgrupper, og mens mange traditionelle sportsgrene

fortsættes...

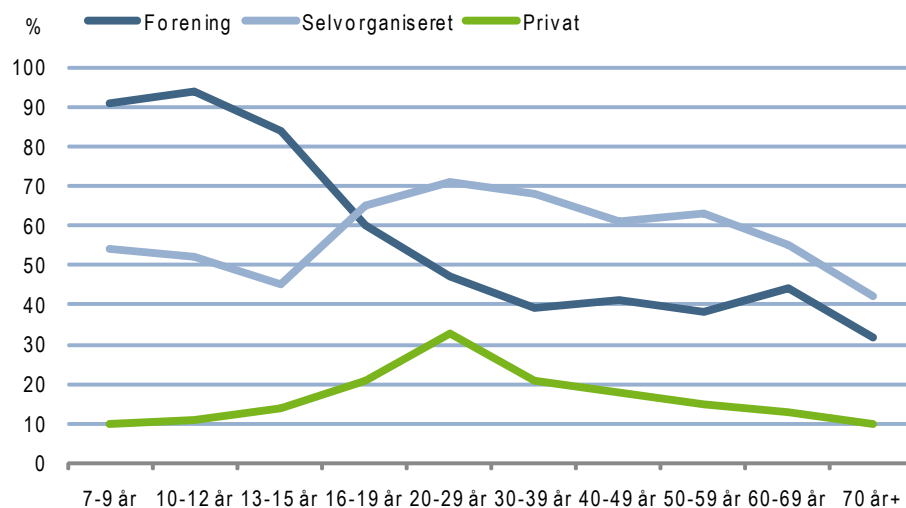
anderledes krævende for foreningslivet end kampen om de kommercielt knapt så attraktive børn, der stadig vælter ind i de lokale foreninger med far eller mor i hånden.

Senest har Berlingske-koncernen lanceret en kommerciel løbeportal, der går efter aktive motionister som betalende og købedygtige 'medlemmer'. Koncernen laver målrettede undersøgelser for at afdække motionisternes behov og vaner og finde mulige markedsområder.

På længere sigt vil sådanne tiltag givetvis også brede sig blandt idrætsorganisationer og forbund - måske helt ned i den enkelte forening. Der vil sandsynligvis ske store forskydninger i markedsandele mellem forskellige idrætsudbydere på det boomende og behårde marked for voksne motionister i de kommende år.

Om dette er en trussel eller en mulighed, må hver enkelt aktør på markedet hellere selv tage bestik af, før medlemmerne eller kunderne gør det. I dette nyhedsbrev giver vi eksempler på, hvordan Dansk Tennis Forbund og den globale fitnessindustri arbejder med at positionere sig på fremtidens motionsmarked.

Foreninger taber andele blandt yngre voksne



Mens foreningerne har fat i næsten alle børn, vinder den selvorganiserede og kommercielle idræt stærkt frem blandt teenagere og unge voksne. Kilde: Danskernes motions- og sportsvaner 2007.

i disse år må konstatere, at tilslutningen til konkurrencesporten daler, og teenagere og unge falder fra, går fitnessindustrien sejrsgang i store dele af verden.

I Danmark æder de kommercielle aktører sig ind på markedet for voksne motionister i en grad, så private aktører i løbet af ganske få år kan blive en større udbyder af idræt og motion til de yngre voksne end foreningslivet i de større byer.

Mens eksempelvis en tidligere trendsport for voksne motionister som tennis har mistet næsten halvdelen af medlemmerne i regi af Dansk Tennis Forbund siden 1990, har fitness-sektoren oplevet eksplosionsagtig vækst i den samme periode. I 1990 fandtes lavprisfitnesskæder slet ikke, men i år har landets største fitnesskæde, Fitness World, passeret 200.000 medlemmer med et koncept, hvor man kan træne dagen lang og året rundt for 229 kroner om måneden.

Udviklingen er sket gradvist, og den går naturligvis ikke spurløst hen over foreninger og idrætsorganisationer.

Foreningslivets dilemma

DGI, DIF og Firmaidrætten arbejder alle med strategier for at øge markedsandele og relevans i forhold til voksne motionister, men organisationerne kæmper samtidig med paradokset, at når man som interesseorganisation for foreningslivet og idrætskulturen udvikler strategiske tiltag for at begå sig på et stadigt mere konkurrencebetonet marked, kan det i mange tilfælde være besværligt og tungt at bøvle med landsdelsforeninger, aktivitetsudvalg, specialforbund, lokalunioner, kredse og frivillige foreninger, hvis interesser man egentlig er sat i verden for at varetage.

Man kan diskutere, om forstærkede indsats i forhold til arbejdspladser, idræt på klippekort, individuel onlinebooking og fleksible medlemskaber uden om de lokale foreninger er i modstrid med foreningslivets værdier.

Men man kan i lige så høj grad diskutere, om en idrætspolitik, hvor økonomiske midler, faciliteter og lovgivning i den grad er indrettet på foreningslivets præmisser, i længden er i modstrid med samfundets interesser, hvis foreningslivet og idrætsorganisationerne ikke bliver bedre til at levere varen i forhold til store befolkningsgrupper, der derfor søger andre steder hen for at få opfyldt deres motionsbehov.

Foreningslivet står altså midt i det paradoks i kampen om de voksne motionister, at det skal bevare demokratiet, lysten og frivilligheden, hvor der også skal være plads til de mindre rationelle beslutninger samtidig med, at foreningslivet skal være lige så attraktivt, innovativt og markedsorienteret som de dygtigste kommercielle aktører.

Det er en kæmpe udfordring for den organiserede idræt at knække den nød, men i virkeligheden rummer den skærpede kamp om markedsandele mellem stadigt flere aktører og idrætstilbud samtidig en potentiel berigelse for de aktive – og inaktive – idrætsudøvere.

Hvis foreningslivet bliver lige så dygtigt til at tænke i innovation – og lige så målrettet til at tænke i skræddersyede tilbud til forskellige livsfasen, kropslige forudsætninger, motiver og behov som de bedste kommercielle operatører – kan der kun komme bedre idrætstilbud til hele befolkningen ud af konkurrencen.

NYT FRA IND- OG UDLAND

Foreninger ramt af aftale

Århus Kommune har forlænget forpagtningsskiftet med Århus Elite A/S om drift af det kommunale opvisningsanlæg, Atletion, med otte år frem til 2020. Aftalen betyder, at fire foreninger med traditionel hjemmehal i hallerne på det tidligere Aarhus Idrætspark må forvente flere aflysninger af træningstider i de kommende år. Til gengæld for øget fleksibilitet i forpagtningsskiftet skal Århus Elite styrke anlæggets brug til kultur, sports-events og erhvervsarrangementer. Aftalen indebærer en investering på 30,4 mio. kr. i bedre forhold for sponsorer, publikum og arrangører.

Århus Elite overtog driften af Atletion i 2005. Selskabet er moderselskab for den professionelle fodboldklub AGF, der rykkede ud af Superligaen i foråret. Århus Elite har efter et underskud på 43,5 mio. kr. i sidste regnskabsår afhændet aktiviteter som basketballklubben Bakken Bears, håndboldklubben Århus GF, Århus Elite Badminton samt mindre aktiviteter inden for dans og floorball. Århus Elite har nu AGF Kontraktfodbold og driften af Atletion som kerneaktiviteter. Århus Elite har netop meddelt fondsbørsen, at AGF's nedrykning vil koste 20-25 mio. kr. Selskabet forventer underskud på 25 mio. kr. i indeværende regnskabsår og det samme i 2010-2011. Selskabet skal derfor for andet år i træk have tilført ny kapital, lige som man vil forsøge at sælge spillere i løbet af de kommende måneder.

Kamp mod matchfixing

Den internationale olympiske komité (IOC) har udarbejdet et sæt anbefalinger, der skal imødegå truslen om matchfixing som følge af spil på sportsresultater.

IOC anbefaler blandt andet, at specialforbund og nationale idrætsforbund vedtager procedurer, der skal begrænse risikoen for manipulerede sportsresultater. Et etisk kodeks skal hindre alle involverede i at spille på eller understøtte spil på kampe, de selv er involverede i. Desuden skal aktørerne opstille legale procedurer i tilfælde af brud på reglerne.

Andre tiltag er uddannelse af de aktive, informationsarbejde samt oprettelsen af en fortrolig 'hotline' for atleter, trænere og andre med mistanke om uregelmæssigheder. IOC vil desuden udbygge sportens monitorering af uregelmæssige spillemønstre, lige som IOC opfordrer til øget samarbejde med myndighederne om bekæmpelse af korruption.

Alle IOC's anbefalinger til bekæmpelse af match fixing kan downloades i media centre på www.olympic.org



Foto: Johan Bichel Lindégaard

Dialog med fodboldfans halter stadig

Selv om politiet centralt ønsker bedre dialog med fodboldsupportere, kniber det med at omsætte intentionerne i praksis, vurderer en ny rapport fra Institut for Idræt på Aarhus Universitet. Politiet kan stadig forbedre sig, når det drejer sig om at forebygge uroligheder i forbindelse med fodboldkampe gennem dialog med de forskellige supportergrupper før, under og efter fodboldkampe.

Rapporten peger bl.a. på, at kendskabet til en ny national strategi for håndtering af fodboldkampe, der anbefaler mere imødekommende dialog med fodboldsupporterne, er ringe hos mange betjente.

Rapporten kritiserer bl.a. den ujævne fortolkning af den nye nationale strategi, som skulle sikre en mere ensartet behandling af fodboldtilhængere over hele landet.

