

DANSKERNES FITNESSSVANER OG BRUG AF KOMMERCIELLE IDRÆTSTILBUD

Notat / Januar 2017



Trygve Laub Asserhøj



Idrættens
Analyseinstitut

Titel

Danskernes fitnessvaner og brug af kommercielle idrætstilbud

Forfatter

Trygve Laub Asserhøj

Layout

Idrættens Analyseinstitut

Forsidefoto

Colourbox

Udgave

1. udgave, København, januar 2017

ISBN

978-87-93375-69-7 (elektronisk)

Udgiver

Idrættens Analyseinstitut

Kanonbådsvej 4A

DK-1437 København K

T: +45 3266 1030

E: idan@idan.dk

W: www.idan.dk

Gengivelse af denne rapport er tilladt med tydelig kildehenvisning.

Indhold

Forord	4
Indledning.....	5
Børn og unges fitnessvaner og brug af kommercielle idrætstilbud.....	8
Voksnes fitnessvaner og brug af kommercielle idrætstilbud	12
De største aktører på fitnessområdet	15
Motiver for kommercielt organiseret idræt.....	18
Afrunding	19

Forord

Dette notat beskriver danskernes fitnessvaner og brug af kommercielle idrætstilbud med udgangspunkt i undersøgelsen af danskernes motions- og sportsvaner foretaget af Idrættens Analyseinstitut i begyndelsen af 2016. Undersøgelsens hovedresultater er præsenteret i rapporten 'Danskernes motions- og sportsvaner 2016', som kan købes i boghandlen eller downloades gratis på Idrættens Analyseinstituts hjemmeside: www.idan.dk

Notatets titel, 'Danskernes fitnessvaner og brug af kommercielle idrætstilbud', indikerer, at det ikke alene fokuserer på fitnessområdet, men også berører en bred vifte af aktiviteter, der ofte finder sted i forskellige kommercielt organiserede sammenhænge. Som sådan belyser dette notat et område i den danske idrætssektor, hvor kommercielle fitnesscentre udgør en stor andel, men suppleres af en bred og voksende underskov af kommercielle udbydere inden for eksempelvis aktiviteter som yoga, dans, løb og fodbold.

I denne del af den danske idrætssektor udvikler de organisatoriske rammer sig i relationen mellem kunder og kommercielle udbydere. Hvad betyder kundeforholdet for, hvem der er aktive, hvad kunderne motiveres af, og hvordan de oplever idrætsfællesskaber i forhold til foreningsorganiserede eller selvorganiserede idrætsaktive danskere? Hvilke forskelle er der mellem aktive hos de forskellige udbydere inden for det voksende kommercielle idrætsmarked, f.eks. imellem kunderne i de største fitnesskæder?

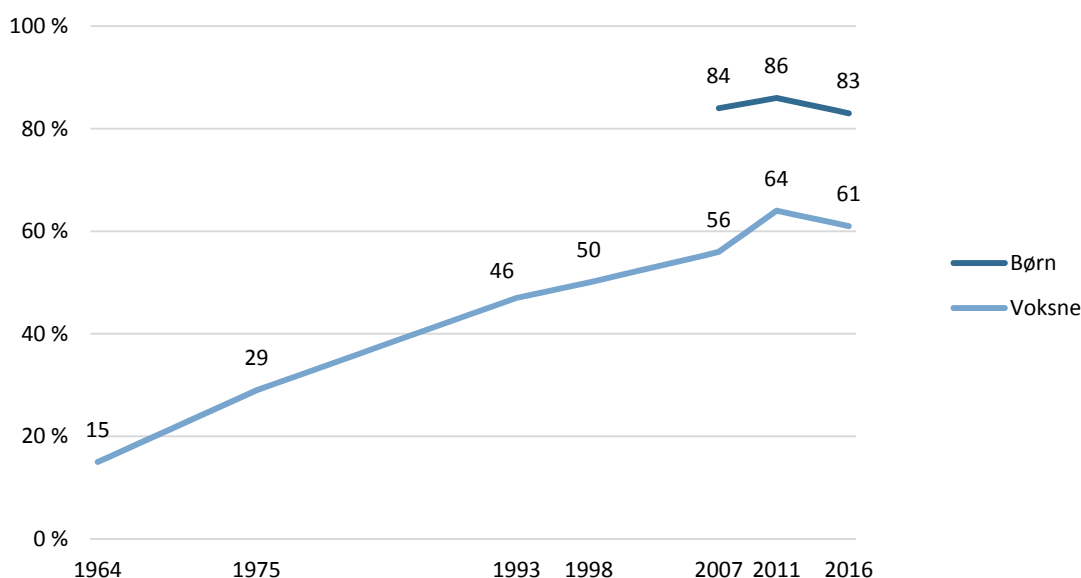
Disse spørgsmål bliver belyst i dette notat, hvor hovedvægten i analyserne er på fitnessvanerne og deltagelse i kommercielt organiseret idræt blandt voksne danskere. I forhold til fitnessvanerne blandt børn og unge (7-15 år), er datamaterialet noget mere begrænset, og notatets beskrivelse af denne aldersgruppe er derfor tilsvarende kortfattet.

Indledning

Før dette notat går i dybden med fitnessvaner og idræt i kommercielle sammenhænge, præsenteres herunder en kortfattet beskrivelse af de helt overordnede tal og tendenser i danskernes generelle idrætsdeltagelse. En væsentlig mere detaljeret indføring i de generelle idrætsvanetal findes i rapporten 'Danskernes motions- og sportsvaner 2016', som også beskriver den bagvedliggende undersøgelses metode og de tilknyttede forbehold.

Den generelle idrætsdeltagelse blandt voksne danskere (over 16 år) er målt i spørgeskemaundersøgelser siden 1964 og for børnenes (7-15 år) vedkommende siden 2007. Frem til den foregående undersøgelse i 2011 havde samtlige undersøgelser peget i retning af større idrætsdeltagelse over tid. Med den seneste undersøgelse fra 2016 er denne tendens brudt, og i stedet for fremgang giver de helt overordnede resultater indtryk af en svag tilbagegang til en idrætsdeltagelse på 83 pct. af de adspurgte børn og 61 pct. af de adspurgte voksne.

Figur 1: Andelen af idrætsaktive voksne danskere er tæt på lineært stigende over tid



Figuren viser andelen af alle voksne respondenter (16 år+), der svarer 'ja' til spørgsmålet 'Dyrker De sport?' (1964), 'Dyrker De sport (motion)?' (1975), 'Dyrker De sport/motion?' (1993), 'Dyrker du normalt sport/motion?' (1998, 2007, 2011, 2016). Tal for børn er først inkluderet i undersøgelserne fra 2007, 2011 og 2016.

