

Naturen er fremtidens sportsarena



En plattform for nye muligheter og nye partnerskap for sportsbransjen.

TEKST **LARS WISKUM**, International Senior Adviser, SportVenture.eu og NaturStadion.dk

UT I NATUREN: Lars Wiskum slår et slag for mosjon og idrett i denne kronikken, og mener at det ligger et stort potensiale for sportsbransjen her. Man kan for eksempel tenke seg å bruke mobilen som hjelpemiddel ute i naturen, som på bildet her. ALLE FOTO: LARS WISKUM

Stadig flere mennesker ønsker å være utendørs på fritiden ved fysisk aktivitet, mosjon og sport i Europa. I Danmark bruker vi mer av vår fritid på aktiviteter i utendørsrommet. Årsaken kan være inspirasjon fra land med annerledes klima og kultur – eller kanskje mer sannsynlig det voksende fokus på mosjon, som en av de viktigste faktorene for å forbedre vilkårene for et godt liv og samfunnets sunnhetstilstand.

Løp, sykling, svømming, turgåing, utendørs fitness-aktiviteter og andre selv-organiserte mosjonsaktiviteter har fortrent fotball og turn, som de mest populære mosjons- og idrettssgrener. Behovet for mer fysisk aktivitet i fritiden og i vår hverdag gir nye forretningsmuligheter i bransjen og nye spillere er på vei inn i industrien for sportsutstyr, bekledning og sko.

100 millioner flere EU-borgere skal drive med trening i 2020

Ifølge statistikken er 200 millioner EU-borgere jevnlig sports- og mosjonsaktive. 70 millioner fra denne gruppen er aktive i klubber og 130 millioner foretrekker å være aktive uten et medlemskap i en idrettsforening. De vil være utendørs og fleksible som en del av den selvorganiserte treningskulturen med løp, sykling eller fitness i det fri eller gå i treningssentrene med fleksible treningsmuligheter. Ifølge Eurobarometer foretrekker 48 prosent av EU-borgerne utendørs mosjon framfor å bruke innendørs-fasiliteter, når de er sports- og treningsaktive.

Visjonen for Europa er at «100 millioner flere EU-borgere skal være fysisk aktive med sport og trening i 2020» ifølge en erklæring fra ISCA – den internasjonale organisasjonen for sport og kultur, som har hovedsete og sekretariat i Danmark: «I dag sier 40 prosent av EU-borgerne, at de regelmessig er aktive med sport og trening. I enkelte land er det mer enn 60 prosent. Vi burde ha som felles mål å lukke dette hullet ved å få 100 millioner flere i treningstøyet fram mot 2020. Det bør være et felles mål for forskjellige sektorer som sport, helse, utdanning, by- og utendørs-planlegging, transportsektoren og ikke minst for sportsbransjen som lever av å produsere og selge sportsutstyr,» sier ISCA-formann Mogens Kirkeby.



PARKER: Ved å legge til rette for fysisk aktivitet i parker og grøntområder kan man øke andelen mosjonister.

Nye markedsmuligheter med nye spilleregler og aktører

Grensene mellom sport, trening og mosjon på forskjellige nivå og vår fysiske aktivitet i hverdagen viskes ut og endres. Grasrotsaktiviteter innenfor street- og fritidskultur er blitt mainstream og jakten på en god helse og et aktivt liv kombinerer tradisjoner innenfor sport med nye tendenser innenfor kulturelle og sosiale vaner.

Trampoliner og aktivitetsredskap til barna, GPS og chip eller annen teknologibasert inspirasjon til treningen, treningspavillonger eller andre former for utendørs treningsredskaper, løpe- og sykkelturner på merkede mosjonsstier med spesifikke temaer og utfordringer med base i sosiale medier åpner muligheter for nye produktområder, kundegrupper og forretningsmodeller. Reiselivsbransjen opplever stor interesse for aktive ferier med fotturer, sykkelturner, multisportutfordringer, eventyrturer krydret med fysiske utfordringer og sportsreiser. Sportsbransjen har kunnet glede seg over den økende interesse for løp de seneste årtier og ser nå mot sykling, som et vekstområde, hvor mange flere forventes å hoppe på

sykkelen de kommende årene – uansett om det skyldes behov for billig transport, miljø- eller helsemessige årsaker. Outdoor-industrien har nydt godt av den stigende interessen for opplevelser i naturen, hvor aktiviteter som kajakkpadling, mountainbiketurer, naturvandring, klatring, geocaching og andre utendørsaktiviteter har skapt grunnlag for økt utvikling og salg av mange nye produkter. I parker og byens rom er aktiviteter som skateboarding, parkour, BMX og street-fotball blitt mer synlige – også på våre breddegrader. En artikkel i november i New York Times beskrev hvordan outdoor-butikker var begynt å åpne avdelinger på Manhattan og flere sportsbutikker fulgte opp med å tilby produkter basert på søkingen mot naturen, herunder GPS-produkter og fleecejakker til storbymennesker i New York, som drar på hikingturer i byens parker.

Offentlige institusjoner, forskning og utdanning, brukerorganisasjoner og private virksomheter danner nye partnerskap med det formål å finne inspirasjon og nye veier, som kan fremme og støtte en innovativ og bæredyktig utvikling gjennom sport og andre former for fysisk aktivitet.

Naturens stadion – en plattform for en ny utendørs mosjonskultur

Sportsfasiliteter og idrettshaller har vært det traditionelle sentrum for sportsklubber og en ramme omkring sportsaktiviteter. I dag er sport og mosjonsaktiviteter ikke begrenset av tilgjengeligheten av fasiliteter med vegger og tak. Utendørsmiljøet og naturen byr på nye muligheter og inspirasjon til sport og annen fysisk aktivitet.

Naturstier og temaruter, blandet med virtuelle spill og teknologibaserte produkter byr på nye utendørsmuligheter for å kombinere mosjon og opplevelser. Den danske Lokale- og Anlægsfonden sidestiller utendørs mosjonstrening i redskaper med sport i idrettshaller, når de årlig deler ut millionbeløp fra tippemidlene til idrettsfasiliteter til glede for alle.

Teknologi – kan gi ny inspirasjon til utendørsaktiviteter

Virksomheter presenterer nye innovative produkter basert på teknologi, som kan gi motivasjon og inspirasjon til treningen og kombinere det med læring og opplevelser. Geocaching, fitness-trening med GPS-enheter, Geolink, chip og andre teknologi-baserte aktiviteter gir nye muligheter for å motivere nye målgrupper og åpner for nye forretningsområder.

Fysisk inaktivitet er den vesentligste faktor for økningen i velferdssykdommer og overvekt. Sport og fysisk aktivitet er sportsbransjens kompetanse- og forretningsområde og bransjen bør være en sentral og proaktiv part i utviklingen. Markedet utvides med flere brukere, som blir bransjens kunder. Natur og utendørsmiljø i byene er den nye og raskest voksende plattform for mange former for fysiske aktiviteter og den naturlige plattform, hvor interessenter kan finne nye veier, nye partnerskap og nye produkter til å motivere flere til en sunn livsstil med mer idrett, mosjon og fysisk aktivitet i hverdagen.

LØP I NATUREN: Løp vokser raskt både i Norge og Danmark, og dette er en idretts- og treningsform som bruker naturen i stor grad.