Bag undersøgelsen står Jonas Havelund og Kristian Rasmussen, der tidligere har beskrevet, hvordan en overdrevent håndfast politiindsats over for fodboldsupportere kan få mindre uroligheder til at eskalere.

De to forfattere peger dog samtidig på, at der er sket visse fremskridt. F.eks. er Østjyllands Politi gået forrest gennem etableringen af en 'Eventbetjentuddannelse' i samarbejde med Aarhus Universitet, hvor betjentene lærer at håndtere fodboldfans, demonstranter og koncertgængere.



Foto: Basfbeer Torme

Fokus på idrætstyper kan hjælpe foreninger

Idrætsudøvere er ikke ens. En ny undersøgelse af danske tennisspillere viser, at spillernes behov og engagement i klubberne i høj grad afhænger af deres livssituation. Det bør foreningerne lære af.

Af Karsten Østerlund, Idrættens Analyseinstitut

De velkendte opdelinger af idrætsudøvere i motionister og eliteudøvere, gamle og unge, mænd og kvinder tegner et forsimplet billede af de forskellige idrætskulturer, man kan møde i idrætsgrene med bred motionsappel.

En spørgeskemaundersøgelse blandt 2.573 nuværende og tidligere medlemmer af Dansk Tennis Forbund (DTF), som Idan afsluttede i foråret 2010, viser, at tennisspillere i Danmark ikke er en homogen masse: Der er store variationer i, hvor ofte de spiller tennis, hvor meget de træner, hvor ofte de deltager i konkurrencer og ikke mindst, hvor meget de involverer sig i deres klubs sociale liv.

Men det særligt interessante er, at man ud fra medlemmernes tennisvaner kan opdele spillerne i segmenter – 'tennistyper' – som klubbernes tilbud i langt højere grad bør målrettes mod.

De fire tennistyper

I rapporten træder fire tennistyper særlig tydeligt frem:

- 1. Konkurrencetennisspilleren:** En spillertype, der jævnligt deltager i turneringer og/eller stævner, og som primært motiveres af konkurrenceelementet i sporten. Spiller relativt ofte og er godt integreret i klubbens sociale liv.
- 2. Træningsmotionisten:** En spillertype, som jævnligt deltager i klubbens træningstilbud og andre tennisrelaterede

arrangementer, men ikke i turneringer eller stævner. Typen motiveres af muligheden for at udvikle sine spillemæssige færdigheder, men er generelt ikke særligt aktiv i det sociale klubliv.

- 3. Klubtennisspilleren:** En spillertype, der spiller tennis relativt ofte, og som har et meget stort netværk i klubben. Vedkommende motiveres primært af det sociale sammenhold med andre spillere og er meget aktiv i såvel klubbens sociale liv som dens tennisrelaterede arrangementer.

- 4. Købetennisspilleren:** En spiller, som næsten udelukkende spiller tennis med sin faste tennismakker og kun bruger klubben til at reservere tennisbaner. Spiller typisk ikke særligt ofte og engagerer sig slet ikke i klubbens sociale liv.

Tallene fra medlemsundersøgelsen i DTF viste, at de fire tennistyper er gennemgående for tennissporten. De findes både i store hovedstadsklubber og små lokale foreninger i provinsen.

Imidlertid er 'tennistyperne' næppe unikke for tennissporten. Idans undersøgelse af danskernes idrætsvaner fra 2007 viser generelt store variationer i befolkningens idrætsdeltagelse. Disse variationer er "et ekko af det familieliv og arbejdsliv, som præger befolkningens hverdag," som det hedder i rapporten.

På samme måde er de fire tennistyper et ekko af tennisspillernes generelle livssituation, herunder deres familie- og

fortsættes...

Ny strategi for flere aktive europæere

Den dansk-baserede breddeidrætsorganisation International Sport & Culture Association (ISCA) har lanceret en vision for 100 mio. flere idrætsaktive europæere i 2020. ISCA har med et såkaldt 'position paper for grass-root sport in Europe' kastet sig ind i debatten om, hvordan man gør flere europæiske borgere aktive.

ISCA opfordrer de europæiske nationer til at optimere mulighederne for, at alle borgere i EU kan dyrke sport eller være fysisk aktive. ISCA anbefaler, at nationerne håndterer udfordringerne gennem at optimere på især tre vitale områder: Offentlig finansiering og investering i breddeidræt, adgang til egnede, tidssvarende faciliteter samt rekruttering og uddannelse af frivillige trænere og ledere.

Målet er at løfte niveauet af idrætsaktive eller fysisk aktive borgere i hele EU til niveauet i de mest aktive europæiske nationer gennem en evidensbaseret tilgang.

Mange af udfordringerne og forslagene nævnt i dokumentet læner sig op af forhold, som allerede optræder i den danske idrætspolitiske debat.

De danske erfaringer med frivillige aktører, driftssamarbejder og selvejende faciliteter, uddannelse af halinspektører til aktivitetsledere, partnerskaber, offentlige lovreguleringer mv. vil derfor få stor betydning for det fremtidige europæiske arbejde med at øge antallet af fysisk aktive borgere.

Spareplan kan ramme idræt

Den såkaldte 'Aftale mellem regeringen og Dansk Folkeparti om genopretning af dansk økonomi' fra maj måned kan ifølge dagbladet Børsen indebære nedskæringer for nogle af de initiativer på idrætsområdet, som er finansieret via Kulturministeriets andel af tipsmidlerne på 274 mio. kr. i det kommende år.

Ifølge genopretningsplanen skal 42 mio. kr. af Kulturministeriets andel af tipsmidlerne omprioriteres til eksisterende udgifter på Kulturministeriets område – svarende til en besparelse på 126 mio. kr. over tre år.

Inden for idrætten er forskellige ministerielle puljer og initiativer samt organisationer som Anti Doping Danmark, Sport Event Denmark, Kulturministeriets udvalg for Idrætsforskning, Play the Game, ISCA, Dansk Skoleidræt og Idrættens Analyseinstitut alle helt eller delvist finansieret via Kulturministeriets andel af tipsmidlerne.

De store beløbsmodtagere, DIF, DGI, Firmaidrætten, Team Danmark, Hestesporten samt Lokale- og Anlægsfonden, modtager deres midler direkte fra Danske Spils overskud og er derfor ikke umiddelbart i spareplanens søgelys.

arbejdsliv. Eksempelvis er konkurrence-tennisspilleren typisk en ung mand, som endnu ikke har gjort karriere og stiftet familie, mens det modsatte gør sig gældende for de lidt ældre købetennisspillere, der søger et mere fleksibelt og begrænset idrætsengagement.

I den tredje kategori, træningsmotionisten, ser man mange kvinder mellem 30 og 50 år, der på trods af tidspres fra arbejdslivet og i nogle tilfælde også familielivet har ambitioner om at forbedre deres tennisspil og derfor vælger at bruge tid på det.

Endelig er klubtennisspilleren typisk lidt ældre (50+) og oplever derfor ikke det samme pres på grund af familie og karriere. Det gør, at vedkommende har tid til at spille oftere end træningsmotionisten og tillige overskud til at engagere sig i klubbens sociale liv.

Sammenhæng til livsfaseteori

Virkelighedens billede er naturligvis mere nuanceret, end ovenstående giver udtryk for. Alligevel viser medlemsundersøgelsen en klar sammenhæng mellem tennistyperne og livsfaseteorien, som kort fortalt handler om, at et individ i løbet af et liv gennemløber forskellige perioder, som er kendetegnet ved hver deres grad af frihed, tid og overskud til eksempelvis at spille tennis – eller mere generelt at dyrke motion og idræt.

Koblingen til livsfaseteorien betyder samtidig, at en tennisspiller eller andre udøvere gennem et langt liv i sporten sagtens kan skifte type og blive mere eller mindre aktive på banen og i klubben, når livsvilkårene ændrer sig.

Kan overføres til hele idrætten

Det er da også i kombination med livsfaseteorien, at tennistyperne bliver interessante for en lang række andre idrætsgrene.

Nedenstående figur viser:

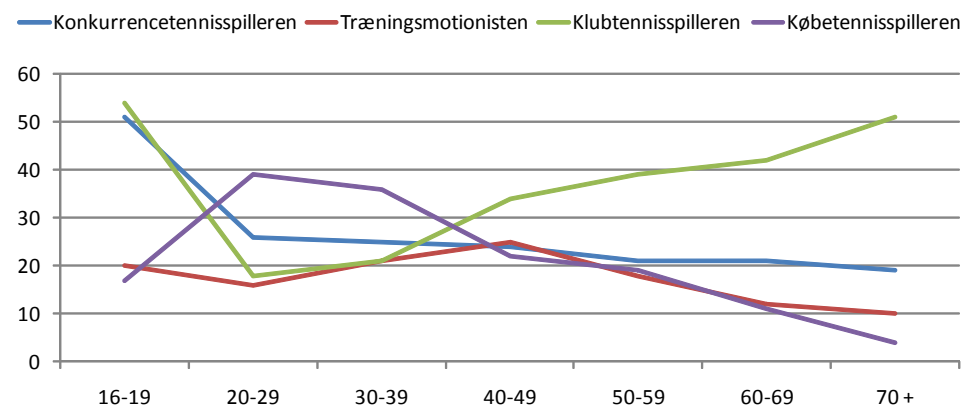
- At det i særlig høj grad er unge, der motiveres af konkurrenceelementet, da der her er en stor andel af 'konkurrence-tennisspillere' – en andel, der i øvrigt falder med årene.
- At motivationen for at udvikle spillemæssige færdigheder uden tanke på konkurrence ('træningsmotionisten') er særligt stor blandt et segment af spillere i alderen 30-50 år, som måske har opgivet at blive rigtig gode til tennis, men som omvendt ikke er blevet for gamle til at ville lære.
- At det særlig er de unge og de noget ældre, der ikke har hjemmeboende børn eller karrierekrav, der er 'klubtennisspillere' med tid og lyst til at deltage i deres klubs sociale liv.
- Og endelig at der er særligt mange, som befinder sig i forældrefasen med hjemmeboende børn, der er 'købetennisspillere' og udelukkende spiller tennis med en fast makker uden at engagere sig i deres klubs sociale liv eller øvrige aktiviteter.

