



Sport2Go

En evaluering af målgruppe, koncept og indhold

Mette S. Nielsen & Kirsten Grube, december 2013

Center for Ungdomsstudier (CUR)  CUR

Resumé:

Denne evaluering er en undersøgelse af det fleksible koncept Sport2Go. Evalueringen tager afsæt i et deltager-, instruktør-, forenings- og projektlederperspektiv. Afslutningsvis fremlægges der nogle anbefalinger til, hvad der kan være værd at overveje i forbindelse med nye tiltag, hvor fokus er på at udfordre nye målgrupper til idrætsaktivitet og foreningsdeltagelse.

Undersøgelsens generelle pointer er:

Deltagere er tilfredse med Sport2Go-konceptet

Deltagere er i høj grad tilfredse med konceptet og sætter pris på indhold, pris, instruktører, faciliteter og at kunne træne sammen med deres venner.

Sport2Go benyttes i særlig grad af fleksible forenings- og idrætsaktive unge

Sport2Go benyttes i særlig grad af en gruppe af unge, som tidligere har været eller sideløbende med deres Sport2Go-deltagelse er en del af en idrætsforening. Spørgsmålet er imidlertid, om gruppen af fleksibelt orienterede tidligere foreningsaktive unge er tilstrækkelig stor i forhold til at skabe det nødvendige 'kundegrundlag' for et koncept som Sport2Go.

Det samme aktivitetsniveau efter deltagelse i Sport2Go

Hovedparten af Sport2Go-deltagerne udviser det samme aktivitetsniveau inden for såvel foreningsidræt som inden for fitness, efter at have deltaget i Sport2Go. Der er dog et højere aktivitetsniveau, når det gælder deltagelsen i øvrige selvorganiserede fritidsaktiviteter.

Foreningslivet oplever Sport2Go som en mindre effektiv rekrutteringsstrategi

Foreningslivet oplever ikke den store tilgang af medlemmer i forbindelse med Sport2Go. I nogle tilfælde har Sport2Go konkurreret med foreningstilbuddene. I de tilfælde, hvor det er lykkedes at få nye medlemmer, er der blevet skabt 'flydende overgange' mellem Sport2Go og foreningslivet, når det gælder pris, struktur m.v. Foreninger, der repræsenterer små idrætter, har haft større forventninger til Sport2Go end store.

Ressourcer, demografi og forventningsafstemning er årsager til Sport2Go's succes i Aalborg

Sport2Go i Aalborg har et højt deltagerantal. Det skyldes i høj grad tilgængelige ressourcer, demografiske vilkår, og at der har fundet en tydelig forventningsafstemning sted i forhold til foreningslivet.

Evalueringen har følgende *anbefalinger* i forhold til, hvad der kan være værd at overveje, hvis man ønsker at udvikle tiltag, hvor fokus er på at udfordre nye målgrupper til idrætsaktivitet og foreningsdeltagelse:

- Få mere konkret viden om den målgruppe, man ønsker at henvende sig til.
- Gå fra koncept-implementering til metodeudvikling.
- Indgå strategiske samarbejder med eksterne samarbejdspartnere.
- Sæt fokus på mere uddannelse og videndeling blandt instruktører.
- Træf nogle velbegrundede strategiske valg omkring, hvilke idrætter/foreninger, der har ressourcer og kompetencer til at tage imod nye grupper af brugere.

Undersøgelsen baserer sig på data fra 281 respondenter med tidligere og nuværende deltagere og 41 interviews med deltagere, instruktører, foreningsledere og projektledere.

Forord

1. Indledning	6
2. Hvad gjorde vi? – Lidt om metode	8
3. Baggrunden for Sport2Go og status	13
4. Sport2Go tæt på	17
- Deltager- og instruktørperspektiver	
5. Målgruppen for Sport2Go	31
6. Hvad får foreningslivet ud af det?	38
- Et foreningsperspektiv	
7. "Hvad kan vi lære af Aalborg?"	43
8. Opsummering og anbefalinger	48

Litteratur

Forord

Begejstring og engagement har været nøgleordene, når vi har været ude at snakke med deltagere, instruktører, foreningsledere og projektledere i forbindelse med evalueringen af Sport2Go. Vi har mødt unge, der har det sjovt, og voksne ildsjæle, der brænder for at videreudvikle, forandre og forny forenings- og idrætslivet, så flere unge får glæde af at bevæge sig sammen med andre inden for sjove og spændende rammer. Gennem projektet har det været en fornøjelse at komme tæt på de mange, der vil og kan noget på dette felt. Selvom Sport2Go ikke fortsætter i en form, som vi kender det i dag, er det til gengæld sikkert, at vi i høj grad er stødt på evnen til at lære af tidligere erfaringer og at udvikle nye idéer og tiltag med afsæt i de erfaringer, man gør sig i dag. Det er stærkt opmuntrende og bringer masser af energi ind i et kommende udviklingsarbejde.

Vi håber, at denne rapport udgør et kvalificeret bidrag, når der skal tænkes nyt i forhold til idræt- og foreningsliv.

Tak ...

Tak til de hundredvis af unge, der har valgt at udfylde et spørgeskema i en presset hverdag, og tak til instruktører, foreningsledere og projektledere, der tog sig tid til at lade sig interviewe.

Frederiksberg, december 2013
Mette S. Nielsen & Kirsten Grube
Center for Ungdomsstudier (CUR)

1. Indledning

Hvordan etablerer man attraktive idrætsaktiviteter, der medvirker til at rekruttere og at fastholde unge i idræts- og foreningslivet?

Det er en løbende udfordring, der arbejdes med over alt i dansk idrætsliv – også i DGI. Som et af mange initiativer har otte DGI-landsdele, i samarbejde med i alt ni kommuner¹, siden 2010 tilbudt det fleksible Sport2go-koncept, som har til formål at øge idrætsaktiviteten blandt 12-25-årige og at få flere unge i kontakt med idrætsforeningerne².

Sport2Go-konceptet har haft forskellig succes i de deltagende kommuner. Langt hovedparten af Sport2Go-deltagerne har tilmeldt sig i Aalborg, en mindre del i Hillerød og Roskilde og blot få unge i Faaborg-Midtfyn, Esbjerg, Ikast-Brande, Herning, Aarhus og Gladsaxe.

Sport2Go har i det sidste halve år stået 'ved en skillevej' i forhold til, om det skulle fortsætte i modereret form eller afvikles. Der blev derfor taget initiativ til at igangsætte denne evaluering i forsommeren med henblik på at få klarlagt, i hvilken udstrækning konceptet fungerer eller ikke fungerer. I december 2013 – inden evalueringen var færdiggjort – blev der – på grund af lavt deltagerantal – truffet en politisk beslutning om at afvikle Sport2Go i sin nuværende form i regi af DGI, og Sport2Go vil i de ovenfor nævnte deltagende kommuner enten afvikles, fortsætte i en version 2.0 med formentligt nyt navn og/eller nyt koncept.

Beslutningen har skærpet evalueringens fokus i den retning, at rapporten først og fremmest diskuterer **målgruppe, koncept og indhold** og stiller spørgsmålet: "Hvad kan vi lære af Sport2Go?" Formålet er at kvalificere videreudviklingen af tiltag, der – i lighed med Sport2Go – søger at finde nye veje inden for idræt- og foreningsliv.

Formål

Formålet med rapporten er at afdække muligheder og begrænsninger i Sport2Go-konceptet samt at præsentere nogle konkrete anbefalinger, når nye koncepter skal udvikles med henblik på at højne idrætsdeltagelsen og at få flere unge til at engagere sig i forenings- og idrætslivet.

Målgruppen for rapporten

Målgruppen for rapporten var oprindeligt først og fremmest beslutningstagere i DGI. Det er stadig målgruppen – dog håber vi, at rapporten med dens mere markante læringsvinkel vil være så praktisk anvendelig, at *forenings- og projektledere* kan benytte sig af rapportens konklusioner og anbefalinger.

¹ Aalborg, Aarhus, Roskilde, Herning, Ikast-Brande, Hillerød, Gladsaxe, Faaborg-Midtfyn og Esbjerg.

² For at skærpe konceptet blev Sport2Go i maj 2013 i højere grad målrettet ungdomsuddannelser (Indstilling til DGI's hovedbestyrelse 2013).

Hvordan er rapporten bygget op?

Rapporten er bygget op på følgende måde:

2. Hvad gjorde vi? – Lidt om metode

3. Baggrunden for Sport2Go og status

I afsnittet vil vi se på baggrunden for Sport2Go samt præsentere status på deltagerantal, målgruppe, m.v. i de deltagende kommuner.

4. Sport2Go tæt på – Deltager- og instruktørperspektiver

Afsnit 4 sætter fokus på, hvordan deltagere og instruktører oplever Sport2Go-konceptet i praksis. Der sættes fokus på, hvad der er det gode ved Sport2Go, hvad det fleksible koncept indebærer for deltagere, prisen, det at begynde sammen med sine venner, generelle deltagelsesmotiveer, betydningen af niveau og progression, fravalg af Sport2Go m.v.

5. Målgruppen for Sport2Go

Afsnit 5 ser nærmere på målgruppen for Sport2Go. Hvilken målgruppe henvender Sport2Go sig primært til, og hvilke erfaringer har der været? Hvilke perspektiver har henholdsvis projektledere og foreningsledere på målgruppen?

6. Hvad får foreningslivet ud af det? - Et foreningsperspektiv

I afsnittet kigger vi nærmere på, hvad foreningslivet får ud af at være en del af Sport2Go. Er der forskel på foreninger, der repræsenterer henholdsvis små og større idrætter?

7. "Hvad kan vi lære af Aalborg?"

Afsnit 7 vil forsøge at belyse årsagerne til Sport2Go's høje deltagerantal i Aalborg. Der kigges på tilgængelige ressourcer, det demografiske og geografiske aspekt, kommunikationsstrategier m.v. Hvad kan der læres af Aalborg, som det er muligt generelt at lade sig inspirere af?

8. Opsummering og anbefalinger

Afsnittet samler op på pointerne i de foregående afsnit, og der fremlægges nogle anbefalinger til en fremtidig udvikling af nye tiltag inden for forenings- og idrætsliv.

2. Hvad gjorde vi? - Lidt om metode

I dette afsnit vil vi beskrive, hvordan vi greb evalueringen an, og hvem der valgte at deltage i undersøgelsen. Evalueringen baserer sig på en *kvantitativ* og en *kvalitativ* undersøgelsesdel. I den kvantitative del spurgte vi såvel tidligere og nuværende deltagere om deres perspektiver på og erfaringer med Sport2Go-konceptet; den kvalitative del havde til formål at komme i dybden med deltagere, foreningsledere, instruktører og projektlederes perspektiver på Sport2Go-konceptet. Nedenstående tabel er en oversigt over de enkelte respondentgrupper i såvel den kvantitative som kvalitative undersøgelsesdel, og hvilke temaer vi har bedt dem om at forholde sig til:

Respondentgruppe, antal	Beskrivelse	Temaer
Nuværende deltagere, Spørgeskema:76 Interviews: 18	Aktive i efteråret 2013	Træningshyppighed, generelle deltagelsesmotiver, idrætsdeltagelse, modtagelse i Sport2Go, hvorfor man tilmeldte sig, hvem man tager af sted sammen med, udbud af aktiviteter, rammer og faciliteter, effekt af Sport2Go.
Tidligere deltagere, Spørgeskema:166 Interviews: 5	Aktive i perioden 2010-2013	Træningshyppighed, generelle deltagelsesmotiver, modtagelse i Sport2Go, hvorfor man tilmeldte sig, hvem man tog af sted sammen med, udbud af aktiviteter, rammer og faciliteter, effekt af Sport2Go, hvorfor man valgte at stoppe.
Instruktører, Interviews: 5	Undervisning af Sport2Go-deltagere	Vurdering af Sport2Go-konceptet (engagement, deltagelse, kønsforskel, tilslutning, aktiviteter).
Foreningsledere, Interviews: 8	Ledere af deltagende foreninger	Vurdering af Sport2Go-konceptet (engagement, kønsforskel), årsager til at blive en del af Sport2Go, introduktion til konceptet, medlemsstigning.
Projektledere, kommunale aktører, Interviews: 6	Koordinator for Sport2G. Ansat af DGI, kommunen eller begge dele.	Vurdering af Sport2Go-konceptet (engagement, deltagelse, kønsforskel, tilslutning, aktiviteter), brugen af 'unge-ambassadører', kommunikation, eksternt samarbejde, fremtidig forankring.

Tabel 1. Et overblik over antal spørgeskemarespondenter/informanter i hver respondentgruppe, en beskrivelse samt hvilke temaer, vi har bedt dem om at forholde sig til.

Den kvantitative undersøgelse

Spørgeskemaet, der både indeholdt spørgsmål målrettet nuværende og tidligere deltagere, blev sendt ud elektronisk til i alt 2500³ e-mail-adresser, hvoraf langt hovedparten var tidligere eller nuværende deltagere i Aalborg. Hurtigt viste det sig imidlertid at være vanskeligt at få tidligere deltagere⁴ til at besvare spørgeskemaet af følgende årsager:

- Fordi deltagerne reelt var videre i deres uddannelse/liv og derfor ikke oplevede et behov for at udtrykke en holdning til Sport2go-konceptet.
- I forlængelse af ovenstående: En stor del af de tidligere deltagere er studerende, hvilket betyder, at en gruppe har fået nye e-mailadresser, og at mails derfor blev returneret.
- Sport2Go's fleksible koncept indebærer, at de færreste deltagere har den store tilknytning til Sport2Go og dermed ikke kan se formålet med at udfylde et spørgeskema, som berører et koncept, de måske kun har været en del af få gange.
- En del forældre havde tilmeldt sig på vegne af deres børn med deres egen e-mail-adresse, men fik ikke sendt spørgeskemaet videre.

Respondenter til den kvantitative undersøgelse blev rekrutteret blandt tidligere og nuværende deltagere fra kommunerne Hillerød, Roskilde, Aarhus, Herning, Ikast-Brande, Aalborg, Esbjerg og Gladsaxe.

Den kvalitative undersøgelse

I forhold til den *kvalitative* undersøgelsesdel blev der foretages interviews med såvel nuværende som tidligere deltagere, instruktører, foreningsledere, de lokale projektledere på Sport2Go og kommunale nøglepersoner i kommunerne Aalborg, Roskilde, Herning, Ikast-Brande og Esbjerg, som – da undersøgelsen blev indledt – kørte Sport2Go som tilbud.

I alt 41 informanter blev interviewet, både individuelt, i grupper og gennem fysiske møder og via telefoninterviews. Se tabel 1 forrige side i forhold til, hvordan interviewene blev fordelt på de enkelte grupper, og hvad der blev spurgt om. Interviewene blev anonymiseret.

Hvem har udfyldt spørgeskemaet?

281 respondenter valgte at udfylde spørgeskemaet. Eftersom Sport2Go har eksisteret siden 2010, udgør tidligere deltagere den største gruppe (68,6 pct.). Langt den største del, syv ud af 10, var piger/kvinder, hvilket ikke nødvendigvis er et udtryk for en generel skæv kønsfordeling i Sport2Go, men kan blot være udtryk for, at flere piger/kvinder har været pligttopfyldende i forhold til at udfylde selve spørgeskemaet.

³ Tallet er højere end det angive antal deltagere, så men noget tyder på, at nogen har optrådt med flere e-mailadresser/at der været navne på frivillige og ansatte.

⁴ Efter i alt tre remindere, hvor respondenterne – for at øge besvarelsesprocenten – er blevet kontaktet direkte.

I nedenstående tabel ses respondenterne fordelt på henholdsvis alder og kommune:

Alder	Procent
Under 12 år	1,4
12-13 år	4,6
14-15 år	7,8
16-17 år	16,4
18-19 år	24,9
20-21 år	13,2
22-23 år	12,1
24-25 år	8,2
Over 25 år	11,4
I alt	100,0

Tabel 2. Respondenterne fordelt på alder

Kommune	Procent
Aalborg	49,6
Roskilde	14,1
Aarhus	12,7
Esbjerg	10,9
Hillerød	7,2
Herning/Ikast- Brande	3,3
Gladsaxe	2,2

Tabel 3. Respondenterne fordelt på kommuner

Som det ses, er den gruppe, der typisk har udfyldt spørgeskemaet, gymnasieelever på 18-19 år. Eftersom knap halvdelen af respondenterne stammer fra Aalborg, der primært satser på studerende fra videregående uddannelser, er der også en stor andel, som er over 25 år.

