

# BEVÆG DIG FOR LIVET

## Landsdækkende seniorundersøgelse

Januar 2018

Rapport udarbejdet af /KL.7

TrygFonden

NORDEA  
FONDEN



# Indhold

➤ 0. Opsummering	s. 6
➤ 1. Nuværende niveau af fysisk aktivitet og motion	s. 18
➤ 2. Mentale modeller af motion	s. 28
➤ 3. Ønske om øget fysisk aktivitet	s. 31
➤ 4. Idrætsforeninger og målgruppen	s. 42
➤ 5. 'Kaldenavn' til målgruppen	s. 48
➤ 6. Potentialer i målgruppen	s. 53
➤ 7. Metode	s. 60

# Baggrund og formål

Bevæg Dig For Livet (BDFL) er en indsats med to overordnede mål:

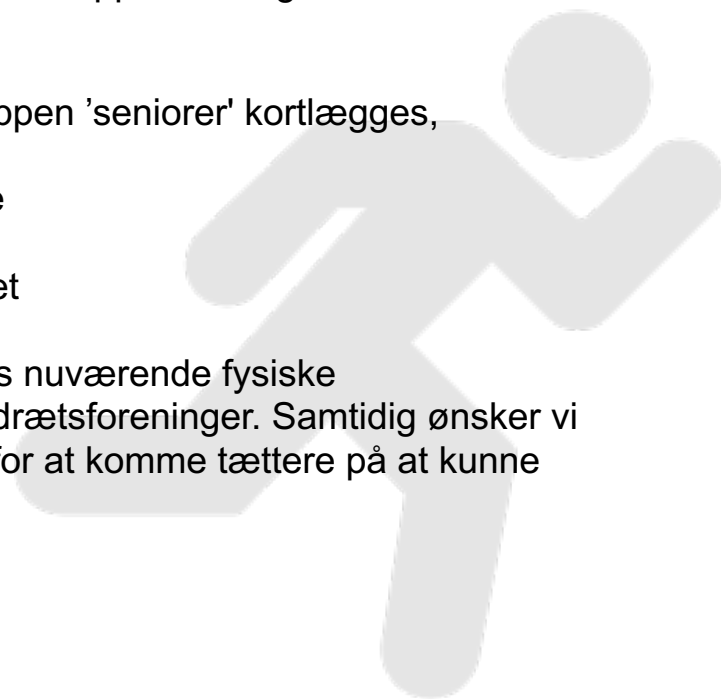
1. Få 75 % af danskerne aktive inden 2025
2. Få 50 % af danskerne ind i en forening inden 2025

Denne undersøgelse fokuserer kun på målgruppen 55+ år, som i rapporten vil gå under ordet 'senior'.

I arbejdet med kommunerne skal de samlede tilbud til målgruppen 'seniorer' kortlægges, synliggøres og kommunikeres til følgende tre målgrupper:

- Voksne foreningsmedlemmer, der skal fastholdes længere
- Selvorganiserede, der inviteres ind i foreningerne
- Inaktive, der aktiveres enten i forening eller selvorganiseret

Rapporten skal således bidrage med at afdække målgruppens nuværende fysiske aktivitetsniveau, motivation for øget aktivitet og tilknytning til idrætsforeninger. Samtidig ønsker vi med analysen at pege på målgrupper med særligt potentiale for at komme tættere på at kunne opfylde BDFL-visionens to mål.



# Rapportens opbygning

## Målgruppen og fysisk aktivitet og motion

Rapporten er opbygget således, at der først gives et overordnet billede af målgruppen ift.:

- 1) Nuværende niveau af fysisk aktivitet og motion
- 2) Målgruppens mentale modeller for motion
- 3) Målgruppens ønske om øget fysisk aktivitet

## Tilknytning til idrætsforeninger

Anden del af rapporten handler om målgruppens tilknytning til og indtryk af idrætsforeninger, samt hvilket 'kaldenavn' målgruppen bedst identificerer sig med:

- 4) Idrætsforeninger
- 5) 'Kaldenavn' til målgruppen

## BDFL-segmenter

Den sidste del af rapporten zoomer ind på BDFL-visionen, delmålene og de specifikke målgrupper inden for seniorer og sætter fokus på 5 segmenter og deres potentiale. I afsnittet fokuseres der på, hvad der karakteriserer målgruppen mhp. at klæde DGI på til efterfølgende at lave relevante tilbud med den rette 'indpakning' til målgruppen. Kapitlet er sat op som 'profil-slides', som let vil kunne tages ud og printes til brug i BDFL-regi samt blandt samarbejdspartnere.

- 6) Analyse af potentialet i målgruppen
- Hele kapitel 6 indgår også i opsummeringen.

# Metodisk overblik

- Data er indsamlet blandt et **repræsentativt udsnit af målgruppen 55+** år via Epinions danmarkspanel i perioden d. 7.-14. december 2017.
- Der er indsamlet **1.008 besvarelser** i målgruppen med en **gennemførselsprocent på 92 %** blandt de panelister, som har klikket på linket til undersøgelsen.
- Målgruppen udgør samlet 1,8 millioner mennesker. Således er resultaterne for den samlede målgruppe behæftet med en **usikkerhed +/- 3,1 procentpoint** (Konfidensinterval 95 %).
- Data er præsenteret i figurer, hvor det samlede antal respondenter er angivet ved 'n'.
- Analyser består af simple frekvenstabeller, krydstabeller samt regressionsmodeller for udvalgte variabler.
- Fordelinger ift. køn, alder og region kan ses til slut i rapporten (kapitel 7).

Der foreligger foruden denne rapport tre tabelrapporter:

1. En med overordnede frekvenser
2. En opdelt på aldersgrupper
3. En for de 5 segmenter

# 0. Opsummering

BEVÆG  
DIG FOR  
LIVET

TrygFonden

NORDEA  
FONDEN

DGI



# Opsamling: Målgruppen og motion

## Mål 1

- **Målgruppen spænder** fra 55-årige, som knap kan gå ture eller støvsuge, til 75-årige, der flere gange om ugen går til gymnastik uden at være begrænset ift. deres fysiske funktion.
- 88 % af målgruppen angiver, at **være fysisk aktive med** cykling, gang som transport, fysisk krævende hus/havearbejde, mm.
- 76 % af målgruppen angiver at **dyrke sport/motion**, heraf gør 42 % det flere gange ugentligt.
- De særligt fysisk aktive ældre er mellem 65-74 år, mens de mindst aktive findes blandt de 55-59-årige. Derudover viser undersøgelsen, at det især er folk med højt uddannelsesniveau, der dyrker motion. Og at de, der dyrker motion, har en signifikant bedre selv vurdering af egen fysiske form.
- De mest **populære motionsformer** er gåture/vandreture (80 %), cykling i natur (41 %), styrketræning (30 %) svømning og gymnastik (begge på 19 %).
- Blandt de motionsaktive dyrker 73 % **motion på egen hånd** og 28 % i forening.
- 51 % har et ønske om at være **mere fysisk aktive**. Især dem, som ikke i forvejen er fysisk aktive, ønsker at blive mere aktive.
- I forlængelse heraf, er der også flest blandt dem, der er i dårligst fysisk form, som har et ønske om at være mere aktive.
- Dvs. at andelen, der ønsker at være mere aktive, er størst blandt de 55-59-årige (63 %).
- Det **de primært gerne vil i gang med er**: gåture (16 %), svømning (16 %) og cykling i natur (14 %).