Konklusionen er, at man som tennisklub – eller anden idræts- eller motionsudbyder – er nødt til at tage højde for, at de forskellige livsfaser sætter nogle rammer for, hvordan den enkelte vælger at dyrke motion og idræt.

'Idrætstyperne' vil givetvis ikke være nøjagtig de samme i alle idrætsgrene, men udfordringerne vil typisk være de samme, hvis man som forbund eller forening ønsker at nå ud til alle medlemmerne.

Derfor kan tennistyperne med fordel blive en slags model, man som motions- og idrætsudbyder tager udgangspunkt i, når man vil finde ud af, hvilke udfordringer der er forbundet med at oprette og målrette tilbud til idrætsudøvere.

Livsfaser har betydning for tennisspillernes måde at dyrke sporten (pct.)



Kilde: Tennis i Danmark. En medlemsundersøgelse i Dansk Tennis Forbund.



Mediehus lancerer løbeportal

Berlingske Media går ind i kampen om løberne på nettet. Løbnu.dk skal supplere mediehusets generelle fokus på løb og motion, og den nye virtuelle arena kalder sig allerede nu 'Danmarks største'.

Kampen om markedet for løbere og motionister er i fuld gang både 'i virkeligheden' og på nettet. Det har for alvor bredt sig til landets mediehus. Eksempelvis har Alt for Damerne i 2010 stoppet et mangeårigt samarbejde med flere af landets atletikklubber om afviklingen af et landsdækkende kvindeløb for selv at arrangere motionsløbet uden om klubberne.

Berlingske Media har også gennem flere år været involveret i motionsløb, og løbeportalen Løbnu.dk skal fremover supplere løbene. Løberne kan på sitet bl.a. få rådgivning og kostvejledning, finde en løbemakker, opmåle ruter, socialisere sig med andre løbere og studere en kalender over alle danske motionsløb.

Flere nationale sites er allerede målrettet (motions)løberne: Iform.dk, Dourun.dk, Motion-Online.dk, Dinform.dk, Endomondo.com m.fl. De suppleres med løbesektioner på en række af atletikklubbers websites, diverse sociale medier (herunder Facebook) og flere nyere 'virtuelle arenaer', hvor løbere og andre motionister mødes online.

Der dukker hele tiden nye sites op, der forsøger at appellere til det løbende folk. Senest har Danske Gymnastik- og Idrætsforeninger (DGI) annonceret et ambitiøst samarbejde med Nykredit om et nyt virtuelt mødested for bl.a. motionsløbere.

Arbejdsgruppe om forskning

Kulturministeriets Udvalg for Idrætsforskning (KIF) har taget initiativ til at stifte en arbejdsgruppe om idræt og forskning i samarbejde med idrætsorganisationerne (DIF, DGI, Firmaidrætten og Team Danmark) samt Anti Doping Danmark og Idrættens Analyseinstitut.

Den fælles arbejdsgruppe skal generelt bidrage til at styrke forskningssamarbejdet mellem KIF og idrætsorganisationerne. Konkret skal arbejdsgruppen blandt andet udarbejde oplæg til en konsensuskonference inden for temaet 'Fysisk aktivitet, læring og talentudvikling'.

De 'ensomme' tennisspillere falder fra

Af Søren Bang, Idrættens Analyseinstitut

Den simple mangel på 'én at spille med' er sandsynligvis den vigtigste årsag til, at mange tennisspillere gennem de seneste 20 år har valgt at droppe sporten.

Idans medlemsundersøgelse for Dansk Tennis Forbund, 'Tennis i Danmark', viser således, at de nuværende aktive medlemmer i langt højere grad spiller med skiftende makker end de frafaldne. Samtidig er de spillere, som har et godt netværk i klubben, mere tilbøjelige til at engagere sig i klubbens aktiviteter.

Fastholdelse i sporten hænger med andre ord tæt sammen med, hvor godt den enkelte tennisspiller er integreret i sin tennisklub. Det er derfor en stor udfordring for tennisforbundet, dets unioner og klubberne at skabe endnu bedre rammer for, at tennisspillere med forskellige behov og forudsætninger kan mødes og indgå i hinandens tennisnetværk.

Rapporten undersøger en lang række mulige årsager til den halvering af medlemstallet, som DTF har oplevet siden begyndelsen af 1990'erne, hvor DTF talte næsten 120.000 spillere. Ud over de mere individuelle forklaringer peger den også på en række mere samfundsmæssige og strukturelle årsager til tilbagegangen.

F.eks. stiller flere udøvere krav om mere fleksible og funktionelle idrætsstilbud, ligesom der sammenlignet med tidligere er langt hårdere konkurrence på 'idrætsmarkedet'. Derudover har forbundet mistet cirka en femtedel af medlemmerne på grund af

klubudmeldinger. Især små jyske klubber har forladt DTF.

Tennis er en motionsidræt

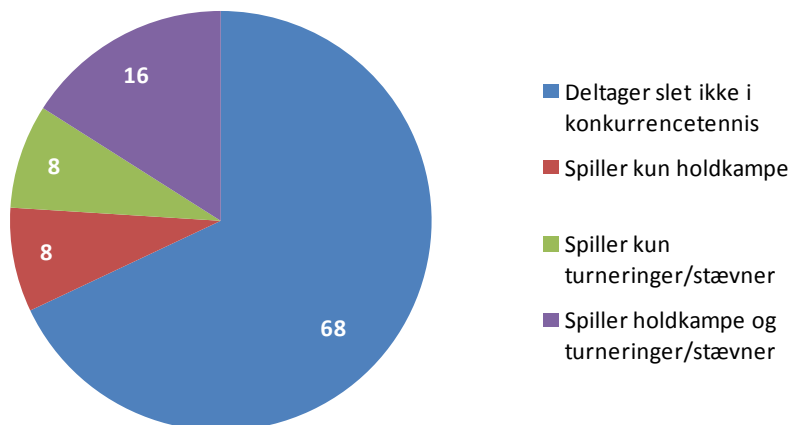
Medlemsundersøgelsen slår også fast, at tennis trods sit traditionelle sportslige fokus frem for alt er en motionsidræt: Mere end to tredjedele spiller aldrig konkurrencetennis, dvs. deltager i holdkampe eller i turneringer og stævner (se figur).

Netop her anviser rapporten gennem sin påpejning af de fire tennistyper (se artiklen s.3) et redskab til, hvordan sporten fra forbund til klubber i højere grad kan udvikle og målrette aktiviteter til forskellige medlemssegmenter. Især er købetennisspilleren og i mindre grad træningsmotionisten en stor udfordring for mange klubber, fordi disse spillertyper er relativt dårligt integreret i klubberne og derfor udsat for en høj frafaldsrisiko. Mere fleksible og målrettede trænings- og turneringstilbud er i blot to af flere mulige svar på den udfordring.

Ud over større fokus på sportens målgruppe anbefaler rapporten på det overordnede plan, at forbundet iværksætter et udviklingsarbejde med det formål at udarbejde aktiviteter til alle målgrupper af tennisspillere. Desuden bør forbundet formulere nogle få konkrete satsningsområder og politiske prioriteringer, styrke erfaringsudvekslingen i sporten og eventuelt igangsætte pilotprojekter i udvalgte klubber.

Download rapporten 'Tennis i Danmark' på www.idan.dk

Kun få danske tennisspillere spiller konkurrence (pct.)



Kilde: Tennis i Danmark. En medlemsundersøgelse i Dansk Tennis Forbund.

Lønninger sluger fremgang

Trods finanskrisen har de store ligaer i europæisk fodbold øget deres omsætning. Men pengene bliver brugt på større spillerlønninger, advarer Deloitte i sin årlige gennemgang af europæisk fodboldøkonomi.

Ifølge det internationale konsulent- og revisionsfirmas netop offentliggjorte tal for den europæiske fodboldøkonomi fra sæsonen 2008/2009 lykkedes det trods økonomisk krise at øge omsætningen i Europas største fodboldligaer, som tæller Englands, Spaniens, Italiens, Tysklands og Frankrigs liga.

Men i stedet for at bruge de ekstra midler til at konsolidere klubbernes ofte vaklende økonomi er den ekstra omsætning ifølge rapporten 'Deloitte Annual Review of Football Finance' mange steder brugt på højere spillerlønninger, selv om lønniveauet allerede er steget markant i ligaerne og klubberne over de seneste sæsoner.

Deloitte nævner bl.a. Englands Premier League, hvor lønningerne i sæsonen 2008/2009 steg med hele 11 pct. og samlet set nærmer sig 12 mia. kroner. Dermed går to tredjedele af omsætningen til at betale lønninger.

Deloitte advarer derfor endnu en gang mod udviklingen, fordi lønstigningerne generelt er større end stigningen i klubbernes omsætning.