Selvom vi i forhold til spørgeskemabesvarelserne godt kunne have tænkt os en større besvarelsesprocent, kan det konstateres, at alle deltagende DGI-afdelinger er repræsenteret -

naturligvis med flest repræsentanter fra Aalborg, som er den afdeling, der har haft flest Sport2Go-deltagere.

Uddannelsesniveau, antal sæsoner og årstal

Se nedenstående tabeller i forhold til, hvordan respondenterne fordeler sig på uddannelse, antal sæsoner i Sport2Go, og hvilke(t) årstal de har deltaget i Sport2Go.

Uddannelse	Pct.
Folkeskole	15,7
Gymnasial uddannelse (stx, hf, htx, hhx, ht, IB)	34,0
Erhvervsuddannelse (f.eks. tømrer/tekniker)	6,3
Andre ungdomsuddannelser	2,2
Videregående uddannelse	30,6
Andet	11,2
I alt	100,0

Tabel 4. Respondenternes uddannelsesniveau

Antal sæsoner	Pct.
1 sæson	52,4
2 sæsoner	18,3
3 sæsoner	5,0
4 sæsoner eller mere	1,1
Har købt sæsonkort, men kun brugt det få gange	9,2
I alt	100,0

Tabel 5. Antal sæsoner, respondenterne har deltaget i Sport2Go.

Årstal	Pct.
2013	51,6
2012	38,8
2011	20,3
2010	4,3

Tabel 6. De(t) år, deltagerne har været tilmeldt Sport2Go. Der kunne sættes flere krydser

Som det ses af de tre tabeller, er den typiske respondent en ung med en gymnasial uddannelse (34 pct.), stærkt efterfulgt af unge på en videregående uddannelse, som formentligt igen skyldes den store repræsentation fra Aalborg Universitet. Mere end halvdelen (52,4 pct.) har benyttet sig af Sport2go i en sæson. Næsten hver 10. (9,2 pct.) har købt et sæsonkort, men kun brugt det få gange. Som det også fremgår af afsnit 4, kan det nogle gange være vanskeligt 'at tage sig sammen' til at komme af sted til Sport2Go, især hvis man ikke lige kan få venner, tidspunkter m.v. til at gå op i en højere enhed.

Om analysen

Med afsæt i data fra den kvantitative undersøgelse foretages en analyse af især tidligere og nuværende deltagers perspektiver på og brug af Sport2Go samt foreningslederes og projektlederes erfaringer med og fortolkninger af konceptets brugbarhed. Analysen foretages i lyset af eksisterende praksisorienteret viden om såvel ungdomskultur, fritids- og idrætsliv, herunder årsager til frafald i idrætslivet (Grube & Østergaard 2010a, 2010b, Østergaard 2007, Pilgaard m.fl. 2009, Laub 2013).

Denne viden – sammenholdt med en evaluering af det eksisterende koncept – tilvejebringer en vurdering af relevansen og brugbarheden af Sport2Go (afsnit 3, 4, 5, 6 og 7)– med et samtidigt fokus på 'veje at gå fremover' (afsnit 8).



3. Baggrunden for Sport2Go og status

I dette afsnit vil vi kort introducere til baggrunden for Sport2Go samt præsentere en overordnet status i forhold til deltagerantal, målgruppe m.m. i de enkelte kommuner.

Erfaringerne fra Belgien og pilotprojektet i Aalborg

Med inspiration fra et belgisk koncept blev Sport2Go etableret i 2010 i et samarbejde mellem DGI Nordjylland og Aalborg Kommune. I begyndelsen blev det beskrevet som et 'idrætspas til de 12-18-årige'. Erfaringerne fra Belgien pegede på, at idrætspasset opfyldte et behov for fleksibilitet blandt unge, og at der var stort held med at nå gruppen af fysisk inaktive.

I en af de første projektbeskrivelser beskrives baggrunden for udviklingen af idrætspassene således:

"Med inspiration fra et belgisk koncept vil Aalborg Kommune i samarbejde med DGI etablere et tilbud til de 12-18-årige, der tilgodeser det veldokumenterede behov for fleksibilitet, som denne målgruppe har. I Belgien har man haft rigtig gode erfaringer med projektet. Generelt bliver idrætspasset brugt rigtig meget af den enkelte deltager, ligesom en stor del af deltagerne er dem, der i forvejen var fysisk inaktive (Aalborg, projektbeskrivelse 2009).

Efter en massiv koordinerings- og kommunikationsindsats blev Sport2Go lanceret som pilotprojekt i Aalborg i 2010, og allerede efter et år opnåede konceptet et højt deltagerantal, (Evalueringsrapport 2012)⁵. Undervejs i processen blev målgruppen udvidet til at gælde de 12-25 årige⁶, og samme år blev Sport2Go startet op i yderligere tre kommuner: Gladsaxe, Aarhus og Hillerød. Året efter – i 2013 – blev Sport2Go startet op i kommunerne Roskilde, Faaborg-Midtfyn, Herning, Ikast-Brande og Esbjerg.

I forbindelse med etableringen af et landsdækkende Sport2Go blev der formuleret en vision, en mission, et formål, resultatmål, succeskriterier og en fælles, praktisk ramme for Sport2Go. I denne forbindelse blev det fra DGI's side italesat, at målgruppen var den 'midtergruppe' af unge, som tidligere havde været en del af idrætslivet (som altså aktuelt hverken var foreningsaktive i række foreninger, eller som var deciderede fysisk inaktive⁷).

Vision, mission m.v.

Sport2Go fik **visionen**: *At alle unge i Danmark er både idrætsaktive og foreningsaktive i lige så høj grad som gennemsnittet af befolkningen.* Der er altså formuleret en dobbelt målsætning om både at gøre unge mere idrætsaktive og i højere grad at kunne gøre dem til en del af foreningslivet.

Missionen for Sport2go er at tilbyde alle unge i Danmark *fleksible, varierede og billige idrætsaktiviteter* målrettet unge – helst i foreningsregi. **Formålet** med Sport2Go er:

⁵ Se afsnit 7 for en uddybning af, hvad det er muligt at lære af Aalborg.

⁶ Senere blev aldersgruppen afgrænset til unge på ungdomsuddannelser.

⁷ Fysisk inaktivitet indgår som et parameter i *Den nationale sundhedsprofil (2010)*, Sundhedsstyrelsen "Hvis du ser på det seneste år, hvad ville du så sige passer bedst som beskrivelse af din fysiske aktivitet i fritiden?", 16-24 årige på landsplan. Andel: 12,3 pct. Ingen forskel på køn og ingen regionale forskelle.

- At unge bliver mere fysisk aktive.
- At idrætsforeninger får flere medlemmer blandt unge.
- At idrætsforeninger udvikler deres forening til i højere grad at være målrettet ungekulturen.
- At DGI og landets kommuner tager fælles ansvar for missionen for Sport2Go.⁸

Som udgangspunkt udspringer det oprindelige koncept og den udarbejdede vision fra antagelsen om, at unge i bred forstand efterspørger fleksible idrætsgrene (Pilgaard m.fl. 2009). I rapportens efterfølgende afsnit vil vi – med henvisning til eksisterende viden på området – diskutere, hvordan denne antagelse kan nuanceres, når den møder unges virkelighed. Og unge, som netop ikke bare er 'unge', men som har forskellige vilkår, behov og strategier. Som det senere vil fremgå, vil der naturligvis eksistere en betydelig gruppe, for hvem fleksibilitet er vigtigt. Det er dog langt fra sikkert, at den gruppe, der efterspørger deciderede fleksible idrætsaktiviteter, er tilstrækkelig stor, og dertil kan fleksibilitet være ensbetydende med uoverskuelighed i en verden, der i forvejen kan være vanskelig at overskue (Grube & Østergaard 2010a, 2010b).

Resultatmål og succeskriterier

Mission, visionen og formålet har udmøntet sig i nogle overordnede **resultatmål** og **succeskriterier**.

Resultatmålene er:

- 1) At DGI inden udgangen af 2014 har indgået samarbejde med kommuner om 20 Sport2Go-initiativer. Dette mål blev fraveget i maj 2013, uden at et andet mål blev sat i stedet.
- 2) At der ved udgangen af 2014 er 4000 deltagere i Sport2Go.

Succeskriterier:

- At mindst fem pct. af alle unge i målgruppen har købt et Sport2Go-pas efter andet år.
- At mindst fem foreninger er involveret i hvert af de igangsatte Sport2Go-initiativer.
- At deltagende foreninger i Sport2Go oplever en medlemsfremgang på min fem pct. blandt unge i målgruppen et år efter foreningens første deltagelse i Sport2Go.
- At et koncept for foreningsudvikling ift. unge er udviklet og afprøvet via Sport2Go.
- At mindst 80 pct. af kommunerne beslutter at videreføre Sport2Go-initiativet sammen med DGI efter udløb af første samarbejdsaftale.

Brugbarheden af succeskriterierne

En direkte vurdering af succeskriterierne forudsætter naturligvis, at resultatmålene kan indfries, og at Sport2Go i en eller anden udstrækning forsætter som et 'genkendeligt koncept'. Det er dog i projektgruppen blevet vurderet, at Sport2Go med et aktuelt deltagerantal på ca. 1100 får vanskeligt ved at indfri resultatmålene inden udgangen af 2014. I forvejen er situationen tillige sådan, at Sport2Go i øjeblikket kun kører i Aalborg og Roskilde. Som nævnt

⁸ Fra 'Sport2go – vision, mission, resultatmål, succeskriterier og ramme.'

indledningsvist bliver Sport2Go lukket i regi af DGI ved udgangen af 2013 (Indstilling til HB, dec. 2013).

At Sport2Go i sagens natur vil have vanskeligt ved at leve op til de formelle succeskriterier, betyder i praksis, at denne evaluering først og fremmest vil *diskutere målgruppe, koncept og indhold*.

Status for Sport2Go i de enkelte kommuner

Tabellen viser status på Sport2Go i de enkelte kommuner, december 2013⁹:

	Aalborg	Roskilde	Herning/ Ikast-Brande	Esbjerg
Antal 12-25-årige	38.789	15.733	22.869/	20.945
Målgruppe	Videre- gående udd.	Gym. men dog 13-25 år	Skiftende	Skiftende, men med fokus på 15-20 år
Aktuelle deltagere¹⁰	Ca. 300	180	70	112
	Aarhus	Gladsaxe	Hillerød	Faaborg- Midtfyn
Antal 12-25-årige i alt	78.612	10.086	8.655	7.765
Målgruppe	Skiftende	10-12-årige (2012)	Skiftende	12-18 år primær målgruppe
Aktuelle deltagere	50	Under 50	57	Under 50

Tabel 7. Status på Sport2Go i de enkelte kommuner, medio december 2013. Kilder: Danmarks Statistik, evalueringer i Hillerød og Gladsaxe, kommunernes egne opgørelser, indstilling til HB (maj 2013).

Det ses også – fordi målgruppen af 12-25-årige har været bred – at man i de enkelte områder har afprøvet forskellige former for afgrænsninger af målgruppen. Fra 10-12 årige i Gladsaxe til studerende på videregående uddannelser i Aalborg. Forskellige målgrupper kræver

⁹ Herning og Ikast-Brande har været fælles om Sport2Go-projektet. De er for overskuelighedens skyld også lagt sammen her.

¹⁰ Nogle af kommunerne tilbyder ikke længere Sport2Go, så tallene stammer fra den seneste aktivitetsperiode. Antallet af deltagere varierer en del alt efter opgørelse – men tallene giver en fornemmelse af hvilken størrelsesorden, der er tale om.

forskellige strategier. Vi vil i afsnit 5 og 6 og frem diskutere, hvad der kan være vigtigt at overveje i den forbindelse.

Samtidig viser tabellen også, at der umiddelbart er forskel på det aktuelle antal deltagere i de enkelte kommuner. Vi vil særligt i afsnit 7 se mere indgående på, hvad det er muligt 'at lære af Aalborg', hvor det lykkedes at rekruttere det største antal deltagere.

I det følgende afsnit vil vi dog i første omgang gå 'tæt på' og se, hvordan Sport2Go opleves 'indefra' fra henholdsvis et deltager- og instruktørperspektiv.



4. Sport2Go tæt på

- Deltager- og instruktørperspektiver

Det følgende afsnit omhandler nuværende og tidligere deltagere samt instruktører i Sport2Go. Vi vil fra et deltagerperspektiv se nærmere på, hvad der er det gode ved Sport2Go, begrebet fleksibilitet, deltagelsesmotive, niveau, rammer, form og indhold. Fra et instruktørperspektiv vil vi se på, hvad det indebærer at være instruktør i Sport2Go og de muligheder og udfordringer, det i praksis kan give. Da deltagerperspektivet også baserer sig på en spørgeskemaundersøgelse, vil dette perspektiv have det største fokus i afsnittet.

Det gode ved Sport2Go

Spørger man deltagerne i konceptet samt de involverede instruktører, er de i høj grad tilfredse med Sport2Go og udtrykker større tilfredshed end de involverede foreningsledere (se afsnit 6). De nuværende og tidligere deltagere blev bedt om at vurdere Sport2Go som helhed. 33,3 pct. finder det 'rigtig godt', mens hele 58,8 pct. vurderer konceptet til at være 'godt'. Samtidig svarer 64,0 pct., at de er tilfredse med antallet af aktiviteter, og 94,5 pct. vurderer, at sværhedsgraden af aktiviteterne er tilpas. Der synes således at være generel tilfredshed med Sport2Go-konceptet blandt nuværende og tidligere deltagere. Konceptets rammer lever altså umiddelbart op til deltagernes forventninger. Hvad er så det gode ved Sport2Go? Se nedenstående tabel:

	Procent
At jeg har mulighed for at dyrke flere forskellige idrætsaktiviteter	67,3
At det er billigt	59,8
At jeg kan dyrke idræt/motion uden at binde mig for et helt år	56,6
At jeg kan dyrke idræt/motion, når det passer mig	60,5
At jeg kan dyrke idræt/motion med mine venner	40,9
At det foregår i nærheden af, hvor jeg bor	37,4
At jeg ikke skal deltage i konkurrencer, opvisninger og lign.	23,1
At der er nogle dygtige instruktører/trænere	21,4
At jeg møder nye mennesker	19,9
At jeg har mulighed for at dyrke idræt/motion alene	19,9

Tabel 8. Nuværende og tidligere deltagere blev spurgt: 'Det gode ved Sport2Go er...?' (mulighed for at sætte flere krydser).

De unge vurderer, at det gode ved konceptet består i dets fleksibilitet, pris og det at man kan tage af sted sammen med sine venner – men størst betydning er, at Sport2Go giver mulighed for at afprøve en bred palet af forskellige idrætsaktiviteter uden at binde sig til noget – dermed er konceptet altså mere end blot 'billig fitness':

"(1): Også hvis nu man ikke gider. Jeg ved jo ikke, om jeg kan lide poledancing, så det er fint nok at prøve de første tre gange, og så hvis jeg ikke gider alligevel, så

kan jeg bare melde mig fra. Så er jeg ikke bundet til noget som helst!

(2): Ja, det er dejligt.”

(Kvinder, 20 år, poledance)

Det tyder dog på, at det kun er få af deltagerne i praksis, der reelt bruger den store palet af idrætstilbud; de fleste bruger max 1-2 af tilbuddene, hvilket godt kan svare sig, da prisen for et medlemskab er relativt lav.

Derudover synes det gode ved Sport2Go at være, at man kan undgå kampe/opvisninger, fast træning, som man er 'tvunget' til at komme til (23,1 pct.), og at man ikke er bundet til en hel sæson af gangen (56,6 pct.). Deltagerne ser altså en fordel i at blive en del af ret uforpligtende fællesskaber, hvor det ikke påvirker et hold, hvis man er forhindret i at komme til træning:

”(1): Jeg har tidligere altid dyrket idræt i en idrætsforening, gymnastik og fodbold og sådan. Men det kan godt blive for fast, fordi så er du medlem af et hold og så skal du stille op til de holdtræninger og sådan noget, hvor her kan du bare selv vælge...”

(2): Ja, det fleksible er rimelig vigtigt. Da jeg flyttede hertil startede jeg på gymnastik på et rimeligt højt niveau, hvor der var flere [sociale] ting [på studiet] til at starte med, hvor jeg var nødt til at melde afbud. [...] Fordi når det er højt niveau, så forventer holdet også, at man dukker op hver eneste gang, og det er det, der er det fede ved det her – at det behøver man ikke her.”