75 %

Af danskerne skal  
være aktive i 2025



70 %

Af danskerne på 55+  
er aktive månedligt  
eller oftere



85 %

Af danskerne på 55+  
er aktive eller ønsker  
at være det

# Opsamling: Målgruppen og foreninger

## Mål 2

- **Målgruppen forbinder foreninger** med Fællesskab (61 %), Regelmæssighed (44 %), Plads til alle (43 %), Sammenhold (43 %), Motiverende (40 %) og Sjov (31 %).
- 21 % af målgruppen angiver, at de **dyrker motion i en idrætsforening**. Desuden angiver 21 %, at de har overvejet et medlemskab inden for de seneste 2 år, mens 31 % svarer, at de ikke har overvejet det. En ud af fire svarer, at de ikke er interesserede i at blive medlem af en idrætsforening.
- Den primære årsag til **ikke at være medlem** er, at halvdelen er tilfredse med deres nuværende måde at dyrke motion. Derefter svarer 22 %, at de ikke er fysisk stærke nok længere og på tredjepladsen kommer, at de ikke føler, at de har overskud til det (21 %).
- En forening ville blive **mere attraktiv** for målgruppen, hvis de var sikre på, at tilbuddet matchede deres fysiske formåen (28 %), og dernæst at de havde nogen at følges med/kendte nogen dernede (22 %) og som det tredje, hvis det var muligt at prøve et medlemskab uden beregning. 38 % svarer dog, at ingen af de nævnte ting ville gøre det mere attraktivt for dem.
- **Målgruppen foretrækker samlet set at blive kaldt 'seniorer' (54 %)**, med undtagelsen af de 55-59-årige (18 %), som foretrækker 55+ eller modne (hhv. 46 % og 39 %) . Også de 60-64-årige hælder flertallet mod tilnavnet 'modne' (42 %). Respondenterne har haft mulighed for selv at komme med forslag til navne, hvor det bl.a. fremhæves af flere, at det er vigtigere, at navnet afspejler den fysiske formåen end den konkrete alder.



50 %

Af danskerne skal være medlem af en forening i 2025



21%

Af danskerne på 55+ dyrker motion i forening



42 %

Af danskerne på 55+ er medlem eller har overvejet det. **Plus yderligere 31 %** er ikke afvisende



# Baggrund for analyse af potentialet

Som nævnt i begyndelsen af afrapporteringen, har indsatsen Bevæg Dig For Livet to overordnede mål:

1. At 75 % af danskerne skal være aktive inden 2025
2. At 50 % af danskerne skal være medlem af en forening inden 2025

Og under indsatsen for 'seniorer' er der identificeret tre målgrupper, at kommunikere til:

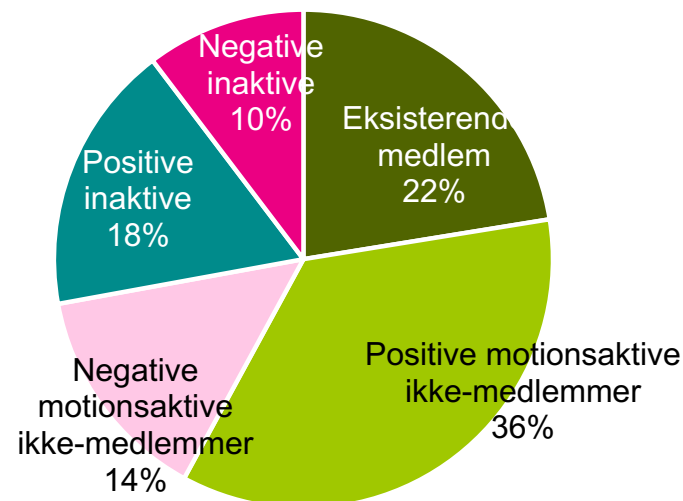
- Voksne foreningsmedlemmer, der skal fastholdes længere
- Selvorganiserede, der inviteres ind i foreningerne
- Inaktive, der aktiveres enten i forening eller selvorganiseret

Ovenstående målgrupper for kommunikation danner baggrund for 5 segmenter, som der gås i dybden med at lære at kende og forstå i dette afsnit.

Fordelingen af de 5 segmenter er vist til højre i figuren og er:

1. **Eksisterende medlemmer** (opfylder delmål 1 og delmål 2)
2. **Positive motionsaktive ikke-medlemmer** (opfylder delmål 1, potentiale for delmål 2)
3. **Negative motionsaktive ikke-medlemmer** (opfylder delmål 1, ikke delmål 2)
4. **Positive inaktive** (potentiale for både delmål 1 og 2)
5. **Negative inaktive** (muligt potentiale for delmål 1, men ikke 2)

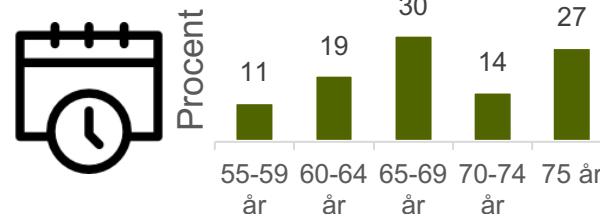
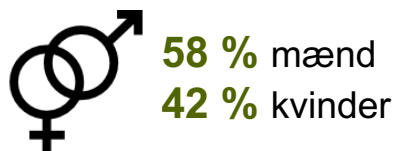
Der foreligger en tabelrapport med alle uddybede resultater for segmenterne.



# Profil: Eksisterende medlem (21 %)

BEVÆG  
DIG FOR  
LIVET

## Baggrund



## Fysisk aktivitet og motion



### Top 3:

Vil i gang med:

1. Dans (12 %)
2. Svømning (11 %)
3. Yoga (11 %)

## Tanker om foreninger:



### Foreninger er:

1. Fællesskab (78 %)
2. Motiverende (54 %)
3. Plads til alle (54 %)
4. Regelmæssighed (51 %)
5. Sammenhold (51%)



✓ Fysisk aktive

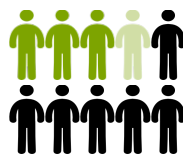


✓ Medlem af  
forening

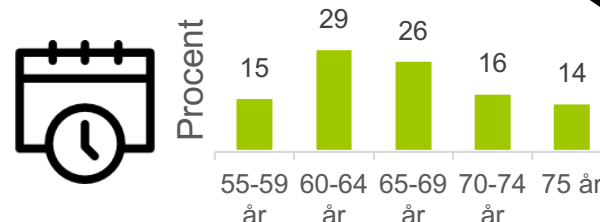
# Profil: Positive motionsaktive ikke-medlemmer (36 %)