Samtidig synes polariseringen mellem de rige og fattige i europæisk fodbold fortsat at blive større, da det er de store klubber, som løber med både den store omsætning og de bedste tal på bundlinjen.

Tysk klubfodbold klarer sig bedst

Blandt de fem største fodboldligaer i Europa – Englands Premier League, Tysklands Bundesliga, Spaniens La Liga, Italiens Serie A og Frankrigs Ligue 1 – tegner Bundesligaen sig for en af succeshistorierne.

Det konkluderer det internationale konsulent- og revisionsfirma Deloitte i den årlige gennemgang af det europæiske fodboldmarked.

Ikke alene oplevede Bundesligaen i sæsonen 2008/2009 den største relative vækst med en stigning på 10 procent svarende til mere end 1 mia. kroner. Klubberne i Bundesligaen kom også ud med det største samlede overskud af de fem ligaer.

Dette kombineret med, at Tyskland har de bedste tilskuertal, samt at de tyske klubber kravler op af UEFA klubrangeringen, giver indtryk af, at den tyske Bundesliga er en succes både i økonomisk og sportslig forstand, selvom det også hører med til billedet, at det stigende overskud er genereret af færre klubber end i 2008.

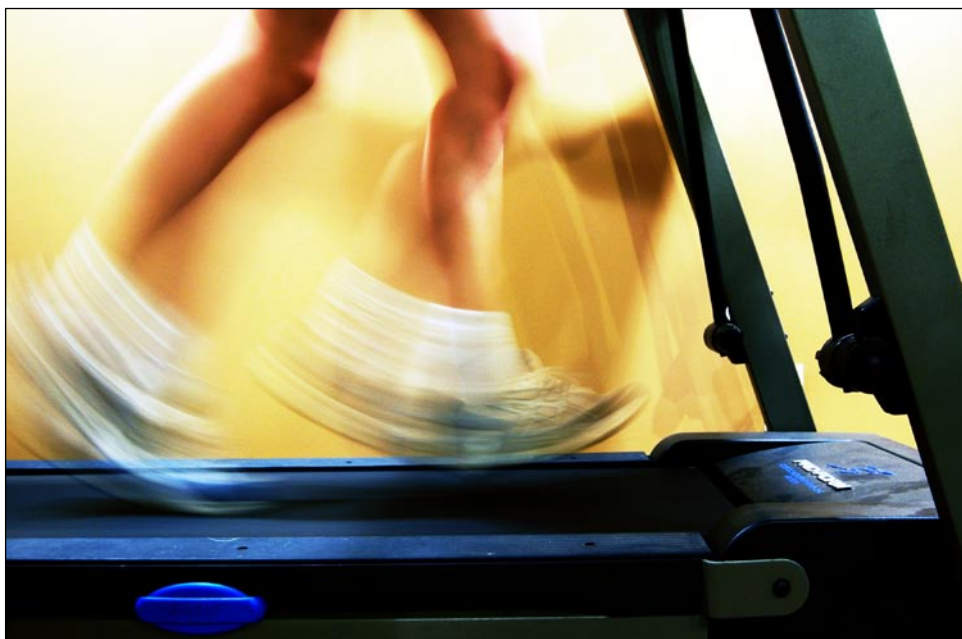


Foto: Sasha Wolff

Internt i fitness-sektoren er der for tiden stor diskussion om teknologiske, demografiske og sociale tendenser, som vil forandre sektorens markedsvilkår de kommende år.

Segmentering skaber vækst

Den kommercielle fitness-sektor i Europa vokser i kraft af sin evne til produktdifferentiering og segmentering i forhold til forskellige målgrupper.

Af Marina Aagaard og Henrik H. Brandt, Idrættens Analyseinstitut

Den europæiske fitness-sektor kunne trods finanskrisen fejre endnu et år med fortsat vækst, da en række repræsentanter for sektoren mødtes til det årlige brancheforum i regi af European Health & Fitness Association (EHFA) i Madrid i maj.

Fitnessmarkedet i Europa har langt overhalet det amerikanske, hvilket er interessant i forhold til foreningsidrættens mere fremtrædende rolle i Europa end i USA. Ifølge EHFA's estimater er der nu over 40 mio. medlemmer fordelt på 38.900 centre i Europa. Sektoren har ifølge EHFA en omsætning på over 163 mia. kr. i Europa.

Væksten i sektoren var beskeden i 2009, og der er meget stor forskel på fitness-sektorens styrke i de forskellige lande. EHFA vurderer, at der fortsat er store vækstmuligheder i Europa, særligt i Østeuropa hvor kun 2-3 pct. af befolkningen er kunder i kommercielle centre. Andre stærke markeder har fat i 10-17 pct. af befolkningen. I Danmark havde den kommercielle fitness-sektor ifølge Idans optællinger ved årsskiftet fat i ca. 10 pct. af befolkningen, svarende til ca. 550.000 medlemmer fordelt på 453 centre.

En stor del af forklaringen på sektorens fortsatte vækst er den store differentiering og segmentering. Nicher som 'kun-for-kvinder' fitness, eksempelvis med franchisekoncepter som Curves og Butterfly Women. Børnekoncepter som My Gym er muligvis også på vej til at få større vægt. Samtidig sker en stigende opsplitning mellem discountcentre og luksuscentre på bekostning af mellemprikklassercentre og traditionelle enkeltmandsejede centre.

Væksten domineres af de store fitnesskæder, og frem for alt har lavpriskædernes fremmarch skabt pres på priserne over hele Europa. I Danmark stormer lavpriskæden Fitness World frem. Siden opkøbet af Equinox-kæden har Fitness World ifølge egne angivelser passeret 200.000 medlemmer og 57 centre med yderligere otte centre på vej alene i 2010.

Fra fitness til wellness

Lavpriskæderne henvender sig i højere grad end andre markedsaktører til unge med kropsfikserede kampagner. Men internt i branchen er der for tiden stor opmærksomhed på, at samfundet som helhed står over for enorme teknologiske, befolkningsmæssige og sociale ændringer, som på længere sigt risikerer at forvandle

fortsættes...

FIFA-ledere købt fri

Midt under VM-slutrunden i fodbold har officials fra det internationale fodboldforbund, FIFA, købt sig fri af en af international idræts største korruptionsskandaler nogensinde ved hjælp af en kompensation på 5,5 mio. schweiziske francs (30,4 mio. kr.) til anklagemyndigheden i Zug i Schweiz.

Det er uvist, hvem der præcist har betalt beløbet. Beløbet går til at lukke de juridiske efterdønninger af sagen om det krakkede sportmarketingagentur ISL/ISMM, der i årene 1989-2001 betalte mindst 138 mio. schweiziske franc (762 mio. kr.) i bestikkelse til ledere fra FIFA og andre sportsorganisationer for at få attraktive tv- og marketingkontrakter med forbundene.

I en meddelelse fra statsadvokaturen i Zug hedder det, at "de anklagede har godtgjort skaderne i tilstrækkeligt omfang, og dermed er sagsproceduren indstillet." Statsadvokaturen bekræfter, at en række FIFA-officials uretmæssigt modtog provisioner fra ISL/ISMM til skade for FIFA.

De schweiziske myndigheders afslutning af sagen betyder, at navnene på de FIFA-ledere, som personligt modtog bestikkelse af den tidligere ISL/ISMM-direktør Jean-Marie Weber, ikke kommer frem. Forløbet dokumenterer samtidig, at FIFA aldrig har ønsket, at sagen skulle komme frem. FIFA meddelte den 25. juni, at organisationen ikke havde yderligere kommentarer i sagen.

Dokumentation på www.jensweinreich.de

Mørke sider i fokus

'Sportens mørke sider' er titlen på et særnummer af det videnskabelige tidsskrift 'European Sport Management Quarterly', der inspireret af den danskorganiserede Play the Game-konference i Reykjavik i 2007 sætter videnskabeligt fokus på fænomener som match fixing, doping, chikane, mobning og andre mørke sider af idrætten.

I tidsskriftets leder konkluderer professor Jean-Loup Chappelet fra det schweiziske universitet for den offentlige sektor (IDHEAP) i Lausanne som en af verdens førende eksperter i sport management, at nutidens problemer i idrætten truer med at ødelægge det rationale, som er årsagen til, at offentlige myndigheder finansierer og promoverer sport over hele verden.

Chappelet advokerer for, at sport management-uddannelserne tager et større ansvar for at sikre, at idrætten og store sportsbegivenheder i praksis er til gavn for det omgivende samfund.

Læs mere om European Association for Sport Management på www.easm.net

mere traditionelle fitnesscentre med fokus på 'fitness gennem hårdt arbejde' til en kommerciel niche.

I de senere år har wellnessbølgen med stigende fokus på sundhed, velvære og specialtræning haft fremgang i den dyrere ende af skalaen. Flot designede centre med sauna- og spa-områder og koncepter domineret af bløde træningsformer vinder frem. Samtidig fokuserer produktudviklingen og markedsføringen hos 'high end' fitnessleverandører i stigende grad på ældresegmentet og på sundhed og kvalitet i træningen.

Nyere trends med stigende betydning i fremtiden er fitness for børn og unge, hvor sociale medier, spillekonsollen og mobilen indgår i koncepterne. Begrebet 'Exergaming', hvor computerspil med sport og træning som Wii Fit Plus og YourShape har appel til både børn og voksne og bliver en udfordring for traditionelle fitnesscentre, efterhånden som spillene bliver bedre.

Certificering og uddannelse

I den mere sundhedsorienterede del af sektoren er fitness- og sundhedstests en hastigt voksende trend, selvom kvaliteten og berettigelsen af produkterne møder kritik fra dele af den etablerede sundhedssektor.

