

Fra muskelmasse til massebevægelse

- indblik i den kommercielle
fitness-sektors historie



Kasper Lund Kirkegaard

IDRÆTTENS ANALYSEINSTITUT

Fra muskelmasse til massebevægelse
- indblik i den kommercielle fitness-sektors historie

Kasper Lund Kirkegaard

Idrættens Analyseinstitut

Titel:

Fra muskelmasse til massebevægelse
– indblik i den kommercielle fitness-sektors historie
Delrapport i projektet 'Sved for millioner'

Forfatter:

Kasper Lund Kirkegaard

Omslagslayout, grafik og opsætning:

BUCHS.DK

Forsidefoto:

Spinning. Foto: Scanpix/Jeppe Michael Jensen

Tryk:

BUCHS.DK

Udgave:

1. udgave, København, juni 2007
2. oplag (elektronisk version), august 2007 med enkelte rettelser

Udgiver:

Idrættens Analyseinstitut
Kanonbådsvej 12 A · 1437 København K
T: +45 32 66 10 30 · F: +45 32 66 10 39
E: idan@idan.dk · W: www.idan.dk

ISBN 978-87-92120-00-7

ISBN 978-87-92120-01-4 (elektronisk version)

Gengivelse af denne rapport er kun tilladt med tydelig kilde-anvisning. Rapporten samt supplerende materiale om fitness-sektoren i Danmark kan hentes på www.idan.dk.

Yderligere eksemplarer af den trykte udgave kan bestilles hos Idrættens Analyseinstitut for kr. 250,00 inkl. moms.

Sideløbende med denne bogudgivelse har Idrættens Analyseinstitut som led i projektet 'Sved for millioner' udgivet rapporten 'Overblik over den danske fitness-sektor'. Denne rapport med en lang række nøgletal om fitness-sektoren i Danmark, Norden og internationalt kan i sin trykte form bestilles hos Idrættens Analyseinstitut for kr. 250,00 inkl. moms.

Fotobrug:

Vi har tilstræbt at spore fotografen til alle billeder i bogen, som kan være omfattet af ophavsret. I enkelte tilfælde har dette ikke været muligt. Såfremt brugen af specifikke fotos skulle give anledning til berettigede ophavsretsmæssige krav efter dansk lovgivning, skal disse rettes til Idrættens Analyseinstitut.

Disclaimer:

We have attempted to locate owners of all pictures under copyright. In a few cases this has not been possible. Should the use of specific photos result in justified copyright claims according to Danish law, these claims should be addressed to the Danish Institute for Sport Studies (Idrættens Analyseinstitut).

Indhold

Forord	5
Indledning	6
Kapiteloversigt	8
Tidstabel over vigtige begivenheder i fitnesshistorien	9
Kapitel 1 – fitnessindustriens historiske rødder	15
Historisk perspektivering – konstruktionen af et vestligt kropsideal	15
Kropsidealers udvikling – fra funktionel betydning til æstetisk symbol	18
Skønhedsidealernes indre logik	19
Idealiseringen af ‘det smukke’ og ‘det smukkes’ kommercielle potentiale	20
Kunstens udbredelse af kroppen	22
Wellness, det sunde liv og ungdomsidealet	25
Markedsføringen af det smukke menneske og den sunde krop	29
Den instrumentelle trænings-gennembrud	31
Gymnastikbevægelsen og fitnessindustriens ligheder	35
Sandow the Magnificent og bodybuildingens introduktion	38
Adskillelse mellem sportens præstation og kroppens æstetik	41
Skønhedskonkurrencers og træningsmagasiners gennembrud	44
Charles Atlas’ kommercielle succes	50
Træningsmagasiner, kønsroller og den relative krop	53
Den kommercielle strategiske triumf	60
Kapitel 2 – den danske fitness-sektors historie	61
De første privatejede styrketræningscentre og bodybuildermiljøet	65
Fra Århus Muscle Studio til Dansk Helsesport	67
Club Roma og Sven-Ole Thorsen	71
Odense Body-BUILDER Club	74
Arnolds Schwarzeneggers besøg og bodybuildingens gennembrud	75
Dansk Body-Building Forbund stiftes	77
Kvindernes entré i bodybuilding	79
Sven-Ole Thorsen takker af	81
De første kommercielle fitnesskoncepter	82
Videnskabelig træning og kampen om sandheden	86
Fitnesscentre åbner og kæder udvikles	94
Aerobicens introduktion i Danmark	97
Fitness og aerobic i foreningslivet	99
Fitnesskædernes nedtur – og redning	103

Spinning kommer til landet	107
PBS' introduktion - fitness bliver til business	108
Fitnessbranchen organiserer sig i ambitiøs brancheforening	116
Store udfordringer	118
Kapitel 3 – kommerciel fitness i en forbrugerkultur	120
Ildrættens kommercialisering og den konsekvenser	120
Fra idrætstager til idrætsforbruger	125
Kommercialismens udvikling fra det ekstreme til det folkelige	129
Den strategiske markedsføring af kropslig lykke og forfald	131
Træningsmotiveer og fitnessindustriens modstridende logikker.	133
Mellem lyst og pligt - fitness som instrumentel idrætsaktivitet	135
Fitnessindustriens placering i en oplevelsesøkonomi	138
Litteratur	143
Bøger og artikler	143
Artikler og tekster fra internettet	148
Andre anvendte internetlinks	149
Fitnessbegrebernes introduktion i Danmark	154
Noter	155
Noter til kapitel 1 – fitnessindustriens historiske rødder	155
Noter til kapitel 2 – den danske fitness-sektors historie	162
Noter til kapitel 3 – kommerciel fitness i en forbrugerkultur	168
Personregister	171

Forord

Fitness-sektoren har en langt bredere appel til motionsaktive mennesker end det typiske billede af fitness som en lidt egoistisk aktivitet for tidens kropsfikserede ungdom. Tværtimod har fitness-sektoren i de seneste 20 år gennemgået en rivende udvikling med nye produkter og tilbud, der netop har bred appel til store dele af den danske befolkning.

Sektorens økonomiske op- og nedture og medlemmernes øgede tilstrømning til centrene er i mange år foregået i relativ ubemærkethed i forhold til den offentlige og idrætspolitiske debat. Det forhold forsøger Idrættens Analyseinstitut at råde bod med projektet 'Sved for Millioner'.

Projektet søger at skabe overblik over og indblik i den danske fitnesssektor. Desuden er det et mål at stimulere til debat om hele sektorens rolle i forhold til det frivillige foreningsliv og den offentlige sektor. Baggrunden for projektet er en generel mangel på viden om fitness-sektorens historie og økonomiske forhold, kunde-/medlemskredsens størrelse og udvikling, kædernes ejerforhold, sektorens fremtidige betydning og potentialet i samarbejder mellem den offentlige sektor og foreningslivet som led i en forebyggende sundhedsindsats over for den brede befolkning.

Den her foreliggende delrapport giver for første gang et sammenhængende indblik i den kommercielle fitness-sektors historiske udvikling; både med talrige referencer til udlandet og herhjemme. Historien giver indblik i de forudsætninger, som nutidens kommercielle fitnessindustri baserer sin forretningsmæssige succes på. Den tegner et billede af de mekanismer, der styrer den kommercielle breddeidræt – mekanismer, som givet også kan udfordre og inspirere den

traditionelle foreningsidræt og den traditionelle danske idrætspolitik i det hele taget.

Et vigtigt udgangspunkt for historieskrivningen var et seminar, som Idrættens Analyseinstitut afholdt i samarbejde med Syddansk Universitet i Odense den 12. januar 2006. Deltagerne, som både repræsenterede forskningsverdenen samt den foreningsbaserede og kommercielle fitnesskultur, var: Anders Kragh Jespersen, Birgitte Nymann, Birgitte Pedersen, Charlotte Bircow, Christina Pape, Claus Bøje, Hanne Larsen, Ingeborg M. Hansen, Jørgen Schönherr, Leif Christensen, Marina Aagaard Salminen, Morten Zacho, Nicky Petersen, Steen Broford og Thue Kvorning. Til disse inspirerende og vidende personer skal der lyde en stor tak.

Der skal ligeledes lyde en stor tak til en række nøglepersoner, der siden hen har ladet sig interviewe eller på anden måde har bidraget til fitnesshistorien: Bettina Borg, Jens Lind, Hans-Henrik Palm, Henning Eichberg, John Hansen, Jørgen Albrechtsen, Lars Stig-Møller, Leif Roed, Lisser Frost-Larsen, Ole Graubæk, Rasmus Ingerslev, Sven-Ole Thorsen og Trey Greenwood.

Endelig skal DGI takkes for økonomisk støtte til projektet og for faglige input fra den følgegruppe, der kom fra DGIs træningskultur-projekt.

Sammen med denne rapport udgiver Idrættens Analyseinstitut en sektoranalyse og statusrapport om fitness-sektoren under overskriften 'Overblik over den danske fitness-sektor'. Denne kan rekvireres ved henvendelse til Idrættens Analyseinstitut.

Direktør Henrik H. Brandt
Idrættens Analyseinstitut, juni 2007

Indledning

Set i forhold til forskningen i gymnastikkens og foreningsidrættens historie er den kommercielle fitness-sektor stort set historieløs. Mens der sidder talrige forskere på landets universiteter med viden om foreningsidrættens udvikling og betydning for samfundet, har den kommercielle fitness-sektor hovedsageligt interesseret forretningsfolk med økonomiske motiver. På landets biblioteker finder man ingen analyser af fitness-sektorens udvikling i breder e samfundsperspektiv. Intet om sektorens store betydning for danskernes motions- og idrætsvaner. Intet om den åbenlyse udfordring, som den kommercielle breddeidræt skaber for foreningsidrætten.

Derimod findes der en del litteratur om træningsformers fysiologiske betydning. Der findes talrige bøger med fokus på kost, motion og korrekt udført fitnessstræning; og i kiosker landet over kan de månedlige trænings- og livsstilsmagasiner om aktiv livsstil, motion og mode købes. De mange kommercielle træningsmagasiner vidner samtidig om det kommercielle potentiale, som er blevet opdyrket gennem tiden. Fitnesslitteraturens primære fokus er på fitness som en vare, der skal sælges. Fitness og business går hånd i hånd. Fitnessindustrien har ikke interesse i og behov for at dokumentere sig selv på samme måde, som idrætsforeningerne har haft det. I den kommercielle verden handler det først og fremmest om at tjene penge og ikke at bruge ineffektive timer på at studeres historiske årsager til, at fitnesskulturen i dag er en af Vestens mest udbredte og populære motions- og idrætsaktiviteter.

Denne rapport i bogform kan på mange måder læses som et forsøg på at udfylde hullet mellem instruktionsmanualerne og håndbøgerne i korrekt træning og diverse livsstilsmagasiner. Rap-

porten giver et indblik i fitnesshistoriens mange interessante, underholdende og betydningsfulde begivenheder, men forklarer også den kommercielle fitness-sektors forretningsmæssige succes i et historisk perspektiv, hvor foreningsidrætten monopol på at organisere idrætten er udfordret af købeidrættens fremmarch.

Denne version af den danske fitness-sektors historie er primært skrevet med henblik på at give indblik i væsentlige begivenheder samt de personer, der på den ene eller anden måde har interesse for den kommercielle breddeidræts udvikling fra subkultur til massekultur. Det er samtidig mit håb at give de mange personer, som har deres frivillige eller professionelle gang i fitness-sektoren, en forståelse for de forudsætninger, personer og begivenheder, som nutidens succesrige kommercielle fitnessindustri baserer sig på. Dette uanset om der er tale om en af de ca. 7.000 deltidsansatte i fitness-sektoren, en producent af fitnessmaskiner og -udstyr, en direktør for en fitnesskæde eller en repræsentant for en idrætsforening, der har brug for at forstå den kommercielle idræts store succes.

Om den meningsfulde historie

Der er utallige måder at gribe en historieskrivning an på, og mange forhold spiller ind. Især når der som i dette tilfælde er tale om en historie, som i store træk ikke er nedfældet før. Det er i denne sammenhæng bemærkelsesværdigt, at alle de oprindelige forskellige betydninger af ordet 'historie' er repræsenteret i denne rapport, som både rummer 'erfaringer', 'iagttagelser', 'fortællinger' og 'beskrivelser'.

Det har været givende at arbejde med fitness-sektorens historie. Især fordi den giver stof til eftertanke og beskæftiger sig med begivenheder,

personer og fænomener, som stadig er relevante i nutiden. Diskussionerne om den kommercielle idræt, sundhed, motion og kroppens sociale placering og betydning får en ekstra dimension, når man ser dem i et historisk perspektiv. Der kan trækkes ligheder mellem dengang og nu. Og der kan opnås en forståelse for årsagssammenhænge og udviklingstræk i nutidens samfund.

Nøgleaktørerne i fitness-sektoren har ikke haft tradition for at skive om eller dokumentere det liv i fitness-sektoren, som de selv har været centrale aktører i. Kun et fåtal har gemt eller dokumenteret deres oplevelser fra fotografier og avisudklip i diverse scrapbøger. De ganske få skriftlige kilder og scrapbøger har generelt haft oversigtskarakter med et smallere fokus, end formålet er hér.¹

Til gengæld hører det til sjældenhederne, at de personer, der har befundet sig i historiens centrum, stadig lever i bedste velgående, når historien forsøges skrevet. Det har været et privilegium at møde den lange række spændende og inspirerende historiske personer, som har befundet sig midt i den kommercielle fitness-sektors vigtigste begivenheder – uden at de måske selv var klar over det dengang.

Historien er således først og fremmest baseret på mange kvalitative interviewsamtaler med de nøglepersoner, der har haft mod og vilje til at dele ud af deres historie og erfaringer. Selvom bestræbelserne på at kortlægge fitnessbegivenheders tidspunkter og datoer er et centralt omdrejningspunkt i enhver historieskrivning, er dette i lige så høj grad et forsøg på at videreformidle de interviewedes meninger og holdninger. Historien er så at sige fyldt med selvmodsigelser og uenigheder om årsager og begivenheders betydninger. Historien er således blevet støbt sammen af de mange forskellige udsagn, som de interviewede gav fra hver deres unikke perspektiv. De har med deres personlige beretnin-

ger og deres subjektive meninger samt det, der har vist at skulle udvikle sig til en omfattende research, gjort det muligt at sammenskrive et bud på fitnesshistorien. Det bør stå klart for læseren, at en så subjektiv og forholdsvist nutidig historieskrivning ikke kan være en objektiv gennemgang af historiske årsagers indbyrdes sammenhæng.

Den er derimod dybt præget af både mine personlige filtre, de interviewedes særinteresser i at fremstå på bestemte måder, på fortolkningernes genfortolkning og meningernes tyranni. Dette gør ofte en endelig domsafsigelse umulig. Dette gør dog ikke historien mindre interessant.

Denne udgave af den danske fitnesssektors skal hverken læses som den endelige historie eller den 'sande' version. Jeg har valgt at springe mange mindre væsentlige begivenheder over, og jeg mangler indspil fra enkelte centrale personer, som af forskellige årsager ikke ønskede eller kunne assistere mig i min research. Historien bør derfor læses som det første bud på den kommercielle fitness-sektors historie, og som sådan fremstår den som et omfattende og velunderbygget postulat.

Det står læseren frit for at have andre opfattelser. Dette skal samtidig tages som en direkte opfordring til læsere, som sidder inde med interessant og relevant viden. Hvis der er personer, begivenheder, datoer eller årsagssammenhænge, som enten bør nuanceres, tilføjes eller rettes, tager jeg med glæde imod disse informationer.²

Afslutningsvis en tak til alle mine kolleger på Idrættens Analyseinstitut. De har bistået med indsamling af materiale og har undervejs i processen bidraget med konstruktiv kritik, korrekturlæsning, sparring, deadlines og gode diskussioner.

God læselyst
Kasper Lund Kirkegaard

Kapitelloversigt

Herunder gennemgås kort de forskellige kapitlers indhold

Kapitel 1

– Fitnessindustriens historiske rødder

Dette kapitel beskriver de historiske årsager til, at vi i dag oplever en eksplosiv vækst inden for den kommercielle breddeidræt eksemplificeret ved fitness-sektorens voksende betydning i almindelige menneskers fritidsforbrug. Omdrejningspunkterne er personer og begivenheder, som har spillet en afgørende rolle og derved gjort nutidens kommercielle fitnesskultur mulig. Kapitlet giver et kort bud på forskellige kropsidealers opståen, og hvorledes disse kropsidealer rent strukturelt har udviklet sig gennem historien. Kapitlet fokuserer på påfaldende mange ligheder i tidligere tiders og nutidens diskussioner om sundhed, krop og motion. Kapitlet er således et forsøg på at trække historiske tråde mellem fortid og nutid, hvilket sker gennem analytiske spring i tid og sted.

Kapitlet redegør for opfindelsen af og gennembruddet for en række af de første kommercielle og instrumentelle træningssystemer. Kapitlet behandler ligeledes den intensiverede kommercielle kropskulturs udvikling gennem historien samt den kommercielle fitness-sektors ligheder med idræts- og gymnastikbevægelsen. I kapitlet indgår også betragtninger om 'idealkroppens' sociale konstruktion og kroppens stigende samfundsmæssige betydning samt ikke mindst om den store interesse for den kropslige æstetik, som kan spores gennem historien.

Kapitlet er primært baseret på skriftlige kilder suppleret med en række nøglepersoners relevante baggrundsviden.

Kapitel 2

– Kommerciel fitness i en forbrugerkultur

Kapitel 2 er det første sammenhængende bud på den danske fitness-sektors historie.

Kapitlet beskriver den danske udvikling inden for den kommercielle kropskultur fra styrketræningens tidlige dage over bodybuildingens gennembrud og til fremkomsten af store kommercielt gennemtænkte fitnesskoncepter. Kapitlet fokuserer på centrale personers oplevelser og deres historiske betydning for nutidens kommercielle fitnessindustri. Der vil indgå en række foreningsbaserede betragtninger i afsnittet om aerobicens gennembrud i Danmark. Endelig fokuserer kapitlet på den historiske udvikling af forskellige træningskoncepter og deres betydning for fitnessindustriens succes.

Kapitel 2 er primært baseret på det afholdte historiske fitness-seminar i Odense på Syddansk Universitet samt på en række andre nøglepersoners personlige beretninger og synspunkter.

Kapitel 3

– Den danske fitness-sektors historie

Kapitel 3 er en sociologisk analyse af den kommercielle fitnessindustris succes.

Ud fra forskellige samfundsmæssige idrætspolitiske perspektiver giver kapitlet et bud på, hvilken rolle den kommercielle fitnesskultur spiller for det senmoderne menneskes identitetsdannelse. Kapitlet giver indblik i, hvorfor fitnessaktiviteterne er blevet til så populære træningsformer, og hvorledes fitnessindustrien på strategisk vis har gjort brug af det senmoderne samfunds store fokus på kroppens æstetiske udtryk. Afslutningsvis giver kapitlet en kort socioøkonomisk introduktion til den kommercielle fitnessindustris placering i oplevelsesøkonomien.

Kapitlet 3 analyserer fitnessindustrien ud fra et mere kritisk socioøkonomisk perspektiv og er baseret på idrætssociologisk og socioøkonomisk teori.

Tidstabel over vigtige begivenheder i fitnesshistorien

1735

Den første muskelmand kommer til Odense

En muskelmand ved navn Johan Friderick Schütz kommer på gennemrejse i Odense med sine "...stærcke Mans Konster". Muskelmandstraditionen finder senere i 1800-tallet vej til de mere organiserede kommercielle omrejsende cirkusmiljøer.

1800-tallet

1800-tallets begyndelse

Modelmalerier af nøgne modeller bliver almindeligt accepteret og udbredt via offentligt tilgængelige museer.

1839

Fotografiets opfindelse

Udbredelse og kendskabet til den visuelt æstetiske krop bliver evigt forandret.

1870 og frem

Gymnastikbevægelsen vokser på landet

Den mandsdominerede tyske idræts- og militærgymnastik erstattes gradvist af den svenske gymnastik, hvor gymnastikken tilpasses mennesket. Bondens krop bliver via gymnastikken rettet ud fra en foroverbøjet krumrygget holdning til en rank stilling med fremskudt brystparti.

1884/1885

De første kvindelige gymnastikpædagoger uddannes til delingsførere

Under svenskeren Sally Högström bliver den første deling danske kvindelige gymnastikpædagoger uddannet på Askov Højskole.

1891

Funktionel træning introduceres

Amerikaneren Alex Whitely introducerer sin funktionelle træningsmetode i bogen 'The Shortest Route and Fastest Time to Health & Strength or Practical Athletics for Busy People'.

1893

Eugen Sandows kommercielle gennembrud som bodybuilder

Den første verdenskendte bodybuilder Eugen Sandow får sit kommercielle gennembrud i New Yorks underholdningsmiljøer.

1894

Atletklubben Thor åbner

Som den første vægtløfterforening i Danmark åbner AK Thor i lokaler på Amager.

1896

Viggo Jensen vinder OL-guld i vægtløftning

Viggo Jensen, som deltager i de første moderne olympiske lege i Athen 1896, vinder både guld i skydning og vægtløftning, som ellers blot var hans sekundære idrætsdisciplin.

1898

Professor Attila åbner sit private træningscenter i New York

Grundlæggeren af progressiv træning åbner sit 'Studio og Physical Culture' i New York, hvor han introducerer styrketræning for en række af datidens førende atleter.

1900
og frem

Den grønne bølge

En af den grønne bølges pionerer, gymnastikpædagog Frode Sadolin, indfanger befolkningens nye store interesse for udendørs liv med begrebet 'friluftsliv'.

ca. 1900

Kvantificering af fysisk arbejde introduceres

Den amerikanske idrætspædagog og grundlægger Dr. Gulick introducerer det afgørende kommercielle træk med kvantificering af det fysiske arbejde med udgivelsen 'Ten minutes exercise for busy men'.

1901

Den første officielle skønhedskonkurrence for mænd

Den verdenskendte bodybuilder Eugen Sandow arrangerer i 1901 den første officielle bodybuilderkonkurrence for mænd. Konkurrencen finder sted i Royal Albert Hall i London under stor mediebevågenhed.

1902

Den første danske skønhedskonkurrence afholdes

Dansk Atlet-Union arrangerer den første skønhedskonkurrence for unge mænd, som bliver bedømt på kropsholdning og kroppens æstetiske udtryk. Konkurrencen løber frem til 1917.

1904

I. P. Müllers træningskoncept 'Mit System' udkommer

Med bogudgivelsen '15 Minutters dagligt Arbejde for Sundhedens Skyld' får I.P. Müllers stor betydning for hjemmetræningens udbredelse. Bogen bliver en overvældende kommerciel succes med 1,5 millioner solgte eksemplarer af bogen på verdensplan.

1915

Mary Willumsens fotografier forarger

I Danmark bliver Mary Willumsens billeder af nøgne kvinder på Helgoland badeanstalt fra 1915 omdrejningspunkt for stor interesse og diskussion.

1920

De første kommunale svømmehaller

De første svømmehaller opføres og giver mulighed for svømmetræning. Svømmesportens krav til firkantede bassiner medfører en gradvis adskillelse af den velværeorienterede badeoplevelse, der får kommercielt potentiale.

1921

Charles Atlas vinder 'World's Most Handsome Man'

Amerikaneren Charles Atlas bliver kendt for sine populære træningskoncepter uden vægttræning, som man køber pr. postordre.

De kommercielle træningsmagasiners gennembrud

Amerikaneren Bob Hoffmann grundlægger magasinet "Strength and Health" og baner vejen for mange andre livsstilsmagasiners eksistens. Med en blanding af fysisk træningsmanualer, artikler om aktiv og sund livsstil og en markedsføring via bodybuilders veltrænede kroppe får magasinernes stor kommerciel succes.

1940

Ungdom og sundhed bliver synonymer

Den ihærdige sundhedsapostel Carl Ottosen kæder begreberne ungdom sammen med sundhed, energi, livskraft og tro på fremtiden. Denne sammenkædning skulle vise sig at rumme et stort kommercielt potentiale.

1946

Det internationale bodybuilderforbund IFBB dannes

Amerikaneren Ben Weider bliver i Canada som leder af IFBB, mens hans bror, Joe Weider, rejser den vestlige verden rundt for at promovere og udbrede bodybuilding som sport og livsstil.

1930'erne
til
1950'erne

Bodybuildingens guldalder i Californien

Den såkaldte Muscle Beach i Santa Monica fostrer mange centrale skikkelser i den kommercielle fitnessindustri. Blandt andre Steve Reeves, som bliver den første bodybuilder med en stor filmkarriere samt manden bag den første universelle fitnessmaskine, Harold Zinkin.

ca. 1950

Poul Holms Sportsmagasin udgiver den første salgsbrochure om bodybuilding

Den alsidige sportsforretning P. H. Sportsmagasin i København sælger bodybuilderredskaber med stigende kommerciel succes.

1953

Vægtløfterkonkurrence i Københavns Idrætshus på Østerbro

De to verdensberømte vægtløftere Tommy Kono og Norbert Schemansky poserer i Idrætshuset på Østerbro efter at have sat verdensrekorder kort forinden. En aldrende Bob Hoffmann var også selv til stede. Stævnet inspirerer mange atleter til at styrketræne med henblik på at udvikle en harmonisk krop.

1959

Århus Muscle Studio åbner

Det første privatejede styrketræningscenter åbner i Århus under Jens Lind.

1960

Club Roma åbner

I en villa på Danasvej på Frederiksberg i København åbner det første offentligt tilgængelige styrketræningscenter under den tidligere fodboldtræner José Victor. Club Roma bliver centrum for en spirende københavnsk bodybuilderkultur.

1961

Form & Figur åbner på Østerbro

Det lille træningscenter spiller i modsætning til de andre tidligere styrketræningscentre på træningens æstetiske og sundhedsfremmende virkning. Form & Figur udvikler sig under Tage Nielsens lederskab til den til dato største fitnesskæde i Danmark målt på antallet af centre.

1965

Den første Mr. Olympia for mænd afholdes

Joe Weider og IFBB arrangerer Mr. Olympia, som siden skal udvikle sig til at blive den mest prestigefulde bodybuilderkonkurrence for mænd. Larry Scott vinder med sine dobbeltmarkerede biceps.

Lyngby Motionscenter åbner på Buddingevej

Mogens Trane åbner et styrketræningscenter i Lyngby og iværksætter en produktion af træningsudstyret 'Scan Fit'.

1971

Sven-Ole Thorsen åbner Sporting Health Club

I Københavns centrum i Gothersgade åbner den ledende skikkelse i det københavnske bodybuildermiljø, Sven-Ole Thorsen, sit eget styrketræningscenter.

1972

Styrketræning og fitness introduceres i foreningsregi

Odense Body Building Club (OBBC) starter sine aktiviteter i kælderlokaler på Risingskolen, men flytter til større lokaler et par år efter. Her udvikler OBBC sig til et af lokalområdet førende fitnesscentre.

1977

Fimlen 'Pumping Iron' får dansk premiere under titlen 'Sagen er bøv'

Filmen med den verdensberømte amerikanske bodybuilder Arnold Schwarzenegger i hovedrollen får dansk premiere i Delta Bio. Arnold Schwarzenegger deltager og bliver med en spektakulær iscenesættelse af Sven-Ole Thorsen et afgørende gennembrud for bodybuilding og styrketræning i Danmark.

1978

Kvindelig bodybuilding introduceres

Udviklingen fra skønhedskonkurrencer til bodybuilderkonkurrencer stadfæstes med konkurrencen 'U.S. Women's National Physique Championships'. Konkurrencen finder sted i 1978 i Canton, Ohio.

1979

Dansk Body-Building Forbund stiftes

DBFF bliver stiftet af Sven-Ole Thorsen, som arrangerer de første danske mesterskaber for mandlige bodybuildere i et udsolgt Odd-Fellow Palæ. Fra 1981 arrangerer DBFF også mesterskaber for kvinder. I 1981 bliver Sven-Ole Thorsen kuppet og smides af formandsposten.

1980

Den første Ms. Olympia for kvinder afholdes

Rachel McList vinder den første bodybuilderkonkurrence for kvinder i Philadelphia. Den svenskfødte Anniqa Fors deltager for Danmark og får en 16. plads. Lisser Frost-Larsen deltager fra Danmark i de følgende år og får i 1983 en af de bedste danske placeringer med en samlet sjetteplads.

1981

Nautiluskonceptet kommer til Danmark

Det første strategisk gennemtænkte, kommercielle træningskoncept kommer til Danmark med introduktionen af det første Nautiluscenter på Ørnevej i København NV. Bag introduktionen af træningskonceptet står Jørgen Albrechtsen, der er en central og kontroversiel figur i den danske fitnesskultur.

1982

Den første store dopingskandale i det danske bodybuildermiljø

Til danmarksmesterskaberne i bodybuilding for kvinder kolliderer en kun 17-årig deltager efter at have indtaget hormonpiller i månederne op til konkurrencen.

Mike Mentzer kommer forbi Danmark

I Form & Figurs fitnesscenter i Strynøgade i København kommer den berømte amerikanske bodybuilder Mike Mentzer forbi og fortæller om sit træningskoncept 'Heavy Duty System'.

1983

Aerobics kommer til landet

Charlotte Bircow deltager i den første danske aerobic time i Sweat Shop i København i 1983. Samme år kommer Dorthe Jakobsen og Ina Thanild hjem fra studieophold og introducerer aerobic i henholdsvis det private Studie 83 i Viby ved Århus og Greve Idrætsforening.

1984

DGI arrangerer de første af mange aerobickurser

I årene der følger udvikler folkelige danske gymnastikforeninger sig til centrale aktører inden for aerobickurser og -seminarer.

1985

Nautilus bliver til Fitness Club

Jørgen Albrechtsen omdanner Nautiluskæden til Fitness Club. Kunderne træner stadig efter nautilusprincipperne, men der satses også på konditionstræning og holdundervisning med aerobic.

1991

Økonomisk krise i de to førende danske fitnesskæder

Jørgen Albrechtsens Fitness Clubs og Tage Nielsens Form & Figur går konkurs. De resterende kommercielle fitnesscentre oplever i årene efter en generel skepsis fra bankverdenen, og mange centre lukker eller omdannes til foreninger.

1993

Hans-Henrik Palm overtager en række fitnesscentre i hoteller

Med sine gode talegaver får Hans-Henrik Palm overtalt en lokal bank til at finansiere opkøbet af en række fitnesscentre, som alle ligger i SAS-hoteller. Kæden hedder Form & Fitness og udvikler sig til den landsdominerende kæde inden for få år.

Equinox

Kim Sørensen Ravn grundlægger fitnesskæden Reebok fitness, som senere omdøbes til Equinox.

Baller af stål

Charlotte Bircow udgiver sin første træningsvideo med titlen 'Baller af stål'.

1994

Spinning kommer til Danmark

Henrik Withen introducerer med stor succes sin hjemmelavede spinningcykel og Charlotte Bircow udfylder den energiske instruktørrolle.

1995

PBS-betalingsystemet introduceres

Bankernes nye PBS-betalingsystem er en effektiv opkrævningsmetode, som er stærkt medvirkende til at genrejse den kommercielle fitness-sektor, der med systemet får mulighed for at planlægge økonomien bedre end tidligere med mere stabile betalinger fra kunderne.

1997

Konditionstræning overtager

Hans-Henrik Palms fitnesskæde slår i 1997 ind på en ny afgørende strategi med introduktionen af Technogym-maskinerne, som er højmoderne, veldesignede konditionsmaskiner.

1999
-2000

24 Hour Fitness kommer til Skandinavien

Den amerikansk ejede fitnessgigant opkøber 70 fitnesscentre fra markedsførende skandinaviske fitnesskæder.

2001

Fitness på dansk

Fitness dk dannes som et dansk modsvar til den amerikanske fitnessgigant og åbner det hidtil største danske fitnesscenter på Østerbro i København.

2002

24 Hour Fitness forlader Skandinavien

Med store økonomiske underskud forlader den amerikanske fitnesskæde Skandinavien. Kapitalfonden Nordic Capital køber 74 centre og samler dem under Skandinavien største fitnesskæde SATS.

2004

Skandinavien største fitness og wellnesscenter åbner i Valby

Fitnesskæden Equinox åbner Skandinavien største fitness-center i Valby på over 7.000 kvadratmeter. Som noget relativt nyt introducerer centeret store wellness-miljøer for sine kunder.

2005

Fitness dk fusionerer med Fin Form-kæden

Fitness dk påbegynder med Hans-Henrik Palm i spidsen opkøb af en række konkurrerende fitnesskæder. Med opkøb af først Fin Form og senere Hard Work bliver fitness dk med ét Danmarks førende fitnesskæde med i alt 37 fitnesscentre.

SATS Danmark får styr på økonomien

SATS Danmark vender et stort underskud til det første beskedne driftsoverskud.

2006

DFHO stiftes

Dansk Fitness og Helse Organisation (DFHO) bliver stiftet som fitness-sektorens brancheforening. Den tidligere overborgmester i København Jens Kramer Mikelsen bliver valgt som bestyrelsesformand. DFHO tildeles af Kulturministeren en plads i Anti Doping Danmarks bestyrelse.

Nye ejere af danske fitnesskæder

Parken Sport & Entertainment opkøber fitness dk for 300 mio. Selskabet Tryg i Danmark køber fitnesskæden SATS. Det islandske holdingselskab, Threk Holding Denmark A/S køber Equinox-fitnesskæden efter at ejeren forinden er blevet dømt for momssvindler.

2007

Undersøgelse af fitnesscentre

Forbrugerstyrelsen lancerer en stor undersøgelse og test af danske fitnesscentre. Testen møder hård kritik fra fitness-sektoren.

Fitnessindustriens historiske rødder

Nutidens fitnessindustri er skabt af ihærdige ildsjæle og konkrete historiske begivenheder, der har spillet en afgørende rolle for den deltagerbaserede idræts kommercialisering. Hvilke historiske forudsætninger ligger til grund for, at vi i dag oplever en eksplosiv vækst inden for den kommercielle deltagerbaserede breddeidræt eksemplificeret ved fitnesssektoren? Hvorledes går det til, at idræt og motion gradvist udvikler sig fra en frivilligt organiseret fritidsbeskæftigelse til en kommerciel vare?

Den kommercielle fitnesssektors historie er en nuanceret og sammensat fortælling. Hvorfra kommer den store fokus på kroppens udseende, og hvordan opstår forskellige tiders kropsidealer overhovedet? Hvad er logikken i kropsidealers udvikling? Og hvordan går det til, at motion og idræt, der i 1900-tallet var en beskæftigelse, som frivilligt drevne idrætsforeninger tog sig af, på ganske kort tid er blevet til noget, som mange mennesker gladelig betaler masser af penge for at få lov til at dyrke?

Dette kapitel er et forsøg på at give en række sandsynlige svar på disse spørgsmål ved at fokusere på de historiske forudsætninger, sammenhænge og begivenheder, som har gjort nutidens succesfulde kommercielle fitnesskultur mulig.

Historisk perspektivering – konstruktionen af et vestligt kropsideal

Hvor end man kigger hen i den kommercielle kropskulturs historie, finder man henvisninger til oldtidens Grækenland og den kropskultur, som man dér både praktiserede i kunsten og idrætten.

De græske atleter og de mytologiske helte- og gudeskikkelser repræsenterer forestillingen om

et bestemt kropsideal, som genfindes igen og igen i fitnesshistorien. Blot for at give en række eksempler:

I starten af 1920'ernes USA blev den senere berømte fitnessguru Charles Atlas (1882 - 1972) kåret som 'World's Most Handsome Man' i en store privat skønhedskonkurrence. Han havde fået tildelt navnet Atlas efter det græske sagn om titanen Iapetos' søn, der som straf fra Zeus skulle bære himmelhvælvingen på sine skuldre

” De græske atleter og de mytologiske helte- og gudeskikkelser repræsenterer forestillingen om et bestemt kropsideal, som genfindes igen og igen i fitnesshistorien.

ude ved verdens ende. Atlas var et velvalgt øgenavn, da det i overført forstand betyder 'den, der holder ud'.³

Charles havde nemlig gennem streng vedholdende træningsdisciplin udviklet en sig fra at være en spinkel lille dreng til en flot og smidig mand, med en smuk og imponerende krop. Hans smukke maskuline fremtoning gjorde, at han vandt konkurrencen i flere år i træk med det resultat, at arrangøren trak sig tilbage med besked om, at man ved Charles nu havde fundet den fuldendte

og perfekte kropsbygning, hvorfor der ikke var grund til at afholde flere konkurrencer.

I en efterfølgende tale takkede Charles statuen af heltefiguren Herkules, der stod på Brooklyn Museum, for i sin tid at have vækket hans interesse for bodybuilding som ung. Herkulesstatuens muskuløse udseende havde vækket hans interesse for kropslig æstetik og gjort denne til en levevej. I lighed med Herkules' historie med de 12 anstrengende styrkeprøver, var hans eget liv også et eksempel på, at man ved kamp, disciplin og vilje kunne opnå store belønninger. I mytologien fik Herkules den evige ungdoms gudinde samt gudestatus som belønning, mens Charles Atlas fik mod og held til at opbygge et forretningsimperium med direkte forbindelse til hans krops fysiske udseende.

Også de senere internationalt kendte professionelle bodybuildingskonkurrencer, hvor toptrimmede bodybuilderatleter kæmpede om titlen som Mr. eller Ms. Olympia, vidner ligeledes om forbindelsen til det gamle Grækenland. Olympia var det sted, hvor man i ca. 1000 år afholdt de oprindelige olympiske lege.⁴ Blandt de talrige muskelmænd og bodybuildere, der i tidens løb har gjort professionel karriere i forskellige kommercielle sports- og underholdningsmiljøer finder vi, at navne og figurer fra såvel det romerske rige som oldtidens Grækenland optræder med deres kunstner- og øgenavne. Datidens kropsidealer går igen i nutidens vestlige kommercielle kropskultur og er udtryk for en tydelig sammenhæng mellem oldtiden og konstruktionen af et vestligt kropsideal.

Fascinationen af den veltrænede krop er dog ikke naturgiven. Skønhedsidealene er i høj grad sociale fænomener, som ikke kan eksistere uden et samfunds kollektive bevidsthed, hvor der konstrueres stærke forestillinger om, hvad en normal krop er,

hvordan kroppen skal opføre sig, og hvordan den normale krop står i opposition til en eksemplarisk krop. Forskellige kulturer har således formet vidt forskellige kropsidealer og har ligeledes divergerende normer for kroppens opførelse. Kulturer konstruerer rammerne for det kropsligt tilladelige, og på denne måde er kroppens udtryk og udseende *"... altid udtryk for en given kultur."*⁵

På trods af, at skønhedsidealene ændrer sig over tid og har antaget mange forskellige udtryksformer i tidens løb, synes en tilbagevendende fascination af en æstetisk, muskuløs og veltrænet mandekrop som et kropsideal at have haft en central plads i mange forskellige historiske sam-

” Fascinationen af den veltrænede krop er dog ikke naturgiven. Kroppens udtryk og udseende er altid udtryk for en given kultur.

menhænge. Både i forbindelse med en grundlæggende seksualdrift mellem kønnene, men også som et æstetisk kunstnerisk objekt, der kunne give social status og økonomiske fordele. Det maskuline muskuløse kropsideal har på trods af mange forskellige udsving i forestillingerne om 'det smukke' således konstant formået at vende tilbage i historien.

Idealet om den muskuløse mandekrop er noget, man først og fremmest kender fra oldtidens græske gudeskikkelser og den klassiske græske atletfigur. Disse er eksempelvis gengivet i talrige skulpturer fra Grækenlands højklassiske periode, som senere inspirerede romerne og senere endnu blev genopdaget i kunstens renæssanceperiode.⁶ De signaler, som de klassiske græske atletskulpturer repræsenterer, har haft afgørende indflydelse på nutidens vestlige idealforestillinger om den fysiske krops udseende og måske i endnu højere grad på de vestlige forestillinger

om, hvilke funktioner den menneskelige krop skal udfylde i et samfund, hvor der er fokus på produktivitet og resultater. Skulpturer fra oldtidens Grækenland er ofte portrætteret i øjeblikke med fysisk anstrengelse eller i situationer umiddelbart, før en fysisk prøve finder sted. Den mest berømte af dem findes i Myrons klassiske diskoskaster.⁷ På den måde er statuerne udtryk for et aktivt maskulint kropsideal, der harmonerer godt med nutidens vestlige samfundsnormer

om en aktiv, konkurrenceorienteret og effektiv mandekrop.

Selvom der er en tydelig sammenhæng mellem det klassiske græske mandlige kropsideal og den vestlige vestens fascination af mandens muskuløse og smidige krop, er fortællingen om den kommercielle krop sammensat og nuanceret. For at forstå, hvorfra idealer kommer, må vi tage langt tilbage til tiden, da kroppen hovedsageligt havde en praktisk og funktionel betydning.



Kopi af Myrons klassiske diskoskaster, som den ser ud i Botanisk Have. Originalen er fra ca. 250 f. Kr.

Kropsidealers udvikling – fra funktionel betydning til æstetisk symbol

Kroppen har som æstetisk objekt ikke fyldt så meget i fortiden, som den gør i nutiden. Idealisering i tidlige tider har først og fremmest beroet på en funktionel karakter. Fascination har eksempelvis været forbundet med mandens evne til at jage og skaffe føde og har ikke været så centreret om mandens kropsæstetiske udtryk, som i nutidens kommercielle kropskultur. Mandekroppens funktionelle betydning har haft en afgørende praktisk betydning i den elementære kamp for overlevelse og heraf er det sandsynligt, at der i mindre samfund ganske hurtigt er blevet konstrueret en social orden,⁸ hvor de dygtigste mænd er blevet til stammesamfundets autoritære skikkelser, fordi de besad en evne ud over det sædvanlige og normale.

De forskellige køn – manden og kvinden – har ligeledes haft forskellige kønsspecifikke idealer og normer knyttet til kroppens praksis. Et afgørende element i teorierne om de tidligste tider går på, at der i forskellige jæger- og samlersamfund skete en afgørende arbejdsdeling mellem skaffere (mænd) og omsorgspersoner (kvinder), som rent logisk alene kan være fremkommet i samfund med længerevarende stabile og sociale relationer. Mændene var det køn, der rent fysisk var mest egnet til at skaffe føden. Til dette blev der brugt redskaber, og man nedlagde, parterede og transporterede jagtbyttet i fællesskab. Kvinden blev familiens omsorgsperson med ansvar for de nære sociale relationer til børnene. Arbejdsdelingen mellem en gruppes køn og individer har medført en stor indbyrdes social afhængighed, som byggede på tillidsrelationer.⁹ Der er sandsynligvis i kølvandet på denne arbejdsdeling opstået forestillinger, normer og praksis for hvad 'den succesfulde jæger' og 'en gode moder' var, og de sociale normer har fungeret som rettesnor for individets opførsel ud fra en bred betragtning om de bedst mulige overlevelsesmuligheder. Den succesfulde jæger

har ligeledes haft en stor konkret social betydning for gruppens indbyrdes sammenhold. Tillidsrelationer mellem gruppens individer kunne blive bekræftet og styrket, når byttet blev delt mellem kønnene og mellem de succesfulde og mindre succesfulde jægere.

Idealforestillinger om 'den gode jæger' er blevet konstrueret i billedet af en tillidsfuld og funktionelt dygtig person, der har en klar samfundsmæssig betydning i kraft af evnen til at skaffe føde. Dertil har idealet været retningsgivende for en række disciplinerende normer i form af en moralkodeks, hvor rammerne for individets aktive handlen er blevet defineret ud fra, hvad der tjente gruppen på lang sigt. På den måde har fremvæksten af (civil)samfund været regulerende for individets individualitet, og således "*... bygger enhver civilisation på et vist mål af drifts-afkald og underkastelse fra sine medlemmer*".¹⁰ De stammesamfund, der besad evnerne til at rette individualiteten ind efter arbejdsdelingens sociale love og overholde de sociale normer for individets opførsel, havde givetvis bedre muligheder for at overleve på længere sigt. Der er således i darwinistiske termer sket en 'naturlig udvælgelse' til fordel for de stammesamfund og de individer, der besad evnerne til at rette sig ind under normerne, lave en fornuftig arbejdsdeling, planlægge fremtiden og kommunikere.¹¹

De to køn har således fungeret som en social sikring for hinanden, og gruppens eksistens har via en udspreddning og fordeling af risici været et tidligt eksempel på 'risk management', som på lige fod med kroppens fysiske udseende har udviklet sig til en særdeles lukrativ forretning i nutidens forskellige forsikringsbrancher. Hvis der er korrekt, at mandens fysiske styrke og den funktionelle mandekrop har placeret sig højere i det naturlige sociale hierarki, er forestillingerne om et 'godt liv' sandsynligvis også forbundet med evnen til at kunne præstere og yde en positiv samfundsindsats. Samfundsordenen

har i denne logik ligeledes medført en naturlig samfundskonstrueret beundring af 'den dygtige jæger' som et efterstræbelsesværdigt fænomen. Disse idealiseringer har ganske givet været et centralt element i børns leg og i stammesamfunds grundlæggende forestillinger om et fremgangsrigt og trygt liv. Men også på et symbolsk plan har idealet stået som en vigtig ledestjerne for samfundets individer. Det ser således ud til, at fascination og idealisering er baseret på en klar funktionel evne og en klar praktisk betydning. Som vi vil få at se, forholder det sig ikke sådan senere i historien.

Skønhedsidealernes indre logik

Den præstationsdygtige funktionelle krop har sandsynligvis ikke været det samme, som det vi i dag kender og opfatter som 'den smukke krop'. Spørgsmålet er, om idealforestillinger om 'det smukke' og den æstetiske krop overhovedet har været artikuleret i fortidens mindre udviklede samfund. Næppe på den måde som vi kender det i nutidens vestlige samfund. Årsagen er den, at et civilsamfund skal have opbygget et vist kulturelt overskud, før kunst og samfundskonstruerede idealforestillinger om 'det smukke' træder frem som en synlig praksis i kunst eller sprog.

Selve fascinationen af den maskuline muskuløse skikkelse er selvsagt umulig at datere præcist. Som skrevet ovenfor, kender vi den først og fremmest fra de græske statuer, men de første skulpturelle kropsgengivelser, som minder om et vestligt maskulint kropsideal, er fundet tidligt i Grækenland omkring år 700 før vor tidsregning. Her fandt man blandt andre bronzefigurer offerfiguren Mantiklos, hvor vi netop har kombinationen af de brede skuldre, de tydeligt markerede brystmuskler og den smalle hofte,¹² som senere skulle komme til at danne udgangspunktet for et enormt kommercielt potentiale.¹³

De første idealbilleder af kvindekroppe er givet som en funktionel skikkelse med en klar positiv, praktisk betydning for samfundet. Den tidlige idealisering af kvinden har været fremstillet som en samfundskonstrueret beundring af kvindens frugtbarhedsevne, forstået som kvindens evne til at give liv. Et eksempel på dette er det stærke frugtbarhedssymbol fra istiden, som man ser hos den verdensberømte figur Venus af Willendorf.¹⁴ Et samfund fra denne tid har givet været karakteriseret ved konstant ressourceknaphed, hvilket har gjort forestillingen om en overnaturligt frodig kvindeskikkelse til et guddommeligt kropsideal med en klart funktionelt og samfundsnyttig betydning.



Venus af Willendorf er et frugtbarhedssymbol fra istiden, som givet har haft stor betydning for idealiseringen af kvindekroppen. Foto: Matthias Kabel. Creative Commons License.¹⁵

Den lange proces hen mod det kvindelige skønhedsideal, vi i dag kender i Vesten, er på mange måder historien om en disciplinering af kvindekroppens seksuelle tiltrækningskraft. I de lange historiske udviklingstendenser er der således tendens til, at kvindens idealbillede går fra at være en funktionel praktisk forestilling til et æstetisk objekt. I kommercielt perspektiv udvikles kvindens skønhedsideal langsomt til et kunstobjekt i sig selv, der som selvstændig kommerciel kategori udvikler enorme kommercielle potentialer, som stammer fra lige dele beundring og misundelse. Den uopnåelige skønhed sælger sig selv til dem, der vil efterstræbe den. Sammenhængen mellem den tidlige funktionelle frugtbarhedstilbedelse og nutidens æstetiske skønhedsopfattelse er, at der i begge tilfælde er tale om en beundring og en tilbedelse af det uopnåelige, som adskiller sig fra den naturlige krop.

Hovedtendensen i de kulturelle og historiske strukturelle udviklinger i kropslige idealforestillinger er således noget, der ofte udvikler sig i opposition til det 'normale udseende': "*Når vi udtrækker, barberer og klipper hår, er det kunstig fjernelse af legemsdele. Frisurer er modebestemte deformationer. Hos det indianske kragefolk er det kvinderne, der har kortklippet, og mændene der har langt hår. Det er bemærkelsesværdigt, at glathårede racer med flid fremkalder krøller, og krøllede gør, hvad de kan for at udglatte dem. Folkeslag med tyndt og kort hår stiver det af ved at smøre det ind med ler, talg, kogødning og sætter det plastisk op med dyrehår og fjer*".¹⁶ Man har så at sige disciplineret sit udseende for at distancere sig fra naturens udseende for at leve op til forskellige skønhedsideal.

Det skal understreges, at der sideløbende med opblomstringen af et vestligt krops- og skønhedsideal findes andre forestillinger om kroppens udseende og funktion. I andre dele af

verden og i andre tider er forestillingen om mandekroppens fysiske funktion langt mindre udbredt – f.eks. giver den stillesiddende, dybt koncentrerede Buddha et radikalt anderledes kropsudtryk, som handler om erhvervelsen af en indre psykisk energi i rejsen mod Nirvana. Også det kinesiske bevægelsessystem 'tai chi' refererer til en indre poetisk livsenergi, som står i stærk kontrast til det fysisk aktive vestlige kropsideal.¹⁷ De mange forskellige kulturers kropsidealer må dog i denne sammenhæng

” Kropslige idealforestillinger er noget, der udvikler sig i opposition til det 'normale udseende'.

vige for et nærmere studie af den aktive vestlige æstetiske krop.

Idealiseringen af 'det smukke' og 'det smukkes' kommercielle potentialer

Det bemærkelsesværdige i den historiske udvikling er, at idealforestillingerne om kroppen som funktionelt objekt langsomt bliver erstattet med den vestlige verdens idealbilleder om kroppens udseende som æstetisk kunstnerisk objekt. Denne forandring sker gradvist over tid og i takt med opblomstringen af forskellige civilisationer. Skønhedsideal og samfundsforestillinger om 'det smukke' dukker således op langt senere i historien i forbindelse med, at civilisationens basale eksistens i Maslowsk forstand er sikret.¹⁸ Derved bliver der frigjort en kulturel kapital – en slags ikke mentalt overskud, som blandt andet medfører samfunds-skabte forestillinger om 'det smukke'. Disse forestillinger viser sig i den menneskelige produktion, men måske tydeligst i kunst og arkitektur. Mennesket er i disse overskudssituationer bedre i stand til at skabe stærke forestillinger og normer for, hvorledes det æstetisk smukke skal tage sig ud,¹⁹ og der udvikles i sammenhæng hermed ligeledes stærke socialt regule-

rende normer for den rette kropslige opførelse og adfærd.

De stærkeste forestillinger om mode- og skønhedsidealiserer er samtidig først og fremmest noget, der tilhører de samfundsklasser, som har haft kulturelt og økonomisk overskud til at interessere sig for kroppens signalgivende udtryk og iscenesættende symboler. Essensen er, at kropsidealer ofte har været i opposition til den normale krop, som blev formet af tidens arbejdskrav²⁰ og naturens begrænsede ressourcer.²¹ For eksempel har den kvindelig skønhed været kendetegnet ved, at man i forskellige kulturer har haft kraftige normer for, at kvindens kropslige naturlighed skulle disciplineres og ændres for at kunne distancere sig fra den almindelige krop, det almindelige udseende, som var formet af fysisk nedslidende kvindearbejde. Den eftertragtede kropslige skønhed krævede også dengang en fysisk disciplinering. Den smukke krop og det smukke udseende var dengang som nu et konkret stykke arbejde, der skulle passes og plejes. Dette skete blandt andet ved indsnævring af kvindens overkrop i form af korsettet, som dominerede overklassens mode fra 1830'erne til 1890'erne: *“Den uhæmmede krop blev i denne periode opfattet som et symbol på moralsk tøjlesløshed; den usnørede krop afspejlede en slap moral. Samtidig var korsettet den uvirksomme overklassens kendetegn, idet en snøret kvinde var ude af stand til at kunne udføre manuelt arbejde.”*²²

De kropslige modetænder var tæt knyttet til selve bevidstheden om kroppens stærke sociale symbolske betydninger. Overklassens distancering fra det hårde fysiske udendørs arbejde og unødvendige kropslige bevægelser var et af de helt centrale elementer i distanceringen til andre samfundsklasser. I modsætning til almenen, som nødvendigvis bestandig var i bevægelse, var, skal vi tro sundhedslitteraturen, byborgerskabets liv stillesiddende. Denne distanceringslogik viste

sig også som en synlig iscenesættelse via den hvide tøjmode, så alle tydeligt kunne se forskel på de sortklædte tjenestefolk og den hvidklædte overklasse. I industrialiseringens tidlige periode blev den hvide mode også overført til en idealisering af det blege udseende: *“I århundreder var solbrun hud ligefrem et fattigmandsmærkat - et tegn på hårdt, udendørs arbejde i den bagende sol. Og i 1600-tallets England gik kurtisaner og aristokratiet villigt til ekstremer for at bevare askefarvet bleghed - de malede deres ansigter med tung, hvid make-up, som bestod af en giftig blanding af kulhydroxider og blyoxider. Langt ind i det 20. århundrede var det håbløst umoderne at udsætte sin hud for sollys, tøjene dækkede det meste af kroppen og damerne promenerede med parasoller. Det var først for nyligt, at en permanent gyldenbrun hud blev et symbol på strålende helbred, rigdom og skønhed.”*²³ Den hvide hud var et visuelt socialt statussymbol, som den moderat brune er det i dag.

De samfundskonstruerede idealforestillinger om skønhed er således ofte noget, der ændrer sig i opposition til samfundets generelle udvikling, hvor arbejdslivets indretning og det heraf afledte kropsudtryk, kropsholdningen og det normale udseende har været de kropsudtryk, som overklassens kulturelle og økonomiske overskud har distanceret sig fra i en visuel kropslig og materiel manifestation. I denne sammenhæng er kroppen og beklædningen i højere og højere grad blevet anvendt som tydelige signalgivere om personens sociale status, overskud og autoritet.

Dette fænomen er fortsat med intensiveret styrke op til nutidens senmoderne forbrugssamfund. Gennem erhvervelsen af originale, smukke og dyre beklædningsgenstande, der signalerer økonomisk velstand og kulturelt overskud, har markedet tidligt set sit kommercielle potentiale ved at koble de æstetiske forestillinger med forbrug af dyre produkter. Et afgørende kendetegn hos nutidens overklasse består i at kunne forbruge for

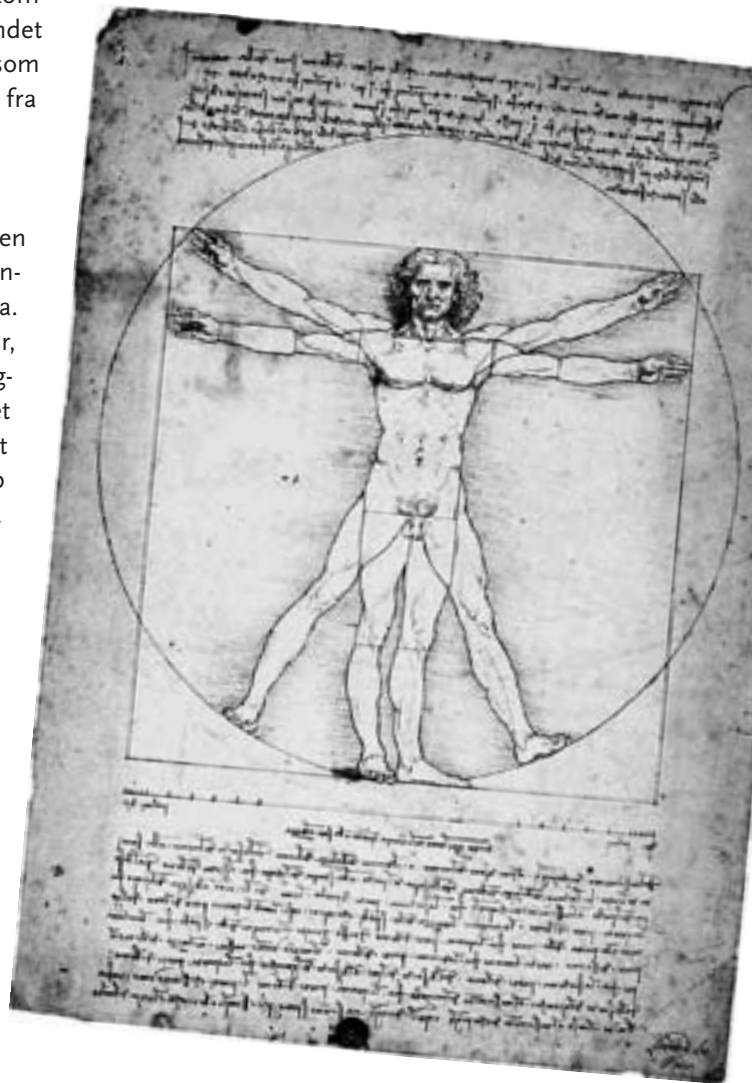
at kunne tilhøre en eksklusiv gruppe af attraktive moderigtige og kropsbevidste mennesker. Hvor det kommercielle potentiale tidligere var centreret om overklassens efterspørgsel, besidder middelklassen i dag med dens voksende økonomiske muligheder ligeledes et stort kommercielt potentiale. Produkter fremstilles således til stort set alle økonomisk interessante målgrupper. Til de, der ikke har råd til originale mærkevarer, fremstilles vellignende kopivarer, som muligvis har de samme funktionelle egenskaber, men som ikke sender de 'ægte' signaler, hvis man ser efter i sømmen og syningen.²⁴ Det kommercielle udgangspunkt, som har fundet sted inden for kroppens univers, har som sit kerneprodukt tilbudt adskillelsen fra det normale.

Kunstens udbredelse af kroppen

I forbindelse med renæssancen sker en skærpelse af den æstetiske sans i samfundet, som får stor betydning inden for bl.a. malerkunst, skulpturkunst og arkitektur, hvor symmetri, harmoni og regelmæssighed bliver de dominerende udtryk i det æstetiske udtryk. I den skulpturelle kunst genopdages den klassiske græske krop som et æstetisk og kunstnerisk objekt. Idealet blev igen den aktive krop med et selvstændigt, virksomt og skabende menneske som ideal. Renæssancens periode var overordnet præget af en mere rationel orientering og en kultur med menneskets spirende naturvidenskabelige interesse som centralt midtpunkt samt en kunstnerisk nysgerrighed som drivkraft. Kunstens udtryk blev generelt set mere realistisk og virkelighedsefterlignende; blandt

andet på grund af en interesse for lys og skyggers sammenspil, en søgen mod virkelighedstro farvekombinationer samt anvendelse af centralperspektivet²⁵ som udgangspunkt for maleriets motiv, da dette kunne skabe en virkelighedsnær dybde- og rumfornemmelse.

Leonardo da Vincis (1452 - 1519) interesse for kroppens harmoniske størrelsesforhold resulterede i forsøget på at påvise, at det såkaldte 'gyldne snit',²⁶ som forskere og filosoffer siden



Leonardo da Vincis Vitruvienske mand, dateret til 1492. De detaljerede optegnelser beskriver idealkroppens symmetriske sammenhæng

har beskæftiget sig indgående med, også ligger til grund for menneskekroppens proportioner. Således lavede han den verdensberømte skitse over menneskefiguren i 'Den vitruvianske mand', hvor han forsøgte at anskueliggøre, at menneskekroppens harmoni var bestemt ud fra et pentagram, hvor linjerne skærer hinanden i det gyldne snit. Dette skulle være udtryk for en fuldkommen og harmonisk krop.

De i samtiden langt mere kendte kunstnere Donatello (1386-1466) og senere Michelangelo (1475 - 1564) var i deres kunstneriske virke direkte medvirkende til at genskabe den klassiske græske krop som et nyt kropsideal. Et tydeligst eksempel på dette er den verdensberømte skulptur 'David' fra starten af 1500-tallet, som på mange måder er et udtryk for den idealkrop, som indeholder et stort kommercielt potentiale.

Davids kropsfigur kan på mange måder ses som den ultimative udgave af nutidens vestlige mandekrop, som man siden har vendt tilbage til som et eksempel på mandens idealkrop. Der er tale om et disciplineret kropsudtryk, hvor især det markerede brystparti, de lange smidige muskler og den slanke kropsbygning gør det ud for idealkroppens symmetriske sammensætning.

Gennem renæssancekunstens udbredelse op gennem 1600- og 1700-tallet blev kroppen som æstetisk objekt, gradvist mere almindelig. Kroppen finder således med renæssancen igen sin plads i kunsten som æstetisk objekt. De første store offentlige museer bliver etableret fra 1700-tallet og frem,²⁸ hvilket medvirkede til en demokratisering af kunsten med stor betydning for almenbefolkningens muligheder for at se og opleve den på nærmeste hold. Her spillede den danske billedhugger Bertel Thorvaldsen med sine stilrene skulpturer en væsentlig rolle på den internationale scene. I den første del af 1800-tal-

let fik den nøgne kvindekrop også sit gennembrud i malerkunsten: "Hidtil havde det kun været

Især det markerede brystparti og de lange smidige muskler gør det ud for idealkroppens sammensætning.

tilladt at tegne efter nøgne mandlige modeller, men som noget virkelig revolutionerende indførte Eckersberg maleøvelser efter kvindelig model...".²⁹ Fra museernes kunst fik almenbefolkningen gradvist et indtryk af forskellige tiders portrættering af kroppen som fysisk og æstetiske objekt. Dette har ligeledes medvirket til at forstærke og



Michelangelos 'David'-statue fra myten om Davids kamp mod kæmpen Goliat. Denne davidfigur adskiller sig væsentligt i kroppens udtryk fra en række andre samtidige david-figurer. Der står en kopi af figuren på havnekajen i det nordlige del af Københavns Havn ved Den Kongelige Afstøbnings samling. Foto: JuanMa/Wikimedia.²⁷

reproducere samfundsforestillingerne om den smukke krop i en vekselvirkende proces mellem samfundets normer og individet smag og meninger.

For langt de fleste europæere var den nøgne krop noget, der hørte til inden for de strengt private rammer. Først med fotografiets opfindelse i 1839 bliver kroppen som visuelt æstetisk objekt for evigt forandret.³⁰ På trods af udbredelsen via den nøgne krops centrale placering i kunsten var fotografiet den primære årsag til kroppens egentlige folkelige og kommercielle gennembrud. I årtierne efter fotografiets opfindelse blev fotografiet først og fremmest brugt som praktisk erstatning for de levende modeller, der stillede op til skitse- og portrætmalerier. Men man opdagede hurtigt fotografiets forførende formidlingsevner og i løbet af sidste halvdel af 1800-tallet og frem blev kendskabet til fotografiteknikken relativt udbredt. Fotografier af kroppen var dog stadigvæk centrum for mange diskussioner om grænsen for fotografiets anvendelse, men både portrætter af velproportionerede kvinder og unge uskyldige mænd med stærke erotiske undertoner blev i rigt omfang efterspurgt og udvekslet i smug for offentligheden. Opfindelsen af fotografiet bragte således den autentiske nøgne krop tættere på befolkningen end nogensinde før. Fotografiets udbredelse var medvirkende til, at delvist afklædte og nøgne kroppe langsomt blev til alment accepterede objekter i samfundet. I forbindelse hermed fik kroppen

langsomt sit kommercielle gennembrud som tiltrækningselement i diverse reklamer.

” Med fotografiets udbredelse er den æstetiske sans for den smukke og seksuelt tiltrækkende krop blevet skærpet.

Herhjemme blev fotografen Mary Willumsen i 1915 både berømt og berygtet for sin semierotiske fotoserie af anonyme, nøgne kvinder på Helgoland badeanstalt.³¹ Selvom udgangspunktet for fotografierne både var et ønske om at formidle



Kvinder på Helgoland ca. 1915.
Foto: Mary Willumsen/Nothorn Light Gallery.

dette frirum til omverdenen og udtryk for Wil-lumsens egen fascination af kvindens nøgne krop, fandt fotografierne i årene efter hurtigt frem til mændene i form af postkort i diverse kiosker.³²

Med fotografiets udbredelse er den æstetiske sans for den smukke og seksuelt tiltrækkende krop blevet skærpet, da man har fået et større kendskab til forskellige kropes udseende.

Wellness, det sunde liv og ungdomsidealet

I sammenhæng med, at befolkningens muligheder og tilkæmpede rettigheder til at holde ferie blev bedre fra 1891³³ og frem, så både kursteder og badeanstalter efterhånden dagens lys. Kurstederne lå i naturskønne omgivelser, som kunne imødekomme overklassens ønsker om at opholde sig i naturen og ved havet. Kursteder var tidligere knyttet til områder med hellige kilder med helsebringende karakter, men ændrede gradvist karakter, da overtro om vands helbredende kraft mistede sit greb i almenbefolkningen. Den kendte danske kurbadstradition kommer fra Tyskland, hvor blandt andet kong Frederik d. VI's interesse for kurophold havde stor betydning for opførelse af kursteder³⁴ - herunder de klassiske centraleuropæiske kurbadebyer Baden Baden, Wiesbaden og Karlsbad (Karlovy Vary). De første danske kurbyer lå i datidens danske Sønderjylland (nu tilhørende Schleswig-Holstein) på øen Föhr fra 1819, som bliver det førende center for vesterhavskurbadskultur. Senere på øen Sild (Sylt) i 1850'erne, som den dag i dag er kendt som et yndet udflugtsmål for den tyske overklasse. Endelig på Fanø i 1851 og Rømø i 1897.³⁵ Kurbyer var badehusenes og badehotellernes forløber, som bredte sig langs den jyske vestkyst i 1880'erne: *"Badehotellerne lå oftest ved en hvid badestrand eller på en bakketop et godt stykke fra det nærmeste fiskerleje. Den ensomme og øde placering bevirkede, at der kom et utilnærmeligt præg over dem som inderkredsen af det pengestærke borgerskab fra byerne kunne finde vej til"*.³⁶ Det første i Søndervig og Blokhus i 1884

med opførelsen af et badehotel. Senere i Løkken 1895, hvor der var en badevogn, der kunne køre helt ud til vandkanten, og i Skagen 1899, som blev et populært feriested for den danske overklasse og kulturelle elite fra 1890 og frem. Sæby på Vendsyssels østkyst fik også et 'Kur- og Badehotel', der tilbød jernholdigt kildevand, hvilket blev udgangspunkt for en stor turismeaktivitet i årene efter.

Også københavnernes fik mulighed for at dyrke fritidsaktivitet i vand. Allerede i 1785 åbnede Københavns første søbadeanstalt lige nord for Kastellet. I 1825 oprettedes en badeanstalt med indendørs bade faciliteter til borgerskabet, hvortil der blev indrettet omklædningsrum, haveanlæg og restaurant. Og til de, der ikke ønskede at bade ude, oprettedes en fin service med at bringe frisk havvand hjem til folks egen bolig.³⁷ I 1844 blev der også mulighed for at nyde kurbadeophold i Klampenborg Vandkulturanstalt, som tilbød vandkurer, brøndkurer og søbade, som gjorde det ud for en stor konkurrent til Vesterhavsbad- enes tilbud.³⁸ I 1850 oprettede Københavns Kom- mune den første offentligt drevne badeanstalt for byens almindelige befolkning, som herved fik mulighed for svømmetræning. Den omfattende kolera-epidemi i 1853 gav startskuddet til en omfattende kloakering af byen og en øget fokus på almen hygiejne, men man glemte at tage højde for smitterisiko gennem vand, da *"... de efterfølgende anstalter fortsatte inde i selve havnen, hvor også kloakudløbene fandtes."*³⁹

Ud over at de første offentlige badeanstalter fungerede som ramme for svømmeundervisning og store svømmemesterskaber med plads til mange tilskuere, blev anstalterne også brugt som frizoner, hvor det travle bymenneske kunne slappe af og nyde naturens harmoni. Dette havde især stor værdi for kvindernes vedkommende. De tog i stort tal friluftslivets fornøjelser til sig og nød at være tæt på naturen i fred og ro – og uden mændenes tilstedeværelse.