BEVÆG  
DIG FOR  
LIVET

## Baggrund

 **36 %**  
af den samlede senior-målgruppe

 **50 %** mænd  
**50 %** kvinder



## Fysisk aktivitet og motion


 **85 %**  
dyrker motion ugentligt eller oftere.  
1/6 i gruppen går/cykler kun.

 **46 %**  
er i virkelig god eller god **fysisk form**. **15 %** mindre god/dårlig form.

 **56 %**  
Ønsker at være **mere fysisk aktive**

 **Top 3:**  
Vil i gang med:  
1. Svømning (20 %)  
2. Cykling (natur) (14 %)  
3. Dans (13%)

## Tanker om foreninger:

 **38 %**  
har overvejet medlemsskab


 **Foreninger er:**  
1. Fællesskab (63 %)  
2. Motiverende (46 %)  
3. Regelmæssighed (46 %)  
4. Sammenhold (45 %)  
5. Plads til alle (45 %)

 **Barrierer:**  
1. Tilfreds med nuværende (54 %)  
2. **Ikke fundet relevant tilbud (19 %)**  
3. Ikke fysisk stærk nok længere (19 %)

 **1** ✓ Fysisk aktive

 **2** ❖ **Potentiale** for medlemsskab

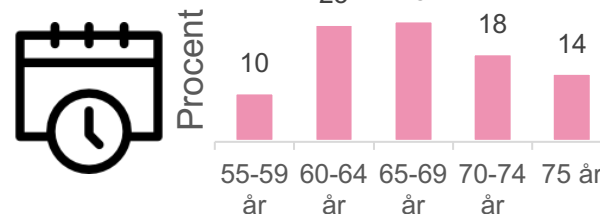
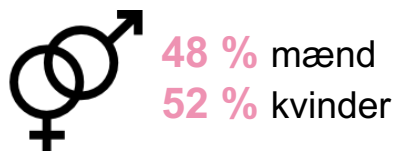
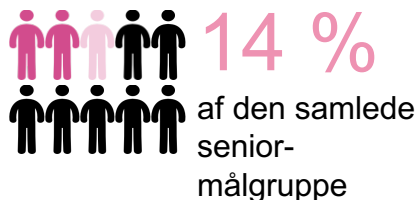
 **78 %**  
på egen hånd.  
33 % af disse i fitness center

 **Drivere:**  
1. Ingen af nævnte (38 %)  
2. Matche fysiske formåen (26 %)  
3. Nogle at følges med/kende dernede (21 %)  
4. **Prøve medlemskab (20 %)**

# Profil: Negative motionsaktive ikke-medlemmer (14 %)

BEVÆG  
DIG FOR  
LIVET

## Baggrund



## Fysisk aktivitet og motion



### Top 3:

Vil i gang med:

1. Dans (10 %)
2. Gå-/vandreture (10 %)
3. Cykling (natur) (9 %)

## Tanker om foreninger:



### Foreninger er:

1. Fællesskab (50 %)
2. Regelmæssighed (43 %)
3. Sammenhold (30 %)
4. Plads til alle (29 %)
5. **Forpligtelser (27 %)**



### Barrierer:

1. Tilfreds med nuværende (74 %)
2. **Bryder mig ikke om det (23 %)**
3. Ikke fysisk stærk nok længere (21 %)



✓ Fysisk aktive

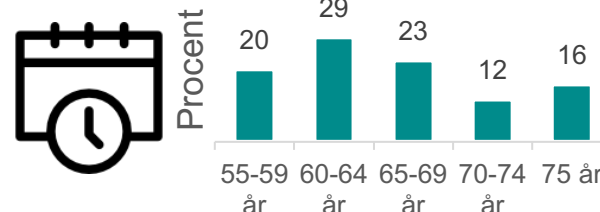
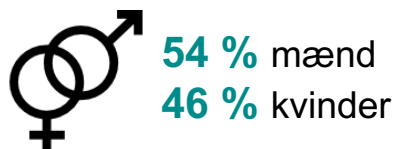


**76 %** på egen hånd. 24 % i fitness center

# Profil: Positive inaktive (18 %)

BEVÆG  
DIG FOR  
LIVET

## Baggrund



## Fysisk aktivitet og motion



### Top 3:

Vil i gang med:

1. Gå/vandreture (35 %)
2. Svømning (23 %)
3. Cykling (natur) (20 %)

## Tanker om foreninger:



### Foreninger er:

1. Fællesskab (59 %)
2. Plads til alle (43 %)
3. Regelmæssighed (43 %)
4. Motiverende (35 %)
5. Sjov (29 %)



### Barrierer:

1. Har ikke overskud (34 %)
2. Ikke fysisk stærk nok længere (31 %)
3. Tilfreds med nuværende (28 %)

### Drivere:

1. Ingen af de nævnte (34 %)
2. Matche fysiske formåen (34 %)
3. Nogle at følges med/kende nogen (24 %)
4. Andre på holdet ligner mig (18 %)



- ❖ **Potentiale** for  
fysisk aktiv




- ❖ **Potentiale** for  
medlemsskab

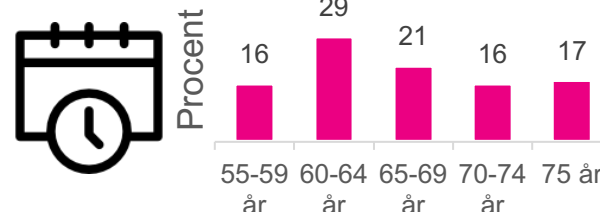
# Profil: Negative inaktive (10 %)

BEVÆG  
DIG FOR  
LIVET

## Baggrund

 **10 %**  
af den samlede  
senior-  
målgruppe

 **55 %** mænd  
**45 %** kvinder



## Fysisk aktivitet og motion

 **90 %**  
dyrker slet  
ikke motion

 **25 %**  
er i virkelig god  
eller god **fysisk**  
**form. 33 %** mindre  
god/dårlig form.

 **36 %**  
Ønsker at være  
**mere fysisk**  
**aktive**



### Top 3:

Vil i gang med:

1. Gå/vandreture (29 %)
2. Cykling (natur) (17 %)
3. Svømning (12 %)

## Tanker om foreninger:

 **0 %**  
i målgruppen  
vil i forening



**Foreninger er:**

1. Fællesskab (41 %)
2. **Forpligtelser (36 %)**
3. Regelmæssighed (32 %)
4. Sammenhold (30 %)
5. Plads til alle (26 %)



### Barrierer:

1. **Bryder mig ikke om det (37 %)**
2. Tilfreds med nuværende (35 %)
3. **Har ikke overskud (30 %)**