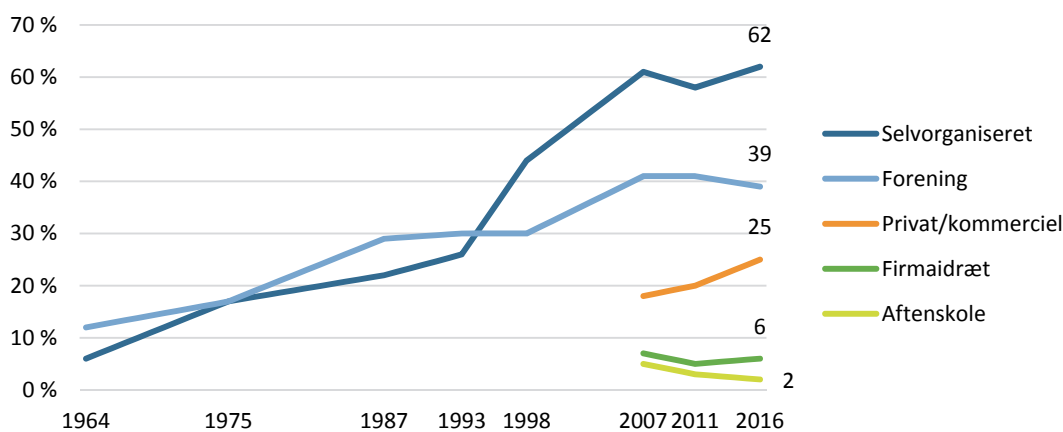
I perioden på godt 50 år fra 1964 til 2016 er voksne danskernes idrætsdeltagelse steget betydeligt fra 15 til 61 pct. Mellem de tre undersøgelser i løbet af det seneste årti aner man til gengæld en tendens til stabilitet omkring en idrætsdeltagelse på lidt over 80 pct. blandt børn og godt 60 pct. blandt voksne.

Ovenstående tal på danskernes idrætsdeltagelse tager udgangspunkt i et spørgsmål om øjeblikkelig aktivitet, dvs. normal idrætsaktivitet på det tidspunkt, hvor de tilfældigt udvalgte børn og voksne besvarede undersøgelsen. En del svarer hertil, at de er aktive, 'men ikke for tiden', hvilket gælder 9 pct. af børnene og 14 pct. af de voksne. Det kan ses som en

afspejling af, at en del idrætsaktivitet er sæsonbetonet og ikke nødvendigvis foregår i samme omfang i løbet af hele året. Mange udendørsidrætter dyrkes mere om sommeren end om vinteren, mens det helt naturligt forholder sig omvendt med skiløb og vinterbadning.

Af samme grund spørger undersøgelsen af danskernes idrætsvaner også ind til regelmæssig deltagelse i idrætsaktiviteter i løbet af de seneste 12 måneder (ikke nødvendigvis på undersøgelsestidspunktet). Ud fra denne noget bredere definition er andelen af idrætsaktive børn og voksne også noget større: henholdsvis 95 og 82 pct. På denne baggrund kan man desuden se nærmere på, hvilke aktiviteter folk dyrker eller har dyrket regelmæssigt, og ikke mindst i hvilke organisatoriske sammenhænge det foregår.

Figur 2: Udvikling i organiseringsformer viser en forskydning mod mere uformel organisering af sport og motion blandt voksne danskere



Figuren viser andelen af alle voksne respondenter (16 år+), der organiserer sport og motion i forskellige organisatoriske regi. Fordelt på undersøgelsesår.

Figur 2 herover viser udviklingen i, hvilke organisatoriske rammer voksne danskere er idrætsaktive i. Tallene peger i retning af en udvikling mod øget deltagelse i selvorganiseret og privat/kommercielt organiseret idræt, mens voksne danskernes idrætsdeltagelse i foreninger, firmaidræt og aftenskoler det seneste årti har udviklet sig mere stabilt med tendens til svag tilbagegang.

I undersøgelsen af danskernes motions- og sportsvaner 2016 har 62 pct. af de adspurgte voksne dyrket én eller flere regelmæssige idrætsaktiviteter selvorganiseret inden for de seneste 12 måneder. Den tilsvarende andel aktive i foreninger er 39 pct., mens den i privat/kommercielt regi er 25 pct. Endelig er udbredelsen af firmaidræt og bevægelsesfag i aftenskoleregi relativt begrænset blandt voksne danskere med henholdsvis 6 og 2 pct.

Indledningens figur 1 og 2 tegner således et billede af en overordnet stabil udvikling i voksne danskernes idrætsvaner med stagnation i den generelle idrætsdeltagelse og i foreningsdeltagelsen i perioden 2007 til 2016. I samme periode ses til gengæld en relativt stor

stigning i voksne danskeres deltagelse i idrætsaktiviteter i privat/kommercielt regi fra 18 til 25 pct.

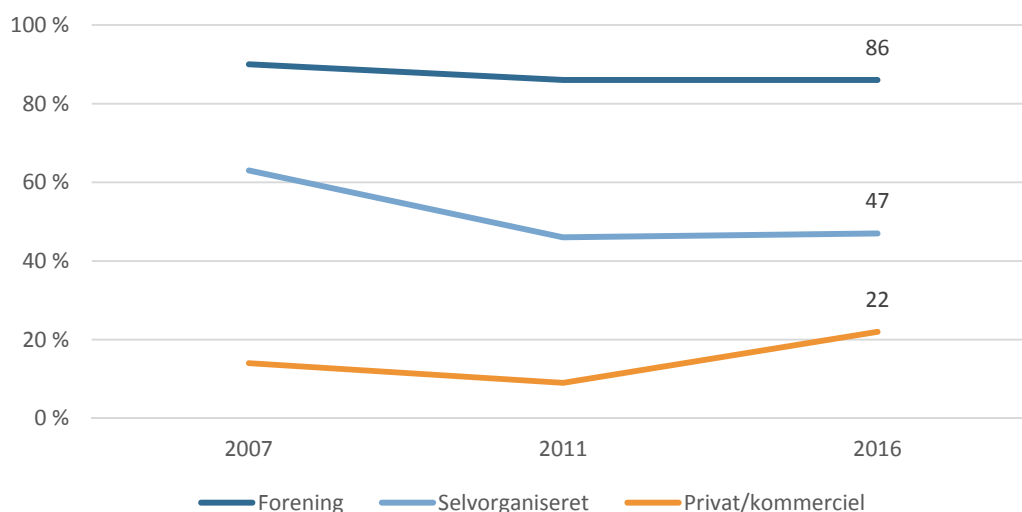
De følgende analyser i dette notat ser i detaljer nærmere på denne fjerdedel af de voksne danskere, der i løbet af de seneste 12 måneder har dyrket idrætsaktiviteter i privat/kommercielt regi. Desuden beskriver notatet først de mere begrænsede data på børn og unges brug af kommercielle idrætstilbud, herunder fitness.