(Mænd, 22 år, badminton)

Det er således af stor betydning, at der ikke er et hold, der er afhængig af en. Det betragtes som en fordel, at man kan melde fra til træning, uden at det går ud over andre på holdet.

Fleksibilitet? Ja, og så alligevel ikke helt ...

Spørgsmålet er, hvor fleksibelt Sport2Go-konceptet er, når de fleste aktiviteter ligger samme tid og samme sted uge efter uge? Selv om 60,5 pct. (tabel 8) af de unge svarer, at det gode ved Sport2Go er, at man kan dyrke idræt/motion, når det passer en, stemmer dette umiddelbart ikke helt overens med konceptets reelle organisering, da størstedelen af aktiviteterne følger et fast skema, der til forveksling minder om de faste træningstidspunkter, man finder i idrætsforeninger. Selv blandt Sport2Go's gruppe, der er fleksibelt orienterede, er der altså stadigvæk en tendens i retning af, at man kan blive tiltalt af faste strukturer.

Hvorfor er visse faste strukturer i et fleksibelt koncept som Sport2Go appellerende? I en tid hvor faste rammer, traditioner og normer langsomt er gået i opløsning, og hvor den enkelte fra teenageårene og opad i højere grad skal tage ansvar for at forme sit eget (fritids)liv, kan visse faste rammer i forbindelse med idrætsdeltagelse virke tiltalende. Faste træningstidspunkter kan virke som et fast frikvarter og en pause fra hverdagens stillingtagen (Østergaard 2013). For nogle unge kan et fast træningstidspunkt og -dag være med til at skabe en vis struktur og betyde, at de kan hive sig af sted til træning:

”Hvis ikke der var det her faste tidspunkt, så tror jeg, det ville være svært at få os slæbt ud af stolen, altså, hvis vi bare skulle aftale en dag... Så ville det være alt for

nemt at komme med en undskyldning; Arj, men jeg kan ikke lige alligevel."

(Kvinde, 25 år, badminton)

Man kan måske undre sig over, hvorfor de unge, der netop har brug for struktur i forbindelse med idrætsaktiviteten, ikke blot melder sig ind i en idrætsforening, der netop er kendetegnet ved mere faste rammer. Der er dog andre parametre, der ligeledes spiller ind, når unge skal melde sig ind i en idrætsforening: f.eks. frygten for at være dårligere end de andre på holdet, hvilket vil blive diskuteret senere i under-afsnittet *'Betydning af niveau og progression'*.

En tredjedel (32,9 pct.) af tidligere og nuværende deltagere svarer, at de ikke kommer af sted til Sport2Go det antal gange, de gerne ville. Dette er ikke overraskende, når man tager i betragtning, hvor mange forskellige ting, der påvirker, hvorvidt man kommer af sted til træning. Her kan bl.a. nævnes skole, fritidsarbejde, venner, kæreste, andre fritidsaktiviteter og transport. At man kommer af sted til træning kræver altså, at mange ting går op i en højere helhed. Tidspunktet skal passe, og man skal have aftalt tidspunktet med vennerne. Ud fra de kvalitative undersøgelser synes det at være vanskeligt at komme af sted for de deltagere, der kommer til Sport2Go alene. Nogle deltagere siger:

"- Er det svært at komme af sted til træning i et fleksibelt koncept som Sport2Go?

(1): Ja, det er jo det. Vi er også faldet fra. I går sagde vi fire gange: 'Ej, skal vi?' Arh...

[...]

(2): Ligesom i dag tænkte jeg også: 'Arh... Nu er der en hel time til, skal vi tage hjem? Ej, nu venter vi'. Men der er det godt at være to. For hvis man var alene, så tror jeg, man var smuttet.

*(1): [...]*Man skiftes sådan lidt til at sige 'Nej, nu gider jeg ikke', og så siger den anden: 'Jo, nu gør vi det sgu!' Det er vi gode til."

(Kvinder, 20 år, poledance)

Deltagerne, der tager af sted til Sport2Go med deres venner, kan bedre hanke op i hinanden og komme i af sted. I hele taget er det vigtigt, at Sport2Go kan dyrkes med vennerne:

Det er vigtigt, at Sport2Go kan dyrkes med vennerne

40,9 pct. angiver, at det gode ved Sport2Go er, at man kan dyrke det sammen med sine venner (tabel 8). I praksis er det sådan, at flertallet (56,6 pct.) af de nuværende deltagere tager af sted til Sport2Go sammen med deres venner, hvilket ikke er en overraskende tendens. Tidligere undersøgelser har vist, at venner spiller en afgørende rolle i forhold til at introducere børn og unge til en ny idræt, når man går i 3.-8. klasse. Når de efter noget tid har lært de andre udøvere at kende, er det dog ikke længere så vigtigt, at den ven, der introducerede dem til en given idræt, stadigvæk er aktiv, for kontakten holdes bare på andre måder (Grube & Østergaard 2013). Dette synes også at gælde for Sport2Go, hvor det primært er de første par gange, det er vigtigt at have en ven med:

"(1): Lige med badminton betyder det noget, at vi kan komme her sammen. Vi kommer kun, fordi vi fandt ud af, at vi kunne gå til det sammen, tænker jeg.

(2): Ja.

(1): Det var kun de første gange, det betød noget... Nu kan vi godt finde på at tage til det alene...

(2): Ja, ja... Jeg tror også, at det er sådan, at når man har fundet ud af, at det ikke er så slemt... Det er jo ikke, fordi vi er bange for at lære nye mennesker at kende, men det er også, fordi vi godt ved, at vi er nogle af de ældste."

(Kvinder, 25 år, badminton)

Det er således en vigtig del i konceptet, at det er muligt at tilmelde sig til de forskellige hold sammen med venner. Tilbud som eksempelvis *'Tag gratis en ven med'* i Roskilde er derfor et godt initiativ – især for de lidt yngre, for hvem det kan være grænseoverskridende at dukke op til en ny aktivitet.

Betydningen af relationerne spiller også en rolle for deltagelsesmotiverne:

Fællesskab vigtigere end fleksibilitet – om deltagelsesmotiver

Hvad oplever deltagerne som det vigtigste – fællesskabet eller fleksibiliteten? Fællesskab vægtes som udgangspunkt højere end fleksibiliteten. Kun 10,5 procent svarer, at de foretrækker fleksibilitet, når de skal dyrke idræt – hele 47,3 svarer, at de foretrækker et godt fællesskab på holdet. Tidligere og nuværende deltagere vægter følgende fem parametre højest, når det kommer til generel idrætsdeltagelse:

1. At det er sjovt (76,2 pct.)
2. At der er mulighed for, at jeg kan udvikle mig (58,7 pct.)
3. At det er billigt (54,8 pct.)
4. At det er fysisk hårdt (51,2 pct.)
5. At der er et godt fællesskab på holdet (47,3 pct.).

Ovenstående fem parametre stemmer ganske godt overens med undersøgelser, der viser, at børn og unge vægter følgende faktorer i forhold til at påbegynde fritidsaktiviteter: At det skal være "sjovt/spændende", at man "lærer noget nyt", er "sammen med venner", og at "trænerne/lederne er gode" (Ewing & Seefeldt 1990, Ibsen & Ottesen 2000, Grube & Østergaard 2010b).

Prisen spiller en væsentlig rolle

59,8 pct. af deltagerne angiver, at det gode ved Sport2Go er prisen. Den lave pris spiller en afgørende faktor for både nuværende og tidligere deltagere og kan være forklaringen på, at netop poledance, øvrige danseaktiviteter, fitness og frisvømning er blandt de mest populære aktiviteter, da disse som regel er forholdsvis dyre. Et medlemskab til Polestudio i Roskilde koster eksempelvis 320 kr. pr. måned (tilsvarende priser findes for dans og fitness), og der er således en del sparet ved at dyrke eksempelvis poledance gennem Sport2Go:

"(1): Jeg har gjort det meget, det her med Sport2Go, fordi det var vildt billigt i forhold til alle andre ting.

(2): Jeg kan jo ikke gå til poledance for 300 kr. Det er helt vildt."

(Kvinder, 20 år, poledance)

Sport2Go giver altså mulighed for, at man kan dyrke forskellige idrætter, der normalt er noget dyrere.

Valg af aktiviteter og tidspunkt

Hvilke aktiviteter vælges gennem Sport2Go? Ser man på de unges valg af aktiviteter, er de tre hyppigste idrætsaktiviteter gennem Sport2go: 1. *Hold-fitness (20,9 pct.)*, 2. *Selvorganiseret træning i fitnesscenter (19,8 pct.)*, 3. *Selvorganiseret svømning (13,4 pct.)*. Det vil altså sige, at deltagerne primært vælger de aktiviteter, der bliver udbudt flere gange om ugen i mange timer ad gangen (f.eks. adgang til vandkulturhuset i Herning, der blev udbudt hver dag mellem kl. 6-13 og 16-20.30). Ud fra de kvalitative undersøgelser synes valget af aktiviteter dog mere at afhænge af, hvad der kan hænge sammen øvrige med aktiviteter (skole, praktik, arbejde m.v.) end at få muligheden for at dyrke en aktivitet flere gange om ugen:

"- Hvad synes I generelt om Sport2Go?

(1): Jeg synes, det er et godt initiativ, men i forhold til hvad jeg laver til hverdag, så har jeg ret svært ved at få det til at passe ind med, at tingene ligger så tidligt. Der er mange af tingene, som jeg ikke har mulighed for at deltage i.

(2): Ja, det er lidt det samme for mig. Initiativet er dejligt – man kan prøve mange forskellige ting, men med et fuldtidsarbejde, så kan man ikke rigtig nå ud på de tidlige hold om eftermiddagen.

(1): Ja, nu her, hvor jeg har været i praktik, har det ikke rigtig hængt sammen..."

(Kvinde, 22 år, mand, 24 år, klatring)

Det kan være vanskeligt for unge at få træningstider til at passe ind i et puslespil, hvori bl.a. skoleskemaer, tid med venner og arbejdstider indgår som øvrige brikker. For de unge er det derfor en klar fordel at træne inden for tidsrummet 16 til 20, så det det også er muligt at lave lektier, være sammen med venner og passe eventuelt fritidsarbejde (Østergaard 2013).

BETYDNING AF NIVEAU OG PROGRESSION

Niveauiddeling – eksisterende hold vs. særskilte Sport2Go

I 7.-8. klasse tyder det på, at det forhold, at "der er nogen på mit niveau", er den vigtigste enkeltfaktor i forhold til, om man vælger at påbegynde en ny idrætsaktivitet (Henningsen & Østergaard 2010). Ligeledes bekræfter flere undersøgelser, at motivationen for at dyrke idræt er højest, når den kropslige og intellektuelle udfordring passer til den enkeltes niveau. Ydermere skal aktiviteten gerne være en udfordring (Rønholt m.fl. 2007). Dette bekræftes af flere af de nuværende deltagere. Nogle informanter fortæller om vigtigheden af dette:

"(1): Jeg kunne ikke finde på at komme alene første gang. Så tror jeg altid, man vil starte ud med at prøve det med en veninde, og hvis nu vi f.eks. siger, at jeg kan lide det, og Diana ikke kan lide det, så tror jeg, at jeg ville fortsætte efter noget tid. [...] men det her... Der ville jeg være sådan lidt for genert til at stille mig op alene på sådan et hold, fordi man ikke kender nogen..."

(2): Der tror, jeg det er forskelligt – jeg tror, jeg er ligeglad [...]

(1): Poledancing er lidt noget andet...

(2): Ja, men hvis nu der var et helt hold, og alle sammen var nybegyndere og ikke

havde prøvet det før, så ville jeg gerne! Man gider jo ikke ligne en idiot! Men det er godt nok at være to, der ligner idioter ... "

(Kvinder, 20 år, poledance)

Tre kvinder konkluderer det samme, da de bliver spurgt direkte om betydningen af niveauinddeling:

"- Kunne det være fedt med flere niveauer på holdene?

(1): Helt sikkert!

(2): Ja, især med poledance!

(1): Ja, fordi nu synes man, at man har været der.

(2): Ja, altså, jeg tror, vi har været der mere end fire gange, og det er jo det, man skal være på Basic1, plus at der måske ikke er så overfyldt på de andre hold.

[...]

(1): Nu træner vi jo forskellige niveauer, når vi træner thai, øhm... Og det er super fedt at være med på de der øvede hold, fordi der bare er meget mere gang i den, og så kan det godt være, at vi ikke altid kan lave det samme som de andre, men fordi instruktørerne er så gode til at sige: Jamen, så laver vi bare lidt om, så er det stadig super fedt at være med."

(Kvinder, 18-20 år, poledance)

Niveauinddeling synes generelt at være en afgørende parameter i forhold til at skabe tryghed på holdene. Hvis man ved, at der er nogen på ens eget niveau, er der større chance for, at man kommer af sted til træning alene. Denne tryghed kan måske være lettere at skabe på hold udelukkende med Sport2Go-deltagere, da man således i højere grad undgår meget øvede/trænede deltagere:

"Vi har med vilje valgt, at Sport2Go skulle være skilt fra de andre hold. Dem fra Sport2Go ville ikke få et ben til jorden, hvis de kom ind på et begynderhold. De ville blive skræmt væk. Selvom det er på et basisniveau, og man selv kan vælge, hvor meget eller hvor lidt, man vil gøre ved det. Derfor har vi bevidst valgt, at det skulle være særskilt."

(Foreningsleder)

De særskilte Sport2Go er dog ret sårbare – der kan hurtigt mangle deltagere. Hold udelukkende med Sport2Go-deltagere fungerer derfor kun i Aalborg, hvor der er en stor volumen af deltagere. Udover at små/aflyste Sport2Go er ressourcekrævende for foreningen, kan det blive ubehageligt/akavet for instruktøren, hvis kun meget få eller slet ingen dukker op.

En instruktør beskriver det således:

"I første sæson (hvor det kun var Sport2Go-deltagere) var vi nødt til at aflyse en 2-3 gange, hvor der ikke var nogen. Det er jo også ærgerligt som instruktør, for man sætter sig op til det; at man skal ind og give den et ekstra skud energi. Men jeg har valgt at køre træningen, selv hvis der kun var 1. Men man får selvfølgelig ikke det samme kick, og energien er ikke den samme."

(Instruktør, zumba)

I andre kommuner end Aalborg er det primært Sport2Go på eksisterende hold, der fungerer. Sport2Go-deltagerne synes ikke at lade sig påvirke af, at der er andre på holdet, som ikke er fra Sport2Go. Dette gælder dog kun, hvis det er muligt at dyrke aktiviteten med egne venner, og/eller hvis niveauet er tilpasset ens eget niveau:

"(1): Ja, der er stor aldersspredning her, og jeg tror også, at det var derfor, at man havde brug for at være to i starten, fordi man tænkte, at folk som regel ikke begynder til en ny sportsgren, når de er 25 år, så hvis du kommer som 25-årig og er helt ny inden for en sportsgren, så er du nok også rimelig gammel ift. gennemsnittet.

(2): [...] Der er selvfølgelig noget spredning, men altså... Men man vælger lidt selv. Det er helt klart noget af det, der gør, at jeg gider komme; at man ikke bare bliver sat på hold med en eller anden, hvor man bare tænker; Wow!

(1): Ja, hvis man f.eks. blev sat på hold med ham en 12-årig, så tror jeg bare, man ville føle sig forkert. Man skal have noget value for money, forstået på den måde, at man gerne vil have lov til at spille kontinuerligt, uden at det bliver afbrudt 1000 gange, og hvis du så kommer på hold med en eller anden, der er 10 år, så bliver det nok ikke et så sammenhængende spil, og så får man ikke så meget ud af den korte time, det nu varer."

(Kvinder, 25 år, badminton)

I det fleksible idrætskoncept Fit Deal (www.fitdeal.dk), der i sin organisatoriske form minder meget om Sport2Go, har man taget højde for niveauinddeling på de forskellige hold: Her er det muligt at tilmelde sig de forskellige aktiviteter på flere niveauer (f.eks. begyndere, let øvede, øvede). Dermed har deltagerne bedre mulighed for at udvikle sig og blive udfordret i takt med, at de bliver bedre inden for den pågældende aktivitet.

