

# De blinde vinkler i fitnesscentre og foreninger

## – tanker om breddeidrættens kommercialisering



**Oplæg på "Idrættens største udfordringer II", 30. maj, 2012.**

# De blinde vinkler i fitnesscentre og foreninger

## – tanker om breddeidrættens kommercialisering

1. **Fitnesskulturens logik og historie** - den individuelle tilgang til idræt
  2. **Indgangsbønnen** – udviklingstendenser i idrætten og deres umiddelbare konsekvenser
  3. **Definition** af 'breddeidrættens kommercialisering'
  4. **Analyse og konsekvenser** af 'breddeidrættens kommercialisering' og foreningslivets stillingtagen
4. **Ondskabens Analyseinstituts fremtidsscenarium**  
Velkommen til DKIF – Danmarks Kommercielle Idræts-Forbund

# De blinde vinkler i fitnesscentre og foreninger

## – Fitnesskulturens logik og historie

**Fitnesskulturen etableres rent historisk på fundamentet af en række grundlæggende forestillinger om idrættens formål, udførelse og samfundsrolle.**

Den spirende opmærksomhed på hygiejne, sundhed og kropspleje får for alvor et folkeligt og kommercielt gennembrud i perioden fra 1880 – 1920.

De mest markante ændringer består af:

1. Et semividenskabeligt sundhedsgennembrud, som resulterer i en større bevidsthed om nødvendigheden i at holde kroppens fysik ved lige med fysisk aktivitet, sund kost og idræt.
2. En ny opfattelse af, at det er den enkelte borger, der kan og bør ændre sit liv via rationelle til- og fravalg. Denne tilgang understreger, at kroppen således *ikke* er givet fra naturens side. Den disciplinerede krop er kulturgiven, ikke naturgiven.
3. Kvantificering af træningsmængden, som siden hen er blevet et af fitnessindustriens helt centrale omdrejningspunkter.
4. Motions- og fitnesskulturens aktiviteter består af træningsarbejde. Træningen skal derfor være mere effektiv end sjov: *"... lidelse skaber udholdenhed, og udholdenhed skaber karakter, og karakter skaber håb"* (Det Nye Testamente, Romerbrevet, 5:4).

# De blinde vinkler i fitnesscentre og foreninger

## – Fitnesskulturens logik og historie



Landsstævne, 1935,  
Ollerup

# De blinde vinkler i fitnesscentre og foreninger

## - Indgangsbønnen

Idræt som støtteværdig kultur vs. idræt som redskab til fremme af forskellige formål

De nuværende medlemmer vs. potentielle nye medlemmer

Frivillig vs. professionel

Specialisering vs. fornyelse

Medlemsdemokrati vs. top down hierarki

Land vs. by

Folkeoplysning vs. konkurrencevridning

Vidensdeling vs. patenterede varemærker

Tradition vs. udvikling

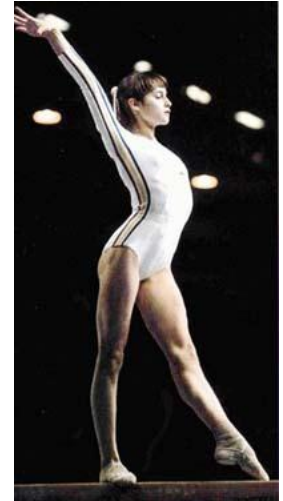
Idræt som velfærdsgode vs. idræt som markedsprodukt



# De blinde vinkler i fitnesscentre og foreninger

## - Indgangsbønnen

- Fra foreningsorganiseret til selvorganiseret idræt
- Fra monopol til marked
- Fra kollektiv rettighed til individuel mulighed



# De blinde vinkler i fitnesscentre og foreninger

## - Indgangsbønnen

- Antallet af idrætsaktiviteter er eksploderet
- En mere nuanceret diskussion om motiver og begrundelser til idrætsdeltagelse
- En øget kommercialisering af idrætten



# De blinde vinkler i fitnesscentre og foreninger

## - Indgangsbønnen

- **Marked, fleksibilitet, professionalisering**
  - Konsekvens: Pris, kvalitet, belligenhed, service, arbejdskraft, markedsføring, produktudvikling, salg og indsamling og håndtering af viden bliver afgørende for succes/ikke succes.
  - Konsekvens: Det betyder, at sportens klassiske logik, spil og rutiner brydes op i delprodukter og sælges som delprodukter
  - Konsekvens: Det betyder, at der opstår kampe om at tiltrække og fastholde den kvalificerede arbejdskraft.