Børn og unges fitnessvaner og brug af kommercielle idrætstilbud

Gennem undersøgelser af danskernes motions- og sportsvaner siden 2007 er det muligt at give tegne et overbliksbillede af børn og unge i Danmark i forhold til brugen af kommercielle idrætstilbud. I spørgeskemaet til børn og unge er der dog væsentligt færre spørgsmål om fitnessvaner og brug af forskellige kommercielle idrætstilbud, hvorfor dette afsnit er en smule begrænset i forhold til det følgende om voksne danskernes fitnessvaner.

Siden 2007 er andelen af børn og unge, der dyrker eller inden for det seneste år regelmæssigt har dyrket idræt organiseret i privat/kommercielt regi, steget fra 14 til 22 pct. Stigningen er endda stejlere fra 2011, hvor andelen var nede på 9 pct. Det peger i retning af en væsentlig stigning i brugen af privat/kommercielt organiseret idræt blandt børn og unge inden for de seneste år.

Figur 3: Udvikling i organiseringsformer viser stigning i privat/kommerciel organisering af sport og motion blandt børn og unge (7-15 år)

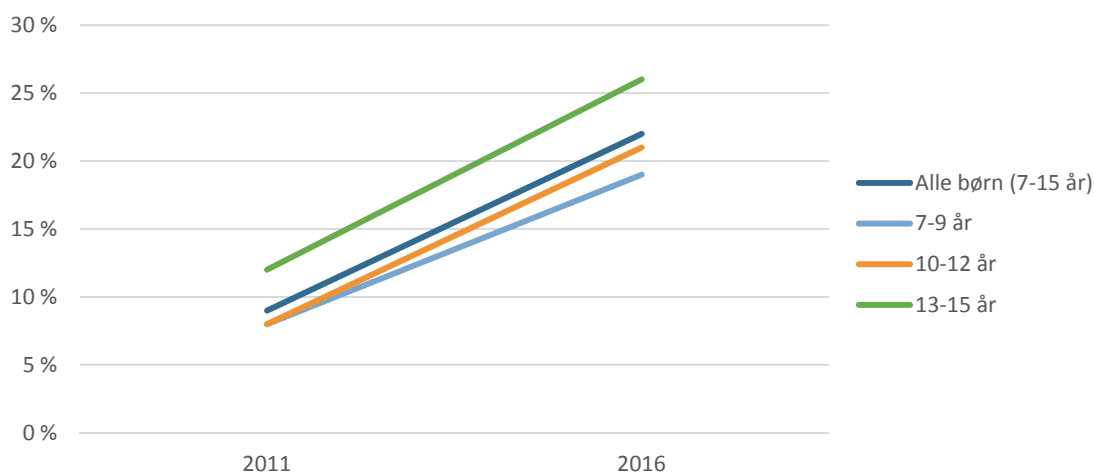


Figuren viser andelen af alle respondenter blandt børn og unge (7-15 år), der organiserer sport og motion i forskellige organisatoriske regi. Fordelt på undersøgelsesår.

Stort set lige mange piger (23 pct.) og drenge (21 pct.) er aktive i privat/kommercielt regi eller har været det regelmæssigt inden for det seneste år. På tværs af aldersgrupper er det tydeligt, at privat/kommercielt organiseret idræt er mest populært blandt de ældste børn og unge mellem 13 og 15 år (26 pct.), men de yngre aldersgrupper er også relativt godt med. Blandt 10-12-årige har 21 pct. dyrket regelmæssig idræt i privat/kommercielle centre, mens det gælder 19 pct. blandt de yngste i alderen 7-9 år.

Som figur 4 herunder viser, er stigningen i privat/kommercielt organiseret idræt blandt børn og unge fra 2011 til 2016 fordelt ligeligt på de forskellige aldersgrupper. Der er altså tale om en relativt bred funderet tendens blandt børn og unge.

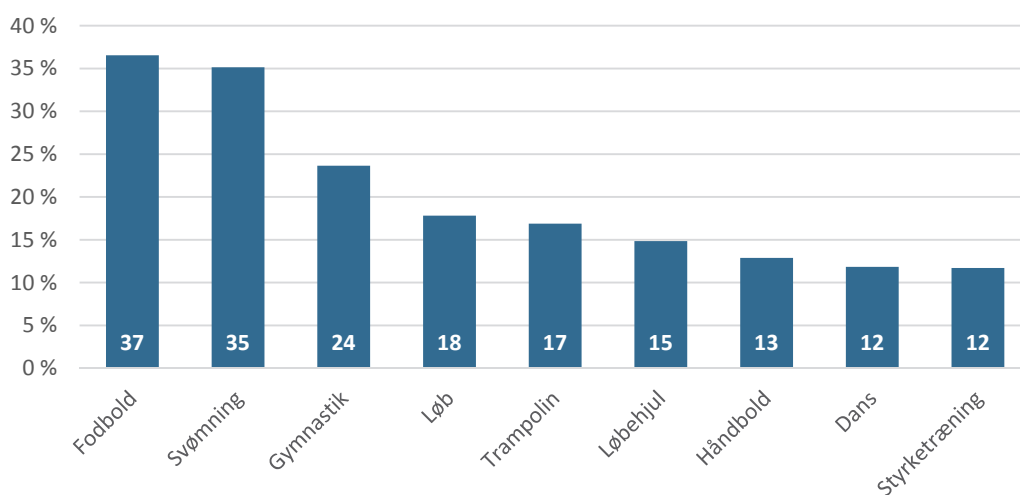
Figur 4: Udvikling i andel aktive børn og unge i private/kommercielt regi siden 2011 (7-15 år)



Figuren viser andelen af alle adspurgte børn og unge (7-15 år), der dyrker eller inden for det seneste år regelmæssigt har dyrket sport og motion i privat/kommercielt regi. Fordelt på aldersgrupper og undersøgelsesår.

Selv om andelen af børn og unge, der benytter private/kommercielle tilbud om idræt i fritiden, er stigende, er langt den mest udbredte organiseringsform for børne- og ungdoms-idræt stadig foreningsidrætten. De mest populære idrætter blandt børn og unge domineres da også af klassiske foreningsidrætter som fodbold, svømning og gymnastik som vist i figur 5 herunder.

