FITNESS ELLER FERIE – eller begge dele?

Danskerne er helt vilde med at rejse på ferie. Ifølge Expedia holder over 80 procent af danskerne mere end fire ugers ferie om året og faktisk beskriver mange ferie som en vigtig del af livskvalitet. Faktum er, at både hjernen og kroppen har gavn af såvel variation som periodisk udvidet restitution, fri for fysisk og mental stress.

Ferie og rejse hænger sammen. Danskerne tog forrige år på 10,6 millioner udlandsrejser med et forbrug på 70 milliarder kroner. De 74 pct. var ferierejser, 15 pct. forretningsrejser, resten var i forbindelse med andre rejseårsager. 34 % var korte rejser på op til tre nætter, mens det gennemsnitlige antal overnatninger var 6,6 nætter (standby.dk).

Ferie – god eller skidt?

Mange trænere og fitnessledere er selv vilde med (aktive) ferier, mens kundernes rejselyst jævnligt betragtes med uro. Ferietid betyder, at en del af kunderne sætter medlemsskabet i bero og bliver væk i kortere eller længere tid. Især det sidste: Mange vender ikke tilbage til træningen lige med det første, selvom rejsen er forbi, og det er skidt for forretningen.

Men når fitnesskunder holder en lang feriepause, er det da udelukkende rejsens skyld? Sandsynligvis ikke. Som fitnessudbyder må man acceptere udfordringen og gøre fitness så attraktivt, at kunderne næsten ikke kan vente med at komme i gang igen.

Hvordan gør man fitness attraktivt, så man tiltrækker og fastholder kunder; flere, mere aktive, oftere (et slogan fra EuropeActive, den europæiske fitness brancheforening)?

Måske ved at lade sig inspirere af feriefænomenet i større eller mindre omfang. For ud over almindelig produktudvikling er der til stadighed behov for et større udvalg af tilbud, der gør fitness interessant og relevant.

Selvom fitness styrketræning er den foretrukne motionsform blandt voksne danskere, er der nemlig stadig mange, der hurtigt falder fra, fordi som flere frafaldne udtrykker det: Fitness er kedeligt!

På samme tid mener de færreste vel, at ferie er kedeligt, eftersom mange danskere rejser flere gange om året og helst vil af sted igen – på en kortere eller længere ferie – inden der er gået tre måneder!

Hvilken ferieform hitter?

Som en anden livsstilsekspert kan fitnessudbydere undersøge sin kundegruppe nærmere. Hvad interesserer de sig for i hverdag og fritid eksempelvis når de holder ferie?

Danskere har vidt forskellige feriepræferencer:

- Besøge familie eller venner
- Storbyferie (shopping, kultur, cafémiljø)
- Badeferie (sol, strand og vand)
- Sommerhus
- Andre rejsetemaer: Skiferie, oftest Norge, Sverige og Østrig i den rækkefølge. Naturferie (opleve og opholde sig i naturen), Kursus og uddannelse, Helse- eller kurophold, Kroferie og Eventrejse (sport eller koncert) – herunder også golfferier og løbearrangementer. Ungrejse (fester og sociale aktiviteter).

Trods forskelligheder tegner der sig et mønster:

Social aktivitet, samvær, fælles oplevelser er i højsædet, når det gælder ferie i både indland og udland. Der kan fitnesscentre sagtens være med, for fitnesscentre er jo fyldt med mennesker. Der opstår jævnligt fællesskaber og venskaber. Men ikke per automatik.

Trænere og ledere kan være endnu mere proaktive og tage initiativet til flere former for holdtræning, der ryster deltagerne sammen – forstærker tilhørsforholdet – via bootcamps eller specialholdtræning, ”rejsehold”, med udendørs aktiviteter og ture med forskelligt indhold – ikke bare løbe- eller cykelture, men ferielignende vandre-, orienterings- eller skattejagt- (geocaching) ture i naturen eller bymiljøet.

Sol og varme er et rejsehit, også fordi det i Danmark forekommer i begrænset, ustabilt omfang. Hot yoga, sauna og dampbad, eventuelt boblebad eller pool, giver dog mindelser til ophold under varmere himmelstrøg, og kan udnyttes endnu bedre; fremhæves og promoveres som en værdifuld del af et fitnesstilbud de steder hvor faciliteterne er til stede.

Oplevelser for sanserne udgør en betydelig del af mindeværdige ferier: Ud over forkælelse af følesansen med varme og havvand fx smagsoplevelser i form af lækre (eksotiske) føde- og drikkevarer, fremmedartede (blomster) dufte, sightseeing og panoramaer og lækker lyd, koncerter med klassisk, opera, pop, rock og club musik.

Med lidt kreativitet kan fitnessoplevelsen styles, så den periodisk omfatter flere behagelige (ekstra) oplevelser og overraskende sanseindtryk.