Perioden omkring 1900-tallets begyndelse er senere blevet beskrevet som 'en grøn bølge', hvilket dækker over en generel folkelig orientering mod friluftslivets glæder. Selve begrebet 'friluftsliv' dukkede for første gang op i 1906 hos den kendte læge og gymnastikpædagog Frode Sadolin, som indfangede befolkningens nye store interesse for udendørs liv i alle friluftslivets afskygninger under denne nye fælles betegnelse. Alt fra "... *luft- og solbade over svømning, friluftsgymnastik, boldspil og cykelture til havearbejde, kost og ernæringsform*"⁴⁰ kom ind under friluftslivets vide begrebsramme. I denne sammenhæng finder man den spæde start til den hjemlige tradition for svømmesporten med de første svømmemesterskaber i 1896 for mænd og i 1909 for kvinder⁴¹ - men også som en selvorganiseret friluftslivaktivitet på egne præmisser med nydelsen i centrum.

Svømmesporten gjorde senere sit indtog i byerne i form af opførelse af kommunalt drevne svømmeanlæg, som primært blev bygget efter sportens krav med firkantede bassiner, som egnede sig til konkurrencesvømning. Dette medførte en gradvis adskillelse af den velværeoventerede friluftslivaktivitets badeoplevelse, som baserede sig på nydelse og afslapning, og sportens svømmebassin, som var rammerne for undervisning og konkurrencer. De to miljøer udviklede sig til to forskellige bademiljøer på hhv. velværens og sportens præmisser. Med de første sportssvømmehallers opførelse i 1920'erne er det tydeligt, at der var tale om en prioritering af sportsbassiner til brug for idrætssvømning, hvor der ikke var fokus på vandkulturens velværedimensioner. Der blev for alvor sat gang i de kommunale investeringer i svømmehaller i løbet af 1960'erne og 1970'erne og i dag er Danmark et af de lande i verden, der er bedst udstyret med sportssvømmeanlæg.⁴²

Selvom man ikke tilgodeså nydelsens bademiljøer i de offentlige investeringer var efterspørgslen på friluftsliv, badeanstalter og kurbadenes miljøer med svede-, damp- og varmluftsbade og sauna stadig at finde i befolkningen. Det kon-

” Det offentliges konsekvente fravalg af kurbadenes velværemiljøer bevirkede, at der blev efterladt et stort spillerum for private, kommercielle kurbade og velværeanstalter.

sekvente fravalg af kurbadenes velværemiljøer bevirkede således, at der samtidig blev efterladt et stort spillerum for den private kommercielle udvikling inden for kurbade og velværeanstalter. Tendenser til privatejede wellness-miljøer blev hermed grundlagt, og i dag er private vandlægg⁴³ en væsentlig markedsaktør. Til forskel fra flertallet af de kommunalt ejede anlæg er de privatejede anlæg ofte vandlande med fokus på velvære, leg og underholdning. Dog kom der i 1999 med DGI-byens såkaldte Vandkulturhus i København en nytænkende svømmefacilitet, der på ny drager lege- og velværedimensioner ind i vandmiljøerne.

Mere specifikt er der inden for den kommercielle fitnessindustri i dag etableret store wellnessafdelinger med poolafsnit, spa- og dampbad og saunamiljøer. Med Equinox og fitness dk⁴⁴ i spidsen forsøger fitnessindustrien sig nu i Valby med store veludbyggede wellness- og bademiljøer som kundemagnet, selvom driftsregnskabet på faciliteten isoleret set næppe balancerer. Inden længe får Danmark en enorm wellnessfacilitet, idet Ørestadsselskabet har indgået salgsaftale med Holistic House A/S om etablering af en 17.000 etagemeters kombineret sundhedscenter og rekreativt hotel i det boomende område på det vestlige Amager. Hvis alt går vel, vil køben-

havnerne få adgang til Skandinavien's største wellnesscenter med en kombination fysisk træning og afslapning.⁴⁵

Et andet tydeligt historisk udviklingstræk er, at efterspørgslen på udeliv og naturoplevelser blev koblet sammen med sundhedsforestillinger i de mange tidlige private kursteder og badesanatorier. Produktet var kuropholdets rensende indvirkning på kroppens fysik. I et af disse tidlige miljøer finder man en spændende og afgørende skikkelse i Carl Ottosens person. Han var allerede før 1900-tallet overlæge på Skodsborg og Frydenstrand Badesanatorier - to institutioner, der var ejet af det adventistiske 'Skandinaviske filantropiske Selskab', der også drev en kuranstalt og Den sanitære Fødevarerfabrik i København. Skodsborg Badesanatorium udviklede en renligheds- og sundhedskultur, der indeholdt moderat fysisk træning som delelement. Der blev konstrueret et træningslokale for mænd, hvor der kunne trænes med en række tidlige fit-

nessmaskiner - dog med fokus på udstrækningsøvelser og styrkelse af korrekt kropsholdning.

Carl Ottesen var en af datidens mest kendte fortalere for at bekæmpe civilisationens dårligdomme, som industriens bysamfund havde påført mennesket. Den overordnede ide var i 'friluftsmæssig' forstand, at man skulle søge tilbage til naturen for at opnå naturhelbredelse med en kombination af rigeligt med lys, vind og ernæringsrigtig kost. Ifølge Ottesen befandt folk sig i en kronisk forgiftningstilstand på grund af den forkerte levevis i de industrialiserede byer. Karakteristikken af de dårligdomme, som fandtes, har klare historiske ligheder med nutidens sundhedsmæssige problemstillinger: *"De fleste spiser forkert, lever for lidt i frisk luft, får for få legemsøvelser og hvile, forsømmer hudpleje og afføring."*⁴⁶ Ligheden mellem datidens typiske lidelser og symptomer er også slående *"... trætheden, hovedpinen, gigten og smerter i al almin-*



Skodsborg Badesanatorium blev i forrige århundrede en sundhedsinstitution. I sanatoriets Villa Rex fandtes en række af de første træningsmaskiner i Danmark. Træningen var fokuseret på smidighed, strækøvelser og kropsholdning. Foto: Skodsborg Kurhotel & Spa.

delighed, alderdomssvækkelse og fedtsygen."⁴⁷ Den kroniske 'forgiftningstilstand' fordrede en decideret udrenselse af kroppen, hvilket i praksis betød, at man både fysisk og åndeligt skulle søge væk fra industrialiseringens civilisation og tilbage til naturens rammer, som blev betragtet som de rene og sunde omgivelser. Der blev lagt vægt på det "... *sygdomsbekæmpende frem for det forebyggende, men dog udrenselse af dårligheder som fælles målsætning.*"⁴⁸ Det moderne menneske skulle med andre ord afgiftes ved at finde sin kropslige ligevægt i naturens renhed.

Ottosen lagde i andre sammenhænge også op til en oplysningsstrategi, hvor han gjorde en stor dyd af at beskrive de basale forskrifter vedrørende 'det sunde liv'. Det idealbillede, som man kunne læse sig til i en række populære sundhedsoplysende bøger, deriblandt bogen med den fængslende titel 'Hold dig ung og stærk paa Sundhedens Kongevej', var stærkt inspireret af friluftslivets goder. Sundhedens idealbillede var ensbetydende med at holde organismen "... *så sund og modstandsdygtig som muligt ved hjælp af sol og lys, frisk luft og rigtig kost.*"⁴⁹ I den nævnte bog kan dette citat om sundhedens idealforestilling findes: "*Det er en straalende Virkelighed, at vi ved rationel, daglig Legemsrøgt [...] kan sætte Forbrændingen og Energiomsætningen saa meget højere op, at Livets Flamme kommer til at brænde klarere paa livets Esse, hvilket skænker os uanede Kræfter nyt Livsmod. Menneskets Legeme er nemlig en Vidundermaskine, der maa efterses, renses og passes [...] hvor fattig du end er, ejer du i dit eget Legeme den fineste og vidunderligste Mekanisme, der eksisterer. I samme denne vidunderlige Maskine har du en udtømmelig Kraftkilde til Held og Fremgang, dersom du lærer at passe den rigtigt.*"⁵⁰

Det gennemgående træk i Ottosens forestillinger om det sunde liv og det sunde legeme har

ligeledes store ligheder med nutidens fitness-industris signaler om, at der skal ydes og ofres goder for at opnå den eftertragtede sundhed. Der lægges i begge miljøer op til et relativt disciplineret menneske, som kontrollerer sig selv.

Ungdom er Energi, kort sagt Kilden til al Produktivitet og Livsfylde. Den er den mægtigste Faktor til et rigt og fyldigt Menneskeliv og sand Lykke.

Carl Ottosen, 1940

Idealet er et individ, der har kontrol over sin krop og de syndige drifter, der medfører over-spisning og mangel på fysisk aktivitet. I det hele taget er individet i stand til at styre sin krop som en maskinfører, der kontrollerer sin maskines motor. Maskinmetaforen i ovenstående citat er i forskellige varianter blevet brugt i talrige kommercielle sammenhænge, da billedet er let genkendeligt og derfor egner sig fint til markedsføring af sundhedsrelaterede produkter og reklameslogans med sin brede appel.

Hos Ottosen finder vi også et andet træk, som har haft afgørende betydning for fitnesskulturens succes: Han er en af de første, der smelter begreberne 'ungdom' og 'sundhed' sammen, så der i praksis er tale om, at de bliver synonyme med hinanden. Det er til en vis grad logisk, hvis vi har Ottosens rationelle tænkemåde i baghovedet, hvor ungdommen af naturlige årsager endnu ikke har ophobet de mange skadelige stoffer i kroppen. Ungdommen har ej heller til-lagt sig fedtsygen eller er blevet ramt af alderdomssvækkelsen. Menneskets udfordring var således at fastholde ungdommens livsstil, som blev beskrevet i rosede vendinger: "*Den skønne, herlige Ungdom af alle Sjæles og Legemets kræfter i usvækket styrke. Den legemlige sundhed er i Kraft, Styrke, Smidighed, Livlighed i Bevægelser, rank holdning, klare Øjne, ren Hudfarve, smuk*

Teint og forlener sin Ejermand med Ungdommens Skønhed og Charme [...] Ungdommen er tillige Uforsagthed, Haab og Tro. Ungdommen er Ildhu, Begejstring, Handlekraft og Udholdenhed. Den, der er ung, har Initiativ, Opfindsomhed, Skaberevne, Arbejdslyst og Arbejdsglæde. Ungdom er Energi, kort sagt Kilden til al Produktivitet og Livsfylde. Den er den mægtigste Faktor til et rigt og fyldigt Menneskeliv og sand Lykke.”⁵¹

Ungdomsforherligelsen rummede et enormt kommercielt potentiale, som vi siden ser fitnessindustrien grundlægge sin succes på. Siden ungdomsidealets introduktion er ungdommen blevet markedsført massivt som en eftertragtet 'tilstand' både åndeligt og kropsligt. Til forskel fra skønhedsidealene, som rent kommercielt udvikler sig efter distanceringslogikken fra 'det almindelige' via erhvervelse af materielle produkter og modegenstande, har ungdomsidealet en omvendt logisk karakter, som gør det kommercielle potentiale endnu større. Udfordringen består nemlig i at bremse tiden og fastholde ungdommens livsstil og værdier i sit liv. Dette er noget, som appellerer bredere end skønhedsidealene, da alle har oplevet en ungdom. Derfor markedsføres ungdommen bredt og rammer effektivt masseforbrugeren som en generel holdning til livet og som en livsstil, der ikke blot indeholder forbrug af bestemte produkter, men også sætter sig igennem på det immaterielle symbolske plan.

Ungdomstilbedelsen er i dag et velkendt og udbredt fænomen, som reproduceres i flertallet af kommercielle sammenhænge, hvor ungdom oftest bliver kædet sammen med rækken af positivt ladede værdier i den vestlige kultur: Energi, livskraft, tro på fremtiden og mod til at møde den. Ungdommens livsbetingelser er således blevet et stærkt varemærke og et stærkt symbol, som i høj grad anvendes i forbindelse med markedsføring og salg af produkter: *“Sundhed er blevet til ungdom, og det er måske ikke så mærkeligt, for 1930’erne og 1940’erne var tiden, da ungdommen for alvor kom*

på banen som en særlig livsalder.”⁵² Det er ungdommen, der langsomt overtager teten som det mest egnede kommercielle koncept, og det bliver dermed det solide fundament, som fitnessindustrien bygger sin forretningsmæssige succes på. Fitnessindustrien markedsfører således sit kerneprodukt som et produkt, der kan anvendes i kampen for at fastholde eller forlænge ungdommens styrke, udseende, livsstil og værdier.

Markedsføringen af det smukke menneske og den sunde krop

Med fotografiet som det dominerende medie blev fotokunsten og -formidlingen fra 1850’erne og frem en stærkt medvirkende faktor til skabelsen og udbredelsen af krops- og skønhedsidealene. Den smukke krop og det kønne smilende ansigt blev centrale omdrejningspunkter i reklamevirksomhed og andre kommercielle sammenhænge som effektfulde midler i salg af forbrugsprodukter. Idealkroppe blev brugt som blikfang inden for alskens varesortimenter - eksempelvis mode, drikkevarer (især øl), kosmetik, kosttilskud og helseprodukter.⁵³ Også postordresalg af trænings- og gymnastiksystemer oplevede i årene efter fotografiets opfindelse en stor vækst forårsaget af de overbevisende fotografiers stærke udtryk.

Dette skete samtidigt med en voksende interesse for idræt, sundhed, kost, friluftsliv, natur og kroppen, hvilket for alvor satte sig igennem fra 1880’erne og frem. Københavns overklasse tog til Sjællands nordkyst og byggede de første sommerboliger,⁵⁴ mens byens arbejderklasse dannede amatøridrætsforeninger. Landbobefolkningen tog især gymnastikkens discipliner til sig, og antallet af sundhedsrelaterede udgivelser mangedobledes.⁵⁵ Diskussioner om kostens indflydelse på menneskets fysik kom også på dagsordenen. I takt med at industrialiseringens nye snavede arbejdsmetoder blev udbredt, voksede efterspørgslen på sundhedsoplysning frem; ligeså vidensniveauet og bevidstheden omkring krop-

pens funktionelle, sundhedsmæssige og æstetiske betydning.

I dansk kontekst blev der udgivet et skelsættende opråb om ungdommens sundhedsmæssige forfald som led i industrialiseringens indvirkning på menneskets sundhed – herunder madvaner, som opvækkede en unaturlig appetit og førte til overspisning. Også arbejdsdelingen mellem de forskellige samfundsklasser førte til skabelsen af et egentligt arbejderproletariat og en dertil hørende ophobning af mange fattige storbymennesker på alt for lidt plads. Dette blev genstand for en stor politisk og offentlig opmærksomhed, da forskellen imellem de forskellige samfundsklassers sundhedsniveau blev synlige for enhver.

Kommunelægen Michael Larsen råber i 1889 vagt i gevær angående ungdommens sundhedsmæssige totale forfald; hvilket sætter nutidens sundhedsrelaterede diskussioner i historisk perspektiv: *“Stærkere og stærkere lyde råbene om, at menneskeslægtens sundhed går tilbage, at den opvoxede slægt stedse viser sig at stå tilbage for forældrene, at børnene ikke meer kunne tåle de samme legemlige eller åndelige anstrengelser som den tidligere slægt, at nervøsiteten breder sig og formeligt giver århundredet sit præg, så at der tales om “nervøsitetens århundrede”, at stedse flere unge mænd kasseres ved sessionerne, og således i det uendelige.”*⁵⁶ Det er lige før, man ser selve menneskeslægtens undergang nærme sig. Angsten for degeneration var dominerende i slutningen af 1800-tallet og var begrundet i de forskellige samfundsklassers særegne sygdomme: *“... de velhavende klassers grovæderi, mellemlagenes nerve-*

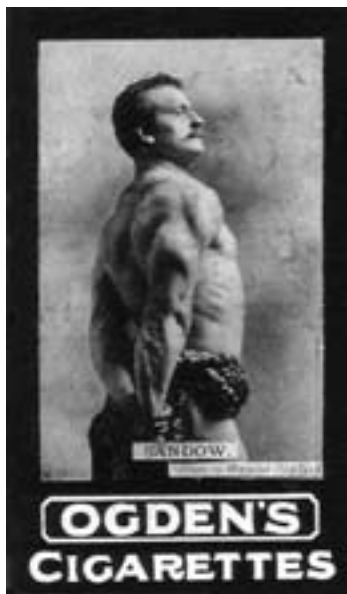
*sygdomme og underklassens fattigdom og sammenklumpning i byernes lejekaserner uden adgang til lys, luft og renlighed.”*⁵⁷

Som løsning på industrisamfundets sundhedsproblemer satte mange en større og større lid til naturvidenskabens evner til at fremstille medicinlignende produkter, som kunne rette op på den

” Stedse flere unge mænd kasseres ved sessionerne.

Michael Larsen, 1889

usunde levevis blandt befolkningen: *“De sociale problemer blev i løbet af det 19. århundrede i stigende grad set som medicinske eller ‘hygiejniske’ problemer, som videnskaben kunne hjælpe med at råde bod på.”*⁵⁸ På trods af at den medicinske viden spillede en stadig større rolle, kan der også findes en række stærkt underholdende eksempler på reklameindustriens evner udi markedsføringens kunst. Et typisk træk i strategien gik ud på at lancere produkterne som styrkegivende og sunde på trods af at deres effekt ofte var direkte



Eugen Sandows muskuløse krop blev brugt både i ølreklamer, reklamer for maltekstrakt og i cigaretreklamer. Der blev også fremstillet en særlig Sandow Cigar produceret af S. Cantrovitz and Sons. Billedet er fra omkring 1905.

modsat. Salget af helsekost og kosttilskud blev i denne periode til en særdeles indbringende forretning for producenter, der markedsførte produkterne som sygdomsforebyggende, styrkende og helbredende. Jerntilskud, øl, maltmiksturer med forskellige evner og endog cigaretter fandt vej til masseforbrugeren ved hjælp af sundhedsbudskaber og -signaler.

Specielt mineralet jern indtager en helt særlig status op gennem 1900-tallets sundhedshistorie. Jerntilskud blev ofte solgt i form af en drikkeklar mikstur eller i pilleform. Jern blev markedsført som et virksomt middel for stort set alle befolkningsgrupper på trods af manglende videnskabelig dokumentation for jernets sundhedsfremmende effekt.⁵⁹ Jern kunne ifølge reklamerne komme alle menneskers sundhed til gode. Befolkningen accepterede i høj grad budskabet og købte jerntilskud i tiltro til producenterne og reklamernes lovord.

Jern blev senere også som symbolsk begreb ensbetydende med styrke, udholdenhed, vitalitet, maskulinitet og sundhed. Et kendt kommercielt træningsmagasin for bodybuildere blev døbt 'Ironman', ligesom nutidens udmattende manddomsprøve med svømning, cykling og løb bliver kaldt. Producenter af helse- og kosttilskud anvendte i høj grad effektiv markedsføring, hvor man benyttede mennesker med sunde og harmoniske kroppe som troværdigt blikfang. Jern blev i Amerika også hjulpet godt på vej af den populære tegneseriefigur Skipper Skræk, som var storforbruger af den jernholdige spinat. Samfundets positive grundholdning til jerntilskud fastholdes helt op til i dag, hvor det dog primært gives til kvinder under graviditet og småbørn.

Man må dog efterhånden konstatere, at videnskaben gradvist træder ind i sundhedsdebatten som den primære kilde til diskussioner om livsstil og sygdom. Religiøse og politiske overbevisninger bliver langsomt trængt ned fra scenen. Man stræbte i naturvidenskaben mod

en mere præcis viden, der gerne skulle "... kunne måles statistisk, og helst ville man finde frem til eksakte mål i masse, tal og vægt."⁶⁰ I det hele taget bliver der fra 1900-tallet og frem skabt et snusfornuftig moralkodeks over storbybefolkningens levevis, hvor basal hygiejne (eksempelvis håndvask), daglige gymnastiske øvelser, ren luft, kolde afvaskninger, regelmæssig kost og afføring – ikke at forglemme - samt afholdenhed fra alkohol blev de centrale elementer i det ansvarlige liv: "*Alkoholen var ikke længere forkert, fordi den var et skridt på syndens vej, men fordi den nedbrød de indre organer og ledte til tuberkulose og andre kroniske sygdomme. (...) De moralske og religiøse argumenter var ikke længere gangbare og blev erstattet af fysiologiske.*"⁶¹ Sundhedsoplysningens historiske sejre viser sig i nutidens mange rutiner med et dagligt brusebad, børstning aftænder, håndvask efter toiletbesøg og en generelt højere rengøringsstandarder.

Den instrumentelle trænings gennembrud

Den spirende opmærksomhed på hygiejne, sundhed og kropspleje får for alvor et folkeligt og kommercielt gennembrud i perioden fra 1880 – 1920. Denne periode var på et mere overordnet plan udtryk for et interessant og kommercielt set alt afgørende skifte i holdningen til menneskekroppens fysik. I perioden kan en række kvalitative ændringer identificeres; ændringer som alle har haft betydning for den kommercielle købeidræts tilblivelse. Den mest markante ændring består i gennembruddet af den grundlæggende norm om nødvendigheden i at holde kroppens fysik ved lige med fysiske aktivitet. Skiftet kan kvalitativt set bedst beskrives som en ændring, hvor man bevæger sig væk fra en passiv forståelsesramme til en aktiv. Oven på en hård arbejdsdag skulle kroppen regenereres med fysiske udfoldelse i stedet for hvile.

Et tidligt eksempel herpå finder man hos gymnastikmanden Vilhelm Kristensen, som i sin erindringsbog 'Minder fra 1934' fortæller

om sine oplevelser med gymnastikken og den store praktiske effekt, gymnastikken havde på kroppens funktion.

I følgende citat er det passive og aktive perspektiv indirekte beskrevet som to væsensforskellige forståelser af menneskekroppens restitueringsbehov: *“Det kunne jo hænde, at Arbejdet om Dagen havde været særlig strengt, saa det kneb at gaa til gymnastik om Aftenen. Fristelsen til at blive hjemme var følelig i alle lemmer.”*⁶² Selvom trætheden var tydelig, overvandt disciplinen ofte trangen til hvile, hvilket viste sig at være en bedre metode til overvindelse af trætheden: *“Gang på Gang hændte saa det for os mærkværdige, at vi ganske glemte al Træthed, saa snart vi kom i Gymnastikdragten og Kommandoen lød; den var som bortblæst med det samme... Jeg fik herigennem et praktisk bevis for Rigtigheden af, hvad jeg senere fik den teoretiske Forklaring til, at Gymnastik hurtigere end Hvile kan fordele Træthed og Ømhed efter ensidigt Arbejde. Jeg fik tillige, som Aarene gik, personlig Erfaring for, at Gymnastik kan hindre den uundgåelige Stivhed, der følger med strengt Arbejde. Da jeg var naaet 30 Aars Alderen, havde jeg fremdeles min Smidighed i Behold, var ikke begyndt at blive stiv og forslidt som dem, der havde siddet eller ligget derhjemme paa Bænken med Piben i Munden og hvilet sig, mens jeg var til Gymnastik.”*⁶³ Ændringen fra det passive perspektiv til det aktive ideal, som Vilhelm Kristensen tydeligvis var tilhænger af, kan også findes i andre tidlige teksteksempler.

Det måske mest kendte eksempel findes i den engang verdensberømte, danske gymnastikpædagog og indpisker I. P. Müller. Han var i sin tid en af Danmarks mest kendte fortalere for gymnastik, idræt og sundhed. Hans militæruddannelse smittede tydeligt igennem i manglen på pædagogisk indføling. Hans tone var ofte

grov og direkte nedladende i omtalen af folk, som han forsøgte at opdrage til at tage større personligt ansvar. Men tilsyneladende virkede det. Det danske folk fik utvivlsomt en langt større bevidsthed omkring kroppens behov for fysisk aktivitet gennem Hr. Müllers mange irettesættende og belærende sætninger. Hans person var ud over militærattitude, omgærdet af en ægte autoritet, da han en overgang var ansat som inspektør på Vejlebjerg Sanatorium og i tidens løb havde sat en række danske rekorder i klassiske atletikdiscipliner, hvilket gjorde ham til en

” Stilstand er her som i hele Naturen unormal, fører til Hensygnen og for tidlig død.

I. P. Müller, 1905

kendt og respekteret figur.⁶⁴ Med sin gode fysik personificerede I. P. Müller sine egne forskrifter i åndelig og fysisk forstand, hvilket medvirkede til hans store personlige succes.

I. P. Müller blev kendt i store dele af verden med sin bog, som blev en bestseller. I bogen ‘Mit System’ fra 1904 finder vi et rammende citat, der indfanger den nye forståelsesramme, som det aktive perspektiv gav: *“Stilstand er her som i hele Naturen unormal, fører til Hensygnen og for tidlig død. Bevægelse er liv, forøger og bevarer Livskraften til Livets normale sene Grænse.”*⁶⁵ Bogen og systemet blev en kæmpe kommerciel succes; den blev oversat til 26 sprog, solgte over 30.000 eksemplarer i Danmark og over 1,5 millioner på verdensplan.⁶⁶ I sammenligning med andre salgssucceser på dette tidspunkt er der med denne bog tale om gedigen kommerciel succes og en vaskeægte sensation. Uden dette fysisk aktive perspektivs gennembrud, som ‘Mit System’ er et eksempel på, kunne den kommercielle fitnessindustri ikke eksistere i dag.

‘Mit System’ er også eksponent for en anden afgørende tendens, som den kommercielle fit-

nessindustri senere tog til sig. Vi finder nemlig hér en af de første tilnærmelser til den instrumentelle træning, som er et grundlæggende kendetegn inden for kommerciel købedræt: Man bruger idræt til at opnå noget, der ligger uden for idrættens væsen - her eksemplificeret med sundhed. Det altafgørende kendetegn ved funktionel træning er den store opmærksomhed på øvelsernes resultat, output og dens nytte i hverdagen. Som logisk konsekvens heraf er det ligeledes et afgørende kendetegn, at træningsmængden bliver kvantificeret og gjort op i minutter. Træningskoncepters funktionelle paradigme er således ensbetydende med, at træningen ikke længere er en lystbetonet aktivitet, men derimod noget, der skal overstås. I 'Mit System' anbefales det direkte, at folk har et minimumsforbrug af fysiske øvelser i dagligdagen: Mindst 15 minutter om morgenen - og gerne suppleret med 5 minutter om aftenen.

Både kvantificeringen af fysisk træning og den instrumentelle tilgang til hjemmegymnastikken har medvirket til en stor kommerciel succes. Dels har budskabet om et effektivt træningsprogram, været kommercielt egnet og dertil har kvantificerin-

15 minutters dagligt Arbejde for Sundhedens Skyld." Forsiden på I.P. Müllers 'Mit System' 3. udgave fra 1905. Forsiden prydes af statuen Apoxyomenos, som forestiller en atlet, der efter kampen skraber støv af sig.

gen af minimumsbehovet af den fysiske aktivitet gjort den instrumentelle tilgang både salgbar og let forståelig. Hverken den instrumentelle logik eller kvantificeringen er dog I.P. Müllers opfindelse. Allerede i 1891 udgiver amerikaneren



Alex Whitely den instrumentelle logik i bogen *'The Shortest Route and Fastest Time to Health & Strength or Practical Athletics for Busy People'* og I. P. Müller omtaler selv et engelsk træningskoncept fra den amerikanske idrætsgrundlægger Dr. Gulick,⁶⁷ der anbefaler *'Ten minutes exercise for busy men'*.⁶⁸

Kvantificering af træningsmængden er siden hen blevet et af fitnessindustriens helt centrale omdrejningspunkter og også taget op i andre kommercielle sammenhænge, hvor nutidens mange forskellige træningskoncepter inden for hjemmefitnessindustrien i høj grad gør brug af samme logik. Produkterne sælges på deres funktionelle værdi, som grundlæggende set er en afvejning mellem mængden af den træningsindsats, der skal ydes, og det resultat, som træningen giver. Kvantificeringen af træningsmængden har også i dag set sit indtog i offentlige styrelser råd og nævn. Sundhedsstyrelsen anbefaler i dag officielt mindst 60 minutters fysisk aktivitet til børn om dagen og mindst 30 minutter til voksne og iværksætter store kampagner for at få det simple budskab igennem.⁶⁹

En anden interessant iagttagelse ved 'Mit System' er, at den i høj grad henvender sig direkte til bestemte målgrupper med henblik på at målrette træningskonceptet til netop den gruppe. Indsatsen skal afstemmes til bestemte mennesketyper, som har bestemte behov. Dette er et tydeligt vidnesbyrd om bevidstheden om forskellige befolkningsgruppers forskellige træningsbehov og et udtryk for en mere videnskabelig tilgang til træningsindsatsen. I bogen er der således anvisninger til både småbørn, større børn, gamle folk, videnskabsmænd og kunstnere, kvinder, sportsmænd, landbefolkningen, cyklister, rejsende – og til fede og tynde mennesker og ikke mindst kontorfolket, som får denne irettesættende militærsalut med på vejen:

*"By-Kontorist-Typen er ofte en sørgelig Fremtoning. I den unge Alder allerede duknakket, skævsuldret og skævhøftet af den forvredne Kontorstols-Stilling, bleg, filipenseret og pomadiseret, med den tynde Hals stikkende frem af en Flip, som en normal Mand kunne bruge som Manchet, den lapsede Paaklædning efter nyeste Mode slaskende som Pibestilke i Stedet for Arme og Ben. I den ældre Alder er synet endnu mere medynkvækkende: Tøjmoden kan ikke længere følges, fordi familien skal fødes, Blikket er mat, Skikkelsen enten bleven endnu mere sammenfalden og vindtørret eller lasket blegfed, indhyllet i en Odeur af gammet papir, forraadnet Hudtalg og daarlig Aande."*⁷⁰ Hr. Müllers reprimande blev skåret ud i pap og løsningen præsenteret lige så klart og entydigt: *"Men det behøver ikke at være således! Det er ikke nødvendigt, at Arbejdet skal mærke sin Mand uheldigt. Jeg har selv været Kontorist i 13 Aar. – Anvend blot de stakkels 15 Minutter dagligt paa den Maade, jeg har anvist, saa vil Livet ogsaa byde dig megen sand Glæde!"*⁷¹

Udviklingen mod en mere nytteorienteret og funktionel forståelse af fysisk aktivitet viser sig gennem historien at indeholde et stort markedspotentiale. Især på markedet for hjemmefitness, som bliver stort i løbet af det 19. århundredes anden halvdel, hvor produkterne stort set udelukkende blev markedsført på deres nytte og output. De funktionelle træningskoncepter genfortolkes i form af et utal af private tidsskrifter med forskellige anbefalinger til den fysiske træning, forskellige håndbøger i koncepttræning, salg af træningsredskaber og -maskiner, senere salg af instruktionsvideoer på VHS og DVD, som kunne købes på postordre og senere endnu forskellige former for salg via tv-shop og senest internettet. Den til dato største succes på markedet for hjemmetræning indehaves af fitnessdronningen Charlotte Bircow, der sine 'Baller af stål-serie' der i årene fra 1993 og frem solgte over 1 million VHS-bånd til de motionshungrende danskere. Inspirationen, konceptet og titlen til Charlotte Bircows store

succes var hentet fra det amerikanske marked, hvor den amerikanske aerobicinstruktør Tamilee Webb i åren forinden havde lanceret en lignende instruktionsvideo med titlen 'Buns of Steel' med stor succes.

Det egentlige produkt er således mål- og nytteorienteret, og produkterne lanceres ofte med et budskab om, at effekten indtræder umiddelbart efter træningen. Denne utroværdige kvantificering af træningseffekten suppleres ofte med en markedsføring ved hjælp af veltrænede modeller, som skal illustrere de synlige beviser på træningens effekt. På baggrund af den usandsynlige sammenhæng mellem træningsmængden og resultatet har markedet

for hjemmefitness derfor fået opbygget et særdeles blakket ry. Trods dette formår producenterne til stadighed at sælge produkterne til et kundesegment, som lader sig lokke af de ofte urealistiske og lette genveje til synlig kropslig succes. Et andet interessant element heri er at iagttage den industrialisering, der er sket inden for hjemmetræningsmarkedet, som har minimeret produktionsomkostningerne så meget, at produkterne opnår en attraktiv pris for den store kundegruppe i middelklassen, der ikke føler sig tiltrukket af de private fitnesscentres eller idrætsforeningers tilbud. Vi ser derfor, at mange af disse træningsprodukter når ud til en række nye kundesegmenter, som muligvis ikke før var fysisk aktive. Om de fastholder en fysisk aktivitet efter erhvervelsen af produktet er ikke til at sige. Men intuitionen siger, at det langt fra altid er tilfældet. Af samme årsag findes der i fitness-sektorens miljø en sejlivet joke om, at hjemmemarkedet har to højsæsoner; den første i januar, hvor det nye hjemmetræningsudstyr købes og den anden i august, hvor det samme udstyr forsøges videresolgt via Den Blå Avis.

Gymnastikbevægelsen og fitnessindustriens ligheder

Den danske gymnastikbevægelse har medført en række væsentlige ændringer af kroppens kulturelle betydning i samfundet, hvilket fitnessindustrien senere har kunnet gøre forretningsmæssig brug af. Uden at skulle gennemgå hele gymnastikbevægelsens eller foreningsidrættens historie er det værd at komme ganske kort ind på enkelte elementer i den stolte skandinaviske gymnastiktradition, fordi nutidens kommercielle

”Anvend blot de stakkels 15 Minutter dagligt, saa vil Livet ogsaa byde dig megen sand Glæde!

I. P. Müller, 1905.

fitnessindustri har en række interessante ligheder med de vilkår, som den frivillige gymnastik var underlagt i dens tidlige udviklingsår fra 1870'erne og frem.

Gymnastikken fandt sin vej til landbefolkningen omkring 1870. Den havde et ganske andet udtryk, end det vi kender i dag. I begyndelsen var der tale om tysk idrætsgymnastik med veldefinerede øvelser i og med redskaber samt den målrettede militærgymnastiske tradition, der skulle forbedre soldaternes fysiske evner i kamp. Som en naturlig følge heraf var der ligeledes tale om mandsdominerede gymnastikkoncepter, hvor træningen sigtede mod at øge mandens fysiske funktion som led i soldateruddannelsen. Omkring 1880 blev den svenske gymnastik⁷² introduceret som en frivillig gymnastikform, hvor hovedformålet var et ganske andet – nemlig den, at gymnastikken skulle have et mere menneskeligt ansigt. Et ideal som store dele af fitnessverdenen med mere eller mindre held efterstræber i tiltællæggen af træningskoncepter dag: *“Det revolutionære i den ling-ske [svenske] gymnastik var, at gymnastikken skulle tilpasses mennesket; det var ikke mennesket, der skulle tilpasse sig bestemte øvelser.”*⁷³ Med nutidens

øjne kan det dog være lidt svært at se øvelsernes individuelle præg, da øvelserne ofte blev fremvist i strengt synkron geledder og derved med nutidens øjne får et vist præg af masseaktivitet med semiautoritære undertoner. Det er dog vigtigt at være opmærksom på, at gymnastikken har haft en enorm betydning for datidens aktive. Alene det forhold, at motionsaktiviteten var præget af lyst og ikke krav om deltagelse, har indebåret et betydeligt frigørende aspekt.

Fra 1880 og frem tog den nyintroducerede svenske gymnastik gradvist over som den dominerende træningsform inden for bondekulturen, hvor den blev brugt som led i en generel folkelig vækkelse og dannelse. Gymnastikken medvirkede til, at bondestanden gik fra at være en ringegattet klasse til at være en klasse med værdighed og selvrespekt med selvstændig identitet og historie. Gymnastikken spillede for mange en væsentlig rolle som en iscenesat frivillig fysisk aktivitet, som fandt sted i den tid, som bonden selv kunne råde over.

For at illustrere denne udvikling kan man se på to forskellige citater fra hhv. før og efter gymnastikkens indtog. En degn udtalte før bondereformen i 1780: *“En bonde i almindelighed er efter sin naturlige Beskaffenhed og slette Opdragelse det elendigste og sletteste Menneske, man kan have med at gøre. Af Naturen er han ond og haard, og formedelst Opdragelsen, som gør ham værre, er han egensindig, egennyttig, stolt, ukærlig og misundelig, selvraadig og genstridig, haard og grum, saa man med Billighed maa sande...: Var Bonden ikke bunden [i betydning af, at være bundet geografisk til jorden i feudalsamfundet], var han værre end Hunden.”*⁷⁴ Den folkelige dannelse af bonden bevirkede, at der langsomt blev tale om en bonde, der gradvist blev fyldt med kraft og stolthed: *“Løft hovedet, så lyset kan falde på det”*⁷⁵ lød et slagord, som gik igen i mange varianter i gymnastikforeningernes øvelseshuse.

Den frivillige gymnastik blev i forbindelse med bondens standsmæssige dannelsesproces et vigtigt middel til at fjerne den reelle, symboliske, kropslige og verbale undertrykkelse, som han havde været underlagt gennem århundreder. Kroppen blev via gymnastikken rettet ud fra en foroverbøjet krumrygget holdning til en rank stilling med fremskudt brystparti. Tæt sammenhængende med denne kropslige udfoldelse, ændrede bondens sociale status og selvtægtelse sig også.

Den frivillige gymnastik blev introduceret i sammenhæng med, at bønderne sideløbende blev herre over egen produktion ved oprettelse af Andelsbevægelsen, hvor de lærte den demokratiske beslutningsproces at kende. De fik på egne produktionsforhold og kunne selv styre fordelingen af ressourcerne. Det var ligeledes i denne forbindelse, at den spirende højskolebevægelse tog den frivillige gymnastik til sig som led i en opdragende, oplysende og dannende mission. I den grundtvigianske legemskultur blev det således ofte fremhævet, at legemet skulle være en sund bolig for sjælen, med stærkt inspiration fra det klassiske romerske ordsprog *“en sund sjæl i et sundt legeme.”*⁷⁶ Man finder i dag mange variationer af det velkendte ord-sprog, som også indgår i kommercielle salgs-

” En sund sjæl i et sundt legeme.

Klassisk ordsprog.

slogans i den vestlige fitnessindustri, hvor sammenhængen mellem sjæl og fysik har fået en større og større rolle i produktudviklingen. Et tydeligt eksempel er de mange kommercielle ‘Body & Mind’ koncepter, der i store tal dukker frem blandt andet i større fitnesscentre. De private aktører har set det kommercielle element i vigtigheden i at sælge produkter, som balancerer mellem det materielle og ikke-materielle, mellem det fysiske og åndelige. Nye

udgaver af yoga, pilates og tai-chi har fundet vej til fitnesscentrene som nye kommercielle træningskoncepter.

Også på det kommercielle hjemmemarked, hvor der distribueres talrige træningsvideoer og DVD'ere, ser man mange eksempler på træningsformer, der i sin egen opfattelse sigter mod holistiske træningsprincipper. Eksempelvis bruger den vel nok mest kendte kommercielle fitnessinstruktør inden for hjemmemarkedet, Charlotte Bircow, et slogan på sin hjemmeside, der betoner vigtigheden i at være sund i både krop og sjæl: *“Kroppen er det eneste hus, du skal bo i hele livet, så lev et liv i luksus på alle etager.”*⁷⁷

En anden interessevækkende lighed mellem gymnastikbevægelse i slutningen af 1800-tallet og nutidens fitnessindustri er, at der inden for gymnastikken ikke fandtes nogen officiel dansk gymnastiklæreruddannelse i den svenske gymnastik. Militæret havde monopol på uddannelsen inden for kropsbevægelser – og militæret havde selvsagt kun interesse i at uddanne mænd inden for den funktionelle militærgymnastik. Dette medførte, at der var mange, der søgte til Sverige for at uddanne sig i den svenske gymnastik. Det at rejse ud og komme hjem som uddannet gymnastiklærer fik både stor praktisk og symbolsk betydning for bevægelsen. Denne situation minder meget om situationen i den danske fitnessindustri i dag, hvor staten ikke tildeler fitnessområdet officiel anerkendelse i form af SU-berettiget uddannelsesforløb. Der eksisterer endnu ikke statsanerkendte uddannelser som fitnessinstruktør,⁷⁸ og den eneste uddannelse, der retter sig mod den administrative del af fitness-sektoren i Danmark, ligger i Randers.⁷⁹ Manglen på en statsanerkendt uddannelse betyder, at der i lighed med gymnastikkens unge år er stor udrejsetrang blandt fitnessinstruktører, som ønsker at følge med i de nyeste trends i fitnessindustriens udvikling. I

lighed med gymnastikbevægelsen finder fitnessuddannelser i Danmark sted i private rammer, hvilket i kommercielt øjemed er problematisk, fordi de private uddannelser ikke i tilstrækkeligt omfang dokumenterer og præciserer kravene til eleven p.g.a. de modsatrettede interesser i at uddanne billigt og effektivt og samtidig få en velkvalificeret og veluddannet instruktørgruppe. Af samme årsag giver store dele af fitness-sektoren udtryk for interesse i, at der arbejdes for en statsanerkendt instruktøruddannelse⁸⁰ i fitness.⁸¹

Den svenske gymnastik gjorde det også muligt for kvinderne at træde ind i de aktives rækker, fordi den løsrev sig fra den mandsdominerede militærgymnastik og tillod kvinderne at iføre sig tøj, der gav mulighed for en vis form for fri kropsbevægelse. Det første hold danske kvindelige delingsførere blev uddannet i 1884 og 1885 på Askov Højskole under svenskeren Sally Högström. En af de nyuddannede fra det andet kuld delingsførere udtalte senere om gymnastikkens betydning for kvindernes frigørelse: *“På den tid kæmpedes der en kamp for kvinders frigørelse på mange punkter. Det må forstås som baggrund for den begejstring, hvormed vi tog fat i gymnastiksalen. Kvinden trængte til frigørelse, vi var underkuede på næsten alle områder, havde langt fra de samme rettigheder som mændene. Tænk på de frygtelige snærede dragter, der hæmmede legemets udvikling og dets funktioner.”*⁸²

I lighed med kvindernes indtog i gymnastikken takket være de nye bevægelsesformer i den svenske gymnastik, brugte de karrierebevidste og travle kvinder i Danmark også de nyintroducerede aerobicsystemer som led i et selvstændighedsopgør og personligt frigørelsesprojekt i midten af 1980'erne. Også hér udsendte kvindernes fritidsinteresse kraftfulde signaler om selvstændighed, effektivitet og handlekraft – dog med betoning af en mere instrumentel tilgang til motion og idræt.

Sandow the Magnificent og bodybuildingens introduktion

Hvis vi for et kort øjeblik kaster blikket tilbage i historien og vender fokus mod den anden store tradition inden for fitness-sektoren, finder vi meget tidligt i historien de første eksempler på verdenskendte bodybuildere, som fik strålende karrierer alene på evnen til at sælge kroppen som kommercielt æstetisk objekt. En særlig skikkelse var i denne sammenhæng Friedrich Wilhelm Müller (1867 - 1925)⁸³, som senere skulle blive verdenskendt som datidens Arnold Schwarzenegger under navnet Sandow the Magnificent.⁸⁴

I modsætning til de mange robuste og kraftfulde muskelmænd, der fandtes på samme tid, var Friedrich Müller en mand af opsigtsvækkende atletisk udseende. Han havde ikke de tøndeformede brystmuskler, som ofte fik stærke mænd til at se overvægtige ud. Hans lighed med de muskuløse italienske statuer og de græske kropsidealere var en kilde til beundrende kommentarer gennem hele hans voksenliv. I sine unge dage var Friedrich Müller en respekteret gymnast for sin store smidighed, men han havde ikke opbygget den imponerende muskelmasse, som senere skulle gøre ham til en rig og verdensberømt muskelmand. Han havde dog altid været bevidst om sin fysiske styrke og sin krops harmoniske skønhed, men det var først da Professor Attila⁸⁵ i 1887 fik kontakt til ham og fik ham ind på en professionel karrierevej, at han langsomt forandrede sig til 'Eugen Sandow the Magnificent', som datidens Arnold Schwarzenegger.

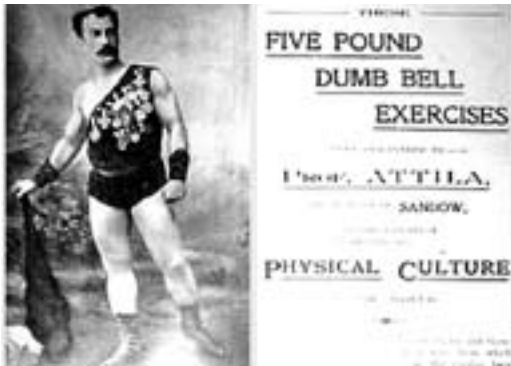
Professor Attila (1844-1924), som oprindeligt var fra Tyskland, havde i 1898 selv åbnet en skole for fysisk træningskultur⁸⁶ i New York og var selv interesseret i muskelopbygning som led i fysisk grundtræning til idrætsdiscipliner. Han var som mentor involveret i talrige semipro-

fessionelle muskelmænds karrierer,⁸⁷ og som forretningsmand kendte han værdien i at promovere sine træningskoncepter med en række synlige forbilleder.

Kropslige forbilleder var det stærkeste middel til udbredelsen af de særlige træningsprincipper. Professoren var af den overbevisning, at den mand, som benyttede sig af progressive træningsmetoder hurtigere blev de andre over-

” I modsætning til de mange robuste og kraftfulde muskelmænd, der fandtes på samme tid, var Friedrich Müller en mand af opsigtsvækkende atletisk udseende.

legne.⁸⁸ Dette vil i alt sin enkelthed sige, at han tilstræbte en forøgelse af muskelmassen gennem træning med gradvist tungere og tungere vægte. Via disciplineret træning kunne muskelmassen herved forøges bemærkelsesværdigt over en relativt kort periode. Det nævnes ikke i kilderne, hvorfra professoren havde fået ideen til den progressive træningslogik, men det er sandsynligt, at han havde stiftet bekendtskab med en af oldtidens idrætsidoler Milo fra Krotton, som i årene omkring 540 før vor tidsregning gjorde en fantastisk karriere som bryderatlet ved de antikke olympiske lege, hvor han blev olympisk mester intet mindre en seks gange. Sagnet lyder, at Milo havde opbygget sin fantastiske styrke ved et tilfælde. Hans fader, som havde en lille tyrefarm, ønskede, at Milo skulle sørge for, at tyren blev passet godt og blev stor og stærk. For at kontrollere, at Milo udførte sit arbejde, spurgte faren hver dag sin søn, hvor stor tyren var blevet, hvorefter Milo hver dag i en årrække gik ud for at løfte tyren op på nakken og bar den ind til faren, så han kunne se den. I takt med at tyren voksede, voksede Milos styrke og muskler også.⁸⁹



Professor Attila tog den unge Friedrich Wilhelm Müller under sine vinde og gjorde ham til 'Sandow the Magnificent'. Billedet fra ca. 1890.

Den progressive træning var i slutningen af 1800-tallet i skarp opposition til fortalerne for, at sportslige resultater først og fremmest var et spørgsmål om udøverens teknisk faglige færdigheder og kunnen. Tilhængere af denne tilgang mente, at en for stor muskelmasse kunne være en direkte forhindring for legemets frie bevægelighed og sportsmandens evne til eksempelvis at løbe hurtigt.⁹⁰ Alligevel havde Professor Attila succes med at tiltrække en gruppe nøje udvalgte unge mænd til at styrketræne i sit 'Studio of Physical Culture', som han åbnede i New York i slutningen af 1880'erne.

Rygtene siger ligeledes, at Professor Attila var opfinder af en række af nutidens velkendte træningsøvelser, herunder bænkpres. Endvidere tilskrives han via den progressive træningsprincips logik med opfindelsen af de variable vægtstænger, hvor man efter behov kan variere vægtstangens vægt ved at tilføje eller fjerne mobile vægtskiver.⁹¹ Datidens store ballonlignende vægtstænger, hvor vægten på forhånd var statisk bestemt i selve støbningsprocessen, havde nemlig ikke de fleksible egenskaber, som den progressive træningslogik forudsatte.⁹²

I 1888 fik professoren overtalt den unge Friedrich Müller til at tage deltidsarbejde som model, da hans imponerende krop gjorde et godt udgangs-

punkt for kunstnere og skulptørers skitsearbejde. Dette modelarbejde førte den unge Müller rundt om i verden som efterspurgt model.⁹³ I 1890 blev han i London fotograferet af den højt estimerede modefotograf Henry Van der Weyde, hvor han poserede i nøgen figur med et figenblad i et med nutidens øjne stilrent og æstetisk billedkomposition. Med disse modeljob blev Sandow, som Müller nu kaldte sig selv efter at have taget sin mors pigenavn til sig, trænet i at agere som græsk atlet og lærte at posere korrekt i klassiske stillinger.

Året 1893 blev for alvor afgørende for Sandow. En ung mand ved navn Florenz Ziegfeld Jr.⁹⁴ var tilfældigvis i desperat jagt for at finde en original sceneoptræden til sin fars nyetablerede turistattraktion Trocadero i Chicago, som var en



Louis Attilas 'Studio of Physical Culture' i New York, ca. 1889. På trods af at Professor Attila tilskrives introduktionen af de variable skivevægtstænger, kan det på billedet anes, at de traditionelle statiske vægtstænger fylder meget, mens de tomme vægtstænger ligger mere diskret i venstre side.

nyopført forlystelses- og underholdningsfacilitet i forbindelse med verdensudstillingen World's Columbian Exposition. Florenz havde uden held søgt Europa tyndt efter en passende attraktion til faderens udstilling, men fik øje på Sandow i New Yorks Casino Theater, hvor han poserede i forskellige roller som græsk atlet.⁹⁵ New York-avisernes anmeldelser af begivenheden hyldede Sandow som indehaver af "... en skønhed, der er lig med kunst og med en så imponerende samling

af muskler, hvis lige publikum aldrig havde set før, med undtagelse af statuer som 'krigeren Akilleus', 'diskoskasteren' eller 'den kæmpende gladiator.'⁹⁶

En anden øjenvidneberetning skriver om Sandows optræden i Proctor's Theater i New York:

"Personligt husker jeg, da tæppet gik op og blottede en vidunderligt skabt mand, smuk som en klassisk græsk statue, stående på en piedestal på den mørke scene. Da piedestalen langsomt hævede sig og spotlyset spillede på Sandow, og han viste sin mageløse muskuløse udvikling i forskellige vinkler, var applausen overvældende."⁹⁷

Ziegfeld var især imponeret over det entusiastiske kvindelige publikums reaktioner, og han vidste straks, at han havde fundet hovedattraktionen til faderens nyetablerede etablissement. Sandow blev hyret med det samme, og de rejste sammen til Chicago, hvor han hurtigt blev

knyttet til Ziegfelds underholdningsstab med en lukrativ kontrakt på fire år, som både førte ham rundt med hyppige optrædener i de britiske kolonier. På sine rejser kom han helt til Kina, Burma og Sydafrika.

” En skønhed, der er lig med kunst og med en så imponerende samling af muskler, hvis lige publikum aldrig havde set før.

Avisanmeldelse af Eugen Sandows show, 1893.

Samme år blev der som led i reklamevirksomhed for en turistattraktion optaget en fantastisk kortfilm, hvor Sandow poserer iført leopardtrusser.⁹⁸ Hans store folkelige succes skyldtes først og fremmest hans evner på scenen, hvor han bevægede sig med stor bevidsthed om sin figurs tiltrækningskraft. Han afsluttede ofte poseringens show på dramatisk vis ved at stå i næsten



Det berømte billede af Sandow i nøgen posering med figenblad. 1889. Foto: Henry Van der Weyde.



Eugen Sandow vandt en brydeudfordring fra den italienske mester Bartoletti i 1894. For denne præstation modtog han en flot medalje med hans navn på. 1894. Foto: Benjamin J. Falk.

nøgen figur over for et målløst, imponeret og lettere forarget publikum.

Men Sandows besad også gode evner som forretningsmand. Han optrådte især i reklamer for en lang række helseprodukter - men også for eksempel viskelser og cigaretter, som vi så et eksempel på tidligere. Hans opbyggede sit eget træningskoncept, som den danske I.P. Müller kritisk omtaler i *Mit System*. Træningsmanualerne blev ligeledes publiceret og solgt i stort tal; hvor end han kom rundt i verden, kunne man købe fotografier af ham – en tradition der var udbredt i cirkusmiljøerne. Disse events var medvirkende til at udbrede kendskabet til ham. Hans berømmelse og anseelse var så stor, at kong George V af England udnævnte ham til at være hans personlige træner og gav han i denne funktion titlen som Professor of Scientific Physical Culture to His Majesty. Der blev tilmed taget en afstøbning af hans krop til en udstilling i British Museums nationalhistoriske afdeling, hvor man viste forskellige kulturers idealkroppe. Sandows krop var i denne sammenhæng udgaven af den perfekte europæiske krop.

Adskillelse mellem sportens præstation og kroppens æstetik

Sandows største fortjeneste ligger imidlertid i, at hans figur var stærkt medvirkende til at forandre synet på kroppen fra det funktionelle perspektiv, hvor kroppen blev bedømt på sine nyttige evner til et æstetisk perspektiv, og hvor kroppen fik kunstnerisk værdi i sig selv. Adskillelsen mellem det æstetiske og det nytte- og præstationsorienterede kan ses helt op til nutiden. Den fik langtrækkende historisk betydning for kropskulturen og idrætten – blandt andet i løbet af 1920'erne og 30'erne, hvor man ser en begyndende konflikt mellem bodybuildingens æstetiske kropskunst og vægtløftningens sport. Hvor det for andre sportsudøvere drejede sig om rå muskelstyrke som led i en fysisk kraftpræstation med et resultat for øje, var det centrale for Sandow at se smuk og harmonisk ud.⁹⁹ Med Sandow blev

kroppens fysiske udseende og udtryk til et mål i sig selv, hvor den æstetisk smukke krop for andre sportsmænd var (og stadig er) en mulig positiv eksternalitet. Træningsmetoderne var progressiv vægtforøgelse, men med moderate vægte, der tillod talrige gentagelse af øvelserne, hvilket stod i direkte modsætning til vægtløftningen ene forsøg på løfte den tungest mulige vægt.

Sandows indflydelse på den vestlige verdens syn på kroppen som æstetisk objekt kan således næppe undervurderes, da han var den første kendte person, der dyrkede kroppen som æstetisk objekt så intenst og målrettet, at han kunne leve af det. Det var i forbindelse med hans berømmelse, at mange yngre mænd i Storbritannien og Amerika begyndte at dyrke fysisk grundtræning med henblik på at opnå et smukkere kropsudtryk i opposition til de stærke og præstationsdygtige sportskroppe, som man kendte fra vægtløftningens, boksningens og brydningens verdener. I denne sammenhæng fandt begrebet 'bodybuilding'¹⁰⁰ vej til det engelske hverdagsprog og blev anvendt som titel på en af Sandows bogudgivelser fra 1904. Bodybuilding var i modsætning til sportens aktiviteter en aktivitet, der fokuserede på at opbygge en muskelmasse med æstetiske formål.¹⁰¹

Mange muskelmænd fandt deres levevej i underholdningsindustriens kommercielle miljøer, hvor de tiltrak sig meget opmærksomhed med deres ekspressive kropsudtryk med store cykelstyrover-skæg og tøj, der ofte blottede kroppens muskelparti.

I gøgler og cirkustraditionen var de bedste muskelmænd ofte tilknyttet en lille café som stedets underholdende indslag. Senere fandt muskelmænd vej til de stationære varieteer og de omreisende kommercielle professionelle cirkusmiljøer, hvor muskelmænd skulle udføre kraftpræstationer og gerne være i direkte dialog med besøgende gæster, som blev inviteret til at udfordre dem i en styrkeprøve. I dan-

ske sammenhæng kender man eksempler fra muskelmandstraditionen helt tilbage fra 1735 hvor en gøgler ved navn Johan Friderick Schütz kom på gennemrejse i Odense med sine "... stærcke Mans Konster...".¹⁰² Muskelmandstraditionen fandt senere i 1800-tallet vej til de kommercielle omrejsende cirkusmiljøer, hvor der blev poseret i leopardtrusser, brudt jernlænker og konkurreret i armlægning, brydning og kunsten at slå søm i med de bare næver. De bedst internationalt kendte muskelmænd er muligvis Louis Cyr og Pierre Gasnier. Louis Cyr var en imponerende stærk tøndeformet skikkelse fra Canada. Han fik stor kommerciel succes, da han kunne løfte usandsynligt tunge vægte og ikke lod sig bremse af vanvittige udfordringer. Blandt andet lod han to fuldvoksne heste trække i hver sin retning mens han holdt modstand med bøjede arme.

Pierre Gasnier blev i slutningen af 1800-tallet ligeledes relativt kendt som muskelmand og rejste verden rundt med blandt andre 'Bailey Circus'. Her imponerede han publikum ved at bryde jernkæder med sin brystmuskulatur.¹⁰³

Den kommercialisering af muskelmændenes evner, som fandt sted i det sene 1800-tal, var begrænset til relativt små underholdningsmiljøer. Udbudet af muskelmænd var så relativt begrænset, at man kunne fastholde et ekstraordinært og

overraskende element i fremvisningen. I dansk kontekst er der også en række eksempler på muskelmandstraditionen, som dukker op i cirkus-sammenhænge. Som en vigtig forskel til nutiden bestod det kommercielle element i oplevelsen som iagttagelse og ikke i selv aktiviteten.

Det nok bedst kendte danske eksempel på en muskelmand, som mange endnu kan huske, stammer fra midten af 1970'erne, hvor den tidligere semiprofessionelle bokser Hans Jørgen Jacobsen slog sine folder som muskelmand i underholdningsindustrien. Her blev han kendt på markedspladser rundt om i landet og var i en årrække tilknyttet Ronalds Festivaltivol, Cirkus Dania og Cirkus Ib, hvor sidstnævnte blandt andet holdt til på Bakken.

Muskelmandstraditionen uddøde dog i takt med at den veltrænede krop blev et mere kendt fænomen og styrketræningen blev en mere almindelig fritidsaktivitet. Op gennem 1920'erne og 30'erne blev de traditionelle muskelmænd, som havde ernæret sig ved at underholde og udstille sig selv i cirkus- og cafémiljøerne, gradvist mindre populære, hvilket fik negative konsekvenser for mulighederne for at gøre karriere som muskelmand eller bodybuilder. Selvom der stadigvæk var trænings- og interessesammenfald mellem bodybuilding og vægtløftningen, blev de forskellige discipliner formelt adskilt fra hinanden i forbindelse med at vægtløft-



Louis Cyr var ikke bleg for at tage imod alverdens spektakulære udfordringer. Her holder han to heste med sine arme.



Pierre Gasnier var en kendt muskelmand fra omkring 1890, der var kendt for sin evne til at bryde metalkæder med brystmusklerne. Tatoveringerne på overarmene var beviset på, at han havde været i eksotiske lande.

ning blev en permanent olympisk sportsgren fra 1920 i Antwerpen. Denne opgradering af den muskelkrævende disciplin fra almen breddeidræt til mere konkurrenceorienteret elitesport medførte en omfattende faglig specialisering i viden om effektive og korrekte træningsmetoder og -koncepter. Dette medvirkede ligeledes til, at afstanden mellem muskelmandstraditionen, bodybuilding og vægtløftning voksede. Muskelmandstraditionen blev fastholdt i underholdningsindustrien hvor den fra 1977 blev organiseret i et verdensforbund med årligt tilbagevendende mesterskaber og stævner.¹⁰⁴ Og hvor vægtløftningen fortsatte i sportslogikkens progressive retning med dertil hørende faglig specialisering intensiv træning af de specialiserede officielt anerkendte stød, bevægede bodybuilding sig i den æstetiske retning, hvor sigtet var et langt mere helhedsorienteret og harmonisk kropsudtryk med symmetrisk muskelopbygning. 'De rigtige sportsmænd' i vægtløftersporten tog især kraftigt afstand fra den næsten nøgne posering, som fandt sted inden for bodybuildingens kropskultur. Opfattelsen var øjensynligt, at der ikke plads til kunstneriske kropsudtryk eller nøgenhed i sportspræstationens kredse.

Adskillelse mellem kunstens æstetiske krop og idrættens præstationsorienterede krop finder

man i mange forskellige variationer verden over. I USA var den mest betydningsfulde person inden for koncepttræning med vægte og vægtløftningssport Bob Hoffmann, der også grundlagde magasinet "Strength and Health", som fra 1921 – 1985 var det officielle blad for amatør-vægtløftningen i Amerika.¹⁰⁵ Langsomt udviklede bladet med de mange instruktioner og manualer i koncepttræning sig til et relativt populært kommercielt træningsmagasin for mænd.¹⁰⁶ Selvom Bob Hoffmann aldrig selv blev en stor vægtløfter, grundlagde han i praksis den amerikanske vægtløftertradition og var stærkt medvirkende til den særlige træningskultur, som eksisterede i York, Pennsylvania med vægtløfterklubben 'York Barbell'. York Barbell blev storleverandør af atleter til olympiske lege, herunder det unge amerikanske vægtløfterhold, der med en gen-



En muskelmand optræder i det danske Cirkus Royal, ca. 1960. Foto: Cirkusmuseet.

nemsnitsalder på blot 24 år drog til OL i Berlin i 1936 og vandt den første guldmedalje i fjervægt og fik en samlet tredjeplads i hold med Egypten og Tyskland på hhv. 2. og 1. pladsen.¹⁰⁷

Bob Hoffmann udviklede en række forskellige succesrige kommercielle grundtræningskurser med vægte. Koncepterne og træningsredskaberne blev markedsført og solgt via egne publikationer og magasinet 'Strength and Health'. Mens han dog også var interesseret i vægttræningens sportslige dimension og var årsag til den særlige kulturelle amerikanske vægtløftertradition, finder man hans modstykker for den kommercielle kropstræning i brødrene Joe og Ben Weider,¹⁰⁸ som blev de drivende kræfter bag den amerikanske kommercielle bodybuildingkultur med enorm betydning for hele den kommercielle kropskulturs globale udbredelse og udvikling.

Ud over at mødet mellem de to kommercielle kulturer resulterede i ovennævnte adskillelse med den kunstneriske og æstetiske bodybuilding og vægtløftning som sport, finder vi i denne sammenhæng også en anden altafgørende forskel på de to aktivitetsformer: Vægtløftningen udviklede sig på globalt plan sig til en aktivitet, der primært fandt fodfæste i sportslige rammer, mens bodybuildingens kunstneriske kropskultur fandt sin noget mere turbulente og brogede vej gennem historien i den gradvist mere og mere kommercialiserede underholdningsindustri.

Trods adskillelsen har der været mange eksempler på, at de to kulturer har ladet sig inspirere af hinanden. Bodybuildere har således i stort omfang arrangeret kommercielle konkurrencer, hvor bodybuildingen gradvist opbyggede en elitesportspræget tradition med store konkurrencer på kommercielle vilkår, hvilket ligeledes har medført en faglig specialisering. Men også vægtløftere lader sig af og til inspirere af bodybuildernes evne til at impo-

nere publikum med det stærke kropslige udtryk. På dansk grund finder vi et eksempel på dette i 1953 efter en vægtløfterkonkurrence i Københavns Idrætshus på Østerbro, hvor Bob Hoffmann ifølge

” ‘De rigtige sportsmænd’ i vægtløftersporten tog især kraftigt afstand fra den næsten nøgne pose-ring, som fandt sted inden for bodybuildingens kropskultur.

vidner i øvrigt var til stede. De to verdensberømte vægtløftere Tommy Kono og Norbert Schemansky lagde på hjemturen fra verdensmesterskaberne i Stockholm vejen forbi Danmark. Her poserede den fantastisk velbyggede Tommy Kono for et begejstret publikum.

Kono havde de relativt sjældne egenskaber ved både at kunne begå sig i bodybuilderverdenen og vægtløfterverdenen med stor succes. Han blev suppleret af den noget tungere Norbert Schemansky, der med sin mere bastante vægtløfterkrop blot holdt sig til at spille med sin biceps.¹⁰⁹ Der er ingen, der helt ved, hvorfor de optrådte med disse kunster, men en mulig forklaring kan være, at de begge var begejstrede over, at de var hjemvendt som verdensmestre. Ved stævnet på Østerbro satte de begge nye verdensrekorder, hvilket selvsagt også kan have opmuntret dem.¹¹⁰

Skønhedskonkurrencers og træningsmagasiners gennembrud

I slutningen af 1800-tallet resulterede fotografiets gennembrud i en oplomstring af kommercielle træningsmagasiner, som ofte blev solgt på et fascinerende forsidefoto med en smuk, harmonisk og stærk mandekrop, der signalerede et maskulint alternativ til datidens nedslidte arbejderkrop. Bladene var som i dag en blanding af korte journalistiske artikler om forskellige træningskoncepter illustreret med instruktive

billeder og annoncer. Hertil var der også ofte salg pr postordre af træningsudstyr og instruktionshæfter samt diverse kosttilskudsprodukter. Magasinerne fandt først for alvor vej til befolkningen i årene efter 1900-tallet, men de første kommercielle udgaver kom på gaden i begrænset oplag allerede i slutningen af 1880'erne. Især det tyske tidsskrift 'Kraft-Sport', de franske 'L'athlète', 'La Culture Physique' og 'Education Physique' samt det engelske magasin under titlen 'Sandows Magazine of Physical Training'¹¹¹ var fremtrædende populæruddivelser i den kommercielle bladindustri.¹¹²

Selvom mange af de tidlige tidsskrifter var skrevet af ildsjæle, var de i realiteten kommercielle udgivelser, der for de flestes vedkommende tjente som personlig markedsføringsplatform for bladejeren selv. Dette skete i form af promotionbilleder og rosende artikelomtaler, som ofte var skrevet af personen selv. Eksempelvis udgav den amerikanske forretningsmand og iværksætter Bernarr Macfadden sit eget magasin 'Macfadden's Physical Development' i 1889, som blev en stor kommerciel succes. Macfadden skulle i al sin arbejdsmani¹¹³ vise sig at blive en vigtig figur som grundlægger af den kommercielle, amerikanske konkurrenceorienterede kropskultur. Bl.a. da han i 1903 og 1904 var pengemanden bag de første private skønhedskonkurrencer på amerikansk jord. Macfadden havde til denne lejlighed lejet det originale Madison Square Garden i New York som rammen for en dyst mellem unge, velproportionerede mænd og yndefulde kvinder om titler som den 'Most Perfectly Developed Man/Woman in America' med en betragtelig præmiesum på 1000 dollars.¹¹⁴ De første vindere var den velbyggede Albert Treloar og den bedårende Miss Marshall, som efterfølgende blev forevigtet i et fantastisk filmklip,¹¹⁵ hvor begge poserer efter datidens kønsspecifikke

retningslinjer og attituder – manden stærk og aggressiv, kvinden føjende og blød.

” Kono havde de relativt sjældne egenskaber ved både at kunne begå sig med succes i bodybuilderverdenen og vægtløfterverdenen.

Med sejrens sødme og formuen i lommen besluttede Albert Treloar sig for at blive professionel bodybuilder og udgav sit eget kommercielle træningsmagasin under navnet 'Treloar's Science of Muscular Development'. Han lod sig senere indskrive på Harvard University for at tage uddannelse i Physical Education.¹¹⁶ Efter endt studietid og en succesfuld tid som atlet og bodybuilder med tilnavnet 'Albert - the Perfect Man' blev Albert Treloar ansat som den øverst ansvarlige for Los Angeles Athletic Club i Californien. Treloar var i denne funktion en central figur i idrætslivet og medvirkede til den spirende kropskultur omkring den senere så berømte originale Muscle Beach ved Santa Monica i Californien.¹¹⁷

Strandens langstrakte sandpromenade skulle fra 1930'erne og frem til 1950'erne udvikle sig til at blive det centrale sted for den amerikanske ungdoms kropskultur. Det var her den kommercielle bodybuilderscene og den maskuline kommercielle kropskultur fandt sine subkulturelle rødder. Kulturen opstod af det, der af talrige kilder bliver betragtet som en ægte glæde ved at dyrke styrketræningen og kroppens æstetiske udseende i det fri rum ved stranden og vandet. Den spirende subkulturelle bodybuilderkultur fungerede på denne måde som en pendant til den amerikanske surferkultur, hvor der var fokus på livets mere lette sider. Til at begynde med forsamlede unge mænd sig på stranden til almindelige kammeratlige træningssessioner, men de begyndte snart at iscenesætte sig selv ved at posere og lave

gøgl i det offentlige rum: "Det begyndte som et sted, hvor en gruppe venner kunne træne i sandet, men voksede til at omfatte et sammensurium af beundringsværdige atleter, cirkusartister, brydere, universitetsgymnaster og alle andre, som havde lyst til at være med. I weekender kunne mængden af tilskuere let overstige titusinder, der alle stod langs fortovet for at betragte de fantastiske akrobatiske øvelser."¹¹⁸

Blandt de første aktive finder vi en række spændende personligheder, som har sat deres umiskendelige præg på den kommercielle fitnessindustri historie. Blandt andre Harold Zinkin, som vandt den første officielle bodybuilderkonkurrence som Mr. California i 1941. Han stod i årene mellem 1957 og 1960 for konstruktionen og opfindelsen af den populære Universal Gym Machine, der forenede de forskellige træningsøvelser i én stationær træningsenhed.