Figur 5: De største børneidrætter er typiske foreningsidrætter

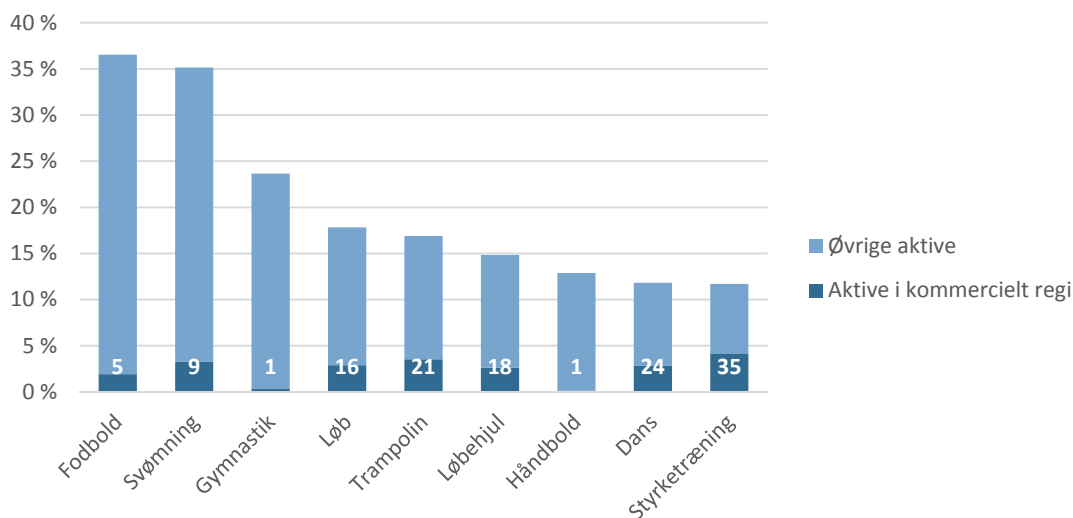


Figuren viser andelen af alle adspurgte blandt børn og unge (7-15 år), der dyrker eller inden for det seneste år regelmæssigt har dyrket de nævnte aktiviteter, uanset organisatorisk regi.

Den mest privat/kommercielt organiserede aktivitet blandt børn og unge er styrketræning. I alt 12 pct. af de adspurgte børn og unge dyrker eller har inden for det seneste år regelmæssigt dyrket styrketræning, og i alt 8 pct. har gjort det i private/kommercielle centre. Det svarer til, at 35 pct. af de børn og unge, der styrketræner, har gjort det i pri-

vat/kommercielt regi. Tilsvarende er den privat/kommercielle andel relativt stor inden for dans (24 pct.) og trampolin (21 pct.), som det fremgår af figur 6 herunder.

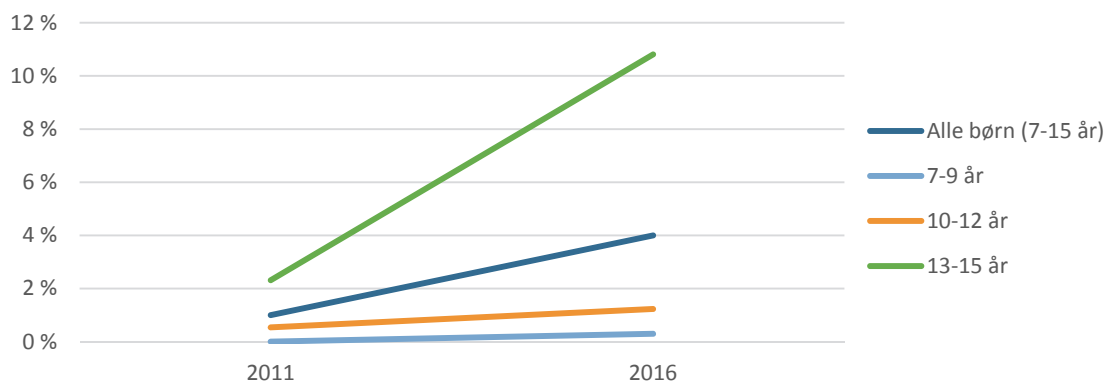
Figur 6: Styrketræning og dans er de mest kommercielt organiserede idrætter blandt børn og unge (7-15 år)



Figuren viser andelen af alle adspurgte børn og unge, der dyrker de ni mest populære aktiviteter fordelt på andelen af aktive i kommercielt regi og andelen af øvrige aktive inden for hver aktivitet. Tallene i søjlerne angiver andelen af aktive i kommercielt regi i forhold til andelen af aktive i alt, mens tallene på y-aksen angiver andelen blandt alle adspurgte børn og unge (n=3.221).

Siden 2011 er stigningen i privat/kommercielt organiseret styrketræning blandt børn og unge især sket i teenage-aldersgruppen 13-15 år, som det fremgår af figur 7 herunder.

Figur 7: Udvikling i andel børn og unge, der styrketræner i private/kommercielt regi siden 2011 (7-15 år)

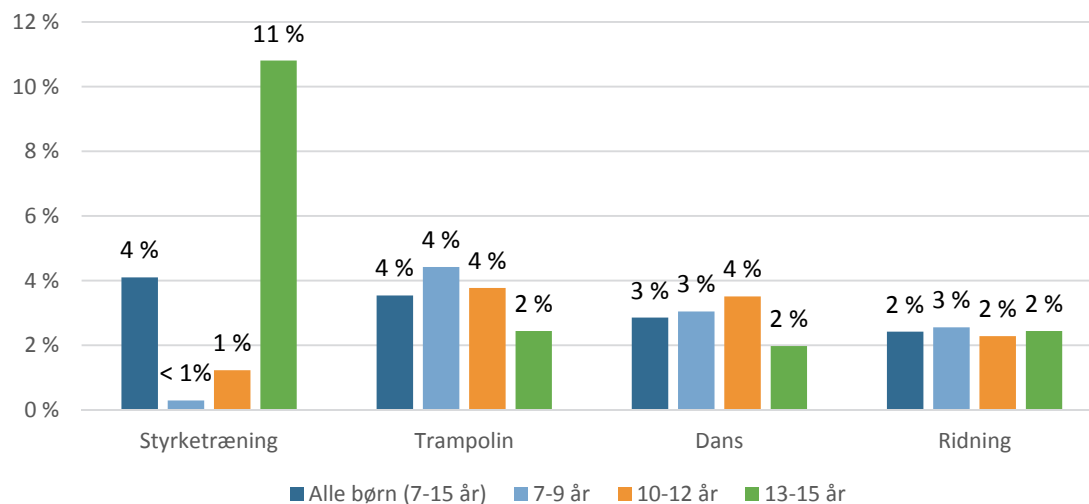


Figuren viser andelen af alle adspurgte børn og unge, der dyrker styrketræning i privat/kommercielt regi. Fordelt på aldersgrupper og undersøgelsesår.