❖ Mindre potentiale  
for fysisk aktivitet

# Opsamling: Potentialiet i målgruppen

## Fokus på to segmenter

- Særligt **to segmenter har interesse ifm. rekruttering til foreningerne**: 1) de positive motionsaktive ikke-medlemmer (PMIM), og 2) de positive inaktive.
- Begge segmenter har enten **overvejet et medlemskab** inden for de seneste 2 år, eller er **ikke afvisende overfor** et medlemskab. Og **foreningsidræt** forbindes af segmenterne med samme **positive billede**, som blandt dem som i forvejen er medlemmer - fællesskab, plads til alle, motivation, regelmæssighed, sammenhold og sjov.
- De primære forskelle på segmenterne er:
  - At de **PMIM** allerede er i gang med en idræt. De er i forholdsvis god form, og kun få vurderer (15 %), at de er i mindre god eller dårlig form. 56 % vil gerne være mere fysisk aktive.
  - De **positive inaktive** dyrker ikke motion regelmæssigt og er i langt dårligere form, men der er et ønske blandt to ud af tre, om at være mere fysisk aktive.
- **Årsager til ikke at være medlem i en forening** varierer i de to segmenter. Mens de PMIM er tilfredse med deres nuværende måde at dyrke motion og/eller ikke har fundet et relevant tilbud, så er det mangel på overskud og tid blandt de inaktive positive.
- **Drive for at komme i gang i en forening** er forholdsvis ens i rækkefølgen hos målgrupperne, men da de inaktive positive er i væsentlig dårligere form, så betyder det også mere at tilbud matcher deres fysiske formåen og/eller andre på holdet ligner dem. Flexibiliteten i medlemsskabet vægtes højere blandt de PMIM.

# Opsamling: Indsigter

- **Indsigt 1 – Over halvdelen af målgruppen ønsker at være mere aktive:** Det ser således ud til, at der er et stort potentiale i målgruppen, hvis foreninger eller andre aktører kan hjælpe med at indfri dette ønske.
- **Indsigt 2 – Tilbud i foreninger er interessante:** En række af de tilbud, som klubberne kan tilbyde, vurderer målgruppen er interessante. Særligt svømning, vandring, cykling i naturen og dans.
- **Indsigt 3 – Stor forskel på fysisk formåen:** Der er både et potentiale for foreninger blandt personer i målgruppen, som i forvejen er aktive og i god form (positive motionsaktive ikke-medlemmer), og personer i målgruppen, som er i dårlig form, men som gerne vil være aktive (positive inaktive).
- **Indsigt 4 – Nøgleord for 'de positive motionsaktive ikke-medlemmer':** Nøgleord for de PMIM er, at de er i god eller nogenlunde form, regelmæssighed, prøve gratis, fleksibilitet.
- **Indsigt 5 – Nøgleord for 'de positive inaktive':** Nøgleord for de inaktive er, at de gerne vil i gang, at de er i nogenlunde eller dårlig form, bekymrede for at fejle, ikke at være fysisk stærke nok, og i tvivl om tilbud passer til dem, vil gerne starte med ligesindede.
- **Indsigt 6 – Er 'seniorhold' en god og dækkende betegnelse?:** Betegnelsen 'Senior' taler mest til den ældre del af målgruppen (70+). Samtidig fortæller betegnelsen intet om, hvilken fysisk form, man skal være i for at deltage på holdet.



# Opsamling: Anbefalinger

- **Anbefaling 1 – Målgruppen skal møde tilbud – og kunne se sig selv i dem:** Generelt er foreningers tilbud meget lidt synlige for målgruppen. Målgruppen skal kunne 'genkende' sig selv i de billeder og tekster, der anvendes til at reklamere og beskrive hold og tilbud.
- **Anbefaling 2 – Brug principper om 'self-efficacy' i fastholdelse:** Sørg for mestringsoplevelser i starten af et forløb, særligt blandt de inaktive for at sandsynliggøre fastholdelse. Foreninger kan potentielt hjælpes via skabeloner til introduktionsforløb.
- **Anbefaling 3 – Tilbyd og reklamér for 'prøvegange':** Overvej at tilbyde en 'prøvegang', hvor det kun er nye, der er der. Sørg for en screening, så deltagere ligner hinanden i fysisk formåen. Opbyg relationer på tværs, så de får nogle at begynde sammen med. Hav evt. en træner eller 'medtræner', som målgruppen kan spejle sig i, så de kan se, hvor langt de selv kan nå, hvis de melder sig til holdet.
- **Anbefaling 4 – Alternative medlemskaber kunne være interessante:** Det tyder på, at dele af målgruppen finder fleksible medlemskaber attraktive. Man kunne enten arbejde med medlemskaber, der giver adgang til flere forskellige idrætter/tilbud, eller pay-per-play-ordninger. Flere foreninger har haft succes med førstnævnte model på netop seniorområdet.
- **Anbefaling 5 – Senior eller ej? Facebook er interessant kanal for at teste:** Facebook kan evt. bruges til at lave A/B-test for, at se hvilke betegnelser, ord og billeder, som fanger og konverterer bedst i de forskellige målgrupper (OBS: hele målgruppen er ikke på Facebook).
- **Anbefaling 6 – Tæt samarbejde med partnerskaber:** For at lykkes med særligt de inaktive positive vil det være en fordel med tæt samarbejde med partnerkommuner og andre interessenter. Vi bør samarbejde med partnere, der også har interesse i at aktivere denne del af målgruppen – tænk gerne aktivering bredt, så fx facilitering af vandreture også er på tapetet. Der ser ud til at være et stort potentiale i mindre krævende aktiviteter.