Danskernes Ferierejser

På den årlige feriemesse Ferie for Alle i februar i Herning opererer man med fem rejsetemaer: Camping (der dækker mere end man tror, bl.a. det nye koncept luksuscamping, glamping), Golf, Udland (inklusive eksotiske, oversøiske rejser), Danmark og Outdoor (camping, teltliv, vandreferier, cykelferier, udendørs events med mere).

De fem temaer harmonerer meget godt med resultaterne af de ferieundersøgelser, som Danmarks Statistik har foretaget.

I DS statistikken figurerer den stabile interesse for golf (rejser) ikke direkte, mens det er nyttig viden for trænere. Golfere er nemlig ualmindeligt interesserede i at forbedre deres golfspil (og golf ferie). Til den kundegruppe er personlig træning eller holdtræning med golf-specifikke styrke- og strækøvelser et skarpt tilbud året rundt – også uden for den danske golf-sæson og op fx golfferier året rundt.

Danskernes ferievaner		
	Danmark	**Verden udenfor Danmark**
Mindre end fire overnatninger		
Sommerhus	24	26
Badeferie (sol, strand og vand)	..	1
Storbyferie (shopping, kultur, café)	1	19
Naturferie (opleve/opholde sig i naturen)	1	7
Besøge familie eller venner	71	33
Eventrejse (sport- eller koncertarrangementer)	1	3
Mindst fire overnatninger		
Sommerhus	53	12
Badeferie (sol, strand og vand)	1	23
Storbyferie (shopping, kultur, café)	1	15
Naturferie (opleve/opholde sig i naturen)	4	9
Besøge familie eller venner	35	20
Eventrejse (sport eller koncerter)	..	3

Danmarks Statistik (2016). Ferierejser. Enhed: pct.

.. angiver at observationen mangler, er diskretioneret [hemmeligholdt af forskellige årsager] eller er for usikker.

Hvor rejser danskerne hen?

De mest populære rejselande er i stadigvæk i Europa, selvom lave flypriser er med til at muliggøre ferier på fjernere destinationer (tal fra Danmarks Statistik):

- Spanien (18 %)
- Italien (10 %)
- Tyskland (8 %)
- Sverige (6 %)
- Frankrig (6 %)
- Norge (5 %)
- Grækenland (5 %)
- Tyrkiet (3 %)

66 % af danskerne foretrækker fly til udlandet. 80 % foretrækker bil i Danmark. Og 57 % foretrækker indkvartering på hotel (ifølge rejsesøgemaskinen Momondo er storbyrejser populære – især blandt unge – og i 2017 var Bangkok, London og Malaga i danskernes søge-top-3).

Bortset fra selv straks at pakke kufferten og tage af sted, kan man overveje at skabe mere fornøjelse – læs feriestemning – i fitnessregi: En af de oplagte – set rundt om i landet – er spinningklasser med temaer som Vuelta Espana, Giro d'Italia og Tour de France, hvor der ikke 'kun' er cykling, men også motiverende fotos eller film af etaperne, landskaberne.
Men hvorfor er det overvejende spinninginstruktører, der forstår værdien af events, fest og sjov? Andre hold og styrkeafdelingen kan have lige så stor gavn og glæde af variation og temaer i det vante program … ud over træning efterfulgt af fælles pizza-spisning!

I sæsonen kan man udvide skitræningen med et svensk eller norsk vinterferie-tema med cirkel- eller intervaltræning inde og ude; rulleski, skøjteløb, skøjtemaskiner/-bevægelser, langrends- eller alpin ski øvelser suppleret med motiverende postere og referencer.
Som optakt til sommeren måske en mini-Olympiade med udvalgte løbeevents og/eller originale styrkedicipliner og idrætsaktiviteter med græske elementer og dekorationer.

Visse aktiviteter kan implementeres året rundt fx holdtræning med trance-, rave- eller club-tema, måske med fitness dance instruktion, til tysk dj musik – med dæmpet belysning og diskokugle, hvis den stadig hænger der fra tidligere … Alternativt andre musiktemaer som opvarmning til store danske eller udenlandske koncerter og festivals.

Fit for … ferie

Flittige fitness fans vil indvende: Der er faktisk nogen, mange, som ikke behøver alle mulige former for gøgl for at blive motiveret til træning!

Sandt nok. Især de, der stadig træner … Og selv vante trænende har brug for en eller anden form for motivation for at give den en skalle i stedet for bare at gennemføre træningen. Man kan med fordel tage afsæt i det, som ret mange glæder sig til; årets ferier.