Testning eller resultatmåling tilgodeser her og nu kundernes krav om synlige resultater og forventes af en af Europas førende branchespecialister, Nic Jarvis fra New Wave Trainer i Storbritannien, at blive en nødvendighed i fremtiden. Fitnesscentre, der satser på kvalitetstræning, vil have behov for at positionere sig på markedet og dokumentere over for kunder, politikere og offentlige samarbejdspartnere, at indsatsen ikke alene virker, men også betaler sig økonomisk.

EHFA vurderer, at de stigende proble-

mer med stillesiddende livsstil og overvægtige børn, unge og voksne udgør et stort markedspotentiale. Derfor har EHFA fokus på forebyggelse, behandling og lindring af livsstilssygdomme. EHFA anser junior- og seniorfitness som markeder med et stort potentiale, og den demografiske udvikling i Europa med højere levealder og stadig flere ældre er en toprioritet for produktudviklingen i industrien

Et af de store debatområder i den europæiske fitnesssektor er arbejdet med kvalitetsstandarder og uddannelse af personale, så sektoren kan få en større rolle i forhold til det formaliserede sundhedssystem.

På europæisk plan findes et såkaldt European Qualification Framework, EQF, der muliggør sammenligning af alle erhvervsuddannelser på tværs af nationer og uddannelser. 70 pct. af de engelske instruktører er i dag certificeret ud fra EHFA standarder baseret på EQF, mens fitnesssektoren i Danmark endnu er stærkt fragmenteret på uddannelsessiden. Den danske fitnessbranche er stadig relativt uorganiseret og brancheorganisationen DFHO repræsenterer indtil videre primært de store kæder, som udgør under halvdel af landets kommercielle fitnesscentre.

Fitness-eksperten og freelanceskribenten Marina Aagaard (www.marinaaagaard.dk) deltog for Idan i EHFA 3rd Central European Fitness Forum i Madrid den 10.-11. maj 2010.

EHFA (European Health & Fitness Association) er en interesseorganisation for fitnesssektoren med hovedsæde i Bruxelles. EHFA repræsenterer 16 nationale organisationer i 23 lande med over 9.000 fitness- og aktivitetscentre.

Fitness-sektorens udvikling i grove træk

Fase	Fokus	År	Indhold	Målgruppe
I	Bodybuilding	1960-1990	Styrketræning	Mænd
II	Fitness Udseende Sund levevis	1990-2009	Styrke- og cardio træning Holdtræning	Voksne mænd og kvinder
III	Wellness Sundhed (lægehenvisning) Underholdning, 'exergaming' Tredje 'rum', mødested	2010-	Personlig træning Holdtræning Wellness Testing	Mænd og kvinder i alle aldre, inkl. børn og ældre

Sammenfattet af Marina Aagaard.

Europa dominerer VM

Selv om Danmark og flere andre europæiske lande har haft begrænset succes ved den igangværende VM-slutrunde i fodbold, er Europa fortsat tyngdepunktet for professionel fodbold på klubplan.

Ifølge European Club Association tjener 550 ud af de 736-spillere i VM-trupperne, svarende til 75 pct., deres daglige brød i europæiske klubber. Asiatiske klubber følger efter som næststørste arbejdsgiver med lidt under hver tiende VM-spiller på kontrakt. VM-spillere kommer fra 299 forskellige klubber, hvoraf 196 er europæiske klubber fordelt på 19 forskellige ligaer.

I alt 384 spillere – eller lidt over halvdelen af VM-spillere – kommer fra en af de fem største europæiske ligaer, England, Tyskland, Italien, Spanien eller Frankrig.

Chelsea og FC Barcelona kan med hver 13 spillere i aktion ved VM begynde et helt hold af VM-spillere. Afrikanske klubber tegner sig blot for 26 VM-spillere, hvoraf de 16 spiller i sydafrikanske klubber. For første gang betaler FIFA kompensation til de klubber, der stiller spillere til VM. I alt går 40 mio. dollars til kompensation til klubberne.

Vuvuzela-bagmand lokaliseret

Som en sidste krampetrækning inden ferien har Idan lokaliseret verdens største producent af vuvuzelaer til byen Yiwu i Zhejiang-provinsen i det østlige Kina. Kina producerer over 90 pct. af de vuvuzelahorn, der overdøver lyden af andre fans ved VM-slutrunden i fodbold. Gua Lili Guangda Toy Factory har alene produceret over en million horn. Fabrikprisen er ca. 2 kr., men plastrørerne sælges for op til 60 kr. i butikkerne. Direktør Gua spår i nyhedsbrevet 'Soccer Business World' stigende afsætning af vuvuzelaer efter VM. Med denne larmende nyhed ønsker Idan en god og fredfyldt sommerferie til alle.

Fremtidens idrætsbyggeri

29.-30. september 2010: Netværksevirkomheden Nohr-Con, der har specialiseret sig i konferencer om aktuelle emner inden for byggeri og ejendom, kigger nærmere på fremtidens idrætsbyggerier og svømmehaller på konferencen 'Fremtidens idrætsbyggeri og svømmehaller' i København, den 29.-30. september.

Konferencens første dag indeholder en studietur til ny- og ombyggede idræts- og svømmehaller i Københavnsområdet, mens andendagen sætter fokus på nye projekter, behov, erfaringer og bæredygtighed inden for idrætsbyggeriet. Man kan vælge kun at deltage en af dagene til reduceret pris.

Læs mere om konferencen på www.nohr-con.dk.

Strategiske tanker om fitness-sektoren

Et strategipapir for fitness-sektoren fremhæver generelle samfundstendenser, som drastisk kan ændre sektorens vilkår.

Af Marina Aagaard og Henrik H. Brandt, Idrættens Analyseinstitut

Er fitness-sektoren en ægte succes, når 12 millioner umotiverede kunder forlader fitnesscentrene, hver gang 15 millioner nye kunder melder sig ind?

Vil det vise sig, at fitness-sektoren trods dens øjeblikkelige succes ikke formår at følge med tiden og ender med at blive en historisk anekdote fra det 20. århundrede?

Vil fremtidens teenagere grine af os, når de hører, hvordan vi 'plejede at gå i fitnesscenter'?

Den new zealandske fitnessgigant, Les Mills International, præsenterede i strateginotatet 'The future of fitness' på European Health & Fitness Associations europæiske fitnessforum i Madrid i maj en række udfordringer for den globale fitnessindustri. Ifølge notatet bliver fremtidens kunder endnu sværere at tilfredsstille end nutidens troløse fitnesskunder.

Nogle eksempler:

- Den medicinske udvikling vil gøre det muligt at opnå en effekt på sundhed, vægt og udseende gennem piller, revolutionerende kosmetiske produkter eller kirurgi. Hvorfor bruge tid på kedelig og anstrengende fysisk træning?
- Den vestlige verdens befolkning bliver ældre, hvilket vil forudsætte nye koncepter og produkter til en helt ny målgruppe.
- Stigende omkostninger som følge af stillesiddende livsstil vil skærpe kravene fra kunder, myndigheder og forsikringsselskaber til effekten af fitness-sektorens ydelser og de ansattes kvalifikationer. Der skal udvikles koncepter til kunder, som ikke er motiverede for at træne.
- Fremtidens unge vil være 'digitale indfødte', som altid er online og som vil ønske muligheden for at kommunikere med omgivelserne og integrere træningen i deres daglige liv.
- Computerspil og teknologi vil skabe underholdning og aktiviteter, som ikke forudsætter, at man betaler til fitnesscentret. Man kan få samme

effekt og indgå i sociale fællesskaber, selv om man træner hjemme i stuen. 'Exergaming' er en udfordring både for fitnessindustrien og den etablerede idrætsverden.

- Fremtidens fitnessbrugere vil forlange mere individualiserede produkter med hurtig feedback, helbredsdiagnoser, individuelle træningsprogrammer osv.

Notatet fra Les Mills International er genstand for debat mellem repræsentanter fra fitnessindustrien på hjemmesiden www.futureoffitnesswhitepaper.com.

Nye fitnessstyper

Fysisk aktivitet er ikke for mig

En meget stor gruppe inaktive, hvis helbred forværres progressivt, er et potentielt marked for fitness-sektoren. Men fitness skal gøres mere attraktivt, motiverende og overkommeligt for denne målgruppe, og samtidig er fitness trods lavpriskæderne fortsat økonomisk uoverkommeligt for mange fysisk inaktive.

Træning for effektens skyld

Træningen skal opfylde konkrete behov for vægttab, opstramning, sundhed, stressreduktion, anti-aldring og/eller præstationsforbedring. Denne gruppe kræver et fagligt dygtigt og professionelt personale.

Legen driver aktiviteten

Det drejer sig om at have det sjovt, og sundhed er kun et biprodukt. Fitness-sektoren og producenterne er meget opmærksomme på denne målgruppe og produktudviklingen blander i stigende grad spil, sport og dans, så fitness bliver en social og sjov aktivitet, som giver resultater uden 'hårdt arbejde'.

Mere end fitness

Nogle kundegrupper vil efterspørge mere sundhed, fællesskab og relationer, mere 'mening', f.eks. via low-tech mental og spirituel mind-body aktivitet samt uden-dørs træning.

Sammenfattet ud fra *The Future of Fitness rapporten*.

Dopingkonference

10.-12. november 2010: Institut for Idræt ved Københavns Universitet indbyder i efteråret til dopingkonference, hvor talere fra en række lande med forskellige ekspertiser og baggrunde inden for dopingforskningen vil præsentere videnskabelige tilgange til forskning på dopingområdet, forskningsresultater og erfaringer med intervention på området i deres respektive lande.