The Universal Gym Machine blev en af verdenshistoriens mest revolutionerende træningsredskaber med stigende kommerciel succes fra 1960 og frem. Ifølge Harold Zinkin blev der i 1965 blev solgt én maskine pr. time.¹¹⁹

Muscle Beach havde ifølge en række af førstehåndsvidnerne en helt unik træningskultur med et stærkt kammeratskab blandt de aktive. Stedet skulle vise sig at få stor historisk betydning for hele den kommercielle kropskultur og for den senere bodybuilderscene og fitnessindustri. Adskillelsen mellem vægt løftning og styrketræning blev tydeligt igennem 1940'ernes Californien, og viste sig i de første virkelig kendte og populære bodybuildere siden Eugen Sandow. En af de virkelige stjerner var Steve Reeves. Han havde i sine unge år styrketrænet i Yarick's Gym i Oakland, nord for Californien og fik med sit gode udseende, sin imødekommende personlighed

og sin sublime krop en fantastisk karriere både som bodybuilder, fotomodel og senere som skuespiller. I Arnold Schwarzeneggers bog 'Encyclopedia of Modern Bodybuilding' huskes Steves Reeves som en person, der ofte blev fulgt af en menneskemængde når han gik ture på Muscle Beach.¹²⁰ Steve Reeves vandt som bodybuilder en række tidlige konkurrencer og fik i kraft af sin fantastiske krop og sin personlighed en stor

” Steve Reeves fik med sit gode udseende, sin imødekommende personlighed og sin sublime krop en fantastisk karriere - både som bodybuilder, fotomodel og skuespiller.

filmkarriere med en række hovedroller og et karriereforløb inden for filmen, som vel kun er overgået af Arnold Schwarzenegger.

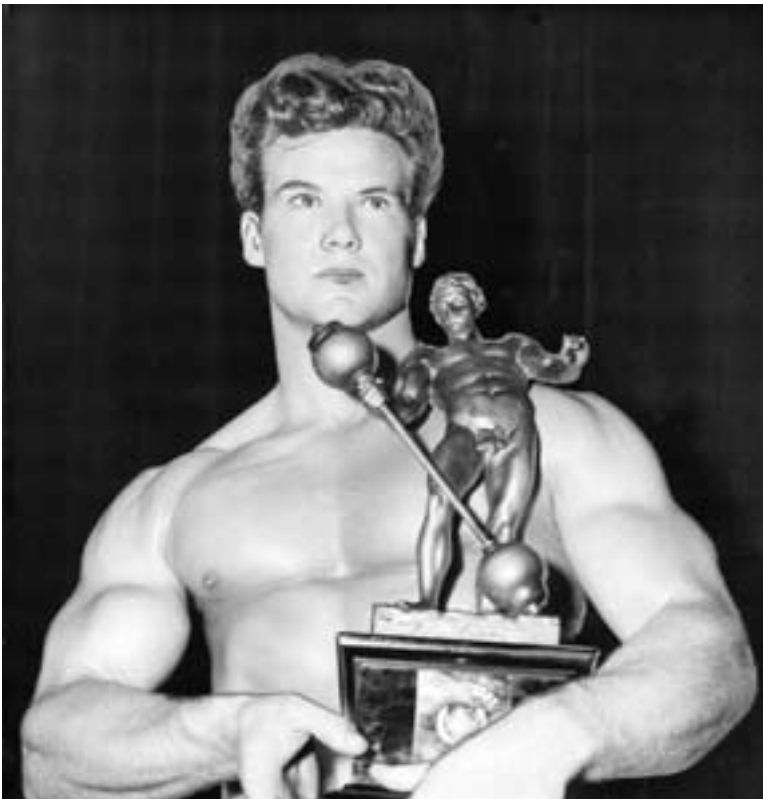
Også en personlighed som Joe Gold, der var Harold Zinkins klassekammerat fra gymnasiet, er en figur fra Muscle Beach som skal fremhæves, idet han i 1965 grundlagde det første Gold's Gym center ved Muscle Beach. Gold's Gym i dag en verdensomspændende fitnesskæde på franchisebasis med over 600 centre og over to millioner kunder. Det første Gold's Gym på Muscle Beach blev træningsrammen for de første verdensberømte bodybuildere. Joe Gold spillede en rolle i kommercialiseringsprocessen i årene 1960 – 1970, hvor han arbejdede på at gøre vilkårene for de mange kropsdyrkere på stranden bedre ved at oprette et nærliggende indendørs træningscenter.¹²¹ I dette center hænger der stadig en plakat af Lisser Frost-Larsen, som i 1981 blev den første danske professionelle, kvindelige bodybuilder med stor international succes (mere om Lisser Frost-Larsen i næste kapitel).¹²²

Som en naturlig videreudvikling af den kropsetestetiske kultur bredte skønhedskonkurrencerne sig fra 1930'erne og frem til de fleste storbyer i

Amerika, som fik hver deres lokale mester i kropsbygning. På trods af, at der i praksis var tale om lokale konkurrencer med relativt få lokalt bosiddende deltagere, havde de fleste konkurrencer store titler som The World's Best Build Man, hvilket medvirkede til at gøre sponsoreringen nemmere. En vinder af en sådan konkurrence i Chicago var i 1931 Georg Jowett, som senere kom i forbindelse med Bob Hoffmans vægtløftningsport (omtales på de kommende sider). Georg Jowett var i 1920 initiativtager til 'The American Continental Weight-Lifter's Association', som var en paraplyorganisation for alle de lokale amerikanske amatørwægtløfterklubber, hvorfor Jowett ofte omtales som den amerikanske vægtløftnings fader.¹²³ Georg Jowett kom uvidende til at spille en afgørende rolle som inspirationskilde for brødrene Ben og Joseph Weiders fysiske læremester. De to brødre, som var født i hhv. 1922 og 1924 i

Quebec i Canada, havde i aviser og magasiner læst om Georg Jowetts træningsresultater og begyndte selv på vægttræning med hjemmelavede håndvægte. Deres træning var ikke blot motiveret af lyst til et maskulint ydre, men var også et konkret forsøg på at overleve og begå sig i det hårde sociale miljø, de var vokset op i. Det var dog ikke deres relativt beskedne bodybuilderkarrierer i 1940, som skulle gøre dem verdensberømte og berygtede, men deres roller som de snu forretningsmænd bag den kommercielle nordamerikanske bodybuilderindustri.¹²⁴

Indtil 1940 var bodybuildingen organiseret under Bob Hoffmanns Amateur Athletic Union (AAU), som havde fået organiseret de amerikanske amatører inden for vægttræning i både et bredde- og et elitearbejde. Mens Bob Hoffmann primært fokuserede på vægtløftning som sportsdisci-

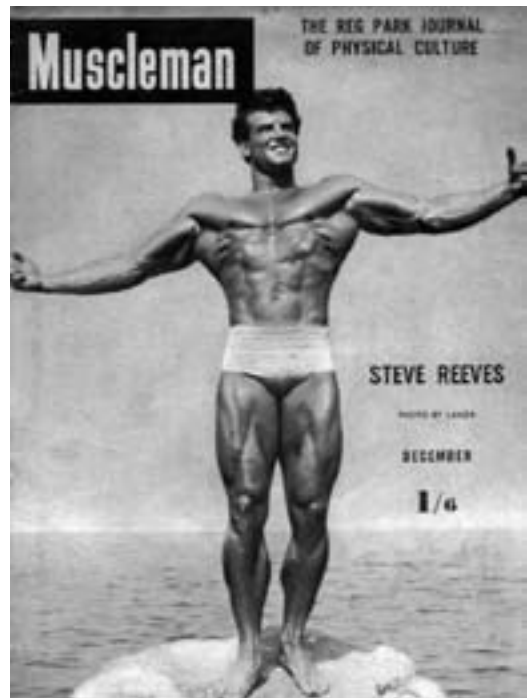


Steve Reeves var den første bodybuilder siden Eugen Sandow, der blev virkeligt kendt over hele kloden i kraft af sit udseende. Han blev kåret som den første vinder af Mr. Universe i 1950. Foto: Polfoto

plin, var brødrene langt mere interesseret i at promovere bodybuildingens kropsæstetiske side som selvstændig sportsdisciplin. Dette var baggrunden for, at brødrene Weider i 1946 tog initiativ til den første Mr. Canada-konkurrence, som blev afholdt i Montreal med stor succes. Denne succes gjorde Joe Weider i stand til at rejse rundt i verden for at promovere ideen om at gøre bodybuilding til en selvstændig sportsgren ved at løsrive sig fra den omklamrende vægtløftertradition.

Midlet hertil var at forme det internationale bodybuilderforbund IFBB, som blev dannet i 1946.¹²⁵ I det nye organisatoriske regi blev den første officielle bodybuilderkonkurrence for mænd afholdt i 1949 med kåringen af den legendariske Alan Stephan som den første Mr. America.¹²⁶ IFBB overtog gradvist rollen som den organisation, der stod bag de officielle bodybuilderkonkurrencer, herunder de senere prestigefyldte konkurrencer Mr. og Ms. Olympia.¹²⁷

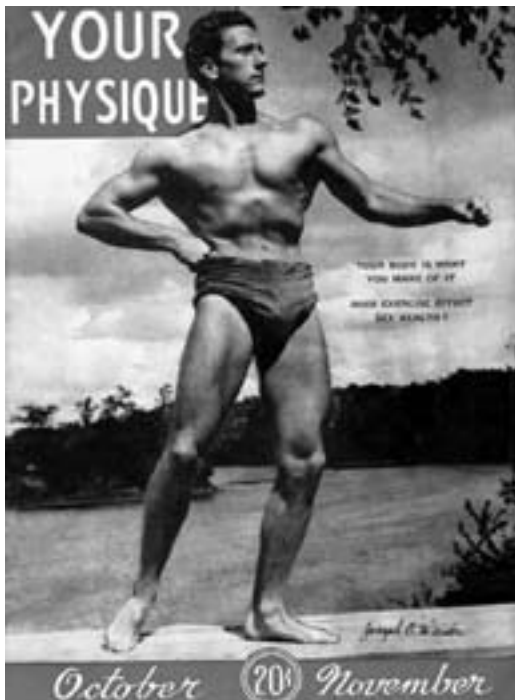
Mens Ben Weider blev i Canada for at arbejde som IFBBs organisatoriske leder, rejste Joseph Weider under sit nye navn Joe til Californien i Amerika for at bygge videre på den mediesucces, som han fra 1939 havde fået med sit eget kommercielle træningsmagasin med navnet 'Your Physique'. Bladet havde i løbet af syv år fået et oplag på over 50.000 eksemplarer. Joe opbyggede i løbet af 1950'erne sin mediekoncern med navnet Weiders Publications Group, der blev den dominerende udgiver inden for kommercielle træningsmagasiner med 'Muscle & Fitness' og 'Flex Magazine' blandt de mest populære udgivelser.¹²⁸ Mediekoncernen havde indtil 2002 en omsætning på ca. 250 millioner dollars¹²⁹ og blev i 2002 opkøbt af Amerikas førende tabloidkoncern, der i dag står for salget af de mange trænings- og livsstilsmagasiner.¹³⁰ Joe blev fra 1960 og frem dybt involveret i en række professionelle bodybuilders karrierer, heriblandt Arnold Schwarzenegger, Larry Scott, Franco Columbo, Frank Zane og Sergio Oliva, som alle vandt den eftertragtede Mr. Olympia-titel. Joe var både deres



Steve Reeves havde stor succes som model i diverse magasiner. Dette banede senere vejen for en filmkarriere. Magasinforside af Muscleman. 1952.

manager, deres forretningsfører, deres åndelige mentor og bodybuilders mulighed for at komme på forsiden af de populære træningsmagasiner. Men Ben således arrangerede de gradvist mere og mere kommercielle private konkurrencer og lagde et enormt arbejde i at organisere og administrere verdensforbundet, gjorde Joe Weider i sine utallige magasiner et kæmpe arbejde for at markedsføre bodybuilding. Deres parløb skulle i mere end én forstand vise sig at blive en livslang indbringende forretning.

Weiderbrødrene var dog ikke populære i det danske fitness- og bodybuildermiljø, hvor mange anså dem for gennemkommercielle forretningsmænd, der primært var i bodybuildingen for at lave penge og ikke havde nogen skrupler, når det kom til at kommercialisere sporten. Som Jørgen Albrechtson – den tidligere direktør for Nautilus-centrene og det senere Fitness Club – så klart udtrykte det



Et eksemplar af Joe Weiders træningsmagasin 'Your Physique' med ham selv som model. I 1939 blev et årsabonnement på magasinet solgt for 2 dollars. Udgivelsen blev en stor succes i Canada og var en af årsagerne til, at Joe Weider flyttede til USA for at starte sin mediekoncern op.

i mit interview med ham: *"Weiderbrødrene er de største plattenslagere, man nogen sinde kunne forestille sig. Er der noget, der er useriøst og kommerielt og plat, så er det dem. Det er bodybuildingens Se og Hør; det er der ingen tvivl om."*¹³¹ Alligevel kan det ikke benægtes, at brødrene Weider er de to skikkelser, der har betydet mest for den maskuline krops udbredelse og var mændene bag bodybuildingens udbredelse i kraft af deres evige stræben efter kommerciel succes.

Ideen om at arrangere store konkurrencer for veltrænede unge mænd som Mr. California eller Mr. Olympia var dog hverken ny eller revolutionerende. Den kom helt tilbage fra England, hvor den verdensberømte Eugen Sandow i 1901 med stor succes havde taget initiativ til den første officielle bodybuilderkonkurrence for mænd.

Konkurrencen fandt sted i Royal Albert Hall i London under stor mediebevågenhed.

Kriterierne for deltagerne var ikke som i sporten den målelige fysiske præstation, men derimod det mere kvalitative kropsæstetiske udtryk, kroppens harmoni og holdning. Dette lå i øvrigt i fin forlængelse af Eugen Sandows egen kropsbygning. Mange af de bedømmelseskriterier, som blev anvendt fra konkurrencen i 1901, går direkte op til nutidens bodybuilding- og fitnesskonkurrencer, selvom kropsudtrykket inden for især bodybuilding har antaget langt mere ekstreme udtryksformer.

I dansk kontekst fandt de første skønhedskonkurrencer for mænd sted i mindre fashionable omgivelser. I årrækken 1902 – 1917 stod Dansk Atlet-Union for at arrangere de første dyster på den æstetiske krop for unge mænd, som blev bedømt på deres kropsholdning og kroppens fysiske æstetik. I 1909 blev et fantastisk billede taget under konkurrencen, hvor man fornemmer den underfundige stemning mellem de fornemt klædte dommere og de mange mere eller mindre nøgne deltagere, som frivilligt lader deres kroppe beskue og bedømme. Deltagerne kom sandsynligvis fra



Den første officielle skønhedskonkurrence for muskuløse mænd blev afholdt i Royal Albert Hall i 1901 med Eugen Sandow som overdommer yderst til venstre i fint tøj.

arbejderklassen, og konkurrencen faldt ikke i god jord hos datidens bedre middelklasse og borgerskab.¹³² Avisen Politikken bragte en karikaturtegning, og Berlingske Tidende håned konkurrencen mellem mænd med en henvisning til en mere velkendt og udbredt konkurrence: *“Hele konkurrencen har et ret uæstetisk præg, man mindes dyrskuerne og venter blot på, at afkommet også skal præsenteres, for at bedømmelsen kan blive fuldt ud retfærdig.”*¹³³ Kvinderne havde ikke adgang til datidens skønhedskonkurrencer, men kunne sandsynligvis se de smukke

maskuline kropsbygninger i ugeblade og andre populæruddgivelser.¹³⁴

” Kvinderne havde ikke adgang til datidens skønhedskonkurrencer, men kunne sandsynligvis se de smukke maskuline kropsbygninger i ugeblade og andre populæruddgivelser.

Charles Atlas’ kommercielle succes

En anden central figur, som i USA ligeledes vandt en skønhedskonkurrence som World’s Most Handsome Man i 1921,¹³⁵ skal også nævnes



Skønhedskonkurrencen fra 1909 på Helgoland Badeanstalt arrangeret af Dansk Atlet-Union. Af billedets bagside fremgår det af håndnoter, at “lige skønne er ikke alle”. Billedet tilhører Københavns Bymuseum.

i denne forbindelse. Angelo Siciliano var født på Sicilien, men blev kendt i hele Amerika under navnet Charles Atlas (1892-1972). Han blev et kropsikon for store dele af den amerikanske ungdom og en samtidig særdeles succesrig forretningsmand fra 1922 og frem, da han begyndte salget af sine træningsmanualer.

Til forskel fra de konkurrerende træningskoncepter byggede Charles Atlas sine træningssystemer op omkring grundtræningsøvelser uden brug af vægte eller andre mobile redskaber. Under koncepttitlen 'The Dynamic Tension System', der senere blev kendt som isometrisk træning, markedsførte Charles Atlas sit træningskoncept som et system, der ofte resulterede i et mere slankt og æstetisk muskeludtryk. I forhold til de allerede kendte systemer, som ofte krævede store investeringer i udstyr, udgjorde Atlas' træningsmanualer produktet i sig selv.

Træningssystemerne krævede altså ikke store investeringer i udstyr med dyre forsendelser eller udgifter til følge. Charles var bevidst om produktets logistiske fordele og gjorde sin entre på markedet via effektfulde postordrerklamer. Markedsføringen var baseret på nyskabende reklamer udformet som tegneseriestriber, der spillede på unge mænds forvandling fra splejs til muskelhelt. Reklamerne var ofte at finde i tegneseriehæfter og ramte således målgruppen af unge, usikre amerikanske mænd direkte.¹³⁶ Budskabet lød, at den sikre vej til succes hos pigerne gik via køb og brug af Atlas' træningskoncepter pr. postordre.

Charles Atlas udgav også mere seriøse tidskrifter med relativt indgående artikler om træningskoncepterne og deres resultater. I de mere populære udgivelser blev øvelserne kort og præcist beskrevet, og instruktionsmanualerne lagde især vægt på de lovede resultater, som ville indtræffe inden for en ganske overskuelig periode: "*Lad mig bevise, at jeg på syv dage kan gøre en*

mand ud af dig."¹³⁷ Markedsføringen tiltalte således både den type, der efterspurgte seriøs information, og den unge utålmodige mand, der ført og fremmest var interesseret i hurtige resultater.

Kurserne kostede dengang 30 dollars,¹³⁸ hvilket var en betragtelig sum penge for en ung

” Reklamerne spillede på unge mænds forvandling fra splejs til muskelhelt: "*Lad mig bevise, at jeg på syv dage kan gøre en ny mand ud af dig.*"

Charles Atlas reklame, 1930'erne

mand uden fast indtægt. Til gengæld kunne de også købes på kredit for en samlet sum på 35 dollars med månedlige afbetalingsrater, hvilket mange unge mænd foretrak.

Selvom det på kort sigt umiddelbart kunne medføre et mindre salg, opmuntrede Atlas samtidig til, at man skulle gå sammen med vennerne om finansieringen og selve træningen. Således kunne træningen blive sjovere og udgiften mere overkommelig. Charles Atlas var med denne pointe muligvis den første, der rent strategisk spekulerede langsigtet i, at et socialt samvær under og omkring den fysiske træning kunne være en afgørende faktor for de aktive i at nå deres mål. Hvis man havde en række kammerater omkring sig, som støttede op omkring aktiviteten og også selv havde medvirket til at gennemgå forvamlingsprocessen fra splejs til helt, ville resultaterne med langt større sandsynlighed vise sig. Manglende salg på kort sigt kunne på den måde vise sig bæredygtigt på lang sigt, når vennekredsen havde forvandlet sig til omvarende beviser på konceptets effektivitet.

Charles Atlas var dygtig til løbende at introducere og udgive nye træningsøvelser, som lå i forlængelse af de forrige, og han udvidede ligeledes sin forretning til også at omfatte kosttilskud. I kraft af de effektfulde reklamer voksede Charles Atlas' forretning til en gigantisk kommerciel succes

med op til 70.000 solgte kurser pr. år,¹³⁹ ligesom kurserne blev oversat en lang række sprog. Bagmændene til konkurrerende træningssystemer var naturligvis misundelige på hans store succes, og Charles Atlas blev derfor ofte beskyldt for selv at træne med vægte for at opbygge sin imponerende muskelmasse. Beskyldningerne er aldrig blevet dokumenteret.¹⁴⁰

Charles Atlas kommercielle tankegang og markedsføringsstrategier satte afgørende aftryk på eftertidens kommercielle udvikling. Dels bandede

Charles Atlas vej for træningsmanualers kommercielle gennembrud i Amerika, hvor postordrekoncepter i stor stil fandt vej til masseforbrugeren, dels har man senere set strategien med at koble sociale elementer på træningen gentaget i talrige variationer i den kommercielle fitnessindustri. Det er eksempelvis en velkendt metode at tilbyde venner til fitnesscentrenes kunder billige introduktionstilbud. Charles Atlas beviste også, at kommercielle fitnesskoncepter konstant må genfortolkes og videreudvikles for ikke at miste forretningsmæssig værdi. Dette

THE INSULT THAT MADE A MAN OUT OF 'MAC'

Panel 1: Mac is being teased by women. "HEY! DON'T WINK! THAT'S BARE IN THE NECK!"

Panel 2: Mac is being teased. "LITTLE NECK! AND... OH! SPREAD YOUR ARMS! ONLY YOU'RE SO BROAD! YOU MIGHT TRY UP AND BLOW AWAY!"

Panel 3: Mac is being teased. "THE BIG BELLY! I'LL GET THAT SOME DAY!"

Panel 4: Mac is being teased. "OH! DON'T LET IT BOOBY! YOU'VE GOT TO GET IT!"

Panel 5: Mac is being teased. "OH! DON'T LET IT BOOBY! YOU'VE GOT TO GET IT!"

Panel 6: Mac is being teased. "OH! DON'T LET IT BOOBY! YOU'VE GOT TO GET IT!"

Panel 7: Mac is being teased. "OH! DON'T LET IT BOOBY! YOU'VE GOT TO GET IT!"

Panel 8: Mac is being teased. "OH! DON'T LET IT BOOBY! YOU'VE GOT TO GET IT!"

Panel 9: Mac is being teased. "OH! DON'T LET IT BOOBY! YOU'VE GOT TO GET IT!"

Panel 10: Mac is being teased. "OH! DON'T LET IT BOOBY! YOU'VE GOT TO GET IT!"

Panel 11: Mac is being teased. "OH! DON'T LET IT BOOBY! YOU'VE GOT TO GET IT!"

Panel 12: Mac is being teased. "OH! DON'T LET IT BOOBY! YOU'VE GOT TO GET IT!"

FREE!
Illustrated 32-page book explaining "Dynamic Tension"

Charles Atlas
YOU CAN BE A REAL HE-MAN!

WOULDN'T YOU like to "Pick out" the kind of you want—trade in skin and bones or flab and fat **SOLID MUSCLES** exactly where you need it? Charles Atlas has given thousands the kind of bodies they have always wanted. Now, see what he can do for YOU in the coupon below.

You can **CHOOSE** a muscular, broader chest, slimmer waistline and hips... new trip-hammer power for your arms and legs... more solid weight in the **RIGHT PLACES**. You name it, we'll show you how you can get it **FAST**—or you pay nothing!

CHARLES ATLAS, Dept. 7E4, 21 Poland Street, London, W.1.

POST THIS NOW!

CHARLES ATLAS, Dept. 7E4, 21 Poland Street, London, W.1.
Send me absolutely **FREE** details of the amazing 7-day **TRIAL OFFER** and your famous book explaining "Dynamic Tension," crammed with photographs and valuable advice.

Here's the kind of Body I'd like:

MORE MUSCLE BIG ARM MUSCLES TIRELESS LEGS
 BIGGER CHEST MUSCLES MORE WEIGHT

NAME _____
(Block Letters, Please)

ADDRESS _____

AGE _____

5 FREE GIFTS
Act now and you will also get these 5 valuable outline courses:

CHARLES ATLAS ON TV

WIN THIS VALUABLE TROPHY
Be the envy of your friends

Et eksempel på en Charles Atlas reklamer:

'Fornærmelsen, som gjorde Mac til en mand - en tegneseriestribe med det simple budskab, at muskler giver stor succes hos pigerne. Reklamerne blev indsat i tegneseriehæfter i 1930'ernes USA, hvor de ramte målgruppen af unge usikre mænd direkte. Foto: Polfoto

rummer på mange måder en kvalitetsforringelse, da man ofte kan stille spørgsmålstegn ved, om nye træningsøvelser er motiveret af kommercielle interesser eller af en oprigtig interesse i at introducere en ny effektiv træningsmetode. Men Charles Atlas var bevidst om at logikken på markedet var, at man bestandigt skulle genopfinde og udvikle sig selv.

Træningsmagasiner, kønsroller og den relative krop

Den æstetiske krop var fra starten af reklamernes og træningsmagasinernes gennembrud overrepræsenteret i medielandskabet. Idealkroppen fik herigennem stor indflydelse på unge menneskers forestillinger om egen kropslig identitet. Ved at kæde billeder af den maskuline krop sammen med personlig succes har reklamer og kommercielle træningsmagasiner på godt og ondt haft stor betydning for unge mænds forestillinger og tanker om 'den succesfulde mand'. Det første blad, som udkom med faste tidsintervaller og dermed grundlagde den kommercielle træningslitteraturs tradition var det engelske 'Health & Strength', som er udkommet siden 1898.¹⁴¹

Forsiderne på kommercielle træningsmagasiner har fra begyndelsen reproduceret og markedsført forestillingen om den amerikanske drøm og fastholdt kønnene i stereotype roller. Der er slående lighed mellem billedernes simple symbolik gennem historien. Ofte finder man billeder af en veltrænet mandsperson med en yndig kvinde ved sin side, hvor han rent symbolsk er hævet over den kvindelige 'ejendom', der fremstilles som en underdanigt beundrende tilbeder. Symbolikken er tydelig - mandens lykke og succes kædes sammen med en smuk og muskuløs idealkrop; idealet er den virksomme aktive mand, der er i kropslig balance med sig selv, og hvis udseende placerer ham højt på den sociale rangstige.

Kroppen giver manden adgang til en række efterspurgte privilegier og fungerer i denne sam-

menhæng som et statusgivende beundringsværdigt objekt med nærmest materiel karakter. Hvis man ser på udviklingen af træningsmagasiners forsider gennem historien, ser man en udvikling, der går fra markedsføringen af den maskuline idealkrop i 1930'erne og 1940'erne til en idealkrop, som i stadig højere grad indtager sin position i mere almindelige miljøer. Hensigten med dette var at give magasinet et bredere publikum og gøre kroppens maskuline udtryk en større mainstreamappeal.

Fra 1950 og frem til 1970 fremstillede træningsmagasinerne ofte indehaveren af den muskuløse krop som en rollemodel, enten som fader og familieoverhoved eller skildret som ung mand, typisk portrætteret i den fri natur med en kvinde ved sin side. For at komme masseforbrugeren nærmere, spekulerede bladudgiverne i at markedsføre det muskuløse kropsideal som et gradvist mere og mere almindeligt kropsudtryk, der var at finde i ganske almindelige hverdagsammenhænge.

Temaet på mange af forsidebillederne har medvirket til at forstærke forestillingerne om, at materiel og indre sjælelig lykke går hånd i hånd med kroppens udseende, hvilket er i god samklang med den amerikanske drøm: Man kan opnå denne eftertragtede materielle, kropslige og indre lykketilstand, hvis bare man er stædig og ihærdig nok. Det kommercielle mediebombardement og markedsføring af lykkeligt udseende mennesker har på denne måde været et grundlæggende fundament for den kommercielle fitnessindustri. Den personlige lykke bliver i disse kommercielle sammenhænge gjort til en udefrakommende forestilling, hvor et overfladisk afbillede af en kropslig tilstand bliver fortolket som en indre sindstilstand.

Kvinderne kæmpede sig også vej til de kommercielle træningsmagasiner. Magasinet 'Muscle Training Illustrated' fra 1972 bragte en af de første og bedst kendte artikler om kvindelig bodybuilding, hvor skønhedsdronningen Kellie Everts



I tæt sammenhæng med 'den amerikanske drøm' bliver den lækre krop lig med et lækkert og lykkeligt liv. Manden fremstilles som helten og kvinden som den underdanige passive tilbeder. Magasinforside fra 1969.

fortæller om sin styrketræning, som hun tog op i sjette måned af sin graviditet. I 1975 oprådte hun i modemagasinet 'Esquire', i hvad der ofte omtales som den første officielle kvindelige posering.

Kellie Everts gjorde et stort nummer ud af at promovere sig selv som den første kvindelige bodybuilder, hvilket hun fik en vis succes med. Dette er dog ikke korrekt. Allerede i 1940'erne kendte man til kvindelig bodybuilding; eksempelvis på forsiden af magasinet 'Strength and Health', hvor en legendarisk figur fra Muscle Beach ved navn Abbye 'Pudgy' Stockton løfter en vægt. Ligeledes havde det engelske magasin 'Strength and Beauty' i 1950'erne en kvinde ved navn Sadie McIntosh fremvisende sin biceps – dog stadigvæk med tydelige fremskudte bryster for at understrege den feminine tilgang.



I forsøget på at markedsføre vægttræning som en helt almindelig aktivitet, blev rollen som familiefar for den amerikanske kernefamilie ofte anvendt som rollemodel. Her efterligner de to sønner deres stolte far, mens konen og de to døtre ser passivt til. Magasinforside fra 1958.

Alligevel skabte Esquires artikel med Kellie Everts med artiklen fra 1975 en stor sensation. Hun fortsatte efterfølgende karrieren som eftertragtet fotomodel med jobs for en række af verdens førende modemagasiner, herunder Elle og Vogue. Kellie Everts selviscenesættelse og næsten aggressive og fremadstormende attitude udgjorde et eksempel på en helt ny kvindetype, der krævede sin ret, forlangte seksuel frigørelse og respekt fra den småborgerlige amerikanske omverden, der ofte så måbende til. Sammen med Lisa Lyon blev Kellie Everts et tidligt eksempel på ekstrem kvindelig kropslig frigørelse. Blandt andet medvirkede hun i en række stærkt provokerende reklamer, hvor der blev spillet på mænds manglende respekt og interesse for kvindelig bodybuilding: Den kunne man kun opnå ved at smide tøjet – og det gjorde hun så.¹⁴²

En afgørende historisk begivenhed, der ændrede billedet af manden som den fysisk overlegne skikkelse, blev introduktionen af de første rigtige kvindelige bodybuildere. I lighed med Abbye 'Pudgy' Stockton og Sadie McIntosh var de første kvinder så småt begyndt at dyrke vægtløftning og styrketræning på Muscle Beach i Californien i 1940'erne, men først i slutningen af 1960'ernes USA kæmpede de første kvinder sig vej til den internationale bodybuilderscene. Under konkurrencetitler som 'Miss Physique' and 'Miss American' gjorde de første ekstremt veltrænede og let muskuløse kvinder deres entré. Også den senere 'Miss Body Beautiful' som fandt sted i 1975 byggede på en gradvis ændring i kvindernes fysiske fremtoning. Disse konkurrencer mindede trods alt alligevel mere om de traditionelle bikinikonkurrencer, hvor der var fokus på kvindelig ynde og skønhed frem for muskelmassens størrelse, hvilket konkurrencekravene om høje hæle var et eksempel på. Samtidig blev flertallet af disse konkurrencer mellem kvinder afholdt som ren og skær mandeunderholdning og ikke som sportsdiscipliner.



Sadie McIntosh på forsiden af magasinet 'Strength & Beauty'. 1950.

En af de første konkurrencer, hvor vurderingen for alvor tippede til muskelmassens fordel, var 'U.S. Women's National Physique Championships' med Henry McGhee som arrangør.¹⁴³

” Markedsføring af lykkeligt udseende mennesker har været et grundlæggende fundament for den kommercielle fitnessindustri.

Konkurrencen fandt sted i 1978 i Canton, Ohio.¹⁴⁴ I 1979 og 1980 kom gennembruddet så med et hav af konkurrencer som den anden udgave af 'U.S. Women's National Physique Championships', der blev vundet af Kay Baxter, samt ikke mindst med det første officielle IFBB-mesterskab under navnet 'IFBB Women's World Body Building Championship' i 1979. Her vandt den senere relativt kendte Lisa Lyon, som trods alt stadig repræsenterede en stærkt erotisk kvindeskikkelse, der kunne tiltrække mænds blikke.¹⁴⁵ Pengepræmier af en anseelig størrelse på lige fod med traditionelle skønhedskonkurrencer blev for første gang introduceret i forbindelse med konkurrencen 'The Best In The World'. Kvindernes præmiesumme var dog minimal i forhold til mændenes, men de 5.000 dollars med 2.500 til førstepladsen, var dog bevis på de kvindelige bodybuilders professionelle gennembrud. Til trods for, at der i disse konkurrencer var tale om bodybuilding med bedømmelse af muskelmassens symmetri, harmoni og størrelse, var en afgørende forskel på disse konkurrencer og de efterfølgende, at kvinderne ikke måtte udføre en række af mændenes standardposeringer, hvor muskelmassen blev presset sammen til det yderste. Således var det heller ikke velset, at kvinder knyttede hænderne i fremvisningen af biceps eller spillede med musklerne, hvilket gjorde poseringen langt mindre aggressiv end mændenes. Dette var medvirkende til at holde kvinderne fra at skære grimasser, hvilket ellers

var et kendt syn i mændenes konkurrencer. Kvindernes fysiske anstrengelse og sved måtte således henføres til fitnesscentrene i månederne og ugerne, før de gik på scenen som storsmilende feminine forbilleder. Dertil optrådte kvinderne ofte som supplement til mændenes konkurrencer, hvilket en række tidlige reklameplakater er gode eksempler på. Her står kvindernes konkurrencetitel typisk nederst under både mændenes og juniorernes konkurrencetitler og fungerede i den forstand som underholdning i de pauser, som var mellem mændenes forskellige runder.

I 1980 kom den konkurrence, som ændrede kvindelig bodybuilding for fremtiden, nemlig introduktionen af den selvstændige 'Ms.

Olympia'-konkurrence, som var den mest prestigefyldte konkurrence. Dels på grund af lanceringen, dels på grund af da mange deltagere med forskellig nationalitet. Da man ikke endnu havde oprettet en organisation for professionelle kvindelige bodybuildere eller officielle verdensranglister, som kunne danne udgangspunkt for kvalifikationskravene, måtte deltagerne fra hele verden indsende billeder til arrangøren George Snyder, som stod for udvælgelsen af deltagere.¹⁴⁶

Den første Ms. Olympiavinder var Rachel McLish,¹⁴⁷ som tidligere på året også havde vundet amatørernes konkurrence arrangeret af 'National Physique Committee'. Hun skulle vise sig at være en fremragende rollemodel for kvindelig bodybuilding og fungerede i talrige medier som inspirationskilde for kvinder verden over. Som kvindernes svar på Arnold Schwarzenegger kastede hun sig også ud i en skuespillerkarriere i Hollywood efter endt karriere i bodybuilding – dog med mere begrænset succes end sit mandlige modstykke.¹⁴⁸ I en alder over 40 år er hun idag stadig aktiv både som fitnessmodel på forsiden af diverse livsstils- og træningsmaga-

siner og som forfatter til livsstilsbøger i fysisk træning og mental sundhed.

I forbindelse med diskussionerne om kvindernes feminitet blev det op gennem 1990'erne tydeligt, at dommerne til de forskellige internationale bodybuilderstævner ændrede regelsæt og dømte ud fra nogle mere subjektive kriterier og ikke ud fra den relative muskelmasses størrelse. Årsagen var, at den kvindelige bodybuild-

” Kvindernes fysiske anstrengelse og sved måtte henføres til fitnesscentrene i månederne før de gik på scenen som storsmilende feminine forbilleder.

dingscene var blevet et varmt diskussionsemne i offentligheden, som i stigende grad så måbende til, mens grænserne for den kvindelige fysik blev overskredet gang på gang.

I 1991, som var det første år, hvor Ms. Olympia blev transmitteret direkte på TV, var den forsvarende mester Lenda Murray blevet udfordret af Bev Francis, som havde taget ekstremt meget muskelmasse på i forhold til året før. Bev Francis fremstod som en fysisk set langt mere overlegen atlet; men dommerne var klar over, at de med en kårning af hende som den nye vinder ville skade sportens ry for altid. Hvis denne ekstremt muskuløse kvindelige fremtoning var vejen frem, var der alvorlig risiko for både at miste den brede offentligheds interesse og de dertil hørende mange sponsorkroner – og så tilmed grave sportens egen grav på direkte TV.

Bev Francis førte over Lenda Murray med så mange points, at Murray i den sidste runde skulle bruge en førsteplads hos flertallet af dommerne for at forsvare sin titel. Dette klarede hun lige nøjagtigt og vandt med ét points margin således en ny titel som Ms. Olympia i det, der fra

sidelinjen så ud som en særdeles kontroversiel pointgivning. Den danske tidligere professionelle bodybuilder Lisser Frost, som sad i dommerpanelet var dog ikke i tvivl om, at den rette vinder var fundet: *“Jeg var helt bevidst om det dilemma, vi stod i, men ikke i tvivl om, i hvilken retning mine stemmer skulle gå. Hvis vi havde kåret Bev Francis som vinder, er jeg overbevist om, at kvindelig professionel bodybuilding var død dagen efter. For der var simpelthen ikke nogen kvindelig skønhed eller femininitet tilbage.”*⁴⁹

I 1992 blev kontroverserne om kvindernes fremtoning ligeledes et emne til kvindernes ‘Ms. International’ konkurrence. I forsøg på at oprettholde kvindelig bodybuildings medietække fra 1980’erne indførte IFBB en række nye dommerkriterier, som betonede kvindekroppens mere feminine sider, herunder at deltagerne ikke skulle være for store – dvs. at de ikke skulle have overdrevent mange muskler. Dette var et afgørende skift fra bodybuildingens selvforståelse, som netop gik ud på at opbygge så stor en muskelmasse som fysisk muligt. Den kontroversielle vinder af konkurrencen blev den kønne, slanke og blonde tysker Anja Schreiner, som med sine 65 kilo vejede langt under gennemsnittet af den normale professionelle kvindelige bodybuilder.

Ikke nok med, at dette efter manges opfattelse var en skandale i sig selv, men skandalen blev yderligere forstærket af, at den britiske konkurrencedeltager Paula Bircumshaw var af præcis samme højde som vinderen. Briten havde dog betragteligt mere muskelmasse og vejede over 81 kilo. Hun var den klare publikumsfavorit, men fik kun stemmer nok til en ottendeplass. Ved normale omstændigheder ville alle i top ti blive kaldt ud og modtage en hyldest fra publikum efter dommernes afgørelse, men ved denne konkurrence valgte dommerne kun at kalde top seks frem på scenen.

Publikum protesterede mod dommernes afgørelse og den mærkværdige fremgangsmåde i selve præmieoverrækkelsen. Det endte med,

” Offentligheden så i stigende grad måbende til, mens grænserne for den kvindelige fysik blev overskredet gang på gang.

at publikum i taktfaste råb kaldte Paula på scenen, hvor hun demonstrativt gav dommerne en såkaldt ‘Wanker’ gestus, der normalt hører mænd til. Mange følte ligesom Schwarzenegger, at ledelsen i IFBB med Ben Weider i spidsen havde givet dommerne besked på at dømme efter et feminint udseende og havde overfortolket de nye dommerkriterier, således at det ikke var musklernes fysiske størrelse og harmoniske udtryk, der nu var de gældende retningslinjer. Mange af



Den første officielle Miss Olympia vinder, Rachel McLish. 1980. Foto: Polfoto

deltagerne forlod de følgende år konkurrencerne, mens andre forsøgte at rette ind efter de nye dommerkriterier. Blandt de sidstnævnte finder man blandt andre Lenda Murray, som på trods af sine enorme muskler vandt titlen som Ms. Olympia fra 1990 – 1995¹⁵⁰ ved at fastholde sine feminine ansigtstræk. Mange kvindelige bodybuildere havde i disse år som følge af doping med det mandlige kønshormon testosteron fået opbygget den tilsigtede ekstreme muskelmasse, men samtidig også udviklet et markant kæbeparti og endog i en række tilfælde begyndende skægvækst. Dette var selvsagt ikke velset fra sponsorerne IFBB's side. Forbundet havde interesse i at præsentere veltrænede og muskuløse kvinder, og ikke et intetkøn eller noget, der rent kropsligt mindede om mænd.

I 1999 oplevede IFBB for alvor den manglende interesse fra både sponsorer og publikum til Ms. Olympiakonkurrencen. Forsalget af billetter gik ekstremt dårligt, og konkurrencen led under dopingrygter, hvilket var årsag til at hovedsponsoren trak sig tilbage en måned før konkurrencen. Aflysningen af den officielle konkurrence den 9. oktober resulterede i, at der i al hast blev arrangeret en erstatningskonkurrence som del af konkurrencen 'Women's Extravaganza', der reelt var tænkt som en optakt til Ms. Olympia og lå en uge tidligere end den officielle dato.

Hovedsponsoratet, som reddede IFBBs Ms. Olympia fra konkurs, kom i sidste øjeblik fra Ben Weiders bror Joe, der via sit populære træningsmagasin FLEX spyttede 50.000 dollars i begivenheden.

For at undgå fremtidige skandaler besluttede IFBB at slå de store konkurrencer sammen i én stor Olympiaweekend, hvor der også blev formuleret nye dommerkriterier i kvindernes konkurrencer. Reglerne begrænsede endnu engang betydningen af muskelmasse, og der blev tilmed indført forskellige vægtklasser, således at

de ekstremt muskuløse kvinder dystede for sig selv, mens de mindre ekstreme fik deres egen scene. Dommerkriterierne fik fra år 2000 også en mere feminin drejning. Atleterne ville nu blive bedømt på deres sundhedsmæssige fremtoning, deres ansigt, deres make-up og hudens farve, hvilket gjorde det svært at opnå topresultater med et maskulint ansigt. Overdommeren skrev til atleterne, at de traditionelle dommerkriterier fortsat gjaldt, men nu suppleret med tilføjelsen om, at "*musklernes symmetri, præsentation, markering og masse ikke måtte være for ekstrem.*"¹⁵¹ I 2004 satte endnu en regel atter grænser for kvindernes muskelmasse. Reglen krævede med kort varsel, at deltagerne skulle reducere deres muskelmasse med 20 %.¹⁵²

Der er dog mange meninger om, hvorvidt disse nye retningslinjer har hjulpet. Ser man på de seneste års Ms. Olympiavinder, må svaret være nej. Som løsning på den kvindelige bodybuildings tydelige kommercielle krise siden 1990'erne er der i mellemtiden i mange forskellige regi oprettet en lang række supplerende, mere eller mindre traditionelle skønhedskonkurrencer.

Især fitnesskategorien er blevet et populært og kommercielt egnet modstykke til de kvindelige bodybuildere. I fitnesskonkurrencer tager bedømmelsen ofte udgangspunkt i tre forskellige runder: I en konkret fysisk præstation på tid, eksempelvis i form af en forhindringsbane, en opvisningsrunde i fristil med mulighed for showdance og performance - samt en mere traditionel symmetrirunde, hvor deltagernes fysiske krop bliver vurderet. Arrangørerne af disse konkurrencer sørger som regel for, at deltagerne på et tidspunkt også ifører sig enten badedragt eller en farverig og overdådig festkjole for at understrege kvindernes femininitet.¹⁵³

I takt med kvindelig bodybuildings udvikling til en selvstændig sportsgren med egne sponsorer og eget unikke træningsmiljø kom der fra starten af 1980 flere kvindebuiltdermagasiner og -bøger på gaden.¹⁵⁴

Den afgørende forskel på mande- og kvinde-
magasinerne ligger først og fremmest i bruges af
billeder, hvor muskuløse og veltrænede kvinder
nu pryder forsiden i stedet for en mand. Disse
udgivelser bevæger sig væk fra at portrættere
kvinden som en underdanig beundrer af man-
dens fysik. Man ser dog omvendt aldrig manden
i rollen som den passive iagttager og beundrer af
kvindens krop, da dette ville rykke ved de meget
stereotype forestillinger om kønsrollernes ind-
byrdes magtforhold. I en bodybuilderkultur, der
var og er mandsdomineret, kunne det næppe
accepteres, hvis manden pludselige indtog en
anden rolle eller gav slip på sin højere placering
i kønnenes indbyrdes hierarki.

Mændenes modsvar på det nye kvindebillede
var at fortsætte den muskulære vækst, så distan-
cen mellem de to kroppers muskuløse udseende
kunne opretholdes. Bodybuilderkvinderne fik
således deres eget lille miljø med deres egne
udgivelser. I denne sammenhæng ændrede
kvindernes fremtoning sig også på forsiderne
af mandemagasinerne, hvor kvinderne gik fra
rollen som passive beundrere af manden til at
være selvstændige muskuløse atleter.¹⁵⁵

På overfladen blev de kommercielle trænings-
magasiner begyndelsen på en vestlig kommer-
ciel træningslitteratur, som siden kendes fra
nutidens mange livsstilsmagasiner; fyldt med
annoncer, postordretilbud, livsstilslitteratur og
træningsinstruktioner. På et mere strukturelt
niveau udøvede bladene indflydelse på sam-
fundsforestillingerne om idealkroppens udse-
ende med afgørende betydning for samfunds-
opfattelsen. Grænserne for den normale kropps
udseende blev gradvist udvisket. Kvindens udse-
ende kunne nu rent kropsligt minde ekstremt
meget om en veltrænet mands. De kvindelige
bryster blev til en enorm muskel, som slugte
de sidste rester, hvilket også banede vejen for
silikoneplastikoperationer. Talrige kvindelige
vindere af bodybuilderkonkurrencer er bærere

af silikonebryster i forsøg på at fastholde den
kvindelige kropps former. Blandt de kendte kvin-
delige bodybuildere, som i skønhedens navn
fik lavet nye bryster, finder man bl.a. den første
Ms. Olympiavinder, Rachel McList. I kraft af
sine nye fortrin kunne hun igen optræde som
'rigtig' kvinde i trænings- og livsstilsmagasiner,
ligesom hendes filmkarriere i årene efter fik ny
vind i sejlene.

Træningslitteraturens sprog i de kommercielle
udgivelser har et altoverskyggende kendetegn,
nemlig den flittige brug af bydeform. Instruktio-
nerne i træningens korrekte udførsel medførte
således en helt særlig sproglig tradition med
brug af imperativ, som vi også genfinder i mange
af nutidens livsstilsmagasiner. Instruktionerne



De første bodybuildermagasiner for kvinder kom på gaden i star-
ten af 1970'erne. Dette rykker ved forestillingen af kvinden som
den passive tilbeder af manden, som de traditionelle mandema-
gasiner tidligere solgte sig selv på. Her er Lynn Perry på forsiden
af Body & Power fra 1982. Kvinder optræder fra 1980'erne og frem
som et selvstændigt og stærkt køn.

til træningsøvelserne minder på denne måde om en militærkommando. 'Gør-dette-mentalitet' har både en irettesættende og instruerende sproglig betydning, som genfindes helt tilbage fra de tidlige træningskoncepters instruktioner fra 1900-tallets begyndelse. Undersøgelser af denne særlige sprogform i reklamer og modemagasiner peger på, at den planter et mentalt pres på læseren, som både kan medvirke til en aktiv handling, som kan komme til udtryk i et forbrug eller en fysisk aktivitet, men samtidig kan efterlade en skyldfølelse, såfremt kommandoen ikke efterlevs.¹⁵⁶ Sprogformen er i dag den dominerende i kommercielle sammenhænge, herunder i reklamer som opfordrer til merforbrug.

Rammerne for kroppens udseende udvidede sig kraftigt fra 1950'erne og frem. Medie-eksponeringen af smukke kroppe påvirkede samfundets forestillinger om kroppens naturlighed i den forstand, at civilisationen fjernede sig fra forestillingen om, at kroppen blot var noget, man var blevet givet. Almenbefolkningen fik gennem reklamernes billeder øjnene op for, hvor relativ den fysiske krop kan være, og hvor meget kroppen kan ændre udseende gennem en disciplineret træningsindsats. Samfundets forestillinger om 'en normal krop' bevæger sig fra 1950'erne og frem hen imod en idealkrops udseende, som det kropslige indtryk, der sætter diskursen og standarden for en kropsæstetisk vurdering. I takt med at adgangen til træningskoncepter, produkter og teknikker bliver alment udbredte, ændrer kroppen sig fra noget, individet har, til en krop, som individet aktivt kan vælge eller købe. I forbindelse hermed bliver kroppens fysik og udseende således langsomt til et spørgsmål om et personligt til- eller fravalg for den enkelte. Kroppens billede er således i dag ikke blot en kødelig struktur, man er underlagt, men i lige så høj grad et individuelt ansvar. Den samme kvalitative udvikling kan spores med hensyn til

individets personlige sundhed eller mangel på samme.

Den kommercielle strategiske triumf

Den afgørende strategiske triumf for den blomstrende kommercielle sektor har været den rent historiske succes med gradvist at skære de mest ekstreme kropsudtryk fra. I stedet for at følge bodybuildingens selvdestruktive udvikling, har den kommercielle fitness-industri valgt at fokusere på de tidlige billeder fra 1950'erne med epokens simple sammenkædning af 'det smukke', 'det lykkelige' og 'det sunde'.

I fitness-sektorens strategiske markedsføring smelter disse tre elementer rent instinktivt sammen, så der ikke skelnes bevidst mellem de forskellige begreber. Eller sagt mere præcist: Den smukke krop, som eksempelvis blev anvendt som blikfang i kommercielle sammenhænge i salg af

” Den smukke krop smelter sammen med den sunde krop, der fremstilles som 'det gode liv'.

træningskoncepter og kosttilskud, bliver fremstillet som 'den sunde krop' og 'det gode liv', selvom der ikke klinisk eksisterer direkte sammenhæng mellem disse. Denne 'se-ud-som-sundhed' er et af de grundlæggende dogmer for nutidens kommercielle fitnesskultur, som eksempelvis blander det usunde solarieforbrug med træningens sundhedsfremmende elementer.

Den danske fitness-sektors historie

Den kommercielle kropskulturs gennembrud i Danmark skete med afsæt i styrketræningens tidlige dage. Siden har udviklingen bevæget sig fra bodybuildernes pionerånd til kommercielt gennemtænkte fitnesskoncepter, der giver almindelige danskere mulighed for at dyrke motion i moderne motionsfaciliteter.



Århus Muscle Studio. Foto: Privat. 1960.

I forlængelse af kapitel 1, som beskæftigede sig med forudsætningerne for den kommercielle fitness-sektor, vil kapitel 2 fokusere på den danske fitness-sektors historie.

I forbindelse med industrialiseringen tog befolkningen i byerne idrætten til sig som dominerende fritidsbeskæftigelse. Et af de træk, der gik igen i idrætsforeningerne, var valget af foreningens navne. Idrætsklubber med navne som Sparta, Samson, Hermes, Apollo og Olympia hentede inspiration til deres navne i den græske mytologi, som udgjorde en stor inspirationskilde for de idrætsaktive,¹⁵⁷ men også navne fra den oldnordiske mytologi gik igen i navnene: Gefion, Freja, Rolf, Hermod, Thor, Dan, Vidar samt vintebadernes forkærlighed for navnet Viking.¹⁵⁸

Idrætten og de mange nye idrætsklubber kom til at spille en afgørende rolle for identitetsskabelsen i bysamfundets forskellige klasser, ligesom gymnastikken spillede en afgørende rolle for landbefolkningen. En af de idrætsgrene, man i byerne tog til sig, var vægtløftningssporten. Idrætten, hvor man¹⁵⁹ 'løftede jern', kom til Danmark sent i 1800-tallet. Den 20. april 1894 åbnede Atletklubben Thor (AK Thor) som den første vægtløfterforening herhjemme. Klubben fik lokaler i Amager Tivoli på hjørnet af Amagerbrogade og Øresundsvej, men blev fra slutningen af 1940'erne forflyttet til nogle små træningslokaler i de røde barakker ved Kløvermarkens Idrætsanlæg på Amager, hvor den stadig ligger i dag.¹⁶⁰ I årene efter fulgte mange andre vægt-

løfterforeninger i de større danske byer, blandt andet i Aalborg, hvor tobaksarbejdere tog initiativ til at danne den senere så stolte og kendte Atletklubben Jyden (AK Jyden), der både organiserede brydere, vægtløftere og senere også boksere.¹⁶¹ Vægtløftere og brydere var i disse år organiseret i samme idrætsforbund under navnet Dansk Atlet-Union. Dette led vægtløftningen som selvstændig idrætsdisciplin under indtil den 14. oktober 1945, da vægtløftningen brød ud af brydernes favntag og dannede Dansk Vægtløftnings-Forbund.¹⁶² Den vægttræning, der blev dyrket i de tidlige vægtløfterklubber, bar præg af vægtløftningens sport med fokus på at udføre de officielle kendte stød, som vægtløfternes verdensforbund havde brugt adskillige år på at finde frem til for at kunne blive anerkendt som permanent olympisk sportsdisciplin.

Men ved siden af vægtløftningen indfandt der sig ifølge flere kilder en mere broget medlemskare, som dyrkede vægttræning ud fra ikke-sportslige motiver. Ud over at bestå af stolte mænd fra arbejderklassen, der dyrkede vægtløftning som konkurrencesport, var der efter 1950'erne en mindre gruppe, der bestod af brydere, boksere og atleter, som styrketrænede med vægte for at supplere deres primære idrætsdisciplin med grundtræningens råstyrke. Dertil kom en række motionister, der primært ønskede at dyrke vægttræning for at opbygge et smukt og stærkt maskulint legeme, og for hvem det primære formål ikke var at dyrke vægtløftning som konkurrencesport.¹⁶³

Mange af disse medlemmer var fra starten ikke velsete, fordi de ikke gik ind på sportens præmisser – de var ikke sportsmænd på lige fod med de andre. Delvist på grund idrætsklubbernes anstrengte økonomi fik de alligevel gradvist adgang til træningslokalerne,¹⁶⁴ og en del af de smukkeste byggede motionister skabte med inspiration fra udlandet de tidligere omtalte

'konkurrencer for smukt legemsbygning', som netop blev afholdt i Dansk Atlet-Unions organisatoriske regi i årene fra 1902- 1917 (se evt. forrige kapitel).

Det at være vægtløfter, bryder eller bokser betød dog ikke, at man ikke også kunne dyrke andre sportsgrene. Specialiseringen inden for elitesportens forskellige discipliner var ikke så stor som

” Viggo Jensen vandt ved de olympiske lege i Athen 1896 både guld i skydning og vægtløftning.

i dag, og man så derfor ofte, at idrætsudøvere stillede op i vidt forskellige idrætsdiscipliner og opnåede flotte placeringer i begge. Det mest bemærkelsesværdige eksempel på dette er Viggo Jensen, som deltog i de første moderne olympiske lege i Athen 1896, hvor han både vandt guld i skydning, som var hans primære idrætsdisciplin, og vægtløftning, som blot var hans sekundære idræt. Idrætsforeningen IK99 fra København har ligeledes eksempler på vægtløftere, som både konkurrerede i atletikkens løbediscipliner, stafetløb og længdespring.¹⁶⁵ Derimod syntes vægttræning med personlige sundhedsmotiver ikke at fylde så meget, muligvis fordi viden om vægttrænings sundhedseffekt ikke var veldokumenteret endnu og derfor ikke havde opnået status som sundhedsfremmende idræt.

Vægtløftning og styrketræning med kropsæstetiske motiver må allerede fra 1950'erne og frem have haft ret forskellige træningsprincipper, og 'kropsbyggerne' har sandsynligvis via eksperimenter og videndeling langsomt fundet frem til deres egne træningsøvelser med lettere vægte og flere repetitioner end vægtløfterne. Denne træningsform kunne nemmere og mere effektivt opfylde målsætningen om en muskuløs og harmonisk krop. Træningsmetoderne har på denne måde udviklet sig i forskellige retninger afhæn-

gigt af, om det var konkurrenceorienteret vægtløftning, eller om der var tale om styrketræning med henblik på at opnå en funktionel styrke eller en smuk maskulin krop. Især efter det i foregående kapitel omtalte mesterskab med Tommy Kono og Norbert Schemansky i Idrætshuset på Østerbro i 1953 var der ifølge mange kilder fra vægtløftermiljøet en spirende tendens til, at flere og flere atleter tog posering til sig. I København begyndte mænd fra forskellige idrætter at poserede for hinanden foran et stort spejl, som var placeret i Idrætshusets kælder.¹⁶⁶ Også den vel sagtens første danske reklamebrochure for bodybuilding fra omkring 1950'erne vidner om en spirende interesse. Brochuren fra den hedengangne førende danske sportsforretning 'Poul Holm Sportsmagasin'¹⁶⁷ er et tydeligt bevis på, at den moderne legemskultur i bodybuilding langsomt havde udviklet sig til en selvstændig idrætsdisciplin: "*Det direkte mål er harmonisk udvikling af legemet gennem metodisk opøvelse og et systematisk anlagt arbejde, der giver ligelig udvikling af alle muskler. I Danmark er det en ny idræt, som imidlertid takket være Dansk Vægtløftningsforbunds oplysningsarbejde har fået stor og voksende tilslutning.*"¹⁶⁸

Den tætte forbindelse, der var mellem bodybuildingens og poseringens kunst og vægtløftningstraditionen kan ligeledes ses i en række af Dansk Vægtløftnings-Forbunds tidligere medlemsblad 'Legemskultur'. Med stærk inspiration fra Bob Hoffmanns magasiner og de amerikanske vægtløftere, som besøgte landet i 1953, blev medlemsbladet fyldt med artikler, instruktionsmanualer og annoncer målrettet 'kropsbyggere', der dyrkede vægttræning med den æstetiske krop som motiv. Der er således noget der tyder på, at der i danske vægtløfterkredse eksisterede en sideløbende styrketræningskultur indtil fitnessindustriens kom-

mercielle og folkelige gennembrud i starten af 1980'erne.

Det er også værd at nævne, at der ved siden af sportsvægtløfterne også indfandt sig styrkeløftere, som konkurrerede på andre stød og løft end dem, der blev anerkendt i vægtløftningens sport.

” I Danmark er bodybuilding en ny idræt, som takket være Dansk Vægtløftningsforbunds oplysningsarbejde har fået stor og voksende tilslutning.

Reklamebrochure fra Poul Holm Sportsmagasin, ca. 1950

Styrkeløft blev hurtigt udtryk for en blanding af vægtløftning og styrketræning med vægte, og den havde et mere motions- og hobbypræget motiv for mange af de aktive.

Konkurrencerne i styrkeløft var mindre formelle end i vægtløftning, og styrkeløft blev af denne årsag først formaliseret i International Powerlifting Federation som selvstændigt idrætsforbund omkring 1970 i USA, hvorefter de første formelle verdensmesterskaber blev arrangeret.¹⁶⁹

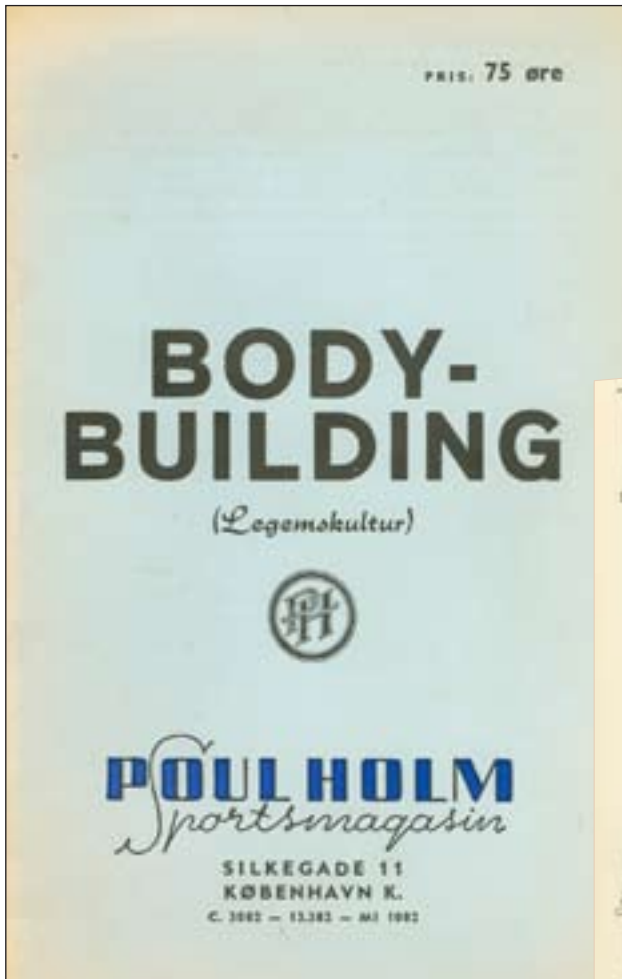
I dag bliver styrkeløft dyrket i mange selvstændige foreninger, men idrætsgrenen bliver ofte karakteriseret som en træningsform, der i nogen grad lider under, at "... *folks definitioner af, hvad der skal til for, at et løft er godkendt, og hvad for noget udstyr, man må bruge, er ret forskellige. Det har ført til dannelsen af temmelig mange [styrkeløft-] forbund, hvilket nok er det, som står mest i vejen for styrkeløfts fremtid som olympisk sportsgren, idet IOC [den Internationale Olympiske Komite] helst kun godtager sportsgrene repræsenteret af et altdominerende forbund.*"¹⁷⁰

Den dag i dag finder vi et relativt stort antal motionister både i vægt- og styrkeløftforeninger, som udelukkende dyrker vægttræning som motionsform eller som grundtræning.

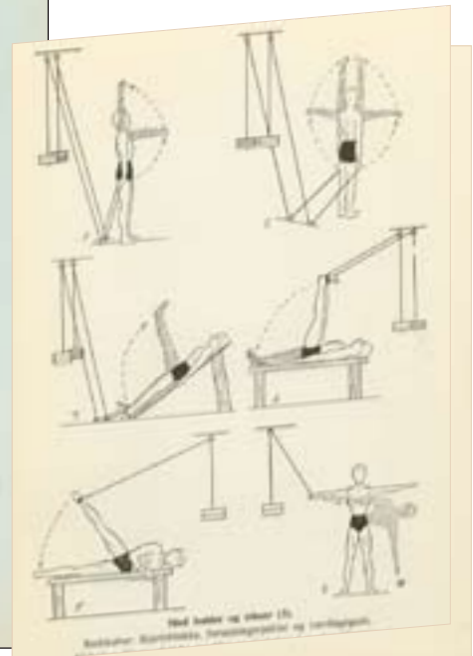
Vægttræningsklubberne organiserede sig som afgørende forskel til nutidens privatejede fitnesscentre som medlemsbaserede foreninger med en mere eller mindre demokratisk struktur med årlige generalforsamlinger og nedfældede vedtægter for foreningens virke. En af de primære formålsparagraffer var at dyrke vægtløftningens sport og udbrede kendskabet til den blandt ungdommen med den bagvedliggende agenda at tilbyde de unge en fornuftig og dannende fritidsinteresse. Foreningerne var dog med deres indbyggede dobbelthed både den ramme, hvor drenge blev til mænd, og hvor mænd blev til drenge. Foreningerne udgjorde således for mange en

træningsarena, hvor de kunne realisere de sider af sig selv, som ikke kom til udtryk under dagligdagens sociale normer. I idrætten kunne drenge og unge mænd realisere deres uciviliserede sider og "... dyrke helteskikkelser, som rummer det man længes imod og ønsker at være..."¹⁷¹

En anden afgørende forskel fra idrætsforeningerne til nutidens kommercielle fitnesscentre er, at foreningerne var drevet af frivillig arbejdskraft og således ikke skulle skabe økonomisk overskud til ejerkredsen, men blot indkræve et medlemskontingent, som kunne holde foreningens idrætsaktiviteter kørende.¹⁷²



Den sandsynligvis første danske salgsbrochure om bodybuilding med træningsøvelser og salg af redskaber. Fra ca. 1950.



Idrættens formning af kroppen skulle dog vise sig at rumme et vist kommercielt potentiale for en lille gruppe udvalgte mandlige skønheder. Det kommercielle element viste sig i, at mænd fra det københavnske idrætsliv – sandsynligvis også hentet fra vægtløftermiljøet - var efterspurgt som modeller af kunstnere på Charlottenborgs kunstnerakademis modelskole,¹⁷³ der fra 1883 og frem var det centrale omdrejningspunkt for det mere finkulturelle kultur- og kunstnerliv i København.¹⁷⁴ I lighed med Eugen Sandows historie kunne den veltrænede, maskuline, æstetiske krop således også i Danmark bruges kommercielt i kunstneriske sammenhænge.¹⁷⁵

De første privatejede styrketræningscentre og bodybuildermiljøet

Den træningsform, som det maskuline kropsæstetiske ideal forudsatte, adskilte sig fra den træningsform, som den sportsligt orienterede vægttræning byggede på. I Danmark blev adskillelsen mellem vægtløftning og styrkeløft på den ene side og vægttræning med kropsæstetikken som motiv på den anden side gradvist en adskillelse mellem foreningsidrætten og den privatejede motions- og idrætsaktivitet, som lidt efter lidt fandt sine rammer i mere og mere kommercielt gennemtænkte idrætsfaciliteter. Således bliver der fra forskellige kilder henvist til et semikommercielt styrketræningscenter i Københavns indre by, som i 1950'erne skulle have været et af de allerførste steder, hvor vægttræning blev dyrket som selvstændig aktivitet.

Den tidligere bodybuilder og nuværende ansvarshavende udgiver på månedsmagasinet Workout & Fitness, Steen Broford, husker, at: *“Der lå tidligere [før 1960] i Store Kongensgade et semikommercielt center, som var ældre [end de senere kommercielle styrketræningscentre, som man med sikkerhed kender til]. Men der findes ingen billeder af det, og ingen husker rigtigt adressen. Men der var en del af de oprindelige gamle drenge, som oprindeligt trænede [med vægte] dér.”*

Stedet har med nutidens øjne sandsynligvis ikke været kommercielt i den forstand, som vi kender det i dag fra fitnessindustrien. Centret har ud fra beskrivelserne i lighed med vægtløfterklubberne været mandsdomineret med en kombination af brydning, vægttræning og boksning som de centrale aktiviteter. Steen Broford siger: *“... men nok det første sted, der var udelukkende var vægttræning [med kroppens udseende som formål].”*

Det er således ikke usandsynligt, at der i dette forholdsvis ukendte center som ét af de første steder i landet udelukkende har været tale om vægttræning med henblik på at opbygge en æstetisk muskelmasse, som vi kender det senere under betegnelsen bodybuilding. Ligeledes husker flere, at der i Studiestræde nr. 61 - 63 lå en badefacilitet, der oprindeligt hed 'Badeanstalten København A/S', hvor mænd og kvinder også kunne dyrke gymnastik og lettere styrketræning samt motionstrænede på kondicykler. I denne privatejede facilitet var der endvidere fokus på service, hvilket bl.a. kom til udtryk i udlevering af rene håndklæder til kunderne og gratis aviser.¹⁷⁶ I 1903 producerede filmpioneren Peter Elfelt en fantastisk reklamefilm for badeanstalten. Dengang havde folk bedre tid, så en reklamefilm kunne godt vare op til 5 minutter og var nærmest at sammenligne med dokumentaristiske skildringer.¹⁷⁷

Der er selvsagt både stor personlig stolthed og en vis kommerciel interesse i at kunne markedsføre sit fitnesscenter under et slogan, der lyder 'Danmarks første fitnesscenter' – underforstået, at fitnessaktiviteten er en ny form for motionsaktivitet, der kan tages patent på. Efter bedste vurdering er dette dog svært. Kategorien 'fitness' dækker over et virvar af motionsformer og idrætsaktiviteter, der primært har et facilitetsmæssigt fællesskab. Fitness er svær at udskille fra andre beslægtede motionsformer. Hvad et fitnesscenter er, og hvilke aktiviteter der

kan henregnes som sådan, er således den dag i dag et omdiskuteret spørgsmål. Rent historisk må man konstatere, at man overordnet går fra den fysiske styrketræning med tunge vægte til indførelse af konditionstræning og nu med tilføjelse af wellness som den tredje dimension. Et af de væsentlige kendetegn ved træningen i fitnesscentre er dog, at den først og fremmest er motiveret af æstetiske eller sundhedsorienterede motiver frem for at indeholde en idrætslig aktivitetsglæde eller et konkurrenceelement i sportslig forstand (se kapitel 1).