Virker tanken om underholdningsprægede aktiviteter med lys, lyd og gimmicks for langt ude (selvom det blandt andet er det, der sælger billetter i virtuel træning som Les Mills Virtual), kan man øge motivationen via ferieforberedende programmer; optræning til vandring, løb, cykling og diverse sportsaktiviteter.

Ikke alene er danskerne nemlig rejseglade; danskere – typisk de der er vant til at dyrke motion i forvejen, men også andre – er blevet mere og mere vilde med aktive ferier. Der er generelt stigende fokus på fysisk og mentalt velvære, så rejsekunder efterspørger i stigende grad aktiviteter på ferien. Som træningsudbyder kan man derfor glæde rejselystne ved at strække forventningens glæde længere med feriespecifik fortræning.

BOKS/CITAT
Det giver prestige at være sund og aktiv på ferien. Vi tager selfier, mens vi dyrker yoga og nyder en sund smoothie ved poolen for at fortælle folk derhjemme, at vi har overskud til at pleje os selv udvendigt og indvendigt.
Nikolaj Johnsen, Star Tour

De motions- og idrætsaktiviteter der ifølge Star Tour er i størst vækst er:

- Fitness
- Cykling
- Yoga
- Løb
- Kitesurfing

Fitnesstræning inklusive styrketræning, holdtræning og indoor cycling, er det mest populære hos familier og par ifølge flere rejsebureauer; alene Star Tour har oplyst, at de i løbet af blot ét år havde 30.000 deltagere på deres fitnesshold og fuldt bookede hold.

Golfrejser har tidligere været en klar favorit og er stadig udbredte, men overgås i stigende grad af cykelferier især hos 50+ rejsende; cykling bringer én vidt omkring og hjælper til at man holder formen på ferien trods indtag af kalorierig mad og vin.

Yoga har i årevis været en gyldig grund til at tage på ferie i Indien eller på Bali og vokser lige nu yderligere i popularitet.

Dans og svømning er fortsat den førende ferieaktivitet blandt de yngste. Også kvinder er mere til dans og (vand) aerobic på hotellet, mens mænd i højere grad foretrækker en løbetur.

Ophold i vandet trækker, men også aktiviteter på vandet, som windsurfing og kitesurfing, er populært blandt yngre rejsende. Desuden ses SUP, stand-up paddle boarding, stadigt oftere på feriedestinationer med adgang til vand. Måske en medvirkende årsag til, at flere danske personlige trænere har taget SUP træning på programmet i hjemlige farvande.

I form eller formtab på ferien?

Mens nogen rejser for at dyrke endnu mere sport og motion, rejser andre for at holde fri – også fra træning – men med en vis bekymring for at komme ud af form på ferien.
Den frygt er ikke helt ubegrundet, men for det meste er en lille pause ingen skade til. Særligt ikke hvis man kun er af sted en uges tid og spiser og drikker nogenlunde fornuftigt.

Styrken begynder man at miste allerede efter et par uger uden styrketræning, men ikke alt er tabt; selv flere måneder efter et træningsstop kan op til 50 pct. af styrken være i behold. Vil man helst vedligeholde sin styrke uden at miste noget, kan det lade sig gøre med så lidt som en gang høj-intensiv styrketræning i løbet af ferieugen.
Konditionen begynder man ifølge fysiolog Jørgen Wulff Helge at miste lidt af allerede i løbet af en uge, eller endda bare 3-4 dage, men det er måske kun et tab på 2-4 pct. Et forsøg med 10 dages inaktivitet [langt fra normen på ferier] viste en reduktion på fire pct.

Det psykologiske spiller dog ind og opladning via en træningspause eller pause med alternativ træning i ferien kan være af stor værdi, særligt hvis man har trænet længe og træner regelmæssigt. Pauser (ferier) kan ydermere være direkte sunde, eftersom forskning peger på, at ferierejsendes blodtryk kan falde signifikant (Cooper, Tokar, 2016).

Træningsvejledere kan give rejsende personlige og relevante tips til træning på rejsen og anbefale hurtig tilbagevenden til normal træning efter ferien. Alternativt eller som supplement kan almen fysisk aktivitet som transportmotion og kortvarig høj intensitet under fx spil og leg bidrage til, at man stort set uden anstrengelse holder formen på ferien.

Fitness som rejsemål

Mange danske træningsentusiaster med særlig interesse for fitness eller bodybuilding har sammen med kollegaer eller træningskammerater en eller flere gange været på tur til FIBO Global Fitness messen, der afholdes april måned hvert år i Köln, Tyskland.

I år foregår fitnessmessen den 12.-15. april 2018 og samtidig afholdes der fra om fredagen en FIBO ACADEMY convention med 52 foredrag og 73 masterclasses for entusiaster.