Ud over talere fra en række udenlandske universiteter holder professor Claus Møldrup fra Københavns Universitet og professor Verner Møller fra Aarhus Universitet oplæg ved konferencen.

Fokus er rettet mod at dele viden omkring doping. Det gælder inden for såvel området for elitesport som motionsidræt og fitness. Samtidig er et mål for konferencen at skabe samarbejde og netværk på tværs af de forskellige forskere og lande.

Konferencen 'Body enhancement and (il)legal drugs in sport and exercise – human and social perspectives' finder sted på Institut for Idræt i København d. 10.-12. november 2010.

Læs mere om konferencen på www.ifi.ku.dk

Nordisk Konference 2010

28.-30. oktober 2010: Forskellige aspekter af fysisk aktivitet er på programmet, når Institut for Idræt og Biomekanik ved Syddansk Universitet er vært for Nordisk Konference 2010 i slutningen af oktober.

Konferencen kommer omkring en række tværfaglige aspekter af fysisk aktivitet. De forskellige emner omfatter elitesport, tilpasset idræt, forebyggelse og behandling af livsstilssygdomme i arbejdslivet og sundhedssystemet samt børn og unges sundhed.

Et af de tre overordnede mål med konferencen er at formidle og promovere nordisk forskning relateret til sundhed, tilpasset fysisk aktivitet, sport og træning.

Samtidig åbner konferencen for at diskutere og udveksle erfaringer på tværs af de forskellige emner, konferencen er omdrejningspunkt for.

Endelig vil konferencen appellere til samarbejde og netværk på tværs af forskere og konferencens forskellige forskningsområder.

Ved åbningen af konferencen vil Institut for Idræt og Biomekaniks 40 års jubilæum blive fejret.

Konferencen finder sted på Syddansk Universitet i Odense d. 28.-30. oktober 2010.

Læs mere om konferencen på hjemmesiden www.sdu.dk/nordicconference2010.



Foto: Russell James Smith

De store idrætsorganisationer vil være bedre til at tiltrække målgruppen af voksne motionister, som ellers søger de kommercielle fitnesscentre og selvorganiserede aktiviteter.

Foreninger skal tænke mere i kunder

Nye fleksible tilbud skal få de voksne motionister til i højere grad at vælge de traditionelle foreningsidrætsgrene.

Af Ditte Toft, Idrættens Analyseinstitut

De store danske idrætsorganisationer har for alvor fået øje på de mange voksne fitnessudøvere og selvorganiserede motionister, der i de senere år har fået fitnesscentrenes medlemstal til at vokse eksplosivt, samtidig med, at danske veje og stier vrimler med selvorganiserede løbere, cykelryttere og andre motionister.

Undersøgelser om danskernes idrætsvaner har i de senere år dokumenteret, at netop de voksne motionister er den gruppe, som idrætsforeningerne har sværest ved at få fat på. Det skal der til at laves om på, hvis man lytter til den aktuelle debat i de store danske idrætsorganisationer.

De arbejder på nye initiativer, som skal gøre de traditionelle foreningsidrætter, der bl.a. tæller mange boldspil, mere attraktive for målgruppen af de voksne motionister. Idrætstilbuddene skal passe til et travlt liv med børn og arbejde, som især præger gruppen af yngre voksne.

Kunder i foreningsbutikken

Når idrætsforbundene har vendt blikket i retning mod de voksne motionister,

har det i høj grad betydning, at det er en målgruppe, hvor foreningerne kan hente markedsandele. De store idrætsorganisationer og de lokale foreninger har særdeles godt fat i børnene og den idrætsaktive ældre del af befolkningen, men det synes i højere grad at være den selvorganiserede og den kommercielle idræt, der har fanget de voksne motionisters interesse.

Hos Danmarks Idræts-Forbund (DIF) mener kommunikationschef Morten Møhlholm Hansen, at målgruppen af voksne motionister kan nås ved at tænke medlemmer på en ny måde.

"Vi kan godt få fingre i dem. Men vi skal tænke på dem som kunder. Kunderne har nogle vilkår i deres liv, og vi skal tilpasse tilbuddene til de vilkår, de står i. Alle målgrupper er forskellige," forklarer Morten Møhlholm Hansen.

Det skal altså groft sagt ikke længere kun være idrætsudøverne, der skal tilpasse sig idrætten, men i højere grad også være idrætten, som tilpasser sig udøverne. Derfor tager DIF nu en række initiativer i forhold til målgruppen af voksne motionister.

DIF tager udgangspunkt i, at foreninger-

fortsættes...

Undersøgelse af idrætsfaciliteter i Slagelse Kommune

Rapporten er en samlet beskrivelse af idrætsfaciliteterne i Slagelse Kommune, som har til formål at kvalificere beslutningsgrundlaget i kommunen for en udbygning, udvikling og organisering af faciliteter, lokaler og rum til idræt og motion.

Jens Høyer-Kruse, Institut for Idræt og Biomekanik, Syddansk Universitet, 2010.

Fysisk aktivitet i den voksne danske befolkning 2003-2006 - med fokus på anbefalingerne for fysisk aktivitet

Rapporten beskriver resultater fra *Den nationale undersøgelse af danskernes kostvaner og fysisk aktivitet* for perioden 2003-2006 med fokus på det fysiske aktivitetsniveau og aktivitetsmønster hos den voksne danske befolkning. Specielt fokuseres på efterlevelse af anbefalingerne for fysisk aktivitet baseret på Nordiske Næringsstofanbefalinger 2004 og Kostrådene 2005.

Berit Worm Rothausen m.fl., DTU Fødevareinstituttet, Danmarks Tekniske Universitet, 2009.

Årsberetning 2009 - Team Danmark

Årsberetningen indeholder Team Danmarks vision, mission og værdier samt beretning om sportslige resultater fra 2009. Beretningen fremlægger også Team Danmarks årsregnskab.

Team Danmark, 2010

Ældretræning i et MTV perspektiv

Med udgangspunkt i 11 studier om træning af ældre sammenfatter rapporten resultaterne for de mere end 1000 deltagende ældre. Gennem ny evidensbaseret viden i forhold til genoptræning, vedligeholdende træning og forebyggelse fokuserer rapporten specifikt på implementering i kommunalt regi.

Lis Puggard, Center for Anvendt og Klinisk Træningsvidenskab, Institut for Idræt og Biomekanik, Syddansk Universitet, 2010

Aktiemarkedets reaktion på frekvente informationer - Et eventstudie af børsnoterede europæiske fodboldklubber

Med afsæt i økonomisk teori og finansieringslitteratur behandler universitets-specialet karakteristika ved børsnoterede fodboldklubber icer for traditionelle virksomheder. Herunder beskæftiger specialet sig med, hvorledes investorer i fodboldklubber reagerer på resultaterne på fodboldbanen.

Klaus Skov Mortensen, School of Economics and Management, Aarhus Universitet, 2010

Download eller find links til rapporter i vidensbanken på Idan.dk.



Foto: Stig Nygaard

De store danske idrætsorganisationer vil lave mere fleksible tilbud til de voksne motionister.

ne faktisk har et produkt, som de voksne motionister er interesserede i.

"Vi har en række interessant idrætsgrene. Hvis du spørger folk, vil de inderst inde hellere spille bold end at gå i fitnesscenter. Vi har produktet, men vi skal blive bedre til at organisere det, tilpasse det og markedsføre det," siger Morten Møhlholm Hansen.

Fleksibilitet er et krav

Børnene og de voksne over 40 år udgør langt de fleste medlemmer i Danske Gymnastik- og Idrætsforeninger (DGI). Og børn skal stadig være mest i fokus, men der skal også være noget for de andre aldersgrupper, mener formand for DGI, Søren Møller:

"Børn og unge er vigtigst. Vi skal sikre, at vi skaber basis for, at de kan være aktive hele livet. Men så er det også vigtigt, at vi laver tilgængelige tilbud for de voksne motionister."

At skabe tilgængelige tilbud til de voksne motionister hos DGI, ligger i tråd med DIF's ideer om at skabe tilbud, der passer til de yngre voksnes livsvilkår. Begge organisationer er også opmærksomme på, at målgruppen bl.a. efterspørger fleksibilitet i deres idrætstilbud.

"Vi har sat et par mantraer op, som det har været vigtigt for os at have med: Det skal være fleksibelt, og der skal være fællesskab. Medlemmerne vil også gerne have fællesskabet. Så vi forsøger at skabe plads til både det og ønsket om fleksibilitet," siger Søren Møller.

Specialforbund skal være offensive

I regi af DIF kommer satsningen på de voksne motionister i stor grad til at være en sag for specialforbundene. I første omgang får de store specialforbund mulighed for at modtage en pose penge mod at lave projekter målrettet de voksne motionister.

"Det kommer til at tage udgangspunkt i entreprenørarbejde i specialforbundene. Vi står for bevillingen og kan komme med sparring og rådgivning. Men hovedarbejdet ligger i forbundene," siger Morten Møhlholm Hansen.

Som det første specialforbund har Danmarks Golf Union (DGU) modtaget penge fra DIF til en satsning for de voksne motionister. Her har DIF især skelet til Sverige, hvor 500.000 er medlemmer af golfbundet sammenlignet med DGU's 150.000 medlemmer. Fokus har indtil nu ligget på de loyale klubmedlemmer i golfklubberne. DGU vil nu tilbyde mere fleksible medlemskaber for spillere, der ikke spiller nok til at udnytte det dyre kontingent, som ofte ligger på 5-10.000 kr., i de danske golfklubber.