Overgangen fra de sportsligt orienterede vægtløfterforeninger til de mere æstetisk og sundhedsorienterede styrketræningscentre har udviklet sig i en gradvis proces, og de forskellige træningsformer og -motiver har, som vi så det i vægtløfterklubberne, været at finde side om side i mange år. Sundhedsorienteringen fra begyndelsen af 1900-tallet har gennem de seneste 100 år udviklet sig til at være et dominerende punkt på offentlighedens dagsorden, hvilket rent strukturelt har gjort det muligt for unge iværksættere at udbyde motionsaktiviteter på markedsvilkår.

Selvom mange af de første styrketræningscentre var privatejede, var de ikke lavet med profit som det primære formål. Centrene blev først og fremmest etableret af ildsjæle, der besad et stort personligt ønske om at gøre styrketræning til en konkret idræts- og motionsaktivitet for dem selv og deres nærmeste omgangskreds. At realisere dette ønske forudsatte et enormt personligt engagement og en drabelig arbejdsindsats. Alene det at finde egnede lokaler, indrette dem og det faktum, at det var ekstremt vanskeligt at opstøve tidssvarende vægte og fitnessmaskiner på det danske marked, betød, at det blev ved drømmen for mange unge mænd. Og omkostningerne, både økonomisk og menneskeligt, har

været ganske store for foregangsmændene. De første, der med egne hænder evnede at opbygge de første træningscentre og ofte selv tegnede og svejsede fitnessmaskinerne sammen, havde så

” Træning i fitnesscentre er først og fremmest motiveret af æstetiske eller sundhedsorienterede motiver.

stort et ønske om selv at dyrke vægttræning, at det kommercielle spillede en sekundær rolle. Derfor kan der på sin vis tegnes en parallel til de private gymnastikinstitutter, hvor ingen eksempelvis ville beskyldte gymnastikpædagogen Helle Gotved for at være overdrevent kommerciel på trods af, at Gymnastikhuset var privatejet.¹⁷⁸

I princippet kunne mange af de personer, som stod bag de første danske privatejede styrketræningscentre, lige så godt have valgt at danne en forening som rammen for vægttræningsaktiviteten. Hvorfor dette i de fleste tilfælde ikke skete, skal sandsynligvis forklares med initiativtagernes personlige træk. Sammenfaldende for de privatejede styrketræningscenter er, at drivkræfterne bag i samtlige tilfælde har en så dominerende personkarakter, at foreningsdemokratiets langsommelighed og kompromisets kunst har frastødt dem. Deres vision var klar og deres mission ligeså. Det kan konstateres, at de første styrketræningscentre i Danmark med én væsentlig undtagelse, i Odense, blev etableret af personer med et vist element af enspændernatur i sig. Personerne var drevet af en klar idé om et styrketræningscenters indhold, hvilket ingen uvedkommende skulle pille ved. De privatejede centre rummede ikke de demokratiske principper om medlemsindflydelse, som er en af idrætsforeningernes hjørnesten.

Det kan altså tilskrives en lang række personlige egenskaber og historiske tilfældigheder,

at styrketræning, bodybuilding og den senere fitnessindustri i Danmark følger den internationale hovedstrøm og udvikler sig til at blive en væsentlig udbyder af breddeidræt i privat kommercielt regi. Tilfældighedernes spil i den danske historiske udvikling er interessant at have i mente, når man kigger på de store interesse modsætninger, som i dag eksisterer mellem den kommercielle fitnessindustri og den foreningsorganiserede frivillige idræt, hvor sidstnævnte i stadig højere grad opfatter købeidrætten som konkurrent.

Fra Århus Muscle Studio til Dansk Helsesport

Det første privatejede styrketræningscenter, som man med sikkerhed kender til i Danmark åbnede i 1959 og hed 'Århus Muscle Studio'.¹⁷⁹ Senere ændredes navnet til det nuværende 'Dansk Helsesport', som i dag ligger i Århus centrum på Vestre Allé. Centeret blev i sin tid startet op i langt mere ydmyge rammer og med helt andre intentioner end at gøre styrketræning til en levevej for initiativtageren Jens Lind.

Jens Lind havde fra naturens hånd fået tildelt en høj og slank skikkelse med højde på 186 cm og en kropsvægt 75 kg. Men muskelmassen, som han så gerne ville have, manglede. Engang i sommeren 1953 eller 1954 indtræffer der en tilfældig episode, som skulle få stor indflydelse på Jens Linds liv. På den varme sommerdag kom han tilfældigt til at ligge ved siden af en flot

atletisk bygget ung mand på den århusianske strand 'Den Permanente'. Jens Lind var duperet

” Det kan tilskrives en lang række personlige egenskaber og historiske tilfældigheder, at styrketræning og fitness i Danmark følger den internationale udvikling i privat kommercielt regi.

over hans harmonisk byggede krop, og da de faldt i snak sammen, kom de ind på emnet fysisk træning. Jens Lind fortæller: "Den unge mand

Leif viser sin kropskontrol på badeanstalten Den Permanente i Århus i sommeren 1953/54. Han blev uforvarende den indirekte årsag til, at Jens Lind gjorde styrketræning til sin levevej. Foto: Jens Lind.



hed Leif og oplyste, at han var sømand og sejlede meget til Amerika, hvor han ofte havde mulighed for at træne bodybuilding på nogle træningscentre 'over there'. Jeg kendte ikke noget til bodybuilding, men efterhånden som samtalen skred frem, blev jeg mere og mere interesseret, og jeg blev klar over, at her var der en træningsform, der kunne give mig det, jeg ønskede allermost - nemlig en mere harmonisk og atletisk krop med stor styrke og mere muskelmasse. Nu var der mulighed for at opnå det med den nye træningsform."

Leif var sømand og havde derfor ikke daglig adgang til træningsudstyr, men han medbragte selv vægtstang og et par stilbare håndvægte på sine sejladser. Derudover kendte han mange øvelser, hvor han brugte sin egen krop som et redskab. Han begik sig også i balancekunst – eksempelvis håndstand, og Jens Lind husker: *"Der var ikke langt fra ord til handling. Han gik straks hen til en vandhane på stranden og lavede en én arms håndstand. Derefter ændrede han stillingen til lodret position til vandret position på én arm, for fra slut at gå tilbage til lodret position ved at stemme sig op i to arme. Det er ikke underligt, at jeg og de mange andre, som overværede præstationen, var imponerede."*

Leif instruerede derefter Jens Lind i en række øvelser, hvor man brugte sin egen krop som belastning. Samtidig forklarede han om de mange øvelser, man brugte i bodybuilding. Jens Lind blev så inspireret af det, han så og hørte, at han den efterfølgende dag tog ned på havnen til en jernhandler, hvor han fandt en rund vognaksel, der kunne saves over til en vægtstang og to håndvægte. Han fandt også nogle runde jernskiver, der kun manglede et hul i centrum for at kunne bruges som vægtskiver. Fra da af trænede Jens Lind med udstyret hjemme på sit værelse.

Gennem køb af udenlandske blade om træning fra Amerika, Norge og Sverige fik Jens Lind kendskab til nogle af de mange træningsmaskiner og -redskaber, som man benyttede sig af

i udlandet. Jens Lind blev ved læsningen klar over, at resultaterne forbedres betydeligt, hvis han havde mulighed for få fat i redskaber, der specialtrænede bestemte muskelgrupper. Han undersøgte derfor, hvor han kunne styrketræne i Århus. Det eneste sted var Aarhus Atlet Klub, men mængden af træningsudstyr var ikke imponerende - ingen træningsbænke og slet ikke nogen former for specialmaskiner. Århus Atlet Klub var primært optaget af at fokusere på vægtløftning som sportsdisciplin.

Som følge deraf så Jens Lind ikke nogen anden udvej end at leje et lille træningslokale til sig selv og måske træne sammen med nogle kammerater. I første omgang fremstillede han selv nogle simple og billige, men brugbare specialredskaber. Strategien var, man kunne anskaffe sig de mere eftertragtede specialredskaber hen ad vejen. Landets første private center for styrketræning var født. De første år af centerets levetid giver på mange måder et godt indtryk af, hvor improviseret og skrøbelig denne opstartsfasen har været. De første år var præget af en pionerånd og en ildsjæls ihærdighed, der fortæller meget om de vilkår, de første kommercielle centre arbejdede under.

Huslejen i det lille center var på 40,00 kr. om måneden. Med tre kammerater, som hver betalte 10,- kr., kunne det samlede beløb lige akkurat dække udgiften til huslejen, men som han bemærkede: *"Sprang der en pære, så var der under-skud."* Han fik via sit arbejde på Sabroe mulighed for at købe diverse stålprofiler, som kunne benyttes til fremstilling af træningsredskaber. Derudover kunne han købe billige affaldsskiver af jern, og han fik tilmed også lov til at benytte sit arbejdes værksted efter fyraften til fremstilling af træningsudstyret. Fremstillingen af træningsrekvisitterne medførte i sidste ende, at man ikke kunne være i de lejede kælderlokaler på grund af pladsmangel.

Jens Lind lejede derfor den 1. sept. 1959 et nyt og større lokale i centrum af Århus på adressen Fredriksgade 78, hvor han flyttede ind med alt sit træningsudstyr. Jens Lind fortæller: *“Fra den dato ophørte centret med at være en ‘hobby’, hvilket var den betegnelse, jeg fik fra skattevæsenet, da jeg ville trække underskuddet fra de første to år fra. Jeg var fra det tidspunkt klar til at drive centret som en forretning, fordi de øgede udgifter gjorde det nødvendigt med en øget tilgang af medlemmer og kontingent.”*

Jens Lind fremstillede fortsat selv de nye træningsredskaber, og med de nye medlemmer blev træningslokalet igen for småt i 1962. De måtte derfor flytte alt det tunge udstyr endnu en gang og søge til nogle større og bedre lokaler i to etager beliggende i Fredensgade. Planen var oprindeligt, at han ville leje den øverste etage ud og kun have den nederste etage, og at centeret kun skulle være åbent fra kl. 16 – 22 på hverdage og lørdag/søndag kl. 10 – 16. Men da Jens Lind blev arbejdsløs som følge af arbejdspladsens flytning, tog han den beslutning at forsøge at gøre sin hobby til sin levevej:



Foto: Privat.

“Jeg var godt klar over, at jeg på længere sigt ikke kunne byde min familie [hustru og to børn] de dårlige økonomiske vilkår, hvor en stor del af indtægten gik til forbedringer og nyanskaffelser for centret. Det var jo ikke nogen guldgrube at have så lille et træningscenter. Så jeg måtte enten finde et andet lønnet arbejde og gå tilbage til et lille center med en begrænset åbningstid eller tænke i større baner.”

Jens Lind valgte det sidste og så sig endnu en gang om i Århus efter større og bedre lokaler. Her fik han mulighed for at leje nogle attraktivt beliggende lokaler i Århus Hallens 1. sal med flot udsigt over Sct. Knuds Torv. Lejemålet bestod af fem store rum, der skulle lægges sammen til to store lokaler, og Jens Lind ansatte to kammerater til at forestå arbejdet sammen med ham selv. Mens nedrivningsarbejdet forestod, kørte træningslokalerne i Fredensgade videre.

Det udstyr, som træningscentret startede med i Århus Hallen, syntes Jens Lind ikke var godt nok i det lange løb, så han tog til Sverige, hvor en svensk fabrikant fremstillede træningsredskaber og -maskiner til fitnesscentre i Amerika: *“Jeg så fabrikantens træningsudstyr og fik brochurer og en prisliste med hjem. Hjemkommen til Århus lavede jeg nogle økonomiske beregninger og henvendte mig til min bank for at spørge om muligheden for at få anskaffelserne finansieret med et banklån. Efter en samlet gennemgang af lånebeløbets størrelse og især min økonomiske situation meddelte banken desværre, at den ikke havde mulighed for at låne mig det ønskede beløb på det foreliggende grundlag. Den anbefalede mig at glemme det hele og sagde i sjov, at man ikke skal slå større brød op, end man kan bage.”*

Jens Lind havde nu kun to muligheder: Enten måtte han glemme alt om at få sit eget træningscenter, ellers måtte han igen lave alt udstyret selv. Selvom økonomien ikke kunne dække købet af udstyr fra nogen fabrik, var troen og

stædigheden stor nok til, at han påbegyndte et arbejde, som mange andre anså for fuldstændig håbløs. På trods af manglende økonomiske og uddannelsesmæssige kvalifikationer⁸⁰ gik Jens Lind i gang med at tegne alle træningsmaskiner og -redskaber for derefter at lave dem selv på et lille værksted, som han indrettede. Projektet var stort, men han kastede sig alligevel ud i det: *“Når jeg tænker tilbage på det i dag, så minder det jo lidt om humlebien: Den ved ikke, at den ikke kan flyve, men gør det alligevel.”*

Sammen med en kammerat, som var blevet ansat som træningsinstruktør i Fredensgade, gik han i gang med at fremstille det nye udstyr. I alt tog arbejdet ca. 14 måneder, før redskaberne var

færdige og kunne sendes til forkromning eller ovnlakering.

I 1968 fandt Jens Lind igen nogle bedre lokaler beliggende på Vestre Allé i centrum af Århus. Her lejede han fra 1. oktober et lokale på ca. 400 kvadratmeter bestående af syv rum, hvorfor en

” Jens Lind havde nu kun to muligheder: Enten måtte han glemme alt om at få sit eget træningscenter, ellers måtte han lave alt udstyret selv.

ny nedbrydning af skillevægge blev sat i gang. 1. januar 1968 var centret færdigt, og medlemmerne fra Fredensgade blev overført til de nye moderne træningsfaciliteter. Centeret i Fredensgade blev



Jens Lind i Århus Muscle Studio 1960. Foto: Privat.

herefter lukket, da Jens Lind ikke var interesseret i at forstå det enorme arbejde med at lave flere centre end de eksisterende to. Som Jens Lind selv udtrykker det: *“Det, der fik mig til starte centrene, var muligheden for selv at træne, men især også den daglige kontakt med de mange dejlige mennesker, som jeg mødte på centret, hvor man kunne diskuterede træningsmetoder, eller hvad det nu måtte være. Jeg mener: Hvis man ejer mange centre, sidder man nærmest som en slags kontormand uden større kontakt til medlemmerne, og hvad der rører sig på centrene. Det ville jeg gerne undgå.”*

Jens Lind er i dag er over 70 år, men træner stadig flittigt i centret, som hans ene søn, Bjørn, nu er daglig leder og ejer af. *“Selv om jeg har trænet i mere end 50 år, er jeg lige så glad for at træne i dag, som da jeg var 20. Men hvis der i 1950'erne i Århus havde eksisteret træningscentre med diverse specialmaskiner, hvor det var muligt at styrketræne, havde jeg ikke givet sig i kast med den store opgave, det var at opbygge Dansk Helse-sport. Slet ikke med de begrænsede økonomiske midler, jeg havde til rådighed dengang.”*

Club Roma og Sven-Ole Thorsen

I København åbnede landets næste kommercielle styrketræningscenter ved navn Club Roma sent i 1960 i en villa på Danasvej nr. 32 på Frederiksberg. Club Romas ejer og leder, José Victor, var tidligere fodboldtræner fra Benfica i Portugal. José Victor var hentet til Danmark som cheftræner for Ballerup Idrætsforenings førstehold,¹⁸¹ men i fitness-sektorens sammenhæng var han den første i Danmark, som introducerede håndvægte med roterende greb, som gjorde øvelserne med tunge vægte mindre belastende for led og knogler. Han introducerede samtidig Hoffmans Proteinpulver,¹⁸² der hurtigt blev anset som et effektfuldt kosttilskud i forbindelse med hård fysisk vægttræning. Der går rygter om, at dette mandsdominerede sted var centrum for illegalt

kortspil, hvilket satte sit tydelige præg på service-niveauet og stemningen. Den tidligere bodybuilder Nicky Petersen udtaler i den forbindelse:

“Jeg har trænet hos José Victor både på Danasvej og også siden hen, da centret flyttede til Grif-felfeltsgade. José Victor havde en helt speciel måde at instruere folk på. Det foregik sådan, at han råbte ud i træningslokalet om der var nogen, der kunne tage sig af denne hér tåbe, der er kommet herop til os?” Og så spillede de ellers kort videre. Så, det var fremgangsmåden, og instruktørbistanden man kunne få dér.”

” Jeg var stadig den samme person, men selvtilliden blev bygget op med kroppen.

Sven-Ole Thorsen

Også den senere kendte bodybuilder, Sven-Ole Thorsen (født 1944), begyndte med at vægttræne som 17-årig i Club Roma. Sven-Ole Thorsen karakteriserer sig selv som en lidt usikker dreng, der via sport og i særdeleshed vægttræning fandt sin vej til større selvtillid:

“Som ung mand var jeg meget genert og havde mindreværds-komplekser og fandt igennem denne sportsgren en uniform, jeg kunne gemme mig bag. Jeg fik respekt gennem min krop og min optræden. Jeg var stadig den samme person, men selvtilliden blev bygget op med kroppen.”

Sven-Ole Thorsens fascination af vægttræning går igen i mange af de interviewedes beskrivelser af de motiver, som gjorde dem engageret i vægttræning og bodybuilding:

“Det, der er fantastisk ved vægttræning, er, at man kan have været en gris med sin krop i 10 eller 20 år, og så kan man på tre måneder ændre sin krop med aktiv vægttræning og en kostplan. Ved hårdt arbejde og lidt disciplin kan man virkelig ændre på sit udseende. Og det gjorde jeg selv på seks år, hvor jeg tilføjede 50 kg til kroppens vægt.”

Fra at være 192 centimeter høj og veje 90 kg som 17 årig til at veje over 140 kg. Forskellen på vægttræning og andre sportsgrene er, at man skal bruge den samme tid på træningen – op til en time om dagen er nok, mens man skal bruge stadig mere tid i andre sportsgrene. [Og så er] der jo den store fordel ved det, at det er individuelt. Man er ikke afhængig af, at andre kommer for sent.”

Sven-Ole Thorsen blev introduceret til vægttræningen af sin fætter Vagn Thorsen og hans kammerat, Mogens Trane, som senere skulle blive den første danske industrielle producent af fitnessmaskinerne ‘Scan Fit’.

Sven-Ole Thorsen husker mødet med vægttræningen i Club Roma på Danasvej således:

“Da de [fætteren Vagn og hans kammerat Mogens] tog mig derhen, skulle jeg selvfølgelig være prøvekættin og prøve alt det, de havde været igennem. De havde gået der i tre – fire måneder. Det var faktisk en stor villalejlighed, som studiet var i. Og da jeg så skulle gå ned af trappen efter den første gang, så bukkede benene fuldstændig sammen under mig. De måtte bære mig ned. Og så lå jeg i sengen en hel uge med muskelkramper og sagde til mig selv: ‘Hold da kæft mand – jeg har dyrket så meget anden sport, men dette hér er noget jeg vil.’ Jeg havde aldrig prøvet, at kroppen ligesom sagde til dig, at ‘hér sker noget, som aldrig er sket før’. Og så fik jeg blod på tanden og startede med at træne i Club Roma.”

Sven-Ole Thorsen husker, at centret var delt op i to etager, hvor den nederste etage var for nybegynderne og mindre seriøse, mens den øverste del var for de mere erfarne. Sven-Ole Thorsens møde med vægttræningen skulle vise sig at få afgørende indflydelse på den danske fitnesshistorie i årene fra 1962 til 1985. Umiddelbart efter, at han havde sat verdensrekord i bænkpres

for seniorernes mastersklasse over 125 kg med et stød på 234,5 kg¹⁸³ flyttede han som 40-årig til Californien sammen med sin daværende kone, Anniqua Fors (se afsnittet: Kvindernes entré på bodybuildingscenen).

Mogens Trane, der var med til at lokke Sven-Ole Thorsen i nettet i Club Roma, åbnede sammen med en kammerat i midten af 1960’erne sit eget styrketræningscenter i Lyngby.¹⁸⁴ ‘Lyngby Motionscenter’ lå på Buddingevej og blev med det samme et styrketræningscenter for det begrænsede danske subkulturelle bodybuildermiljø. Mogens Trane lavede som den første i Danmark selv en serie relativt kendte styrketræningsredskaber og -maskiner under navnet ‘Scan Fit’. Maskinerne, som blev produceret i en garage i Slangerup, er stadig at finde rundt omkring i landet. De blev produceret helt op gennem 1980’erne og solgt til mange andre centre, herunder den senere danske kæde ‘Form og Figur’ på Fyn. Succesen var dog begrænset til denne korte årrække, da nye udenlandske

” Benene bukkede sammen under mig. De måtte bære mig ned. Jeg lå i sengen med muskelkramper i en hel uge.

Sven-Ole Thorsen

mærker som ‘World Class’, der var importeret fra Sverige og de solide produkter af mærket ‘David’, som var produceret i Finland, fandt vej til det danske fitnessmarked. I Lyngby Motionscenter trænede flere af bodybuildingens danske pionerer som Sven-Ole Thorsen, Nicky Petersen, Jørgen Syvertsen, Steen Hansen, Bruno Larsen med flere.¹⁸⁵

Efter at Sven-Ole Thorsen i en periode havde haft arbejde på Grønland, hvor han havde tjent rigeligt med penge, åbnede han sit eget motionscenter i 1971 under navnet ‘Sporting Health

Club'. Centret ligger centralt i Københavns indre by i Gothersgade 14.

I kraft af sin uddannelse som maskinarbejder tegnede, producerede og samlede Sven-Ole Thorsen selv sine fitnessredskaber og forsøgte sig en kort årrække at sælge udstyret under navnet 'Sporting Health Club Equipment', hvilket dog ikke blev den store kommercielle succes.

I Sporting Health Club udviklede sig en helt unik bodybuilderkultur, hvor intensivt træningsfællesskab, faglig specialisering i vægttræning og narcissistisk kropdyrkelse gik op i en højere enhed. En af de medvirkende i miljøet, Steen Broford, husker Sporting Health Club således: *"Jeg startede med at træne i centret 1977, tror jeg. Jamen, det var jo junglen, der kom der. Og sammen med Club Roma var det de steder, man kom, hvis man ville træne med vægte i København. Og det var helt klart et sted, hvor det handlede om at få store muskler. Det var bodybuilding og 'nothing else'."*

Et medlemskab i Sporting Health Club kostede dengang 1200 kr. om året, og de fleste betegner stedet som det første egentlige kommercielle center, hvor Sven-Ole Thorsen styrede slagets gang som forretningsmand med hård hånd. Alligevel var centret ikke så kommercielt gennemtænkt, som de senere koncepter som kom til Danmark. Kunderne i Sporting Health Club var primært *"... atleter og sportsfolk [bodybuildere], boksere, fodboldspillere; og vi havde også atletikfolk, som via vægttræningen kunne blive bedre til deres sport."*⁸⁶

Det var således ikke et center for almindelige mennesker med uskyldige sundhedsmotiver. Selv Sven-Ole Thorsens bedste kammerater måtte betale medlemsprisen og kunne ikke tale sig til en kammeratpris, selvom ejeren var en god ven. Den semikommercielle stemning kommer blandt andet til udtryk vedholdende beretninger om, at Sven-Ole Thorsens omgangstone næppe ville kunne genfindes i nutidens gennemkommer-

cielle koncepter. Hans markante opførsel over for kunder, der ikke makkede ret eller eksempelvis brugte en maskine eller nogle vægte, som han selv havde udset sig, kunne resultere i nogle kraftige raserianfald:

*"Han var en rimeligt nærtagende mand, det må man sige. Lad os sige det sådan, at han er blevet rund og mild med årene."*⁸⁷

Sven-Ole Thorsen kunne blandt andet finde på at tømme garderobeskabet og smide kunders tøj og ejendele ud af vinduet, såfremt de ikke

" Der var stor debat, om man både kunne have musik og kvinder sådan et sted.

Steen Broford

makkede ret eller opførte sig ordentligt – efter hans mening. Alligevel var der tale om et seriøst træningscenter, hvor man trænede målrettet og havde et træningsfællesskab:

*"Jamen, det var jo en subkultur. Og den fælles reference, man havde, det var vægttræning."*⁸⁸

Den kammeratlige mandehørmsjargon, som kendetegnede stedet, blev dog moderniseret, da de første kvinder tog styrketræning til sig: *"Kvinderne blev først introduceret deroppe i 1981-1982. Nogenlunde samtidig med, at musikken kom ind i centret. Og der var stor debat, om man kunne både kunne have musik og kvinder sådan et sted."*⁸⁹

Det endte det dog med, og Sporting Health Club blev blandt andet træningsstedet for Anniqa Fors, som blev den første kvinde, der optrådte for Danmark til den første officielle Ms. Olympia i 1980. Dette på trods af, at hun var svensk født.

København havde fra Club Romas åbning og frem til 1980 fået et subkulturelt miljø omkring de få, men relativt veldrevne, styrketræningscentre. Et andet centralt omdrejningspunkt for bodybuildermiljøet var en kiosk på Nørrebrogade

ved søerne, som var et af de første steder, der solgte farverige A5-blade med flotte fotografier af bodybuildere på forsiden og artikler om instruktion i styrketræning. Her fandt man blandt andet tidsskrifterne 'Ironman' og 'Muscle and Fitness'. Mange af de aktive bodybuildere husker tilbage på perioden som en pionertid med et unikt træningsfællesskab og et bodybuildermiljø, som udviklede egne sproglige termer for træningens praksis. Den sproglige omgangstone var en blanding af mandehørm og spidse kommentarer med en venlig bagtanke og i modsætning til andre idrætsgrene var bodybuildingens udprægede subkulturelle fællesskab ekstremt stærkt. Dels fordi man som 'ægte' bodybuilder ikke blot skulle se ud som en bodybuilder - man også skulle "... handle, spise, træne, tale og indordne sit liv efter de fælles spilleregler" for at tilhøre fællesskabet.¹⁹⁰ Dette gjorde det meget nemt at skelne mellem, hvem der tilhørte miljøet, og hvem der blot var tilløbere og sidehæng til 'den hårde kerne'.

Odense Body-BUILDER Club

I Odense etablerede en mand ved navn Karl Henriksen et mindre privatejet styrketræningslokale i Nedergade i 1969, hvor blandt andre to lokale ildsjæle Knud Kristensen og Uwe Bruns startede med at vægttræne. De to ildsjæle var ikke tilfredse med Karl Henriksens facon og den måde, centret blev kørt på, og de tog derfor sagen i egen hånd og gik sammen med et par andre om at lave Odense Body-BUILDER Club (i daglig tale OBBC), der skulle udvikle sig til en uhyre stærk lokal markedsaktør.

OBBC startede sine aktiviteter i kælderlokaler på Risingskolen i 1972.¹⁹¹ I 1979 flyttede OBBC fra skolelokalerne til Rugårdsvej, hvor der langsomt blev opbygget et stærkt bodybuildermiljø, som resulterede i talrige gode placeringer i konkurrencer og mesterskaber i løbet af 1980'erne og 1990'erne. OBBC var i modsætning til landets andre styrketræningscentre dannet som en forening. Med OBBC så styrketræningsverdenen

således en anden organisationsform, og OBBC var i mange år så succesfuldt drevet, at man fra flere andre kommercielle fitnesskæders side anså Odense som et mættet marked – eller som en artikel i magasinet 'Penge & Privatøkonomi' 1988 tørt konstaterede:

"I Danmarks tredjestørste by har motionscentre derimod haft svært ved at få odenseanerne til at betale fuld pris for medlemskab, og mange af centrene er derfor blevet omdannet til foreninger, som modtager kommunal støtte".¹⁹²

Også OBBC fik som forening indtil for ganske nyligt støtte via Fritidslovens og senere Folkeoplysningslovens bestemmelser om lokale- og medlemstilskud. Dette foranledigede diskussion blandt de kommercielle aktører og i Odense Kommune om rimeligheden i, at den offentlige sektor støttede en forening, som en privat virksomhed potentielt kunne tjene penge på. Diskussionerne om konkurrenceforvridende virksomhed med offentlig støtte fik således i fitnessverdenen sin fødsel i Odense.¹⁹³



Til Venstre: Odense Body-BUILDER Clubs stiftere - her mens de stadigvæk trænede i lokalerne i Nedergade. Her er det Knud Kristensen alias 'Store Knud' til venstre og Uwe Bruns til højre. Foto: Privat.



Et tidligt forsøg på en posering i OBBC. 1969. Foto: Privat.

OBBC har den dag i dag en stor medlemskare, og foreningens hjemmeside er fuldt på højde med de kommercielle fitnesscentres. Som noget usædvanligt har det foreningsbaserede center tilknyttet fastansat personale. I sammenligning med de andre kommercielt drevne fitnesscentre i Odense er OBBC med sine godt 3000 medlemmer et af byens største fitnesscentre og størrelsesmæssigt væsentligt over landsgennemsnittet, som er på godt 1000 medlemmer pr. center.¹⁹⁴ At OBBC blev dannet som forening har senere inspireret mange andre foreninger til at tage styrketræning op som foreningsaktivitet.

Arnolds Schwarzeneggers besøg og bodybuildingens gennembrud

Den senere internationalt kendte skuespiller og politiker Arnold Schwarzenegger¹⁹⁵ spiller ifølge mange af de centrale nøglepersoner fra bodybuildermiljøet en afgørende rolle i bodybuildingens danske gennembrud fra 1980 og frem. Den afgørende episode var ifølge mange kilder premieren på den første spillefilm om bodybuilder-miljøet 'Pumping Iron', som på dansk fik den mundrette titel 'Sagen er bøf'.

Filmen fra 1977 følger den femdobbelte Mr. Olympia vinder, Arnold Schwarzenegger, i hans

træning og kamp for at vinde sin sjette titel i træk.¹⁹⁶ Filmen kaster lys over den dengang så lukkede bodybuilderkultur og blev et stort kommercielt hit. I forbindelse med den danske premiere på filmen i Delta Bio¹⁹⁷ i 1977 inviterede Delta Bio Arnold Schwarzenegger på besøg som æresgæst. Sven-Ole Thorsen, som kun kendte Arnold Schwarzenegger fra sin samtidige dommerkarriere og således ikke personligt før denne episode, husker begivenheden tydeligt:

"I 1977 ringede Delta Bio og sagde, at de havde ringet og inviteret Arnold Schwarzenegger til premieren af 'Sagen er bøf'. Men det viste sig senere, at Arnold var sprunget fra, fordi han ville have en 1. classes flybillet. Så tog jeg mig af det og finansierede, at han kom til Danmark, hvor jeg lignede alle journalisterne op i Delta Bio. Så efter filmen kom Arnold på scenen og sagde: 'Vi ses i Sporting Health Club' - og så stod der to Londonbusser [dobbeltdekkere], der kunne transportere de omkring 200 pressefolk med. [I bussen var] der piger, der serverede lyserød champagne i T-shirts hvor der stod: 'Arnold is numero uno'. Og oppe i gym'et [Sporting Health Club] havde jeg ryddet et lokale, hvor jeg havde pyntet op med danske og amerikanske flag. Og så kom Arnold, men der var ingen, der spurgte om en skid. Så begyndte han at tale. I flere timer - om sig selv og sin træning. Vi fik enorm god presse på det. For eksempel i Billedbladet, hvor vi fik hele mellemsiden med hans ansigt på. På den ene dag ændrede han sporten fra noget, man gjorde i kældre, og hvor man blev kaldt for narcissist og bøsse og alt muligt, til at være en sport, som alle kunne være med til."

Steen Broford, som også selv oplevede Arnold på nærmeste hold, husker ham således:

"Arnold var jo i kraft af sin veltalende lidet af en overraskelse for den intellektuelle elite i Danmark. Da Suzanne Brøgger [i forbindelse med hans besøg til premieren i Delta Bio, hvor hun deltog som skribent] skulle lave interview med ham til 'Levende Billeder', var agendaen da helt

klart, at 'vi skal slagte muskelbøffen fra Østrig.' Men resultatet blev noget helt helt andet."¹⁹⁸

Også Nicky Petersen husker tydeligt Arnolds personlighed:

"Der er ingen tvivl om, at Arnold som person dengang havde en fantastisk udstråling og var Gud i det miljø, jeg færdedes i. Han var en person, som vi alle så op til. Og det at se ham i København og være til hans seminarer,¹⁹⁹ det var ligesom at få strøet guldgrube ud over kroppen."²⁰⁰

Også idrætsforskeren Claus Bøje husker Arnold Schwarzenegger som en spændende person:

"Jeg var inde for at lave en lille interview med ham, da han første gang var i Danmark. Til min store skuffelse er det [interviewoptagelsen] altså forsvundet for over tyve år siden. Men jeg vil bare bekræfte, at Arnold for os, der står uden for [bodybuilder-]miljøet, der var han altså gennembruddet i forhold til, at der hér blev sat sådan et velbegavet, spændende og humoristisk udadvendt menneske på den der tyrenakke, som man ellers troede, at det var."

Begivenheden resulterede i store ændringer af det danske bodybuildermiljø, der med den nyhervede store interesse for vægttræning i den



Arnold Schwarzenegger var på besøg i Sporting Health Club i forbindelse med premieren på 'Pumping Iron'. Sven-Ole Thorsen sidder bag ham som den stolte vært. Foto: Polfoto.

brede offentlighed ikke længere kunne fastholdes i et mindre subkulturelt miljø.

Ændringen medførte, på godt og ondt, en gennemgribende kommercialisering af miljøet, som oplevede en eksplosiv vækst i interessen for vægttræning fra 1980 og frem. Det medførte blandt andet, at den specielle subkultur, som indtil da havde kendetegnet bodybuilderkredse, langsomt mistede sine unikke særheder, hvorfor mange husker tilbage på perioden før Arnold Schwarzeneggers besøg med romantiske billeder på nethinden. Efter Arnold Schwarzeneggers besøg kunne bodybuildere pludselig stå ved deres sportsgren og blev i vidt omfang accepteret af det omgivende samfund, hvilket gjorde selve bodybuilderen mindre unik.

Fra 1980 og i det følgende årti fik styrketræning også fat i mange unge mænd og en del kvinder. Ligeså fik bodybuildingen sit gennembrud som konkurrencesport, hvor der blev konkurreret på muskelmassens størrelse og posingens svære kunst, som man kendte den fra de amerikanske bodybuilderkonkurrencer. Den større interesse medførte en langt bedre økonomi i miljøet, som de mange nye centre fra den periode er udtryk for. Samtidigt blev det dog synligt, at bodybuildingen som trænings- og sportsaktivitet ikke rummede de store kommercielle potentialer. Træningen var simpelthen for intensiv, ekstrem og tidskrævende, hvorfor den i praksis stred mod fitnessindustriens kommercialiseringslogik, der for alvor vandt frem et par år senere.

Den mest inkarnerede gruppe fra det københavnske bodybuildermiljø fra Lyngby Motionscenter, Club Roma og Sporting Health Club,²⁰¹ blev i 1982 som et lille kuriosum via Sven-Ole Thorsens kontakt til Arnold Schwarzenegger²⁰² involveret i spillefilmen 'Conan the Barbarian'. Sven-Ole Thorsen havde af filmens instruktør og

hovedrolleindehaveren Arnold Schwarzenegger fået til opgave at samle en gruppe store mænd, der kunne være statister i filmen, hvor Arnold Schwarzenegger indtager rollen som forurettet dræbermaskine, der hævner sin moders uretfærdige og tidlige død.

Nicky Petersen husker, at: "*Vi var syv [fra Danmark], der skulle være med i den første film i Conan-serien. Og vi blev inviteret ned til Spanien,*

" ... det at se Arnold i København og være til hans seminarer, var ligesom at få strøet guldgrube over kroppen.

Nicky Petersen

Madrid og fik optaget denne her film. Vi var der nede i en to måneders periode, og vi spillede alle de forskellige karakterer, som Arnold hele tiden skulle slå ihjel. Vi var forskellige bodybuildere med rundt omkring fra hele Europa, blandt andet en fransk bodybuilder, der hed Serge Nubret.²⁰³ Han var der kun i én dag, for han var i bedre form end Arnold, og det kunne Arnold ikke ha'. Så han blev sendt hjem igen."

Dansk Body-Building Forbund stiftes

Den store interesse fra omverdenen bevirkede, at der i 1979 blev taget initiativ til at lave et specialforbund, som organiserede de danske bodybuildere. Dansk Body-Building Forbund blev stiftet af Sven-Ole Thorsen²⁰⁴ og blev i de første år kørt og finansieret fra hans side og var på denne måde i praksis et privat foretagende. Med forbundets oprettelse blev det muligt at markedsføre bodybuildingen på en mere professionel måde end hidtil. Dette skete ved, at Sven-Ole hyrede en journalist ved navn Ole Sønderup, som stod for alt administrationen og den daglige drift af forbundet.

Ole Sønderup "*... var ikke en, der kom fra [bodybuilder-] miljøet, men var en tilløber fra Spor-*

ting Health Club. Han havde ordet i sin magt og kunne skrive. Han gjorde faktisk en hel del for, at miljøet blev informeret om, hvad der skete. Han skrev epistler om alt muligt i forbundet, og man fik post fra forbundet mindst hvert 14. dag med minimum 20 sider tætskrevne sider.”²⁰⁵

Arbejdet udadtil blev også gjort flittigt og professionelt, og Steen Broford fremhæver Ole Sønderups “... evne til at formidle sporten [bodybuildingen] positivt i pressen helt klart var en stor del af årsagen til, at bodybuilding fik positiv omtale i de år. Selv Børge Munk Jensen [daværende sportschef] på B.T. havde en kronik, hvor han skrev, at de fleste idrætsforbund kunne lære af noget af den måde, man håndterede pressen på i Dansk

Body-Building Forbund. Og det var helt klart Ole Sønderups fortjeneste.”

Med Dansk Body-Building Forbund blev de første danske mesterskaber i bodybuilding arrangeret og afholdt, så man herfra kunne sende de første officielle danske deltagere af sted til de store internationale bodybuildermesterskaber. Den 27. maj 1979 blev det første officielle danmarksmesterskab i bodybuilding for mænd afholdt i et næsten udsolgt Odd-Fellow Palæ i København. I alt 35 mandlige deltagere var på scenen. Poseringen, som er det centrale konkurrenceelement i bodybuildingens sport, var dog en krævende udfordring for de mange håbefulde



Sven-Ole Thorsen underviser de første DM-deltagere i poseringens kunst. 1979. Foto: Privat.

bodybuildere. Mange af de medvirkende havde ikke den fjernest indsigt i poseringens forskellige stillinger. Derfor blev der i ugen op til konkurrencen gennemført en minutløs undervisning, som blev forestået under kyndig vejledning af Sven-Ole Thorsen, der fra sin egen dommerkarriere kendte til de detaljerede regler og poseringens forskellige stillinger.

Kvindernes entré i bodybuilding

I 1980 havde Sven-Ole Thorsen i Dansk Body-Building Forbunds navn mulighed for at sende den første kvindelige danske deltager af sted til den første Ms. Olympia-konkurrence i USA. Der blev ikke på dette tidspunkt arrangeret officielle danske mesterskaber for kvinder, som kunne kvalificere en dansk deltager, hvilket gav Sven-Ole Thorsen muligheden for at sende sin egen senere kæreste, Anniqa Fors, afsted. Anniqa Fors kom oprindeligt fra Sverige og var i begyndelsen af 1970'erne relativt kendt i Skandinavien som slangetæmmerske, hvor hun bl.a. tidligt i 1970'erne optrådte i det danske 'Cirkus Dania'. Hun havde også en birolle i en Pippi Langstrømpefilm, og i 1973 optrådte hun som sanger på Maxim i Randers. Direktøren på stedet blev så begejstret, at han tilbød hende en række jobs på sin anden restaurant Maritza i Århus, og året efter debuterede hun på LP med en nyindspilning version af 'Fiskerpigens sang'. I 1974 fik hun et gennembrud med sangen 'Ædelsten og røde roser', der blev fulgt op af en række andre dansk top hits og en optræden i Melodi Grand Prix i 1981, hvor hun fik en tredjeplads med nummeret 'sikken dejlig dame'.²⁰⁶

Sven-Ole Thorsen og Anniqa var meget bevidste om deres pressetække og lagde et stort arbejde i at promovere bodybuildersporten. I forbindelse med Anniqas deltagelse i den første og mest prestigefyldte bodybuildingkonkurrence for kvinder udarbejdede Sven-Ole Thorsen og Ole Sønderup en pressemeddelelse, som blev sendt af sted til alle landets aviser. Pressemed-

delelsen blev suppleret af en række smukke billeder med parret gående og poserende sammen på en strand, og billederne blev ifølge Sven-Ole Thorsen bragt i over 200 af landets (lokal)aviser og medvirkede til at give sporten et kraftigt løft i den folkelige bevidsthed.

Arrangørerne i International Federation of Body-Building (IFBB) havde heller ikke arrangeret kvalifikationsturneringer for kvinderne, hvorfor deltagerne fra hele verden måtte indsende billeder til arrangøren George Snyder, som håndplukkede deltagerne til den første runde. Det kan umiddelbart synes mærkværdigt, at Anniqa Fors blev



Anniqa Fors var allerede en kendt slangetæmmerske, da hun blev den første officielle danske deltager til den første Ms. Olympia konkurrence i USA. Foto: Cirkusmuseet.

valgt som den første danske deltager. Ganske vist var hun en køn, blond kvinde, men for det første var hun svensker, og for det andet havde hun heller ikke optrænet den tydelige muskelmasse, som man normalt ville forbinde med en veltrænet kvindelig bodybuilder. Hun var med nutidens øjne blot en heldig indehaver af en smuk og veltrænet kvindekrop.

Forklaringen ligger muligvis i, at Sven-Ole Thorsen havde et godt øje til hende og ved selv samme konkurrence var én af de syv dommere, som skulle stå for karaktergivningen.²⁰⁷ Om arrangøren havde kendskab til det spirende kæresteforhold mellem Sven-Ole og Anniqa Fors vides ikke, men Sven-Ole Thorsens per-

sonlige kendskab til arrangøren George Snyder har sandsynligvis ikke været en ulempe i denne sammenhæng, da det var Georges personlige subjektive udvælgelse af deltagerkaren, der bestemte, hvem der kom med, og hvem der måtte blive hjemme. Sven-Ole Thorsens deltagelse i dommerpanelet havde dog ingen synlig effekt på Anniquas placering – hun fik en 16. plads ud af de 20 mulige. Hun blev dog omtalt som et stort, fremtidigt bodybuilderpotentiale i den efterfølgende reportage i Joe Weiders 'Muscle & Fitness' – forventninger hun dog aldrig indfrie.²⁰⁸ Efter konkurrencen blev Sven-Ole Thorsen og Anniqa officielle kærester og blev senere gift.



Sven-Ole Thorsen og Anniqa Fors på stranden i 1980. Billedet er taget umiddelbart før Anniquas deltagelse i Ms. Olympia, som den første officielle danske kvindelige deltager i et internationalt bodybuildermesterskab og fik stor national medieomtale. Ukendt fotograf.

Danmark fik til gengæld en anden verdensberømt kvindelig bodybuilder. Fra 1981 blev der i Dansk Body-Building Forbunds regi arrangeret nationale mesterskaber og bodybuilderkonkurrencer for kvinder, og vinderen fra 1982 var den legendariske Lisser Frost-Larsen, som havde en fortid som elitegymnast fra Vangede og dansk mester i vandskislalom.²⁰⁹ I 1979 blev hun ansat som instruktør i det nyindrettede eksklusive fitnesscenter i Strynøgade under 'Form & Figur'. Lisser Frost-Larsens motiv til at styrketræne var ikke så meget selve glæden ved selve bodybuildersporten, men mere det ry et godt resultat kunne give hende som instruktør:

“Og der havde jeg det sådan, at hvis folk skulle tro på, hvad jeg sagde om træningsprincipper og metoder, så hjælper det altid med sådan en lille medalje om halsen(...) Og så stillede jeg op, og for mig var det egentligt i starten meget ubehageligt at skulle stå og bøje arme i en bikini, men jeg tog det, som det var. Og i 1981 blev jeg nummer to, men fortsatte så med træningen. Året efter stillede jeg op til de første nordiske mesterskaber og vandt. Og samme år blev jeg så danmarksmester [i 1982] og kom derefter til europamesterskaberne og fik en sølvmedalje. Og til europamesterskaberne kom der så nogle og spurgte, om jeg havde lyst til at komme med til det næste Ms. Olympia.

Det første år, jeg deltog, blev jeg nummer 9, og i 1983 fik jeg en 6. plads under stor palaver. Alle i publikum syntes, at jeg skulle have været i top tre, men der sad kun amerikanske dommere i panelet. Men jeg havde bare en fest. Der sad 2000 mennesker i publikum og buhede i ti minutter, og jeg har faktisk stadig et bånd med en optagelse derfra, hvor man kan høre publikum. Og det syntes jeg var lidt fedt.”²¹⁰

Hun deltog også i 1984, men primært på grund af selve oplevelsen. Hun havde efter eget udsagn droppet at nå op øverst på skamlen i erkendelse af, at hun året forinden var i sin livs form, men var oppe imod en række amerikanske dommere, der gav de amerikanske atleter en hjemmebanefordel. Hun oplevede også de strenge diæter på sin egen krop og levede i praksis i syv til otte måneder af året på en blanding af tun til morgen og kogt torsk til frokost og aften. Den strenge diæt fik hendes muskelmasse til at fremtræde meget tydeligt:

“Jeg vil også nok sige, at da jeg stillede op, da havde jeg altså intet fedt på kroppen. Alt hvad der hed sener og muskelseparationer stod ud af kroppen på mig. Jeg havde streger på lårene og streger på kinderne – alt stod ud. Simplethen.”

Lisser Frost-Larsen levede i disse år som professionel bodybuilder på det efterhånden store amerikanske marked. Hun optrådte som model i talrige sammenhænge og levede rigtig godt – eller som hun selv udtrykker det: “... hold op, hvor jeg levede godt i de år, jeg var professionel i udlandet.”

I sin egenskab af tidligere professionel bodybuilder fik hun tilbudt en professionel dommerlicens. Fra 1985 til 2005 fungerede hun således som professionel dommer og blev i årrækken fra 1986 til 2005 valgt som “President for ‘Women’s International Committee” i IFFB. Hun funge-

rede således som den øverste ansvarlige leder for kvindernes internationale konkurrencer og var i den skikkelse en kendt og respekteret figur med stor autoritet.

Sven-Ole Thorsen takker af

Sven-Ole Thorsen kørte og finansierede i de to første år alle Dansk Body-Building Forbunds aktiviteter – herunder også journalisten Ole Sønderups løn som forretningsfører. Det medførte, at formanden i praksis tog alle beslutnin-

” Jeg havde intet fedt på kroppen. Alt hvad der hed sener og muskelseparationer stod ud af mig.

Lisser Frost-Larsen

ger i forbundets navn. Sven-Ole Thorsen var af den mening, at når han nu var den, der betalte omkostningerne, da var det også naturligt, at han tog beslutningerne. Især når han i samarbejde med Ole Sønderup havde været den direkte årsag til, at bodybuilding blev promoveret og markedsført så succesfuldt i de danske medier.

Baglandet nærrede dog utilfredshed med Sven-Ole Thorsens store magt over forbundet. Medlemmerne krævede mere indflydelse på beslutningsprocesserne. Steen Broford husker, at:

“... de demokratiske processer var oplyst ene-vælde...”

Og Nicky Petersen mindes ligeledes manglen på demokrati:

“Der var ikke nogen demokratiske processer overhovedet. Det var kæft, trit og retning; og det stod Sven-Ole som eksponent for. Og det kunne folk sagtens leve med et stykke hen ad vejen. Man kunne godt få lov at stemme, men man kunne kun få lov til at stemme ‘ja’.”

Sven-Ole Thorsen beretter selv, at uroen i baglandet var medvirkende til, at han gradvist mistede

lysten til at fungere som formand for forbundet, fordi det efterhånden blev for svært at agere selvstændigt:

“Organisationsmæssigt var man ikke tilfreds med, at jeg styrede det hele alene. Så vi lavede et forbund med en bestyrelse, og jeg fik selvfølgelig bestyrelsesmedlemmer ind [blandt andet fik fitnesscentret Form & Figur og en producent af fitnessudstyr en plads i bestyrelsen]. Men der var samarbejdsvanskeligheder i bestyrelsen. Bestyrelsen gjorde, at det var svært at få det til at fungere, for alle [medlemmerne i bestyrelsen] ville jo gerne med, når der var større [internationale] mesterskaber. Jeg var inde på, at man sendte én official [forbundets leder] og flere atleter i stedet for at sende seks officials og én atlet, ikke. Så det kæmpede jeg med (...), og dem, der sad i bestyrelsen (...), stemte med deres forretningsinteresse [i stedet for at tænke på atleterne].”

Al balladen omkring Sven-Ole Thorsens lederstil førte til, at han efter eget udsagn trak sig tilbage som formand i 1981 og overlod formandsposten til journalisten Ole Sønderup:

“Så jeg trak mig tilbage, fordi jeg ikke synes, at jeg kunne operere på dem måde, jeg ville. Og jeg mistede faktisk interessen for at gøre noget administrativt hér. Og så blev Ole [Sønderup] formand. Hvis ikke de kunne køre videre på de betingelser, jeg havde sat, så havde jeg ingen interesse i det.”

Andre kilder hævder, at det i realiteten snarere kom til et direkte opgør med Sven-Ole Thorsens lederstil. Da Sven-Ole Thorsen i forbindelse med en udenlandsrejse havde deponeret beslutningskraften hos Ole Sønderup, udnyttede denne straks formandens fravær til egen fordel:

“Der sker det, at Sven-Ole er udenlands og beder Ole Sønderup om at varetage forbundets interesser. Ole var forretningsfører på daværende tidspunkt, og mens Sven-Ole var væk, indsatte han Ole Sønderup som [midlertidig] daglig leder og formand med retten til at bestemme over forbundet. Og da Sven-Ole så kommer tilbage og siger, at ‘nu vil jeg have mit forbund tilbage’ – for det var den

måde, det foregik på - så siger Ole Sønderup ‘Nej det synes jeg ikke, fordi vi har holdt en generalforsamling, og det er mig, der er formand nu.’”²¹¹

Hvis nogen skulle være i tvivl, var Sven-Ole Thorsen svært utilfreds med denne situation – også fordi han, efter eget udsagn, blev: *“... Beskyldt for at være alt muligt grimt.”*

Nutidens lidt ældre og mere rolige Sven-Ole Thorsen, som blev interviewet til denne historie i 2006, var nået til en erkendelse af, at hans daværende lederstil havde været problematisk:

“Faktum er, at jeg ikke var demokratisk. Det er ikke noget, jeg er glad for eller stolt over. Sådan var det bare.”

På trods af Sven-Ole Thorsens begrænsede demokratiske evner som leder for Dansk Body-Building Forbund spillede han den helt afgørende rolle i bodybuildingens første fase i Danmark. Han var uomtvisteligt den person, der med sit store internationale netværk gjorde bodybuilding til en velkendt og mere anerkendt sportsgren. Sven-Ole Thorsen har ligeledes spillet en central rolle i forbindelse med at få kendskabet til vægttræning udbredt til den danske befolkning. Blandt andet optrådte han sammen med Anniqua Fors i den populære tv-serie ‘Min krop og min sjæl’ på landsdækkende fjernsyn. Sven-Ole Thorsen har på denne måde sat sit tydelige præg på eftertidens udvikling både inden for det danske sportsprægede bodybuildermiljø og inden for den kommercielle motionsidræt, som skinner igennem i nutidens fitnessindustri.

De første kommercielle fitnesskoncepter

I takt med den selvorganiserede motionsidræts gennembrud og de første kondiløbere (joggere) blev et mere og mere normalt fænomen i gadebilledet fra 1975 og frem indtraf en væsentlig ændring i det danske idrætsbillede med introduktionen af den kommercielle breddeidræts forretningskoncepter.²¹² Samtidig oplevede den

kommercielle fitnessindustri både en professionalisering og en forretningsmæssige nytænkning med introduktionen af en række nye træningskoncepter, som skulle ændre den kommercielle fitness for fremtiden.

Det centrale element i de nye koncepter var, at de nye fitnesscentre ændrede deres primære målgruppe fra sportsudøvere og fanatikere til den brede befolkning, som nu i højere grad orienterede sig mod fitness som motionsform.

Man gik således fra en sportslig opfattelse til en opfattelse, hvor sundheden var i centrum, hvorfor centrene også i højere grad blev bevidst om de positive signaler, der ligger i en aktiv livsstil. Sundheden blev til et statussymbol, der signalerede ansvarlighed og kontrol over livet, og medlemskab af et fitnesscenter kunne i denne sammenhæng fungere som en integreret del af et aktivt liv, hvor individet dyrkede idræt, når der var tid og lyst.

Det første center med travle erhvervsaktive som direkte målgruppe var Form & Figur, der åbnede allerede i 1963 i Østerbrohallen – altså parallelt med bodybuildingens gennembrud – ved siden af Østerbro Svømmehal i København. Centret var i starten ejet af den tidligere elitebadmintonspiller Erland Kops, der via badmintonspillet havde stiftet bekendtskab med Tage Nielsen, som selv var en aktiv badmintonspiller. Tage blev i første omgang i en alder af 16 år ansat som fitnessinstruktør i Østerbrohallens center, men efter ni år fik han ansvaret for selv at stå i spidsen for forretningen. Tage Nielsen skulle blive en helt central figur i den kommercielle fitnessindustri tidlige år fra midten af 1970'erne og frem til 1991.²¹³

I modsætning til de allerede etablerede styrketræningscentre markedsførte Form & Figur sig fra starten på en langt mere klar sundhedspro-

fil, som rettede sig mod det købedygtige og kapitalstærke erhvervsaktive storbysegment, for hvem der lå en status i at kunne fremvise og fortælle om deres medlemskab af et fit-

” Fitnesscentre ændrede deres målgruppe fra fanatikere til den brede befolkning, som orienterede sig mod fitness som motionsform.

nesscenter. Form & Figur var et lille eksklusivt styrketræningscenter på blot 70 kvadratmeter, der først og fremmest var for de mere velhavende borgere på Østerbro. Med en på daværende tidspunkt bekostelig årlig pris på 1100 kr. havde kun de færreste råd til denne luksus. I kundesegmentet fandt man derfor bankdirektører og finansfolk.

Til forskel fra de eksisterende bodybuildercentre satsede Form & Figur langt mere på styrketræningens sundhedsdimension, hvilket fik kvinder til at komme og holdt de ekstreme, kropspykende bodybuildere væk. Dertil fokuserede en del kunder på genoptræning af led og muskelgrupper. Form & Figur blev af de samme grunde karakteriseret som klassens pæne dreng i det københavnske bodybuildermiljø og:

”... var det sådan lidt finere sted. Det var ikke så meget subkultur dér. Tage Niensens center var et andet træningskoncept. Og det var mere baseret på motionstræning, hvor de to andre centre [Club Roma og Lyngby Motionscenter] baserede sig på hardcore styrketræning.”²¹⁴

Tage Nielsen, som bliver beskrevet som en lidt sky, tilbagetrukket person, udviklede ganske langsomt et træningskoncept, der målrettede sig den brede befolkning, motionister med fokus på sundhed. Han lancerede fitnessproduktet på et tidspunkt, da den selvorganiserede motion for alvor brød igennem som fritidsbeskæftigelse for befolkningen i slutningen af 1970'erne.

Tilfældet ville, at en ung lovende amatør bokser i

den københavnske klub, IK 99, ved navn Hans-Henrik Palm under en træningssession i 1972 mødte den berømte badmintonspiller Erland Kops, som introducerede det unge boksetalent til styrketræning i det lille Form & Figur center. Hans-Henrik Palm begyndte at styrketræne mere målrettet og fik med sine fine tekniske boksefærdigheder opbygget mod og vilje til at tage springet til en succesfuld professionel boksekarriere efter en god indsats ved OL i 1976 – samme år, som han i øvrigt blev ansat som fitnessinstruktør i Form & Figur. Fra 1976 var Tage Nielsen og den unge Hans-Henrik Palm fitnesscentrets centrale skikkelser. De havde



Da bodybuildere og de nye kommercielle fitnessdirektører stadig var i samme båd. Form & Figurs Tagen Nielsen på skuldrene af Sven-Ole Thorsen i 1980. Ukendt fotograf.

sammen en succesrig tid som den kommercielle fitness-sektors mest feterede makkerpar og udviklede sammen en række hidtil usete, nyskabende forretningsstrategier, som resulterede i at fitnesskæden i løbet af ti år blev dominerende i Danmark.

I 1975 satsede Tage Nielsen stort ved at overtage ansvaret for Københavns første fitnesscenter for kvinder på Amagertorv midt på Strøget. Tage Nielsen havde ingen formel handelsuddannelse, men havde gennem ni år opbygget et indgående kendskab til forretningsmetoder og driftsmæssige problemstillinger, hvorfor det gik godt. Næste skridt var, at ejeren Erland Kops tilbød Tage Nielsen at overtage ansvaret for det oprindelige Østerbrostudie:

“...Jeg sprang til, selvom jeg ikke havde en øre på lommen med den overbevisning, at Form & Figur krævede en relancering, hvilket bl.a. krævede en udvidelse af studiet [i Øbrohallen] fra 70 til 500 kvadratmeter. Mærkeligt nok lykkedes det at få håndværkerne til at gå i gang, selv om de fik at vide, at jeg ingen penge havde.”²¹⁵

Tage Niensens gode overtalelsesevner fik håndværkerne til at arbejde med henvisning til, at han nok skulle betale alle, han skyldte penge – i hvert fald over en periode. Efter den omfattende istandsættelse af det nye center udarbejdede han i tæt samarbejde med Cirkus Benneweis’ daværende PR-mand, Leif Alring, en lanceringsstrategi med en kæmpe ‘åbent-hus-fest’, som ifølge Hans-Henrik Palm skulle vise sig at blive en gigantisk succes:

“I løbet af fire timer var 800 indmeldt og havde betalt kontant. Så inden dagen var omme, var jeg faktisk i stand til at betale alle, hvad jeg skyldte...”²¹⁶

Denne åbent-hus tradition har siden bidt sig fast som en fast bestanddel af den professionelle fitness-sektors forretningsplaner, når et nyt fitnesscenter skal lanceres.

I 1976 åbnede Form & Figur endnu et i datidens

øjne stort og moderne fitnesscenter i Frankrigsgade Svømmehal på Amager – et center, der ligger der i dag under samme navn. At placere et kommercielt fitnesscenter i en kommunalt drevet idrætsfacilitet var på dette tidspunkt en helt ny og banebrydende forretningsstrategi, som siden er blevet kopieret talrige gange. Fordelene i at have en næsten naturlig tilstrømning af potentielle kunder til og fra motions- og idrætsaktiviteter er indlysende. Samtidig kunne fitnesskunderne tilbydes et mere alsidigt produkt, end tilfældet ville have været, hvis fitnesscentret havde ligget isoleret.

Senere introducerede Form & Figur i 1984 børnepasning i det, der dengang blev lanceret som Skandinavians største fitnesscenter i Århus:

“Med børneparkeringen vil vi for eksempel gøre træningen mere familievenlig. Mødrene skal også have mulighed for i nogle timer at kunne koncentrere sig om deres eget velvære...”²¹⁷

Børnepasning er i dag ligeledes et hyppigt udbudt servicefænomen i de største fitnesscentre landet over.

Form & Figur begyndte altså allerede i 1975 på udvidelsen af de mange nye centre ved at nytænke kommercielle koncepter og tænke i baner, som siden er efterlignet igen og igen. Man genfinder tankerne fra dengang i forretningsmetoder, lokaleindretning og den helt overordnede forretningsstrategi med at gøre motionsformen attraktiv og accepteret for den almindelige motionist og ikke kun for det bedre stillede borgerskab eller fanatiske kropsbyggere. I kraft af, at motionsudstyr til kredsløbstræning med kondicykler af mærket ‘Tunturi’ og de første løbebånd også fandt vej til de nye fitnesscentre, henvendte Form & Figur sig i stigende grad direkte til et stort kvindeligt publikum. De motionshungrende storbymennesker kom i stort tal ind fra deres løbeture i det fri for at dyrke styrke- og motionstræning i centrene.

Form & Figur baserede sig på et franchise-koncept, hvor det centrale kontor i Gentofte fastsatte logo, markedsføring og prispolitik, mens den enkelte centerleder, som ofte var en serviceminnet kvinde, stod for selve driften og den lokale kundeservice.

“Grundtanken er, at studierne skal fungere på licensbasis, sådan at folk selv lægger lokaler til.”²¹⁸ Fordelen ved franchise-konceptet var det delte ejerskab mellem Tage Nielsen, som normalt

” I løbet af fire timer var 800 indmeldt og havde betalt kontant.

Tage Nielsen om åbningsdagen af Form & Figur

havde en andel på mellem 25 og 90 pct., og den lokale centerleder – eller ‘studielederen’ – som det hed i datidens sprogbrug.

Derved kunne Tage Nielsen fastholde et lokalt økonomisk incitament hos den enkelte franchisetager, som ofte selv havde optaget lån og investeret store beløb i forretningen – og i enkelte tilfælde endog havde pantsat sin private bolig for at få råd til lokalerne. Den typiske gennemsnitlige omsætning i Form & Figur-studierne lå i 1984 på 1,5 – 2 mio. kr. Afgiften til Form & Figur for at være med lå typisk på 7,5 % af omsætningen - dog maksimalt 75.000 kr. om året. Tage Nielsen var fuldt bevidst om franchise-konceptets styrke:

“Det er en fordel, at studielederne selv har et vist økonomisk engagement i selve studiet, for det styrker ansvarligheden...”²¹⁹

Med dette forretningskoncept havde Tage Nielsen sikret sig en særdeles arbejdsom ejerkreds, der ofte arbejdede i op til 12 timer om dagen – arbejdsdage, der ikke var af ualmindelig længde for ledere i datidens fitness-sektor. Fremgangsmåden for oprettelse af et nyt center blev beskrevet således:

“Et Form & Figur-studie bliver typisk til på den måde, at folk, der mener, at der er basis for et motionsstudie i deres by, kontakter hovedkontoret. Måske har de selv lokaler eller kan foreslå nogle. De har en vis kapital, eller ikke for megen – faktorer, der sammen med kundeunderlag og ombygningsomkostninger indgår i en beregning, som Tage Nielsen hurtigt og med ret stor sikkerhed kan lave på, om der vil være rentabilitet i projektet eller ej.”²²⁰

Form & Figur udviklede sig fra 1975 og frem til 1981 med relativt behersket vækst med etablering af en række nye centre i blandt andet SAS-hoteller, hvilket medvirkede til at give fitnesskæden et mere troværdigt brand. Fra 1981 tog Form & Figurkæden for alvor fart og i slutningen af 1984 var der 34 centre. I årene efter åbnede yderligere 19 centre.

Form & Figur blev med denne forretningsstrategi den hidtil største fitnesskæde i Danmark målt på antallet af fitnesscentre med hele 53 centre i 1987 og et anslået medlemstal på 30.000 - 35.000.²²¹ I denne periode etablerede kæden også fitnesscentre på Færøerne, Grønland. Op gennem midtfirserne grundlagde Form & Figur en senere meget populær forretningsstrategi, som baserede sig på opkøb af konkurrerende fitnesscentre. Forretningsmetoden blev eksempelvis forudsætningen for fitness dks udvikling fra at være en lille provinskæde fra Aalborg til på få år at blive til Danmarks aktuelt største fitnesskæde målt på antallet af kunder.

Videnskabelig træning og kampen om sandheden

I 1981 åbnede et andet strategisk gennemtænkt, kommercielt træningskoncept i Danmark med introduktionen af det første Nautiluscenter. Bag introduktionen af Nautilus fitnessmaskinerne og det tilhørende træningskoncept stod Jørgen Albrechtsen, som i årene forinden havde forsøgt sig med et mere konventionelt fitnesscenter i

Roskilde, som han dog solgte, da han fik mulighed for at importere de originale Nautilusmaskiner fra USA.²²²

Samtidig drev Jørgen Albrechtsen en række private karatestudier i København, som i en årrække levede højt på karatefilmene med Bruce Lee:

“Folk troede, de kunne lære at springe 10 meter op i luften og sparke modstanderen i ansigtet. Så fandt de ud af, at det var hård disciplin og skrap træning. Så sivede de fleste lige så stille ud igen.”²²³

I et tidligere karatestudie beliggende på Ørnevej 30 i Københavns nordvestkvarter valgte Jørgen Albrechtsen at åbne sit første Nautilus center. Han havde i årene før åbningen læst sig klog på Nautilus' træningskoncept og havde i flere omgange været i USA for at suge til sig af den viden, som Nautilus' skaber, den amerikanske fitnessguru Arthur Jones, øste af.

Jørgen Albrechtsen havde ikke meget til overs for de andre fitnesscentres træningskoncepter, som han fandt meget useriøse. Jørgen Albrechtsens syn på det eksisterende var mildt sagt særdeles kritisk:

“Da jeg kom ind i helsebranchen, var jeg overrasket over, hvor meget fup og fidus der var. Det hele kørte på, hvordan man kunne føre folk bag lyset (...). Det var en branche, der ikke var særligt respekteret, så det var som et friskt pust, da jeg kom i kontakt med Nautilus i USA, der stod for det kompromisløse, videnskabelige udstyr til træningen.”²²⁴

Derfor lagde Jørgen Albrechtsen fra begyndelsen et stort arbejde i at distancere Nautilus-konceptet fra de andre helsecentre, og Jørgen opfandt i denne forbindelse ordet 'fitnesscenter', som skulle blive den hverdagsbetegnelse, som i dag bruges som samlet betegnelse for de mange forskellige funktionelle træningsformer, som finder sted i fitnessfaciliteten.

I modsætning til mange andre lande fik man altså i Danmark et fælles begreb som synonym

for de tidligere eller mindre opfindsomme betegnelser som helsecenter, motionscenter, træningscenter, sundhedscenter, motionsstudie, sportsstudie - eller mere sjældne amerikanske ord som 'Gym' og 'Body Club'.²²⁵

Nautilus-konceptet blev som noget nyt i Danmark markedsført som en videnskabelig træningsform. Dette skete blandt andet ved hjælp af bogtitler som 'sandheden om vægttræning' og 'den perfekte træningsform', hvor Nautilus-konceptet implicit lagde afstand til andre eksisterende træningskoncepter.

Jørgen Albrechtsens søgte med bøgerne at skabe en mere seriøs profil omkring Nautilus, hvor han fremhævede træningsformens effektivitet som den altafgørende forskel. Inspirationen hentede han i USA, hvor Nautilus' opfinder Arthur Jones ligeledes brugte mange år på at distancere sit koncept fra den brovtende bodybuilderkultur og den overkommelige fitnessindustri på hjemmetræningsmarkedet. Den videnskabelige forskning, som lå bag Nautiluskonceptet, var forestået af den både berømte og berygtede Dr. Elliot Darden, som havde testet styrketræningens fysiologiske virkning på menneskekroppen. Denne videnskabelige tilgang til styrketræning var en helt ny og mere alvorlig måde at tænke styrketræning på. Dette kom til udtryk i mange af Jørgen Albrechtsens udtalelser, hvor han indirekte omtalte Nautilus-konceptets overlegenhed:

*"Vi forsøger at være et seriøst alternativ i en branche fuld af fup."*²²⁶

Nautilus var således et strategisk forsøg på at tage patent på en videnskabelig version af 'sandheden om vægttræning' – hvilket selvsagt ville være et ekstremt stærkt kort i den kommercielle fitnessindustriens kamp om kunder. Sådanne former for positionering skulle komme til at spille en stor rolle for fremtidens fitness-sektor, som

i højere og højere grad forsøgte at dokumentere træningens fysiologiske effekt og sundhedsmæssige betydning.