Men Tyskland er meget mere end FIBO. Det er det land, hvor danskerne har flest udenlandske overnatninger, ca. 27 pct., efterfulgt af Spanien med 11 pct. og Sverige med 10 pct. (Tysk Turist Information, Deutsche Zentrale für Tourismus). Sidste år var der 3.325.000 danske overnatninger i Tyskland og samlet 1,5 mio. danske ankomster. Årsag: Nemt og bekvemt at komme dertil, interessante besøgsmål og super shopping.

Nogle større fitnesscentre og kæder arrangerer fælles yogature til Indien eller trænings- eller fitnessture til Spanien, især Club la Santa og Las Playitas på de kanariske øer. Fordelen er naturligvis sol og varme, mens ulempen er rejsetiden og prisen.

En anden måske mere nærliggende mulighed er at besøge naboen i syd; Deutschland er nemlig ikke bare for pensionister på tur til grænsekiosker. 45 pct. af danskerne i Tyskland er mellem 35 og 54 år. Og landet er tilfældigvis et af verdens førende fitness- og wellnesslande med suveræne spaer, resorts (eksempelvis Tropical Island syd for Berlin) og træningscentre med diverse former for styrketræning og holdtræning, både high-end uafhængige centre og kæder som McFit, High5, FitX, Clever Fit og Holmes Place.

Overnatninger i Tyskland er en del billigere end i Danmark, så det er ikke urealistisk at lave en salgbar fitnessudflugt. De fleste turister kommer i øvrigt til Tyskland med bil, 70 pct., og kun 11 pct. med fly, men der er efterhånden så billige flybilletter til fx Berlin, at den rejseform også kan anbefales. Cirka 10 pct. tager turen sydpå med bus.

De mest besøgte byer set ud fra antal overnatninger er ikke uventet Hamborg, München, Frankfurt og Berlin. Oplagte destinationer, også når man vil på fitness inspirationstur.

Er man derimod ude efter outdoor fitness af enhver art, er der adskillige fristende landskaber i de områder, danskerne alligevel oftest besøger: Schleswig-Holstein (bl.a. Fehmarn med vandaktiviteter og silo-klatring), Niedersachsen (bl.a. Harzen) og Bayern med bjerglandskaber, der er ideelle til vandring og cykling eller skiløb om vinteren. På nettet kan man enten finde lokale tur-arrangører eller kort og vejledninger, så man kan arrangere sine egne ture.

Visit Denmark og danske fitnesscentre

Det er ikke kun danskere, der rejser. Det gør andre folkeslag også. Så i stedet for at sørge over, at de faste kunder tager på ferie, kan fitness ejerledere passende gøre noget mere for at invitere udenlandske gæster inden for. Og der er udenlandske gæster: Danmark er med 26 millioner overnatninger fra udenlandske turister langt foran eksempelvis Norge og Sverige (Danmarks Statistik) til trods for vort lands begrænsede størrelse. Og turisterne kommer ikke kun til København og Aarhus. Mange mellemstore og små byer har et betragteligt antal feriegæster hvert år.

Fitness på rejsen – både ferierejser og forretningsrejser – er en meget stor international trend som både lufthavne og hoteller er begyndt at hoppe med på.
Som utallige rejsende dog ved, er det for det meste langt at foretrække at træne i et rigtigt, dedikeret, træningscenter og/eller med en rigtig træner end at tumle alene rundt i et hotel fitnesscenter. Disse svinger endnu en del i kvalitet og ofte til den dårlige side.

Fitnessudbydere med lyst til flere kunder bør have et gæstemedlemsskab, der kan købes (uden for stort besvær) og oplyse om den mulighed på den lokale Turistinformation samt byens vandrehjem og hoteller med eller uden fitnesscenter. Fitnesscenterets informationer bør findes ikke alene på dansk, men også på tysk og engelsk; det er god kvalitet ikke bare i ferietiden, men også ellers. Turistbranchen håber generelt, at danskere vil udvise mere imødekommenhed og hjælpsomhed over for udenlandske gæster. God service kan altid betale sig, også over for tilsyneladende engangskunder; man kan aldrig vide …

Turister i Danmark		
Placering	**Land**	**Antal overnatninger**
1.	Tyskland	14.801.477
2.	Norge	2.528.860
3.	Sverige	1.816.193
4.	Holland	1.238.709
5.	Storbritannien	898.832
6.	USA	631.564
7.	Italien	341.739
8.	Frankrig	244.648
9.	Schweiz	231.112
10.	Spanien	229.121

Kilde: Danmarks Statistik (2016)

Læs mere:

https://www.dst.dk/da/Statistik/emner/erhvervslivets-sektorer/turisme

https://www.dst.dk/da/Statistik/emner/erhvervslivets-sektorer/turisme/ferie-og-forretningsrejser

https://www.dst.dk/da/Statistik/nyt/NytHtml?cid=24321