# 1. Nuværende niveau af fysisk aktivitet og motion i målgruppen 55 år+

BEVÆG  
DIG FOR  
LIVET

TrygFonden

NORDEA  
FONDEN

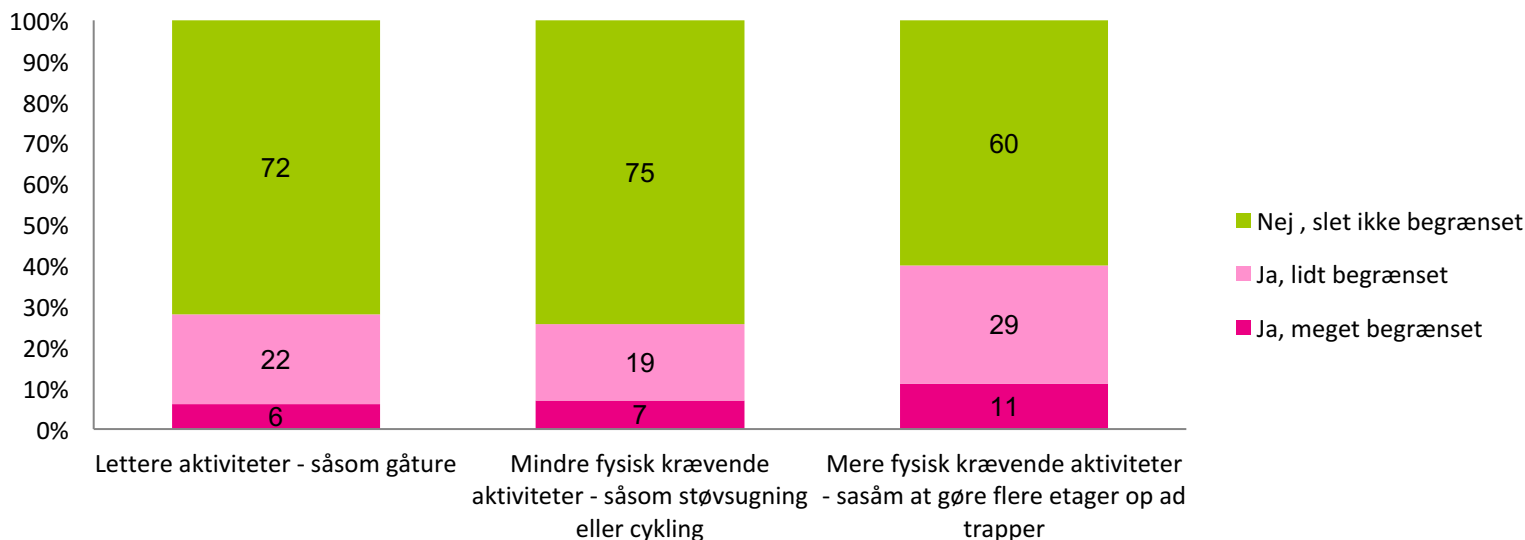
DGI



# Selv vurderet fysisk funktionsevne

I undersøgelsen har det været muligt at angive hvorvidt, man er begrænset i lette, mindre fysisk krævende eller mere fysisk krævende aktiviteter. Tre ud af fire i målgruppen er ikke begrænset i lettere og mindre fysisk krævende aktiviteter (hhv. 72 % og 75 %), mens 60 % svarer, at de ikke er begrænset i mere fysisk krævende aktiviteter.

Er du på grund af dit helbred begrænset i nogle af følgende aktiviteter? I så fald, hvor meget? (n=1008)

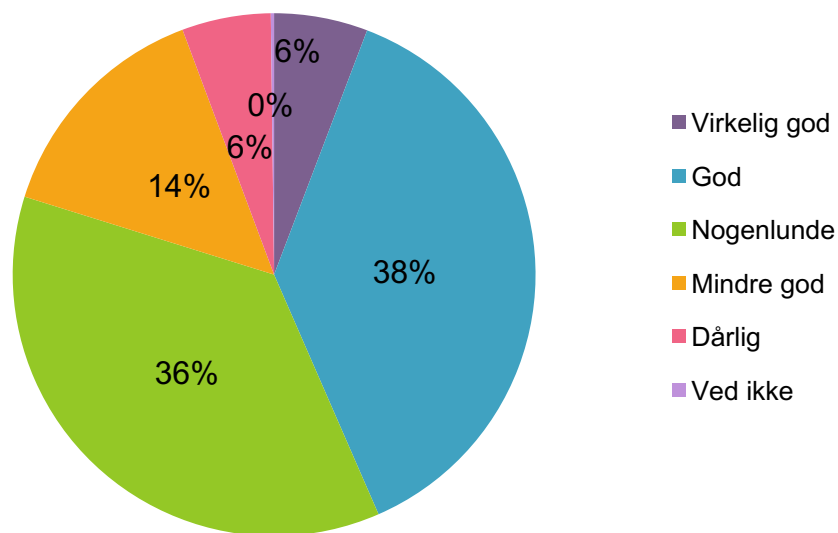


# Selv vurderet fysisk form

I figuren nedenfor fremgår det, hvordan målgruppen vurderer deres egen fysiske form. Som det kan ses, så er der en forholdsvis stor spredning, hvor 44 % af målgruppen vurderer deres form god eller virkelig god, 36 % vurderer deres form som nogenlunde, og 20 % vurderer deres form som mindre god eller dårlig.

Analyserne viser endvidere, at den del af målgruppen, som har en selv vurderet god eller virkelig god fysisk form, også har færre funktionsnedsættelser, end dem som har en mindre god eller dårlig fysisk form. Således svarer 84 % med en god selv vurderet fysisk form, at de slet ikke er begrænsede i mere fysisk krævende aktiviteter, sammenlignet med kun 21 % blandt dem, der vurderer at de har en mindre god eller dårlig fysisk.

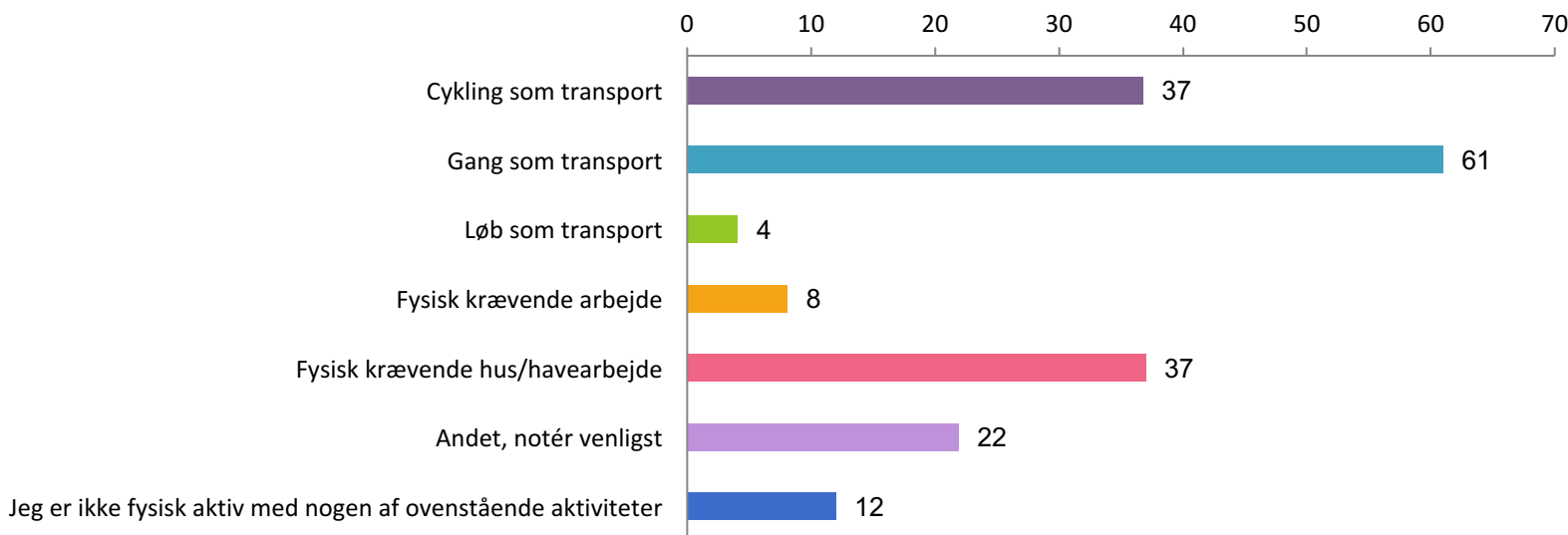
Hvordan vurderer du din nuværende fysiske form? (n=1008)



# Hvor mange og hvordan er målgruppen fysisk aktive?

88 % i målgruppen svarer, at de er aktive med en eller flere aktiviteter. Heraf er der flest, der angiver, at de bruger gang som transport (61 %). Endvidere svarer lidt over en tredjedel af målgruppen (37 %), at de er aktive med cykling som transport. Ligeledes er der 37 %, der svarer, at de er aktive med fysisk krævende hus/havearbejde. I alt svarer 22 % 'Andet' og her angiver mange den sport, de går til. Kun 12 % svarer, at de ikke er fysisk aktive.