I modsætning til bodybuildernes træningsmetoder blev Nautilusprincipperne markedsført som en effektiv træningsform, som ifølge Jørgen Albrechtsen kunne skabe bedre træningsresultater med en mindre træningsindsats:

"Hvis Nautilusmaskiner krævede den samme tid som traditionelle metoder og gav lidt bedre

*"*Da jeg kom ind i helsebranchen, var jeg overrasket over, hvor meget fup og fidus der var.

Jørgen Albrechtsen,
tidligere ejer af Fitness Club

*resultater, ville selv dette have været en bemærkelsesværdig fremgang. Men hvis Nautilus maskiner kunne give et samlet resultat, der var tre gange så godt på 1/10 af tiden, kunne dette kun betegnes som revolutionerende. Dette er præcis, hvad Nautilus maskiner kan give."*²²⁷

Træningskonceptet hos Nautilus²²⁸ bestod i træning med næsten maksimal vægtbelastning af musklerne og korte tidsintervaller mellem øvelser for de forskellige muskelgrupper. Maskinerne stod strategisk opstillet i den rækkefølge, som øvelserne skulle udføres i. Argumentet var, at den mere intense træning med tung vægtbelastning på kortere tid kunne opbygge mere muskelmasse hos den enkelte. Samtidig skruede bagmændene konceptet sådan sammen, at man kun skulle træne med 8 – 12 gentagelser i hver Nautilusmaskine, hvorefter man skulle bevæge sig over til den næste maskine. Maskinernes placering betød, at de aktive gik fra den ene muskelgruppe til den anden uden pauser eller brug af mental energi på at overveje næste øvelse. Man skulle blot gennemføre det træningsprogram, som man havde fået udarbejdet.

Denne indretning med maskinerne i forlængelse af hinanden blev en ledetråd for mange andre af samtidens kommercielle fitnesscentre. En instruktør fulgte ofte træningen og overvågede, noterede og dokumenterede træningsresultaterne. Hermed satte Nautilus en streg under den seriøse og videnskabelige dimension, som kæden slog sig op på. Nautilus opererede dog i princippet efter den gamle kendte progressive træningslogik, som muskelmanden Professor Attila²²⁹ næsten hundrede år forinden havde været fortaler for:

“Det grundlæggende princip i Nautilus’ vægt-træning er en fremadskridende udvikling. Det vil sige, at man skal forsøge at øge belastningen ved hver træning. For hver gang træningsgang bør man forsøge at klare en ekstra gentagelse, en ekstra belastning, eller begge.”²³⁰

Det afgørende kommercielle element var dog, at man med dette træningskoncept kunne få langt flere kunder igennem fitnessmaskineriet. Man gik så at sige fra en træningssituation med en bodybuilder, der ofte stod i samme lokale flere timer, og hvor det sociale element i træningsfællesskabet med de andre ligesindede var helt centralt, til en træningssituation, hvor kunderne udelukkende skulle koncentrere sig om at gennemføre deres træningssession i overensstemmelse med Nautilusprincipperne. Og kunderne i fitnesscentre behøvede således ikke længere at socialisere sig med de andre - her kunne de dyrke sig selv og deres egen krop. Her handlede det for kunden om træningens effektivitet og for udbyderen om at få så mange igennem træningsforløbet som muligt. Nautilusprincipperne var derfor bodybuilders styrketræningsklubber kommercielt overlegne, hvilket gradvist resulterede i helt andre kunde- og omsætningstal samt en langt bredere sammensat kundegruppe.

Træningskonceptet førte i det efterfølgende tiår til noget nær en træningsrevolution landet over, hvor man efterlignede de mere strømlinede og

kommercielt egnede træningsprincipper. Som basale elementer i et kommercielt forretningskoncept begyndte man at tænke i ‘kunde-flow’, træningsmetoders effektivitet og ikke mindst i serviceniveau, som skulle udvikle sig til at være et af fremtidens helt centrale konkurrenceparametre. Fitnessstræning gik i disse få år fra at være kommercielt uinteressant til at være en rentabel forretning med omsætningstal, der vidnede om store fremtidige indtjeningsmuligheder.

Den stigende professionalisme og evne til strategisk markedsføring hos fitness-sektorens ledende personer resulterede i, at den primære hensigt med oprettelse af fitnesscentre nu ofte var at tjene penge. Den smånaive og romantiske, men samtidig også mere charmerende tilgang, som bodybuildere havde til deres styrketræning, gik mere eller mindre tabt i denne industrialiseringsproces med fokus på økonomi, rentable investeringer, forretningskoncepter og markedsføringsstrategier. Af samme årsag fandt mange af pionererne fra bodybuildermiljøet, at Jørgen Albrechtsens person og hans Nautiluskoncept indirekte drænedes miljøet for de værdier, der havde gjort bodybuildermiljøet til en unik subkultur.

Dette vakte selvsagt utilfredshed i bodybuilderkredse. Bodybuildere anså både Nautilus’ træningsprincipper og den påståede videnskabelige dokumentation bag dem som mangelfulde og usande. Samtidig så mange bodybuildere passivt til, mens både Form & Figur og Nautiluscentre fik aktiveret en stor del af den almindelige befolkning, som bodybuilderens træningscentre aldrig havde fået fat i.

Under striden om de mest effektive træningsformer allierede Nautilus i Amerika sig hurtigt med en række af datidens kendte bodybuildere. Det er således kendt, at Mike Mentzer og hans bror Ray²³¹ sammen med den tidligere Mr. Olympiavinder Sergio Olivia og Casey Viator, som dengang

var kendt som den yngste vinder af Mr. America, blev inviteret til Florida af Nautilus-bagmanden Arthur Jones og hans lægevidenskabelige inspirator, Dr. Elliot Darden, som arbejdede videre på en række af de oprindelige Arthur Jones artikler, hvor Nautilus' træningssystem blev beskrevet og dokumenteret.

Det forhold, at Dr. Elliot Darden var ansat af Arthur Jones gjorde kritikken af den videnskabelige dokumentation nærliggende for skeptikerne, fordi det kunne hævdes, at han ikke var uafhængig og derfor overdrev resultaterne. Den strategiske alliance mellem Nautilus og disse i datiden kendte bodybuildere fik dog i begyndelsen stor betydning for Nautilus' omdømme i offentligheden – ikke mindst på grund af bodybuilderen Mike Mentzer, der rejste den vestlige bodybuilderverden rundt med sine seminarer, hvor han fortalte vidt og bredt om sit træningsprincip, som han kaldte 'The Heavy Duty System'.

Mange af teorierne bag The Heavy Duty System var direkte overført fra Nautilus' træningsprincipper. Forskellen var blot, at de blev udført med frie vægte i stedet for i de massive Nautilus-maskiner. Systemet gik i al sin enkelthed ud på, at man efter en ganske kort opvarmings-session lagde alle kræfter i at køre et minimum af repetitioner med maksimum belastning, indtil man simpelthen ikke kunne presse mere ud af musklen.²³² Træningsprincippet foreskrev, at man med den absolut maksimale belastning kunne opnå den største muskeltilvækst på kortest tid – altså en stærk betoning af træningens effektivitet:

"...Mike Mentzer var overbevist om, at Arthur Jones' træningsmetoder var rigtige – altså mindre tid i træning, men langt hårdere. Og de virkede, for han blev jo enormt stor. Men der er dog ingen tvivl om, at han også brugte steroider."²³³

Samtidig blev Mike Mentzer frem til slutningen af 1980'erne 'markedsført' i Joe Weiders succesfulde træningstidsskrifter Flex og Muscle & Fitness som den nye bodybuildergenerations

mere begavede og intellektuelle type. I Mike Mentzers utallige artikler i magasinerne strøede han eksempelvis om sig med citater af blandt



Mike Mentzer var på besøg i Form & Figurs afdeling i Strynøgade, København. Han fortalte om sit 'Heavy Duty System' og smed efterfølgende sit tøj for at vise resultaterne iført blå velourtrusser. 1982. Foto: Steen Broford.

andet Nietzsche, og i forhold til mange af de andre samtidige bodybuildere repræsenterede han en uddannelsesmæssig overklasse med sin baggrund som uddannet idrætslærer. Han understregede ofte dette image ved at beholde sine briller på under selve træningssessionerne.²³⁴ Dette intellektuelle image passede godt til Nautilus' videnskabelige profil, som havde stor kommerciel nytte af Mentzers indirekte lovprisning af Nautilusprincipperne.

Der gik dog hurtigt rygter om, at Mike ikke selv overholdt træningsprincipperne i Heavy Duty System, hvilket lagde en dæmper på træningsmetodens udbredelse. Steen Broford:

"De gange, jeg har set Mike Mentzer selv træne i 'Gold's Gym' i begyndelsen af 80'erne, kørte han måske nok et sæt med maksimal belastning og med 100 % intensitet. Men inden da havde han oftest

udført 3-4 sæt 'opvarmning' med næsten samme vægt. Så der var i praksis ikke den store forskel på hans træning og den måde de fleste andre topatleter [bodybuildere] på det tidspunkt trænede."²³⁵ Også Nicky Petersen mindes, at Mikes træningsprincipper ikke holdt vand i virkeligheden:

"Det viste sig dog hurtigt, at systemet ikke holdt, idet alle i bodybuildingens kredse vidste, at specielt Mike Mentzer trænede lige så mange sæt og repetitioner som alle de andre i gamet."

Nicky Petersen stillede ligeledes spørgsmålstegn ved, om bodybuilderne i realiteten ikke var sponsoreret af Nautilus og således ikke kunne hævde økonomisk uafhængighed af Nautilus-koncernen:

*"Både Mike og Ray Mentzer var sponsoreret af Nautilus udstyr. Og det er almindelig kendt, at alle de kendte bodybuildere reklamerer for alt mellem himmel og jord, bare der er penge i det."*²³⁶

Også herhjemme forsøgte Jørgen Albrechtsen sig med en alliance mellem Nautilus og en række bodybuildere, som skulle gøre det sværere for de andre modstandere at kritisere træningsmetoderne:

"Det sjove af det hele var, at jeg faktisk var sponsoreret af Jørgen Albrechtsen i en tremånedersperiode, da han startede Nautilus op, for der ville han gerne have bodybuildere over for at vise, at de havde glæde af disse maskiner. Jeg afbrød sponsortet efter to en halv måned, da jeg havde tabt syv et halv kilo muskelmasse. Så jeg ville gerne tilbage til mere traditionel træning," husker Steen Broford.

Jørgen Albrechtsen har en anden opfattelse af, hvad der skete:

"Altså det var jo nok min egen idealisme, at man hér havde noget, der ville give bodybuilderne et bedre resultat over meget kortere tid. Mange af deres træningsmetoder var jo fuldstændig vanvittige. Men jeg lavede jo den samme fejl, som Arthur Jones gjorde tidligere, hvor han ligesom jeg konkluderede,

*at 'jamen altså – lad dem [bodybuilderne] være' ikke. De forstår ingenting, og de vil ingenting. Lad dem rive i deres gamle jern. De ønsker jo ikke at træne to til tre gange om ugen af en halv time uanset, hvor godt det end ville være. De vil have miljøet, og de skal smøres ind i olie, og de skal stå og flexe lidt og fortælle hinanden historier, for ellers er livet ikke værd at leve for dem."*²³⁷

Samtidig afviser han, at det var som led i et sponsorat, at bodybuilderne kom ind i Nautilus-centrene:

"Jeg tror sådan set, at de kom af sig selv, for de havde hørt om dette her, og de syntes, at det var spændende, og det skulle de prøve. Og hvor vi også sagde til dem, at de var velkomne. Men de kunne ikke lide den hårde træningsform, for de troede jo, at de trænede vanvittig hårdt, men det gjorde de ikke. De havde jo aldrig prøvet denne intense træning, hvor det gik hurtigt fra den ene til den anden til den tredje maskine uden pause. De blev jo kørt ned på ti minutter. De trænede jo i alt for

” Kendte bodybuildere reklamerer for alt mellem himmel og jord, bare der er penge i det.

Nicky Petersen

*mange intervaller. Jeg tror ikke, at vi gjorde noget aktivt for at få dem til at komme – det er i hvert fald ikke sådan, jeg husker det."*²³⁸

Samtidig kan det næppe bestrides, at de danske bodybuilders negative indstilling til Nautilus-konceptet også skyldtes en vis misundelse over Jørgens Albrechtsens forretningsmæssige succes.

Selvom bodybuilding via et stort mediearbejde havde opnået en mere accepteret status som sportsdisciplin i årene fra 1978 til 1982, resulterede det ikke i et egentligt folkeligt gennembrud, hvor alle begyndte at styrketræne eller dyrke bodybuilding. Bodybuilding var blevet en accep-

teret minoritetssport i Danmark, men bodybuilding blev aldrig en aktivitet, som henvendte sig til de brede befolkningsgrupper. Dertil var aktivitetens intensitet og kropsudtrykket for ekstremt, og den første store dopingskandale havde ramt sporten i 1982, hvor en syttenårig kvindelig deltager kollapsede til danmarksmesterskaberne. Bodybuilding var og blev forbeholdt et lille mindretal af kropssdykere.

Da Jørgen Albrechtsen samtidig adskilte sig fra bodybuilderne med sin langt mere professionelle forretningsmandsattitude uden plads til slinger i valsen, blev grøften mellem det subkulturelle bodybuildermiljø og den kommercielle fitnessindustri gravet dybere og dybere.

Jørgen Albrechtsen blev en ekstremt upopulær skikkelse i bodybuildermiljøet og udsat for en nådesløs kritik af selve Nautiluskonceptet, dets videnskabelige dokumentation og de forretningsmetoder, som han anvendte. På samme vis havde Jørgen Albrechtsen selv gjort sin entré på fitnessmarkedet i 1981 med hård kritik af det bestående miljø. Bodybuilders kritik hænger den dag i dag stadig i luften:

“Jeg tror, at de fleste, som havde indsigt i træning på daværende tidspunkt og havde læst Jørgen Albrechtsens ‘Sandheden om vægttræning’, som nok er det største makværk, der er formuleret på skrift omkring vægttræning, var klar over, at det var en joke. Og derfor tror jeg, at det delte vandene lidt mellem dem, der havde indsigt og dem, der syntes, at vægttræning skulle være nemt og bekvemt. Men det var også to vidt forskellige kundesegmenter, man henvendte sig til,” udtaler Steen Broford.

Konflikten havde dog også en mere personligt motiveret årsag, som bundede i, at Sven-Ole Thorsen og Jørgen Albrechtsen begge var karatemestre – dog i hver sin stilart og tradition.

Dette medførte en episode i slutningen af 1970'erne, hvor Sven-Ole Thorsen opsøgte Jørgen Albrechtsen på hans karatestudie og sammen med en håndfuld træningskammerater fra Sporting Health Club udfordrede ham til direkte kamp:

” Det er nok det største makværk, der er formuleret på skrift omkring vægttræning.

Steen Broford om bogen
'Sandheden om vægttræning'

“Så kom han derud en dag med 10 mand og syntes, at vi skulle have tæsk alle sammen. Men det syntes vi ikke var den smarteste måde at løse det på.” Jørgen Albrechtsen låste sig inde på sit kontor og ringede efter politiet, som efter hans udsagn: *“... dårligt turde rykke ud. Det tog tre kvarter, før de kom med et større antal vogne med store hunde og alt muligt. Og det blev blæst op i pressen efterfølgende. Det var lidt åndssvagt af Sven-Ole, der stod tilbage som et, hvad skal man kalde det... et ikke særligt smart alternativ til det hele.”*²³⁹

I det historiske tilbageblik siger denne episode i realiteten meget om de to vidt forskellige persontypers styrker og svagheder. Sven-Ole Thorsen var den impulsive og aggressive gadedreng, der løste problemerne på sin egen praktiske måde, mens Jørgen Albrechtsen var en langt mere kontrolleret og civiliseret mand, der med sin ego-centriske og selviscenesættende attitude var en torn i øjet på mange bodybuildere.

I 1985 omdannede Jørgen Albrechtsen Nautiluskonceptet til navnet 'Fitness Club'. Kunderne trænede stadig efter nautilusprincipperne i styrketræningsmaskinerne, men ændringen bestod først og fremmest i en større satsning på konditionstræning og på holdundervisning med aerobic.

Navneændringen til Fitness Club varslede en ny epoke i den kommercielle fitnessindustri. Fra midten af 1980'erne henvendte branchen sig

primært til en voksende gruppe af selvstændige, karriereorienterede kvinder, der stormede ind i fitnesscentrene landet over for at dyrke aerobic.

Charlotte Bircow, som i sin tid havde været deltager på en aerobic time i 1983, blev en succesfuld aerobicinstruktør i Fitness Club. Charlotte Bircow var i modsætning til bodybuilderne særdeles begejstret for Jørgen Albrechtsens evner. Efter den entusiastiske aerobicinstruktørs mening var han den helt centrale figur i forbindelse med introduktionen af den kommercielle holdundervisning i Danmark:

“Jamen jeg synes jo, at Jørgen Albrechtsen var hamrende dygtig, for han fik lige pludselig en helt ny målgruppe ind. Og der er ingen tvivl om, at bodybuildere og det koncept, som Jørgen Albrechtsen startede op, var ret forskellige ting. Jørgen evnede jo, at få alle kvinderne til at begynde at motionere. Det var jo kvinderne, der var dér [i Fitness Club] og ikke de store stærke mænd overhovedet. Så det var en helt ny målgruppe, og der gik jo egentligt rimelig lang tid, før der begyndte at komme nogle mænd i fitnesscentrene. Så det var et helt nyt koncept, han fik startet.”²⁴⁰

Med introduktionen af Fitness Club fik Jørgen Albrechtsen også standardiseret sit produkt i endnu højere grad, således at de forskellige centre tog sig mere eller mindre ensartet ud landet over.

Dette skete blandt andet gennem en omfattende og gennemarbejdet manual for Fitness Clubs produkt, indretning, møblernes design, personalets beklædning og sågar også musikvalg i centrene.²⁴¹ Alt blev nøje styret og planlagt fra ledelsens side. Resultatet var de mest moderne fitnesscentre, landet til dato havde set. Hvor Form & Fitness havde gjort et stort nummer ud af at gøre fitnessstræningen til en så almindelig aktivitet som muligt, gjorde Jørgen med de mange nye moderne centre et stort nummer ud af at lancere fitnessstræning som et luksusprodukt:

“Det er et koncept for kropstræning, der tilbyder total-oplevelser i tjekkede omgivelser med suverænt computerstyret træningsudstyr, aerobic-dansesale, spapool, sauna, tyrkisk bad og massage. Bertel Haarder, Jimmy Stahr og Axel Juhl Jørgensen var blandt gæsterne...”²⁴²

Jørgen Albrechtsen fortryder i dag, at han bevægede sig ud i det nye fitnesskoncept med mere fokus på indretning og holdkoncepter end på det traditionelle Nautilus-koncept:

“Jeg mener selv i dag [2006], at jeg dengang bevægede mig ud på et vildspor med alt det her aerobic og indretning - netop fordi det var sociale centre og velværecentre ligeså meget, som det var kropstræningscentre (...). I bakspejlet ville jeg jo slet ikke i dag have lavet alt det. Så ville det have været med fokus på det oprindelige produkt med Nautilus' to til tre gange en halv times muskeltræning om ugen. Det var det, jeg ville have ment, var det rigtige.”

Det var således efter Jørgens Albrechtsens senere opfattelse en fejlstrategi at forsøge at gøre den målrettede instrumentelle træning sjov eller underholdende på store sociale hold med instruktør. Uden denne fejltagelse ville den danske fitnessindustri ganske givet have set væsentligt anderledes ud i dag.²⁴³

Fitness Club havde held til at pakke fitnessprodukterne ind i et let forståeligt budskab om et minimumsforbrug af træning om ugen – noget man også så i begyndelsen af 1900-tallet, da den danske gymnastikpædagog I.P. Müllers budskab om at gøre hjemmegymnastik mindst 15 minutter om morgenen gik verden rundt.²⁴⁴ Samtidig introducerede Fitness Club fitnessstræning under sloganet ‘Fitness – det er noget jeg går til’ som en ligestillet idrætsaktivitet. Og som den første kæde herhjemme introducerede Fitness Club skræddersyede træningsforløb til forskellige kundesegmenter under sloganet ‘fordi aktive mennesker er så forskellige’.

De skræddersyede træningstilbud rettede sig mod fire forskellige kundegrupper. Man skulle nu ikke blot træne den samme slags træning, men målrette sin træning efter, hvilken gruppe man tilhørte. De nye produkter henvendte sig mod henholdsvis den gruppe af kunder, der ønskede at få mere energi, den gruppe af kunder, der dyrkede sport ved siden af fitnessstræningen, den gruppe af kunder, der ønskede at tabe sig, samt gruppen af ældre kunder.

Med kæderne Form & Figur og Fitness Clubs dominans tog konkurrencen om kunderne til. De to kæder bekrigede hinanden gennem storstilede og kostbare markedsføringskampagner.

Form & Figur blev i sammenligning med Fitness Club den lidt mere provinsielle kæde med centre i mange små lokalsamfund, hvorfor den af en række kilder også omtales som 'den folkelige variant af Fitness Club', som var et langt mere sofistikeret koncept. Fitness Clubs ekspansionsstrategi baserede sig dog ikke på grundige beregninger og befolkningsundersøgelser, som man eksempelvis kender det fra udlandet. I de glade 1980'ere brugte man mere tommelfingerregler og så på byernes befolkningstal og deres sociale sammensætning. Jørgen Albrechtsen omtaler forretningskonceptet således:

"Altså noget blev lavet på franchisebasis, men langt det meste gik vi selv ind og ejede og drev. Det var hovedsageligt i de tættere befolkede områder. Hvis en by havde en vis størrelse, og man vidste, at der her boede folk af forskellig slags, så vidste man også, at her var der grundlag for at opføre et center. Så der var egentligt ikke grund til at lave de store matematiske beregninger. De mindste centre, vi nogen sinde har lavet, var i byer som Hillerød og Køge."

Ligeledes blev der konkurreret om at indrette det flotteste center, og der blev i denne periode etableret fitnesscentre, der gang på gang sprængte rammerne for, hvorledes en moderne idrætsfacilitet kunne tage sig ud. De fleste nævner i

denne sammenhæng især Fitness Clubs centre i hhv. Møntergården, Gothersgade og i Scala i det centrale København som to unikke arkitektoniske træningsfaciliteter:

"Vi havde nogle indretningsarkitekter, som fik lov til at boltre sig. Og det blev så mere og mere smart og også mere og mere dyrt. Og det blev selvfølgelig et problem i længden. Men vi lavede meget flotte centre", husker Jørgen Albrechtsen.

"Fitness Club - du får det så godt - fordi aktive mennesker er så forskellige." Reklamebrochure fra Fitness Club sidst i 1980'erne, hvor man introducerede skræddersyede træningsprogrammer for forskellige kundegrupper.

Disse centre satte helt nye standarder for fitness-centres indretning og gjorde det samtidig klart, at der i de fleste tilfælde var milevid kvalitetsforskel på en kommunalt ejet idrætsfacilitet og en privatejet. I Møntergårdens tilfælde, centret blev betegnet som 'Nordeuropas største motionscenter', investerede Fitness Club ca. 40 millioner kr. på indretning og udstyr. Centret fremstod i fuld moderigtig overensstemmelse med tidens krav. Det blev en stor kundesucces med helt op til 6.000 medlemmer på kort tid. Hvem kunne undgå ikke at blive imponeret over denne facilitets arkitektur og udstyr?²⁴⁵ Kreditorerne, skulle det senere vise sig.

Fitnesscentre åbner og kæder udvikles

Landet over åbnede op gennem 1980'erne talrige fitnesscentre, der med varierende succes forsøgte at ride med på den nye fitness- og motionsbølge. Den stigende fokusering på kroppen var fællesnævneren for de kommercielle idrætsudbydere, der markedsførte sig med fokus på sundhedsrelaterede motionsaktiviteter:

*"Interessen for kropsspleje er en del af vores kultur i 1980'erne. Alting peger i retning af, at der ikke kun er tale om et modefænomen. Man har aldrig talt så meget om betydningen af en sund levevis som i dag. Du kan ikke åbne en avis eller et blad uden at læse om slankekure, fiberkure, motionsprogrammer, jogging eller andre former for kropsspleje."*²⁴⁶

De kommercielle koncepters indtog på det danske marked gjorde det muligt for mange ildsjæle og forretningsmænd at åbne fitnesscentre rundt om i landet. I mange af de større byer blomstrede der enkeltmandsejede fitnesscentre op som resultat af lokalbefolkningens større efterspørgsel på motionsaktiviteter. Men også i en række mindre byer åbnede fitnesscentre. Blandt andet i den lille by Tommerup på Midt-

fyn. I selve kommunen boede der godt 7.000 indbyggere og i selve Tommerup by, hvor et nyt styrketræningscenter åbnede i 1983 med navnet 'Fin Form', boede kun lidt over 1.000

” Man har aldrig talt så meget om betydningen af en sund levevis som i dag.

Journalist Anja Westphal, 1984

indbyggere. Fitnesscentret lå i flotte lokaler, der tidligere blev benyttet som beboerhus for lokalområdets foreningsliv.

At en smuk traditionsrig bygning, der tidligere havde huset lokalsamfundets frivillige foreningsliv, skulle lægge lokaler til et kommercielt privatejet fitnesscenter, var på mange måder et godt billede på de værdimæssige ændringer i det danske samfund i 1980'erne. I spidsen for det nye center stod den senere succesfulde bodybuilder Leif Christensen og hans kammerat Søren Nielsen. I lighed med Jens Lind stod de også selv for istandsættelsen af de nedslidte lokaler. Fin Form var som del af et lille lokalsamfund meget afhængig af lokalbefolkningens omdømme og kunne ikke i samme grad som de større køben-



I dette tidligere beboerhus i Tommerup blev den senere succesfulde fitnesskæde Fin Form etableret. 1983. Foto: Leif Christensen.

havnerkæder regne med, at der altid ville være nye potentielle kunder, som kunne lokkes til med traditionel markedsføring. Fin Form skulle som provinscenter agere helt anderledes. Derfor lagde Leif Christensen og Søren Nielsen et stort holdningsarbejde i at præsentere styrketræning som en sundhedsfremmende fritidsaktivitet over for de lokale beboere. Der blev ligeledes afholdt mange sociale arrangementer – bl.a. lokale styrkekonkurrencer, som tiltrak en del nysgerrige borgere. Mange mente, at man i dette center oplevede en unik blanding af kommerzialisme og træningskultur, hvor der var et stort træningskammeratskab blandt medlemmerne. Alligevel kunne centeret kun lige akkurat køre rundt i perioden 1983 – 1987 med de omkring 175 betalende kunder.

Leif Christensen havde fra naturens hånd en relativt spinkel figur, men gennem sin egen styrketræning fik han oparbejdet en imponerende muskelmasse, der i 1990'erne gjorde ham til dansk mester i bodybuilding flere gange. Selvom Leif selv yndede at dyrke bodybuilding, var mange af kunderne helt almindelige mennesker, der kom for motionens skyld.

Samtidig fik den kommercielle fitnesskultur op gennem 1980'erne for alvor fat i danskerne og skulle i løbet af de næste 20 år på godt og ondt udvikle sig til en regulær industri, der voksede i takt med, at væksten inden for motion og selvorganiseret idræt fortsatte. Samtidig oplevede foreningsidrætten, der ikke var fokuseret på motionsidræt, en begyndende stagnation i medlems-tallet. Der var i senfirserne ikke i så høj grad som tidligere noget anstødeligt i at pleje sin krop, og meget tyder på, at færre kiggede skævt til de mange fitnesskundernes kropslige forfængelighed, som var i god overensstemmelse med tidens individualistiske tendenser og yuppie-kultur. Selvom de store kæder prægede udviklingen, var hovedtendensen i fitness-sektoren fortsat, at de fleste centre var mindre, lokale og enkelt-



De stolte instruktører i Fin Form viser, hvad disciplineret træning kan gøre ved kroppen. Det er Leif Christensen yderst til højre. Foto: Privat.

mandsejede centre. Udviklingen gik i retning af større fokus på service og kvalitet, hvilket i 1988 blev beskrevet således:

“Der lokkes med friskpresset appelsinsaft, skønhedspleje, sol og massage, video og bar i dertil indrettede ‘relax-rooms’. Et højere serviceniveau og hyggelig atmosfære – det er sådan, mener flere indehavere, at helsecentrene skal trække folk fra de uspændende, men kommunalt støttede og derfor billige sportshaller og over i centrenes tæppebelagte lokaler, hvor tidens musik spiller i baggrunden.”²⁴⁷

Inden for prispolitikken må man i dag konstatere, at der ikke er sket meget i de seneste 20 år. Nedenstående skema over en række fitnesscentres priser i 1988 dokumenterer, at prisudviklingen har været særdeles begrænset.

Selvom der ikke findes databaser over antallet af centre i slutningen af 1980'erne, anslår en avisartikel fra 1989, at der på dette tidspunkt var op mod små 300 private fitnesscentre landet over – altså kun en smule mindre end antallet i dag, hvor der anslået er 334 private fitnesscentre.²⁴⁸

Andre fitnesskæder, som prægede danskernes idrætsliv, skal også kort nævnes ‘Hard Work Studio’ med Ole Graubæk og Susanne Søgaard i spidsen. Som en af de få større fitnesskæder overlevede Hard Work Studio den økonomiske

krise i starten af 1990'erne og kæden fik stor succes med at tilbyde fitnessproduktet i en lidt hårdere og rå indpakning, end den man fandt hos Fitness Club og Form & Figur. Hard Work Studio blev etableret i 1987 og udviklede især i københavnsområdet et stærkt brand, hvor kæden etablerede sig med seks centre, hvoraf centret på Nørrebro opbyggede et unikt træningsmiljø med mange styrketrænende. I 1989 var Ole Graubæk og Susanne Søgaard banebrydende med oprettelsen af InstruktørSkolen, som var den første

succesfulde private aerobic- og fitnessinstruktør-uddannelse. Susanne Søgaard tog i begyndelsen af 1990'erne ligeledes initiativ til at forsøge at samle den kommercielle fitnessindustri i en brancheforening med navnet Dansk Helseforbund. Organisationen kom aldrig til at fungere effektivt og måtte lukke igen i midten af 1990'erne. Susanne Søgaard blev også den danske repræsentant i det internationale aerobicforbund FISAF og fik i denne sammenhæng mulighed for at introducere de første officielle danske mester-

Tabel 1. Priseksempler fra fitnesscentre i 1988

	1 mdr.	3. mdr.	6 mdr.	12 mdr.
Form & Figur				
København	-	990 kr.	1.690 kr.	2.590 kr.
Provins	-	900 kr.	1.500 kr.	2.300 kr.
Fitness Club				
København	390 kr.	995 kr.	1.795 kr.	3.250 kr.
Århus, Odense og Vejle	325 kr.	895 kr.	1.695 kr.	2.995 kr.
Svanemøllehallens motionscenter (kommunalt ejet)	900 kr. for en sæson (1.8 – 30.4)			
Sporting Health Club	-	995 kr.	1.650 kr.	3.060 kr.
Rødovre Motionscenter	-	975 kr.	1.770 kr.	3.060 kr.
Frederiksbergs Svømmehals motionscenter	398 kr.	925 kr.	1.525 kr.	2.498 kr.
Søborg Helsecenter	330 kr.	850 kr.	1.390 kr.	1.825 kr.
NMI Motionscenter, Ballerup, Ishøj og Hvidovre	-	995 kr.	1.495 kr.	2.395 kr.
Aktiv Form, Odense	300 kr.	800 kr.	1.500 kr.	1.750 kr.
Bodybuilding krop og Styrke, Århus	200 kr.	800. kr.	-	-
New Body, Århus	250 kr.	520 kr.	-	-
Års Sol & Kondicenter	265 kr.	590 kr.	950 kr.	-
Skive Sol og Helse Studie	-	500 kr.	900 kr.	1.400 kr.
Zielkes Bodycenter, Sønderborg	250 kr.	650 kr.	1.100 kr.	-

skaber i sportsaerobic i FISAF-regi. I 1997 fik Hard Work Studio også som noget ganske unikt enelicens i Danmark på de populære australske Les Mills-holdprogrammer, som er prækoreograferede træningsprogrammer med høj intensitet. Les Mills konceptet er i dag et af de førende holdkoncepter på verdensplan og udbydes af førende fitnesscentre verden over.

Så sent som i 2003 fik Hard Work Studio også succes med nye 'kun-for-kvinder-centre' i Roskilde og Høje Taastrup. I foråret 2005 fik Ole Graubæk tilbudt at blive opkøbt af Hans-Henrik Palm og den konkurrerende kæde, 'fitness dk'. Ole Graubæk tog i første omgang ikke tilbuddet seriøst, men da Hans-Henrik Palm dagen efter insisterede på, at tilbudet var alvorligt ment, satte de to tidligere konkurrenter sig ned i det, der af Hans-Henrik Palm beskrives som en lang og besværlig forhandlingsproces. Det endte dog med, at Ole Graubæk blev en holden mand, og Hans-Henrik Palm gjorde med opkøbet af københavnerkæden fitness dk til landets største fitnesskæde (mere om Hans-Henrik Palm og fitness dk senere). Den høje pris for opkøbet skal findes i, at Ole Graubæk som én af de få i den danske fitness-sektors historie formåede af trimme sin fitnesskæde med en række pæne driftsoverskud til følge.

Aerobicens introduktion i Danmark

I begyndelsen af 1980'erne kom aerobicens internationale gennembrud også til Danmark.

I sin bog 'Aerobics' fra begyndelsen af 1960'erne havde den amerikanske læge Kenneth Cooper beskrevet, hvorledes en række forskellige aerobe træningsformer kunne forbedre konditionen hos amerikanske astronauter og jægerpiloter.

Begrebet 'aerob' henviser til energidannelsen i kroppen under tilstedeværelsen af ilt, og Ken-

neth Coopers forsøg inspirerede et par år senere danseren Jackie Sorensen til at lave en række danseprægede grundtrin til en række motions-

” Det var en rigtig 'killer-time', hvor vi var helt døde bagefter.

Charlotte Bircow om den første aerobicitime i Danmark

programmer, der som udgangspunkt var tænkt som hjemmegymnastik på militære flybasers interne kabel-tv for hustruerne til flyvevåbenets mandskab.

Jackie Sorensen kaldte sit motionsprogram 'Aerobic Dancing'. Programmet havde som helt afgørende og centralt element tilsat høj musik til de danseprægede grundtrin. Med musikkens taktfaste rytmer kunne øvelserne lettere styre og diktere kroppens bevægelser – et kendetegn og en metode, som gymnastikken adskillige årtier forinden havde introduceret under store interne diskussioner om brugen af musik i opvisningsgymnastikken. Det var dog ikke Jackie Sorensen, der skulle gøre aerobics til den verdensomspændende succes, som vi kender den i dag. Hun var hverken forretningskvinde og heller ikke så "*... sexet og smart, som Hollywoodstjernen Jane Fonda, der snart overhalede hende med sit nye koncept, Workout.*"²⁴⁹ Med skuespilleren Jane Fonda som kendt eksponent for den nye træningsform fik aerobic under navnet 'Workout' et afgørende kommercielt gennembrud.

Til forskel fra de mange ensidige gentagelser, som aerobics oprindeligt bestod af, var workout langt mere energifyldt med en række muskeludholdenhedsøvelser i højt tempo. I dansk sammenhæng fandt den sandsynligvis allerførste aerobicitime sted i 'Sweat Shop', som lå i Løvstræde i Københavns centrum. Sweat Shop havde rødder i jazzballetten, men baserede sig som det første studie på aerobics, og

var igennem 1980'erne førende i udviklingen af nye gymnastikbaserede træningssystemer. En af deltagerne på den måske første aerobic-time i Sweat Shop var Charlotte Bircow,²⁵⁰ der husker at aerobic-timen foregik under ledelse af en amerikansk gæsteinstruktør. Charlotte Bircow husker: *“Jeg var i 1983 oppe i studiet til den første aerobic-time. I ‘Sweat Shop’²⁵¹ sammen med blandt andre Susanne Breuning. Det var sådan en rigtig ‘killer-time’, hvor vi var helt døde bagefter. Og det var hele denne hér Jane Fonda bølge.”²⁵²* På samme vis var Dorthe Jakobsen i Jylland årsag til, at aerobic blev introduceret det private Studie 83 i Viby ved Århus. Dette blev en så stor succes, at hun et par år senere kunne åbne ‘Dorthes aerobic Studio’ i Århus’ centrum.

Aerobic fik kort herefter sit kommercielle gennembrud, som gjorde det muligt at åbne en række aerobicstudier landet over. Der er dog bred enighed om, at Jane Fonda i modsætning til eksempelvis bodybuilder-ikonet Arnold Schwarzenegger primært satte ansigt på aerobicens kommercielle gennembrud. Hun var ikke selv den store foregangskvinde, der havde opfundet træningssystemet.

Herhjemme blev Charlotte Bircow tidligt bidt af den effektive træningsform, som ramte mange kvinders behov for at dyrke en hård, sjov og udfordrende idrætsaktivitet på deres egne præmisser:

“Vi startede i begyndelsen af 1980'erne med alle de her ‘killer-timer’ og ‘fat-burner’, og hvad



Jane Fonda var den person, der i begyndelsen af firserne for alvor fik kvinderne til at dyrke aerobic. Hun blev markedsført under konceptet 'Work Out'. Foto: Polfoto/Cinetext Bildarchiv.

det nu hed, og den store succes med aerobic var, at det var så socialt.”²⁵³

Der viste sig dog hurtigt problemer med træningsformen ‘High-Impact’, som var en kombination af løb på stedet, kraftfulde hop og spark til siderne. Øvelsernes medførte mange ben- og rygskeer hos de mange nye idrætsaktive kvinder på grund af simpel overbelastning. Derfor introducerede sportsudstyrfirmaet Reebok relativt hurtigt den første aerobicsko med stor succes. Skoene havde en blød, støddæmpende sål og solgte i massevis i midten af 1980’erne. Den hårde træningsform i High Impact blev ligeledes erstattet med mere skånsomme alternativer under betegnelsen ‘low impact’, der ikke belastede leddene og ryggen så meget, men til gengæld heller ikke var helt så effektiv.²⁵⁴

En af de mere skånsomme træningsaktiviteter var den såkaldte ‘Step-aerobic’, som stadig er en meget udbredt og populær aktivitet i landets fitnesscentre. ‘Step’, som det populært kaldes i fitnesskredse, blev opdaget som alternativ træningsform i 1986 af den amerikanske fitnessinstruktør Gin Miller:

“Og hun opfandt den step-bænk, som Reebok i dag sælger, og det var hende, der opfandt steppen som sådan. Hun havde simpelthen så ondt i sine knæ, men fandt ud af, at det faktisk var en meget god ide [med steptræningen], og så udviklede hun denne her stepbænk og tog den rundt om i verden, også i Danmark.”²⁵⁵

Gin Miller udviklede en række progressive step-programmer, hvor man gradvist nuancerede trinenes sværhedsgrader, således at der i realiteten var tale om egentlige stepserier.²⁵⁶ Med dette set-up fik hun enorm kommerciel succes og drog på turne, der blandt andet bragte hende til København i 1989 for at præsentere den nye træningsform på Det Kongelige Teater.²⁵⁷

Konceptudviklingen og iderigdommen havde med forskellige eksperimenter som dans, gymnastik, ballet og aerobic fantastiske vilkår, hvilket resul-

terede i en række forskellige træningsformer med hver deres unikke præg. Aerobic blev op gennem 1980’erne en gigantisk succes. Kvinder valfartede både til de selvstændige specialindrettede aerobicstudier, til de kommercielle fitnesscentre og til idrætsforeningerne, som heller ikke var sene til at introducere aerobics som en del af aktivitetspaletten. Især Fitness Club med Jørgen Albrechtsen fik hurtigt ansat en række af landets førende instruktører, heriblandt Charlotte Bircow.

Fitness og aerobic i foreningslivet

Det var dog noget at et tilfælde, at aerobics også fandt vej til foreningsregi. Historien er, at Ina Thanild i 1983 kom tilbage fra et studieophold i USA med aerobicerfaring i bagagen. Hun introducerede aerobic for den lokale Greve Idrætsforening, som straks tog aktiviteten op.

Aerobics vej til gymnastikforeningerne var dog ikke uproblematisk. Internt i DGI²⁵⁸ herskede stor uenighed om, hvorvidt aerobic overhovedet tilhørte gymnastikken. I avisartikler og DGI’s medlemsblade var der forskellige debatindlæg, hvor fitness og aerobic som del af foreningslivet blev problematiseret. Skeptikerne frygtede, at den individuelle træningsform ville medføre egocentriske medlemmer og en større professionalisering af foreningerne, men på den anden side kunne man ikke ignorere den nye træningsforms store succes i lokalforeningerne:

“Når der kommer noget nyt frem, tager vi altid en debat: Er det gymnastik, hvad kan vi bruge og hvad ikke? Det har vist sig, at workout og aerobics har været en stor succes. Vi har over 100 instruktørkurser om året, og ventelisterne er længst på workout og aerobics. Folk skal ikke altid have, hvad de gerne vil have, men vi kan på den anden side heller ikke lade samfundet udvikle sig uden selv at følge med”.²⁵⁹

Der var dog stor tvivl om, hvorvidt man kunne kalde aerobics for gymnastik. Derfor gik man i gang med et udvalgsarbejde, hvor man tog dis-

kussionerne om aerobicens placering i gymnastikken op.

DGI's tidligere gymnastikudvalgsmedlem, Ingeborg Moritz Hansen, fortæller i denne forbindelse:

“Og i dette udvalg begyndte man så at tage nogle kursusformer op i 1984, hvor Majbritt Nørregård og Dorthe Jakobsen blandt andet afholdt kurser [i aerobics]. Vi tog det op som kursus og deraf opstod det med udbud og efterspørgsel i den lokale forening, hvor man i stor stil benyttede de træningsformer frem til slutningen af 1989. Og så blev der nedsat en lille arbejdsgruppe, hvor vi begyndte at diskutere, hvad vi skulle gøre ved det. Fordi det jo var derude i foreningsregi. Men vi tænkte jo nok, at ‘denne her aerobicbølge går over’. Og DGI var jo ikke så meget til bølger.”

DGI havde således oplevet en kæmpe succes med hensyn til antallet af aerobicudøvere, men var alligevel skeptisk over for aerobicens udtryksformer, der både havde elementer af individualisme og målrettet træning, hvilket på mange måder stred mod den mere traditionelle, æstetisk prægede gymnastik og den frivillige foreningsstruktur, hvor man som centralt element havde en forpligtende følelse overfor lokalsamfundet og de andre foreningsmedlemmer. En diskussion, som stadig lever:

“Faldgruben er, at foreningerne indretter sig med træningscentre og i en vis udstrækning efterligner de kommercielle centre og derved bliver mere servicerede, og at der bliver færre frivillige. Det kan resultere i, at lederne bliver professionelle og ansatte, mens medlemmerne bliver kunder.”²⁶⁰

Spørgsmålet var med andre ord, om gymnastikken kunne rumme disse nye træningsformer uden at gå på kompromis med sine egne værdier om medlemskab, frivillighed og træningsfællesskab.

Skulle man fra DGI's side ignorere, at aerobic var en stor succes i mange lokalforeninger. Eller skulle man støtte op om aerobic som træningsaktivitet og derved også være med til at styrke træningsformens udbredelse?

Dilemmaet gjorde det meget vanskeligt for DGI at manøvrere, men på trods af forskellige holdninger

“ Vi tænkte jo nok, at ‘denne her aerobicbølge går over’. Og DGI var jo ikke så meget til bølger.

Ingeborg Moritz Hansen,
tidligere medlem af DGIs gymnastikudvalg

til træningsformen, valgte organisationen at satse på aerobic og forsøge at præge træningen frem for at tage afstand fra den. Landskonsulent i DGI, Anders Kragh Jespersen, husker det således:

“Man kan ikke sige, at der er en afgørende dato, hvor aerobic kommer ind i foreningerne, men det [aerobic] voksede fra starten af 1980'erne. Også fordi det selvfølgelig trængte sig på udefra – altså de mennesker, der færdedes i foreningerne, de færdedes jo altså også i samfundet som sådan. Og på den måde blev det jo også en del af foreningernes aktiviteter, at man mange steder udbød aerobichold. Det, der fremprovokerede det, var dels, at vi i 1984 afholdt to aerobic kurser, men også, at der i anden sammenhæng opstår en debat om gymnastikbegrebets spændvidde og rummelighed. Og især en diskussion om, hvad man som organisation vil være kendt for. Der bliver lavet en film til tv, der hedder ‘Gymnastikken gennem 100 år’, og den er med til at rejse denne hér debat, om hvorvidt vi skal have denne hér aerobic med eller ej. Rent organisatorisk var vurderingen dog, at dette hér fyldte så meget i lokalforeningerne. Det var ikke noget, der blot ville vare i nogle få år – måske til nogens store ærgrelse. Derfor besluttede vi os for at lave et kvalitativt arbejde omkring det. Altså opbygge en platform for, at foreningerne

kan uddanne instruktører, så der kan finde nogle aktiviteter sted. Vi skaber opbakning og understøtter de aktiviteter, der foregår i foreningerne. Det er et sammensurium af uddannelser, materialer, aktiviteter, conventions og så videre. Og det er det også det billede, vi ser i dag.”

Problemet var ikke, at aerobic ikke var populær – tværtimod – aerobic var blevet en stor succes, uden at man fra DGI's centrale hold havde været tilstrækkeligt opmærksom på det. Derfor var det først og fremmest et spørgsmål om, hvordan man skulle byde den nye træningsform velkommen – eller som Ingeborg Moritz Hansen udtrykker det:

“Det var jo sådan lidt det, alle elskede at hade. Fordi det var sådan en ‘tag-og-smid-væk’-træningsform’, som man sagde. Man havde ingen kontakt til de andre under træningen. Man gik ind på gulvet og stillede sig på sin plads, og så gik man igen, når timen var slut. Og det var ikke det, vi forstod ved foreningskultur i DGI. Paradokset var jo, at vi sloges mest med vores egne. For det [aerobic] var jo i foreningskulturen allerede. Og jeg tror også, at det handlede om at være med på ‘beatet’ – altså man ville gerne have det i lokalforeningerne. Og folk strømmede jo til. Lige pludselig var der jo 50 på et hold, hvor der tidligere var 15. Og det er jo sjovere at være frivillig foreningsleder, når der er mange frem for få. Og sådan var der jo mange ting, der bar det frem. Vi sloges med mange fordomme i nogle år og brugte meget krudt på at argumentere for aerobicens berettigelse.”

En af de nøglepersoner, som var med til at gøre aerobic til en populær træningsform i foreningsregi, var Birgitte Pedersen:

“Som gymnasielærer var jeg samtidig gymnastikinstruktør i Randers Gymnastiske Forening, og der introduceredes aerobic også af Dorthe Jakobsen, som jo også havde sine egne forretningsinteresser [Dorthe levede i denne periode som aerobicinstruktør]. Produktet var sådan set det samme, men rammerne var anderledes. Jeg gjorde faktisk det i

1985, at jeg tog Jackie Sorensens stil op, hvor der var sådan en mere frisk-pige-attitude med hestehaler. Og den stil prøvede jeg at udvikle og lavede i 1985 et lille kompendium om pulstræning. Dét, hvor det bliver revolutionerende i vores forening, var med det tiltag, jeg lavede i forbindelse med Hop-Shop²⁶¹ i 1988, hvor vi prøvede at tage de kommercielle centres træningsform ind i foreningens rammer. Og som noget nyt havde vi den første åbne træningsform, hvor man kunne komme ind fra gaden om lørdagen. Forskellen var også, at der ikke var nogen [gymnastik-]opvisninger. Det var mere motionen og den fysiske træning, der blev lagt vægt på. Og som noget helt nyt fik jeg en smed til at lave rullende spejle, og det var vildt revolutionerende. Det var årsagen til, tror jeg, at vi lynhurtigt fik 250 nye medlemmer bare sådan uden videre. Det var i Randers Gymnastiske Forening i 1988.”

Den store succes fik Birgitte Pedersen til at satse på at gøre aerobicinstruktørrollen til en selvstændig levevej. Dette kunne selvsagt kun lade sig gøre, hvis hun forlod foreningslivets rammer og selv åbnede et fitnesscenter. Dette besluttede hun sig for og blev som franchisetager af Fitness Clubs center i Randers en central ildsjæl med stor betydning for den kommercielle idræts udvikling. Hun har siden blandt andet været bannerfører i kampen for at få statsanerkendte uddannelser målrettet det voksende arbejdsmarked inden for fitness og wellness og startede i 2003 i samarbejde med Det Danske Erhvervsakademi i Randers, i dag Erhvervsakademiet Minerva, en ny forretningsuddannelse som serviceøkonom med speciale i Fitness & Wellness Management, som er et uddannelsesstilbud til alle, der ønsker at drive forretning og gøre karriere i den voksende fitness- & wellnessindustri.

Diskussionen om, hvorvidt foreningerne med de nye træningsformer kommer til at ligne de kommercielle fitnesscentres tilbud for meget, bliver i denne sammenhæng relevant.

Foreningslivets aktiviteter har traditionelt set adskilt sig på både et indholdsmæssigt praktisk og et ideologisk plan, hvilket har været et centralt udgangspunkt for den politiske goodwill, som giver foreningslivet en række centrale økonomiske fordele. Det har været et klart argument i politikernes forkærlighed for foreningslivets aktiviteter, at foreningerne udbød aktiviteter, der var organiseret i ikke-kommercielle foreningsrammer og båret af unikke værdier som demokrati, folkeoplysning og frivillighed. Derfor er det interessant at se på de begrundelser, som for DGI's vedkommende blev taget i brug for at forklare, hvordan aerobic kunne retfærdiggøres som træningsaktivitet, og hvorledes aerobic adskilte sig i foreningsregi i forhold til kommercielt regi. Anders Kragh Jespersen:

“Man kan sige, at det, vi [DGI som paraplyorganisation] har gjort, er at tillægge det et værdisæt, som foreningerne arbejder ud fra, og prøvet at integrere det i aktiviteten [i aerobic]. Man prøver at gøre det til en mere værdibaseret træningsaktivitet med de elementer, man nu har at gøre med dér. Men jeg tror også, at man skal passe på med at sige, at det sådan kan ses udefra. Men det skal gerne kunne opleves, at man eksempelvis godt tør bryde med nogle af de former, man ellers har arbejdet med og for eksempel involverer deltagerne i øvelsesvalget eller tilrettelæggelsen og opbyggelsen af aktiviteten. Og deraf vokser så adskillige nye aktivitetsformer med ‘dance’ og ‘step’, hvor det vigtige er, at man anerkender aktiviteten fra vores side, men samtidig gerne vil give den et tillæg af de kvaliteter, man i forvejen arbejder med i foreningslivet. Altså, man kan ikke umiddelbart lave noget, som ikke alle andre også kan lave. I den forstand er det ikke noget unikt eller noget, vi har monopol på. Men man kan godt tilrettelægge aktiviteten sådan, at der bliver en konfrontation deltagerne imellem eller en udfordring deltagerne imellem. Det er én af de sådan helt fysiske ting, der kan tillægges. Og derudover, så er der alene det at tilrettelægge og gennemføre det i et foreningsmiljø, som folk ken-

der fra andre sammenhæng; det er også med til at gøre en forskel.”

Det tyder dog på, at der på det rent praktiske plan ikke er den store forskel at se.

Den mangeårige aerobicinstruktør Marina Aagaard Salminen kender begge verdener:

“For at svare på spørgsmålet om, hvad forskellen egentligt er, så vil jeg sige, at DGI har lavet nogle fantastisk gode resultater, hvor de netop lægger fokus på de værdier, der er i foreningslivet. Men jeg vil sige rent ud, at i praksis – om det foregår i DGI-foreninger, DGF-foreninger eller i private centre, så er der ingen forskel på de gode instruktører. For dem, der uddanner instruktørerne, er de samme. Både til de private centre og til foreningerne, og der er de samme store udenlandske navne, som står oppe på kongresserne [som instruktør] både for de private og for foreningerne. Vi har alle sammen lært af de store udenlandske navne til at starte med, uanset om det foregik i DGI, DGF eller privat regi. Så det er derfor, at der ikke er nogen, der kan tage æren for det.”

Denne diskussion om det frivillige foreningslivs eksistensberettigelse på fitnessområdet bliver op gennem 1990'erne yderligere skærpet, da man ser en række foreningsbaserede fitnesscentre dukke op. Fitness og aerobic er i dag to aktiviteter, der i stor stil organiseres og støttes økonomisk af DGI. DGI har tilmed som politisk målsætning vedtaget at gøre foreningsbaserede træningscentre til centrum for en storstilet satsning. Målsætningen fra DGI er inden for en periode på 10 år at oprette 100 nye foreningsbaserede fitnesscentre med mange af de samme aktiviteter, som finder sted i privat regi. I forbindelse med de noget større selvejende DGI-huse, som åbner i storbyerne, er diskussioner om konkurrenceforvridende aktivitet blevet relevante – ikke mindst, når der i denne sammenhæng åbnes store selvstændige fitnesscentre på flere hundrede kvadratmeter i umiddelbar nærhed af eksisterende privatejede centre, der

fungerer under helt andre økonomiske rammebetingelser.

Fitnesskædernes nedtur – og redning

Siden Fitness Clubs etablering i 1985 havde kæden med Jørgen Albrechtsen som styrmand sat kurs mod en omfattende ekspansionsproces, hvor fitnesskæden på få år udviklede sig til den anden markedsdominerende danske fitnesskæde ved siden af Form & Figur. Fitness Club havde i 1991 etableret sig med 19 fuldt privatejede centre og tre centre på franchisebasis – blandt andet det ene center i Randers, som Birgitte Pedersen stod i spidsen for efter sit brud med foreningslivet.

Både Fitness Club og Form & Figur baserede deres voldsomme ekspansion på udviklede leasingkontrakter, hvor fitnesscentrene lejede sig til nyt fitnessudstyr. Foruden en række momstekniske fordele ved denne manøvre kunne fitnesskæderne konvertere de store startudgifter til overkommelige månedlige ydelser, som gjorde det nemmere at budgettere og betale for investeringen. Med leasing var der også mulighed for at returnere udstyret ved udløbet af en periode uden at skylde noget. På grund af det fleksible leasingsystem kunne fitnesskæderne se bort fra mulige problemer vedrørende forældelse af fitnessudstyr, som de måtte bortskaffe. Derved blev risikoen for højere omkostninger til vedligeholdelse og reparation af fitnessudstyret væsentligt mindre.

Ekspansionen skete i Fitness Clubs tilfælde med finansiell opbakning fra den daværende Handelsbanken, som ejede Nordania Leasing. Dette leasingselskab stod for lejekontrakterne i ekspansionens tidlige år. Fitnesskædens udvikelse skete for lånte penge og baserede sig på forventninger til fremtidens indtjening. De store investeringer i udstyr og nye centre havde dog gjort det svært for Jørgen Albrechtsen af leve

op til de økonomiske forventninger og i årene fra 1987 – 1991 udviste regnskaberne år efter år store underskud.

Da uheldet for Jørgen Albrechtsen samtidig ville, at den hidtil så lånevillige Handelsbanken i 1990 stod over for en større fusion med Den Danske Bank, var der ikke længere den samme finansielle opbakning, som havde holdt Fitness Clubs ekspansion og aktiviteter i gang. Derfor forsøgte han i begyndelsen af 1990 at omdanne den

” Vi har alle sammen lært af de store udenlandske navne til at starte med, uanset om det foregik i DGI, DGF eller privat regi.

Aerobicinstruktør og forfatter
Marina Aagaard Salminen

personligt ejede Fitness Club til et aktieselskab med det formål at rejse ny kapital. Dette ville Den Danske Bank ikke være med til. De mente, at løsningen i stedet var at følge virksomhedens drift tæt, hvor det blandt andet “... blev besluttet at lave en salgsafdeling og sælge medlemskaber til firmaer og at sælge dem til en billig pris.”²⁶²

Dette fik ifølge flere kilder for alvor Fitness Clubs virksomhed til at skride, for selvom der blev solgt virksomhedsabonnementer som aldrig før, var de mange kunder på firmaordninger solgt til en alt for billig pris. Blandt større virksomheder, der i en kort årrække fik glæde af det lidt for gode tilbud, var ØK, A.P. Møller og Baltica. Samtidig blev mange de private kunder opmærksomme på, at de betalte en betydelig merpris i forhold til firmakunderne, hvilket resulterede i stor utilfredshed. Få uger før det endelige krak i 1991 havde Jørgen Albrechtsen forsøgt at få de forskellige finansielle parter til at mødes for at blive enige om en rekonstruktion, som skulle redde den store virksomhed med over 300 ansatte fra konkurs:

“Den eneste, der nu kan sætte en kæp i hjulet for redningsplanen, er vor hovedkreditor, Den Danske Bank. Og hvis de gør det, er det ikke for at sikre deres tilgodehavende, tværtimod. De vil tabe alt på det. Hvis de gør det, så er det, fordi vi er blevet en politisk brik i spillet om fusionen mellem to virksomheder.”²⁶³

Krakket blev en realitet i begyndelsen af juli 1991, da Den Danske Banks mere konservative revisorøjne fandt driftsregnskaberne i en sådan tilstand, at der blev trukket i nødbremsen. Da Jørgen Albrechtsen kunne se afgrunden forude, stillede han op til et interview i Berlingske Tidende, der på mange måde kan læses som den sidste forsvarstale, før skibet gik ned:

“Jeg har altid troet på filosofien om at være sin egen lykkes smed. Tager man nogle chancer, skal man også tage de hug, der kan komme. Jeg har ikke oparbejdet en formue. Jeg er helt blank. Jeg har kun trukket de penge ud affirmaet, jeg har skullet bruge til at leve for (...). Det har altid givet mig en stor troværdighed, at folk ved, at går firmaet ned, så går jeg også ned. De kan være sikre på, at jeg nok skal kæmpe til det sidste. Enevælde bliver først farligt, når den hverken er oplyst eller fornøftig.”²⁶⁴ Ca. 14 dage efter lukkede kreditorerne for pengekassen og konkursen var en realitet. Ifølge de første papirer fra konkursboets foreløbige resultatopgørelse, blev konkursboets samlede gæld opgjort til 196.937.973 kroner.

I et interview i 2006 i forarbejdet til denne rapport forklarede Jørgen Albrechtsen mere om baggrunden for Fitness Clubs konkurs:

“Jamen, vi blev altså nødsaget til at sælge ud i stumper og stykker, fordi vores engagement blev sagt op – og det var jo ren og skær politik fra Den Danske Banks side. Handelsbanken havde tiltro nok og ville også faktisk godt være med til at lægge Fitness Club ind som en del af deres koncern, men det passede ikke Den Danske Bank. Og da så fusionen

kom, brugte Den Danske Bank jo blandt andet os som politisk kasterbold, så de kunne gå ind og fjerne folk fra de poster, de gerne ville, og banke dem i hovedet med sådan en fire-fem forskellige firmaer, som de ikke syntes var passende. Og det lykkedes

“ Den eneste, der nu kan sætte en kæp i hjulet for redningsplanen, er vor hovedkreditor, Den Danske Bank.

Jørgen Albrechtsen umiddelbart før Fitness Clubs konkurs i 1991

dem jo også, ikke – det var jo Den Danske Bank, der åd Handelsbanken. Det var ikke omvendt. Så der var vi én af dem, der skulle bruges dér. Det var da hektisk, og der blev da prøvet alle mulige ting helt til det sidste. Det var faktisk først i de sidste uger, at man kunne se, at det nok ikke var muligt at videreføre i den form. Så jeg måtte trække mig ud – hvilket jo set i bakspejlet vel også er OK; for tænk hvis jeg havde siddet fast i det med den holdning, jeg har i dag,”²⁶⁵ sagde Jørgen Albrechtsen. Den ansvarlige medarbejder i den daværende Handelsbanken har ikke ønsket at kommentere Jørgen Albrechtsens forklaring. Den afsluttende bemærkning hentyder til, at hans nye træningssystem ‘Concept 1010’ nok ikke ville havet set dagens lys, hvis Fitness Club havde fået en anden og mindre kaotisk afslutning.

Efter sit personlige krak havde Jørgen Albrechtsen en kort overgang lederfunktionen i Fitness Club i Scala i København, som kørte videre en kort periode. Han tog derefter til Florida i USA i en periode på ti år. Efter eget udsagn fungerede han her som direktør for en række firmaer, der gerne ville ekspandere:

“...Nogle ville gerne lave afdelinger i Danmark og ville ind på noget smykkeindustri og parfumeindustri; og ellers så var jeg tæt på forskningen sammen med Arthur Jones og MedX²⁶⁶ – og så

slappede jeg selvfølgelig også lidt af... Men efterhånden fandt jeg ud af, at jeg stadig havde hjertet med i dette her seriøse, intensive træning og kunne så også se, i hvilken retning det gik. Concept 1010 var faktisk allerede udviklet, da vi var omkring 2003, men vi ventede til 2004 med at implementere det i Danmark.”²⁶⁷ Concept 1010 har i starten af 2007 to centre i det nordlige København og har konkrete udvidelsesplaner både i ind- og udland i 2007. Blandt andet nye centre i eksotiske lande som Grækenland, Saudi Arabien og Dubai i de Forenede Arabiske Emirater.

Fitness Clubs krak fik selvsagt store økonomiske følger for Jørgen Albrechtsen selv, men krakket



Jørgen Albrechtsen har med sit nye Concept 1010 genintroduceret Nautilusprincipperne på det danske marked. Og endnu en gang har han skabt store diskussioner om træningskoncepters videnskabelige belæg i medierne. Foto: Polfoto/Anders Bich.

fik ligeledes store konsekvenser for store dele af den kommercielle fitness-sektor, som i årene efter oplevede en yderst turbulent tid.

Cirka seks måneder efter Fitness Clubs konkurs kom turen til den anden store danske fitnesskæde Form & Figur, der i vinteren 1991 også måtte indse, at der ikke længere var økonomisk goodwill hos kreditorerne til at lade maskinen køre videre. Tage Nielsen blev til forskel fra Jørgen Albrechtsen købt ud af Form & Figurs virksomhed af det BG-bank ejede selskab Commercial Leasing, som var Tage Nielsens hovedkreditor. Commercial Leasing forsøgte at køre fitnesskæden videre i et lille år, men fitness-sektoren led i disse år med Hans-Henrik Palms ord:

“... under et dårligt ry og kæmpede for sin troværdighed.”

Den nye ejer formåede ikke at få tingene på rette spor, hvilket også medvirkede til Commercial Leasings senere konkurs.

De to store krak fik alvorlige konsekvenser for resten af fitness-sektoren, der ligeledes oplevede en stærk mistillid i de kommende år. Bankerne fik så stor mistillid til fitness-sektoren, at det har taget lang tid at opbygge en troværdighed omkring produktet. Den dag i dag har branchefolk en intern joke om, at man ikke kan låne til så meget som en kondicykel hos Danske Bank. Selv en kendt, respekteret og succesfuld fitnessinstruktør som Charlotte Bircow måtte finansiere alt selv, da hun i begyndelsen af 1990'erne åbnede sit eget fitnesscenter i Hellerup. Som konsekvens af pengeinstitutternes mistillid måtte mange centerejere enten dreje nøglen eller danne en foreningsstruktur, der kunne retfærdiggøre et kommunalt driftstilskud til aktiviteterne.

Et af de fitnesscentre, som i årene 1992 – 1995 omdannede sig til forening på grund af økonomiske lommesmerter, var Leif Christensens Fin Form i Tommerup. Her oplevede Fin Form en stor principiel politisk modstand fra blandt andet Folkeoplysningsudvalget. I første omgang

blev deres ansøgning om at blive anerkendt som forening ikke godkendt, men efter længere tids tovtrækkeri lykkedes det at opnå tilskudsrettinghed. Begivenhederne midt i 1990'erne er den primære årsag til, at fordelingen mellem kommercielle og ikke-kommercielle fitnesscentre i Danmark er relativt atypisk i forhold til det generelle billede af fitness-sektoren rundt om i verden, hvor markedet typisk domineres af kommercielle, privatejede fitnesscentre.

Ifølge Jørgen Albrechtsen blev en del af resterne af Fitness Club og Form & Figur opkøbt af en række andre aktører med begrænset succes:

“De, der tog de forskellige stumper af både Form & Figur og Fitness Club, gik jo ned både to eller tre gange siden, så det var en ekstremt turbulent tid for hele branchen. Ganske svingende.”

Uden at det kan dokumenteres præcist må fitness-industrien i denne kriseperiode have mistet omkring 60 af de dengang små ca. 250 kommercielle fitnesscentre – og op mod 50.000 medlemmer.

Blandt de personer, som på længere sigt kom styrket ud af kriseperioden, var Hans-Henrik Palm. Han havde i de foregående år været den ledende strategiske beslutningstager i Form & Figurs heftige ekspansionspolitik. Hans-Henrik Palm overtog efter krakket driftsansvaret for en række fitnesscentre, som alle lå i SAS-hoteller,²⁶⁸ og han blev efter en kendelse i Fogedretten tvunget til at ændre navnet på disse centre til Form & Fitness. Fordelen ved fitnesscentrenes placering i SAS-hotellerne i København var, at hotellerne havde en stor interesse i at køre centrene videre som en del af deres tilbud til de overnattende gæster. Derfor afholdt hoteller i de første år en del af de driftsudgifter, der havde tynget pengekasserne hos Fitness Club og Form & Figur. Hotellernes engagement gjorde fitnesscentrene til en rentabel forretning for Hans-Henrik Palm. Han tillagde det samtidig stor brandingværdi, at fitnesscentrene lå i de velrenommerede SAS-hoteller, hvilket skabte en fornyet troværdighed omkring den nyetablerede fitnesskæde Form & Fitness. Da SAS-hotellerne fandt ud af, at Hans-Henrik Palm tjente penge på centrene, regulede de dog hurtigt huslejen op.

Tabel 2. Fordelingen mellem kommercielle og ikke-kommercielle fitnesscentre

Land	Antal kommercielle centre	Antal foreningsbaserede centre
Schweiz	500 (50 %)	500 (50 %)
Storbritannien	2890 (56,4 %)	2600 (43,6 %)
Danmark	334 (57,4 %)	248 (42,6 %)
Spanien	2900 (64,4 %)	1600 (35,5 %)
Frankrig	2000 (87 %)	300 (13 %)
Tyskland	5554 (91,7 %)	500 (8,3 %)

(Kilde: IHRSA 2005; Kirkegaard 2007)

På trods branchens hårde år havde Hans-Henrik Palm i modsætning til de andre fitnesskæder held til at overtale Amagerbanken til at blive finansiell medspiller i det fitnesseventyr, som han indledte i 1991. Ikke mindst Hans-Henriks Palms talegaver overbeviste Amagerbanken om, at han faktisk var værd at satse på. Med bankens støtte fik Hans-Henrik Palm langsomt opbygget Form & Fitnesskæden på resterne af Form & Figur.

Hans-Henrik Palm tjente efter eget udsagn ikke mange penge i disse år, men stort set alle centrene kørte rundt med små overskud, hvilket fastholdt Amagerbankens interesse. Som noget nyt indrettede Hans-Henrik Palm sine fitnesscentre med langt større fokus på kredsløbsmaskiner og konditionstræning end på styrketræning – blandt andet i SAS Radisson Falconer Hotel på Frederiksberg, hvilket gav centrene et mere feminint og mindre hårdt image.