Progression har stor betydning

Selv om alle aktiviteter i Sport2Go er kendetegnet ved at være uforpligtende og ikke-konkurrenceprægede, er det vigtigt for deltagerne, at der sker en progression i deres udvikling ift. aktiviteten. "At man lærer noget nyt" forstået som "progression" ser ud til at have stor betydning. Unge går til idræt for at blive bedre og er forbrugere, der efterspørger en høj kvalitet. Hvis de ikke oplever, at kvaliteten er specielt høj, så finder de noget andet at gå til (Henningsen & Østergaard 2010). At de unge gerne vil opleve progression i aktiviteten, bekræftes af flere deltagere:

"- Kunne I så ikke bare leje en bane og træne selv?

(1): Jo, det kunne man sagtens, men så får man det måske ikke gjort. Nu var det her tilbud her, og så fordi der også er alle mulige andre aktiviteter, vi kan gå til, så lokker det bare meget mere. Plus at man jo kan spørge instruktøren om noget teknik... Så selv om hun ikke decideret går rundt og træner folk, så kan man jo spørge hende til råds.

(2): Ja, fordi man vil jo stadig godt lære noget, selv om man ikke har tænkt sig at blive professionel.

(1): Ja, vi kommer til at gå ret meget op i det, når først vi kommer i gang (begge

griner)."

(Kvinder, 25 år, badminton)

Ligeledes synes den kropslige udvikling/progression i form af eks. styrke og udseende også at have betydning:

"- Har det nogen betydning, at man kan udvikle sig hurtigt i poledance?

(1): Ja. Man kan se resultater ret hurtigt. Også sådan på ens krop. Jeg synes... Jeg kiggede mig lige i spejlet for nylig, hvor jeg lige trak et gardin fra, og så var det sådan: 'Hvad er det for en muskel? Den har jeg aldrig haft før!' Jeg synes, det er meget rart, at man kan mærke det.

(Kvinde, 20 år, poledance)

Læringsaspektet og at det er muligt at udvikle sig inden for den enkelte aktivitet synes altså at være vigtigt for Sport2Go-deltagerne.

Perioderne opleves for korte

De fleste (58,3 pct.) af de nuværende deltagere synes, at perioderne er for korte. Samme tendens ses for tidligere deltagere. Samtidig svarer størstedelen (87,7 pct.) af nuværende deltagere, at de gerne vil fortsætte med at dyrke Sport2Go, og flere af de nuværende deltagere nævner desuden, at de ville ønske Sport2Go kørte hele året, og ikke kun á 12-ugers perioder:

"- Hvis det kørte i et år, så ville I være der et år?

(1): Ja

(2): Ja, det er også min umiddelbare mening efter hvad jeg har oplevet indtil videre.

(3): Jamen det ville jeg også. Jeg ville måske foretrække at betale det i rater som man gør nu, men bare uden det der mellemrum imellem aktiviteterne. Måske lave det som fire perioder i løbet af året eller sådan noget."

(To mænd og en kvinde, 22-24 år, badminton)

Størstedelen af nuværende og tidligere deltagere ønsker altså at dyrke Sport2Go året rundt, dog med mulighed for kun at binde sig for et par måneder af gangen, så konceptet forbliver uforpligtende.

Dette er også væsentligt i forhold til at få deltagere til at blive ved med at dyrke Sport2Go, da undersøgelser viser, at frafald i idrætsdeltagelse sker, når børn og unge holder pause fra idrætsaktiviteten (Østergaard 2007).

RAMMER

Transporttiden opleves som uproblematisk

Logistikken (transporttiden) opleves for de fleste nuværende deltagere (80,6 pct.) som uproblematisk. Samme tendens ses for de tidligere deltagere. Det er således ikke som udgangspunkt transporttiden, der opleves som en udfordring. Dog svarer enkelte af de nuværende deltagere, at de foretrækker aktiviteter, der kan nås i cykelafstand fra hjemmet:

"(1): Jeg synes også, at det er lidt ærgerligt, at der er nogle af aktiviteterne, der er så langt væk. Der er noget, der ligger helt i 'Vesterby', og noget, der ligger i 'Østerby'. Det, synes jeg, er ret langt væk! Og jeg tvivler også på, at der overhovedet kommer særlig mange til de aktiviteter. Det skal være noget, man kan komme til på en cykel, så 20 km er for langt væk.

(2): Ja, det vil jeg også give dig ret i. Jeg ville aldrig nogensinde melde mig til noget, der lå så langt væk.

(1): Nej, og specielt nu her, når det bliver vinter og mørkt."

(Mand, 22 år, kvinde, 24 år, badminton)

Faciliteterne er tilfredsstillende

Tidligere og nuværende deltagere vurderer generelt faciliteterne i Sport2Go til at være fine; således svarer 22,2 pct., at faciliteterne fungerer rigtig godt, 61,1 pct. at de fungerer godt og 13,9 pct. at de fungerer middelmådigt. I den forbindelse er det relevant at nævne, at flere undersøgelser peger på, at unge kun i begrænset omfang lægger vægt på, at faciliteterne er moderne. De prioriterer i langt højere grad, at de er funktionelle: At der er varmt vand er vigtigere, end at de står på marmorfliser. Det er derfor ikke afgørende, hvorvidt der er de nyeste faciliteter (Ibsen & Ottosen 1999).

MODTAGELSEN AF NYE DELTAGERE

Trygheden står i centrum

Tryghed er afgørende for, hvorvidt børn og unge synes, det er sjovt eller nemt at være i centrum, mens andre ser på, som det f.eks. er tilfældet med poledance (Sandholm & Sørensen, 2009). Hvordan man bliver modtaget er afgørende for, hvorvidt man føler sig tryk på holdet. De fleste (73,6 pct.) oplever, at de blev taget godt imod i klubberne, første gang de dukkede op til Sport2Go. Hvordan man bliver modtaget af trænere og de øvrige på holdet er afgørende for, om man kommer til samme træning igen. Det er i høj grad trænerens ansvar, at deltagerne bliver taget godt imod og sørger for, at alle føler sig velkomne på holdet:

"- Hvad gør du, når der kommer en ny Sport2Go-deltager?"

Jeg kan se dem med det samme! Jeg er slet ikke i tvivl, når de kommer, fordi jeg kender holdet. Så går jeg ned til dem og siger hej og spørger, om de er fra Sport2Go, og det bekræfter de jo så som regel. Og så siger jeg bare lige ganske kort, at det er helt uformelt, og hvis de har lyst til at danse noget andet end det, vi danser, så er det bare det, de gør. Det er ikke noget, der forstyrrer... Det gør de andre også. Så det er slet ikke så firkantet, det forstyrrer ikke min undervisning, hvis der er nogen, der står og laver cirkler, mens vi andre hopper. Det er også det, der kendetegner zumba; det er ikke så vigtigt, om man gør bevægelserne rigtigt. På den måde er zumba også nemt bare at komme til en enkelt gang."

(Instruktør, zumba)

Hvis ikke træneren virker imødekomende over for nye deltagere, påvirker det den pågældendes engagement, og i værste fald resulterer det i, at deltageren aldrig kommer igen:

"- Altså, det her med, at der ligesom er en instruktør, der siger 'Hey, er der nogen fra Sport2Go? Er I nye, og har I været her før?' Fordi det har jeg oplevet, at der ikke var, og så føler man bare, at man lige så godt kan gå igen. Bare at de ved, at der er nogen, der kommer udefra, så er det fint..."

(Kvinde, 18 år, poledancing).

Særligt i eksempelvis frisvømning eller fitness kan det være mere anonymt at dukke op, hvorfor det ved de selvorganiserede aktiviteter er vigtigt, at der er styr på tingene, for at deltagerne får en god oplevelse med konceptet:

"- Jeg synes, de ved mere om det henede (til poledance), altså når man kommer og siger 'Jeg er fra Sport2Go', så er de sådan 'Okay', og så er du bare på holdet. I svømmehallen havde jeg lidt problemer med, at de ikke anede, hvad det var ..."

(Kvinde, 20 år, poledance/svømning)

Det er således vigtigt, at deltagerne føler sig velkomne - selv ved de aktiviteter, hvor der ikke er en træner tilknyttet.

Hvorfor vælges Sport2Go fra?

Når man vælger Sport2Go fra, skyldes det flere forskellige faktorer. Spørger man de tidligere deltagere om, hvorfor de stoppede med at dyrke Sport2Go, svarer størstedelen en af følgende muligheder:

1. Havde ikke tid
2. Dyrker noget andet nu
3. Dyrkede Sport2Go med venner, og det var svært at finde et tidspunkt, hvor alle kunne.

Undersøgelser peger på, at en forholdsvis stor gruppe af de "frafaldne" er positive i forhold til at vende tilbage til den eller de fritidsaktiviteter, de har forladt (Østergaard 2013). Samme tendens gør sig gældende for Sport2Go, hvor 43,8 pct. af tidligere deltagere overvejer at benytte sig Sport2go igen. Personlige forhold, stort arbejdspress i skolen m.v. har blot betydet, at de har holdt en mindre pause (Østergaard 2013) – faktorer der alle kan gå ind under kategorien 'Havde ikke tid'. Når unge stopper med at dyrke idræt, er det dog i virkeligheden sjældent pga. manglende tid, men i højere grad fordi man ikke kan dyrke idræt sammen med sine venner (Østergaard, 2013). I tilfældet Sport2Go er udfordringen tilmed af praktisk karakter: Det kan være vanskeligt at 'koordinere kalendere' og lige at finde et tidspunkt, hvor vennerne også kan.

Instruktørernes oplevelse af udfordringer og krav

Instruktørerne har forskellige versioner af, hvordan det opleves, at der dukker Sport2Go-deltagere op; nogle oplever slet ingen udfordringer, mens andre finder det mere vanskeligt. Kendetegnende for alle instruktører er, at de ønsker at få 'noget' igen, forstået på den måde, at de skal mærke, at deltagerne er glade, at der er energi på holdet, og at der er en form for fællesskab. En foreningsleder, som også befinder sig i en rolle som instruktør, beskriver, at det under alle omstændigheder kan være vanskeligt for en instruktør, dels, som tidligere nævnt,

at tilbyde en form for progression, dels ikke rigtigt at kunne opbygge en relation med de unge, han har med at gøre, og som han skal undervise:

"For en instruktør er det jo også svært at få en linje i det, og de instruktører, der vil have noget med de unge at gøre, vil også gerne have noget til gengæld – et forpligtende samvær. Som frivillig gider man rent ud sagt ikke det der uforpligtende, og det kommer kun til at fungere, hvis der er nogen, der bliver betalt for det."

(Instruktør og foreningsleder, atletik)

Dette afhænger dog meget af aktiviteten. Er aktiviteten i forvejen præget af, at der konstant kommer nye medlemmer, som det f.eks. ses i poledance, betyder det mindre, at der kommer flere deltagere gennem Sport2Go:

"- Hvilke udfordringer oplever du ved at undervise på Sport2Go-hold sammenlignet med de hold, du ellers underviser på?"

- Slet ikke nogen udfordringer! Det eneste er, at vi ikke kan holde styr på dem i vores systemer, så nogle gange kan vi risikere at vi får mange piger, men så deler de bare pole. Og det gør det faktisk sjovere nogle gange, for så føler de ikke at de hele tiden skal stå og præstere. Tit kan det godt være lidt grænseoverskridende, når jeg går rundt og ser om de har styr på det. Så kan det godt hjælpe lidt, hvis der er flere..."

(Instruktør, 21 år, poledance)

Det kan desuden være en udfordring for instruktøren at planlægge træningen, når det ikke vides på forhånd, hvor mange og hvilke deltagere der kommer:

"- Hvilke udfordringer oplever du ved at undervise på Sport2Go-hold sammenlignet med de hold, du ellers underviser på?"

- Øhm... Ja... Det er svært at vide, hvor mange der kommer hver gang, så det kan være svært at planlægge træningen efter det. Men på den anden side, hvis jeg havde haft et hold i en klub, så havde jeg heller ikke vidst hvor mange der kom hver gang. Men der er selvfølgelig mere stabilitet i hvem, der kommer."

(Instruktør, 21 år, badminton)

Flere trænere oplever derudover frafald i deltagere i løbet af en 12-ugers periode; der er større tilslutning i starten af en Sport2Go-periode og mindre tilslutning eks. omkring december, bl.a. som følge af eksamensperioder.

Krav til instruktører

I det følgende vil vi se nærmere på, hvad det kræver af instruktører at deltage i Sport2Go. Det kræver nemlig dygtige og erfarne instruktører at skulle forholde sig til niveaudifferentiering, stor aldersspredning og ikke mindst den konstante udskiftning i deltagerne på holdet, som dette koncept medfører. I en undersøgelse fra DIF (Østergaard, 2013) fremgår det, at 'de gode trænere' bl.a. er:

- *Trænere, som er dygtige*
Trænere som selv er dygtige udøvere af idrætten fungerer som forbilleder for unge.
- *Trænere, der er gode til at skabe trygge arenaer*
Dette gør sig måske særligt gældende i et træningskoncept som dette, hvor der er mange parametre, der kan virke usikre/utrygge (f.eks. manglende kendskab til træner, øvrige deltagere, niveau).
- *Trænere, der er nysgerrige*
En stor gruppe af de idrætsaktive vil gerne snakke med deres træner om andet end det idrætsrelaterede.

Da det har været svært for projektlederne i konceptet at samle de involverede instruktører for at sikre kvaliteten af træningen, har denne 'kvalitetssikring' i høj grad været op til foreningslederne selv at skulle stå for udvælgelsen af dygtige instruktører. Her beskriver en foreningsleder, hvad det kræver at være Sport2Go-instruktør:

"Ja, det kan godt nogle gange være svært at få en rød tråd i undervisningen, hvis der hele tiden er nye unge. Så det er udfordringen: Man skal være en rigtig dygtig instruktør både at stå med en, der er der for 10. gang, og en, der er der for 1. gang. Så det kræver meget af de undervisningsprincipper, man tager i anvendelse, og de aktiviteter, man har. Man skal være enormt fleksibel som instruktør for at kunne varetage den undervisning. Så det kræver primært erfarne instruktører for at kunne varetage Sport2go-undervisning."
(Foreningsleder/cheftræner, karate)

Muligheder for instruktørerne

Sport2Go er dog langt fra udelukkende forbundet med krav og udfordringer fra instruktørernes side. Flere instruktører ser Sport2Go som en mulighed for at introducere deres idrætsgren til nye medlemmer/deltagere. Konceptet gør det muligt at skabe en tryghed omkring idrætten, der gør, at de har en forventning om, at deltagerne muligvis melder sig ind i foreningen på sigt:

*"- Hvordan vurderer du generelt Sport2Go-konceptet?
- Mit indtryk er, at konceptet er rigtig, rigtig godt. I starten havde jeg aldrig nogensinde hørt om det, og der findes ikke sådan et koncept, hvor folk frit kan vælge hvad de har lyst til. Så jeg synes, det er et rigtig godt koncept, og det er rigtig sjovt. Pigerne, der kommer, er utroligt åbne, og vil bare gerne bevæge sig på en anden form, som er lidt sjov. Muligvis kan det også hjælpe dem rigtig meget, så de selv tør opsøge et polestudie. Sport2Go kan være en motivation for at prøve det, og se hvad det er."*
(Instruktør, 21 år, poledance)

Ligeledes viser denne instruktør stort engagement i forhold til potentielle medlemmer – og oplever i praksis også, at det lykkes.

"Jeg synes, det er en helt fantastisk fed måde det der med, at man får nogle folk ind i klubben, som kommer af egen fri vilje, hvor der ikke er nogen, der siger, de skal. Folk melder sig selv til, fordi de har lyst til at prøve det og komme herud. Og så gælder det

egentlig bare om at give dem en fed oplevelse. Og give dem noget udfordring og give dem blod på tanden. Den der form for gratis PR, som det jo egentlig er... De betaler 300 kr., så kommer de til Sport2Go og får lov til at klatre, får lov til at prøve det, får lidt udfordring, lige får lidt nederlag, så de kan komme igen næste gang, og klare de problemer... Og lige pludselig så har man lidt flere medlemmer. Og så har man nogle, som er kommet af egen fri vilje, som tænkte at de måske egentlig ikke havde overvejet klatring før. Lige pludselig har man muligheden for at prøve det, og så finder man ud af, wow, det er faktisk megafedt.”
(Instruktør, 22 år, klatring)

Ifølge flere instruktører kan Sport2Go således fungere som en introduktion til nye og tidligere uprøvede idrætsaktiviteter for unge. For denne klatre-instruktør gav introduktionen også flere medlemmer – det er dog ikke denne generelle oplevelse blandt foreningsledere (afsnit 6). Men for instruktørerne opleves Sport2Go som en god mulighed for at introducere nye grupper af unge til deres idrætsgren, og det udtrykker de stor tilfredshed med.