Ser man nærmere på de adspurgte børn og unge i 2016-undersøgelse, er der tydelig forskel på de mest populære aktiviteter i privat/kommercielt regi i forhold til aldersgrupper. Mens styrketræning dominerer blandt de 13-15-årige, er trampolin den mest populære pri-

vat/kommercielle aktivitet blandt 7-9-årige, og dans er den største aktivitet i privat/kommercielt regi i mellemgruppen af 10-12-årige.

Figur 8: De største aktiviteter i private/kommercielle centre blandt børn (7-15 år)



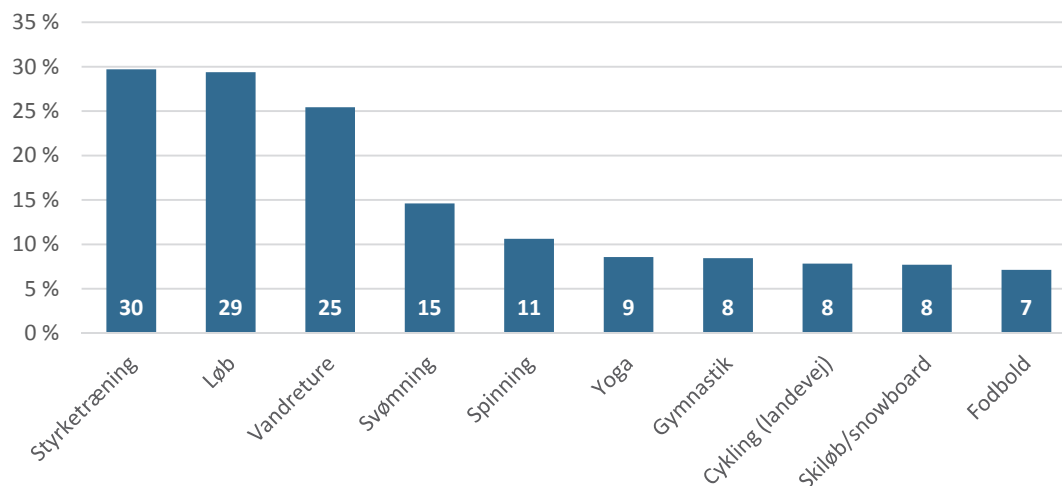
Figuren viser andelen af alle adspurgte børn og unge, der dyrker de nævnte aktiviteter i privat/kommercielt regi. Fordelt på aldersgrupper.

Voksnes fitnessvaner og brug af kommercielle idrætstilbud

Voksne danskeres top ti over foretrukne idrætsaktiviteter har som noget nyt styrketræning helt i toppen. I 2007 var det vandreture med 32 pct., i 2011 var det løb med 31 pct. I idrætsvaneundersøgelsen 2016 var topscoreren blandt de specifikke aktiviteter altså styrketræning, som 30 pct. af de adspurgte voksne danskere har dyrket regelmæssigt i løbet af de seneste 12 måneder.

Som figur 9 herunder viser, ligger de tidligere topscorere, løb og vandreture, på anden- og tredjepladsen med henholdsvis 29 og 25 pct. af de voksne regelmæssigt aktive inden for disse aktiviteter i løbet af de seneste 12 måneder. Svømning dyrkes regelmæssigt af 15 pct. af de voksne, mens en bred palet af andre aktiviteter i runde tal er udbredt til hver tiende voksne dansker.

Figur 9: Styrketræning topper listen over voksne danskernes foretrukne idrætsaktiviteter

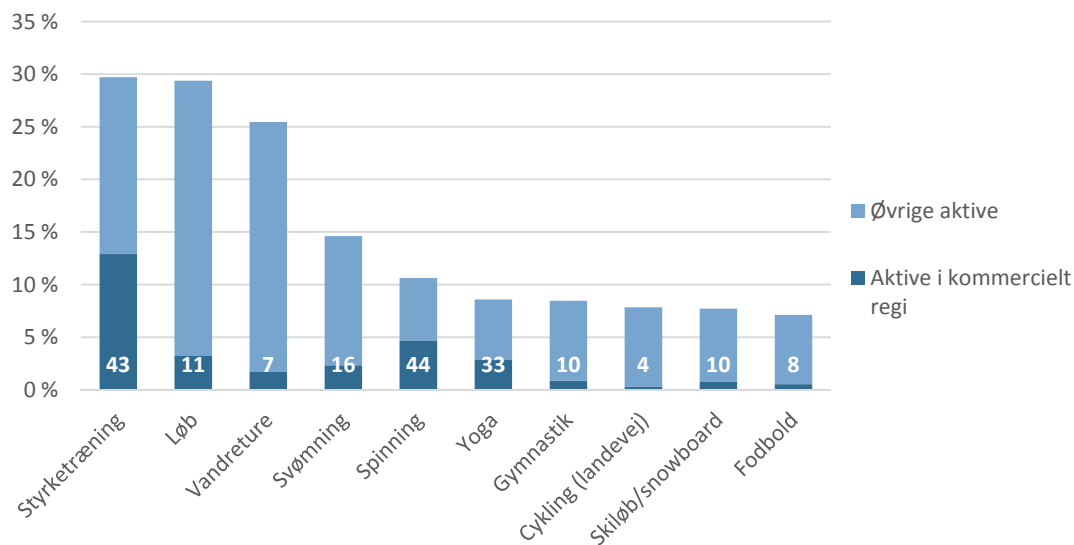


Figuren viser andelen af alle voksne, der dyrker de ti mest populære aktiviteter (n=3.914).

Styrketræning behøver ikke pr. definition at foregå i et kommercielt fitnesscenter, ligesom løb og vandreture ikke altid er selvorganiserede aktiviteter, og fodbold ikke altid foregår i foreninger. For at komme lidt nærmere den kommercielle del af danskernes idrætsvaner, ser figur 10 herunder nærmere på graden af privat/kommerciel organisering inden for de forskellige aktiviteter. Det drejer sig om, hvor stor en del af de aktive inden for de enkelte aktiviteter, der er aktive i private/kommercielle centre.