Spinning kommer til landet

Som en engel fra oven kom samtidig en ny træningsform til landet. Midt i krisetiden ville tilfældet, at der blev opfundet holdaktiviteter for mænd – med stor succes og betydning for fitnessindustriens historie. Tilfældet ville, at Charlotte Bircow i befandt sig i USA med sin daværende kæreste Henrik Withen. Hér prøvede de en variant af det, der i Danmark skulle gå hen og blive kendt som spinning.²⁶⁹

“Jeg var i 1992 i Amerika sammen med Henrik Withen, og dér var vi til en træningstime, hvor vi sad på cykler, der ikke havde modstand, og derfor kom man meget hurtigt til at få varmen. Musikken, som var sat til cyklingen, var sådan noget hula-bula-musik, og instruktøren var mere indstillet på, at vi ‘skulle komme nærmere Gud’, og det hele var sådan lidt spirituelt. Der var også meget mørkt i lokalet med levende lys og sådan en lidt dunkel stemning. Men selve træningen var meget effektiv; det kunne vi mærke. Da vi så kom hjem til Danmark igen, diskuterede vi, om vi ikke kunne sætte noget andet musik til og ændre på



Træning for livsnydere

Form & Fitness logo.

instruktørrollen. Og da vi så havde tilføjet diskomusikken og ligesom havde lavet om på konceptet, begyndte Henrik at lave de første spinningcykler i Danmark.”²⁷⁰

De allerførste friktionsfrie spinningcykler blev solgt i september 1994 til Birgitte Pedersens fitnesscenter ‘Studie 1’ i Randers, der var ét af de tre centre, der havde overlevet Fitness Clubs krak. Hér fandt de første efterfølgende spinningtimer sted, dog ikke helt på samme måde, som man kender det i dag. Charlotte Bircow husker:

“...Vi forsøgte os med alt muligt. Vi havde for eksempel også håndvægte og elastikker med på cyklerne i starten for at gøre træningen alsidig, men vi indså rimeligt hurtigt, at det mere handlede om at have en energisk instruktør og et program, der kunne fange deltagerne.”²⁷¹

Spinning oplevede i disse år stor interesse fra det elitære cykelmiljø, der bakkede op omkring træningsformen og gav råd og vejledning til konceptets udvikling. Blandt andre var den professionelle cykelrytter, Jens Veggerby, med til den tredje spinningtime i Danmark. Senere var også Bo Hamburger og Rolf Sørensen med til at udvikle cykelteknikker og træningsmeto-

der. Selvom spinning i begyndelsen blev markedsført som en træningsform, der primært henvendte sig til cykelentusiaster med behov for at træne i vinterperioden, udviklede motionsformen sig i løbet af få år til en langt bredere målgruppe med enorm popularitet på en langt mere sammensat deltagereskare. Spinning blev på denne måde den første succesfulde holdtræningsform, som tiltalte mænd i lige så høj grad som kvinder. Og succesen var ikke til at tage fejl af. Spinning blev et kæmpe kommercielt hit og var stærkt medvirkede til at fitnessindustrien i årene fra 1995 og frem igen kunne udvikle sig til en rentabel forretning for ejere og investorer.

Spinning i Danmark er af disse historiske specifikke årsager meget langt fremme med et helt unikt fagligt miljø af gode og anerkendte instruktører, der rent fysisk formår at presse deltagerne ud over, hvad de selv troede var muligt. Af ophavrets mæssige årsager kaldes spinning i dag både 'bodybike' og 'indoor cycling', men dækker i princippet over de samme aktiviteter. En række firmaer i Danmark, herunder Mogens Niensens BodyBike-koncept, er stadigvæk førende inden for koncept- og produktudviklingen med eksport til store dele af verden.

PBS' introduktion - fitness bliver til business

Tidligt i 1990'erne blev de første effektive og overskuelige Edb-kundekartoteksystemer introduceret. Da disse systemer i 1995 kunne kobles sammen med nye effektive indkrævningsmetoder som PBS-betalingsystemet, fik fitnessindustrien nærmest en ny begyndelse foræret. Fra at stå med opkrævnings sedler hver eneste måned i hvert eneste fitnesscenter og dertil bruge en masse administrative ressourcer på at uddanne personale til at håndtere kontanter i receptionen blev store dele af den betalingsmæssige håndtering overtaget af bankernes automatiske

overførsler. Dette frigav betydelige ressourcer for mange fitnesscenterledere, som de nu i højere grad kunne investere i kundeservice og opgradering af salgssystemerne.

PBS-systemet beskrives ligefrem af mange kilder som den enkeltstående begivenhed, der igen gjorde det muligt at tjene penge i fitnessindustrien og basere driften på langt mere sikre budgetter. Fitnessindustrien oplevede fra 1995 og frem en

” Da vi så havde tilføjet diskomusikken og lavet om på konceptet, begyndte Henrik at lave de første spinningcykler i Danmark.

Charlotte Bircow

langt mere stabil periode, hvor indehaverne kunne regne med at have et sikkert beløb til rådighed den månedsdag, da PBS-overførslerne tikkede ind på kontoen. I Form & Fitnesskæden kostede det i midthalvfemserne 299 kr. om måneden at gå til fitness, og de fleste kunder havde efterhånden fået så stor tiltro til producenten, at der blev solgt flest 6 måneders abonnementer. Dette medvirkede til, at fitnesscentrene langt sikrere kunne beregne personalebehov og nødvendige investeringer i fitnessudstyr.

Stabiliteten medvirkede til at sætte gang i fitnesskæden Form & Fitness. I perioden fra 1993-1996 åbnede Hans-Henrik Palm 16 Form & Fitnesscentre i samarbejde med lokale entreprenører. Efter hans egen vurdering havde de 16 centre i 1996 omkring 26.000 kunder og var således relativt store fitnesscentre med over 1.300 kunder i gennemsnit. De store centre er i princippet udtryk for den kommercielle fitnessindustri's fremtidige forretningsstrategi med større og større centre med flere og flere produkter på hylderne. Tendensen så man allerede så småt i Fitness Clubs storhedstid i de sene 1980'ere.

Hans-Henrik Palm slog i 1997 ind på en ny afgørende strategi. Han standardiserede og moderniserede alle centrene, så de fik et ens udtryk. Et centralt element heri var introduktionen af fitnessmaskiner fra den italienske leverandør, Technogym, på det danske marked. Den danske fitnessproduktimportør, Pedan, havde fået øje på en ny linie i kredsløbsudstyr, der på det tidspunkt var meget banebrydende og nyskabende.

I Danmark fordelte en typisk ordre fra større fitnesscentre til Pedan sig 1990 på cirka 70 % styrketræningsudstyr og 30 % kredsløbsudstyr, men med Technogym ændrede billedet sig gradvist til i dag, hvor fordelingen næsten er omvendt. Dette skyldes bl.a., at kredsløbsmaskinerne i langt højere grad har tiltalt kvinderne, som traditionelt set fokuserer mere på konditionstræning og vægttab end på muskelopbyggende styrketræning. Technogym er i dag et dominerende produktmærke inden for fitnessindustrien i Europa med et indbydende og genkendeligt design og i de seneste år også med en række revolutionerende styrketræningsmaskiner samt hjemmetræningsudstyr.²⁷²

Form & Fitness var i 1997 vokset til markedsførende aktør med 19 centre landet over og yderligere tre centre i støbeskeen. Hans-Henrik Palm ønskede på det tidspunkt at slippe driftsansvaret i de mange centre, og han orienterede sig derfor om mulighederne for at sælge.

Som led i markedsscreeningen blev han i 1998 opmærksom på den store amerikanske kæde '24 Hour Fitness' interessere for at gå ind på det nordiske marked med konkrete planer om opkøb af 5-6 markedsførende fitnesscentre i Sverige.

Det afgørende bevis på den amerikanske fitnessgigants kurs mod Norden indtraf dog først, da Hans-Henrik Palm i 1998 afholdt et møde med ledelsen for den norske fitnesskæde SATS,²⁷³ som var interesseret i at høre nærmere om

Hans-Henrik Palms salgsplaner. SATS havde siden etableringen i 1995 allerede udviklet sig til den dominerende fitnesskæde i Norge og havde også krydset grænsen til Sverige med et par enkelte centre. Kort efter dette møde tilbød SATS Hans-Henrik Palm at købe Form & Fitness og omdanne kæden til den danske del af SATS-koncernen. Hans-Henrik Palm anså tilbuddet som et afgørende bevis på, at 24 Hour Fitness var på vej til store opkøb af fitnesskæder i hele Norden, og han analyserede sig derfor frem til, at SATS:

"...først og fremmest var interesserede i at købe Form & Fitness, fordi de så dagen efter kunne sælge kæden videre til den amerikanske fitnesskæde til en højere pris."²⁷⁴

Derfor takkede han nej til SATS tilbud med vished om, at der ikke ville gå lang tid før, telefonen ville ringe med en amerikaner i røret.

Og ganske rigtigt. Da 24 Hour Fitness i 1998 opkøbte SATS-kæden og en række mindre fitnesskæder i Norden,²⁷⁵ blev Hans-Henrik Palm kontaktet af den amerikanske fitnessgigant, der ville byde på Form & Fitness. Sagsforløbet og salgssnakken gik trægt og først i forbindelse med, at Hans-Henrik Palm i maj 1999 forlangte et definitivt svar, gik aftalen hjem og gjorde ham til en velhavende mand. Som led i salgsaftalen underskrev Hans-Henrik Palm en konkurrenceklausul, som foreskrev, at han ikke måtte gå ind på fitnessmarkedet som selvstændig aktør i årene 2000 – 2003. Samtidig blev han ansat som administrerende direktør for fitnesskæden, som kørte videre under samme navn (Form & Fitness), ligesom SATS i Norge og SATS Sports Club i Sverige også kørte videre uden navneændringer. Hans-Henrik Palm indvilgede i at forstætte som administrerende direktør, fordi han fik tildelt ansvaret for at udvikle den fremadrettede markedsføringsstrategi for kædens fortsatte ekspansion. Der var konkrete planer om at entre på en række markeder i Europa med Tyskland som den første store satsning.

Den amerikanske fitnessgigant, som tidligt i 1999 havde overtaget driftsansvaret i Norge og Sverige, overtog fra januar år 2000 driftsansvaret for Form & Fitness i Danmark. Selvom Hans-Henrik Palm havde hørt rygter om den amerikanske kædes metoder fra Norge, oplevede han den amerikanske entré som en total ændring af virksomhedens værdier:

“De kom med deres meget standardiserede produkt fra Amerika og lavede om på en masse af de ting, som havde gjort Form & Fitness til en god forretning. De indførte helt nye ledelsesværdier, og mange af de ledende medarbejdere fik nye smarte titler som ‘produktmanager’ og ‘områdedirektør’ og så videre. Som en stor fejl lavede de også ens prispolitik i provinsen og i storbyerne, hvilket var et klart bevis om, at de ikke havde forståelse for de danske eller nordiske markeder.”²⁷⁶

Samtidig herskede der intern usikkerhed om, hvem der hos den amerikanske fitnesskæde havde det sidste ord i afgørende spørgsmål. Hans-Henrik Palm oplevede en meget forvirrende og frustrerende tid som øverste administrative leder:

“I denne periode [fra 2000 - 2002] kom den ene ledende amerikaner fra kæden herover efter den anden med forskellige budskaber om, i hvilken retning virksomheden skulle gå, hvilket gjorde det meget svært at navigere. I stedet for at supplere den danske forretningsmåde med de gode sider fra den amerikanske forretningsstrategi kom de med deres helt egne meninger. Det bedste ville jo have været at tage det bedste fra den amerikanske kæde og indarbejde dem i det fungerende, men det skete ikke. De var for eksempel ekstremt gode til at fokusere på kundesalg, men langt dårligere til at vedligeholde centre og sørge for, at kunderne fik det produkt, som de havde betalt for. I de tre år, de var på de nordiske markeder, blev fitnesscentrene stort set ikke vedligeholdt og samtidig blev det dyrere og dyrere for kunderne. Selv om jeg personligt var

tilfreds med min løn, hvor jeg i praksis fik 100.000 kr. om måneden for ikke rigtigt at lave noget, var det utilfredsstillende at se virksomheden blive kørt ned på den måde.”

De interne konflikter medførte, at mange ledende medarbejdere enten sagde op i frustration eller blev fyret på grund af kritiske ytringer mod ejerne. Blandt de frafaldne var den ledende figur i Form & Fitness, Susanne Hovmand, som var en af Hans-Henriks nærmeste medarbejdere med ansvar for at udvikle nye centre landet over. Hun skulle senere komme til at spille en afgørende rolle som administrerende direktør i fitnesskædens første år.

” Som en stor fejl lavede de ens prispolitik i provinsen og i storbyerne.

Hans-Henrik Palm om 24 Hour Fitness

Hans-Henrik Palm var dog ikke totalt passiv i sin ledelse af virksomheden. Som led i den ekspansionsstrategi, som var en af hans centrale opgaver, fandt han et par egnede lokaler til nogle store multifunktionelle fitnesscentre. Problemet var blot, at Hans-Henriks investering i og indretningen af de lækre fitnesslokaler pludselig ikke kunne bruges til noget, fordi den amerikanske fitnesskæde fik kolde fødder:

“I forbindelse med min konkurrenceklausul havde jeg af ledelsen i 24 Hour Fitness fået lov til at opkøbe en række ejendomme med henblik på at indrette lokalerne til fremtidige fitnesscentre for kæden. Jeg investerede derfor i dem med henblik på at leje dem ud til den amerikanske kæde. Betingelsen var blot, at 24 Hour Fitness skulle leje lokalerne til markedsprisen. Et af de lokaler, som jeg havde opkøbt, var de totalt nyrenoverede lokaler på Nygårdsvvej i København - dér hvor det gamle Østerbro Sportscenter i sin tid lå. Her havde jeg blandt andet indrettet en stor moderne bokseafdeling. Jeg havde også opkøbt ‘Friskohuset’ på Ringgaden i Århus med henblik på udlejning til

24 Hour Fitness. Men da den amerikanske fitness-kædes regnskaber allerede få år efter deres entré var meget dårligere, end de havde regnet med, bevirkede det, at de var meget forsigtige med nye store investeringer. Derfor sad jeg i realiteten i en situation, hvor jeg havde en række ejendomme, der ikke kunne bruges til noget, fordi jeg var låst af min klausul.”

Denne økonomisk uholdbare situation kunne Hans-Henrik Palm ikke acceptere. Derfor arrangerede han et møde, som mange mener, var lige på kanten af hans konkurrenceklausul.

“Løsningen blev, at jeg i 2001 nedsatte en lille arbejdsgruppe, som bestod af Rasmus Ingerslev, min tidligere fortrolige medarbejder Susanne Hovmand og Stefan Lorenzen, som alle gerne ville overtage driften af det store fitnesscenter på Nygårdsvej.”

Rasmus Ingerslev havde tilfældigvis kendt Stefan Lorenzen siden 1987, da de havde trænet karate sammen. Stefan Lorenzen ejede tre fitnesscentre i Aalborg og tilbød Rasmus et job som medlemsrådgiver, hvilket i praksis betød ‘sælger af medlemskaber’. Sådan kom den unge Rasmus Ingerslev ind i fitnessindustrien. Susanne Hovmand kendte Stefan Lorenzen, fordi han havde været medejer af et Form & Fitnesscenter i Frederikshavn på et tidspunkt, da hun som driftschef for kæden havde ansvaret for at få nye centre op at køre.

Med etableringen af det nye store fitnesscenter på Østerbro begyndte fitness dk så småt at tage form i fitnessindustrien. Med Hans-Henrik Palms støtte fik de tre samarbejdspartnere til opgave at lave et koncept for Nordens største fitnesscenter på Nygårdsvej i de dertil indrettede nye lokaler.

Arbejdsgruppen kom blandt andet frem til ‘center-i-center-konceptet’, hvor man arbejder

med flere forskellige centerafdelinger under det samme fitnesscenters tag – her eksemplificeret med en afdeling kun for kvinder og en VIP-afdeling, hvor eksklusivitet og service var i centrum.

Dette ‘center-i-center-koncept’ har siden fået mange forskellige udtryk landet over, hvor man i dag flere steder også finder fitnessafdelinger for børn i de voksnes fitnesscentre.²⁷⁷

” Det var afgørende for os, at holde fast i, at navnet skulle signalere danskhed.

Rasmus Ingerslev om valget af navnet til fitness dk.

Den lille arbejdsgruppe fandt også et navn, der i modsætning til den amerikanske 24 Hour Fitnesskæde signalerede en klar dansk profil:

“Det var afgørende for os, at holde fast i, at navnet i modsætning til andre fitnesskæder skulle signalere danskhed, og at virksomhedens fundament skulle være danske værdier. Deraf kom navnet ‘fitness dk’.”²⁷⁸

Med det nye koncept gik bagmændene til Amagerbanken, som tidligere havde finansieret Hans-Henrik Palms lån:

“De idéer blev til en forretningsplan, som vi præsenterede i Amagerbanken. De troede heldigvis så meget på projektet, at vi fik bevilget den kredit, der skulle til for at komme i gang.”

Allerede inden åbningen af fitnesscentret på Nygårdsvej var de tre i arbejdsgruppen i gang med forsalget fra en skurvogn foran byggepladsen:

“Der blev taget rigtig godt i mod centret på Østerbro, og allerede inden åbningen havde vi knapt 2.000 medlemmer.”²⁷⁹

Åbningsdagen i september var en arrangeret begivenhed med stort presseopbud, fordi fitness dk allierede sig med en række kendisser, der gladeligt smilede til pressefotograferne.

Hvis de tre driftsansvarlige var tilfredse med presseomtalen fra åbningen, må de have været ovenud benovede over den omtale, fitness dk fik ved et tilfælde i oktober. Til alt held for det nye fitnesscenter ville tilfældighederne, at den planlagte boksekamp mellem den amerikanske sværvægtslegende Mike Tyson og Brian Nielsen var blevet udsat et par gange i 2001, men da den endelige dato blev fastlagt til den 13. oktober kunne Mike Tyson blive budt velkommen i Danmarks nyeste og flotteste bokselokaler på Nygårdsvej. I dagene op til den store boksegalla i Parken fik den nyåbnede fitnesskæde på Nygårdsvej danmarkshistoriens bedste medie-dækning med utallige reportager fra Mike Tysons boksetræning i fitnesscentret. Fitness dk's navn

var med ét slag slået fast i den sportsinteresserede befolkning, og den nye fitnesskæde havde på en uge opnåede et kendskab i offentligheden, som de fleste andre fitnesscentre kun kunne drømme om.

24 Hours Fitness' satsning på Norden gav den amerikanske gigant et gigantisk økonomisk tab i løbet af de få år, firmaet havde driftsansvaret for over 70 fitnesscentre i Norden. Ifølge Hans-Henrik Palm tabte fitnessgiganten i årene 1999 – 2002 omkring 1 milliard kroner i alt. Den amerikanske fitnessgigant havde travlt med at komme ud af markedet og valgte derfor at sælge alle fitnesscentre på én gang i august 2002 til en relativt overkommelig pris. Køberen, den nordi-



Fra åbningsdagen i september 2001 på Nygårdsvej, hvor den tidligere bokser Brian Nielsen og den tidligere fodboldspiller Preben Elkjær ser den administrerende fitness dk direktør Susanne Hovmand klippe den røde snor over til det, der dengang var Nordens største fitnesscenter på 5000 kvadratmeter. Bag Preben Elkjærs ryg til højre ser man Rasmus Ingerslev, som få år efter skulle blive en ledende figur i den danske fitnessindustri. Foto: Fitness dk.

ske kapitalfond Nordic Capital havde som kuriosum Danske Bank blandt investorerne. Banken, der tidligere i begyndelsen af 1990'erne mistede et trecifret millionbeløb på Fitness Clubs krak, var tilbage på sidelinjen. Nordic Capitals køb omfattede Form & Fitness i Danmark, SATS i Norge og SATS Sports Club i Sverige. Ved at samle de tre nationale selskaber i én koncern blev en førende nordisk fitness-kæde, SATS, med en total omsætning i 1997 på ca. 810 millioner i danske kr. skabt natten over. Den nye koncern ejede 74 centre i alt; heraf 33 i Norge, 20 i Sverige og 21 i Danmark med i alt 265.000 medlemmer.²⁸⁰ SATS stod altså som den nye ejer af de tidligere Form & Fitness-centre.

Nordic Capital havde ikke interesse i at køre videre med en række af de mest tabsgivende centre. Den nye ejer ønskede stabile forretninger og satsede derfor først og fremmest på fitness-centre i Århus eller København. De øvrige centre blev frasolgt, blandt andet til provinskæden 'Fin Form', som overtog fitnesscentrene i Esbjerg, Haderslev og Herning.

Fin Form havde efter kriseårene på ny etableret sig som en kommerciel fitnesskæde med virkning fra 1995. Med den jordnære og drevne Leif Christensen i spidsen blev de nyhvervede fitnesscentre i løbet af to år vendt op og ned. Især Esbjerg-centret opnåede flotte omsætningstal og gode overskudsratere, der isoleret set siger meget om, hvad en oprigtig interesse for fitnessstræning og medlemspleje stadig betyder på bundlinjen.

Et andet af de Nordic Capital SATS-ejede fitnesscentre, som ligeledes blev frasolgt, var det lille stemningsfulde center i Radisson SAS Scandinavia Hotel. Dette center, som Hans-Henrik Palm havde ejet helt tilbage i Tage Nielsens tid i Form & Figur, overtog han igen efter en snak med SATS' danske direktør Trey Greenwood. Hans-Henrik kunne ikke stå model til, at det gamle center

blev nedslidt i en sådan grad, hvorfor han overtalte Trey Greenwood til at sælge kort tid efter, at Hans-Henrik ikke var bundet af sin konkurrenceklausul mere ved starten af 2003.

Samtidig satte Hans-Henrik Palm sig på flertallet af aktierne i den nyetablerede kæde, fitness dk, da han fandt den eksisterende aktionæroverenskomst mellem ejerne for ufleksibel. Eksempelvis kunne store beslutninger kun tillades ved fuld enighed mellem alle aktionærene. Derfor tilbød Hans-Henrik Palm ejerkredsen at opkøbe samtlige aktier i fitness dk og lavede samtidig nye retningslinjer for beslutningstagningen i fitness dk. Efter en hurtig proces tilbød han en lille investorkreds at købe en del af aktierne tilbage, hvorved Hans-Henrik Palm sikrede sig et team af medarbejdere og investorer, som alle havde en direkte interesse i fitness dks udvikling.

I årene 2003 - 2005 gik det for alvor hurtigt for fitness dk. Mens Hans-Henrik Palm havde opkøbt fitness-egne lokaler på ejendomsmarkedet, udvidede fitness dk sine aktiviteter med etablering af en række nye store fitnesscentre i Århus og København. I maj 2005 fusionerede fitness dk med Leif Christensens Fin Form-kæde. Fusionen blev gennemført den 1. september 2005 og var i praksis et opkøb. Fusionen gav fitness dk en langt bedre geografisk dækning med centre over hele landet. Desuden fortsatte Leif Christensen med sine 23 års erfaring i branchen i fitness dk's bestyrelse med den pudsige titel 'arbejdende næstformand'. Leif Christensen høstede frugterne af sit arbejde med Fin Form-kæden i form af en kontant udbetaling på seks mio. kr. og en stor aktiepost i fitness dk med en pålydende værdi af ca. 12 mio. kr. Leif Christensen afviste dog at læne sig tilbage og nyde resten af livet:

"Jeg er blevet en velhavende mand, og egentligt behøver jeg ikke arbejde mere. Men arbejdet med fitness dk er udfordrende, og jeg vil være med mange år fremover."²⁸¹

Med opkøbet af Fin Form var fitness dk nu Danmarks største fitnesskæde med 23 centre og ca. 50.000 medlemmer. Allerede i november 2005 kunne fitness dk offentliggøre endnu en fusion. Denne gang med københavnerkæden Hard Work Studio, der med Ole Graubæk som ejer havde været en stor konkurrent til fitness dk i København. Med opkøbet voksede fitness dk med yderligere 13 fitnesscentre, og kæden havde dermed på få år udviklet sig til den absolut markedsdominerende fitnesskæde i Danmark med 37 centre, 90.000 medlemmer og omkring 1.800 medarbejdere pr. 2007.

En af de fitnesskæder, som stadig kunne vække ophedede diskussioner i miljøet, var 'Equinox' – også kendt som de tidligere 'Reebok fitnesscentre' beliggende i Århus fra 1993. Kæden med Kim Sørensen Ravn som direktør og ejer blev af mange inden for fitnessindustriens egne rækker beskrevet som 'familiens sorte får', hvilket betyder til, at ejeren ofte blev fremhævet i mediereportager om fitnessindustriens mangelfulde forretningsmoral. Alene Kim Sørensen Ravns baggrund som brugtbilsforhandler medvirkede til mange rygter om urent mel i posen. Et andet kritikpunkt i dagspressen var personalets arbejdsvilkår, hvor det kom frem, at en stor del af personalet var ansat uden at få løn. Dette fik i 2005 fagforeningen HK til at reagere kraftigt: *"Der er tale om grov udnyttelse af unge, der brænder for fitnesskulturen og gerne vil være med, hvor der sker noget. Men frivilligt arbejde hører hjemme i idrætsforeningerne - ikke i erhvervslivet."*²⁸²

Det forhold, at der rundt om i fitnessindustrien var brodne kar, fik HK til at iværksætte en række kampagner for at få fitness-sektorens personale til at organisere sig. Blandt andet kunne man finde HK på fitnessmesser, og HK oprettede ligefrem en internetportal rettet mod beskæftigede i fitnessbranchen.²⁸³ Også det forhold, at Equinox i 2003 havde benyttet sig af skjult reklame i form af en redaktionel artikel i Jyl-

landsposten, var et kritisk forhold, der for mange bekræftede rygterne om fitnesskædens vel smarte metoder.²⁸⁴

Samtidig herskede der usikkerhed om fitnesskædens økonomi og drift, hvilket kom sig af, at skattemyndighederne havde fundet store uregelmæssigheder i virksomhedens momsregnskaber. På baggrund af disse blev der fra skattemyndighederne anlagt sag mod fitnesskædens ejer, og Kim Sørensen Ravn blev i december måned 2005 idømt en fængselsstraf på et år og en stor bøde på 1.750.000 mio. kr.²⁸⁵ På trods af de kritiske forhold formåede Equinox-kæden med Kim Sørensen Ravn i spidsen at videreføre fitnesskæden med en sådan succes op gennem 1990'erne, at der i 2007 nu er 15 store centre, hvoraf hovedparten ligger i Jylland. Som et markant vartegn åbnede Equinox lørdag den 17. januar 2004 Skandinavien største fitness-center i Valby på over 7.000 m².²⁸⁶ Dette imponerende fitnesscenter i Valby er på mange måder udtryk for den nye generation af fitnesscentre, dels på grund af størrelsen, som er næsten syv gange større end det gennemsnitlige fitnesscenter, dels på grund af de mange nye faciliteter og servicetilbud, heriblandt en kæmpe wellness-afdeling med omkring 1000 kvadratmeter vandland, pool og spabad. Også et såkaldt 'body-mind-room', med behagelig varme i gulvet for de udøvende pilates- og yogadeltagere samt mulighed for en lang række supplerende serviceydelser som tøjvask, børnepasning og cafemiljø gør centret til et af de førende flagskibe i fitnessindustrien.

Efter Kim Sørensen Ravns dom for momssvindl blev fitnesskæden sat til salg. I juli 2006 overtog det dertil oprettede holdingselskab, Threk Holding Denmark A/S med en islandsk ejerkreds, Equinox-kæden. De islandske investorer driver også Islands største verdenskendte fitness- og velvære center 'World Class'. Den islandske bestyrelse ansatte den erfarne Jens Dyrvig som administrerende direktør. Han havde

en baggrund som en vigtig figur i Ole Graubæks fitnesskæde Hard Work og var i en overgang efter fusionen med fitness dk ansat som salgsdirektør. Med den nye ejer og ledelse forsøger den hidtil så kritiserede fitnesskæde en ny start. Dette manifesterer sig blandt andet i ambitiøse ekspansionsplaner med en erklæret målsætning om 25 landsdækkende centre inden 2009. Equinox Fitness er i 2007 Danmarks fjerdestørste fitnesskæde med 15 centre og små 30.000 medlemmer.

En anden markant begivenhed i den danske fitnessindustri var, at fitnesskæden SATS Danmark fik det første driftsoverskud før skat i 2005. Selvom der kun var tale om et lille overskud på 275.000 kr., var det en betragtelig forbedring set i forhold til 2004. SATS omsatte i 2005 godt 128 mio. kr., svarende til en stigning på 7,3 procent i forhold til året før. SATS Danmark er dog fortsat langt efter koncernens andre aktiviteter i Sverige og Norge, hvor SATS-koncernen tjener mange penge og støt øger antallet af centre og medlemmer.²⁸⁷ En af vejene til den danske SATS-afdelings succes er kædens system med fastansatte 'testpiloter', som kører rundt i landet og prøver centrene af for at rette op på fejl og mangler. Disse såkaldte 'mystery shoppers' tester det enkelte centers serviceniveau og faciliteternes standard og melder resultaterne direkte tilbage til direktionen i Parkens kontorbygninger i København. Systemet viste sig effektivt til at rette op på kædens problemer efter, at 24 Hour Fitness forlod den synkende skude i august 2002.

Med det første overskud i hus satte ejerne fra Nordic Capital fitnesskæden til salg i foråret 2006, og i november 2006 meddelte forsikrings-selskabet Tryg i Danmark, at det var den nye hovedaktionær i Nordens største fitnesskæde. Forsikringskoncernens investering på 1,3 mia. kr. skete som led i en ny satsning på sundhedsområdet, hvor koncernen tilstræber at blive en

markant investor på områder som sundhed og sikkerhed i de nordiske lande:

"Sammen med det generelle fokus på velvære for individet i vores samfund skaber det et kæmpe markedspotentiale for fitness- og velværebranchen. Og det er netop forretningsmæssigt potentiale kombineret med forbedring af folkesundheden, der matcher perfekt med Tryg i Danmarks nye investeringsstrategi."²⁸⁸

Tryg i Danmarks overtagelse giver den danske del af den førende Nordiske fitnesskæde fordelene af kortere vej til ejerne, hvilket sandsynligvis vil gøre virksomheden mere manøvreduktig end tidligere. Tryg i Danmark har på længere sigt også planer om at investere i f.eks. private sygehuse og plejevirksoverheder. Den nye ejer varsler ikke umiddelbart en direkte økonomisk kobling mellem forsikringsselskabet og fitnesskæden, men noget sådan er ikke ukendt fra bl.a. Schweiz og Holland. Her kan fitnessudøvere opnå mulighed for rabatter på deres sundheds- og livsforsikringspræmier,



Fitnesskædens SATS' logo.

hvis de bliver konditestet og holder sig aktive, mens forsikringsselskaberne samtidig får bedre kunder.²⁸⁹

Også fitness dk fik ny hovedaktionær i 2006. Hans-Henrik Palm var bevidst om, at han med 85.000 tusinde fitnesskunder i fitness dk havde opbygget et yderst attraktivt investeringsobjekt. Efter fusionerne med Fin Form og Hard Work Studio gjorde han udadtil et stort nummer ud af at fortælle om fitness dks planer om at lade

sig børsnote. Han indledte en række forhandlinger med potentielle opkøbere sent i 2005. I realiteten havde Hans-Henrik Palm allerede en aftale på plads med en udenlandsk investor, men umiddelbart før underskrivelsen af den endelige aftale, dukkede Parken Sport & Entertainment op med et bedre tilbud. Dette medførte i april 2006, at Parken Sport & Entertainment opkøbte fitness dk for 300 mio. kr.²⁹⁰ Derved udbyggede moderselskabet bag fodboldklubben FC København sin position som den førende danske virksomhed inden for sport og underholdning med vandlandene Lalandia i Rødby og Billund som et andet markant forretningsområde. Dertil ejer virksomheden nationalarenaen, Parken, som huser adskillige store koncerter og idrætsarrangementer.

Med salget kunne Hans-Henrik Palm for anden gang i sin 'fitnesskarriere' indkassere et gedigent overskud på videresalg. Dertil blev han storaktionær i Parken Sport & Entertainment, hvor han i slutningen af oktober 2006 trådte ind i bestyrelsen som virksomhedens guide i den brogede fitnessindustri. Samtidig fortsatte Rasmus Ingerslev som administrerende direktør for fitnesskæden med direkte reference til koncernledelsen i Parken.

Fitnessbranchen organiserer sig i ambitiøs brancheforening

Sammenfattende har den danske fitnessindustri siden de store økonomiske sammenbrud i begyndelsen af 1990'erne gennemgået en dramatisk udvikling. Økonomien i de fleste fitnesscentre er kommet under kontrol, og 'fitness' som fællesbetegnelse for de funktionelle træningsformer er vokset til en af danskernes absolut foretrukne motionsformer. Samtidig satte professionaliseringen inden for branchens egne rækker fornyet skub i en organiseringsproces med et nyt forsøg på at samle fitnessindustriens forskellige interessenter i en brancheforening.

I foråret 2006 satte en række ledende repræsentanter for den danske fitness-sektor sig ned

for at drøfte mulighederne for og fordelene ved at organisere fitnessindustriens forskellige parter fra producenter, til udstyrsleverandører og ejere i en brancheorganisation. Visionen for den nyetablerede 'Danske Fitness og Helse Organisation' var at repræsentere, promovere og beskytte fitnessbranchen i Danmark. Selvom fitnessindustrien i 2006 spillede en stadigt større rolle som en af danskernes foretrukne motionsformer, trækker det store krak i 1991 stadig lange historiske skygger over fitness-sektoren i Danmark. Et tydeligt bevis på dette er, at den danske fitnesssektor langt fra er så udviklet som i mange af de lande, vi typisk sammenligner os med – eksempelvis Norge og Sverige, hvor fitness-sektoren har haft en brancheorganisation i mange år, og hvor fitness-sektoren aktiviteter når en større procentdel af befolkningen.

Som konkrete resultater har den norske brancheforening opnået at gøre betalt fitnessstræning til et skattefrit gode for virksomheders medarbejdere, og foreningen har ligeledes fået politikerne til at momsfritage fitnessstræning i formodningen om, at det kunne betale sig i et større sundhedspolitisk perspektiv.²⁹¹ I forhold til disse resultater har den danske fitnesssektor ikke evnet at optræde som en samlet politisk aktør - endnu.

Den nye danske brancheforening blev formelt stiftet den 30. august 2006. Initiativtagerne lancerede planerne for foreningens arbejde og formål på den private fitnessmesse, Nike Convention, den 10. september i Tåstrup Hallerne. Med 30 af fitnessverdenens interessenter som tilhørere fortalte de to ildsjæle bag foreningens stiftelse, Lars Stig Møller og Rasmus Ingerslev, om visionerne for foreningens arbejde og fremlagde de arbejdsplaner, som stifterne var nået til enighed om:

I præsentationen fortalte initiativtagerne, at DHFO er en privat nonprofit interesseorganisation, som skal medvirke til en generel profes-

sionalisering af den danske fitness-sektor og i stigende grad gøre fitnessindustriens interesser til en betydende idrætspolitisk aktør på linje med de store idrætsorganisationer DIF og DGI. Medlemmer af Dansk Fitness og Helse Organisation bliver som tydelig politisk markering optaget i den amerikansk funderede internationale brancheorganisation, IHRSA, som på verdensplan har haft stor succes med at arbejde for at gøre den kommercielle fitness-sektor til en politisk magtfaktor. Med den danske branche-forening bliver en mere effektiv dopingbekæmpelse i centrene også mulig. Eksempelvis ved at DFHO har fået en plads i Anti Doping Danmarks bestyrelse, hvorfra det er muligt at lave et fælles register for alle medlemmerne, som kan bruges

Officielle målsætninger for DFHO

- At skabe et større marked for fitness i Danmark
- At søge skatte- og afgiftslemper
- At synliggøre fitness-sektorens potentiale for partnerskaber med sundhedssektoren
- At skabe flere offentlige eller autoriserede uddannelser målrettet fitness-sektoren
- At opstille rammer for certificering af centre og forbedret sammenlignelighed mellem centrene
- At fremstå som talerør og formidler af viden for branchen



Den 30. august 2006 blev DFHO stiftet. Fra venstre ses initiativtagerne Rasmus Ingerslev fra fitness dk, Lars Stig Møller fra firmaet Knud Danielsen A/S, den nyudnævnte bestyrelsesformand og tidligere overborgmester i København Jens Kramer Mikkelsen, og daværende bestyrelsesmedlem Trey Greenwood fra fitnesskædens SATS. Foto: Kaj Bonne Mortensen.

til en mere effektive sanktionsmuligheder for at kunne udelukke medlemmer, der testes positivt i en dopingkontrol.²⁹²

Den nyudpegede bestyrelse og bestyrelsesformand kunne også præsenteres på mødet i Tåstrup. Med Københavns tidligere overborgmester Jens Kramer Mikkelsen (S) for bordenden og nogle af sektorens mest erfarne ledere blandt de øvrige bestyrelsesmedlemmer tog foreningens ledelse hul på en charmeoffensiv i egne rækker. Med den erfarne politiker og erhvervsmand Jens Kramer Mikkelsen i spidsen har Dansk Fitness og Helse Organisation sikret sig en erfarne og politisk strateg, som kan gøre brug af sine mange politiske forbindelser. Som motiv for at stå i spidsen for brancheforeningen sagde han blandt andet:

“Det er ikke hver dag, der stiftes en brancheforening på et felt med så enorm vækst og potentiale. Sektoren oplever næsten kinesiske vækstrater i en tid med øget fokus på sundhed, forebyggelse og velvære. Der ville også være vækst uden en brancheforening, men det er rigtigt set at slå kludene sammen og professionalisere samarbejdet netop nu.”²⁹³

I idrætshistorisk perspektiv er det ironisk, at netop den tidligere overborgmester for København overtog rollen som den kommercielle fit-

ness-sektors officielle talerør. Som overborgmester må Jens Kramer Mikkelsen bære sin del af ansvaret for de københavnske idrætsfaciliteters ringe standarder, som afgjort har medvirket til, at kommerciel fitness har kunnet vokse sig stor i Hovedstaden. Den manglende prioritering af foreningslivets idræt og de kommunale idræts-

” Sektoren oplever næsten kinesiske vækstrater i en tid med øget fokus på sundhed, forebyggelse og velvære.

Jens Kramer Mikkelsen,
bestyrelsesformand for DFHO

faciliteter har således har positiv betydning for den kommercielle deltagerbaserede motionsidræts fremvækst.²⁹⁴

Bagmændene bag den nye brancheforening understreger, at de ikke anser sig som konkurrent til foreningslivet. Dansk Fitness og Helse Organisation er i princippet åben for fysioterapicentre og foreninger med fitness på programmet – også selvom der bliver kæmpet for mærkesager med primær interesse for de kommercielt drevne centre.

Store udfordringer

Brancheforeningen koblede fra første færd sin administration op på et effektivt serviceapparat med placering af sekretariatet hos erhvervsorganisationen HTSI – det senere Dansk Erhverv med en lang række brancheorganisationer og virksomheder under sig. Blandt den nye brancheorganisations største udfordringer i de kommende år bliver at bygge bro til sundhedssektoren for at synliggøre mulighederne for at bruge fitness- og velværecentre som samarbejdspartnere til sundhedspolitiske opgaver. Dette ligger i god forlængelse af kommunalreformen



Dansk Fitness og Helse Organisations logo.

fra årsskiftet 2007, hvor landets nye kommuner overtog forebyggende sundhedsopgaver fra de nedlagte amter. Brancheorganisationen DFHO vil også være udgangspunktet for at arbejde for flere statsgodkendte uddannelser, som kan imødegå den voksende efterspørgsel på veluddannet arbejdskraft, som ejerne i fitnessindustrien skriger på.

Desuden vil DFHO arbejde for, at fitnesscentre i lighed med idrætsforeningerne opnår fordelagtige skatte- og afgiftsforhold, ligesom organisationen vil stå i spidsen for, at fitness-sektoren på længere sigt bliver mere gennemskuelig for omverdenen, og at centrene i medlemskredsen får en række netværk og værktøjer til at håndtere det gradvist mere konkurrenceprægede fitnessmarked i Danmark.

Et middel hertil kunne være kvalitetssikring af fitnesscentre, som man allerede har set i Norge, hvor en formel kvalitetssikring af fitnesscentre er ved at blive implementeret. I dansk sammenhæng kunne man forestille sig en model, hvor

fitnesscentre gennemtestes af en uafhængig instans, der kan inddele fitnesscentre i kategorier, som man eksempelvis kender det fra hotelbranchens stjerneskala.

Tilsyneladende bliver den allerstørste udfordring for den nyetablerede Dansk Fitness & Helse Organisation dog at få fodslag i egne rækker som en brancheforening, der samler landets fitness-centre om at give sektoren et bedre ry og større politisk indflydelse. Målsætningen for DFHO var fra udgangspunktet, at organisere mindst halvdelen af landets fitness-centre inden 2012 og derved fremstå som talerør for branchen.²⁹⁵ Udfordringen for foreningen består i at mobilisere fitnessindustriens interesser uden endnu at have store konkrete resultater at fremvise. Dette er ikke nødvendigvis nemt i en sektor, der historisk har været fragmenteret og præget af indbyrdes modsætninger og bitre lokale konkurrenceforhold.

Kommerciel fitness i en forbrugerkultur

Fitnesskulturen indtager en central plads i danskernes idræts- og fritidsforbrug, hvor de kommercielle fitnesscentre udgør en privilegeret ramme for menneskers selvscenesættelse. Men hvilke konsekvenser og udfordringer sætter idrættens kommercialisering det traditionelle frivilligt organiserede foreningsliv over for?



Spinning. Foto: Scanpix/Jeppe Michael Jensen.

Nedenstående kapitel er et forsøg på at beskrive en række af de væsentlige udviklingstræk, der har fundet sted i samfundet over de seneste 100 år. Disse beskrives ofte i sociologien som en overgangsperiode fra et 'moderne' til et 'senmoderne' samfund ²⁹⁶ – eller som en overgang fra industrisamfundet til informations-, videns- eller servicesamfundet. I denne udvikling indtager den kommercielle fitnesskultur en væsentlig plads som en privilegeret ramme for selvscenesættelsen af menneskers identiteter. ²⁹⁷

Idrættens kommercialisering og dens konsekvenser

I den vestlige verdens senmodernitet er sociologiens grundlæggende tese, at individet er sat fri af tidligere tiders traditioner. I feudalsamfundet var individet knyttet til det geografiske sted, både i praktisk og symbolsk forstand. I moderniteten var individet placeret i stabile roller afhængig af socialklasse, køn og profession. Disse roller er i senmodernitetens samfund ikke længere givne. Klassetilhørsforhold er i høj grad blevet til kultur. Kønsroller udsættes for genforhandling, og

kunst og profession er blevet til et spørgsmål om personlig vilje, stræberegenskaber og evne til at indgå i fordelagtige netværk.

Som erstatning for de stabile sociale tilhørsforhold skaber det senmoderne individ i dag i højere grad end tidligere sin identitet gennem individuelle til- og fravalg af kultur, overbevisninger og værdier. Forbrug af varer, tjenester og oplevelser spiller ligeledes en afgørende rolle for individets identitet og dets placering i sociale hierarkier. Den proces, hvor individet former sine personlige meninger, overbevisninger og værdier gennem valg, skaber den menneskelige identitet i en kompleks erfaringsudveksling med samfundets værdisættende normer. Valget af fritidsaktiviteter spiller i denne sammenhæng en rolle som kulturelt identifikationsmiddel, hvor der sker en personlig iscenesættelse med social betydning for individet. Det selvreflekterende senmoderne individ bliver betragtet som en slags selvmaker, der er bevidst om valg af livsstil og identitet. Identitetsskabelsen sker i en interaktiv proces mellem individets bevidste selvscenearbejdelse af de sociale, kulturelle og materielle sammenhænge, som individet indgår i.

Samtidig er det senmoderne samfund karakteriseret ved rodløshed og en kaotisk orden, som individet vanskeligt kan håndtere. Samfundets problemer lever et nærmest uafhængigt liv, som individet ikke kan reagere på. I denne optik kan den store fokusering på kroppen og sundheden være udtryk for, at individet finder nogle overskuelige kropspraktiske projekter og gør dem til omdrejningspunktet for den personlige opmærksomhed:

“...Man vender de store problemer ryggen for at koncentrere sig om sine armmuskler. Man tænker: ‘Jeg kan ikke gøre noget ved forureningen og oprustningen, men jeg kan da i hvert fald pleje

mig selv og gøre min krop så sund som muligt.’ Vi bruger vores egen krop som flugt midt i den rivende udvikling med computere, mini-chips og disketter, for den er vores nærmeste faste holdpunkt. Og så giver træningen og det sunde liv oven i købet selvværd og god samvittighed, man føler at man har udrettet noget for sig selv, og at kroppen fungerer.”²⁹⁸

Selvom forskellige vestlige kulturer har deres egne lokale, unikke subkulturelle kropsspecifikke og materielle præferencer, synes der at være en indre sammenhæng:

” Som erstatning for de stabile sociale tilhørsforhold skaber det senmoderne individ i dag i højere grad end tidligere sin identitet gennem individuelle til- og fravalg.

“Det individuelle behov for personlig autonomi, selvidentifikation, autentisk liv eller personlig perfektion overføres til et behov for at besidde og forbruge varer, der tilbydes på markedet. Denne overføring drejer sig imidlertid mere om, hvordan disse varers brugsværdi fremtræder, end om brugsværdien i sig selv.”²⁹⁹

Ligheden består i, at forbruget af varer og tjenester rækker ud over den rene materielle nytteværdi. Produktets pris og kvalitet tillægges en ny dimension, som er medvirkende til at iscenesætte individet gennem et virvar af symboler, signaler, indtryk og udtryk.

Deltagelse i fitnessaktiviteten og forbrug af fitnessindustriens produkter kan betragtes som én sådan identitetsskabende aktivitet, fordi deltagelse i fællesskaber ofte leder til identifikation med andre med samme interesse. Ligeledes leder forbrug af bestemte produkter til identifikation med forbrugerfællesskaber. Der er således oftest en direkte sammenhæng mellem

individets interesser og materielle præferencer samt det sociale tilhørsforhold og de sociale fællesskaber, som individet indgår i.

Intet tyder på, at idræt som samfundsfænomen spiller en mindre rolle for mennesker – tværtimod. Idræt er i endnu højere grad end tidligere blevet befolkningens foretrukne fritidsbeskæftigelse med enorm betydning for folks identitets-skabelse - også på trods af, at selve aktiviteten stadigt oftere finder sted i andre organisatoriske rammer end den klassiske idrætsforening.

Idrætsaktiviteten er med et sociologisk udtryk blevet til en 'selvrefleksiv aktivitet', hvor selvscenesættelse og identitetsdannelse finder sted og spiller en større rolle end tidligere.

Den organiserede foreningsidræt har mistet terræn som det primære sted for menneskers socialisering. Idræt i andre organisatoriske rammer er i flere tilfælde ligefrem et fravalg af idrættens krævende socialisering, hvor man i langt højere grad bruger motion og idræt til personlig behovstilfredsstillelse – herunder behovet for at dyrke individualiteten. Idræt er derfor ikke kun længere rammen for socialisering – men også det stik modsatte. Idrætten er selvsagt også underlagt det senmoderne menneskes refleksivitet, og motiverne til fritidsforbruget er således bestemmende for, hvor individet vælger at søge sine sociale relationer. Idræt er i denne forbindelse gået fra at være et mål i sig selv til at blive et middel til selvrealisering.

I den kritiske idrætsforskning tales der i denne forbindelse om forbrugersamfundets 'forestillede fællesskaber'³⁰⁰ Pointen er, at der skelnes mellem civilsamfundets 'ægte' sociale fællesskaber, som blandt andet er at finde i det frivillige foreningsliv, og markedets 'forestillede fællesskaber', som blandt andet knyttes sammen med forbrug af private idrætstilbud. Kritikken rettes ligeledes mod samfundets forherligelse af det individ, der alene bedømmes ud fra dets evne til at forbruge. Jo mere man forbruger og

konsumerer, jo højere status kan man potentielt opnå i visse sociale kredse.

Det er imidlertid ikke noget nyt fænomen at kritisere idrætten for at forherlige de værdier, som det kapitalistiske samfund bygger på. Samme kritik kunne også findes under industrisamfundets indtog, hvor arbejdsmarkedets krav om effektivitet og merproduktion satte sine tydelige spor i sportens rationalitet om konkurrence, resultat og den evige stræben efter sejre og rekorder.

Det olympiske motto '*hurtigere, højere, stærkere*' er et godt eksempel på, at industrialiseringens egne logikker er overført til idrætten.³⁰¹

Det er heller ikke noget nyt, at materielle goder anses og bruges som statusgivende objekter, der medvirker aktivt som middel til iscenesættelse af individets sociale hierarkiske placering. Den dominerende tese er dog, at processen hen mod forbrugerkulturen og senmoderniteten er accelereret med en sådan kraft, at den smitter af på den civile sektors indre logikker og værdier. Civilsamfundet bliver med andre ord gradvist mere og mere præget af markedets rationaler og værdier. Dette går bl.a. ud over den frivillige organiserede idræt.

Den korte version af sociologiens idrætsfortælling i det senmoderne samfund er, at de sociale og økonomiske processer, som finder sted i senmoderniteten, både ændrer idrættens rolle i samfundet og befolkningens motionsvaner:

*"Idrætslivet har skiftet karakter de seneste årtier. Mange vil endnu huske en tid, hvor foreningerne stod i centrum for idrætsudfoldelsen. - Og hvor foreningen ofte kombinerede idrætten med en række kulturelle og sociale aktiviteter og dermed blev et samlingspunkt for det lokale liv i fritiden. Sådan er det ikke længere. Foreningerne er i dag trængt fra mange sider. Den har ikke kunne rumme de samfundsændringer, som har fundet sted, men må opleve, at aktiviteter, der tidligere ville være blevet opfattet som oplagte foreningsområder, i dag organiseres eller tilrettelægges af andre."*³⁰²

Trods kritiske betragtninger som den ovenstående tyder intet på, at foreningslivet er truet på sin eksistensberettigelse – endnu.³⁰³ Problemstillingen består snarere i, at foreningsidrætten ofte ikke længere er i stand til at imødekomme befolkningens ønsker på en effektiv måde, da foreningsidrætten taber terræn i forhold til den voksende andel af befolkningen, som dyrker idrætslige aktiviteter i andre organisatoriske sammenhænge:

*“De seneste 10 – 20 år er idrætsforeningerne (...) blevet sat under pres. (...) en voksende del af befolkningen [dyrker] idræt under andre organisationsformer, som i stigende grad er en konkurrent for idrætsforeningerne.”*³⁰⁴

Dette forhold betyder, at den privilegerede position, som idrætsforeninger bestred før 1970 som danskernes foretrukne idrætssted, langsomt er svundet ind over en periode over 20 år. Foreningerne har mistet deres monopol på at organisere og udbyde idræt til befolkningen:

*“Siden fitnessbevægelsens gennembrud i 1980'erne og 1990'erne har det tilsyneladende været denne strømning med dens individuelle servicetilbud om en solbrun hud og en blank krop, trimmet så den svarer til reklamebranchens idealforestillinger om et velproportioneret legeme, der har været i stand til at tiltrække mange nye idrætsudøvere.”*³⁰⁵

Nært sammenhængende med dette er der sket en ændring på et indholdsmæssigt og værdimæssigt plan, hvor idrætsforeningerne bliver presset til at tænke i nye baner med risiko for at gå på kompromis med gamle holdninger og værdier.³⁰⁶

For at imødekomme medlemmernes og befolkningens ønsker omorganiseres aktiviteterne. Der opstår derved en konkurrencesituation, hvor markedets kommercielle idrætstilbud i stigende grad konkurrerer direkte med foreningernes tilbud om at tilrettelægge og organisere idrætsaktiviteter på den mest indbydende måde. Derved opstår en risiko for, at medlemmerne bliver til kunder med et overfladisk og uforpligtende forhold til

idrættens værdier om frivillighed og forpligtende sociale fællesskaber. I denne konkurrencesituation synes markedets kommercielle idrætsudbud ofte at have teten, fordi udbyderen ofte i praksis lever professionelt af at arrangere aktiviteter, som imødekommer befolkningens ønsker om fleksible, instrumentelle, nytteorienterede og målrettede idrætsaktiviteter. Den professionelle tilgang til behovstilfredsstillelse og kundens efterspørgsel er således overlegen.

Såfremt foreningerne ikke blot skal være passive betragtere til deres egen stille afblomstring, må de således til at tænke i nye baner. Derfor forsøger bl.a. DGI efter eget udsagn i højere grad at målrette foreningens aktiviteter mod befolkningen ønsker:

“De kommercielle fitnesscentre retter sig jo efter markedets behov. Det skal vi også til i foreningerne,” sagde eksempelvis den nuværende formand for DGI's vigtige gymnastikudvalg, Birgitte Nielsen, i 2002.³⁰⁷

Selvom en stigende andel af den voksne befolkning i dag dyrker idræts- og motionsaktiviteter, har den store vækst i antallet af idrætsaktive fundet sted i selvorganiseret idræt og idræt i kommercielt regi. Især fitness-sektoren har i de seneste årtier oplevet en kolossal vækst i antallet af aktive:

” Mange vil endnu huske en tid, hvor idrætsforeningerne stod i centrum for idrætsudfoldelsen. Sådan er det ikke længere.

Claus Bøje og Henning Eichberg

“Set under ét er gymnastik og beslægtede træningsformer i form af aerobic (i alle dens varianter), styrketræning, målrettet træning og yoga/afspænding vundet markant frem siden midten af 1970'erne. I 1975 var foreningsgymnastikken stort set enerådende, mens de nye aktiviteter i dag samlet set fylder mere end gymnastikken. Der er altså sket

*en markant forskydning mellem disse aktiviteter, idet væksten er kommet inden for aktiviteter, hvor den sundhedsmæssige og kropslige effekt er det primære (aerobic, styrketræning, målrettet træning, spinning mv.) frem for aktiviteter, hvor æstetiske symbolske og udtryksmæssige sider er en væsentlig del af aktiviteten (traditionel dans)."*³⁰⁸

I dag dyrker over en mio. danskere idræt og motion uden for det traditionelle foreningsliv. Denne udvikling er i idrætslitteraturen beskrevet som 'den tredje bølge', hvor selvorganisering er i højsædet.³⁰⁹ Mens medlemstallet i foreningslivet og idrætsorganisationerne er stagneret, finder befolkningen i stor stil nye måder at dyrke motion og idræt på. En af de mest populære er fitnessaktiviteterne, som i 2007 samlede op mod 380.000 mennesker i privatejede kommercielle fitnesscentre og ca. 80.000 i foreningsbaserede motionscentre.³¹⁰ Allerede den 9. marts 2000 kunne TV-avisen bringe den chokerende nyhed, at fitness havde overgået forbold som danskeres foretrukne idrætsudfoldelse.

På trods af at de kommercielt drevne idrætsfaciliteter siden 1980'erne har oplevet en stor tilstrømning af medlemmer, er den traditionelle foreningstradition givet én af forklaringerne på, at der i Danmark trods alt endnu ikke er flere, som dyrker fitness i privat regi. Hvor det i Danmark er ca. 7 % af befolkningen,³¹¹ som har et medlemskab i et kommercielt privat fitnesscenter, er dette tal eksempelvis i Holland helt oppe på 15 %.³¹² Gennemsnittet inden for EU ligger på 8,1 %.³¹³

Dette vidner på den ene side om et stort uudnyttet kommercielt markedspotentiale, hvilket på det seneste har gjort Danmark til et interessant investeringsobjekt for store kapitalstærke kapitalfonde, hvor landets tredjestørste fitnesskæde, Equinox, i 2006 blev opkøbt af en islandsk kapitalfond, mens Nordens største fitnesskæde, SATS, med den svenskejede Nordic Capital som

hovedaktionær blev solgt til 'Tryk i Danmark' for 1,3 milliarder kroner.³¹⁴ Endelig solgte fitness dk's tidligere hovedaktionær, Hans-Henrik Palm, i sommeren 2006 sine aktier til Parken Sport & Entertainment, hvor han nu er bestyrelsesmedlem.

På den anden side vidner Danmarks relativt lave andel af kunder i kommercielle fitnesscentre i forhold til andre EU-lande om en fortsat meget kraftig foreningstradition, som stadig formår at indfange nye bevægelsesformer. På denne måde udgør idrætsforeninger et væsentligt og potentielt konkurrencedygtigt alternativ til den kommercielle idrætsorganisering.

Således har især DGI stået for et stort udviklingsarbejde, hvor der arbejdes politisk og strategisk med et udvidet og bredt favnene gymnastikbegreb, som kan rumme alle de nye motionsformer. Både den traditionelle gymnastik, den moderne dans, afspændingsøvelser, den funktionelle kropstræning og styrketræning er med i dette nye brede gymnastikbegreb.³¹⁵ Dette udviklingsarbejde forekommer nødvendigt, hvis DGI skal imødekomme udfordringen fra den kommercielle breddeidræt. Gymnastikken er i DGI-terminologi blevet suppleret med en række "*beslægtede træningsformer*"³¹⁶, som nu søges arbejdet ind i foreningerne. Selvom idrætsforeningen hyppigt kritiseres for manglende fleksibilitet og vilje til omstilling, forsøger foreningerne altså mange steder at inkorporere nye idrætsformer, men i denne omstillingsproces er der fare for, at foreningerne kommer til at ligne forretninger: "*Faldgruben er, at foreningerne indretter sig med træningscentre og i en vis udtrækning efterligner de kommercielle centre, og derved bliver mere servicerede, og at der bliver færre frivillige. Det kan resultere i, at lederne bliver professionelle og ansatte, mens medlemmerne bliver kunder*"³¹⁷

Der er med andre ord en udbredt uenighed om, hvorvidt foreningslivet bør eller skal indrette sig mere fleksibel, om det overhovedet er i stand

til at udvikle sine tilbud i takt med det omkringliggende samfund, eller om foreningslivet i det store hele står i stampe. Som i mange andre forhold er det øjnene, der ser, som bestemmer udfaldet af denne dom.

Som underliggende element i den idrætssociologiske fremstilling af udviklingen ligger ofte en holdning om, at markedsrationalerne bør begrænses i forsvaret for civilsamfundets værdier og den frivillige idræts principper. Foreningsidrættens foreløbige strategi ser dog ud til i højere grad at efterligne de private kommercielle fitnesscentre både på et indholdsmæssigt, aktivitetsmæssigt og strukturelt plan, hvilket rækken af de nyetablerede selvejende institutioner i DGI-husene er gode eksempler på. Diskussionen om, hvorvidt idrætsforeningernes medlemmer herved bliver til kunder, er i denne sammenhæng central.³¹⁸

Andre halvstatslige initiativer kan dog betragtes som et direkte forsøg på at udvikle foreningslivet. Her er eksempelvis Lokale- og Anlægsfonden³¹⁹ sat i verden for at støtte op om nytænkende idrætsfaciliteter gennem udviklingsprojekter, der *“...udvikler, støtter og rådgiver om byggeri inden for idræt, kultur og fritid”* – blandt andet i et forsøg på at gøre forholdene for foreningsidrætten bedre.³²⁰ På trods af bestræbelserne på at udvikle foreningslivet til det senmoderne samfund synes der alligevel ikke at være nogen klare strategier for, hvorledes civilsamfundet kan ‘reddes’ og stå imod kommercialiseringens ubønhørlige processer. Udviklingen går støt i en retning, der teoretisk dækker over en gradvis ændring af statens, civilsamfundets og markedets indbyrdes roller og styrkeforhold, hvor tesen er, at *“... civilsamfundets rolle nedtones eller ændrer karakter, samtidig med at markedets betydning øges”*.³²¹

Med andre ord dækker udviklingen i idrætsbilledet over en tiltagende kommercialiseringsproces.

Processen sætter sig igennem på en række afgørende områder. Fra omverdenens og politikernes side stiger kravene om, at foreningerne skal tage medansvar i samfundets konkrete opgaveløsning inden for bl.a. det sociale og det sundhedspolitiske område.

Dertil følger øgede krav om, at foreningerne skal markere sig over for omverdenen og beslutningstagerne for at legitimere deres samfundsnyttige status. Der er klare tendenser til, at det højt besungne frivillighedsprincip inden for breddeidrættens verden bliver udsat for en stigende professionalisering. Frivilligheden bliver erstattet af mere professionelle relationer via krav om lønninger og andre goder fra trænere og ledere - dette er dog ikke endegyldigt bevist.³²² På samme tid oplever mange idrætsforeninger, at det er svært at finde frivillige instruktører og ledere.³²³ Samtidig er foreningerne blevet mindre afhængige af tilskud fra den offentlige sektors økonomiske tilskud set i forhold til for 20 år siden, da de har fundet andre måder at finansiere aktiviteterne på - bl.a. gennem privat sponsoring og øget kontingentbetaling.

Fra idrætsdeltager til idrætsforbruger

Udviklingen har direkte indflydelse på den organiserede foreningsbaserede idræt, hvor rationalisering, professionalisering og en mere instrumentel anvendelse af idrætten synes at være tydelige udviklingstræk, som sætter helt konkrete præg på idrættens rolle i samfundet og for den enkelte idrætsudøver. I dag er det langt sværere at opretholde idealet om den frivilligt drevne forening, som

*“...i sin ideale form er (...) karakteriseret ved frivilligt medlemskab, uafhængighed af det offentlige, interesseforpligtelse over for medlemmerne, demokratisk beslutningsstruktur og frivillig, ulønnet indsats.”*³²⁵

Den frivillige idrætsforening har mistet en del af sin uskyld i forsøget på at følge med udviklingen. Inden for breddeidrætten har den kommercielle fitnessindustri indtaget tilsyneladende

nemmere ved at tiltrække de mange nye idrætsaktive. Samtidig er mange foreningsmedlemmer begyndt at dyrke motion i fitnesscentre ved siden af deres foreningsidræt.

Et sociologisk bud på årsagerne til at motionsydelsen købes i kommercielt forbrug er, at forbrug i form af køb af en konkret ydelse ofte er langt mindre forpligtende end involvering i en frivilligt drevet idrætsforening. Når forbrugeren har betalt udbyderen, erhverves samtidig retten til at stille krav og forlange service, og såfremt kunden er utilfreds, kan samhandlen forlades i protest med økonomiske konsekvenser for producenten. Pengetransaktionerne mellem de forskellige parter fungerer som et yderst effektivt kommunikationsmiddel, som holder kunden fri for andet ansvar end at betale til tiden. Sammenhængen mellem den målrettede træning, det nytteorienterede fokus og den private organisering forårsages af de logikker, som kendes fra markedet, og som minder om en almindelig forbrugeradfærd. På markedet trives de uforpligtende fællesskaber øjensynligt langt bedre end i foreningsregi.

Den måske vigtigste forskel på foreningens aktiviteter og den private organisationsform ligger i styreformens og retten til at fordele økonomiske ressourcer samt den forskellige professionaliseringsgrad. Også de forventninger, der bliver stillet til individet i de forskellige organisatoriske sammenhænge, er væsensforskellige. I foreningsregi bliver en lang række normer for træningsfællesskabet vedtaget gennem mere eller mindre demokratisk processer,³²⁶ mens det i det private regi i sidste ende er op til ejerne at fastlægge de rammer, som kunderne skal indfinde sig under. Det er derfor samtidigt plausibelt at antage, at den organisatoriske ramme smitter af på individet, fordi de forskellige styreformers er vidt forskellige måder at organisere aktiviteter på:

“Organisationer har magt, fordeler ressourcer, sætter regler og rammer for vores adfærd og samordninger og koordinerer vores handlinger.”³²⁷

Afledt heraf er det også en generel antagelse blandt idrætsforskere herhjemme, at:

“... De traditionelle idrætsforeninger er bedre til at skabe integration og fællesskab samt udvikle demokratiske normer end kommercielle organisationsformer, der til gengæld – måske – er bedre til at opfange nye behov og interesser i befolkningen end foreningerne er”³²⁸ Af samme såkaldte ‘folkeoplysende’ grunde er foreningerne begunstiget ved at have lang række økonomiske fordele, som de private virksomheder ikke har – blandt andet momsfratagelse og retten til at modtage kommunale aktivitets- og lokaletilskud.

Det er dog væsentligt at pointere, at der i forskellige organisationsformer oftest kan registreres et sammensat miks af de forskellige rationaler og logikker fra henholdsvis den offentlige sektor, markedet og civilsamfundet. Alle organisationsformer er i et eller andet omfang farvet og præget af alle tre sektorer. I stedet for udelukkende at se på de forskelle og uenigheder, der eksisterer mellem de grundlæggende væsensforskellige logikker mellem sektorerne, kan man derfor med fordel anlægge et andet og mindre pessimistisk perspektiv på udviklingen.

Selvom der i hovedparten af den sociologiske litteratur er tendens til at tildele markedslogikken en større rolle, kan det ikke betvivles, at vi også er vidner til, at de forskellige organisationsformer og logikker flittigt lader sig inspirere af hinanden.

Udvekslingen af nye træningskoncepter, viden, ideer, leder- og instruktørpersonale, uddannelser, idrætsaktiviteter og produkter sker i en fortløbende proces. Foreningslivet har ved hjælp af udvekslingen sat et stort udviklingsarbejde i gang i forsøget på at gearere foreningsidrætten til i højere grad at kunne imødekomme ændringerne i efterspørgslen – og i sidste ende at kunne holde trit med de kommercielle idrætstilbud.

På et mere praktisk niveau har den uforpligtende tilgang til idrætsforbruget medført behov for flere fleksible, instrumentelle og målrettede træningsformer. I takt med at middelklassens økonomiske vækst har gjort de store private idrætsfaciliteter mulige, er den kommercielle idræt vokset frem af et oplevet behov for fleksibilitet i fritidsforbruget. Fitnessaktivitetens styrke består i, at den giver individet mulighed for at træne, når der er behov, tid og lyst. Dette selvom langt hovedparten af kunderne rent faktisk træner i de samme tidsrum på dagen – enten om morgenen eller den sene eftermiddag efter arbejdsdagen er omme – og derfor ligeledes er at finde på de samme ugedage. Det lader således til, at den fleksible træningsform først og fremmest har stor mental betydning for individet. Tilstedeværelsen af selve muligheden for at kunne træne, når man har lyst, har stor mental og symbolsk betydning for individet.

Det helt centrale element i den kommercielle deltagerbaserede idræt er, at den i dag er dominerende på områder, hvor træningen er målrettet og nytteorienteret. Idrætten skal i dag mere præcist opfylde en række individuelle behov og ønsker. Aktiviteter, der ikke afhænger af andres deltagelse, ser i denne forbindelse ud til at kunne tiltrække en stor gruppe idrætsdeltagere, fordi individet her oplever at kunne dyrke idræt og motion på sine helt egne præmisser uden at tage hensyn til andre. Fitnessindustrien oplever i denne sammenhæng succes, fordi den tilbyder de selvorganiserede motionister en tidsvarende træningsfacilitet, som kan benyttes individuelt uden ressourceskrævende organisering af holdkammerater. Hvilken frihed for ansvar – centret klarer det praktiske bøv, hvis du blot betaler.

Holdning til idrætten har gradvist ændret sig fra at være noget, der har værdi i sig selv, til en

aktivitet der for mange skal have et klart formål: Sundheden eller udseendet. At man nu også inden for DGI-regi finder mange af disse mere målrettede og instrumentelle motions- og idrætsaktiviteter, er således ikke i sig selv problematisk, medmindre man har noget imod selve aktivitetens nytteorienterede fokus eller selve idrættens praksis. Tendensen er snarere udtryk for, at man også i foreningsidrætten har set nødvendigheden i at organisere aktiviteter, som efterspørges, frem for blot at lade idræt-

” Idrætten skal i dag mere præcist opfylde en række individuelle behov og ønsker.

tens forskellige discipliner leve i deres egne isolerede universer.

Derimod kan det udgøre et potentielt problem for idrætten, hvis selve idrættens eksistensberettigelse nu ligger i idrættens sundhedsfremmende positive eksternaliteter. Derved har man bevæget sig væk fra en situation, hvor idrætten har en egenværdi til en situation, hvor idrætten tillægges en instrumentel betydning og funktion, hvilket både strider imod frivillighedsprincippet og idrætsbevægelsens selvforståelse. Det er denne balancegang mellem idrættens instrumentelle og iboende værdier, som idrættens store organisationer løbende forsøger at håndtere med gradvist mere vægt på idrættens instrumentelle værdier.

Den kommercialiseringsproces, som har fundet sted inden for idrættens verden, er ganske omfattende. Den forekommer både hos de selvorganiserede idrætsaktive, i foreningslivets breddeidræt og ikke mindste i elitesporten. Via strategiske markedsføringsinitiativer har vi været vidner til en sand kommerciel genrejsning af de olympiske lege, der blev genopfundet som en af eliteidrættens kommercielle lykkepiller og står

som en af underholdningsindustriens måske vigtigste begivenheder i dag.³²⁹

Også inden for andre livsstilsrelaterede idrætsaktiviteter foregår en omfattende kommerciel udvikling. Udviklingen mod et senmoderne samfund har også en række konsekvenser for idrætsmønsteret og befolkningens syn på idræt, som gradvist gennem historien udvikler sig til mere og mere identitetsskabende individuelle projekter.