Opsummering

Generelt er der stor tilfredshed med konceptet blandt nuværende og tidligere deltagere samt instruktører. Spørger man deltagerne, skiller konceptet sig positivt ud pga. dets fleksibilitet, pris og det, at man kan tage af sted sammen med sine venner. Størstedelen af de adspurgte er så glade for konceptet, at de gerne vil dyrke Sport2Go året rundt, dog med mulighed for kun at binde sig for et par måneder ad gangen, så konceptet forbliver uforpligtende. Vigtigt er dog tidspunktet for aktiviteterne, da det også skal være muligt at lave lektier, være sammen med venner og passe eventuelt fritidsarbejde. Derudover synes alders- og niveauinddeling at være en væsentlig faktor. Frygten for ikke at passe ind på holdet og føle sig 'forkert' er stor blandt de unge, og de oplever, at det er vigtigt, at der tages højde for den enkelte deltagers niveau i forhold til at opnå tilfredshed med aktiviteten. Desuden er læringsaspektet/progression afgørende. Selv om man ikke drømmer om at dyrke idræt på eliteniveau, vil man stadig gerne føle, at man udvikler sig og bliver bedre. Progression bør derfor prioriteres i et koncept som Sport2Go. Samtidig spiller tryk en afgørende rolle i forbindelse med deltagelse i nye, uvante idrætsaktiviteter. Deltagerne giver udtryk for, at de er i trygge omgivelser allerede fra deres første møde med Sport2Go, og det er vigtigt, hvordan nye deltagere bliver modtaget.

Som udgangspunkt kræver det dygtige og erfarne instruktører at skulle forholde sig til niveaudifferentiering, stor aldersspredning og ikke mindst den konstante udskiftning i deltagerne på holdet, som Sport2Go koncept medfører – omvendt oplever instruktørerne også en stor tilfredsstillelse ved introducere unge til idræt, som de selv brænder for.

Til overvejelse:

Hvordan sikrer man sig, at alle deltagere på et hold oplever progression, og at alle rent faktisk lærer noget?

Hvordan skaber man trygge rammer på et hold, hvor der konstant er udskiftning blandt deltagerne?



5. Målgruppen for Sport2Go

Oprindeligt blev Sport2Go i Aalborg lanceret som et koncept, der kunne involvere gruppen af fysisk inaktive. Målgruppen blev senere udvidet til at omfatte 12-25-årige generelt, og det blev italesat, at det var hensigten at nå gruppen af de 'frafaldne' unge, det vil sige unge, som tidligere har været en del af idrætslivet, men som ikke rigtigt længere er det, og som kunne opleve Sport2Go som en god mulighed for at holde sig fysisk aktiv.

Samtidig er det intentionen med Sport2Go at øge unges aktivitetsniveau og at øge deres kontakt til foreningslivet.

Det er dog et generelt indtryk – gennem interviewene, at informanterne, især foreningsledere mangler klarhed over, hvilken målgruppe Sport2Go henvender sig til.

I dette afsnit vil vi derfor forsøge at besvare spørgsmålene:

- Formår Sport2Go at ramme målgruppen af 'frafaldne' – de tidligere forenings- og klubaktive?
- Hvorvidt lader Sport2Go til at øge deltagernes aktivitetsniveau?
- I hvilken udstrækning giver henholdsvis projektledere og foreningsledere udtryk for, at de har overblik over, hvilken målgruppe de skal henvende sig til?

I afsnit 6 vil vi sætte fokus på, hvorvidt foreningslivet oplever, at de unge – gennem Sport2Go – lader til at forøge deres kontakt til foreningslivet.

Gruppen af 'frafaldne' foreningsaktive

Vi bad respondenterne om at forholde sig til, hvorvidt de dyrker idræt i en klub/forening:

	Procent
Ja, jeg begyndte at dyrke idræt i en klub/forening efter Sport2Go	10,6
Ja, det gjorde jeg også inden Sport2Go	31,1
Nej, men jeg har tidligere dyrket idræt i en klub/forening	50,4
Nej, jeg har aldrig dyrket idræt i en klub/forening	8,0
I alt	100,0

Tabel 9. Dyrker du fast idræt/motion i en idrætsforening/klub?

Som det ses af tabellen, er det ca. hver tiende, der begynder at dyrke idræt i en forening eller klub, efter de er begyndt til Sport2go. Hvis man vurderer indsats i forhold til output, må det siges at være en forsvindende lille del, der umiddelbart bliver en del af foreningslivet (se også afsnit 6).

Halvdelen (50,4 pct.) har tidligere dyrket idræt i en klub/forening og genetablerer tilsyneladende ikke kontakt til foreningslivet gennem Sport2Go. Til gengæld – og det er vigtigt

at understrege – bliver Sport2Go en ramme om en målgruppe, som måske ellers ikke ville have et sted at dyrke deres idræt. Det lykkes altså for Sport2Go at udgøre en platform for 'fleksibelt orienterede' tidligere foreningsaktive, der måske ellers ville have været idrætsinaktive. Her lader udfordringen dog til at være volumen – at den gruppe af unge, der efterspørger den fleksibilitet og den 'idrætsomstillingsparathed', som Sport2go indebærer (se nedenfor), tilsyneladende er for lille. Her kan det være værd at fremhæve ungdomsuddannelser som eksempel. Ungdomsuddannelser blev en fælles målgruppe for Sport2Go fra sommeren 2013. Det er dog ikke for alvor lykkedes 'slå igennem' i forhold til denne målgruppe. Nu er ungdomsuddannelser naturligvis en varieret størrelse, men i de tilfælde, hvor der er blevet satset på de almene gymnasier, kan en udfordring have været, at når man begynder i 1.g, fylder gymnasiet meget hurtigt 'det hele'. Det gode sociale liv, inklusive fester og forbrug (som skal finansieres via erhvervsarbejde!) sætter dagsordenen. Samtidig stiger mængden af lektier og afleveringer. To ud af tre (61 pct.) foretrækker – i en presset hverdag – at have fritidsaktiviteter med helt faste træningstider, fordi idrætsaktiviteten ellers let kommer til at drukne i afleveringer, forberedelse m.v. (Grube & Østergaard 2010a). Især piger vælger såkaldte sekundære fritidsaktiviteter fra, når de begynder i gymnasiet – det vil sige de aktiviteter, som de er begyndt relativt sent til og ikke har gået til siden barnsben. Det kunne meget vel være et koncept som Sport2Go, der vælges fra. Man har ikke noget længerevarende tilhørsforhold til konceptet, og pludselig er der meget andet, der fylder.

Hvis vi vender tilbage til tabel 9, viser det sig, at en tredjedel allerede er en del af foreningslivet, og otte pct. har aldrig dyrket i idræt i en klub/forening – og altså heller ikke efter, de er begyndt til Sport2Go. Som udgangspunkt er det altså tidligere og nuværende foreningsaktive, der bliver en del af Sport2Go.

Interviews med deltagere, foreningsledere og projektledere understøtter, hvad de kvantitative data indikerer: Det er især dem, der har en historie i foreningslivet, der benytter sig af konceptet.

Sport2Go-deltagere har et 'idrætsoverskud'

Interviewene tilføjer en yderligere dimension, der er værd at hæfte sig ved: Sport2Go-deltagerne er ofte kendetegnet ved at have et 'idrætsoverskud'. Selvom de, som tidligere nævnt, er en gruppe, der har behov for tryghed, har de også ret nemt kan overskue flere nye og forskelligartede aktiviteter. De kan forholdsvis nemt afprøve idrætter, der kræver helt nye færdigheder – uden at have et problem med at føle sig dum/mindre dygtig. Det opleves ikke uoverskueligt – men er blot 'hygge og sjov' – i modsætning til den 'seriøsitet', de oplever i foreningslivet.

Tre 17-årige fra 2. htx, som i forvejen går til fodbold og taekwondo flere gange i ugen, fortæller om deres begrundelse for at blive en del af Sport2Go, og hvordan de oplever at 'droppe ind' på et eksisterende hiphop-hold:

"- Hvorfor valgte I at blive en del af Sport2go?

(1): Det er, fordi jeg er sportsglad, og så er der en masse forskellige sportsgrene, jeg kan prøve.

(2): Det er det samme her.

- Hvilke ting var det, I faldt over, som I godt kunne tænke jer at prøve?

(2): Der var det her hip-hop. Det lød ret spændende. Og så var der også skydning og golf, som man aldrig havde prøvet, og som man godt kunne tænke sig at prøve.

(1): Jeg var også lidt interesseret i svømning, og så går jeg til fitness i forvejen.

- Hvis I sammenholder det her med at gå fast til noget – hvad er så forskellen?

(1): Så er det her nok lidt bedre. Det virker på en eller anden måde ikke så seriøst som de andre sportsgrene, og når man kun går til én. Og det er jo ikke sådan noget opvisnings-noget – og fodbold, hvor man kan komme til stævner og sådan noget. Det er mere sådan noget hygge-noget.

- Hvordan synes I, det var at hoppe ind på det her hold, hvor de har trænet en del i forvejen?

(1): Det er nu meget sjovt. Hvis man bare er frisk på det, så er det meget sjovt. Og vi er nok også ret hurtige til at lære det.

(2): Det hjælper jo gevaldigt på det, hvis man har nogle venner med, som man kan støtte sig lidt til."

(Drenge, 17 år, hip-hop).

I lighed med disse tre drenge giver andre tidligere eller nuværende Sport2Go-deltagere udtryk for en høj idrætsaktivitet, at de har nemt ved 'at omstille sig', og at de derfor har nemt ved at kaste sig ud på 'dybt vand' – så længe man vel at mærke kan støtte sig til andre (læs mere om venners betydning i afsnit 4).

Tidligere Sport2Go-deltageres aktivitetsniveau

Hvordan ser det ud, hvis vi mere specifikt ser på, hvilken forskel Sport2Go gør i forhold til tidligere deltagere aktivitetsniveau - såvel i foreningslivet som i fitnesscenteret som inden for selvorganiseret idræt i det hele taget?

Vi bad de tidligere deltagere om at forholde sig til dette:

	Mere	Samme mængde	Mindre	I alt
I en idrætsforening/klub	12,7	68,7	18,7	100,0
I et fitnesscenter	27,0	57,4	15,5	100,0
Anden selvorganiseret idræt	28,8	61,9	9,4	100,0

Tabel 10. Dyrker du mere eller mindre af ovenstående former for idræt/motion, efter du har deltaget i Sport2Go?

Lidt mere end hver 10. angiver, at de har et højere aktivitetsniveau i en idrætsforening/klub, efter de er begyndt til Sport2Go. 68,7 pct. har det samme aktivitetsniveau. Der, hvor Sport2Go

lader til at 'booste' idrætsniveauet, er i forhold til det, der er mere eller mindre selvorganiseret: Det vil sige deltagelse i 'fitnesscenter' eller "anden 'selvorganiseret' idræt. Således er det mere end hver fjerde (27,0 pct.), der i højere grad dyrker fitness, og 28,8 pct., der i højere grad dyrker anden selvorganiseret idræt. Generelt kan man sige, at en fjerdedel af Sport2Go-deltagerne lader til at dyrke mere sport/idræt – dog primært på et selvorganiseret plan – det vil sige de idrætsgrene, som man i høj grad introduceres til gennem Sport2Go: Svømning og individuel fitness eller hold-fitness (se afsnit 4). Uanset om vi ser på foreningsengagement, brug af fitness eller anden selvorganiseret idræt, gælder det dog for hovedparten af deltagerne, at idrætsniveauet er det samme efter Sport2Go.

Hvorfor 18,7 pct. angiver, at de i mindre grad er en del af en idrætsforening/klub, og 15,5 pct. at de dyrker mindre fitness, er svært at svare entydigt på. Det kunne dog godt tyde på, at Sport2Go med sit billige medlemskab i nogle tilfælde reelt bliver en konkurrent til - og måske sidste ende - en erstatning for eksisterende klub- eller foreningstilbud.

Hvis vi kigger nærmere på de tidligere nævnte otte pct. (se tabel 7), som ikke tidligere har dyrket idræt i en idrætsforening/klub, er det værd at hæfte sig ved, at denne gruppe heller ikke i højere grad dyrker mere fitness eller mere selvorganiseret idræt efter Sport2Go. Sport2Go giver denne gruppe en god mulighed for kortvarigt at blive idrætsaktive, men der er altså tilsyneladende ikke tale om et varigt idrætsengagement.

Behov for præcisering af målgruppe

På nationalt niveau er det blevet forsøgt at indsnævre den overordnede aldersgruppe (12-25-årige) til unge på ungdomsuddannelser, og lokalt har man forsøgt at henvende sig til forskellige aldersgrupper – i spektret fra 10-12-årige i Gladsaxe til studerende på videregående uddannelser i Aalborg.

Selvom der er blevet sat fokus på, at det er vigtigt at nå unge, som tidligere har været en del af foreningslivet, men som ikke længere er det, giver projektlederne udtryk for en famlen over for, hvilken målgruppe de skal henvende sig til – og hvorvidt de aktuelt rammer den rigtige målgruppe.

"Jeg ser lidt, at dem, som vi gerne vil have fat på, de har allerede engageret sig på en anden måde – de har måske allerede fået dækket deres behov. Så er behovet der overhovedet? Skal vi prøve at ramme en anden målgruppe?"

(Projektleder)

Samtidig udtrykkes der en opfattelse af, at Sport2Go i et eller andet omfang – inspireret af det oprindelige koncept i Aalborg - stadig omfatter de gruppen af de fysisk inaktive. Den opfattelse er udbredt, selvom det umiddelbart ikke er dem, man får fat i med konceptet:

"- Hvordan vurderer du generelt Sport2Go-konceptet?

Jamen, det kommer an på, hvad målsætningen er; er den, at vi skal aktivere inaktive? Nej, så fungerer det overhovedet ikke. Men er målsætningen, at det skal være en appetitvækker for de, som kommer til byen, der har et behov for at komme i gang hurtigt, så de ikke falder i fælden og

forbliver inaktive, jamen, så tror jeg, det kan have en forebyggende effekt eller en ret god effekt.”
(Projektleder)

Der er noget, der tyder på, at det ikke er klart for alle, at målgruppen reelt har flyttet sig fra at være de inaktive til at være gruppen af 'frafaldne', konceptet Sport2go henvender sig til, og det kan derfor være en udfordring at tilrettelægge en målrettet indsats.

Det er – gennem interviewene – kendetegnende, at særligt foreningslederne sætter lighedstegn mellem det at være foreningsløs (se afsnit 6) og at være fysisk inaktiv, og at der derfor er en udbredt opfattelse af, at Sport2Go i mindre grad når gruppen af fysisk inaktive, fordi flere unge ikke bliver en del af foreningslivet.

Når foreningslederne bliver bedt om at vurdere Sport2Go-konceptet i sin helhed, er den første umiddelbare kommentar: *”Jeg synes, det er et rigtig godt koncept”* ... underforstået, at de møder tilfredse Sport2Go-deltagere, og at en stor gruppe af instruktører oplever, at de ikke tillægges ekstra arbejdsbyrder (se afsnit 4).

Den første kommentar efterfølges dog typisk af et 'men', og dernæst nævnes en række forbehold, som kredser om målgruppen: *”Jeg er lidt usikker på, om vi nu rammer den gruppe, vi vil gerne vil ramme ...”,* eller *”Jeg synes, vi rammer nogle af de aktive, mens de inaktive bliver væk.”*

Som vi så i afsnit 4, er nuværende og tidligere deltagere i høj grad tilfredse med konceptet, men det lader til, at en manglende præcisering af målgruppen i praksis betyder, at man lokalt har forskellige fortolkninger af, hvad der grundlæggende er formålet med Sport2Go, og at man lokalt har forsøgt at henvende sig til forskellige målgrupper. Blandt foreningsledere er der ligeledes en forståelse af, at Sport2Go gerne skulle få unge ”op af sofaen”, og ikke nødvendigvis, at Sport2Go først og fremmest kunne være relevant for fleksibelt orienterede unge, der tidligere har været en del af foreningslivet.