Figur 10 herunder viser, at styrketræning, spinning og yoga alle tre er aktiviteter, der i vid udstrækning dyrkes i kommercielt regi. Blandt alle de adspurgte voksne danskere, har i alt 13 pct. dyrket styrketræning i kommercielt regi. Det svarer til, at 43 pct. af de aktive inden for aktiviteten er aktive i private/kommercielle centre. Løb, som er en næsten lige så udbredt aktivitet blandt voksne danskere som styrketræning, har en langt lavere grad af privat/kommerciel organisering med udbredelse til ca. 3 pct. af de adspurgte voksne, svarende til 11 pct. af alle løbere.

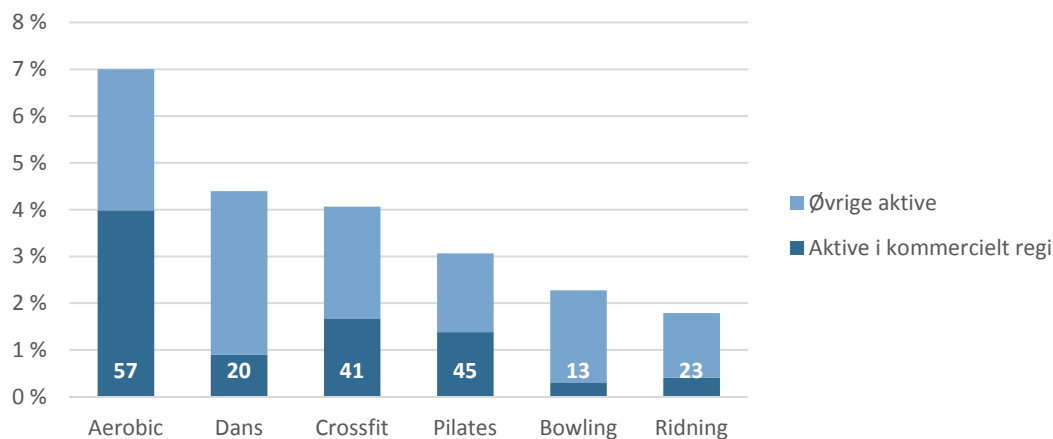
Figur 10: Højest grad af privat/kommerciel organisering inden for styrketræning, spinning og yoga



Figuren viser andelen af alle voksne, der dyrker de ti mest populære aktiviteter, fordelt på andelen af aktive i kommercielt regi og andelen af øvrige aktive inden for hver aktivitet. Tallene i søjlerne angiver andelen af aktive i kommercielt regi i forhold til andelen af aktive i alt, mens tallene på y-aksen angiver andelen blandt alle voksne respondenter (n=3.914).

Uden for top ti-aktiviteterne findes en række andre aktiviteter med en væsentlig grad af privat/kommerciel organisering. Det drejer sig især om aerobic, som dyrkes af 7 pct. af de adspurgte voksne, hvoraf 57 pct. er aktive i kommercielt regi. Også crossfit og pilates skiller sig ud som aktiviteter med en høj grad af privat/kommerciel organisering, og det samme gør til en vis grad aktiviteterne ridning, dans og bowling, hvor den private/kommercielle ramme omkring aktiviteterne dog som oftest adskiller sig fra typiske fitnesscentre.

Figur 11: Andre privat/kommercielt dominerede aktiviteter



Figuren viser andelen af alle voksne, der dyrker de udvalgte aktiviteter, fordelt på andelen af aktive i kommercielt regi og andelen af øvrige aktive inden for hver aktivitet. Tallene i søjlerne angiver andelen af aktive i kommercielt regi i forhold til andelen af aktive i alt, mens tallene på y-aksen angiver andelen blandt alle voksne respondenter (n=3.914).

Graden af privat/kommerciel organisering af voksne danskernes foretrukne idrætsaktiviteter illustrerer, hvordan nogle aktiviteter skiller sig markant ud med en høj grad af pri-

vat/kommerciel organisering, men samtidig er det tydeligt, at kommercielle aktiviteter kan være meget forskellige og foregå forskellige steder. Hvad man kan kalde kommercielle aktiviteter spænder vidt fra typiske aktiviteter i fitnesscentre som styrketræning og forskellig holdtræning som spinning og aerobic til aktiviteter som yoga, dans, crossfit og bowling og ridning, der ofte finder sted i enkeltstående centre eller private skoler, som kan være meget forskellige fra de større fitnesskæder.

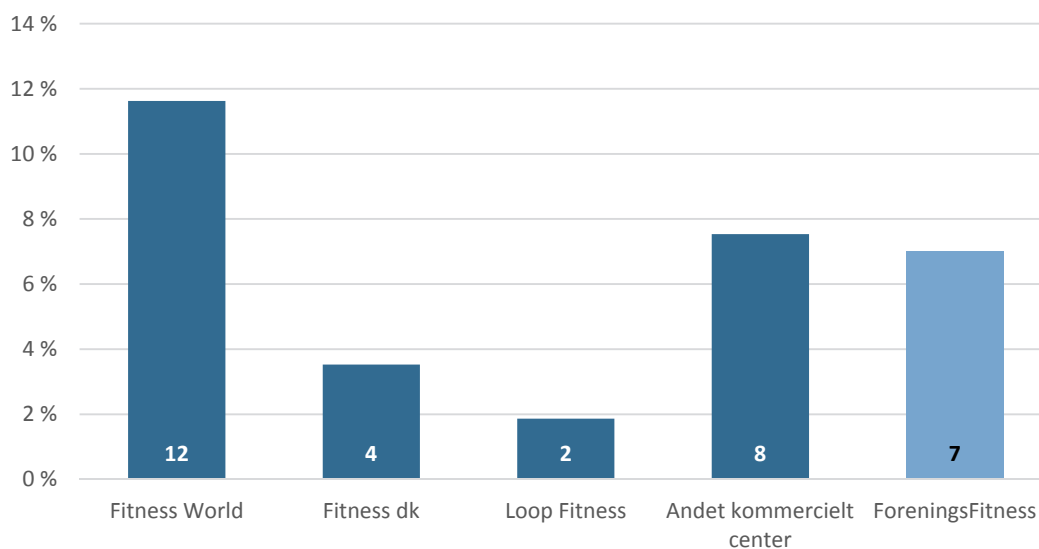
De største aktører på fitnessområdet

Til trods for de kommercielle aktiviteters forskellige karakter og knopskydningen af private skoler og andre kommercielle aktører udgøres langt hovedparten af den kommercielle del af den danske idrætssektor af store fitnesskæder som Fitness World og Fitness dk. Dette afsnit ser nærmere på, hvor meget disse fitnesskæder fylder i danskernes idrætsvaner, og hvem de aktive er.