Satsning på firmaidræt i DGI

Hos DGI peger Søren Møller på, at selve målgruppen af voksne motionister ikke er ny for DGI. Gennem de seneste år har projekter som 'Foreningsfitness' i samarbejde med DIF og 'Løb med DGI' med succes rettet sig mod de voksne motionister.

Men DGI bevæger sig med tilbud om idræt på arbejdspladsen ind på en ny målgruppe af voksne motionister – et område, som Dansk Firmaidrætsforbund traditionelt har stået for. DGI ser dog ikke sig selv som en konkurrent til Firmaidrætten.

"Vi supplerer Firmaidrætten. Vi kan lave nogle kontrakter med firmaer. Landsdelsforeninger er større og stærkere og har flere ansatte," forklarer Søren Møller.

Hos Dansk Firmaidrætsforbund ser formand Peder Bisgaard indtil videre heller ikke DGI's initiativ som en trussel, men han er opmærksom på, at DGI selvfølgelig har en større kapacitet end Firmaidrætten økonomisk og organisatorisk.

"Men det er klart, at hvis DGI fortsætter med at ansætte konsulenter til området, kan det godt gå hen og blive hårdt for os," siger Peder Bisgaard.

Ser man på de erfaringer, Dansk Firmaidrætsforbund har gjort sig med de voksne motionister, peger Peder Bisgaard på, at det er vigtigt, at der kommer initiativer nedefra.

"Husk, det nytter ikke, hvis man kommer med noget fra øverste hånd. Man skal have græsrodderne med også," vurderer Peder Bisgaard.



Nordiske temaer til debat

Blandt de danske idrætspersonligheder, som deltager i debatten på førsteudgaven af 'Nordiskt Idrottsmöte' på IDA & BAD-mässan i Göteborg den 24.-26. november, bliver DGI's formand Søren Møller.

Søren Møller skal diskutere en af tidens hedeste idrætspolitiske problemstillinger, nemlig kampen om markedsandel blandt de voksne motionister.

I sessionen 'Kampen om medlemmerne' deltager også formanden for Sveriges Riksidrottsförbund, Karin Mattsson Weijber, samt udviklingschef Keith Mitchell fra den kommercielle britiske fodboldkæde Goals Soccer Centres, der hver uge aktiverer 120.000 voksne spillere på sine fodboldanlæg i Storbritannien.

Professor Bjarne Ibsen fra Institut for Idræt og Biomekanik ved Syddansk Universitet (SDU) deltager i en session om forskelle og ligheder på kommunal og statslig idrætspolitik i de forskellige nordiske lande.

I samme boldgade diskuterer lektor Jens Troelsen, ligeledes fra SDU, med nordiske kolleger, hvorvidt den særlige nordiske model på facilitetsområdet i praksis skaber den ligeværdige tilgang til idrætsfaciliteter for alle idrætsudøvere, som man normalt er så stolt af i Skandinavien.

I den fremtidsrettede afdeling afslører analytiker Martin Hedal fra Idrættens Analyseinstitut en række resultater fra Idans aktuelle projekt om 'Idrættens virtuelle arenaer'. Sessionen vil både i teori og praksis se på mulighederne for at styrke idrætsdeltagelsen og adgangen til faciliteter ved hjælp af internettet og sociale medier.

På arena- og eventområdet bliver der mulighed for at høre nærmere om den svenske arena- og teknologiekspert Kenneth Olaussons initiativ med at skabe et netværk for større arenaoperatører og eventarrangører i Norden. Idan deltager ligeledes i dette initiativ.

Idan vil løbende informere om programmet på idan.dk og håber at se en lang række danske idrætsorganisationer, kommuner, klubber, idrætsfaciliteter, idrætsrelaterede virksomheder og forskning i Göteborg den 24.-26. november.

Nyt mødested for nordisk idræt

Programmet for den hidtil mest ambitiøse nordiske idrætskonference og messe for idræts- og badefaciliteter er nu offentliggjort.

Af Henrik H. Brandt, Idrættens Analyseinstitut

En lang række af Nordens førende idrætsledere, forskere og beslutningstagere på idræts- og facilitetsområdet vil være på plads til den hidtil mest ambitiøse nordiske konference og messe med fokus på idrætspolitik og faciliteter til idræt og bad i Göteborg i dagene 24.-26. november.

Idrættens Analyseinstitut har sammen med Lokale- og Anlægsfonden, Kompetenscentrum Idrottsmiljöer og arrangørerne fra Svenska Mässan sammensat et særligt program i dagene 24.-26. november med fokus på nordiske problemstillinger og på netværksdannelse mellem beslutningstagere på idræts- og facilitetsområdet i de nordiske lande.

'Nordiskt Idrottsmöte' er en udvidelse af det i forvejen særdeles omfattende program for IDA & BAD-mässan, der allerede inden tilføjes af den nordiske dimension var Sveriges største mødested for hele idræts- og anlægsbranchen. IDA & BAD-mässan består af et omfattende konferenceprogram samt Nordens største messe for producenter og leverandører inden for hele rekvisit- og facilitetsområdet.

Programmet for Nordiskt Idrottsmöte indledes den 24. november med en fælles brunch for deltagerne og har samme aften en såkaldt 'kvällsmingel' indlagt, hvor deltagerne under uformelle former har mu-

lighed for at udvide deres faglige netværk til andre nordiske lande.

Studiebesøg

Et særskilt programpunkt for de nordiske gæster den 26. november er muligheden for et studiebesøg på Sveriges nyeste fodboldstadion, 'Gamla Ullevi', i Göteborg, der blandt andet husede finalen ved U/21 europamesterskaberne i fodbold i Sverige i 2009. Ligeledes den 26. november kan de nordiske deltagere møde Svante Hjertén fra Göteborg & Co., der er hovedkraften bag Göteborgs rolle som den mest succesfulde by i Norden i forhold til at tiltrække og afvikle store internationale idrætsbegivenheder.

Programmet for Nordiskt Idrottsmöte er opbygget som en række sessioner om specifikke temaer, hvor repræsentanter for de nordiske lande behandler og diskuterer temaerne ud fra nationale vinkler. Det meget omfattende program kan studeres i detaljer på IDA & BAD-mässans hjemmeside. Foruden det nordiske idrætsmøde indeholder programmet en række sessioner med fokus på tekniske, organisatoriske og politiske problemstillinger inden for specifikke idrætsgrene og anlægstyper samt generelt i forhold til det omgivende samfund. Deltagerne i messe- og konferencearrangementet kan frit vælge mellem sessionerne.

Tilmelding til Nordisk Idrætsmøde

Nordiskt Idrottsmöte finder sted som en integreret del af Nordens største idrætspolitiske konference og messe for producenter og leverandører af idrætsanlæg og badefaciliteter, IDA & BAD-mässan.

Nordiskt Idrottsmöte arrangeres i et samarbejde mellem Svenska Mässan, Lokale- og Anlægsfonden, Kompetenscentrum Idrottsmiljöer og Idrættens Analyseinstitut.

BAD (bade- og svømmefaciliteter) arrangeres af Svenska Mässan i samarbejde med Svenska Badmästareförbundet.

IDA (idrætspolitik og idrætsanlæg) arrangeres af Svenska Mässan i samarbejde

med Sveriges Kommuner och Landsting, Riksidrottsförbundet og Sveriges Fritids- og kulturchefförening.

Konferencen og messen afvikles på Svenska Mässan midt i det centrale Göteborg i dagene 24.-26. november 2010.

Tilmelding for konferencegæster og udstillere skal ske online på hjemmesiden www.idabad.se.

Prisen for deltagelse i Nordiskt Idrottsmöte inkl. kaffe, frokost, netværksbrunch og rundtur på Gamla Ullevi er 3.860 svenske kroner (ca. 3000 kr.). Mulighed for separat tilmelding til konferencefest (ca. 530 kr.)

Tidsskrift analyserer skandinavisk idræt

Med afsæt i en række videnskabelige artikler fra skandinaviske forfattere sætter det internationale tidsskrift 'Sport in Society' fokus på idrætten og sporten i de skandinaviske lande.

Af Ditte Toft, Idrættens Analyseinstitut

Hvad gør dansk og skandinavisk idræt interessant i et internationalt perspektiv, og hvordan adskiller de tre skandinaviske lande sig fra hinanden?

Med et særligt skandinavisk nummer forsøger det videnskabelige tidsskrift 'Sport in Society' at sætte ord på udvalgte karakteristika ved idræt og sport i en skandinavisk kontekst. Overordnet er hensigten at give udenlandske læsere en forståelse af idræt og sport i Norge, Sverige og Danmark, så engelsksprogede kan få et indblik i, hvordan idrætten i Norden fungerer.

Det store billede og de små forskelle

Artiklerne går tæt på de særlige træk, der er ved idræt i Skandinavien. Det gælder skandinavisk idræt som samlet begreb og sammenlignet med idræt uden for Skandinavien.

Et af kendetegnene er f.eks. den generelt høje idrætsdeltagelse i de tre lande sammenlignet med især det sydlige Europa og den høje andel af frivillige foreninger, som udbyder breddeidræt.

Samtidig ser artiklerne på de små forskelle, der er mellem idrætten i de tre lande. Trods de overordnede ligheder er der også forskelle i f.eks. organiseringen af idrætten i Norge, Sverige og Danmark. Forskellene ses bl.a. i staternes indblanding i idrætten, hvor Norge sammenlignet med Danmark styrer idrætten mere centralt.