# De blinde vinkler i fitnesscentre og foreninger – Definition af ‘breddeidrættens kommercialisering’

**Definition:** Breddeidrættens kommercialisering henviser til en ujævn, men gradvis udvikling af idrættens non-profit tradition til en mere markedsdomineret tradition, som dels medfører nye idrætsaktiviteter, nye motiver til idræt, nye idrætsfaciliteter og driftsformer, dels supplerer de uformelle interessebårne sociale fællesskaber i foreninger med mere fleksible, uforpligtende og mere profitorienterede køber-sælger relationer.

**Analyse 1:** Der er således tale om nogle processer, som viser sig gradvist i en lang række empiriske eksempler, og som har en længere række af konsekvenser for måden at tænke, organisere og udvikle idræt på.



# De blinde vinkler i fitnesscentre og foreninger – Definition af ‘breddeidrættens kommercialisering’

**Analyse 2:** Kommercialiseringsprocesserne ses primært i motions- og fitnesskulturen *uden for* foreningslivet, men de udøver i stigende grad indflydelse *internt* i foreningsidrættens hovedorganisationer, der i højere grad orienterer sig mod at udvikle fleksible fitness- og motionsaktiviteter.

**Konsekvens:** Kommercialiseringsprocesserne betyder, at den organiserede foreningsidræt i stigende grad har fået interesse for at udvikle strategier, der efterligner det private markedes succes, markedets produkter og koncepter samt markedets evner, hvilket stiller foreningsidrætten over for en række svært håndterbare dilemmaer. I disse nye strategier ses en tendens til et opgør med ‘foreningsidræt classic’, hvilket også strategisk er blevet kaldt ‘den stille revolution’.



# De blinde vinkler i fitnesscentre og foreninger – Definition af ‘breddeidrættens kommercialisering’

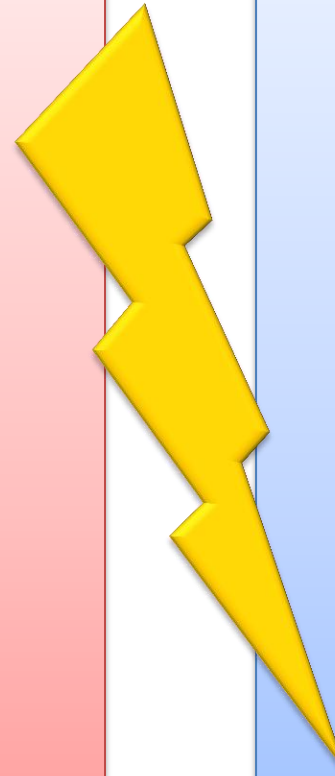
## Idealtyperne ‘forening’ og ‘forretning’

### Foreningslogik

Forening  
Medlem  
Aktivitet  
Solidaritet  
Nærvær  
Fællesskab  
Afhængighed

### Markedslogik

Virksomhed  
Kunde  
Profit  
Produktivitet  
Effektivitet  
Fleksibilitet  
Uafhængighed



# De blinde vinkler i fitnesscentre og foreninger

## – Fitnesskulturens logik og historie

DDGU begyndte allerede i 1984 at *"... diskutere, hvad vi skulle gøre ved det [aerobic, red.]. Fordi det jo var derude i foreningsregi. Men vi tænkte jo nok, at 'denne her aerobicbølge går over'. Og DDGU var jo ikke så meget til bølger"* (Ingeborg Moritz Hansen, tidligere medlem af både DDGU's og DGI's Gymnastikudvalg)



Greve Idrætsforening 1984

# De blinde vinkler i fitnesscentre og foreninger

## – Fitnesskulturens logik og historie

*"På denne ene side har velfærdssamfundets udvikling medført en ændring i vort forhold til fritiden og dens anvendelse.*

*Nogle nye behov er opstået rettet mod umiddelbar tilfredsstillelse og rekreativ udfoldelse. På den anden side har idrætten, der er opstået i en anden tid og med helt andre værdier, ikke formået at tilpasse sig denne udvikling. (...)*

*Alt dette understreges tydeligt ved den enorme tilgang til aktiv idrætsøvelse, vi er vidne til i disse år. Denne tilvækst er imidlertid først og fremmest en tilvækst i den uorganiserede idræt (...). "*



(Riiskjær, 1980, Idrætsliv).