Fitness World er med afstand den fitnesskæde, der har fat i flest voksne danskere. I alt 12 pct. af de adspurgte voksne danskere siger, at de er betalende medlemmer¹ i Fitness World. 4 pct. er medlemmer i Fitness dk, 2 pct. i Loop Fitness og i alt 8 pct. i andre kommercielle centre. I alt siger 24 pct. af de adspurgte voksne danskere, at de er medlem i et kommercielt fitnesscenter.²

Ud over de voksne medlemmer i kommercielle fitnesscentre er 7 pct. af de adspurgte voksne danskere medlemmer i foreningsdrevne fitnesscentre/motionsrum, også kaldet Foreningsfitness.

Figur 12: Fitness World er klart den største spiller på fitnessmarkedet



Figuren viser andelen af alle voksne, der er kunder/medlemmer i forskellige typer af fitnesscentre (n=3.914).

Ser man nærmere på sammensætningen af medlemmer i de forskellige kæder, viser der sig både ligheder og nogle markante forskelle.³ For at styrke datagrundlaget i analyserne indgår Loop Fitness i kategorien 'Andre kommercielle centre'.

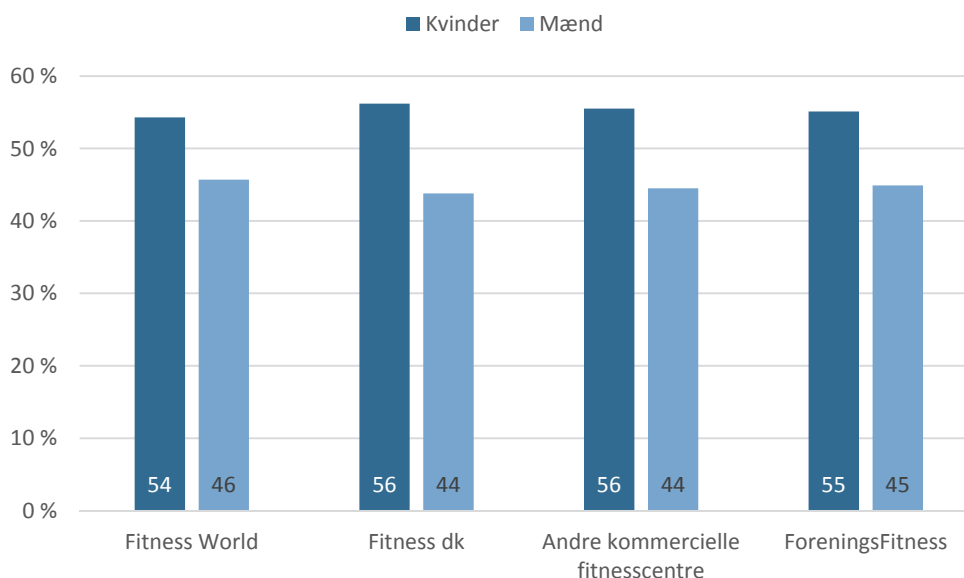
¹ Spørgeskemaets spørgsmålsformulering lyder 'Er du betalende kunde/medlem?', men i denne sammenhæng beskrives disse blot som medlemmer.

² Da der er en smule overlap mellem de forskellige kæder og svarmuligheden 'Andet kommercielt center', er den samlede andel fitnesskunder 24 og ikke 26 pct., som er summen af de forskellige andele.

³ Bemærk at der er tale om spørgeskemadata og ikke fitnesskædernes egne registerdata, som indeholder præcise tal på medlemmer, køn, geografi og andet. Disse registre er dog ikke offentligt tilgængelige, og derfor benyttes denne metode til at tegne et billede af aktørerne i branchen.

Ud fra spørgeskemaundersøgelsens datagrundlag viser alle de fire kategorier i figur 13 herunder sig at have stort set den samme fordeling mellem kønnene. I alle typer af fitnesscentre er der altså lidt flere kvinder (54-56 pct.) end mænd (44-46 pct.).

Figur 13: Flest kvinder i alle typer af fitnesscentre



Figuren viser kunder/medlemmer i de forskellige centres fordeling på køn ($n^{\text{Fitness World}}=455$) ($n^{\text{Fitness dk}}=138$) ($n^{\text{Andre}}=366$) ($n^{\text{Foreningsfitness}}=273$).

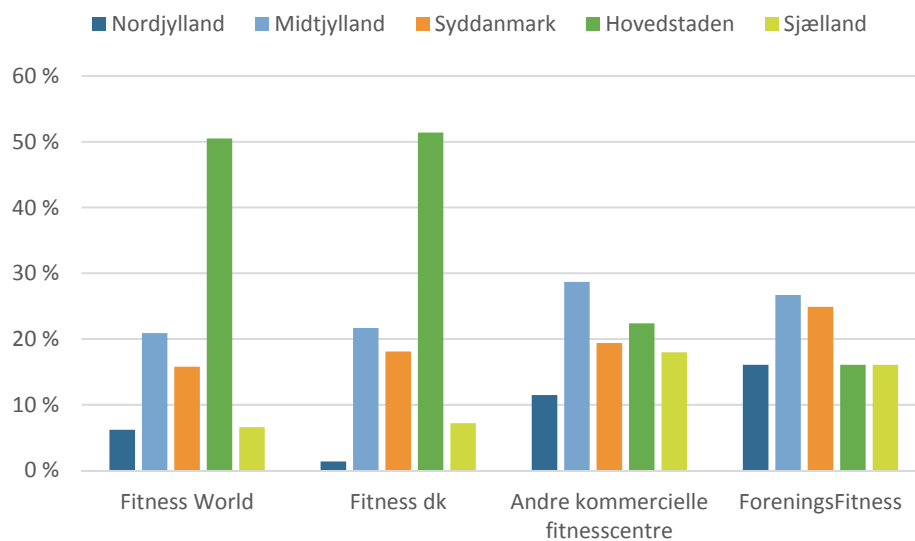
Gennemsnitsalderen er mere varierende mellem centrene. Fitness World har i denne undersøgelse de yngste medlemmer med et aldersgennemsnit på 35 år, mens gennemsnitsalderen i Fitness dk er 42 år og andre kommercielle fitnesscentre er 49 år. I Foreningsfitness er gennemsnitsalderen 48 år.