At vælge at nå de fysisk inaktive

Undersøgelsen peger på, at et koncept som Sport2Go særligt rammer en gruppe, for hvem fleksibilitet, uforudsigelighed og tilegnelse af nye færdigheder opleves som attraktivt. Udfordringen i forhold til denne 'fleksibelt orienterede' gruppe kan som tidligere nævnt være, at Sport2Go-konceptet kan være en decideret konkurrent til foreningslivet. Og derudover kan den generelle udfordring være, at man generelt ikke når den gruppe, som måske i særlig grad har brug for at blive mere fysisk aktive. Vi vil derfor i det følgende sætte fokus på gruppen af fysisk inaktive.

I flere kommuner har man gode erfaringer med, at skoler sponsorerer Sport2Go-medlemskaber - og at sponsoraterne vel at mærke er obligatoriske. Der, hvor det har givet særlig god mening at sponsorere medlemskaberne, er på erhvervsskolerne, hvor der er mange fysisk inaktive, som det har været en god idé at gøre mere fysisk aktive (Kiens 2007).

Hvorfor er obligatoriske skolemedlemskaber en god idé for denne gruppe? Når man er fysisk inaktiv, kan der siges at være tre barrierer, der kan hindre, at man bevæger sig mere:

Kropslige, organisatoriske og relationelle barrierer. Mere specifikt kan et overdrevent fokus på udseende og krop, at det er besværligt, at man ikke rigtigt ved, hvor det er godt at træne, og hvem man skal træne med, være en blandt flere årsager til, at man bare ikke rigtigt kommer i gang (Ottesen m.fl. 2006). Der er i den forbindelse blevet et stigende fokus på *convenience*: Hvor nemt er det egentlig at komme hen til det sted, hvor idrætsaktiviteten skal udøves? Og hvordan kan idræt/motion blive en naturlig del af hverdagsrytmen? (Troelsen m.fl. 2008). Nogle af projektlederne fremhæver i den forbindelse det positive i obligatoriske Sport2Go-medlemskaber, fordi deltagerne bliver taget 'i hånden' og – over tid – kan se det relevante i at deltage i idrætsaktiviteter:

"På en af skolerne har vi solgt medlemskaber til idrætsklasser (B-niveau). Og på en af de andre skoler (en SOSU-skole) har de en slags 'forenings-uge', hvor de skal ud at prøve forskellige ting, og der har man tænkt, at de kunne gøre det gennem Sport2Go. Så de her 56 elever har fået et medlemskab i en uge, og så er de tvunget af skolen til at bruge det her medlemskab. Så dyrker de idræt sammen med de andre Sport2Go-medlemmer – uddannelsesstedet har bare kun betalt for den ene uge. Det er ikke altid de nemmeste elever (der er ikke så meget initiativ i dem), så jeg var lidt spændt på, om de ville komme, men det har vist sig, at der har været rigtig meget aktivitet i den uge. Så der er i hvert fald nogen af dem, der bruger det."

(Projektleder)

Også fra et deltagerperspektiv kan det konstateres, at det nogle gange opleves som en fordel at deltage i idræt 'under tvang':

- "Jeg synes, at Sport2Go er rart nok sådan... F.eks. nu her, hvor vi er sponsoreret, ved jeg, at hele klassen er medlem af det, så der ikke mange der står sådan og siger: 'Nå, men jeg har ikke lige penge til det, eller jeg kan ikke lige det'..." Altså, man kan hele tiden lige finde en eller anden, der kan, og man skal heller ikke betale noget. Det er det der med, at man bare lige kan tage af sted."

(Kvinde, 20 år, poledance)

Når Sport2Go-medlemskabet er sponsoreret, er der reelt ikke så meget, der er til forhandling, og det kan være noget nemmere at få nogle gode erfaringer gennem idrætten.

Uden for regi af Sport2Go har man gjort sig lignende erfaringer. På Århus Tekniske Skole tilbød man i en periode morgenmad og faste træningsforløb med f.eks. boksning. Ikke alene har det betydet, at frafaldet er reduceret – man opnåede også markante fysiologiske forbedringer – og nogle blev – måske for første gang – introduceret til idræt og fandt ud af, at det var sjovt og godt at røre sig (Brochdorf 2009). De unge var klar over, hvad man skulle, hvem man skulle træne med – og det gav overskuelighed og tryghed.

Når man er fysisk inaktiv, kan der være mange barrierer i forhold til at bevæge sig mere. Her kan det være en fordel, at det ikke bare er den enkelte, der 'skal lære at blive motiveret' for at

dyrke idræt, men at det lægges ind som en naturlig del af et uddannelsesforløb. Barriererne bliver dermed i højere grad overkommet på det strukturelle plan.

Opsummering

Det lader til, at et koncept som Sport2Go formår at henvende sig til 'fleksibelt orienterede' tidligere foreningsaktive. Det drejer sig altså ofte om unge, som allerede er fysisk aktive, og som oftest har en historie i foreningslivet. Sport2Go-deltagerne er ofte kendetegnet ved 'et idrætsoverskud', der gør, at man har nemt ved at afprøve forskellige idrætsaktiviteter – uden at opleve, at man "falder igennem" i forhold til de andre. Generelt lader Sport2Go ikke til at øge idrætsniveauet i væsentlig grad, bortset fra mere eller mindre selvorganiserede idrætsaktiviteter, der stiger ret markant. Mere end hver fjerde dyrker i højere grad fitness eller andre selvorganiserede idrætsaktiviteter. En gruppe dyrker dog i mindre grad foreningsidræt og selvorganiseret idræt efter Sport2Go, hvilket tyder på, at Sport2Go i visse tilfælde har 'udkonkurreret' eksisterende tilbud.

Særligt foreningslederne giver udtryk for en famlen over for, hvem Sport2Go i særlig grad kan og skal henvende sig til. Der sættes i en vis grad lighedstegn mellem det at være 'foreningsløs' og det at være 'fysisk inaktiv', og det kan derfor være svært at lægge en målrettet strategi.

I de tilfælde, hvor Sport2Go-konceptet har nået grupper af fysisk inaktive, har det ofte handlet om, at man har indgået et strategisk samarbejde med f.eks. skoler om obligatoriske, faste forløb. Det giver overskuelighed, og en gruppe får – i trygge rammer - en positiv oplevelse af idræt, motion og bevægelse.

Til overvejelse:

Sport2Go henvender sig tilsyneladende først og fremmest til dem, der tidligere har været en del af foreningslivet – og noget tyder på, at det i særlig grad er dem med et decideret 'idrætsoverskud' – altså som i forvejen dyrker forskellige idrætter og derfor har nemt ved at omstille sig til nye idrætter og tilegne sig nye færdigheder.

Ovrrasker det dig, at det tilsyneladende er gruppen med et 'særligt idrætsoverskud', som Sport2Go henvender sig til? Hvorfor/hvorfor ikke?

Afsnit 6. Hvad får foreningslivet ud af det?

- Et foreningsperspektiv

Færre unge er generelt en del af foreningslivet, og et af formålene med Sport2Go er som udgangspunkt, at det skal være 'spydspids' i forhold til foreningslivet – at langt flere unge i praksis (se tidligere skitserede resultatmål) introduceres til, hvad foreningslivet kan byde på af forskellige idrætsaktiviteter – og at denne interesse og nysgerrighed gerne må ende ud i et medlemskab. I det følgende vil vi sætte fokus på:: Hvordan oplever foreningslivet Sport2Go? Hvad 'får de ud' at være en del af konceptet?

Foreningslivet oplever Sport2Go som en mindre effektiv rekrutteringsstrategi

Foreningerne har – særligt dem, som oplever det som en generel udfordring at promovere sig selv – været ret ivrige efter at være med. For den gruppe af foreninger har guleroden været 'gratis reklame', og i nogle tilfælde er der flere foreninger, der har tilmeldt sig, end der reelt har været brug for. Den måde, som foreningerne er blevet tilknyttet på, har ikke krævet den store arbejdsindsats, og der har derfor ikke har været så meget 'at miste'.

Foreningslederne giver udtryk for oplevelsen af, at de som udgangspunkt har vanskeligt ved at registrere tilkomsten af nye medlemmer. En foreningsleder fortæller:

*"- Hvilke udfordringer knytter der sig til Sport2Go-konceptet, tænker du?
Altså, for at det skal blive en bragende succes, skal du virkelig fange dem, der ikke laver noget i forvejen, ik? Altså, det er jo ikke nogen hemmelighed, at når man som forening går ind i sådan noget, så er det jo i bund og grund med den bagtanke at få flere medlemmer. Det er jo også det formål, der er med Sport2Go, der handler om at få folk ud af sofaen. Det er jo ikke dem, der er aktive i forvejen – de skal nok komme.*

*Har I fået noget ud af at være en del af Sport2Go-konceptet?
Vi har haft to klasse-hold, som har været forbi. Der er ikke dukket nogen op til træning. Klasserne er de eneste, vi har haft."
(Foreningsleder, roning)*

I de tilfælde, hvor der er skabt et højere aktivitetsniveau – og helt konkret hvor det er lykkedes at få flere medlemmer, skyldes det, at der er skabt 'flydende overgange' mellem Sport2Go-konceptet og deltagerne (se afsnit nedenfor).

De store idrætter= ikke nødvendigvis indsatsen værd, små idrætter=hvordan gør vi?

Der lader til at være betydelig forskel på forventninger og oplevede udbytte blandt foreninger, der repræsenterer store idrætter (fodbold, håndbold, badminton) og små idrætter (orienteringsløb, floorball m.v.).

For foreninger blandt store idrætter gælder det, at hovedparten ikke vælger at tilmelde sig Sport2Go i det hele taget til at begynde med. Selvom denne gruppe af foreninger oplever det som en udfordring at rekruttere og fastholde unge, har de alligevel udviklet brugbare rekrutteringsmetoder, hvor børn i en meget ung alder bliver interesseret i sporten. For en

gruppe foreninger kan det godt være 'afskrækkende' at forsøge at rekruttere efter 12-årsalderen.

En cheftræner i en fodboldklub fortæller om dette:

"- Hvordan vil du umiddelbart vurdere Sport2Go-konceptet?

Altså, jeg tror måske, Sport2Go giver nogle muligheder for nogle specifikke sportsgrene. Den her mulighed for at åbne for interesserede. Det, synes jeg, egentlig er okay, men specifikt i forhold til fodbold tror jeg ikke, man får flere i gang. Og heller ikke i forhold til dem, der går hjemme og ikke rigtigt kommer i gang – der var ikke nogen af de Sport2Go-deltagere, der kom hos os, som ikke var fodboldspillere i forvejen. Det var ganske få.

- Har I fået nogen nye medlemmer ud af at være en del af Sport2Go?

Vi fik ikke medlemmer ud af det. Det kan godt være, at det var en eller to. Men det tror jeg faktisk ikke. Det var faktisk heller ikke det, der var det primære mål med at gå ind i det. Det var egentlig at deltage i noget, som kommunen synes, var spændende og så være en del af det. Så det var egentlig bare derfor, vi gjorde det. At vi sagde: Det gør vi da bare. Det var egentlig sådan, det hang sammen.

- Så det var ikke, fordi I forventede at få nogle medlemmer ud af det?

Nej, så ville vi starte meget yngre end målgruppen her. Altså, vi kan lave et kæmpe stykke arbejde for at få to i gang i den her aldersgruppe. Men når vi skal rekruttere, så er det meget yngre."

(Cheftræner, fodboldklub)

I lighed med denne cheftræner giver foreningsledere/formænd, der repræsenterer store idrætter, udtryk for, at konceptet ikke helt egner sig til den måde, de har oplevet som effektiv rekruttering.

For de foreninger, der repræsenterer mindre idrætter, forholder det sig noget anderledes. De bliver en del af konceptet:

- Fordi det ikke kræver den store arbejdsindsats. For nogle af foreningerne opleves Sport2Go som en form for 'gratis reklame', hvor de – uden de store omkostninger – kan promovere deres sportsgren.

- For at skabe en øget synlighed omkring sporten. Nogle foreninger blandt de små idrætter har en oplevelse af at være helt ukendte. Enhver form for synlighed bliver derfor budt velkommen. For nogle foreninger, og det gælder specielt foreninger blandt de idrætsgrene, som på landsplan ikke er så populære eller som i et bestemt område ikke er så udbredt, kan Sport2Go være en rigtig god anledning til at promovere idrætterne.

En foreningsleder i en roklub siger:

"Jeg synes, Sport2Go er en god idé, fordi det er en god måde at gøre opmærksom på, hvilke idrætsforeninger, der findes i lokalområdet. Der findes jo 1000 ting, man kan gå til, og man ved jo ikke, hvad det er, før man prøver det."

(Foreningsleder, roning)

- For at få flere medlemmer. Der ligger et håb og en forventning om at få flere medlemmer hos nogle af de mindre idrætsgrene. En foreningsleder siger det på denne måde:

"- Hvad tænker du om Sport2Go-konceptet?"

Jeg synes, idéen er supergod, og det var også derfor, vi kom med. Nu har det kørt her i to runder. Vi kom for sent til første runde, men var klar til at profilere os – og var klar til at drage den nytte af det, vi kunne den vej rundt, da tilbuddet kom i 2. omgang. Men der er ikke rigtig dukket nogen op. Den positive effekt, vi trods alt har set, eller som jeg fornemmer, vi har af det, det er vel, at et antal unge mennesker nu har bladret et katalog eller nogle hjemmesider igennem, og som er blevet opmærksomme på vores sport – uanset at de i det her tilbud faktisk ikke rigtigt har taget imod det. At de rent faktisk har fundet ud af, at vi findes (...) Og vi forsøger simpelthen at gøre os synlige alle mulige steder. Og vores erfaring er nok, at nogle af de initiativer vi sætter i søen for at rekruttere, nok ikke giver en massiv indvandring af nye medlemmer. Men der kommer alligevel nogle dumpende hvert år."

(Formand, orienteringsklub)

- Fordi det er vigtigt at være åben og nysgerrig over for nye muligheder

En vigtig og gennemgående begrundelse handler om, at det er vigtigt at prøve noget af – at være nysgerrig over for at se, hvad der sker:

"- Hvorfor blev I en del af Sport2Go?"

Jamen, vi er altid åbne over for noget nyt. Nye tiltag, nye måder, nye aktiviteter og nye måder at organisere sig på."

(Foreningsleder, atletik)

Sport2Go er som udgangspunkt klart 'et forsøg værd', men foreningerne har til dog været famlende over for, hvordan PR-indsatsen skulle konkret skulle gribes an i praksis.

Overgangen fra Sport2Go til foreningsliv

Overgangen fra Sport2Go til foreningsliv er ikke uden barrierer – dels kan prisen opleves for høj, dels ligner foreningslivet måske ikke rigtigt det, man er "vant" til fra Sport2Go. Nogle foreninger har dog haft held med at skabe flydende overgange mellem Sport2Go og foreningslivet:

Cheftræneren i en karateklub, der er lykkedes med denne tilgang, fortæller:

"Det, der har været en god erfaring for os, det er, at det tilbud, vi giver igennem Sport2Go, også er i tråd med det forløb, de får efterfølgende. Det er i hvert fald den erfaring, vi ligesom har gjort de gange, vi har snakket sammen. Altså, det her med

at man strikker et meget billigt tilbud sammen, som man kan deltage i tre måneder, og at det så bagefter pludselig bliver dyrere. Eller træningsmæssigt eller tidsmæssigt. Så det vi havde gode erfaringer med, det var at lægge vores Sport2Go i samme tidsrum som vores normale hold. Og så lavede vi det også sådan, at prisniveauet passer med et medlemskab hos os. Og vores medlemskab er netop 600 kr. for et halvt år. Så det har vi haft positive erfaringer med også. Så det her med, at der ikke var merudgifter ved at vælge vores medlemskab i forhold til Sport2Go, var en klar erfaring.”

(Foreningsleder, cheftræner, karate)

Karateklubben havde gode erfaringer med at etablere en billig prøveperiode efter Sport2Go, hvor deltagerne kunne få lov til at afprøve idrætten mere indgående, og det viste sig også at være en god idé at tilbyde Sport2Go på samme tidspunkt som de eksisterende hold. At tilpasse Sport2Go- og klubkonceptet hinanden betød i praksis ret hurtigt, at karateklubben fik 20 nye medlemmer.