Sæt venligst kryds, hvis du regelmæssigt er fysisk aktiv med nogen af følgende aktiviteter.  
(Det er muligt at sætte mere end ét kryds). (n=1008)



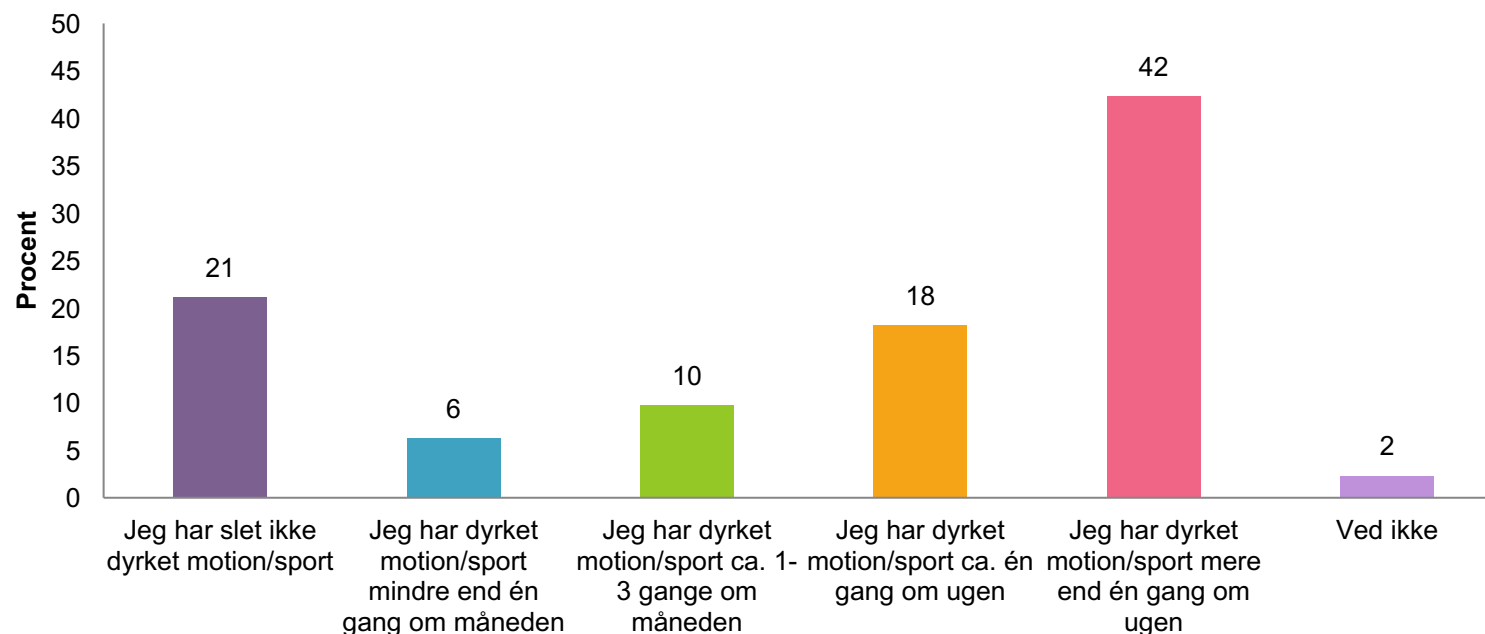
# Hvor mange dyrker motion/sport?

Tre ud af fire i målgruppen angiver (77 %) at have været aktive med motion/sport inden for det seneste år. I alt svarer 42 % af målgruppen, at de har dyrket motion eller sport mere end én gang om ugen. 21 % svarer, at de slet ikke dyrker motion/sport.

Kombinerer man spørgsmålet fra forrige side om fysisk aktivitet med spørgsmålet på denne side om motionsaktivitet, så kan vi se, at der er en lille gruppe på 6 %, der hverken er fysisk aktive eller dyrker motion.

*På næste side er det uddybet, hvilke grupper som særligt er aktive med motion/sport.*

Hvor ofte har du ca. dyrket motion/sport inden for de seneste 12 måneder? (n=1008)

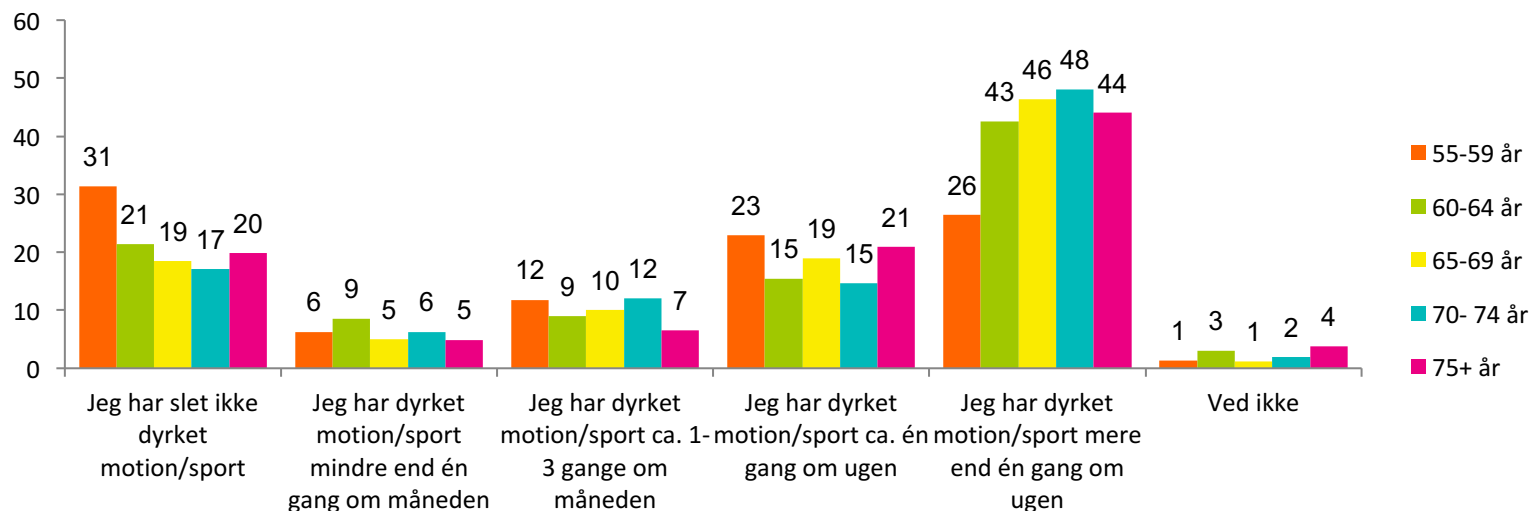


# Hvem dyrker motion/sport? Alder

Aldersgrupperne 65-69 år og 70-74 år er de mest motionsaktive, skarpt efterfulgt af aldersgruppen 60-64 år samt 75+ år. Den gruppe, som er mindst aktiv, er de 55-59-årige.