# De blinde vinkler i fitnesscentre og foreninger

## – Fitnesskulturens logik og historie

Har foreningslivet ændret sine holdninger til motionsgymnastik og fitnesskultur?

*"I mine øjne spiller fitnesskulturen alt for meget på den dårlige samvittighed og ikke på glæden ved at motionere. (...) Fitness er simpelthen ikke sjovt nok"*  
27. nov. 2001

*"Fitness er ikke bare sjovt, det er også sundt og vigtigt for at få et længere liv med større livskvalitet."*

24. aug. 2010

Ja, man har lært at elske kulturen - af nødvendighed – for at følge med.

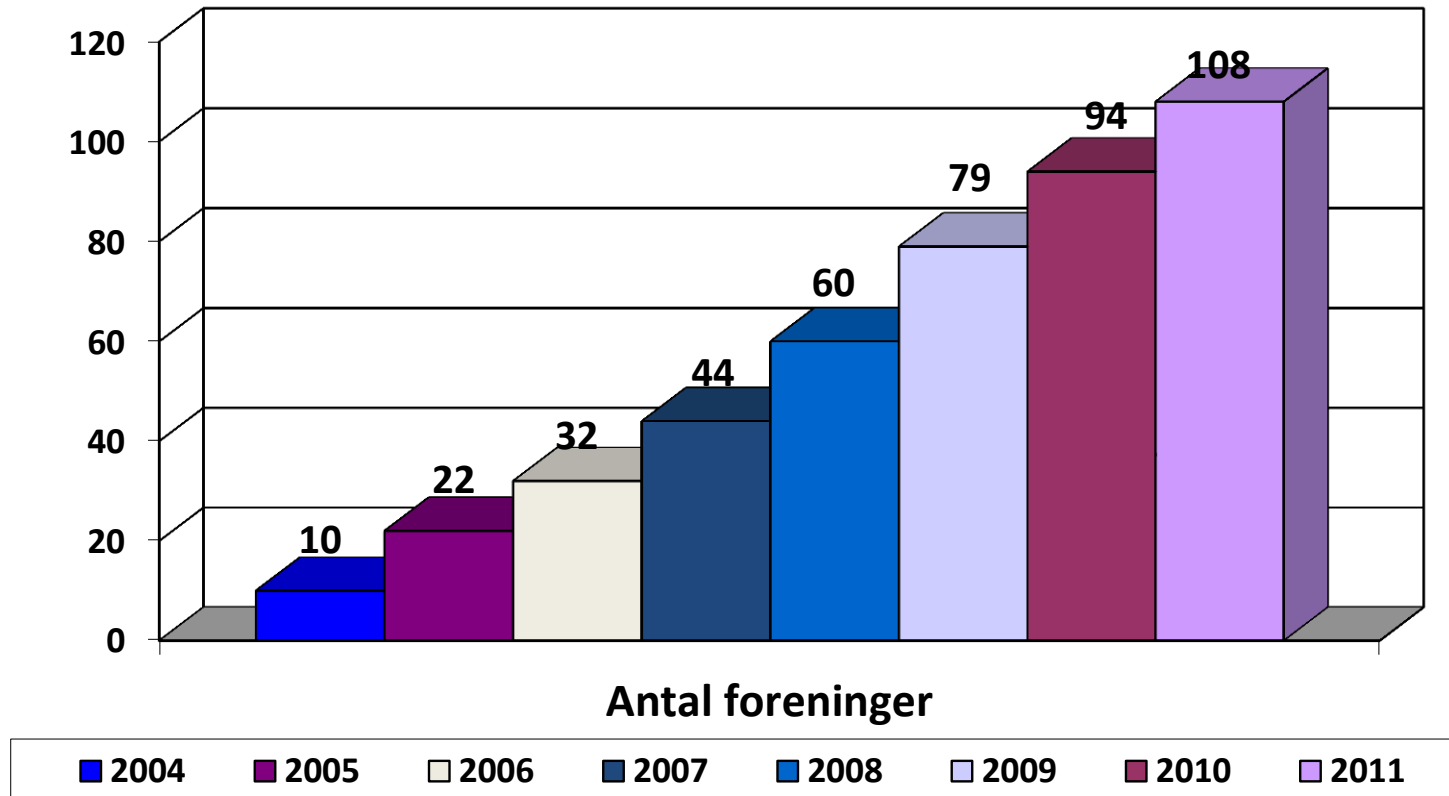




# De blinde vinkler i fitnesscentre og foreninger

## – Fitnesskulturens logik og historie

Antal fitnesscentre etableret under Foreningsfitness



# De blinde vinkler i fitnesscentre og foreninger

## – Fitnesskulturens logik og historie

Antal kommercielle fitnesscentre i DK 2007 - 2011

|  | 2007 | 2008 | 2009 | 2010 | 2011 |
|--|------|------|------|------|------|
| <b>Total antal kommercielle fitnesscentre i DK</b> | 380  | 424  | 451  | 425  | 444  |
| <b>Årlig vækst (netto)</b>                         | 22   | 44   | 27   | -26  | 19   |
| <b>Nyåbnede</b>                                    | 41   | 86   | 53   | 34   | 61   |
| <b>Lukkede</b>                                     | 19   | 42   | 26   | 60   | 42   |



# De blinde vinkler i fitnesscentre og foreninger

## – Fitnesskulturens logik og historie

Også i DGF har man nu lært at elske fitnesskulturen...



# De blinde vinkler i fitnesscentre og foreninger

## – Analyse og konsekvenser

### Idealtyperne 'forening' og 'forretning'

#### Foreningslogik

Idræt som kulturelt gode

Kvalitet

Tradition

Demokrati (bottom-up)

De nuværende medlemmer

Videndeling

Folkeoplysning

Frivillighed



#### Markedslogik

Idræt som markedsprodukt

Kvantitet

Fornyelse

Top-down-implementering