I det senmoderne samfund ser det umiddelbart ud til, at befolkningens idrætsvaner i højere grad end tidligere er blevet genstand for personlige eksperimenter. Der er en stor søgen efter nye idrætslige og kropslige udtryksformer. Mangfoldigheden og kreativiteten er stor og udefinerbar.

Den nye pluralisme i idrætsforbruget er en direkte konsekvens af, at det senmoderne menneske i dag ikke i samme grad er født ind i et bestemt sæt af vaner og kulturelle værdier, som traditionelt ville medføre et bestemt idrætsmønster. F.eks. er fremkomsten af en række ekstreme sportsgrene eksempler på, at man søger aktiviteter, som kan give den idrætsaktive en følelse af at være i live via en 'living-on-the-edge-mentalitet'.

Også mere livsstilsrelaterede idrætsgrene som eksempelvis ungdommens skaterkultur er udbredte fænomener, som involverer langt flere facetter af livet end blot idrætsaktiviteten som isoleret fritidsbeskæftigelse. Selv en engang så elitær sportsbedrift som maratonløb er i dag blevet til brede og ordinære tilløbsstykker, da mange mennesker ser det at gennemføre et langdistanceløb som et personligt projekt.

De senmoderne idrætseksperimenter og bevægelsesformer resulterer både i nye motionsopfattelser og idrætsgrene. Antallet af idrætsgrene og -discipliner er numerisk set eksploderet; både

fordi man er mindre afhængig af faste tankesæt om idrættens naturlige rammer, og fordi befolkningens opfattelse af, hvad der kan betegnes idræt og motion, har udvidet sig.³³⁰

I fitnesskulturen er de nye idrætsgrene forbundet med et tæt parløb med produkter. Hovedreglen i den kommercielle idræt er 'intet nyt koncept uden et produkt'. Således er de mange nye idrætsredskaber, som nytænker bevægelsesmønstre, også lavet ud fra en klar kommerciel strategi om indtjening på salg af medfølgende udstyr og redskaber. Der etableres nye idrætsfaciliteter og eksisterende tages i brug på nye måder. For mange af de nye motions- og idrætsaktiviteter, der har fundet vej til masserne, er det naturlige organisatoriske regi ikke foreningen, men derimod enten de selvorganiserede rum eller de kommercielle idrætstilbud, hvor idrætsaktiviteten bliver til et idrætsforbrug, og hvor forholdet mellem den idrætsaktive og fitnessleverandøren er et regulært køber- og sælgerforhold. Den aktive idrætsdeltager er i stigende grad blevet en idrætsforbruger.

Parallelt med den stigende kommercialisering er forbrugerfællesskaber blevet et centralt fænomen inden for idrætten. I disse fællesskaber finder de aktive sammen om bestemte mærkevarer og en bestemt livsstil, som knytter sociale relationer med andre idrætsaktive med samme præferencer. I forskellige sociale kredse findes der stærke meninger om, hvad der opfattes som 'det rigtige mærke' som social adgangsbillet. Ligeledes findes der stærke normer for, hvorledes den korrekte kropslige opførsel tager sig ud. Adgangen til sociale forbrugerfællesskaber går gennem erhvervelsen af bestemte mærkevarer og tilegnelse af samme sociale normer, som gruppen benytter sig af som identitetsgivende referenceramme. Sportstøj og sportsudstyr er på denne måde blevet til en iøjefaldende visualisering af forskellige sociale tilhørsforhold, og som sådan er industrisamfundets klassetilhørsforhold erstattet med både evnen til at forbruge

og forbrugsfællesskabernes på én gang socialt integrerende og ekskluderende mekanismer.³³¹

Forbrug af mærkevarer og idrætslige aktiviteter har udviklet sig til stærke socialt meningsgivende elementer, som forbinder gruppens individer til hinanden gennem mærkevarerlogoer, som i den sociale kontekst resulterer i tydelige interne sociale relationer og en stigmatisering af gruppen i forhold til omverdenen. Især i forskellige ungdomskulturer finder man, at koncentrationen af mærkevarer og bestemte fritidsinteresser knyttes til en identitetsgivende livsstil i form af skabelsen af en klar social profil med dertilhørende sproglige udtryk, vaner, kropsholdning og -udtryk, musiksmag og overbevisninger.³³²

Også fitnesskulturen rammer en identificerbar social gruppe med et forbrugerfællesskab, der rækker ud over selve fitnessaktiviteten. F.eks. findes der en hjemmeside på internettet for fitnessaktive singler, der søger en ligesindet kæreste.³³³

Dette vidner om, at der til fitness på lige fod med andre tilvalg af fritidsaktiviteter knyttes sig en række forestillinger og værdier om træningens iboende livsværdier og karakter. Fitness indeholder en lang række signaler om aktiv livsstil, kropsetetik, fysisk træning, energi og individualisme, som appellerer til en lang række mennesker, der søger bekræftelse i, at netop deres livsstil er den 'korrekte'. De stigmatiserende begreber 'fitnessdulle' og 'badejern', som er typiske stereotype betegnelser af fitness typer, der lever og ånder i fitnesskulturens univers, er også udtryk for, at der ligger en række forudindtagede meninger fra den omverden, der ikke føler sig tiltrukket af fitnessmiljøerne.

Kommercialismens udvikling fra det ekstreme til det folkelige

På det praktiske plan har den kommercielle fitnessindustri gennem de seneste 100 år overlevet på evnen til at 'genopfinde' sig selv gang på

gang i en evig kreativ destruktion.³³⁴

Fitnessindustrien er i sin natur tvunget til at genopfinde sig selv for at holde efterspørgslen ved lige og fitnessindustrien i gang. Alle i fitnessindustrien har interesse i og behov for den konstante udvikling. Den lever ved "*... bestandigt at rydde pladsen for nye produkter, nye behov, nye markeder, nye profiler*".³³⁵

Produktudvikling er dog ikke kun nyskabende, da man oplever gamle produkter lanceret som nye gang på gang. Man har set introduktionen af nye koncepter og træningssystemer, som gennem historien blev markedsført som forskellige variationer af 'den korrekte træningsform' for derved at kunne hæve sig over andre, og man har ikke mindst set en sand opblomstring af helt nye koncepter og produkter, som har fundet vej til middelklassens masseforbrugere. Styrketræning er ligeledes kommercialiseret og gået fra at være en aktivitet, som blev dyrket af en minoritet af bodybuildere til at være en let tilgængelig træningsform. De købedygtige masseforbrugere i middelklassen gør som befolkningsgruppe en afgørende forskel på, om en idrætsaktivitet i samfundet kan betragtes som ekstrem eller folkelig, som ejendommelig eller naturlig.

Masseforbrugeren er naturligvis også den langt mest interessante rent kommercielt, fordi det er her, de mange penge ligger. Forudsætningen for at sælge et produkt til denne forbruger er at gøre det så 'mainstream' som muligt. Derfor ser vi i fitnesshistorien, at de ekstreme kropsdyrkere i bodybuildingen bevidst blev frasorteret af de første kommercielle fitnesskoncepter i starten af 1980'erne, fordi bodybuildere med deres tilstedeværelse sendte signaler om, at fitness var en træningsform for de ekstremt muskuløse typer.

Denne strategi er i dag gældende for langt de fleste store kommercielle og sundhedsorienterede fitnesscentre, hvor der er lagt en øvre

grænse på håndvægtens vægt. Producenterne store kommercielle interesse i at markedsføre fitness som den naturlige træningsform for almindelige mennesker sætter således sine konkrete spor i historien med de første kommercielt gennemtænkte fitnesskoncepter.

Udviklingen i den historiske proces dækker over, at de kommercielle interesser langsomt, men stædigt, trænger ind på nye og større markeder, som til gengæld bestandigt underminerer de gamle. Fitnesshistorien har på mange fronter været én lang bevægelse fra det ekstreme og ejendommelige mod det folkelige og naturlige. Fra de muskelmænd, der kunne leve af at vise deres velproportionerede muskler frem, over bodybuildingens ekstreme kropssdyrkelse, til nutidens fitnessforbrugere med almen interesse for en sund livsstil.

Årsagen til, at der ikke længere findes fascinerende muskelmænd, som kan leve i kraft af deres ekspressive muskuløse udseende og deres råstyrke, er ganske simpelt den, at der ikke er noget unikt i at kunne fremvise en disciplineret krop med en æstetisk muskelmasse. Den æstetiske krop er ikke længere noget enestående og har derfor ingen kommerciel værdi som fascinerende indslag i diverse kommercielle underholdningsmiljøer. Samtidig er det vidensmonopol om træningsprincipper, som de første muskelmænd sad på fra midten af 1800-tallet, blevet udsat for en demokratisering. Alle kan uden de store anstrengelser opdrive viden om muskeltræningens 'hellige' metoder.

De progressive træningsprincipper fra styrketræningens historie er et eksempel på, at det, man oprindeligt betragtede som en kontroversiel og ny træningsform, langsomt bliver til den naturlige og logiske fremgangsmåde. Man er gået fra en historisk kamp på argumenter, viden, fascine-

rende muskelmænd og produktudvikling til en situation, hvor træningsmetoderne er blevet en accepteret og i dag blevet en helt naturlig del af fitnesskulturens logik.

” De kommercielle interesser trænger sig stædigt ind på nye og større markeder.

Ligeledes er den oprindelige konflikt om aerobicens spejlbeklædte lokaler og instruktørrollen med ryggen til deltagerne eksempler på, at datidens historiske kampe resulterer i en ny orden. Især i foreningsregi og gymnastikkens højskolebevægelse blev aerobic kritiseret for at være uforenelig med idrættens værdier og traditioner. I dag er aerobic en naturlig del af mange idrætshøjskolars program og indgår som en populær og central aktivitet i gymnastikforeninger landet over – en aktivitet, som kun de færreste sætter ideologisk spørgsmålstegn ved. Hvad der i fortiden var politiske og ideologiske kampe, træder i nutiden frem som selvfølgeligheder og logiske fremgangsmåder.

Såvel fascinationen af det æstetiske smukke som den beundringsværdige sportslige toppræstation indeholder kommercielle potentialer. De kommercielle potentialer består i at kunne sælge produkter, aktiviteter eller oplevelser, som den brede masseforbruger efterspørger og higer efter.

Inden for den kropsæstetiske tradition består det kommercielle potentiale i at udbyde produkter, som gør det kropsideal og udseende, som man stræber mod, muligt at erhverve.

Markedet lever så at sige af at sælge produkter, tjenesteydelser og service, som gør adgangen til et bestemt kropsideal mindre omkostningskrævende – både rent økonomisk, tidsmæssigt og mentalt. Dette grundlæggende effektivitetskrav i markedet resulterer i, at der rent historisk kan tales om en kortere og kortere vej

fra et givent udseende til det potentiel ønsket kropsideal. Markedet stræber således efter at skabe nye effektive produkter, der gør afstanden mellem det nuværende og det ønskede ideal så kort som mulig.

Blandt disse metoder og tilhørende praksisser findes selvsagt mange, som flertallet af befolkningen i dag stadigvæk finder unaturlige og ekstreme: Kosttilskud og doping, anoreksi og slanketure, skønhedsoperationer, kunstigt hår, bruncreme og solarium – listen bliver stadig længere. Mange produkter, der tidligere var helt nye, har fundet vej til masseforbrugeren som mere eller mindre naturlige hverdagsprodukter. Grænsen mellem naturligt og unaturligt bliver i kommercialismens og teknologiens navn endog særdeles svært at holde styr på:

“Grænserne mellem medicin, doping, luksusartikler og rusmidler er alligevel kunstige og sat af kulturen, så hvad er der egentlig galt i at anvende anabolske steroider for øget muskelmasse...?”³³⁶

Det er et grundlæggende mantra for hele den kommercielle filosofi at tilbyde genveje. Man finder genveje i stort set alle produkter – eller rettere sagt – produkter lanceres ofte som genveje via strategisk markedsføring. Markedsføringen af fitnessprodukter og -koncepter lanceres i forlængelse heraf oftest som midlet til at opnå noget andet. Charles Atlas’ succesfulde markedsføring af træningens effektfulde indflydelse på mandens succes hos det modsatte køn helt tilbage i tiden før 2. verdenskrig er et godt eksempel herpå. I de kommercielle træningsmagasiners univers lanceres kroppen som et statusgivende objekt med potentiale til at skabe personlig lykke og succes. Den grundlæggende filosofi i markedsføringen er således både at gøre hverdagen nemmere og livet lykkeligere med produktet i hånden. Fitnessstræning promoveres – i modsætning til mange mere traditionelle idrætsaktiviteter - sjældent som et produkt med en værdi i sig selv. Træning udgør

snarere et værktøj – et belejligt middel, der letter arbejdet hen mod det ønskede mål.

Den strategiske markedsføring af kropslig lykke og forfald

Fra et overordnet sociologisk samfundsspektiv er fitnesskulturens kommercielle succes udtryk for en vellykket markedsføringsstrategi, der baserer sig på strategisk markedsføring og spekulation i de væsentlige kvalitative forandringer af kroppens sociale placering i samfundet.

Markedsføringen af de kønsspecifikke kropsideal har gennem tiden medvirket til at konstruere befolkningens forestillinger om den fysiske krops optimale udseende. Menneskers ønsker om at fremstå på en attraktiv måde over for omverdenen er samtidig en indikation af, hvor stor en rolle kroppen spiller i sociale sammenhænge.

Forestillingerne om kroppens optimale udseende er både socialt konstruerede forestillinger og således et udtryk for en ikke-artikuleret kollektiv bevidsthed om ‘den attraktive krop’ versus den ‘ikke-attraktive,’ samt en konkret praksis, der viser sig i menneskers tale, handlinger og normer.

Idealforestillinger holdes i live, fordi samfundets individer refererer til dem. Dertil kommer den gruppe aktører, som har økonomiske interesser i både at holde efterspørgslen ved lige og markedsføre kroppens ideale udseende. I takt med kommercialismens fremmarch er gruppen af aktører med direkte eller indirekte kontakt til kroppens betydning som socialt statusgivende objekt blevet ganske omfattende. Blandt disse aktører findes i høj grad den kommercielle fitnessindustri, som på verdensplan i 2006 tæller over 82.000 centre. I de fem førende lande i branchen omsatte fitnessindustrien i 2006 for i alt ca. 165 mia. kroner.³³⁷

Fitnessindustrien i USA har både stor politisk og økonomisk magt.³³⁸ Vækstraten i de førende fitnessindustrier har gennem de seneste 10 år

været så stor, at den ikke alene kan begrundes i fitnessindustriens virksomme markedsføringsstrategier. Der er også tale om, at de samfundsdominerende diskurser smitter positivt af på fitnessindustrien, som har haft enorm økonomisk glæde af de stærke samfundskonstruerede kropsidealer.

Sammenhængen mellem den smukke krop og det lykkelige liv bliver automatisk reproduceret af samfundets individer og kunstigt reproduceret af medier og reklamer. Forestillingen om, at smukke mennesker har gode liv, står som et usvækket og effektivt mantra for fitnessindustriens kommercielle succes.

På den anden side har det ofte vist sig lige så effektivt at spekulere i markedsføring, som sætter fokus på de ulemper, der er ved ikke at have retten til eller muligheden for at forbruge produktet. Ved denne form for markedsføring kan efterspørgsel på produktet ligeledes opretholdes eller øges.

Et centralt element heri er, at samtidig med, at kroppens udseende, holdning og udtryk er blevet statusgivende symbolbærer, må man konstatere, at det samfundsskabte kropsideal har ændret sig gennem historien.

I modsætning til tidligere tider, da en moderat overvægt symboliserede økonomisk velstand og overskud, er det modsatte tilfældet i vore dage, idet "... *overvægten og den udisciplinerede krop er et underklassefænomen*".³³⁹ Sammenhængen mellem social status og kroppens udseende bliver konsekvent fremhævet i massemediernes forherligelse af smukke mennesker og deres ukuelige vindermentalitet.

Forestillingerne reproduceres i reklamernes markedsføring for diverse produkter, og kroppens udseende er på den måde blevet en indikator på, hvor lykkeligt et menneske man er:

*"I stadig stærkere grad er kroppens størrelse og form blevet et signal om personlig, intern orden (eller uorden) – et symbol på individets emotionelle, moralske eller psykiske tilstand".*³⁴⁰

Dette sætter sig også igennem på helt konkrete og praktisk planer. Når det fra offentlige myndigheder tørt konstateres, at "... *svær overvægt findes i alle befolkningsgrupper og især blandt de kortest uddannede, laveste indkomster og ufag-*

” Forestillingen om, at smukke mennesker har gode liv, står som et usvækket og effektivt mantra for fitnessindustriens kommercielle succes.

lærte...” får kroppen materiel karakter. Den overvægtige krop bliver i dette perspektiv lig med manglende social status.

På det objektive plan finder man, at svært overvægtige mennesker lever et kortere liv, har flere sygedage og heraf også sværere ved at få fodfæste på arbejdsmarkedet. Heraf opstår forestillingerne om, at sunde og smukke mennesker lever lykkelige liv – til glæde for fitnessindustrien og dens underskov af producenter og leverandører.

I et historisk vue over idealkroppen er det påfaldende, at kroppens udseende indgår som element i en bevidst individualisering og socialisering. Individet stræber på samme tid både efter at skille sig ud fra mængden og på samme tid efter at gøre opmærksom på sit sociale tilhørsforhold og et socialt medlemskab.³⁴¹ Det centrale kommercielle element i den kropshistoriske socialiseringsproces er, at kroppens ideelle fysik og udseende langsomt bliver til en kommerciel vare, der kan købes.

Igennem historien er en af de tydeligste kropsfænomenologiske kvalitative forandringer, at kroppen ikke blot er noget, man får tildelt fra fødslen. Kroppens fysiske udtryk bliver i kommercialiseringens billede til et objekt, man

kan vælge til og fra; til en potentiel mulighed, der kan erhverves via penge. Den smukke krop er i kommerciel forstand blevet til et individuelt tilvalg og til et spørgsmål om personlig forbrugsevne. Fraværet af en smuk og disciplineret krop bliver fortolket som fravær af personlig karakter og viljestyrke.

Denne individualisering af ansvar sætter sine diskursive aftryk på en række afgørende områder. For det første er det tydeligt, at ansvaret for den personlige sundhed og udseende gennem historien er blevet individualiseret. Når et alternativt kropsudtryk kan erhverves gennem køb af diverse produkter og ydelser, og kroppens udseende samtidig er blevet til et spørgsmål om valg, bliver det langt mere acceptabelt at pålægge individet et personligt ansvar. Det bliver et personligt ansvar at leve op til forskrifterne og efterleve de retningslinjer, som skal til for at kunne leve op til kropsidealerne. Om det så sker gennem slankepiller, helseprodukter, omfattende kosmetiske operationer eller muskelopbyggende fitnessstræningen synes i princippet at være underordnet.

For at blive fri for den personlige skyld, som manglen på handling indebærer, er det vigtigt blot at gøre noget. Sammenhængen mellem den sunde livsstil, den smukke krop og det lykkelige liv bliver selvsagt kunstigt overdrevet i kommercielle sammenhænge. I fitnesskulturen er der således ofte tale om en 'se-ud-som-sundhed', hvor det at se sund ud ofte bliver oversat til at være sund i klinisk fysiologisk forstand. De kropsidealer, vi kender fra reklamernes evige strøm, er dog sjældent sunde. Men sammenhængen mellem den personlige lykke, godt udseende og sundhed bliver både reproduceret i menneskers praksis, i de offentlige myndigheders oplysningskampagner og ikke mindst hos de private aktører, som har økonomisk interesse i at forstærke den.

Samtidig findes der mange eksempler på, at markedet i praksis lever af de ulykker, det selv

skaber. Den primære årsag er, at mange mennesker ikke kan håndtere den frihed og det ansvar, som de er blevet tildelt i senmodernitetens helige navn: Overforbrug, nedslidning, stress, dårlig samvittighed, ensomhed og skader, som skal udbedres, og fejl, der skal rettes. Et synligt eksempel på den manglende kontrol over den fristende frihed, som markedet stiller til rådighed, er den vestlige verdens fedmeepidemi, som i disse tider truer som en af samfundets største udfordringer:

“Svær overvægt vil blive et endnu større menneskeligt og samfundsmæssigt problem, hvis det ikke lykkes at vende udviklingen”.³⁴²

'Epidemien' skaber først og fremmest stor efterspørgsel på politiske initiativer og en konkret aktiv indsats hér og nu. I det lange perspektiv skaber denne epidemi behov for såvel et effektivt sygehusvæsen som en klar strategi for en sundhedsforebyggende fysisk træning for de heldige, der ikke allerede er 'smittet' med fedmesygen. Fitnessindustrien står klar med en stor del af løsningerne. Markedet lever af at skabe og løse problemer.

Træningsmotive og fitnessindustriens modstridende logikker

Som jeg har været inde på, skyldes den kommercielle fitnesssektors succes i de vestlige samfund en øget kropslig interesse, hvilket indirekte er afledt af det vestlige videnssamfunds stillesiddende arbejde, som har gjort den kontorfuldmægtiges slappe krop til et normalt fænomen. I opposition til denne står den veltrænede og disciplinerede krop som et eftertragtet ideal, der med kroppens blotte udseende og styrke tildeles en mere nuanceret betydning end den, der alene er funktionel. Der er gået status i at dyrke kroppens udseende.

Hvor idræt før i tiden var en fritidsaktivitet, der havde en værdi i sig selv, er motiverne til at dyrke idræt og motion i den senmoderne

fortolkningsramme blevet til et uigennemsigtigt net af motiver, der ligger uden for aktiviteten selv.

Ildrættens motiver rummer både interne og eksterne motiver: Sundhed, rekreation, forebyggelse, leg, konkurrence, hobby, fællesskab, individualisme, identitet og livsstil. Den lange række af forskellige motiver til idrætsdeltagelse overlapper hinanden og lader sig ikke let adskille for den aktive idrætsudøver, som ofte motiveres af de overlappende logikker på samme tid. Selvom de mange kunder har forskellige motiver og tanker om træningsformerne, som kan være svære at skelne fra hinanden, kan der dog overordnet identificeres tre hovedmotiver inden for fitnessindustrien: Æstetik, sundhed og rekreation.

På trods af, at de tre motiver overlapper hinanden som individets primære motivationsfaktorer, imødekommes de alle af de moderne, kommercielle og multifunktionelle fitnesscentre, som både tilbyder aktivitets- og træningslokaler og helse- og wellnessrum, hvor kundens forskellige ønsker kan imødekommes.

Når kategoriseringen af menneskers mange forskellige motiver til at dyrke fitness sammenfattende skal koges ned til et overskueligt antal, kan der med fordel udskilles tre dominerende strømninger, som hver indeholder en logik og en unik forståelse og tilgang til fitness som idrætsaktivitet:³⁴³

1. Fitness for stræben efter et bestemt kroppsideal (det æstetiske motiv)
2. Fitness for sundhedens skyld (det sundhedsorienterede motiv)
3. Fitness for velværens skyld (det rekreative motiv)

Forholdet mellem de tre motiver synes umiddelbart indbyrdes modstridende, fordi de akti-

verer vidt forskellige målsætninger og ønsker til træningens mening og resultat. Dette er også tydeligt gennem fitnesshistorien, som i høj grad kan læses som en evig diskursiv kamp mellem de forskellige motivationsfaktorer. For eksempel i debatter om, hvorvidt nye træningskoncepter lanceres for sundhedens eller for et bestemt æstetisk udseendes skyld.

Sidstnævnte medfører ofte den direkte usunde 'se-ud-som-sundhed' med en kombination af overtræning, solarieforbrug og krævende diæter – eventuelt suppleret med præstationsfremmende midler såsom anabole steroider. Mikset af nutidens solariebrune muskelbundter og de pensionerede livsnydere under det samme tag er et godt eksempel på, hvor bredt sammensat og stor et typisk større fitnesscenters kundemasse er.

Selvom det således står klart, at der eksisterer en række modstridende logikker i individets motiver til fitnessstræningen, skal det påpeges, at der også eksisterer en indre strukturel sammenhæng imellem dem; nemlig den store signalværdi, som den aktive sender til sine primære sociale fællesskaber med sin fitnessstræning. Træningen er et signal om personlig ansvarlighed, bevidsthed og evnen til at fokusere. Dette uanset om træningen i fysiologisk klinisk forstand er sund.

Dertil kommer, at den kommercielle markedslogik altid søger at sælge produkter, som den enkelte kunde efterspørger. Fitnessindustriens kommercielle natur vil altid stræbe efter at levere den vare, som kunden måtte efterspørge. Fitness-sektorens forsøg på at gøre fitnessstræning til den almindelige kommercielle idrætsaktivitet for alle danskere er åbenlys, og der udvikles således produkter, der kan imødekomme den enkelte kundes ønsker. Kunder deles op i segmenter, og produkter markedsføres målrettet mod deres unikke brugerprofil. Derved bliver kundernes efterspørgsel på et strukturelt niveau altid mødt med et 'standardiseret' svar:

Hvis kunden ønsker at præstere og konkurrere, er fitnessstræning med tunge vægte eller et konkurrencehold i aerobic svaret. Hvis kunden ønsker at opnå en øget sundhed, kan konditionstræning på løbebåndet eller spinningholdet være svaret. Hvis kunden ønsker at slappe af og nyde livet, er wellnessafdelinger med solarium svaret.

Markedslogikken er klar. Kunden efterspørger, og producenten leverer varen. Det er denne fleksible tilgang og de talrige træningsformer i kombination med kundernes efterspørgsel, som har gjort en kommercialisering af træningen mulig.

Mellem lyst og pligt - fitness som instrumental idrætsaktivitet

Markedets fritidstilbud er gennem historien eksploderet med talrige muligheder for at bruge fritiden. Samtidig oplever det senmoderne erhvervsaktive menneske et tidspres, som i høj grad gør fritiden til et knapt gode. Knappe goder påtvinger individet rationelle overvejelser om fritidens anvendelse. Dette resulterer i en mere instrumentel udnyttelse af fritiden, som man gerne vil have 'noget ud af'. Den brugte tid skal gerne have et konkret resultat og et output. Tilgangen til fritidens aktiviteter er i denne forståelse blevet mere målrettet, og tidsforbrug uden et formål er blevet lig med dårlig anvendelse af tidens knappe ressource.

Hvor den kommunale idrætspolitik typisk baserer sig på opførelse af faciliteter og støtte til aktiviteter, og det statslige støttekoncept primært baserer sig på driftsstøtte til idrætsorganisationerne, har det private marked evnet at imødekomme det krævende senmoderne individs ønske om en mere effektiv udnyttelse af tid ved at skræddersy produkter til idrætsforbrugers individuelle og unikke profil.

Fitnessindustriens kernekompetence ligger i at kunne indfri individets krav til træningens

resultater. Den instrumentelle tilgang til fritiden ses konkret i, at der betales for en ydelse, som gør den fitnessaktive bevidst om, at fitnessstræningen skal have en række 'positive' resultater.

Kunden har derfor ofte en klar forventning om, at resultaterne bliver indfriet inden for en bestemt

” Det er i sidste ende fitnessindustriens eksistensberettigelse at kunne opfylde den enkelte kundes forventninger.

periode. Det er i sidste ende fitnessindustriens eksistensberettigelse at kunne opfylde den enkelte kundes forventninger til træningens output. Her har den danske fitnessindustri endnu meget at lære, da dens store vækst i de seneste år primært er baseret på nye kunders indmeldelse³⁴⁴. Sektoren taber stadig store dele af kundemassen, når fitnessabonnementet skal fornyes.³⁴⁵

Det er i høj grad selve aktivitetens udformning og praksis, der er bestemmende for, om en breddeidræt har et kommercielt potentiale eller ej. Selvom der er undtagelser, er der en vis sammenhæng mellem, hvor krævende en idrætsaktivitet er at organisere og det kommercielle potentiale, den rummer: Jo færre ressourcer idrætsorganiseringen kræver, des større synes det kommercielle potentiale at være:

*“Mens håndbold næsten udelukkende spilles i idrætsforeninger (+ firmaidrætten), er det kun halvdelen af fodboldspillere, der dyrker deres idræt i en forening (...) mens aerobic og fitnessstræning meget lettere kan organiseres professionelt og kommercielt, fordi organiseringen af aktiviteten ikke kræver ret meget arbejdskraft”.*³⁴⁶

Der er dog mange overlap og undtagelser inden for denne generelle tommelfingerregel,³⁴⁷ men tendensen er klar: Hvis spørgsmålet om idrætsaktivitetens organisering kan flyttes helt ned på det individuelle plan og gøres til et spørgs-

mål om, hvorvidt den enkelte er i stand til at motivere sig selv, er det økonomiske potentiale høj grad til stede. I dette perspektiv er det indlysende, at det er de individuelle træningsformer, som er de første, der kommercialiseres og udbydes i privat regi med forretning for øje.

En anden historisk forskel på det kommercielle og de foreningsprægede idræt viser sig i selve aktivitetens udformning og motiv. I dette perspektiv repræsenterer fitness en kvalitativ forandring i befolkningens fritidsforbrug, hvor man går fra et lystpræget til et nyttebetonet idrætsforbrug. Gennem historien har de frivillige idrætsforeninger først og fremmest taget sig af de lystbetonede og socialt orienterede idrætsaktiviteter, mens det private marked har stået for udbudet af de individuelle målrettede og instrumentelle træningsformer med en klar opdeling mellem instruktør og deltager.

Umiddelbart skulle man synes, at det største kommercielle potentiale ellers skulle findes inden for de idrætsaktiviteter, der er præget af den umiddelbare lyst, og hvor legen, drifterne og den naturlige interesse trives. Det spændende fænomen inden for den kommercielle idræt er imidlertid, at det forholder sig stik modsat. Det er yderst interessant at iagttage, hvordan den målrettede og instrumentelle fitnessstræning har formået at sælge sig selv med så stor succes, som det er tilfældet.

Hvor de traditionelle idrætsgrene historisk set er domineret af frivillighed og en idrætslig glæde ved selve aktiviteten, mens den finder sted, er fitnessaktiviteten for mange i dag et spørgsmål om disciplin og motivation. Dette sker ved at fokusere på det, der opnås, efter at aktiviteten har fundet sted:

“... De fleste vil finde, at drivkraften til at gennemføre er den rare fornemmelse – bagefter, når det er overstået. Fornemmelsen af at have gjort det nødvendige for at holde kroppen i form. Nyt-

tebetonet og nyttebegrundet virksomhed for at holde ‘apparatet’ ved lige.”³⁴⁸

Aktiviteten kommer derved til at minde mere om et arbejde, hvor den umiddelbare glæde ved aktiviteten bliver erstattet med spørgsmålet om personlig motivationsevne og træningsdisciplin.³⁴⁹

Man kan stille det op som en slags ligning og påstå, at *“Hvis processen er vigtigere end resultater, leger man. Hvis resultater er vigtigere end processen, arbejder man.”³⁵⁰* Dette betyder dog ikke, at man ikke kan have det sjovt under sin fitnessstræning, men det *“... spiller bare i situationen en underordnet rolle.”³⁵¹* Der er dog mange gråzoner i denne diskussion. For eksempel er svømning i ikke-kommercielle faciliteter en udpræget motionsaktivitet for mange, der på lige linje med fitnessaktiviteter ønsker et konkret udbytte. Samtidig har man med wellnessindustriens indtog i fitnesscentre set, at man nu også tilbyder produkter, hvor nydelse og velvære er i centrum.

Udgangspunktet for den almindelige fitnesskunde er dog stadig, at man gerne vil have noget ud af træningen - et produkt, som oftest er ensbetydende med et synligt resultat på vægten og kroppen, hvad enten dette handler om større muskelmasse, en fastere krop eller et konkret vægttab. Det målrettede motiv spiller således en relativt større rolle i sammenligning med foreningsidrættens mere umiddelbare aktivitetsglæde.

For at forklare dette umiddelbare paradoks i, at det er lykkedes at sælge en idrætsaktivitet, der ikke er drevet af umiddelbar glæde og lyst, kan der peges på de utallige sundhedskampagner og en samfundsmæssig diskurs, der påtvinger individet en dårlig samvittighed.³⁵²

Inden for idrættens traditionelle rammer finder man også andre og mere negativt prægede holdninger om fitnesskulturen; holdninger som finder, at den store kropsdyrkelse i fitnesskultu-

ren er udtryk for en usmagelig selvdyrkelse og udtryk for samfundets absurde individualisme. En træner udtrykte det allerede i 1984 således:

*“For en sportstræner som mig, der er vant til at have med holdsport at gøre, er der også noget lidt usympatisk i den selvførelse, narcissisme, der ligger i motionsrummene med alle deres spejle. Det er lidt uhyggeligt at se alle disse mennesker stå fortabt i deres eget spejlbillede og vurdere deres kroppe i forhold til sidemandens.”*³⁵³

Også den tidligere bodybuilder Sven-Ole Thorsen oplyste i et tv-program tidligt i 1975, at den intense dyrkning af kroppen havde direkte

indflydelse på ens personlighed. I en retorisk vending udtalte han: *“Om man bliver selvoptaget og egoistisk af at beskæftige sig med sig selv i så mange timer om dagen? Jo, det gør man uden tvivl.”*³⁵⁴

“ Det er lidt uhyggeligt at se alle disse mennesker stå fortabt i deres eget spejlbillede.

Jens Hansen, 1984

Denne forklaring synes dog ikke at være fuldt dækkende. En væsentlig og mere jordnær forklaring ligger i, at man i den instrumentelle træning



Fitness kan være et hårdt arbejde. Scanpix/Per Morten Abrahamsen.

gennem tiden har formået at pakke de ofte monotone træningsøvelser ind i alle mulige underholdende teknologiske foranstaltninger, som skal få kunden til at blive på løbebåndet.

I starten tilføjede man digitaluret, senere musik og derefter pulsmåleren. Så kom fjernsynsskærmene ind i centrene, maskinerne fik kalorietællere og nu kommer også den fiktive løbebane, hvor man kan følge sig selv på den 400 meter lange rundtur. På de nyeste romaskiner kan man følge sin båd gennem vandet på en lille skærm – eventuelt i kapløb mod computerens programmerede version. På spinningcyklen kan man foruden de sveddråber, der hurtigt drypper fra kroppen, følge træningens intensitet på en måleenhed. På en af de førende fitnessproducenters styrketræningsmaskiner er monteret en let aflæselig digital måleenhed, der viser repetitionernes output i samme øjeblik, som bevægelsen udføres.

Kundens motivation fastholdes således ved at man hele tiden kan aflæse den nytte, som den igangværende træningsaktivitet giver. Dette er målrettet instrumental træning i praksis. Resultatet af anstrengelserne indtræffer rent mentalt i samme stund, som aktiviteten udføres.

Fitnessindustriens placering i en oplevelsesøkonomi

Fitness-sektorens evner til at genopfinde sig selv og vedligeholde efterspørgslen gennem nye træningskoncepter og fitnessaktiviteter har gennem historien vist sig at være imponerende gode. Så snart markedet syntes at være mættet ved de igangværende træningsformer, er der blevet introduceret nye træningskoncepter og -produkter, som medfører nye trends og et mersalg af medlemsabonnementer, træningstøj, redskaber og udstyr.

En forudsætning for at forstå fitness-sektorens nutidige økonomiske succes er at få indblik i de

særlige konkurrencevilkår, som fitness-sektorens forskellige udbydere er underlagt i den særlige økonomiske konkurrencesituation, som populært kaldes for oplevelsesøkonomien.³⁵⁵

Oplevelsesøkonomien er først og fremmest en karakteristik af den specielle konkurrencesituation, som markedesøkonomien har udviklet sig til siden industrisamfundets fremmarch, hvor pris og kvalitet var de primære konkurrenceparametre. Hovedpointen med oplevelsesøkonomiens konkurrencesituation er, at produktets pris og kvalitet i dag er blevet til én blandt en lang række andre konkurrenceparametre:

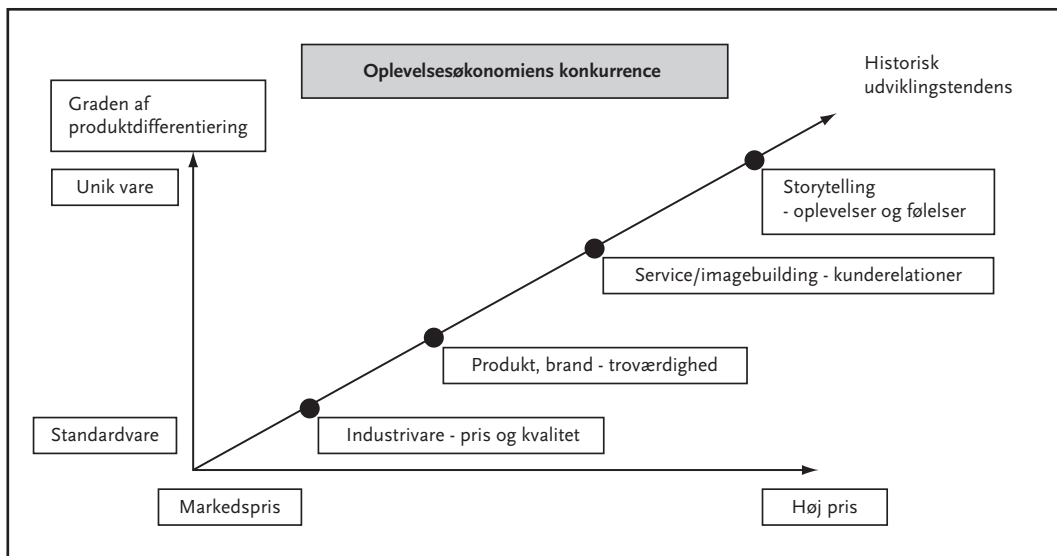
“Det særlige ved oplevelsesøkonomien er (...), at der ikke kun skal produceres varer. For virksomheder handler det nemlig i høj grad om at skabe og integrere drama, pirring, overraskelse, fornyelse, image og identifikation i produkterne. Der skal kort sagt vækkes følelser hos forbrugeren.”³⁵⁶

I oplevelsesøkonomien forsøger producenter derved at tillægge deres produkt en række positive signaler og værdier, som rækker ud over produktets funktionelle brugsværdi.

De fleste virksomheder konkurrerer i dag på markeder, der er langt mere komplicerede end før i tiden. Producentens første svar herpå er at differentiere sit produkt fra konkurrenternes for at opnå en mere fordelagtig konkurrencesituation. På denne måde kan producenten i højere grad agere som en monopolist på markedet med en merindtægt til følge. I oplevelsesøkonomien bliver konkurrencen mellem standardvarer erstattet af unikke varer, der med hver deres markedsføring og design sender forskellige signaler. I nedenstående figur er de forskellige konkurrencesituationer skitseret.

Producenterne på forskellige markeder er underlagt en række forskellige konkurrenceparametre. Des mere komplekse disse parametre bliver, des tættere er vi på oplevelsesøkonomiens konkurrencesituation (øverste højre hjørne).

Figur 1. Konkurrencesituationernes udvikling



Figuren skal læses fra venstre til højre, hvor venstre side af figuren er den simple konkurrencesituation, og højre side er den komplekse konkurrencesituation i oplevelsesøkonomien, hvor image og brand opbygges omkring et produkt, og en højere pris opnås. Modellen er tegnet ud fra økonomiske teorier om oplevelsesøkonomi.

Figuren fortæller i dette perspektiv om de forskellige kompetencer, som virksomheder skal besidde for at kunne begå sig succesfuldt i markedsøkonomiens forskellige konkurrencesituationer.

I den simple konkurrencesituation er der tale om en række industrialiserede standardvarer, hvor konkurrencen går ud på at fremstille varen så effektivt og billigt som muligt. Her er de løbende driftsudgifter helt centrale, da de afgør, om der kan opnås et overskud ved salg af produktet til markedsprisen.

Derfra går modellen videre til en mere realistisk konkurrencesituation, hvor producenter konkurrerer om at opbygge et troværdigt produkt gennem markedsføring og opbyggelsen af et leveringsdygtigt distributionsapparat. Det troværdige produkt opbygger forholdet mellem produktet og kunden, som er baseret på, at kunden ved, hvad han/hun får for pengene. Her spiller forbrugernes erfaringer med produktet selvsagt en altafgørende rolle for producentens omdømme og kommercielle succes. Et troværdigt produkt

er i denne sammenhæng ensbetydende med et produkt, som forbrugeren opbygger tillid til gennem erfaringsdannelse. Derved er der større chancer for, at forbrugeren vender tilbage.

Derfra til en konkurrencesituation, som vi ser i dag inden for en række brancher, hvor produktet suppleres med en mere eller mindre omfattende serviceindpakning, som rettes ind efter den enkelte kundes personlig præferencer. Service bliver således til et altafgørende konkurrenceparameter i sig selv.

Derfra går tendensen til en ny situation, hvor der satses på værdiladet markedsføring gennem positive symboler, som kan medvirke til at opbygge en social og følelsesmæssig tilknytning mellem kunden og forbruget af produktet. Elementet af en mulig overraskelse via automatisk deltagelse i en konkurrence er i denne konkurrencesituation et hyppigt fænomen.

Afslutningsvis bevæger vi os over i oplevelsesøkonomiens storytelling, som vel at mærke base-

rer sig på alle de forrige konkurrencesituationer, men som derfor er kendetegnet ved, at producenterne forsøger at fortælle en positiv historie, hvor selve produktet spiller en mindre fremtrædende rolle. Produktet finder sin sekundære plads i 'historien', som sjældent siger noget om produktets egentlige nytte eller funktion. Historien søger ved den positive historie at knytte forbrugeren til produktet gennem det følelsesmæssige udtryk, fordi den får forbrugeren til

"...at identificere sig med virksomheden eller produktet og de værdier, historien tillægger virksomheden eller produktet. Storytelling kan således skabe en merværdi og dermed et element af oplevelse. Storytelling og branding er med til at bringe en vare frem og få forbrugeren til at identificere sig med det image, den giver. Storytelling er således et strategisk værktøj, der kan bruges til at forsøge at give en vare eller en ydelse et ekstra element, som gør forbrugeren mere venlig stemt over for produktet".³⁵⁷

Forbruget af produktet medvirker til at give kunden en oplevelse og i en række tilfælde også social status, fordi produktet forbindes med positive associationer. De store multinationale virksomheder benytter sig af denne oplevelsesdimension i forsøget på at forbedre deres image, således at produktet og forbruget heraf bliver en mere nuanceret og positiv karakter. En række objektivt set ret usunde fødevarerprodukter som Coca-Cola og McDonald's har således succes med at sponsorere store sportsbegivenheder, som typisk indeholder overordnede positive budskaber og signaler om fysisk aktivitet, sammenhold, oplevelse, glæde og fællesskab.³⁵⁸

Det skal dog understreges, at dette oplevelsesforhold spiller en meget forskellig rolle inden for forskellige produktgrupper. Selvom konkurrenceformen fra oplevelsesøkonomien i dag primært ses på immaterielle produktmarkeder, fremhæves salget af kildevand på designerflasker

ofte som et eksempel på oplevelsesøkonomiens mekanismer.

Her har vi netop den situation, at et produkt, der er nemt tilgængeligt, eksempelvis vand fra hanen, sælges på en lækker flaske til en merpris, der er flere hundrede procent højere end vandet fra hanen. Designervand sælges ikke på indholdet, men på indpakningen.

Dette eksempel kan i nogen grad overføres til det danske fitnessmarked med tilstedeværelsen af

Designervand sælges ikke på indholdet, men på indpakningen.

lavprisudbydere som eksempelvis 'Fitness World', som på fire år har fået omkring 30.000 kunder i 12 centre i København. Selve grundydelsen er i denne kæde langt lavere end i de dominerende kæder fitness dk, SATS og Equinox. Forskellen på den månedlige betaling kan, alt afhængigt af abonnementstype, svinge med op til 300 - 500 kroner. Hertil vil udbyderen af de dyre løsninger selvsagt indvende, at de to typer af fitnesscentre ikke kan sammenlignes – de adskiller sig indholdsmæssigt fra hinanden og henvender sig ikke til de samme målgrupper.

Der er selvsagt en kvalitetsforskel på de to produkter i den forstand, at designet og serviceniveauet alt andet lige er højere i de dyre kæder end i lavpriscentrene. Disse centre er ikke bemandede med fitnesspersonale, der kan hjælpe udøverne eller svare på spørgsmål om træningsmetoder, men kerneydelsen – den fysiske målrettede instrumentelle fitnessstræning – finder ganske ofte sted på fitnessmaskiner af samme mærke. Merprisen til de dyrere udbydere går således typisk til producentoverskud, løn til instruktører og servicepersonale samt en merudgift på driften forårsaget af servicetilbudenes meromkostning.³⁵⁹

Oplevelsesøkonomien knytter sig også til de markeder, som er kendetegnet ved, at kunderne ikke har tilstrækkelig information om deres egne behov. Årsagen er oftest, at kunden ikke når at opbygge en tilstrækkelig erfaring med produktet, fordi udvekslingen sker få gange i løbet af kundens liv, eller at produktet ikke er fysisk, hvor det således er meget svært at bestemme et mætningspunkt, hvor udbud og efterspørgsel mødes i en 'korrekt' markedspris – i merkantile termer dér, hvor 'equilibrium' eksisterer.³⁶⁰ Derfor opleves den harmoniske tilstand mellem kundens efterspørgsel og producentens udbud ikke på samme konkrete måde som ved et mere simpelt kundeforhold.

Hvor der på traditionelle markeder eksisterer en naturlig grænse for, hvor meget, der kan forbruges,³⁶¹ er det langt sværere



Eksempel på hvorledes fitnesskæders reklamer spiller på den hurtige ændring af livet via kropsforandring.

at finde den naturlige grænse for, hvor 'sund' eller 'fit,' man bør være. Her er det ikke nemt at prisfastsætte produktets kvalitative karakter, og her kan markedet stimulere eller skabe en række behov, som forbrugeren ikke vidste, at han/hun havde. Markedets evner til at opfange, efterkomme og ikke mindst skabe kundernes efterspørgsel har været formidabel – og hvis ikke efterspørgslen er der, må den skabes. Eller som Form & Figurs banebrydende direktør, Tage Nielsen, sagde det allerede i 1984:

” Det behov, som folk ikke allerede selv føler, må vi prøve at skabe.

Fitnessdirektør Tage Nielsen, 1984

“Det behov, som folk ikke allerede selv føler, må vi prøve at skabe med mere avancerede helsestudier.”³⁶²

Når markedsprisen er svær at bestemme på grund af den asymmetriske information mellem udbyderen og kunden, kan udbyderne som regel opnå en økonomisk fordel. Producenten får gennem den daglige interaktion opbygget en ekspertise i at begå sig i salgsteknikker, mens den enkelte kunde ofte møder op som nybegynder.

For det andet bliver prisdannelsen på disse markeder ofte til et spørgsmål om at kunne markedsføre sit produkt i oplevelsesøkonomiens konkurrencesituation. Her handler prisdannelse om oplevelsesøkonomiens konkurrenceparametre og således ikke om udbud og efterspørgsel i traditionel teoretisk forstand.

For det tredje kan producenten skabe forestillinger hos forbrugeren om, at behovet for produktet og ydelsen er større, end det i virkeligheden er. Producenten kan til en vis grænse skabe en efterspørgsel hos kunden ved at spille strategisk på den manglende viden hos forbrugeren. Dette viser sig normalt i producentens direkte økonomiske interesse i at udstille de ulemper,

der ligger i ikke at købe produktet eller ved at sælge produktet til en kunde, der i princippet ikke har behov for det.³⁶³ Udgangspunktet er, at fitness er godt, men mere fitness er bedre. Et af de mest populære mersalgspåbud i fitness-sektoren er forsøg på at sælge personlige instruktørtimer til en langt højere pris end den almindelige fitnessstræning.

Overfor potentielle kunder kan fitnessproducenten også søge at spille strategisk på de helbredsmæssige risici og konsekvenser, der ligger i ikke at dyrke fitness. Her gør fitnessindustriens eksempelvis flittigt brug af før-og-efter billeder

– både i ren konkret betydning med kropsbilleder i reklamer og i overført betydning. For at mane de velkendte billeder frem på den potentielle kundes nethinder gjorde den nu opkøbte fitnesskæde Hard Work Studio et stort nummer ud af at markedsføre sig via et budskab, som var hentet i Charles Atlas' univers (se kapitel 1). Det lød:

“Giv os tre måneder og vi giver dig et nyt liv”. Dette slogan har Hard Works nye ejer, fitness dk, netop taget op igen – nu blot med 40 dage, som den snævre tidsramme, før det nye lykkelige liv indtræffer.

Hvad mon det næste bud bliver?

Litteratur

Herunder er den litteratur, der er blevet anvendt, opført i kategorierne 'bøger og artikler', 'artikler og tekster fra internettet' og 'internetlinks'.

Bøger og artikler

Andersen, Gorm Bagger (1996): *Samfundsvidenskabeligt minilex*, 1. oplag, Nordisk Forlag.

Andersen, Nina Vinter (2006):... og min rygsøjle skal udstilles på Anatomisk Institut, Ud & Se, januar, side 20 – 28.

Andreasen, Mads, Terje Nordberg og Janne Risberg Nielsen (2003): *Politikens fitnessbog*, Politikens Forlag A/S.

Albrechtsen, Jørgen (1981): *Nautilus – den perfekte træningsform. Komplet og suveræn træning af hele kroppen til alle formål*, Chr. Steinbach's Boghandel, København.

Bach, A. R. (2005): *Mænd og muskler – en bog om styrketræning og anabole steroider*, Tiderne Skifter.

Bauman, Zygmunt (2005): *Forspildte liv – moderniteten og dens udstødte*, Hans Reitzels Forlag.

Bauman, Zygmunt (2002): *Arbejde, forbrugerisme og de nye fattige*, Hans Reitzels Forlag.

Bonde, Hans (1991): *Mandighed og sport*, Odense Universitetsforlag.

Bistrup, Annelise (1991): *Fitness-kongen taber pusten*, Berlingske Tidende 23. juni.

Bonde, Hans (2003): *Degeneration – Den sunde krop som symbol i De moderne Olympiske Lege – Værdier, mål, realiteter*, Idrættshistorisk Årbog 2003.

Bonde, Hans (2005): *Olympiske dimensioner, Vitalisme og virilisme i dansk kunst og idræt 1900 – 1945*, Tidsskriftet Kritik nr. 173.

Bonde, Kim (2005): *Løn udbetalt som motion: Gratis arbejde*, i Jyllands-Posten 30. december 2005, Erhverv og Økonomi, side 4.

Bordo, Susan (1993): *Unbearable Weight, Feminism, Western Culture and the body*, Berkeley, University of California Press.

Bøje, Claus (1989): *Kultur, krop og sundhed – sociale og politiske betragtninger*, side 940 i: Månedsskrift for praktiserende lægegerning – tidsskrift for praktiserende lægers efteruddannelse, temanummer: *Fysisk aktivitet og sundhed*, 67. Årgang, december.

Broby-Johansen, R. (2000): *Krop og klær – Klædedragtens kunsthistorie*, 4. udgave 1. oplag, Gyldendal.

Bukdahl, Else Marie (2004): *Kunstakademiets dannelsesbegreb. Inspiration fra billedkunstens og bøgernes verden*, artikel i: Marit Ramsing (red.): *Med Kærlig Hilsen – Kunstakademiets 250 års jubilæum*, Narayana Press.

Bøje, Claus og Henning Eichberg (1994): *Idrættens tredje vej – om idrætten i kulturpolitikken*, forlaget KLIM, nordisk kultur institut.

Bøje, Claus (1997): *Fra sportsbassin til superbassin – bemærkninger til en udvikling i vandkulturen*, Lokale- og Anlægsfonden.

Chapman, David L (1994): *Sandow the Magnificent - the beginnings of bodybuilding*, University of Illinois Press – Urbana and Chicago.

Eichberg, Henning (1988): *Det løbende samfund, Idrætssociologi ud fra kroppen*, Forlaget Bavnepanke.

Eichberg, Henning (2005): *Friluftsliv under historisk forandring – bevægelser i modsætninger*, artikel i: Søren Andkjær (red.): *Friluftsliv under forandring – en antologi om fremtidens friluftsliv*, Gerlev, Bavnepanke.

Eichberg, Henning og Bo Vestergaard Madsen (2006): *Idræt som fest – bogen om landsstævnet, bevægelsesstudier 7*, Forlaget Klim, Århus.

Enevig, Anders (1995): *Cirkus og gøgl i Odense 1640 – 1825*, Odense Universitetsforlag.

Enjolras, Bernard (2002): *Senmodernitet, identitetsdannelse og idrettens kommercialisering*, i: Ørnulf Seippel (red.): *Idrettens bevægelser – Sosiologiske studier av idrett i et moderne samfunn*, Novus Forlag, Oslo.

Fair, John D. (1999): *Muscle town USA – Bob Hoffman and the Manly Culture of York Barbell*, Pennsylvania State University Press.

Fonda, Jane (1984): *Jane Fondas Workout Book*, Penguin Books.

Freud, Sigmund (1999): *Kulturens byrde*, 3. udgave, Hans Reitzels Forlag.

Funchs, Anneli og Emma Salling (red.), (2004): *Kunstakademiet 1754 – 2004*, Bind 3, Det kongelige akademi for de skønne kunster & Arkitektens Forlag.

Giddens, Anthony (2000): *Modernitet og selvidentitet. Selvet og samfundet under senmoderniteten*, Hans Reitzels Forlag.

Harris, Michael R (1989): *Iron Therapy and Tonics*, I Kathryn Grover (red.): *Fitness in American Culture – images of Health, Sport, and the Body 1830 – 1940*, The Margaret Woodbury Strong Museum.

Hinsby, Jørgen (2006): *Idræt, oplevelse og identitet*, Forlaget Bavnbanke, Gerlev Idrætshøjskole.

Hjortso, Leo (1975): *Græske Guder og Helte*, Politikens Forlag.

Hofmann, Bob (1939): *Weight Lifting, Strength & Health Publishing*, Co. York, Pennsylvania.

Høj, Iver (1991): *Fitness slået ud af folkelighed*, interview med DDGS&Is gymnastikudvalgsformand Hans Jørgen Lørup, Berlingske Tidende 3. sektion, søndag den 7. juli.

Ibsen, Bjarne (2002): *Forening eller fitness-center? Idrættens organisering i Danmark*, i: Gymnasieskolernes Idrætslærerforening (GISP), nr. 109, april.

Ibsen, Bjarne (2006): *Foreningsidrættens i Danmark – udvikling og udfordringer*, Center for forskning i Idræt, Sundhed og Civilsamfund, Syddansk Universitet for Idrættens Analyseinstitut.

Jacobsen, Bjarne (2006): *Fitnesskrigen raser i Odder*, Odder Avis den 30. august.

Jensen, Jens-Ole (2004): *Fællesskab, fitness og foreningsidræt – Kulturanalytisk studie af fællesskabsrelationerne i to danske idrætsmiljøer*, Ph.d.-afhandling, Naturvidenskabeligt Fakultet, Århus Universitet.

Jensen, Peter K. A. (2004): *Da mennesket blev menneske*, Gyldendal.

Jensen, Michael Juul: *AK. Thor*, side 111 i: Mouritzen, Jørgen (1995): *Dansk Vægtløftnings-Forbund 1945 – 1995, 50 års jubilæumsskrift*, København.

Jørgensen, Erik og Kaj Larsen (1998): *Jyden – 100 år, 1898 – 1998*, Jubilæumsskrift for AK Jyden, Foreningens jubilæumsudgivelse.

Kirkegaard, Kasper Lund (2007): *Overblik over den danske fitness-sektor*, Idrættens Analyseinstitut.

Korsgaard, Ove (1997): *Kampen om kroppen - Dansk idræts historie gennem 200 år*, Gyldendal.

Kristensen, Vilhelm (1943): *Minder - af min Slægts Historie og fra mit Arbejde i Skyttesagens og Skolegymnastikkens Tjeneste*.

la Cour, Peter (2006): *Kropskultur: Kroppen som fremmedlegeme*, debatindlæg i Politiken, søndag den 11. juni 2006, side 8.

Larsen, Knud (2003): *Den tredje Bølge – På ved mod en bevægelseskultur*, Lokale- og Anlægsfondens skriftserierække nr. 8.

Larsen, Michael (1889): *Mådehold og sundhed. Populære overvejelser om en ændring af vor levemåde*, København.

Lears, T. J. Jackson (1989): *American Advertising and the Reconstruction of the Body, 1880 – 1930*, i: Kathryn Grover (red.): *Fitness in American Culture – images of Health, Sport, and the Body 1830 – 1940*, The Margaret Woodbury Strong Museum.

Lund, Jacob Michael (m.fl.), (2005): *Følelsesfabrikken - Oplevelsesøkonomi på dansk*, 2. oplag. Børsens Forlag.

Mahler, Ernst (1999): *Carl Ferdinand Suadicani (1753-1824). Livlæge for konger og fyrster, embedslæge også for de fattigste, pioner i behandlingen af de sindssyge: en biografisk studie*, Vordingborg.

Mellemgaard, Signe (2001): *Kroppens natur – Sundhedsoplysning og naturidealer i 250 år*, Museum Tusulanums Forlag, Københavns Universitet.

Ministeriet for familie- og forbrugeranliggender (2005): *En forstærket indsats overfor svær overvægt*, Indenrigs- og sundhedsministeriet.

Mouritzen, Jørgen (1995): *Dansk Vægtløftnings-Forbund 1945 – 1995*, 50 års jubilæumsskrift, København.

Mouritzen, Jørgen (1998): *Mit liv med vægtløftning*, Dansk Vægtløftnings-Forbund.

Müller, I. P. (1905): *Mit System – 15 minutters dagligt arbejde for sundhedens skyld*, København, 5. oplag, Forlaget af Tillge's Boghandel.

Møller, Hanne m.fl. (1972): *Udsigten fra det kvindelige univers - en analyse af EVA*, Røde Hane, København.

Møller, Jørn (2001): *Nærvær – forsøg på en nem definition af leg*, i Idrættshistorisk årbog, nr. 17.

Nedergaard, Anders (2006): *Vægtløftning – en fodnote inden for vægttræningens historie*, i *Workout & Fitness*, nr. 123, Mediaactive ApS, Ringsted, september.

Nielsen, Inge (2004): *Sportsanlæg* i Birte Poulsen og Poul Pedersen (red.): *Den græske olympiade*, Tidsskriftet SFINX.

Nielsen, Morten E. J. (2006): *Motionsmanien*, debatindlæg i Weekendavisen, 3. sektion (kultur) side 6, den 14. juni.

Ottosen, Carl (1940): *Hold dig ung og stærk på Sundhedens Kongevej – I fin form paa alle alderstrin*, Dansk Bogforlag, København.

Payne, Michael (2005): *Olympic Turnaround: How the Olympic Games Stepped Back from the Brink of Extinction to Become the World's Best Known Brand*.

Pedersen, Bente Klarlund og Bengt Saltin (2005): *Børn og unge – fysisk aktivitet, fitness og sundhed*, Sundhedsstyrelsen, Center for Forebyggelse.

Pine, B. Joseph & James H. Gilmore (1999): *The Experience Economy: Work Is Theatre & Every Business a Stage*, 1. udgave, Harvard Business School Press.

Radmer, Karen Balling (red), (2005): *Den folkelige gymnastik i en moderne motionskultur, Nr. 1: Udvikling og muligheder*, Danske Gymnastik- & Idrætsforeninger.

Riiskjær, Søren (1997): *Idræt, krop og kultur – den kulturelle krop*, i Heine Andersen (red.): *Sociologi – en grundbog til et fag*, 4. oplag, Hans Reitzels Forlag.

Rosenberg, Göran (2006): *Pligten, profitten og kunsten at være menneske*, Tiderne Skifter.

Sabinsky, Sonja (2004): *Fotografiet gennem tid*, i Mette Sandbye (red.): *Dansk fotografihistorie, Gyldendal*, Gyldendal.

Salminen, Marina Aagaard (2003): *Aerobic – motion, fitness & sport*, 5. udgave, 1. oplag, forlaget Aagaard.

Saugmann, Flemming (2004): *7.000 kvm Valby-velvære*, Valbybladet, onsdag den 14. januar, side 2.

Schwarzenegger, Arnold med Bill Dobbins (1998): *The New Encyclopedia of Modern Bodybuilding*, New York, Simon & Schuster.

Skårhøj, Rie (2005): *Generation Happy? - Et studie i danske teenagers hverdagsliv, værdier og livstolkning*, Center for Ungdomsstudier og Religionspædagogik. Unitas Forlag.

Slettebo, Jørgen (1985): *Sommerglæder*, Arv og Eje, Viborg.

Suadicani, Henrik (2002): *Dansk kystzone - landskab og forvaltning*, Roskilde Universitets Center, Institut for Miljø, Teknologi og Samfund.

Stodola, Gilbert L. (1921): *Seventy-Seven – and still going strong*, artikel i magasinet 'Strength'.

Storm, Rasmus K. og Ulrik Almlund (2006): *Håndboldøkonomi.dk – fra forsamlingshus til forretning*, Idrættens Analyseinstitut.

Todd, Jan (1999): *Bodybuilding*, St. James Encyclopedia of Pop Culture, Gale Group.

Trangbæk, Else (1996): *Grænser for vækst i eliteidrætten – udviklingstendenser i eliteidrætten*, i: *Grænser for vækst i eliteidrætten*, Danmarks Idræts-Forbund og Center for Idrætsforskning.

Turner, Bryan S. (1992): *Kroppen i samfundet – teorier om krop og kultur*, Hans Reitzels Forlag.

Westphal, Anja: *Figuren skal holdes i form i 80erne – Helsecentre blomstrer som aldrig før*, Interview med Tage Nielsen i Politiken, den 16. januar, 2. sektion, side 3, 1984.

Weider, Ben (1976): *The Strongest Man in History: Louis Cyr*, Vancouver, Mitchell Press.

Zacho, Morten (1989): *Sociologisk analyse af Fitness Club*, Studierapport på B3.

Zinkin, Harold (2003): *Remembering Muscle Beach – Where Hard Bodies Began – Photographs and Memories*, Angel City Press.

Artikler og tekster fra internettet

Ammitzbøll, Pernille: *Fitnessdirektør skal i fængsel*. Artikel om domsfældelsen over den tidligere direktør for fitnesskæden Equinox, Kim Sørensen Ravn, fundet på:
http://www.aarhus.dk/aa/portal/borger/s_nyheder/indhold?articleId=22773&_refresh=true

Aurel Radulescu: *Women Bodybuilding: Then & Now* fundet på:
<http://www.ezinearticles.com/?Women-Bodybuilding:-Then-and-Now&id=299337>

Bonde (2003): *De moderne Olympiske Lege – Værdier, mål, realiteter*. Kan downloades i PDF-fil på http://www.fysio.dk//graphics/PPT/Fagfestival/Hans_Bonde_fagfestival.pdf

Bonde (2005) s. 11. Se eventuelt også <http://www.dgi.dk/redaktionen/dui/o8-2003/bonde.aspx>

Dobbins, Bill: *The 1980 Ms. Olympia Contest Report - Birth of a Tradition*. Artikel er fundet på:
<http://www.getbig.com/articles/jms01980.htm>. Oprindeligt fra Muscle & Fitness Magazine, 1981, februarudgaven.

Essmaker, Roland Joseph: *My Story – from Physical Culture to Mr. America*. Oprindeligt bragt i magasinet 'The Iron Master', langt på hjemmesiden 30. juni 1999:
<http://www.naturalstrength.com/history/detail.asp?ArticleID=261>

Flagga, Malene: *Solen er livets drivhjul*. Læst på <http://www.dr.dk/videnskabold/tema/sol/liv.asp>
Larsen, Knud (2005): *Træning på hold og i motionscenter - resultater fra en medlemsundersøgelse i 34 gymnastik- og idrætsforeninger i DGI Roskilde Amt*. Hæfte II fra forskningsprojektet 'Folkelig gymnastik i en moderne motionskultur'. Læst på:
http://www.cisc.sdu.dk/Publikationer/qKL2005_5.pdf

Larsen, Knud (2006): *Pas på, medlemmerne ikke bliver kunder*, læst på:
<http://www.dgi.dk/artikel.aspx?aid=6972>

Ibsen, Bjarne og Knud Larsen (2005): *Fra Gymnastik til motionisme?* Hæfte 1 fra forskningsprojektet: Folkelig gymnastik i en moderne motionskultur. Læst på:
http://www.cisc.sdu.dk/Publikationer/qBI2005_1.pdf

Ingerslev, Rasmus: *De første fem år, fitness dks historie*. Kan læses på fitness dks hjemmeside: www.fitnessdk.dk

Radmer, Karen Balling og Steen Bille: *DGI-huse en udfordring for foreningslivet*. Artikel i medlemsbladet Udspil, august 2005, fundet på:
http://www.dgi.dk/nyheder/vis_nyhed.aspx?id=5923&d=30

Radulescu, Aurel: *Women Bodybuilding: Then & Now*, læst på:
<http://ezinearticles.com/?Women-Bodybuilding:-Then-and-Now&id=299337>

Stodola, Gilbert I: *Seventy-Seven and Still Going Strong*, fundet på:
<http://www.americanpowerliftevolution.net/1921AttilaArticle.html>

Strayton, Dan: *How big is your bull'* kan læses på internetadressen:
<http://209.15.46.229/fitnesspro/news/77.shtml>

Thunø, Ejvind (2002): *Ballerups Idræts Forening i 75 år*, Byhornet, nr. 4, 31. årgang, Ballerups Historiske Forening. Kan læses på:
http://www.ballerupegnsmuseum.dk/byhornet/pdf/byhortnet_4_2002.pdf

Brevet/faxen fra dommerkomiteens formand James B. Manion i 2000 til de kvindelige bodybuilderatleter er fundet på: <http://www.billdobbins.com/PUBLIC/art/miscart/criteria.jpg>

Andre anvendte internetlinks

Fitnesskædens SATS' årsrapporter kan læses på:
http://www.sats.com/om_sats_da/om_sats_arsrapport_da.htm

Tryk i Danmarks pressemeddelelse om deres opkøb af fitnesskædens SATS <http://www.trygi-danmark.dk/Default.aspx?ID=1933>

Idans tidligere nyhedsbrev om doping i fitnesscentre kan læses på:
http://www.idan.dk/upload/nyhedsbrev7_001.pdf

Læs om fitness-sektoren i København på: <http://www.idan.dk/Nyheder/245hovedstadsfitness.aspx>

IHRSA's rapport 'The IHRSA European Market Report – The size and scope of the health club industry' kan bestilles på www.ihrsa.com.

Forbrugerstyrelsens test af fitnesscentre kan ses og downloades på:
<http://www.forbrug.dk/test/testbasen/fritid/fitnesstest/>

Læs en kommentar om forbrugerstyrelsens test skrevet af Kasper Lund Kirkegaard på:
<http://www.idan.dk/Kommentaren/018fitnesstest.aspx>

Hjemmeside om den kvindelige bodybuildings historie. Fra den frie encyklopædi Wikipedia:
http://en.wikipedia.org/wiki/Female_bodybuilding

Detaljeret oversigt over bodybuilders placering i internationale konkurrencer:
<http://www.getbig.com/almanac/almanac.htm>

Internetportal med hyldest til Eugen Sandow og de mange andre første muskelmænd samt samling af billeder, filmstrimler og personhistorier fundet på:
<http://www.sandowmuseum.com>

Hjemmeside over de 'glemte' løft i vægtløftning: <http://weightlifting.moonfruit.com>

På Syddansk Universitet kan man fra 2007 læse til master i fitness og træning. Se mere om den nye uddannelse på: www.mef.sdu.dk

På Suhrs Seminariums hjemmeside kan man læse om uddannelsen til 'Professions Bachelor' med speciale i 'Ernæring og fysisk aktivitet'. Se:
<http://www.suhrs.dk/SuhrsWeb.nsf/index.html?OpenPage&id=Professionsbachelor&m=1>

Erhvervsakademiet Minerva kan man læse til serviceøkonom med speciale i Fitness & Wellness Management. Se evt. www.hsminerva.dk/sw168.asp

Beskrivelsen af Professor Attila på:
<http://www.naturalstrength.com/history/detail.asp?ArticleID=312>

For flere informationer om andre mindre kendte muskelmænd, bl.a. Warren Lincoln Travis, Lionel Strongfort og Adolph Nordquest, se:
<http://www.americanpowerliftevolution.net/Attilapage.html>

Hjemmeside for The World Strongest Man:

<http://www.theworldstrongestman.com/wsm/history/historyo1.html>

En række af Bob Hoffmans udgivelser kan læses på hjemmesiden:

<http://www.sandowplus.co.uk/Competition/Hoffman/hoffmanindex.htm>

Optegnelse over Eugen Sandows udgivelser på:

<http://www.sandowmuseum.com/sandowbooks.html>

Filmen af Thomas A. Edison fra den 16. januar 1904 med den yndige Miss Beatrice Marshall og den maskuline Albert Treolar kan ses og downloades.