Blandt en stor gruppe af de andre foreninger er det i mindre grad lykkedes at skabe flydende overgange mellem Sport2Go og foreningslivet, hvilket lader til at skyldes, at de har stået famlende over for opgaven: Hvordan bygger man i praksis de gode broer mellem et koncept som Sport2Go, som har ladet sig inspirere af individuelle, selvorganiserede tilbud og så mere traditionelle foreningsaktiviteter? Samtidig lader det – som tidligere nævnt – også til, at det kræver en betydelig arbejdsindsats, planlægning og at kunne tænke lidt ud af boksen i forhold til, hvordan man måske plejer at gribe sin rekruttering an.

Potentiale i de individuelle- kollektive idrætter?

Hvis et 'anderledes' koncept som Sport2Go i visse tilfælde er for stor en mundfuld for de små og specialiserede idrætter og for 'skævt' produkt for de store og populære, der som udgangspunkt foretrækker aldersmæssigt tidlige indsatser, kan man måske med fordel kigge på idrætsgrene, hvor man ikke nødvendigvis falder igennem, hvis man er 'sen starter' og måske endda er 'meget sen starter' (+20 år). Det gælder f.eks. idrætsgrene som skydning, boksning og karate, som både har et individuelt og socialt aspekt. I lighed med f.eks. fitness træner du individuelt og konkurrerer med dig selv – frem for at konkurrere med andre – det er derfor ikke specielt 'pinligt', hvis man er dårligere end de andre. Samtidig er der – med afsæt i foreningskulturen – et stort socialt aspekt; der holdes sociale arrangementer, og man bliver en del af klub- og foreningslivet.

Opsummering

Hvad har foreningslivet fået ud af Sport2Go? En stor gruppe af foreninger har været nysgerrige over for konceptet, men den genelle erfaring er nok, at Sport2Go har været mindre effektiv. Der, hvor det er lykkedes, har det ofte handlet om, at man har skabt flydende overgange, så man i forhold til prøveperioder, pris, struktur m.v. kunne blive 'indsluset' i foreningslivet.

Foreninger, der repræsenterer store idrætter, har haft vanskeligt ved at se idéen i at skulle rekruttere blandt 12-25-årige, og nogle har derfor oplevet, at det ikke rigtigt kunne betale sig

at investere i konceptet. For foreninger, der repræsenterer mindre idrætter, har det ofte været 'gratis reklame', men de har til gengæld været mere famlende over for at skulle promovere konceptet. Det lader i den forbindelse til, at det ikke er blevet klarlagt, hvad det kræver at få 'fat' i Sport2Go-deltagerne.

Med de erfaringer in mente lader der til at ligge et betydeligt potentiale i at kigge nærmere på de 'såkaldte individuelle-kollektive'-idrætter i forhold til udviklingen af alternative koncepter. Her har man som ung "sen starter" mulighed for at træne alene – men kan samtidig finde ind et fællesskab sammen med andre.

Til overvejelse

Hvordan kan man konkret lade sig inspirere af de 'individuelle-kollektive'- idrætter, hvor det er forholdsvis nemt at være 'sen starter'?



7. "Hvad kan vi lære af Aalborg?"

Som skitseret i afsnittet 'Baggrund for Sport2Go og status', er der stor forskel på Sport2Go-deltagerantallet i de enkelte kommuner. Der er naturligvis stor forskel på kontekst og processer, men det er alligevel vigtigt at zoome ind på Aalborg, der skiller sig en hel del ud fra de øvrige kommuner ved at have et temmeligt højt deltagerantal. I dette afsnit vil vi forsøge at besvare spørgsmålene: Hvad kan vi lære af Aalborg? Har man i Aalborg gjort sig erfaringer, som man kan lade sig inspirere af, når der skal tænkes nyt i forhold til idræt- og foreningsliv, eller hvis Sport2Go skal udvikles i en version 2.0?

Der er næppe nogen tvivl om, at en af de grundlæggende årsager til Sport2Go's høje deltagerantal i Aalborg, kan linkes til en langsom og målrettet opbygning af konceptet, hvor der blev investeret betydelige midler. Af projektgruppens indstilling til hovedbestyrelsen, fremgår det, at Aalborg var et *ressourcetungt pilotprojekt*, hvor en række forskellige aktører bakkede op om projektet (Indstilling til HB, maj 2013).

I dette afsnit vil vi dog også se på betydningen af andre faktorer såsom demografi, Aalborg som tilflytterby, logistik, målgruppetilpasning, et fokus på opbygningen af ejerskab samt forventningsafstemning med foreningslivet, der til sammen har skabt nogle høje deltagertal.

Demografiske vilkår

Det er relevant at se på betydningen af de demografiske vilkår og på størrelsen af relevante segmenter. Sport2Go's oprindelige målgruppe var i høj grad de fysiske inaktive, mens den faktiske målgruppe – på grund af det fleksible koncept – i høj grad blev de i forvejen fysisk aktive, som havde et vist 'idrætsoverskud'.

Hvis vi ser på den sidstnævnte gruppe, er Aalborg en forholdsvis stor by, hvilket afspejler sig i, at dem, der i forvejen er aktive i idrætslivet, således ligger på over 20.000 i aldersgruppen 12-25-år¹¹. Et koncept som Sport2Go kræver tilsyneladende byer af en vis størrelse for at fungere, fordi konceptet primært retter sig mod den gruppe, som efterspørger fleksibilitet, og som samtidig ikke har problemer med at udøve deres idræt sammen med nogle, de ikke rigtigt kender (Østergaard 2013). Samtidig må byen heller ikke være for stor, fordi aktiviteten ellers drukner blandt mange andre tilbud – og måske er disse forhold medvirkende til at forklare, hvorfor Sport2Go fungerer i Aalborg, men havde det noget vanskeligere med at få rod fæste i f.eks. Aarhus.

Aalborg som tilflytterby

Sport2Go i Aalborg har i særlig grad 'udnyttet' det faktum, at Aalborg i høj grad er en tilflytterby. En stor gruppe tilflyttede studerende på især Aalborg Universitet vil gerne 'hurtigt i gang' og møde nye mennesker, og det er generelt nemmere for en 20-årig studerende at tage af sted alene, end det er for en 9. klasses-elev. For de studerende er Sport2Go en oplagt mulighed for at etablere sig et netværk. I Brande er der til sammenligning f.eks. flere unge med en lokal

¹¹ Tallene er en samkørsel af tal fra Statistikbanken og Den Nationale Sundhedsprofil (2010)

foreningshistorie, hvilket betyder, at der her sandsynligvis er færre, der kaster sig over helt nye og fleksible idrætsaktiviteter.

Efter at det i løbet af projektperioden blev konstateret, at det overvejende var de studerende, der benyttede sig af Sport2Go, gik man i Aalborg mere målrettet efter den målgruppe. En strategi, der reelt må siges at være lykket. Det er i Aalborg lykkedes at nå den gruppe, som i kraft af deres alder og uddannelsessituation, reelt oplever, at et fleksibelt koncept er attraktivt.

Logistik

Aalborg er 'heldig' i den henseende, at langt de fleste af byens idrætsaktiviteter umiddelbart ligger inden for rækkevide, og at mange af Sport2Go-aktiviteterne er tilknyttet DGI-huset Nordkraft. Hvis vi sammenligner med nogle af de andre kommuner, er der et godt stykke mellem de forskellige aktivitetstilbud. Selvom logistik sjældent er medvirkende i forhold til deciderede til- og fravalg af aktiviteter, er det dog et forhold, der gerne må være 'i orden' (Grube & Østergaard 2010b).

Metodeudvikling og målgruppetilpasning

Som det også fremgår af evalueringsrapporten i Aalborg, er succeshistorierne ikke opstået spontant – *"ting tager tid og koster penge"* (Evalueringsrapport 2012). Som udgangspunkt handler det om, at man ikke har gjort én eller flere ting 'rigtigt', men at man har haft succes med at lære af sine erfaringer og så reelt ret hurtigt sadle om og tænke anderledes, hvis succesen er udeblevet. Det handler ikke om, at indsatserne har været 'halvhjertede'. De er tværtimod tilsyneladende blevet ført til dørs og gennemført. Der har dog været en erkendelse af, at det er vigtigt at lave vurderinger af: *"Virker det, vi gør lige nu – hvorfor/hvorfor ikke"* – og lægge sine strategier efter disse vurderinger. I Aalborg fandt man ud af, at konceptet særligt appellerede til studerende på videregående uddannelser, hvorefter man tilpassede sine strategier efter dette.

Ejerskab og medtænkning

Et andet forhold, som tilsyneladende er lykkedes i Aalborg, er et solidt fokus på ejerskab og medtænkning. Projektlederen siger om dette:

*"Ikke mindst har vi i Aalborg haft meget opbakning fra starten af, og det er lige fra politikere til tværkommunale samarbejder til den enkelte instruktør. Vi har brugt rigtig lang tid på at få folk til at føle sig som en del af det; ejerskab har været meget vigtigt. Ejerskab fra alle sider, også deltagerne. Der synes jeg egentlig også, vi har været opmærksomme på at høre deres ønsker og vise, at vi ikke bare hører, men også handler ud fra det. Og når det så er sagt, så ved vi godt, at det kun er 10 pct., der fortsætter fra den ene periode til den anden periode, men der når også at ske meget på et halvt år.
(Projektleder, Aalborg)*

Foreningsledere i Aalborg beretter ligeledes om, at de er blevet tænkt med fra begyndelsen, og det blev tydeligt, hvad der forventedes af dem, hvilket også har medført, at der er blevet lagt en betydelig arbejdsindsats fra deres side.

Effektiv kommunikationsstrategi

Der er i de fleste kommuner blevet arbejdet med en kommunikationsstrategi. Udfordringen har dog været at få kommunikationsstrategien forankret i foreningslivet. For nogle af foreningerne, der i forvejen står over for den udfordring at få det almindelige foreningsliv til at hænge sammen, har det været en udfordring at skulle kommunikere om emner, der vedrører Sport2Go – især hvis man ikke helt har fundet ud af, hvad man får ud af det. ”Den løbende opdatering af Facebook” bliver derfor noget, man nemt nedprioriterer i forhold til andre opgaver. Dertil kommer så udfordringen med at finde ud af, hvordan man går fra at få ”Facebook-likes” til, at de unge i højere grad engagerer sig. En foreningsleder fortæller om, at Facebook ikke er blevet anvendt så målrettet:

”- Hvorfor tror du ikke, der har været flere deltagere?

Det ved jeg ikke. Jeg tror ikke, vi har gjort meget opmærksom på os selv. Altså, vi har skrevet lidt på Facebook, men det har ikke været meget. Jeg tror måske, jeg har skrevet noget en gang, men jeg er ikke sikker på, det er kommet på.”

(Foreningsleder og instruktør)

Aalborg har med fordel tænkt foreninger og trænere ind i markedsføringen af Sport2Go. Foreningerne kender til deres egen idræt, og de har været et vigtigt led i markedsføringen af aktiviteten. Dette har de haft succes med i en forening, hvor de har oplevet en stor stigning i antallet af Sport2Go-deltagere fra 1. til 2. periode:

”Forskellen er, at jeg har gjort rigtig meget lobbyarbejde i år. Jeg har været med til nogle sportsarrangementer, hvor jeg har haft Sport2Go-t-shirten på og sagt: Hey, har I hørt om Sport2Go? F.eks. har der været et kæmpe arrangement nede i Gigantium for alle de nye universitetsstuderende, hvor jeg har siddet og snakket med rigtig mange og sagt: Har I hørt om klatring, og der er en klatrevæg her, skal I ikke lige prøve det? Jeg kan lige hjælpe jer op. Så falder man i snak, og de får at vide, at Sport2Go er en fed mulighed! Jeg gør rigtig meget for at promovere klatring, fordi jeg godt kan lide det; PR, få nye medlemmer osv. I år har jeg haft mulighed for at gøre det. I hele sidste sæson arbejdede jeg rigtig meget på at komme ind i Sport2Go, hvad er det? Jeg har været til nogle møder med ledelsen og sådan.”

(Instruktør, klatring)

De studerende i Aalborg har lagt mærke til kommunikationsindsatsen, hvor der blandt andet blev givet tilladelse til at sende direkte mails til universitet:

”- Hvordan blev I opmærksomme på Sport2Go?

(1): Brandingen omkring Sport2Go har også været det, der gjorde, det var den idrætsaktivitet, jeg

valgte. Jeg havde ikke hørt om det med studentersamfundet før lige for nyligt. Alle universitetsstuderende har fået en mail rundt om, at vi kunne tilmelde os.

(2): Ja, det var også det, der gjorde, at jeg så det. Eller det var det, der gjorde, at jeg opdagede, at det var for studerende - og ikke bare en vis aldersgruppe.”

(Kvinder, 25 år, badminton).

Der har også været en effektiv PR-strategi nogle af de andre steder, f.eks. i Esbjerg. Her er det dog vigtigt at være opmærksom på, at 'den kritiske masse', hvis vi ser på de ikke-foreningsaktive, hvis det er dem, som man gerne vil have fat i tilsyneladende er halvt så stor som i Aalborg. Spørgsmålet er derfor, om man her med fordel kunne have satset på f.eks. EUC-Vest eller måske Social- og Sundhedsskolen i Esbjerg.

Opsummering

Hvad kan vi lære af Aalborg? Når man skal tilrettelægge nye idrætskoncepter, er det først og fremmest vigtigt at være opmærksom på *strukturelle* forhold. Hvordan ser demografien grundlæggende ud? Hvor mange befinder sig i den målgruppe, vi gerne vil henvende os til, og hvor befinder de sig typisk henne?

For det andet kan det være en fordel at tænke i *målgruppetilpasning*. Når et koncept ikke virker i forhold til en given målgruppe, er det vigtigt hurtigt at kunne 'sadle om' og lægge en ny strategi. Derfor kan det være en fordel at tænke mindre i koncepter og mere i metodeudvikling, som der løbende evalueres på.

Det tredje punkt, som skal fremhæves her, er *forventningsafklaring* med foreningslivet. Et koncept som Sport2Go kræver en god arbejdsfordeling, hvor alle parter ved, hvad det kræver, for at nå i mål.



8. Opsummering og anbefalinger

Hvad er det gode ved Sport2Go-konceptet? Hvad fungerer godt ifølge deltagere og instruktører? Hvis Sport2Go skal udvikles i en version 2.0 – hvad kan da læres af den måde, det har fungeret på indtil videre i forhold til målgruppe og indhold?

I dette afsnit vil vi forsøge at samle op på nogle af undersøgelsens resultater, og vi vil i et fremadrettet perspektiv præsentere nogle anbefalinger, hvis man vil give sig i kast med et lignende koncept, der skal ramme nye målgrupper og/eller få børn og unge til at dyrke mere idræt/motion.

Sport2Go's klare fordele

Når vi spørger de unge, der tidligere eller i øjeblikket benytter sig af Sport2Go, og de instruktører, der underviser deltagerne, er der ingen tvivl: Sport2Go er et rigtigt godt koncept! Det er fleksibelt, det er langt billigere end eksisterende idrætstilbud, og man kan dyrke det sammen med sine venner. Og vigtigst af alt: Det er attraktivt at kunne få lov til at prøve flere forskellige idrætsaktiviteter. Således er der ni ud af 10 deltagere, der vurderer Sport2Go-konceptet til at være 'godt' eller 'rigtig godt'.

Hvad er så det bedste ved Sport2Go fra et deltagerperspektiv?

Det er fleksibelt. Tidligere og nuværende deltagere ser fordelene i uforpligtende fællesskaber, hvor det ikke påvirker et hold, hvis man er forhindret i at komme til træning, og hvor man samtidig ikke skal binde sig for et helt år. Af samme årsager er det også de idrætsgrene, hvor det er nemt bare 'at droppe ind' på grund af lange og sene åbningstider, der er de mest populære: Hold-fitness (20,9 pct.), 2. Selvorganiseret træning i fitness-center (19,8 pct.) og 3. selvorganiseret svømning (13,4 pct.). Det er aktiviteter, som er nemme at placere i travle ugeskemaer, hvor man f.eks. nemt kan træne et stykke tid efter skole og inden fritidsarbejde eller tid med vennerne.

Det er billigt. Prisen fremhæves som vigtig af både nuværende og tidligere deltagere og kan også være forklaringen på, at især dyre idrætsgrene er mest populære. 300 kr. for en 12-ugers periode med poledance er således væsentligt billigere end et ordinært medlemskab, som sagtens kan koste det samme – pr. måned.