De potentielle nye kunder

Varemærker og patenter

Konkurrenceforvridning

Professionalisering



# De blinde vinkler i fitnesscentre og foreninger

– tanker om breddeidrættens kommercialisering

## Alt det nye, der ligger mellem idealtyperne



# De blinde vinkler i fitnesscentre og foreninger – tanker om breddeidrættens kommercialisering

Alt det nye, der ligger mellem idealtyperne rummer udfordringer

Daværende idrætsforsker, Knud Larsen, udtrykte i et interview fra 2006 udfordringen således:

*”Faldgruben er, at foreningerne indretter sig med træningscentre og i en vis udstrækning efterligner de kommercielle centre og derved bliver mere servicerede, og at der bliver færre frivillige. Det kan resultere i, at lederne bliver professionelle og ansatte, mens medlemmerne bliver kunder” (Larsen i Hylbæk, 2006).*



# De blinde vinkler i fitnesscentre og foreninger

## - Ondskabens Analyseinstituts fremtidsscenarium

### Velkommen til DKIF – Danmarks Kommercielle Idræts-Forbund

1. Ny stærk idrætspolitisk aktør
2. Vi skaber arbejdspladser
3. Kommercielle idrætsudbydere dropper usentimentalt produkter, der ikke lever op til forventningerne
4. Den kommercielle idræt reagerer hurtigt på forandringer i idrætsbilledet
5. Den kommercielle idræt har økonomiske interesser i nye idrætsvaner
6. Den kommercielle idrætsorganisering er afhængig af effektive beslutningsprocesser

# De blinde vinkler i fitnesscentre og foreninger

## - Ondskabens Analyseinstituts fremtidsscenarium

**Er det ikke det, man kalder for en  
'brændende platform'?**

## Tak for jeres opmærksomhed



**HUSK – offentlig henrettelse – ph.d.-forsvar  
d. 27. juni kl. 14 – 16 på SDU, lokale: U91**

**Idrætsanalytiker og ph.d. stipendiat Kasper Lund Kirkegaard**

Idrættens Analyseinstitut/Syddansk Universitet

Mobil: 0045 2921 0932, E-mail: [kasper.lund@idan.dk](mailto:kasper.lund@idan.dk)