Se filmen på: <http://www.sandowmuseum.com/treolarfilm.html>

Zinkin, Harold 2003: Remembering Muscle Beach. Kapitel et kan læses på:

<http://www.davedraper.com/remembering-muscle-beach.html>

Man kan læse mere om det brogede persongalleri i den amerikanske vægtløftnings historie og deres indbyrdes relationer på hjemmesiden <http://www.americanpowerliftevolution.net>

Joe Weiders personlige historie kan læses på disse to hjemmesider: <http://www.getbig.com/articles/faq-wdr.htm> og <http://www.homegymsonline.info/joe-weider-his-fitness-legacy>

Se billeder af den klassiske bodybuilder Alan Stephan på:

<http://www.classicbodybuilders.com/classicbodybuilderalanstephan.html>

Joe Weiders officielle begrundelse for at oprette Mr. Olympia-konkurrencen kan læses på:

<http://www.ifbb.com/contestresults/mrolympia/1965.html>

Charles Atlas' historie i kort version kan læses på: <http://www.charlesatlas.com/about.html>

Se et par eksempler fra Charles Atlas' reklamevirksomhed på: <http://www.sandowplus.co.uk/Competition/Atlas/Adverts/adverts.htm>

Charles Atlas officielle hjemmeside: <http://www.charlesatlas.com>

Interview med Professor Attila fra magasinet 'Stength' læst på:

<http://www.americanpowerliftevolution.net/1921AttilaArticle.html>

Filmen den 18. maj 1894 af W.K.L. Dickson med den poserende Eugen Sandow kan ses og downloades på hjemmesiden <http://www.sandowmuseum.com/sandowfilm.html>

Kellie Everts officielle Internettet: <http://www.kinky-kellie.com/beastof.php>

De kommende afsnit er for store deles vedkommende hentet og oversat fra en fremragende internetartikel om kvindelige bodybuilding.

Læs den evt. på: http://en.wikipedia.org/wiki/Female_bodybuilding

Få overblik over de kontroversielle diskussioner om kvindelig bodybuilding på:

http://en.wikipedia.org/wiki/Female_bodybuilding

Brevet fra dommerkomiteens formand til de konkurrerende atleter er både omtalt og kan læses på: http://en.wikipedia.org/wiki/Female_bodybuilding

Få indblik i styrkeløftningens historie på: <http://www.styrke.dk/info/Historie.htm>

Se en animeret introduktion til Arnolds Schwarzeneggers liv på:

<http://www.schwarzenegger.com/en/life/hislife/index.asp?sec=life&subsec=hislife>

Se korte filmklip om Sven-Ole Thorsens skuespilskarriere og venskab med Arnold Schwarzenegger på: http://www.schwarzenegger.com/en/life/didyouknow/did_en_sven_interview.asp?sec=life&subsec=didyouknow

Se Gin Millers egen version af sin historie om Step Aerobic på hendes officielle hjemmeside:

http://www.ginmiller.com/gmfo6/instructor/step_history/introduction.html

Læs om DGIs organisatoriske historie på:

http://www.dgi.dk/nyheder/vis_nyhed.aspx?ID=4707&D=15

Concept 1010 bruger i deres Nautilus-inspirerede træning fitnessmaskiner af mærket MedX. Se MedX's officielle hjemmeside på: <http://www.medxonline.com>

Technogyms luksusudgave af et hjemmetræningscenter med navnet Kinesis-personal kan studeres nærmere på: http://www.pedan.dk/nyheder/Kinesis_DA.pdf

Det såkaldte Shokk-koncept med fitness for børn kan studeres nærmere på: www.shokk.dk.

Nordic Capitals pressemeddelelse om deres opkøb af 24 Hour Fitness på:

<http://www.nordiccapital.com/pdf/020830da.pdf>

Lokale- og Anlægsfondens hjemmeside: www.loa-fonden.dk

Dating for veltrænede – se hjemmesiden: www.fitnessdating.dk.

Citat fra kulturmagasinet Søndag Aftens hjemmeside om demokratisering af kunstmuseer er læst på: <http://www.cultur.com/1998/980118.html>

Dansk Fitness og Helseorganisations officielle hjemmeside: www.dfho.dk

Norsk Træningscenter Forbund: <http://www.treningsnett.no>

Omtale af Peter Elfelts dokumentarfilmen om 'Badeanstalt København A/S' kan læses på:
<http://reklame.vhostip5.isop.net.uni-c.dk/index.php?test=historie>

Ørestadsselskabets hjemmeside om det kommende wellnesscenter:
<http://www.orestad.dk/index/privat/nyhedsbrev/sundhedsmekka.htm>

Charlotte Bircows officielle hjemmeside: www.charlottebircow.com
Peter K. A. Jensens hjemmeside med introduktion til menneskets historie:
<http://www.pkaj.dk/default.asp>

Hjemmeside for The World Strongest Man:
<http://www.theworldsstrongestman.com/wsm/history/history01.html>

Varemærket 'Universal' blev i 2006 opkøbt af Nautilusgruppen på en auktion for 2,31 millioner dollars. Se: <http://www.nautilus.com/corporate/investor/releasedetail.jsp?releaseID=196873>

Fitnessinstruktørens Marina Aagaard Salminens hjemmeside, hvor man kan købe talrige indsigtsfulde bøger om fitnesskulturens træningskoncepter: <http://www.aagaard.ws/>

Fitnessbegrebernes introduktion i Danmark

Begreber og tidsfastsættelse ved Dansk Sprognævn

Begrebet 'en bodybuilder' indgår i 'Ordbog over det Danske Sprog' fra 1954. I almene medier bliver en body-builder omtalt for første gang i 1966, hvor det i Politiken skrives, at "Et par af herrerne var de rene body-builder'e, frembærere af overdådig muskulatur."

Verbet 'at styrketræne' kan spores tilbage til 1978, hvor det indgår i et fjernsynsprogram, der hedder 'Styrk dig til hverdag'. Af tv-oversigtens beskrivelse hedder det bl.a. at "sportsredaktionen ser på hverdagens mange belastninger og viser, hvordan man kan styrketræne". Subjektet 'Styrketræning' forekommer første senere i 1982 i en avisartikel om forskellen på sportens bodybuilding og motionens styrketræning.

Aerobic er første gang noteret i 1983 og bliver beskrevet som et motionsprogram, som særligt øger kroppens evne til at optage ilt, og som dermed er konditionsfordrende: "Aerobic udføres til musik med rytmiske danseprægede bevægelser" – fra Pia Jarvad: Nye ord, Ordbog over nye ord i dansk 1955 – 1988.

Ordet fitness kommer først ind i det danske sprog i starten af 1990'erne. Det omtales første gang i dagbladet BT i 1991 og findes i en reklamepjece fra Fitness Club i 1992.

Spinning kommer ind i det danske sprog i 1995, hvor det omtales i Berlingske Tidens som tidens 'helt store hit'.

Noter

Noter til kapitel 1 – fitnessindustriens historiske rødder

- ¹ Se eksempelvis Aagaard 2003
- ² Idrættens Analyseinstitut, Kanonbådsvej 12a, 1437 Kbh. K. Idrætsanalytiker Kasper Lund Kirkegaard. E-mail: kasper.lund@idan.dk, Telefon: 32 66 10 35.
- ³ Hjortsø 1975, s. 27-28
- ⁴ Nielsen 2004, s. 35
- ⁵ Søren Riiskjær 1997, s. 279 – 289
- ⁶ Der er uenighed om, hvornår renæssancen begynder og slutter, men perioden starter omkring år 1400 i Italien og spredte sig derfra videre til resten af Europa.
- ⁷ Der står italienske kopier af Myrons 'diskoskasteren' over hele den vestlige verden. I København bl.a. i Botanisk Have og på Østerbro Stadion.
- ⁸ Broby-Johansen 2000, s. 8
- ⁹ Jensen 2004
- ¹⁰ Sigmund Freud 1999
- ¹¹ Se også Peter K. A. Jensens hjemmeside for en god introduktion til menneskets historie: <http://www.pkaj.dk/default.asp>
- ¹² Figuren står i dag på Bostons 'Museum of Fine Arts'
- ¹³ Dutton 1995 s. 30
- ¹⁴ Venus af Willendorf, også kendt som 'Kvinden fra Willendorf', er en 11,1 cm høj statuette af en kvindelig figur fra omkring 20.000 år før vor tidsregning. Den blev opdaget i 1908 i byen Willendorf i Østrig af arkæologen Josef Szombathy. Den over 25.000 år gamle skønhed blev udstillet på Nationalmuseet i 1998 i forbindelse med udstillingen "Missing Links -Alive!" men står normalt på det naturhistoriske museum i Wien. Der er fundet andre figurer, der alle kaldes 'venuser' samt det geografiske stednavn, hvor de blev fundet.
- ¹⁵ Fotoet er licenseret under Creative Commons Attribution 2.5 License. Se nærmere om licensbetingelser på: www.creativecommons.org
- ¹⁶ Broby-Johansen 2000 s. 12
- ¹⁷ Eichberg og Vestergaard Madsen 2006
- ¹⁸ Maslow mente, at alle vore handlinger og vort bevidste liv styres ud fra vores livs forskellige behov. Maslow lavede en kendt skitsering af dette i sin såkaldte 'behovspyramide', som primært var tænkt som et hjælpemiddel inden for psykologien, men senere fik bred anvendelse. Ifølge teorien opdeles behovene i forskellige typer i den rækkefølge, behovene viser sig for mennesket, således at lavere stående behov skal tilfredsstilles, før de højere stående behov kan realiseres. De fem inddelinger i pyramiden er med det nederste først: Fysiologiske behov, behov for trykthed og sikkerhed, sociale behov, egoistiske behov, behov for selvrealisering.
- ¹⁹ Dette er selvsagt ikke ensbetydende med, at alle civilisationer er enige om, hvad 'det smukke' er. Tværtimod er der mellem forskellige kulturer vidt forskellige skønhedsidealere, og internt i den vestlige kultur har samfundets forestilling om 'det smukke' ligeledes ændret sig kontinuerligt, antaget nye udtryksformer og vist sig i nye modefænomener.

- ²⁰ En væsentlig undtagelse er dog kommunistiske regimers populistiske idealisering af arbejderen og bonden, som snarere må siges at være en ekstrem idealdyrkelse af den normale krop og den normale arbejdssituation.
- ²¹ Turner 1992, s. 135
- ²² Samme, s. 142
- ²³ Flagg: Solen er livets drivhjul. Læst på <http://www.dr.dk/videnskabold/tema/sol/liv.asp>
- ²⁴ Torsdag den 19. oktober 2006 var der på forsiden af dagbladet B.T. et billede af statsminister Anders Fogh Rasmussen med sin kone, hvor der var zoomet ind på hendes håndtaske. Teksten lød: "Pinligt Anders Fogh – Annemette med en falsk Louis Vuitton taske."
- ²⁵ Centralperspektivisme er et perspektiv, hvor alle linier i billedet mødes i et forsvindingspunkt eller et flugtpunkt, som falder sammen med horisonten.
- ²⁶ Det gyldne snit har en lang række interessante egenskaber, men er i matematikken et såkaldt 'irrationalt tal', der findes i naturens mange forskellige mønsterkompositioner. Det var dette gyldne snit, som Leonardo Da Vinci også fandt i kroppens harmoni.
- ²⁷ Fotoet er licenseret under Creative Commons Attribution 2.5 License. Se nærmere om licensbetingelser på <http://creativecommons.org>
- ²⁸ Citat fra kulturmagasinet Søndag Aftens hjemmeside: <http://www.cultur.com/1998/980118.html> : "Hovedparten af Europas kunstsamlinger blev tilgængelige for publikum i 1770'erne og 1780'erne. 1700-tallets offentlige kunstmuseer medvirkede til en demokratisering af kunstoplevelsen, idet museerne gik ind og redefinerede sine samlinger med afsæt i oplysningstidens generelle reorganisering af viden og tidens kamp mod privilegiernes arvefølge."
- ²⁹ Bukdahl 2004, s. 92
- ³⁰ Fotografiet har en lang og indviklet teknologisk historie; men mange refererer til 1839 som året, da det blev opfundet. Dette skyldes sandsynligvis at de praktiske metoder til den såkaldte daguerreotypi blev opdaget i dette år og i løbet af få år blev meget udbredt. Se: <http://www.photo-gallery.dk/fotohistorie/index.html> for en god gennemgang af fotografiets lange historie.
- ³¹ Dengang lå Badeanstalten ved Svanemøllen på ydre Østerbro i København. Den senere kendte turkisfarvede Helgoland Badeanstalt på Amager blev først etableret i 1925, efter at den oprindelige blev lukket på grund af vandforurening fra et nyetableret nærliggende kloakrørs udløb.
- ³² Sabinsky 2004
- ³³ I 1891 forbydes søndagsarbejde og i 1919 indføres 8 timers arbejdsdag. Flere almindelige arbejdere får i 1920'erne mulighed for at holde fri både lørdag og søndag. Disse dage blev senere kaldt for 'weekend', hvilket skyldes den syndikalistiske 'weekend-bevægelsen', som havde rod i murersvendenes fagforening. Den 13. juni 1918 vedtager murersvendene, at de vil ophøre med arbejdet lørdag middag kl. 12. I månederne derefter vedtager også murerarbejdsmændene, tømrerne, stenhugger- og entreprenørarbejderne samt jord- og betonarbejderne at slutte sig til weekendbevægelsen. Se mere på: <http://www.pladstilosalle.dk/nrbgeret/kampen3/index.html>
- ³⁴ Mahler 1999
- ³⁵ Slettebo 1985
- ³⁶ Suadican 2002 s. 169
- ³⁷ Samme s. 167

- ³⁸ Samme s. 166
- ³⁹ Samme s. 167
- ⁴⁰ Eichberg 2005 s. 3
- ⁴¹ Bøje 1997 s. 25
- ⁴² Samme side 25 – 29
- ⁴³ Der er efterhånden relativt mange privatejede svømmeanlæg i Danmark. Det mest kendte vandland er Lalandia, som åbnede i 1989 og som i dag er ejet af Parken Sport & Entertainment, som ligeledes ejer fitness dk.
- ⁴⁴ Valby har på trods af bydelens ca. 40.000 indbyggere endnu ikke en kommunal svømmehal, hvilket kan være forklaringen på, at både Equinox og fitness dk har etableret store pool- og svømmeafdelinger.
- ⁴⁵ Se Ørestadsselskabets hjemmeside:
<http://www.orestad.dk/index/privat/nyhedsbrev/sundhedsmekka.htm>
- ⁴⁶ Mellemsgaard 2001 s. 281
- ⁴⁷ Samme
- ⁴⁸ Samme
- ⁴⁹ Samme
- ⁵⁰ Ottosen 1940 s. 33-34
- ⁵¹ Samme
- ⁵² Mellemsgaard 2001 s. 284
- ⁵³ Denne udvikling ser vi først og fremmest i USA med et par årtiers forsinkelse i Europa.
Se Harris, 1989.
- ⁵⁴ Suadicani 2002
- ⁵⁵ Mellemsgaard 2001 s. 27
- ⁵⁶ Larsen 1889
- ⁵⁷ Bonde 2003 s. 143 - 155. Artiklen: De moderne Olympiske Lege – Værdier, mål, realiteter, kan downloades som pdf-fil på:
http://www.fysio.dk//graphics/PPT/Fagfestival/Hans_Bonde_fagfestival.pdf
- ⁵⁸ Mellemsgaard 2001 s. 275
- ⁵⁹ Harris 1989
- ⁶⁰ Mellemsgaard 2001s. 278
- ⁶¹ Samme s. 279
- ⁶² Kristensen 1943
- ⁶³ Samme.
- ⁶⁴ Mellemsgaard 2001 s. 339
- ⁶⁵ Müller 1905 s. 9
- ⁶⁶ Bonde 2005 s. 11. Se eventuelt også <http://www.dgi.dk/redaktionen/dui/o8-2003/bonde.aspx>
- ⁶⁷ Jeg er næsten overbevist om, at den Dr. Gulick, som I.P. Müller nævner i 'Mit system' på side 14, må være Dr. Luther Gulick, bestyrelsesformand for The Amateur Athletic Union (AAU) i årene 1895 – 1905.
- ⁶⁸ Ten minutes exercise for busy men må være udgivet umiddelbart før I. P. Müllers egen bog 'Mit system', dvs. sandsynligvis i starten af 1900-tallet.
- ⁶⁹ Pedersen og Saltin 2005 side 33
- ⁷⁰ Müller: 1905 s. 39

- ⁷¹ Samme
- ⁷² Den svenske gymnastik kaldes også ofte for den 'lingske' gymnastik efter ophavsmanden Pehr Henrik Ling (1776 - 1839)
- ⁷³ Korsgaard 1997 s. 86
- ⁷⁴ Samme s. 101-102
- ⁷⁵ Samme s. 89
- ⁷⁶ Sætningen Mens Sana In Corpore Sano er et brudstykke fra en længere sætning og stammer angiveligt fra den satiriske, romerske digter Juvenals, der levede fra år ca. 65 - 135.
- ⁷⁷ Se evt. www.charlottebircow.com
- ⁷⁸ Den nærmest beslægtede uddannelse til en egentlig fitnessinstruktøruddannelse er på Suhrs Seminarium, hvor man kan læse til 'Professions Bachelor' med speciale i 'Ernæring og fysisk aktivitet'.
Se <http://www.suhrs.dk/SuhrsWeb.nsf/index.html?OpenPage&id=Professionsbachelor&m=1>
- ⁷⁹ På Det Danske Erhvervsakademi kan man læse til serviceøkonom med speciale i Fitness & Wellness Management. Se evt. www.ddea.dk
- ⁸⁰ Videnskabsministeriet godkendte i december 2006, at Syddansk Universitet starter uddannelsen 'master i fitness og træning' med første optag i september 2007. Uddannelsen retter sig både mod ansættelse i fitnessbranchen og den offentlige sektor. Ligeså har undervisningsministeriet i starten af 2007 nedsat en arbejdsgruppe, som skal se på erhvervsuddannelser inden for fitness og wellness.
- ⁸¹ Se Kirkegaard 2007
- ⁸² Citat fundet i Korsgaard 1997 side 97 fra Gymnastisk Selskab Aarsskrift 1913 – 1914 s. 18.
- ⁸³ Eugen Sandow blev født d. 2. april 1867 i Königsberg og døde den 14. oktober 1925 i London.
- ⁸⁴ Dette afsnit er primært bygget på en sammenskrivning af bogen af David L. Chapman, 'Sandow the Magnificent - the beginnings of bodybuilding', University of Illinois Press – Urbana and Chicago, 1994 samt den fremragende hjemmeside om Sandows liv:
<http://www.sandowmuseum.com/index.html>
- ⁸⁵ Professor Attila, som var hans kunstnernavn, var taget efter den magtfulde konge over folket Hunnerne, der regerede datidens største rige i Østeuropa frem til år 453. Den historiske Attila er skildret i mange kunstværker. Professorens oprindelige navn var Louis Durlacher, født i Karlsruhe i Tyskland i 1844. Mange mener, at han var den første, der for alvor gjorde en professionel levevej ud af at sælge styrketræningen som kurser til andre. Se eksempelvis beskrivelsen af ham på: <http://www.naturalstrength.com/history/detail.asp?ArticleID=312>
- ⁸⁶ Studiets originale navn var 'Studio of Physical Culture'
- ⁸⁷ Blandt andre mindre kendte muskelmænd finder vi navne som Warren Lincoln Travis, Lionel Strongfort og Adolph Nordquest.
Se: <http://www.americanpowerliftevolution.net/Attilapage.html> for flere informationer.
På <http://www.americanpowerliftevolution.net/1921AttilaArticle.html> kan man endvidere læse et interview med Professor Attila fra magasinet 'Stength'.
- ⁸⁸ Chapman 1994, s. 10
- ⁸⁹ En god gengivelse af historien om 'Milo og tyren' er skrevet af den amerikanske fitness-guru Dan Strayton. Den lille artikel 'How big is your bull?' kan læses på internetadressen: <http://209.15.46.229/fitnesspro/news/77.shtml>

- ⁹⁰ Diskussionen om vejningen mellem tekniske færdigheder og muskelmasse findes også i idrætsmiljøer i dag, hvor der dog synes at være en udbredt enighed om, at grundlæggende styrketræning er en nødvendighed for idrætsudøvere i fysisk krævende idrætsdiscipliner.
- ⁹¹ Oplysningerne om Atilas opfindelser og bedrifter er nævnt i flere forskellige kilder, bl.a. i Chapmans 'Sandow the Magnificent - the beginnings of bodybuilding' samt et interview af Gilbert L. Stodola med Professor Attila fra træningsmagasinet 'Stength' fra 1921, hvor han omtaler sin progressive træning.
Artiklen kan findes på: <http://www.americanpowerliftevolution.net/1921AttilaArticle.html>
- ⁹² Chapman 1994 s. 10
- ⁹³ Blandt mange mindre betydelige værker finder man en række kendte skulpturer – blandt andet den på daværende tidspunkt relativt kendte franske skulptør Gustave Grauck, hvor Müller stod model i forbindelse med statuen 'Le Combat du Centaure' (Kentaurens kamp). Senere i Venedig 1889 mødte Sandow den relativt kendte amerikanske maler E. Aubrey Hunt, hvor han var udklædt som klassisk romersk gladiator.
- ⁹⁶ Florenz Ziegfeld Jr. blev en kendt figur i den amerikanske underholdningsindustri med sit eget 'Ziegfeld Follies'. Han var født den 21. marts 1869 i Chicago.
- ⁹⁵ Sandows show havde titlen 'Adonis', som ifølge den græske mytologi var kærlighedsgudinden Afrodites elsker.
- ⁹⁶ Dutton 1995 s. 121
- ⁹⁷ Gilbert 1921. Artiklen kan findes på:
<http://www.americanpowerliftevolution.net/1921AttilaArticle.html>
- ⁹⁸ Se filmen på hjemmesiden <http://www.sandowmuseum.com/sandowfilm.html>
Filmen er lavet den 18. maj 1894 af W.K.L. Dickson på Thomas Edison's 'Black Maria Studio' i East Orange, New Jersey.
- ⁹⁹ 'At se smuk og harmonisk ud' var blandt andre kriterier ved den første bodybuilderkonkurrence afholdt i 1901 i Royal Albert Hall, hvor Sandow var overdommer.
- ¹⁰⁰ En række danske kilder kalder bodybuildere for kropsopbyggere. Denne betegnelse finder man blandt andet i Dansk Vægtløftnings-Forbunds tidligere medlemsblad 'Legemeskultur'.
- ¹⁰¹ Af datidens andre mindre kendte muskelmænd, der gjorde en karriere ud af at dyrke kroppen som æstetisk, kommercielt objekt, skal også nævnes Max Sick of Bavaria, som kaldte sig selv Maxick samt den noget mere kendte Orville Stamm, som fik øgenavnet Herkules' søn. Også den kendte professionelle bryder Georg Hackensmidt gjorde efter brydekarrieren karriere som berømt muskelmand.
- ¹⁰² Enevig 1995
- ¹⁰³ Weider 1976
- ¹⁰⁴ Se historien på den officielle hjemmeside om 'the World Strongest Man':
<http://www.theworldstrongestman.com/wsm/history/history01.html>
- ¹⁰⁵ Hofmann 1939 s. 5. En række af Bob Hoffmans udgivelser, blandt andet denne, kan læses på hjemmesiden: <http://www.sandowplus.co.uk/Competition/Hoffman/hoffmanindex.htm>
- ¹⁰⁶ Essmaker 1999
- ¹⁰⁷ Fair 1999
- ¹⁰⁸ For en fremragende beskrivelse af konflikten mellem de to discipliner henvises til bogen 'Muscle town USA – Bob Hoffman and the Manly Culture of York Barbell', skrevet af John D. Fair, 1999.

- ¹⁰⁹ Det er via hjælp fra Dansk Vægtløftnings-Forbund lykkedes det mig at datere denne begivenhed via kopi af en original billet fra stævnet.
- ¹¹⁰ Mouritzen 1995 s. 21
- ¹¹¹ Dette var i realiteten en bogudgivelse, som blev genoptrykt i flere eksemplarer med enkelte nye tilføjelser, hvorfor mange opfattede den som en magasinudgivelse. Udgivelsen hed i starten blot 'Physical Culture', men fik i kommercielt øjemed tilføjet Sandows kendte navn. Se listen over Sandows udgivelser på: <http://www.sandowmuseum.com/sandowbooks.html>
- ¹¹² Trods forsøg herpå har det ikke været muligt at fremskaffe oplagstal fra disse tidlige udgivelser.
- ¹¹³ Ud over at Bernarr Macfadden ejede en række vegetarrestauranter, hoteller, sanatorier, skrev bøger og musik, selv deltog i brydermesterskaber og dyrkede vægtløftning samt poserede for fotografer, var han også manden bag rækken af skønhedskonkurrencer, som blandt andet gjorde Charles Atlas berømt.
- ¹¹⁴ Med diverse usikkerhedsmarginer svarer dette beløb nogenlunde til 22.000 US dollars i dag – eller ca. 130.000 kr. Hvis man dertil tager den lavere levestandard i betragtning, får man en fornemmelse for pengesummens størrelse.
- ¹¹⁵ Se filmen på: <http://www.sandowmuseum.com/treloarfilm.html>
Filmene er fra den 16. januar 1904 og optaget af Thomas A. Edison.
- ¹¹⁶ Læs mere om Albert Treloars liv og karriere på hjemmesiden:
<http://www.sandowmuseum.com/treloarfilm.html>. Her finder du også en tidlig film med Miss. Beatrice Marshall.
- ¹¹⁷ Den originale Muscle Beach lå ved Santa Monica og var hjemsted for bodybuildertidens guldalder fra 1930 – 1950'erne. Senere bevægede Muscle Beach og bodybuildernes kropskultur sig geografisk til det sted, der i dag er kendt som Venice Beach i Californien, USA. Læs evt. mere her: http://en.wikipedia.org/wiki/Muscle_Beach
- ¹¹⁸ Zinkin 2003. På <http://www.davedraper.com/remembering-muscle-beach.html>, kan bogens første kapitel downloades. Citatet er oversat fra dette første kapitel.
- ¹¹⁹ Zinkin 2003. Universal Gym Machine blev i 1968 solgt til Universal Gym Equipment, som stod for produktionen og udviklingen. Varemærket 'Universal' blev i 2006 opkøbt af Nautilusgruppen på en auktion for 2,31 millioner dollars.
Se <http://www.nautilus.com/corporate/investor/releasedetail.jsp?releaseID=196873>
- ¹²⁰ Schwarzenegger, Arnold med Bill Dobbins (1998). *The New Encyclopedia of Modern Bodybuilding*, rev. ed., New York: Simon & Schuster.
- ¹²¹ Golds Gym er blandt andet med filmen 'Pumping Iron' fra 1977 med Arnold Schwarzenegger og Lou Ferrigno i hovedrollerne.
- ¹²² Det originale Golds Gym fra 1965 eksisterer ikke længere, da det blev for lille. Det nuværende center ligger et par hundrede meter fra datidens.
- ¹²³ På hjemmesiden <http://www.americanpowerliftevolution.net>, kan man læse mere om det brogede persongalleri i den amerikanske vægtløftnings historie og deres indbyrdes relationer.
- ¹²⁴ Læs Joe Weiders personlige historie på disse to hjemmesider:
<http://www.getbig.com/articles/faq-wdr.htm> og
<http://www.homegymsonline.info/joe-weider-his-fitness-legacy>
- ¹²⁵ International Federation of BodyBuilders (IFBB) blev dannet i 1946. I 2004 blev navnet ændret til International Federation of Bodybuilding & Fitness.

- ¹²⁶ Se billeder af Alen Stephan på:
<http://www.classicbodybuilders.com/classicbodybuilderalanstephan.html>
- ¹²⁷ Læs Joe Weiders originale begrundelse for konkurrencens oprettelse på:
<http://www.ifbb.com/contestresults/mrolympia/1965.html>
- ¹²⁸ Da Weiders Publucation Group i 2002 blev opkøbt af Amerikas førende tabloidimperium, resulterede det i, at hovedparten af sladderpressen fra den følgende dag stoppede den dårlige omtale af bodybuildingens konge Arnold Schwarzenegger, hvilket fik afgørende indflydelse på hans muligheder for at gøre karriere som politiker og blive valgt som Guvernør i Californien.
- ¹²⁹ Bach 2005 side 89
- ¹³⁰ Det første træningsmagasin hed 'Your Physique' og udkom i 1939. I 1968 blev navnet ændret til 'the Muscle Builder' og igen i 1982, hvor det blev ændret til 'Muscle & Fitness'. Andre populære titler fra det omfattende mediekoncern er Shape, Men's Fitness, Living Fit, Prime Health and Fitness; men også udgivelser som Fit Pregnancy, Cooks, Senior Golfer sælges i store oplag.
- ¹³¹ Interview med Jørgen Albrechtsen
- ¹³² Bonde 1991 s. 85 – 89
- ¹³³ Berlingske Tidende 1905 ifølge Bonde 1991 s. 88
- ¹³⁴ Samme
- ¹³⁵ Charles Atlas vandt denne konkurrence i en årrække og var den officielle årsag til, at konkurrencen blev nedlagt, da arrangøren Macfadden mente, at han nu havde fundet den fuldendte og perfekte krop.
- ¹³⁶ Se en kort gennemgang af Charles Atlas' historie på: <http://www.charlesatlas.com/about.html>
- ¹³⁷ Oversat efter originalteksten: "Let me prove in 7 days that I can make you a new man".
Se flere eksempler på reklamer fra Charles Atlas på:
<http://www.sandowplus.co.uk/Competition/Atlas/Adverts/adverts.htm>
- ¹³⁸ Man kan stadigvæk købe træningskoncepterne på den officielle hjemmeside:
<http://www.charlesatlas.com>
- ¹³⁹ Oplysningen om salgstallet kommer fra udbyderen selv på hjemmesiden:
<http://www.charlesatlas.com> og skal muligvis tages med et forbehold. Sikkert er det dog, at der blev solgt så mange kurser, at Charles Atlas lidt misvisende ofte bliver kaldt for 'den isometriske trænings fader'.
- ¹⁴⁰ Fair 1999 side 56-57
- ¹⁴¹ Dette blad skal ikke forveksles med det amerikanske 'Strength & Health', som blev udgivet af York Barbell Company i Bob Hoffmanns storhedstid.
- ¹⁴² Man kan læse hele Kellie Everts historie på Internettet: <http://www.kinky-kellie.com/beastof.php>
- ¹⁴³ De kommende afsnit er for store deles vedkommende hentet og oversat fra en fremragende internetartikel om kvindelige bodybuilding.
Læs den evt. på: http://en.wikipedia.org/wiki/Female_bodybuilding
- ¹⁴⁴ Der er selvsagt interne diskussioner om, hvornår den første egentlige bodybuilderkonkurrence for kvinder fandt sted. Se evt. Aurel Radulescu: Women Bodybuilding: Then & Now på:
<http://ezinearticles.com/?Women-Bodybuilding:-Then-and-Now&id=299337>
- ¹⁴⁵ Lisa Lyon kunne i årene efter sin korte bodybuilderkarriere arbejde som professionel fotomodel. Se evt. mere her: <http://www.ifbb.com/halloffame/2000/lyon.htm>
- ¹⁴⁶ George Snyder var kendt som Joe og Ben Weiders konkurrent ud i træningsmagasiner og skønhedskonkurrencer. George Snyder var primært kendt for at fokusere på skønhed frem

for muskelmasse og blev senere kendt for at arrangere de populære fitnesskonkurrencer for kvinder. Han udgav ligesom Weiderbrødrene en række kommercielle magasiner og havde indtil 1982 retten til at udvælge deltagerne til Ms. Olympia. Fra 1982 og frem blev deltagerens kvalifikation bestemt ud fra deres placering i andre konkurrencer. I 1990 ændredes konkurrencen kvalifikationskriterier igen, da en af de vigtigste kvalifikationskonkurrencer 'Women's Pro World' blev nedlagt pga. økonomiske krise.

- ¹⁴⁷ Før Rachel McLish blev gift, hed hun Raquel Livia Elizondo. Hun er født i 1955 den 21. juni i byen Harlingen i Texas.
- ¹⁴⁸ Hun spiller blandt andet med i filmene 'Getting Physical' (1984), 'Aces: Iron Eagle III' (1992) og 'Raven Hawk' (1996).
- ¹⁴⁹ Interview med Lisser Frost-Larsen
- ¹⁵⁰ Ved konkurrencen i 1992 blev den blonde tysker Anja Schreiner kun nummer seks, hvorefter hun trak sig tilbage fra professionel bodybuilding.
- ¹⁵¹ Brevet fra dommerkomiteens formand til de konkurrerende atleter er både omtalt og kan læses på: http://en.wikipedia.org/wiki/Female_bodybuilding
- ¹⁵² Se evt. Aurel Radulescu: Women Bodybuilding: Then & Now på: <http://ezinearticles.com/?Women-Bodybuilding:-Then-and-Now&id=299337>
- ¹⁵³ I 1993 blev den første Ms. Fitnesskonkurrence i Danmark afholdt på initiativ af Lisser Frost-Larsen og Steen Broford. Ms. og Mr. Fitnesskonkurrencerne har siden været de dominerende hjemlige konkurrencer.
- ¹⁵⁴ Kellie Everts bog 'The ultimate Woman' udkom i 1981
- ¹⁵⁵ Der er dog også mandemagasiner med muskuløse kvinder på forsiden af og til. F.eks. på forsiden af magasinet 'Ironman', der bragte den første Ms. Olympia vinder Rachel McLish på forsiden af et nummer i apriludgaven i 2004.
- ¹⁵⁶ Møller m.fl. 1972

Noter til kapitel 2 – den danske fitness-sektors historie

- ¹⁵⁷ Bonde 1991 s. 41
- ¹⁵⁸ Samme
- ¹⁵⁹ Larsen og Jørgensen 1998 s. 11
- ¹⁶⁰ Jensen 1995
- ¹⁶¹ Larsen og Jørgensen 1998 s. 9 – 13
- ¹⁶² Mouritzen 1998
- ¹⁶³ Bonde 1991 s. 85
- ¹⁶⁴ Læs eksempelvis, hvordan diskussionerne foregik i AK Jyden, som i begyndelsen udelukkende var en forening for tobaksarbejdere: Larsen og Jørgensen 1998 s. 9 - 13
- ¹⁶⁵ Mouritzen 1998 side 1
- ¹⁶⁶ Samtale med Peter Bistrup
- ¹⁶⁷ Poul Holm Sportsmagasin lå i flotte lokaler i det indre København, Silkegade 11, København K. Den omtalte salgsbrochure kostede dengang 75 øre og er venligst fremskaffet af idrætsforsker Claus Bøje.
- ¹⁶⁸ Tekst stykke fra salgsbrochuren, hvor man ligeledes finder en udførlig instruktionsmanual i bodybuildingens øvelser.

- ¹⁶⁹ Få indblik i styrkeløftningens historie på: <http://www.styrke.dk/info/Historie.htm>
- ¹⁷⁰ Nedergaard 2006 s. 77
- ¹⁷¹ Bonde 1991 s. 85
- ¹⁷² For eksempel var et medlemskab i AK Jyden i foreningens start sat til 15 øre pr. uge, hvilket må have gjort kontingentindkrævningen til en besværlig affære for foreningens formand. Se evt. Larsen og Jørgensen 1998 s. 10.
- ¹⁷³ Funchs og Salling (red.) 2004 s. 220 – 226
- ¹⁷⁴ Det Charlottenborg, som vi kender i dag på Kongens Nytorv, er resultat af, at Botanisk Have flyttede videre til sin nuværende placering, og at byens indre volde blev sløjfet i 1874. Det ny erhvervede haveareal blev brugt til at opføre den udstillingsbygning, som stod færdig i 1883, som vi kender den i dag.
- ¹⁷⁵ Det har ikke været muligt at finde sikre eksempler på, at danske muskuløse mænd ligeledes optrådte som blikfang i reklamekampanjer for forskellige forbrugsprodukter, hvilket dog ikke er det samme som, at denne kommerialisering af kroppen ikke også har fundet sted i Danmark.
- ¹⁷⁶ 'Badeanstalten København' lå i Studiestræde 61 – 63. Den åbnede oprindeligt i 1903 og skiftede ejerkreds flere gange. Flere kilder husker, at den i 1950'erne og frem var den ejet af Bjørn Dahl, som supplerede badeanstalten med træningsfaciliteter og -udstyr.
- ¹⁷⁷ Se omtale af dokumentarfilmen om Badeanstalt København A/S på: <http://reklame.vhostip5.isop.net.uni-c.dk/index.php?test=historie>
- ¹⁷⁸ Læs evt. en kort skildring af Helles Gotveds liv i Andersen 2006 side 20 - 28
- ¹⁷⁹ Styrketræningscenteret Club Roma i København med indehaveren José Victor bliver ofte udråbt som det første alment tilgængelige styrketræningscenter i Danmark. Dette åbnede dog i 1960, hvilket i princippet gør 'Århus Muscle Studio' til det første privatejede styrketræningscenter, selvom centret ikke i starten optog medlemmer direkte fra gaden.
- ¹⁸⁰ Jens Lind er handelsuddannet og ikke ingeniør eller maskinarbejder
- ¹⁸¹ Se Thunø 2002. I artiklen er José Victor omtalt, hvor det bl.a. hedder at "... og samme år fik vi igen en udenlandsk træner. Det var José Victor fra Portugal. Han blev især kendt for åndedrætsgymnastik og oprettede senere et lille institut for en slags body building i atletikhytten i Damgårdsparken". Se artiklen på: http://www.ballerupegnsmuseum.dk/byhornet/pdf/byhortnet_4_2002.pdf
- ¹⁸² Hoffmans Proteinpulver var opkaldt efter Bob Hoffman – se evt. kapitel 1
- ¹⁸³ Jeg har ikke fundet bekræftelse på denne rekord, så informationen er alene fra Sven-Ole Thorsens udtalelse i interviewet.
- ¹⁸⁴ Ingen af mine kilder husker det præcise årstal for åbningen af Lyngby Motionscenter og heller ikke den præcise adresse på Buddingevej – kun at centeret lå tæt på en politistation.
- ¹⁸⁵ Mange af disse personer havde interne øgenavne, hvilket kendetegner mange subkulturelle miljøer.
- ¹⁸⁶ Interview med Sven-Ole Thorsen
- ¹⁸⁷ Interview med Steen Broford til spørgsmålet om, hvad der skete, hvis man blev uvenner med Sven-Ole Thorsen.
- ¹⁸⁸ Interview med Steen Broford
- ¹⁸⁹ Samme
- ¹⁹⁰ Jensen 2004

- ¹⁹¹ Der er en vis usikkerhed omkring den egentlige dato for OBBCs dannelse af forening. 1972 er en ubekræftet oplysning fra anden hånd. På Idans seminar om fitness-sektoren på Syddansk Universitet i Odense i januar 2006 sagde den nuværende daglige leder af OBBC, Christina Pape, at: "Jeg har i Ugeavisen fra 1973 set Odense Bodybuilding Club nævnt. Men jeg ved ikke, om de er stiftet der, eller om det bare er en forsamling af mennesker, som kalder sig Odense Bodybuilder Club. Altså, vi har stadigvæk én som træner dér, som mener, at han startede klubben i 1969, så det er sådan lidt usikkert, hvornår den egentligt startede."
- ¹⁹² Utzon 1988 s. 11
- ¹⁹³ Diskussionen om konkurrenceforvridende virksomhed kan på mange måder ses parallelt med den diskussion, der er kørt mellem danseklubber og private danseinstitutter, uden at det dog endnu har været ført ved en officiel sag i fitness-sektoren.
- ¹⁹⁴ Kirkegaard 2007
- ¹⁹⁵ Se en animeret introduktion til Arnolds liv på:
<http://www.schwarzenegger.com/en/life/hislife/index.asp?sec=life&subsec=hislife>
- ¹⁹⁶ Arnold Schwarzenegger vandt i alt syv Mr. Olympia mesterskaber – det sidste i 1980, hvor han overraskede alle ved at stille op på trods af, at han i 1975 efter sin 6. sejr havde offentliggjort sin tilbagetræden. Den sidste sejr er endnu meget omdiskuteret, da mange mener, at han ikke var i form. Mike Mentzer, der var udråbt som favorit til titlen dette år, blev så rasende, at han droppede al kontakt med brødrene Weider, som han beskyldte for korrupsion.
- ¹⁹⁷ Delta Bio lå i København i Kompagnistræde 19 fra 1977 til 1993
- ¹⁹⁸ Interview med Steen Broford
- ¹⁹⁹ Arnold Schwarzenegger besøgte Danmark et par gange i starten af 1980'erne efter hans deltagelse i premieren på 'Sagen er bøf'.
- ²⁰⁰ Interview med Nicky Petersen
- ²⁰¹ Blandt andet den senere skuespiller Erik Holmey, den tidligere professionelle bokser og bodybuilder Hans Jørgen Jakobsen, bodybuilderne Nicky Petersen, Steen Hansen og Bruno Larsen.
- ²⁰² Se korte filmklip om Sven-Ole Thorsens skuespilskarriere og venskab med Arnold Schwarzenegger på: http://www.schwarzenegger.com/en/life/didyouknow/did_en_sven_interview.asp?sec=life&subsec=didyouknow
- ²⁰³ Serge Nubre var en fantastisk velbygget sort bodybuilder, som flere gange konkurrerede med Arnold om store mesterskaber. Mange mener, at han ikke vandt de store mesterskaber på grund af hans farve, som gjorde et kommercielt gennembrud i Amerika umulig. Denne historie er ligeledes ens med den fantastiske bodybuilder Sergio Olivia, som dog vandt en række store titler, før Arnold Schwarzenegger overtog tronen. Sergio Olivia var sort og oprindeligt fra det socialistiske Cuba og kunne således ikke bruges som brødrene Weiders foretrukne rollemodel over for det amerikanske marked.
- ²⁰⁴ Sideløbende med oprettelsen af Danske Body Building Forbund dyrkede Sven-Ole Thorsen også karate. Den danske fitnesshistorie er fuld af personligheder, der har haft berøring med karatesporten.
- ²⁰⁵ Interview med Nicky Petersen
- ²⁰⁶ I 1984 debuterede Anniqua Fors som revyskuespiller på Marielyst Sommerteater, hvor hun med stor succes lavede en parodi på Dolly Parton. I 1985 rejste Anniqua Fors til Los Angeles i USA sammen med sin daværende mand Sven-Ole Thorsen, som hun dog senere blev skilt fra. I Californien gjorde hun blandt andet karriere som fitnessinstruktør og åbnede sit eget fitness-

- center. Efter en række personlige kriser engagerede hun sig i hjælpearbejde for alkoholmisbrugere på Betty Ford Clinic i Los Angeles, hvor hun også underviste i yoga. I 1994 blev hun amerikansk statsborger og giftede sig med en rig advokat, som hun dog også senere blev skilt fra.
- ²⁰⁷ Dobbins: The 1980 Ms. Olympia Contest Report - Birth of a Tradition. Artikel er fundet på: <http://www.getbig.com/articles/mso1980.htm>, men er oprindeligt fra februarudgaven af Muscle & Fitness Magazine 1981.
- ²⁰⁸ Samme
- ²⁰⁹ Sønderup 1981
- ²¹⁰ Interview med Lisser Frost-Larsen
- ²¹¹ Interview med Nicky Petersen
- ²¹² Larsen 2003 s. 15
- ²¹³ Tage Nielsen har desværre ikke ønsket at medvirke som interviewperson, hvorfor viden om fitnesskæden er baseret på historiske avisartikler og andre interviewpersoners udsagn – i særdeleshed interviewet med Hans-Henrik Palm.
- ²¹⁴ Interview med Nicky Petersen
- ²¹⁵ Boelskifte 1984 s. 112
- ²¹⁶ Samme
- ²¹⁷ Westphal 1984 s. 3
- ²¹⁸ Boelskifte 1984 s. 102
- ²¹⁹ Samme s. 104
- ²²⁰ Samme
- ²²¹ Ud over ejerne er der ingen, der rigtig ved, hvor mange kunder, der var i Form & Figur. Årsagen er sandsynligvis, at betalingen for de lejede fitnessmaskiner afhang af fitnesscentrets medlemstal, hvorfor der var en naturlig trang til at underdrive antallet af medlemmer.
- ²²² Jørgen Albrechtsens første fitnesscenter fra 1978 hed 'Roskilde Helsecenter' og senere 'Olympia Helsecenter'.
- ²²³ Bistrup 1991 s. 10
- ²²⁴ Samme
- ²²⁵ Samme
- ²²⁶ Nielsen 1989
- ²²⁷ Albrechtsen 1981 s. 5
- ²²⁸ Forklaringer på Nautilus navn er, at de originale spiralformede kamhjul på de første fitnessmaskiner mindede opfinderens, Arthur Jones, om bløddyret nautilus' skal, hvilket gav ham ideen til navnet.
- ²²⁹ Se evt. afsnittet 'Sandow the Magnificent og bodybuildingens introduktion
- ²³⁰ Albrechtsen 1981 s. 5
- ²³¹ Mike Mentzer døde den 10. juni 2001 af et pludseligt hjerteanfald og hans bror Ray Mentzer døde to dage efter den 12. juni 2001. De blev hhv. 49 og 47 år. Mike, som var den mest kendte af brødrene, vandt trods talrige forsøg aldrig titlen som 'overall' mester i Mr. Olympia, hvilket resulterede i en stor personlig krise.
- ²³² Træning til situationen med total muskulær udmattelse benævnes ofte for 'Total Failure Training'.
- ²³³ Interview med Jørgen Albrechtsen

- ²³⁴ Mike Mentzers samlede artikler blev senere udgivet i lettere omskrevet form efter hans pludselige død i 2001 under titlen 'The Wisdom of Mike Mentzer'.
- ²³⁵ Interview med Steen Broford
- ²³⁶ Interview med Nicky Petersen
- ²³⁷ Interview med Jørgen Albrechtsen
- ²³⁸ Interview med Jørgen Albrechtsen
- ²³⁹ Interview med Jørgen Albrechtsen
- ²⁴⁰ Interview med Charlotte Bircow
- ²⁴¹ Dette skete i praksis ved, at der med jævne mellemrum blev udsendt musikbånd (tape) fra ledelsens side til alle Fitness Clubs centre. Set i Zacho 1989.
- ²⁴² Bistrup 1991 s. 10
- ²⁴³ Det skal i denne sammenhæng nævnes, at Jørgen Albrechtsens ærgrelse over at have bevæget sig ud på et sidespor, ganske givet også skyldes, at Fitness Club gik konkurs i starten af 1991 med store personlige økonomiske konsekvenser for såvel ham selv som resten af fitnessindustrien.
- ²⁴⁴ Læs om I.P.Müller i kapitel 1 i afsnittet 'Den instrumentelle trænings gennembrud'
- ²⁴⁵ Bistrup 1991 s. 10
- ²⁴⁶ Westphal 1984 s. 3
- ²⁴⁷ Utzon 1988 s. 11
- ²⁴⁸ Nielsen 1998
- ²⁴⁹ Nordberg, Andreasen og Nielsen 2003 s. 86
- ²⁵⁰ Charlotte Bircow kan huske årstallet præcist, fordi hun i dette år var med i Cirkusrevyen og det var i den periode, at timen fandt sted.
- ²⁵¹ Sweat Shop, som var ejet af Susanne Bro, var fra 1980'ernes et førende københavnsk danseinstitut hvor jazzballet blev introduceret før aerobics. Jazzballet var populær danseform i 1980'erne, der kombinerede en række klassiske grundtrin med mere moderne rytmiske udtryk og bevægelser. Da aerobics blev introduceret, fik dette koncept langsomt overtaget.
- ²⁵² Interview med Charlotte Bircow
- ²⁵³ Interview med Charlotte Bircow
- ²⁵⁴ Aagaard 2003 s. 64
- ²⁵⁵ Samme
- ²⁵⁶ Se Gin Millers egen version af sin historie på hendes officielle hjemmeside:
http://www.ginmiller.com/gmfo6/instructor/step_history/introduction.html
- ²⁵⁷ Aagaard 2003 s. 65
- ²⁵⁸ Jeg bruger bevidst benævnelsen DGI (Danske Gymnastik & Idrætsforeninger) for overskuelighedens skyld. I 1980'erne var der to paraplyorganisationer, som i 1992 fusioneres til nutidens DGI. De to tidligere organisationer var hhv. DDSG&I (De Danske Skytte, Gymnastik og Idrætsforeninger) og DDGU (De Danske Gymnastik & Ungdomsforeninger). Se evt.:
http://www.dgi.dk/nyheder/vis_nyhed.aspx?ID=4707&D=15 for at læse mere om DGIs organisatoriske og historiske fortid.
- ²⁵⁹ Høj 1991
- ²⁶⁰ Larsen: Pas på, medlemmerne ikke bliver kunder, fundet på:
http://www-dgi.dk/nyheder/vis_nyhed.aspx?ID=6733&D=0
- ²⁶¹ Hop-Shop er en række aerobic-serier, som benyttes i gymnastikkens foreningsregi
- ²⁶² Bistrup 1991 s. 10

- ²⁶³ Samme
- ²⁶⁴ Samme
- ²⁶⁵ Interview med Jørgen Albrechtsen
- ²⁶⁶ MedX er de nye veldesignede fitnessmaskiner, som Concept 1010 bruger i deres Nautilus-inspirerede træning. Se evt. mere på: <http://www.medxonline.com>
- ²⁶⁷ Interview med Jørgen Albrechtsen
- ²⁶⁸ Hans-Henrik Palm overtog fitnesscentre i hhv. SAS Royal, SAS Falkoner, SAS Globetrotter
- ²⁶⁹ Mange internetsider henviser til 'Johnny G.' som opfinder af indendørs cykeltræning. Johnny G. er en respekteret amerikansk langdistancerytter, der bl.a. har vundet 'Race Across America'. Da han i forberedelserne til denne kræftanstrengelse manglede en indendørs træningsmetode var han efter sigende den første, der byggede en særlig indendørs cykel uden friktionsmodstand. Derved introducerede han den cykel, som nutidens spinningcyklen senere tog udgangspunkt i.
- ²⁷⁰ Interview med Charlotte Bircow
- ²⁷¹ Interview med Charlotte Bircow
- ²⁷² Technogym har som det nyeste skud på stammen lavet et veldesignet hjemmetræningsmøbel med navnet Kinesis-personal. En fuldt udbygget hjemmestudie koster dog omkring 66.000 kr. se evt. mere på: http://www.pedan.dk/nyheder/Kinesis_DA.pdf
- ²⁷³ SATS står for Sport Aerobic Training Senter
- ²⁷⁴ Interview med Hans-Henrik Palm
- ²⁷⁵ I Danmark bliver fitnesskæden 'Ve og Vel', som var ejet af Henrik Rossing, også opkøbt af 24 Hour Fitness. Henrik Rossing underskrev ligesom Hans-Henrik Palm også en konkurrenceklausul, hvor han lovede ikke at gå ind på det danske fitnessmarked i en årrække. Da denne klausul udløb, åbnede han fitnesskæden Fitnessworld med stor succes.
- ²⁷⁶ Interview med Hans-Henrik Palm
- ²⁷⁷ Fitnesscentre for børn blev i Danmark introduceret i 2005 med det såkaldte Shokk-koncept i Viborg. Dette koncept er nu introduceret i fitnesskæden Equinox. Se evt. mere på: www.shokk.dk
- ²⁷⁸ Ingerslev 2005
- ²⁷⁹ Samme
- ²⁸⁰ Læs evt. pressemeddelelsen fra Nordic Capital på: <http://www.nordicapital.com/pdf/020830da.pdf>
- ²⁸¹ Godtfredsen 2006
- ²⁸² Andre fitnesskæder blev også kritiseret for aflønningsformen, herunder fitness dk. Citat hentet fra Bonde 2005 s. 4
- ²⁸³ Se evt. hkfitness.dk
- ²⁸⁴ Ilsøe 2003 s. 14
- ²⁸⁵ De var Kim Sørensen Ravns svoger, Alex Nielsen, som anmeldte Kim Sørensen Ravn og vidnede mod ham i Venstre Landsret. Samtidig beskyldte Kim Sørensen Ravn svogeren for at have begået underslæbet, da han var ansat i fitnesskæden indtil 1999. Svogeren købte i 2000 et fitnesscenter i Odder, hvor der rent økonomisk kun er grundlag for ét kommercielt fitnesscenter. Det ligner derfor en indirekte hævnaktion fra Kim Sørensen Ravns side, at han kort efter besluttede sig for at åbne et Equinox-center i Odder med det erklærede formål at udkonkurrere det eksisterende fitnesscenter. Se evt. Jacobsen 2006.
- ²⁸⁶ Saugmann 2004 side 2

- ²⁸⁷ SATS' årsrapporter kan læses på:
http://www.sats.com/om_sats_da/om_sats_arsrapport_da.htm
- ²⁸⁸ Læs resten af Tryg i Danmarks pressemeddelelse hér: <http://www.trygidanmark.dk/Presse.aspx>
- ²⁸⁹ Andersen 2005 s. 4
- ²⁹⁰ Rasmussen 2006 s. 42 – 44
- ²⁹¹ Se evt. den norske brancheforenings hjemmeside: <http://www.treningsnett.no/>
- ²⁹² Anti Doping Danmark har ansvaret for at teste for dopingmisbrug i fitnesscentre landet over, men ordningen er blevet kritiseret for at være ekstremt ineffektiv. Se evt. Idans tidligere nyhedsbrev om emnet på: http://www.idan.dk/upload/nyhedsbrev7_001.pdf
- ²⁹³ Citat fra Jens Kramer Mikkelsen, da bestyrelsen i den nye brancheforening præsenterede sig i forbindelse med 'Nike Convention' i Taastrup Hallerne.
- ²⁹⁴ Læs evt. mere om fitness-sektoren i København på:
<http://www.idan.dk/Nyheder/245hovedstadsfitness.aspx>
- ²⁹⁵ DFHO satser på at få mindst 100 centre til at betale kontingentet på 600-1000 kr. om måneden (alt efter antal centre pr. kæde) allerede i løbet af 2007.

Kapitel 3 – kommerciel fitness i en forbrugerkultur

- ²⁹⁶ Jeg vil ikke komme ind på diskussion om, hvorvidt perioden efter moderniteten bør kaldes postmodernitet eller senmodernitet.
- ²⁹⁷ Enjolras 2002 s. 180
- ²⁹⁸ Westphal 1984 s. 3
- ²⁹⁹ Baumann i Giddens 2000 s. 232
- ³⁰⁰ Enjolras 2002 s. 183
- ³⁰¹ Riiskjær 1997 s. 280
- ³⁰² Bøje og Eichberg 1994 s. 124
- ³⁰³ Ibsen 2006
- ³⁰⁴ Samme s. 4
- ³⁰⁵ Hinsby 2006 s. 12
- ³⁰⁶ Ibsen og Larsen 2005 s. 2. Kan downloades på:
http://www.cisc.sdu.dk/Publikationer/qBl2005_1.pdf
- ³⁰⁷ Direkte citat af hovedbestyrelsesmedlem Birgitte Nielsen, som er hentet fra artiklen: Voksne ønsker mere fleksibilitet, i: Ungdom og Idræt, nr. 19, 13. juni side 9, 2002.
- ³⁰⁸ Ibsen og Larsen 2005 s. 2. Kan downloades på:
http://www.cisc.sdu.dk/Publikationer/qBl2005_1.pdf
- ³⁰⁹ Larsen 2003
- ³¹⁰ Kirkegaard 2007
- ³¹¹ Samme
- ³¹² IHRSA's rapport 'The IHRSA European Market Report – The size and scope of the health club industry' kan bestilles på www.ihrsa.com
- ³¹³ Samme
- ³¹⁴ I juli 2006 blev Equinox Fitness solgt af ejeren Kim Sørensen Ravn til den islandske kapitalfond Threk Holding Denmark A/S. SATS, som i starten af 2007 er Danmarks 2. største fitnesskæde med næsten 35.000 kunder blev den 10.11-2006 solgt til forsikringselskabet 'Tryg i Danmark'.

- ³¹⁵ Radmer (red.) 2005 s. 5
- ³¹⁶ Samme s. 3
- ³¹⁷ Larsen 2006. Kan læses på: www.dgi.dk/nyheder/vis_aspx?ID=6733&D=0
- ³¹⁸ Radmer og Bille 2005, fundet på: http://www.dgi.dk/nyheder/vis_nyhed.aspx?id=5923&d=30
- ³¹⁹ Se Lokale- og anlægssfondens hjemmeside for flere informationer: www.loa-fonden.dk
- ³²⁰ Fra www.loa-fonden.dk
- ³²¹ Storm og Almlund 2006 s. 18
- ³²² Ibsen 2006 s. 20
- ³²³ At foreningerne oplever denne udfordring, er ikke nødvendigvis ensbetydende med, at der er statistisk belæg for, at manglen er større i dag end tidligere. Dette er der umiddelbart intet, der tyder på. Se evt. Ibsen 2006 s. 20-22
- ³²⁴ Samme s. 24
- ³²⁵ Bøje og Eichberg 1994 s. 128
- ³²⁶ Mange foreninger oplever dog en manglende interesse for det formelle demokrati hos medlemmerne.
- ³²⁷ Ibsen 2002 s. 30
- ³²⁸ Samme s. 33
- ³²⁹ Payne 2005
- ³³⁰ For eksempel er den motionskultur, der beskrives som 'den tredje bølge' både udtryk for en reel ændring i befolkningens motions- og idrætsvaner, men også for en ændring i opfattelsen af, hvad der kan karakteriseres som motions og idræt.
- ³³¹ Bauman 2002
- ³³² Skårhøj 2005
- ³³³ Se evt. hjemmesiden: www.fitnessdating.dk. Lignende portaler kender man fra udlandet, hvor der også er udviklet softwarebrugerflade, som kunder kan købe ved indmeldelse i et fitnesscenter. På denne brugerflade kan man oprette en profil og komme i kontakt til de andre medlemmer af fitnesscenteret.
- ³³⁴ Begrebet 'kreativ destruktion' er oprindeligt fra økonomen Joseph Schumpeter (1883 - 1950). Begrebet henviser til kapitalismens funktionsmåde og ånd, der i sin revolutionære natur nedbryder vaner, rutiner, produkter og metoder ved at opfinde nye.
- ³³⁵ Rosenberg 2006 s. 137
- ³³⁶ la Cour 2006 s. 8. Det direkte citat er ikke udtryk for Peter la Cours egen mening, men en kritisk retorisk replik til en bestemt krops- og sundhedsopfattelse.
- ³³⁷ IHRSA: The IHRSA European Market Report – The size and scope of the health club industry. Kan bestilles på www.ihrsa.com
- ³³⁸ Til den seneste store kongres i den amerikanske funderede brancheorganisation IHRSA (International Health, Racquet & Sportsclub Association) talte flere berømtheder – heriblandt den tidligere præsident Bill Clinton, hvis budskab blandt andet var, at det amerikanske ineffektive sundhedssystem kunne lære meget af fitnessindustriens evne til at få folk i gang med motion. IHRSA's nyvalgte bestyrelsesformand, Joe More, er ligeledes kendt som et politisk væsen med gode kontakter til Senatets og Kongressens officielle politiske beslutningstagere.
- ³³⁹ Nielsen 2006 s. 6
- ³⁴⁰ Bordo 1993
- ³⁴¹ Giddens 2000 s. 121

- ³⁴² Ministeriet for familie- og forbrugeranliggender 2005 s. 15
- ³⁴³ Dette er en teoretisk omskrivning af Henning Eichbergs såkaldte 'trialektiske model'. Modellen er et taknemmeligt redskab, hvis man beskæftiger sig med hvilke strømninger, motiver og formål, der driver idrætsudøveren til aktiviteten. Se evt. Eichberg 1988
- ³⁴⁴ I fitnesssterminologien er den såkaldte 'retention rate' (genindmeldelsesgrad) et mål for, hvor stor tillid kunderne har til udbyderens produkt. På mættede fitnessmarkeder som det amerikanske er genindmeldelsesgraden afgørende for forbrugernes tillid til fitnesscenteret.
- ³⁴⁵ Kirkegaard 2007
- ³⁴⁶ Ibsen 2002 s. 36
- ³⁴⁷ F.eks. har mange bowlingcentre et kommercielt publikum, der er motiveret af underholdning om aftenen og et sportsligt foreningspræget publikum om dagen.
- ³⁴⁸ Bøje 1989 s. 805 – 956
- ³⁴⁹ Dette skisma mellem leg og arbejde findes ligeledes i professionelle eliteidrætsmiljøer. Se evt. Trangbæk 1996 s. 23 – 29
- ³⁵⁰ Møller 2001 s. 146
- ³⁵¹ Samme
- ³⁵² For yderligere diskussion om dette emne henviser jeg til Bøje 1989 s. 805 – 956
- ³⁵³ Westphal 1984 s. 3
- ³⁵⁴ Citatet er hentet fra programmet 'Tidsmaskinen', som blev sendt på DR2 den 1. december 2006. Ifølge Tidsmaskinen var klippet oprindeligt fra et tv-indslag i DR fra 1975.
- ³⁵⁵ For en mere teoretisk gennemgang af oplevelsesøkonomien henviser jeg til udgivelserne Goldschmidt m.fl. 2005 samt den tidligere Pine og Gilmor 1999.
- ³⁵⁶ Goldschmidt m.fl. 2005 s. 9
- ³⁵⁷ Samme s. 27
- ³⁵⁸ Blandt andet OL i Atlanta og VM i fodbold i Tyskland 2006
- ³⁵⁹ Forbrugerstyrelsen har i denne forbindelse offentliggjort en kvalitetsundersøgelse af fitnesscentre, hvor man har testet fitnesscentre på en række objektive vilkår. Testen, som blev offentliggjort i februar 2007, har dog mødt kritik fra mange sider for manglende indsigt i fitness-sektoren. Se evt. www.forbrug.dk og en kritisk kommentar om testen på www.idan.dk.
- ³⁶⁰ Ideen om equilibrium findes i flere forskellige teorier, der arbejder med stabile situationer. Begrebet er især anvendt inden for markedsøkonomiske teorier, hvor det henviser til en tilstand, hvor "... elementerne i et system er i balance, så de ikke selv har nogen tilskyndelse til at ændre på deres indbyrdes relationer." Se Andersen 1996 s. 40
- ³⁶¹ Eksempelvis er der rimeligt faste grænser for, hvor meget rugbrød man kan spise, før man får det dårligt.
- ³⁶² Westphal 1984 side 3
- ³⁶³ la Cour 2006 s. 8

Personregister

- Albrechtsen, Jørgen 12, 13, 48, 86, 87, 88, 90, 91, 92, 93, 99, 103, 104, 105, 106
Atlas, Charles 10, 15, 16, 50, 51, 52, 53, 131, 142
Attila, Professor Louis 9, 38, 39, 88
Baxter, Kay 55
Bircow, Charlotte 13, 34, 37, 92, 97, 98, 99, 105, 107, 108
Bircumshaw, Paula 57
Broford, Steen 65, 73, 75, 78, 81, 89, 90, 91
Brun, Uwe 74
Brøgger, Suzanne 75
Bøje, Claus 76, 123
Columbo, Franco 48
Cooper, Kenneth 97
Cyr, Louis 42
Darden, Dr. Elliot 87, 89
Dyrvig, Jens 114
Eichberg, Henning 123
Elfelt, Peter 65
Everts, Kellie 53
Fonda, Jane 97, 98
Fors, Anniqua 12, 72, 73, 79, 80, 82
Francis, Bev 56, 57
Frost-Larsen, Lisser 12, 46, 57, 80, 81
Gasnier, Pierre 42, 43
Gold, Joe 46, 89
Graubæk, Ole 95, 96, 97, 114, 115
Greenwood, Trey 113, 117
Gulick, Dr. 10, 34
Hansen, Ingeborg Moritz 100, 101
Hansen, Jens 137
Hoffmann, Bob 10, 11, 43, 44, 47, 63
Hovmand, Susanne 110, 111, 112
Högström, Sally 9, 37
Ingerslev, Rasmus 111, 112, 116, 117
Jacobsen, Hans Jørgen 42
Jakobsen, Dorte 13, 98, 100, 101
Jespersen, Anders Kragh 100, 102
Jones, Arthur 86, 87, 89, 90, 104
Jowett, Georg 47
Kono, Tommy 11, 44, 45, 63
Kops, Erland 83, 84
Kristensen, Vilhelm 31, 32
Larsen, Michael 30
Lind, Jens 11, 67, 68, 69, 70, 71, 94
Lorenzen, Stefan 111
Lyon, Lisa 54, 55
Macfadden, Bernarr 45
Marshall, Beatrice 45
McGhee, Henry 55
McIntosh, Sadie 54, 55
McLish, Rachel 56, 57
Mentzer, Mike 13, 88, 89, 90
Mentzer, Ray 90
Mikkelsen, Jens Kramer 14, 117, 118
Miller, Gin 99
Murray, Lenda 56, 58
Müller, I. P. 10, 32, 33, 34, 35, 41, 92
Møller, Lars Stig 116, 117
Nielsen, Mogens 108
Nielsen, Søren 94, 95
Nielsen, Tage 11, 13, 83, 84, 85, 86, 105, 113, 141
Nubret, Serge 77
Nørregård, Majbritt 100
Olivia, Sergio 48, 88
Ottosen, Carl 11, 27, 28
Palm, Hans-Henrik 13, 14, 84, 97, 105, 106, 107, 108, 109, 110, 111, 112, 113, 115, 116, 124
Pedersen, Birgitte 101, 103, 107
Perry, Lynn 59

Petersen, Nicky 71, 72, 76, 77, 81, 90
Ravn, Kim Sørensen 13, 114
Reeves, Steve 11, 46, 47, 48
Sadolin, Frode 10, 26
Salminen, Marina Aagaard 102, 103
Sandow, Eugen (Müller, Friedrich Wilhelm) 9, 10, 30, 38, 39, 40, 41, 45, 46, 47, 49, 65
Schemansky, Norbert 11, 44, 63
Schreiner, Anja 57
Schwarzenegger, Arnold 12, 38, 46, 48, 56, 75, 76, 77, 98
Schütz, Johan Friderick 9, 42
Scott, Larry 11, 48
Siciliano, Angelo 51
Snyder, George 56, 79, 80
Sorensen, Jackie 97, 101
Stephan, Alan 48
Stockton, Abbye 'Pudgy' 54, 55
Søgaard, Susanne 95, 96
Sønderup, Ole 77, 78, 79, 81, 82
Thorsen, Sven-Ole 12, 71, 72, 73, 75, 76, 77, 78, 79, 80, 81, 82, 84, 91, 137
Trane, Mogens 12, 72
Treloar, Albert 45
Viator, Casey 88
Victor, José 11, 71
Viggo Jensen 9, 62
Webb, Tamilee 35
Weider, Ben 11, 44, 47, 48, 49, 57, 58
Weider, Joe (Joseph) 11, 44, 47, 48, 49, 58, 80, 89
Whitely, Alex 9, 34
Withen, Henrik 13, 107
Zane, Frank 48
Ziegfeld, Florenz Jr. 39, 40
Zinkin, Harold 11, 46

Fra muskelmasse til massebevægelse

- indblik i den kommercielle fitness-sektors historie

Danskerne dyrker fitness som aldrig før. Omkring 380.000 danskere har i 2007 et medlemskort til et privat fitness-center, og meget tyder på, at endnu flere er på vej.

'Fra muskelmasse til massebevægelse' giver et nuanceret indblik i den kommercielle fitness-sektors ukendte og underholdende historie. Bogen fortæller om de historiske forudsætninger for nutidens fitness-sektor. Samtidig diskuterer den de væsentlige udfordringer, som den kommercielle købeidræt stiller den traditionelle danske foreningsidræt over for.

Bogen retter sig mod ansatte og aktive i fitness-sektoren, som ønsker indsigt i branchen, samt alment idrætsinteresserede og studerende med interesse for idrættens kommercialisering og kropskulturens historie.