Man kan dyrke det med sine venner. Flertallet (56,6 pct.) tager til Sport2Go sammen med deres venner. Især de første gange, hvor der kan være en vis usikkerhed, er det rart at have nogen at støtte sig til. Når de efter noget tid har lært de andre udøvere at kende, betyder det mindre at tage af sted sammen med vennerne.

Der er derudover en række andre parametre, der er vigtige:

Betydning af niveau og progression

Det er vigtigt, at der er 'nogen på ens eget niveau'; det skaber tryghed og gør, at man tør tage af sted til træning alene. Niveauinddeling lykkes særligt i de tilfælde, hvor Sport2Go-holdene kører særskilt, som i Aalborg (hvilket dog kan være sårbart over for små hold). De fleste

steder har Sport2Go dog fungeret som en del af eksisterende hold, og her har deltagerne oplevet det som en klar fordel, hvis det alligevel er lykkedes med niveauinddeling.

Selvom man gerne vil begynde sammen med nogen på ens eget niveau, er det vigtigt, at man udvikler sig. Unge går ikke til idræt for at være sammen med deres venner – de går til idræt for at blive bedre. "At man lærer noget nyt" forstået som "progression" ser ud til at spille en stor rolle – også for Sport2Go-deltagere.

Modtagelsen af Sport2Go-deltagerne

Tryghed er årsagen til, at deltagerne dukker op sammen med deres venner den eller de første gange, de er til træning. Tryghed er også vigtigt i selve modtagelsen. Hvordan man bliver modtaget af instruktørerne og de øvrige på holdet er afgørende for, om man kommer til samme træning igen. De fleste (73,6 pct.) oplever heldigvis, at de bliver taget godt imod i klubberne, og at de føler sig godt tilpas, når de dukker op til træning.

Rammerne for Sport2Go

Tidligere og nuværende deltagere udtrykker stor tilfredshed med rammerne for konceptet: Transporttiden angives som uproblematisk – og otte ud af 10 angiver, at faciliteterne fungerer 'godt' eller 'rigtig godt'. Der er dog en mere praktisk omstændighed, som nuværende deltagere gerne så blive lavet om: Længden af perioderne. Deltagerne vil gerne 'træne hele tiden', og det kan nogle gange godt være lidt for svært at komme i gang efter en pause. En pause kan derfor reelt resultere i frafald.

Hvorfor fravælges Sport2Go?

Sport2Go-deltagerne fravælger ikke konceptet, fordi de er utilfredse med selve aktiviteten. De fravælger det som regel af andre omstændigheder' såsom manglende tid, at de dyrker noget andet nu, og at det var vanskeligt lige at planlægge Sport2Go-deltagelsen med vennerne. Sport2Go-deltagerne 'smækker ikke' med døren, når de stopper med at gå til Sport2Go – faktisk overvejer fire ud af 10 deltagere at bruge Sport2Go igen – hvis bare de kunne komme i gang igen.

Målgruppe

Når vi betragter Sport2Go fra tidligere og nuværende deltageres perspektiv, er der således stor tilfredshed at spore. Det lader til, at tilbuddenes kvalitet, rammerne og instruktørernes engagement er 'helt i orden'. Det lader også samtidig til, at det som udgangspunkt er lykkedes at nå gruppen af 'fracaldne', det vil sige unge, der tidligere har været en del af foreningslivet. Det kan dog være værd at diskutere, hvorvidt der er en tilstrækkelig 'kritisk masse' i denne gruppe af foreningsløse. Interviewene indikerer, at Sport2Go primært henvender sig til en gruppe, som har nemt ved at 'lære nyt' og at indgå i nye idrætssammenhænge – uden at føle sig utryk. En gruppe, som er tilstrækkelig stor i Aalborg og noget mindre i de andre byer. Det har betydet, at Aalborg har haft en målgruppe af tilstrækkeligt 'fleksibelt orienterede', mens det i mindre grad har været tilfældet andre steder. Et fleksibelt koncept som Sport2Go stiller store krav til selvmotivation, selvorganisering og evnen til at omstille sig – og det er ikke givet, at dette segment er tilstrækkeligt stort i visse områder.

Aktivitetsniveauet er for hovedparten den samme

Hovedparten af Sport2Go-deltagerne udviser det samme aktivitetsniveau, efter deres deltagelse i Sport2Go. Der er således ikke noget, der tyder på, at aktivitetsniveauet bliver højere, efter deltagelse i Sport2Go. Der er dog flere, der deltager i selvorganiserede fritidsaktiviteter – som formentlig skyldes, at overgangen fra et fleksibelt koncept som Sport2Go til individuelle selvorganiserede fritidsaktiviteter generelt er uproblematisk.

Hvad får foreningerne ud af det?

Instruktørerne oplever, at det giver god mening at introducere nye målgrupper af unge til deres idrætter. Hovedparten af foreningerne synes også som udgangspunkt, at Sport2Go er et fint koncept. Især foreninger inden for små idrætter ser det som en god og nem mulighed for at gøre reklame – for måske på sigt at hverve medlemmer. De større foreninger har som udgangspunkt færre forventninger til, hvorvidt Sport2Go er relevante for dem og foretrækker derfor som udgangspunkt andre rekrutteringskanaler.

Som udgangspunkt er det dog sparsomt, hvor meget deltagerne får skabt kontakt med foreningslivet. Det lader til, at 'springet' mellem Sport2Go og foreningslivet er for stort, når det gælder pris og koncept. Det kan være for dyrt f.eks. pludselig at melde sig ind i en poledancing-klub, og overgangen mellem meget fleksible og mindre fleksible idrætsgrene kan være for uoverskuelig. Det er netop det, man er lykkedes med i Aalborg, hvor de samme træningstider og pris har skabt nogle 'flydende overgange' mellem koncept og foreningsliv.

ANBEFALINGER

Som tidligere er der blevet truffet beslutning omkring fremtiden for Sport2Go på baggrund af bl.a. resultaterne fra nærværende undersøgelse.. I stedet har vi valgt – med afsæt i undersøgelsen – at give nogle få bud på, hvad der kan være værd at overveje, hvis man ønsker at udvikle et lignende koncept, hvor fokus er på at udfordre nye målgrupper til idrætsaktivitet og foreningsdeltagelse.

Konkret viden om målgruppen

Reelt er det ikke specielt kompliceret at tegne et rimeligt præcist billede af unges idræts- og motionsvaner. Udfordringen opstår i det øjeblik, man begynder at spørge ind til bevæggrundene for henholdsvis idrætsaktivitet og -inaktivitet. Unges idrætsdeltagelse handler nemlig ikke kun om at have det sjovt, lege med en bold, gode faciliteter og fleksibilitet! Det handler også om en række individuelle og kontekstuelle forhold som familiens idræthistorie, forældrenes uddannelsesniveau, geografi, økonomi, hvornår man er kommet i gang med at dyrke idræt, hvorvidt man er sammen med 'idrætsaktive venner', overgangen fra folkeskole til ungdomsuddannelserne med flere lektier, fester, erhvervsarbejde, nye venner m.v.

Disse faktorer påvirker naturligvis gensidigt hinanden, hvilket jo ikke gør opgaven med at afdække den enkeltes motiver for henholdsvis idrætsaktivitet eller inaktivitet enklere, og dermed heller ikke gør det specielt enkelt at udvikle koncepter, der skal ramme f.eks. en bredere gruppe af foreningsløse.

En vigtig læring fra Sport2Go-projektet er vigtigheden af et nøje og nuanceret kendskab til den målgruppe, man ønsker at målrette sin aktivitet.

I forhold til arbejdet med at implementere lignende projekter er det vigtigt, at man får stillet nogle ret enkle men alligevel vigtige spørgsmål:

- Hvor stor er målgruppen?
- Hvorfor er det netop denne målgruppe, vi henvender os til?
- Hvad ved vi konkret om målgruppens idrætsvaner?
- Er der foreninger, som er gearet til at modtage målgruppen?

I arbejdet med at blive klogere på en målgruppe er det altid vigtigt, at man kombinerer viden på 'meta-niveau' med en specifik viden om deltagerne, foreningslivet m.v. Selvom Danmark på mange måder fremtræder homogent er det, at man tænker kontekstuel helt afgørende for, om et koncept slår rødder lokalt.

Fra koncept-implementering til metodeudvikling

Uanset hvor meget man forsøger at blive klogere på den målgruppe, som man gerne vil tilbyde idrætsaktiviteter, kan virkeligheden som bekendt overraske en. Trods alle anstrengelser i forhold til at generere viden om en målgruppe kan det være vanskeligt at forudsige, hvordan en given målgruppe – og i hvilken udstrækning – målgruppen tager imod de udbudte aktiviteter. Derfor kan det være en fordel, at man går fra at implementere på forhånd udviklede koncepter til i højere grad at tænke i metodeudvikling, hvor man i forskellige kontekster afprøver en vifte af tilgange i forhold til den gruppe, man gerne vil henvende sig til. En af de gode erfaringer, der i den forbindelse kan læres af Aalborg, er vigtigheden af ejerskab – at de forskellige parter tidligt i processen får mulighed at øve indflydelse på koncept og indhold.

Strategisk samarbejde med eksterne partnere

Når man arbejder med at udvikle koncepter målrettet nye målgrupper, giver det naturligvis god mening at opsøge disse målgrupper på de arenaer, hvor de færdes til dagligt – og dermed i en vis udstrækning oplever tryghed. Hvis man f.eks. bruger idrætsinaktive som eksempel, er der som oftest som nogle ret oplagte forklaringer på, hvorfor man er idrætsinaktiv: Manglende foreningstradition i familien, dårlige oplevelser/mistrivsel i forbindelse med deltagelse i foreningsaktiviteter osv. I forhold til denne gruppe bliver 'tærsklen' til idrætslivet ikke meget lavere, fordi aktiviteterne er uforpligtigende. Reelt er det ikke det forpligtigende fællesskab, der er problemet – det handler mere om, at foreningsverdenen fremtræner som en fremmed og utryk kontekst!

I forhold til denne gruppe giver det derfor god mening at tænke i partnerskaber med uddannelsesinstitutioner, hvor man – som en del af undervisningen – introduceres til idrætsaktiviteter. Fokus bør dog ikke på den konkrete idrætsgren, men i højere grad på den afledte effekt det har at dyrke idræt i forhold til at undgå løfteskader som sosu-assistent, belastningsskader for håndværkeren.

Forløbene, der bør fungere som en 'forenings-satellit' på en skole skal have en længde, der gør, at den idrætsinaktive oplever de positive effekter af aktiviteten og bliver tryk ved såvel form som instruktør, hvilket erfaringsmæssigt vil være 12 uger.

Mere uddannelse og videndeling blandt instruktørerne

Når det gælder uddannelse og videndeling, er der blevet arbejdet med oplæring af/træning af instruktører i nogle samlings på tværs. I den forbindelse kan det være vigtigt at formidle viden og indsigt i, at et projekt som Sport2Go skal have tid til at udvikle sig, og at et projekt, som ingen kender, reelt skal 'løbes i gang', og at det selv om det ikke lykkes i allerførste omgang, ikke er ensbetydende med, at det med samme er en 'fiasko' – det kan reelt hurtigt ende med at blive en 'selvopfyldende profeti'. I Aalborg har det fungeret at komme ud at møde instruktørerne på deres hjemmebane og tage konkrete drøftelser af, hvad der kan gøres bedre.

Træf nogle velbegrundede strategiske valg omkring, hvilke idrætter/foreninger der deltager

Når man skal i gang med en ny idræt, er man i praksis – også selvom man måske tidligere har været en del af foreningslivet – reelt en 'sen starter'. Hvis man ønsker at stimulere til fornyet aktivitet i foreningslivet, giver det god mening at tænke i, hvor der er et godt match i forhold til idrætter, hvor man som 'sen starter' har mulighed for at dyrke idrætten uden at falde igennem. De miljøer, der er gode til at fastholde 'sene startere', er bl.a. kendetegnet ved at der også er andre 'sene startere', samt instruktører, der er dygtige nok til – forholdsvis hurtigt – at kunne introducere nye udøvere til aktiviteten, således at de begynder at kunne mestre de mest grundlæggende færdigheder. Af hensyn til de 'sene startere' giver det god mening, at man i det omfang, det er muligt, screener foreningslivet i forhold til såvel ressourcer og kompetencer i forhold til at tage imod nye grupper af brugere, for selvom der ofte er megen god vilje, er det ikke altid, det er nok.

Afslutningsvis

Vi håber, at denne evaluering kan være et bidrag til at udvikle lignende projekter, der har fokus på rekruttering af nye målgrupper af børn og unge. Til trods for at Sport2Go ikke fortsætter i sin nuværende form, har projektet bidraget til nyttig læring og viden om børn og unges idrætsvaner, der kan bruges fremadrettet.

Litteratur

- Brochdorf (2009): *Idræt og sundhed – kost og motion på erhvervsskoler*, CPHWEST Ballerup og Aarhus Tekniske Skole, afrapportering dækkende projektåret 2009
- Brusgaard, K. (2012): *Evaluering af Sport2Go i Aalborg*
- Ewing & Seefeldt (1990): *American youth and sports participation*, North Palm, Athletic Footwear Association.
- Grube, K. & Østergaard, S. (2010a): *Jeg har brug for et break – perspektiver på sammenhængen mellem gymnasie- og fritidsliv*, Frederiksberg, Ungdomsanalyse.nu'
- Grube, K. & Østergaard, S. (2010b): *Aktiviteter tiltrækker, relationer fastholder - måske*, Frederiksberg, Ungdomsanalyse.nu
- Grube, K. & Østergaard, S. (2013): *Børneliv version 2.0 – Perspektiver på tweens, fritidsliv og trivsel*, Ungdomsanalyse.nu
- Ibsen, B. og Ottesen, L. (2000): *Børn, idræt og hverdagsliv – i tal og tale*, Rapport udarbejdet ved Institut for Idræt, Københavns Universitet.
- Kiens 2007: *Fysisk inaktivitet – konsekvenser og sammenhænge*, Motions- og ernæringsrådet, publ. No 3.
- Krogsøe, M. H. (2013): *Midtvejsevaluering, Sport2Go*, Hillerød.
- Lindkjær, M. & Bagger, P.: *Sport2Go Gladsaxe – opsamling og evaluering*, 2012
- Laub, T. (2013): *Danskernes motions- og sportsvaner 2011*, Idrættens Analyseinstitut.
- Ottesen m.fl. (2006): *Undersøgelse af fysisk inaktive danskere – kvalitativ afdækning af barrierer og motivationsfaktorer*, Det Nationale Råd for Folkesundhed og Indenrigs- og Sundhedsministeriet.
- Pilgaard, M. (2009): *Sport og motion i danskernes hverdag*, IDAN, Idrættens Analyseinstitut.
- Projektledelsen, Sport2Go (2013): *Sport2Go – indstilling til møde i DGI's hovedbestyrelse*, 2. maj 2013, december 2013
- Rønholt, H. m.fl. (2007): *Kvalitet i idrætsundervisning – En undersøgelse af idræt i 8. - 9. klasse*, Institut for Idræt, Københavns Universitet
- Sandholm, G. & Sørensen, H. (2009): *Pædagogisk Idræt – en bevægende pædagogik*. Det nationale Videncenter for Sundhed, Kost og Motion for børn og unge (KOSMOS)
- Skole- og kulturforvaltningen, Aalborg: *Projektbeskrivelse – Aalborg som breddeidrætskommune, idræt – fra vane til vandring* (2009).

Sundhedsstyrelsen (2011): *Den nationale Sundhedsprofil 2010*, Sundhedsstyrelsen

Troelsen, J. et al. (2008): *De bolignære områders betydning for sundhed*. *Movements* 2008:4, Institut for Idræt og Biomekanik, Syddansk Universitet.

Østergaard, S. (2013): "*... Alle skal bare prøve det! Jeg er sikker på, at hvis man kom én gang, så ville man blive ved ...*" – en rapport med fokus på rekruttering og fastholdelse i dansk pigeungdomsbasket

Østergaard, S. (2013): *Bliv klogere på de unge – og bliv en endnu bedre træner*, DIF

Østergaard, S.: (2012): *Det handler også om andet end fodbold – DBU's breddeungdomstrænermanual*, DBU.

Østergaard, S. (2007): *Farvel til fodbold? – Hvorfor fravælger 13-18-årige klubfodbold i KBU-regi? – en rapport om frafald*, (KBU-CUR-rapport).

www.fitdeal.dk