På næste side vises forhold, der hænger sammen med at dyrke motion.

Hvor ofte har du ca. dyrket motion/sport inden for de seneste 12 måneder? Fordelt på alder. (n=1008)



# Hvem dyrker motion/sport?

## Andre demografiske forhold

- **Beskæftigelse:** Som en naturlig forlængelse af fundene præsenteret på forrige side, så viser undersøgelsen, at ældre på efterløn/pension er markant mere aktive end personer i arbejde. Således viser undersøgelsen, at 47 % af personer på efterløn/pension dyrker motion/sport mere end én gang om ugen, sammenlignet med 36 % af de personer, som fortsat er i arbejde. Der er dog ingen forskel på "bunden" af gruppen, som slet ikke dyrker motion. Her er der 21 % af dem i arbejde, som ikke dyrker motion, mens 20 % på efterløn/pension ikke dyrker motion. Når man kontrollerer for alder, så forsvinder den selvstændige effekt af beskæftigelse på motionsaktivitet.
- **Uddannelse:** Analysen viser en klar sammenhæng mellem det at dyrke motion/sport og ens højeste uddannelsesniveau, når der samtidig tages højde for andre demografiske variable. Således viser analysen, at jo højere uddannelsesniveau, des større sandsynlighed for at målgruppen også dyrker motion.
- ✓ **Køn:** Der ses ingen betydelige kønsforskelle.
- **Region:** Der ses nogle mindre regionale forskelle, hvor eksempelvis dem fra Region Hovedstaden dyrker motion i mindre grad end de andre regioner. Denne sammenhæng er dog ikke signifikant, når man kontrollerer for andre forhold som alder og uddannelse.
- **Civilstatus:** Der ses ingen sammenhæng mellem målgruppens civilstatus, og hvorvidt de er aktive eller inaktive med motion.
- ✓ **Fysisk selvvurdering:** Der ses en stærk sammenhæng mellem selvvurdering af egen fysiske form og deltagelse i motion/sport. Dvs. de som oplever at være i meget god fysisk form, også er den gruppe, som hyppigst dyrker sport/motion, mens gruppen, der vurderer sig i meget dårlig fysisk form, er den gruppe, som sjældnest dyrker sport/motion. (Her kan vi dog ikke sige noget om kausaliteten).

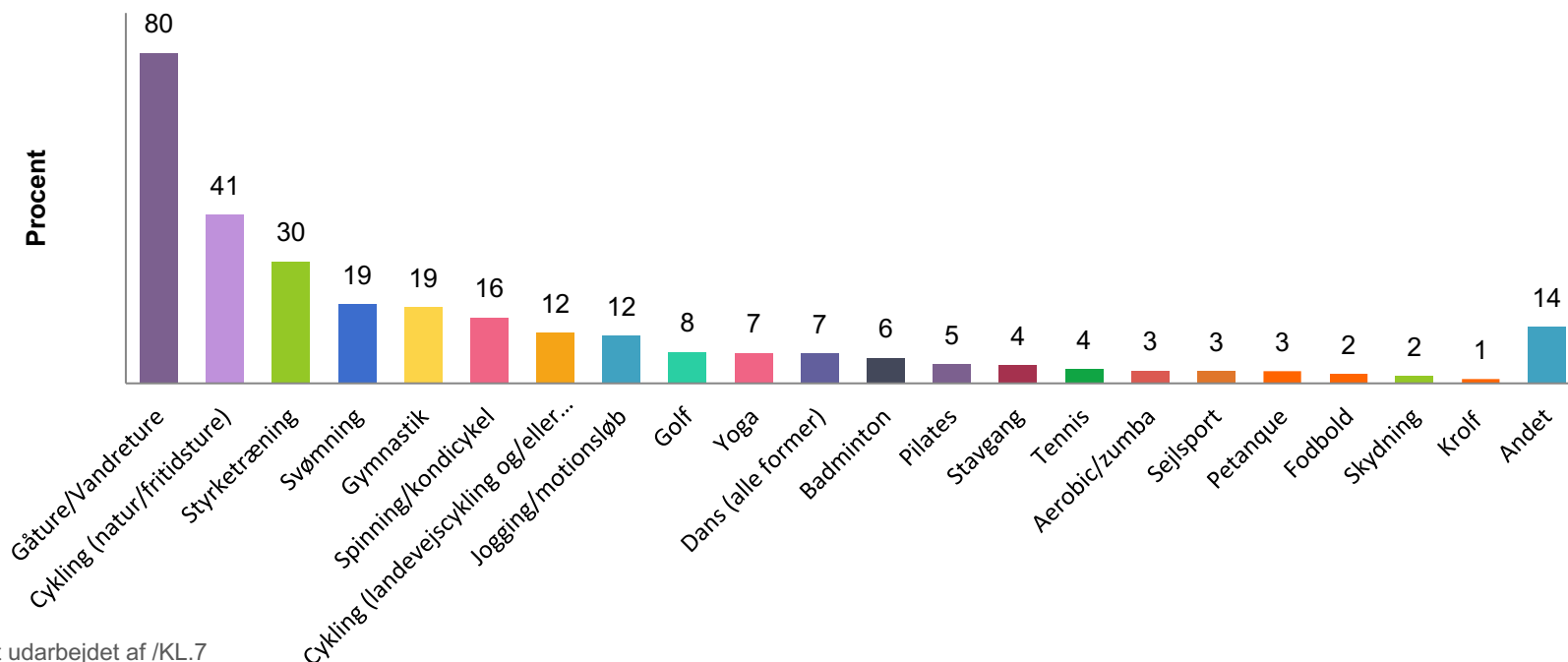


# Hvilke motionsformer?

Blandt de 77 % af målgruppen, som har været aktive med motion/sport inden for det seneste år, ses nedenfor hvilken slags motion, de har været aktive med. Fire ud af fem svarer gåture/vandreture (80 %), 41 % angiver cykling (natur/fritid) og 30 % styrketræning. Under 'Andet' nævnes flere forskellige ting, herunder bowling, vandgymnastik, ridning, bordtennis, havearbejde, mv.

Gåture, styrketræning, svømning og spinning er populære i alle aldersgrupper, mens jogging særligt er populært i de yngre aldersgrupper og gymnastik meget populært i de ældre, hvor 32 % på 75+ dyrker dette (se tabelrapport opdelt på alder).

Hvor ofte har du ca. dyrket motion/sport inden for de seneste 12 måneder? (n=795)



# De enkelte motionsformer – hvor ofte?

I den overordnede **tabelrapport** kan findes detaljerede oversigter for hver enkelt motion/sportsgren, herunder hvor ofte målgruppen dyrker hver sportsgren (s. 17-18 i tabelrapport). Udover de sportsgrene, som vises nedenfor, så nævnes spinning, cykling i natur, golf og tennis også som sportsgrene, der dyrkes flere gange ugentligt af halvdelen af målgruppen.