Forskellige aspekter

Det skandinaviske særnummer er redigeret af de tre forskere Ørnulf Seippel, Bjarne Ibsen og Johan R. Norberg fra henholdsvis Norge, Danmark og Sverige. De har udvalgt 12 artikler, som på med udgangspunkt i forskellige temaer tegner et samlet billede af idrætten i Skandinavien.

Emnerne i artiklerne går fra overordnede aspekter af skandinavisk idrætspolitik over f.eks. fitnessbranchen og faciliteter til en mere filosofisk diskussion af begrebet 'bevægelse'. Alle artikler på nær én er skre-

vet af skandinaviske forskere, som arbejder med idræt i deres respektive lande eller Skandinavien som helhed.

De 12 artikler

'Sport in Society' præsenterer i tidsskriftets skandinaviske temanummer en række emner, som hver især er med til at belyse temaet.

To artikler går tæt på idrætspolitikken og idrætsdeltagelsen i de skandinaviske lande og tegner derigennem nogle overordnede træk ved idrætten i Skandinavien.

Tre af tidsskriftets artikler belyser udvalgte områder i idrætten. Der er rettet fokus på frivillighed, fitnesssektoren i Skandinavien, ligesom faciliteter bliver beskrevet.

Tidsskriftet belyser også tre særlige målgrupper i idrætten. Det gælder børn, idræt og idrætsundervisning i skolerne, kvinder i danske idrætsforeninger og organisationer samt elite- og konkurrencesport.

To artikler tager et mere filosofisk blik på idrætten med fokus på etik og moral samt begrebet 'bevægelse'.

Afslutningsvis giver den skotske forsker Alan Bairner, som bl.a. har studeret svensk idræt, en ikke-skandinavisk syn på skandinavisk idræt.

Idan har købt et begrænset trykt oplag af særnummeret af Sport in Society om skandinavisk idræt.

Særnummeret kan erhverves for 150 kr. inkl. moms pr. stk. (eksl. forsendelse) ved at fremsende en e-mail mærket 'Sport in Society' med antal og fakturaoplysninger til idan@idan.dk



Don Ø bag facaden

Berlingske Tidendes redaktion lå i en lang periode i krig med Parkens karismatiske formand, Flemming Østergaard, der var utilfreds med en række kritiske artikler om Parkens usikre økonomi.

Man kan vel godt sige, at avisen slap bedst fra mundhuggerierne med Parkens ledelse, idet Parken i efteråret måtte foretage voldsomme nedskrivninger i en økonomisk nedtur, der få måneder senere førte til Flemming Østergaards dramatiske exit fra det sports- og underholdningsimperium, han havde bygget op.

I bogen 'Løvekongens storhed & fald' går Berlingske-journalisterne Morten Johnsen og Kasper Kronenberg bag kulisserne i Flemming Østergaards spektakulære formandsperiode. Bogen anmeldes i Idans næste nyhedsbrev til august.

Henrik H. Brandt

Løvekongens storhed og fald

– historien om Don Ø.

Morten Johnsen og Kasper Kronenberg

Gyldendal Business

276 sider

Pris: 299,95 (vejl.)

Den store præstation

Danskerne skal ikke slå sig til tåls med, at noget er 'godt nok'. Det er vigtigt hele tiden at forbedre og at turde række efter stjernerne. Det er budskabet i den nye bog 'Den store præstation – Anbefalinger til mennesker og organisationer, der vil præstere bedre'.

Med bogen vil Allan Levann og Mikael Trolle fra High Performance Institute have danskerne til i højere grad at præstere og dyrke vindermentaliteten.

De to forfattere tager afsæt i en række interviews med kendte personer, som har 'performat' og udrettet noget inden for hvert deres forskellige felt. Det være sig inden for sport, kunst, videnskab og erhvervsliv.

Omdrejningspunktet i bogen er en række anbefalinger, der er tænkt som konkrete redskaber for såvel privatpersoner som ledere og organisationer, der ønsker at optimere præstationerne, hvad enten det drejer sig om præstationer i privatlivet, arbejdslivet, organisationer eller samfundet som helhed.

Ditte Toft

Den store præstation - Anbefalinger til mennesker og organisationer, der vil præstere bedre.

Allan Levann og Mikael Trolle

Gyldendal Business

187 sider

Pris: 300 kr.



A Kick Out Of Africa

Glæden ved at spille og legen i fodbolden er i centrum i den prisbelønnede fotograf Tine Hardens fotobog 'A Kick Out Of Africa'.

Den danske fotograf har besøgt lande på hele det afrikanske kontinent. Her har hun taget en perlerække af smukke billeder med fodbolden som omdrejningspunkt.

På sin vej rundt i Afrika viser Tine Harden forskellige aspekter af fodbold. Hun har fotograferet alt fra landsholdspillere til en gruppe drenge, der spiller fodbold, selvom de har mistet lemmer i krig. Men fælles for dem alle er smilene og glæden ved fodboldspillet.

Bogen viser, hvordan fodboldspillet har fundet vej ind på det afrikanske kontinent med dets mange forskellige kulturer. Med kameraet rettet mod spillerne rundt om bolden giver hun læserne en påmindelse om, hvorfor fodbolden er så populær.

Ditte Toft

A Kick Out Of Africa

Tine Harden

Forlaget Verve

168 sider

Pris: 349 kr.

Nummer 32 - 29. juni 2010

Udgiver:

Idrættens Analyseinstitut
Kanonbådsvej 12A
1437 København K

Telefon: 3266 1030

E-mail: idan@idan.dk

Hjemmeside: www.idan.dk

Redaktion:

Søren Bang, redaktør
soeren.bang@idan.dk

Ditte Toft, journalist

ditte.toft@idan.dk

Henrik Brandt, direktør (ansv.)

henrik.brandt@idan.dk

Sportsøkonomi forklaret

Anmeldelse: I 'Soccernomics' tager den kendte fodboldøkonom Stefan Szymanski sammen med journalisten og forfatteren Simon Kuper fodboldnørderier under kærlig og underholdende behandling.

Af Rasmus K. Storm, Idrættens Analyseinstitut

Den generelle interesse for fodbold synes at stige konstant. Samtidig er interessen for den sportsøkonomiske dimension blevet vakt blandt forskere – især økonomer – der med analytisk regnekraft søger at sætte tal på de mange myter og forestillinger, der optager fans, kommentatorer og andre interesserede i verdens største og mest populære sport.

Bogen 'Soccernomics' er her den ideelle sommerferielæsning, da den i let form formidler flere af sportsøkonomen Stefan Szymanskis forskningsresultater og krydrer dem med en imponerende generel viden om fodbold. Sidstnævnte bliver især leveret af Simon Kuper, der blandt andet skriver om fodboldrelaterede emner for Financial Times.

Blandt de myter, som Kuper og Szymanski behandler, er briternes udbredte selvpfattelse af, at England – den stolte nation, som opfandt spillet – bør regere på landsholdsniveau. Problemet er blot, at England ifølge Kuper og Szymanski faktisk har præsteret mere, end man burde forvente i perioden 1980–2001, når man tager hensyn til befolkningsstørrelse, bruttonationalprodukt og international erfaring.

Klassiske transferfejl

Blandt de videnskabelige resultater i bogen er Szymanskis påvisning af sammenhængen mellem sportslige resultater og lønforbrug. Men 'Soccernomics' spørger samtidig, hvordan mindre klubber uden en stenrig ejer i ryggen alligevel kan få sportslig og økonomisk succes. Hemmeligheden er at købe og sælge spillerne på det rigtige tidspunkt.

Bogen fremhæver den franske klub Olympique Lyon, der fra at være en ubetydelig provinsklub gik til at vinde det franske mesterskab syv gange i træk fra 2002. Ifølge Kuper og Szymanski bør man følge tre tommelfingerregler, hvis man vil sikre sig en komparativ fordel, der kan ende med at øge klubbens chancer for succes:

1. Vær lige så ivrig med at sælge spillere som at købe dem.

2. Husk, at ældre spilleres markedsværdi ofte er sat for højt.
3. Køb spillere med personlige problemer!

De sidste fås nemlig billigt, og kan man hjælpe dem med deres problemer, betaler det sig ofte i sidste ende. Ifølge Kuper og Szymanski er det i øvrigt tankevækkende, at stort set alle europæiske topklubber bruger millioner på topspillere, men ikke bruger en krone på at få dem til at falde til.

Hvem sætter sig på fodboldherredømmet?

Kuper og Szymanski kommer langt omkring i deres bog, men spørgsmålet om, hvilke nationer der vil dominere fodbold i fremtiden, har fået en særlig plads i titlen.

Her peger forfatterne på USA som et klart bud på en kommende stormagt. USA har den største andel af sin ungdom, der spiller fodbold, og fodbold er blevet middelklassens sport. Med Major Soccer League og en stor base af spillere kan USA blive en vægtig nation i fremtiden.

Om det holder stik, må tiden vise. Under alle omstændigheder kan Soccernomics anbefales til alle med interesse for fodbold. Det er en sublim bog – måske den bedste populærvidenskabelige bog inden for sit felt til dato.

Denne anmeldelse er en forkortet version.

Læs den fulde version på Idan.dk

Soccernomics:

Why England Loses, Why Germany and Brazil Win, and Why the U.S., Japan, Australia, Turkey—and Even Iraq—are destined to become the Kings of the World's Most Popular Sport

Simon Kuper og Stefan Szymanski

Perseus Books Group

328 sider

Pris: 130 kr. (paperback)