Ser man videre på den geografiske fordeling af kunder/medlemmer, viser der sig store forskelle mellem aktørerne. Lige over halvdelen (51 pct.) af kunderne i både Fitness World og Fitness dk kommer fra Region Hovedstaden, mens det kun gælder 22 pct. af medlemmerne i de øvrige fitnesscentre og kun 16 pct. af medlemmerne i Foreningsfitness. Både samlekategorien af andre kommercielle centre og Foreningsfitness har ifølge denne undersøgelse størstedelen (henholdsvis 29 pct. og 27 pct.) af deres medlemmer i Region Midtjylland. I Foreningsfitness kommer en relativt stor del af medlemmerne også fra Region Syddanmark (25 pct.).

Den reelle fordeling af voksne over 16 år på regioner er: Region Nordjylland (10 pct.), Region Midtjylland (23 pct.), Region Syddanmark (21 pct.), Region Sjælland (15 pct.) og Region Hovedstaden (31 pct.).⁴ Man kan således konstatere, at Region Hovedstaden er stærkt overrepræsenteret i de store kæders medlemsregistre. Det forholder sig lige omvendt i de andre kommercielle centre og Foreningsfitness, hvor henholdsvis Region Midtjylland og Region Nordjylland til gengæld er overrepræsenteret.

⁴ Kilde: Danmarks Statistik (FOLK1KV12016).

Figur 14: Store geografiske forskelle blandt centrenes medlemmer



Figuren viser kunder i de forskellige centres fordeling på regioner ($n^{\text{Fitness World}}=455$) ($n^{\text{Fitness dk}}=138$) ($n^{\text{Andre}}=366$) ($n^{\text{Foreningsfitness}}=273$).

Motiver for kommercielt organiseret idræt

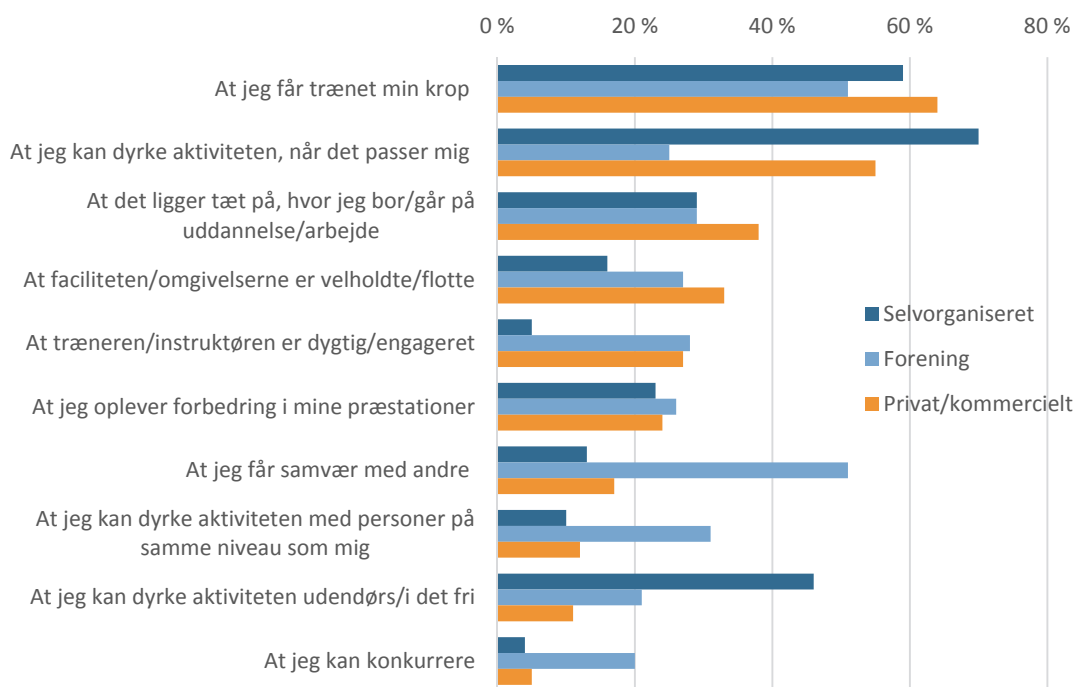
Blandt dem, der dyrker idræt i privat/kommercielt regi som f.eks. fitnesscentre, er den mest udbredte motivationsfaktor at få trænet sin krop. Lige knap to tredjedele (64 pct.) af alle aktive i privat/kommercielt regi svarer, at det er en vigtig motivationsfaktor mod 59 pct. af de selvorganiserede og 51 pct. af de aktive i idrætsforeninger.

At kunne dyrke sine aktiviteter, når det passer én, angiver 55 pct. af de aktive i privat/kommercielt regi som en motivationsfaktor, hvilket er mere end dobbelt så meget som andelen af foreningsaktive på 25 pct. Det understreger, hvordan fitnesscentre og andre kommercielle udbydere af idrætsaktiviteter drager fordel af at være fleksible tilbud, hvor man kan deltage, når det passer, frem for at skulle afsætte faste tidspunkter til idræt i hverdage og weekender.

Endelig er den tredjeofte nævnte motivationsfaktor blandt aktive i privat/kommercielt regi, at aktivitetsstedet ligger tæt på, hvor man bor eller har sin daglige gang. Med den store udbredelse af fitnesscentre, især i de større byer, er der for mange danskere relativt kort til kommercielle fitnesscentre.

Den overordnede konklusion på de mest udbredte motivationsfaktorer blandt aktive i privat/kommercielt regi er, at personligt udbytte, fleksibilitet og nærhed er afgørende, når valget falder på at dyrke idræt i kommercielle centre som fitnesscentre.

Figur 15: Motiver for kommerciel idræt adskiller sig fra motiver for foreningsidræt



Afrunding

Dette notat illustrerer på baggrund af undersøgelser af danskernes motions- og sportsvaner i årene 2007, 2011 og 2016, hvordan der de seneste knap ti år er sket en stigning i andelen af danskere, der dyrker idræt i privat/kommercielt regi. Det dækker hovedsageligt over en stigning brugen af fitnesscentre, hvor styrketræning er den dominerende aktivitet.

Blandt børn og unge (7-15 år) er i alt 22 pct. aktive i privat/kommerciel regi, mens det på tværs af voksne over 16 år gælder 26 pct.

Piger og drenge, kvinder og mænd er nogenlunde lige aktive i privat/kommercielle centre, mens denne type organisatoriske rammer er mest populære i aldersgrupperne mellem 13 og 49 år, hvor mellem hver tredje og hver fjerde dyrker eller har dyrket idræt i privat/kommercielt regi regelmæssigt inden for det seneste år.



Undersøgelsen er gennemført med støtte fra:



DANSK
FIRMAIDRÆTS
FORBUND