	Flere gange ugentligt	1 gang ugentligt	1-3 gange pr. måned	Sjældnere end én gang om måneden	Ved ikke	Responses
Gåture/Vandreture						
Count	394	119	86	18	3	620
Row %	63.5%	19.2%	13.9%	2.9%	0.5%	
Jogging/motionsløb						
Count	40	27	15	8	0	90
Row %	44.4%	30.0%	16.7%	8.9%	0.0%	
Styrketræning						
Count	125	66	26	8	4	229
Row %	54.6%	28.8%	11.4%	3.5%	1.7%	
Cykling (landevejscykling og/eller mountainbike)						
Count	47	18	20	9	0	94
Row %	50.0%	19.1%	21.3%	9.6%	0.0%	

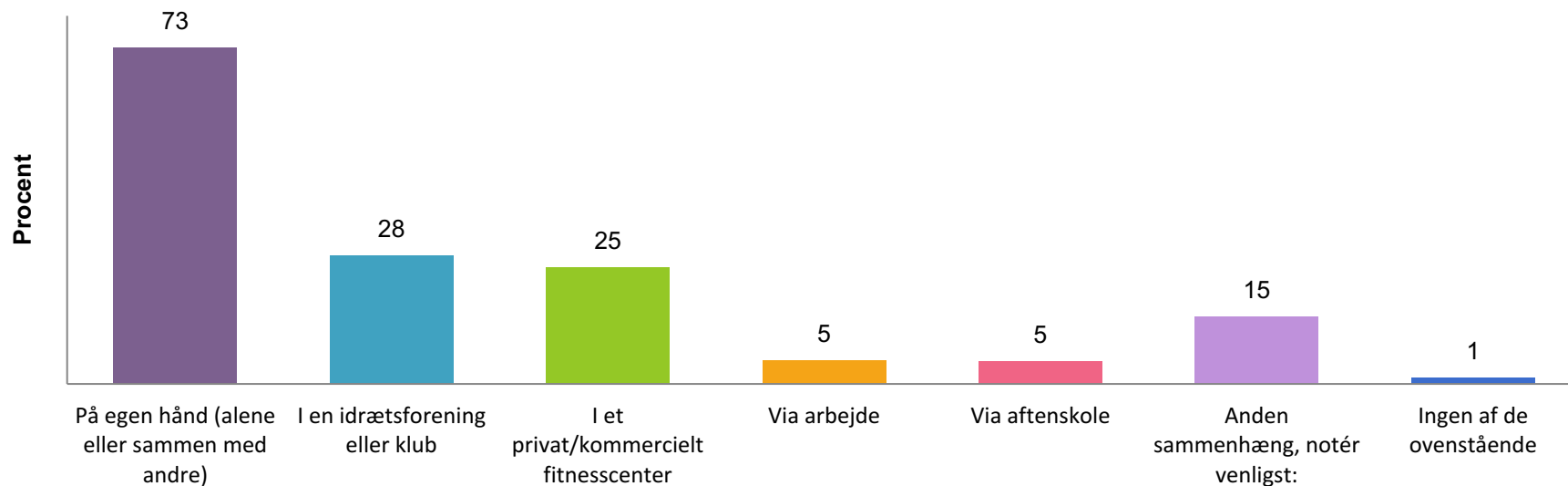
# Hvor dyrker målgruppen motion?

Tre ud af fire af de motionsaktive angiver, at de dyrker motion på egen hånd (73 %), mens hhv. 28 % angiver, at de dyrker motion i en idrætsforening/klub og 25 % i et privat/kommercielt fitnesscenter.

I tabelrapporten kan man få et overblik over, hvor målgruppen dyrker hvilke sportsgrene. De sportsgrene, som flest dyrker i foreningsregi, er: Badminton (76 %), krolf (75 %), tennis (70 %), golf (68 %), fodbold (52 %), skydning (47 %), gymnastik (43 %) (Obs. Det at en stor andel dyrker det i en klub, betyder ikke at mange dyrker sporten overordnet set).

*Hvad der karakteriserer den del af målgruppen, som er medlem af en klub, vil blive uddybet senere under Profil: Eksisterende medlem s. 53*

Du har tidligere angivet, at du har dyrket motion/sport indenfor de seneste 12 måneder. Angiv venligst, hvor det har fundet sted. (Det er muligt at sætte flere krydser). (n=795)



# 2. Mentale modeller af motion

BEVÆG  
DIG FOR  
LIVET

TrygFonden

NORDEA  
FONDEN

DGI



# Hvilke ord forbinder målgruppen med det at dyrke motion

Nedenfor ses en ordskey med de ord, som flest i målgruppen angiver, når de tænker på det at dyrke motion. Som det kan ses af ordskeyen, så forbindes motion både med mange specifikke slags motion og fysisk aktivitet, samt positivt ladede ord som sundhed, samvær og glæde. Samlet set udgør sætninger med positiv ladning og/eller specifikke former for fysisk aktivitet omkring tre ud af fire udsagn. Der er dog også omkring 10 % af udsagnene, som er negativt ladede. Flest negative udsagn findes blandt målgruppen, som vurderer, at de er i mindre god eller dårlig fysisk form (27 % er negativt ladede). Til sammenligning er 47 % af udsagnene positivt ladede hos gruppen, som vurderer, de er i god eller virkelig god form, sammenlignet med 24 % blandt målgruppen i mindre god eller dårlig form. Udvalgte citater kan ses på næste side.

12. De næste spørgsmål handler om motion/sport. Til at starte med vil vi gerne vide hvilke 3-5 ord, der først falder dig ind, når du tænker på at dyrke motion/sport. Jeg forbinder motion/sport med... (Skriv de første 3-5 ord):



# Udvalgte citater

De næste spørgsmål handler om motion/sport. Til at starte med vil vi gerne vide hvilke 3-5 ord, der først falder dig ind, når du tænker på at dyrke motion/sport. Jeg forbinder motion/sport med....

*Socialt samvær. Godt for helbredet.  
Behagelig følelse bagefter. Nydelse ved at  
yde noget aktivt (Positiv ladning. God/virkelig  
god form)*

*Sundhed, sjov, udfordring, leg, samvær  
(Positiv ladning. Mindre god/dårlig form)*

*Gåture i naturen 5 km eller mere. Badminton.  
- single Bowling. Almindeligt havearbejde  
(Specifik aktivitet. God/virkelig god form)*

*Gå-løbe-cykelture, boldspil, træning i  
motionscenter, gymnastik,  
(Specifik aktivitet. Mindre god/dårlig form)*

*Konkurrence, dårligt klima, nederlag  
(Negativ ladning. Nogenlunde form)*

*Skal overstås, kedelig, ensomt, i morgen,  
snart overstået  
(Negativ ladning. Mindre god/dårlig form)*

# 3. Ønske om øget fysisk aktivitet i målgruppen 55 år+

BEVÆG  
DIG FOR  
LIVET

TrygFonden

NORDEA  
FONDEN

DGI



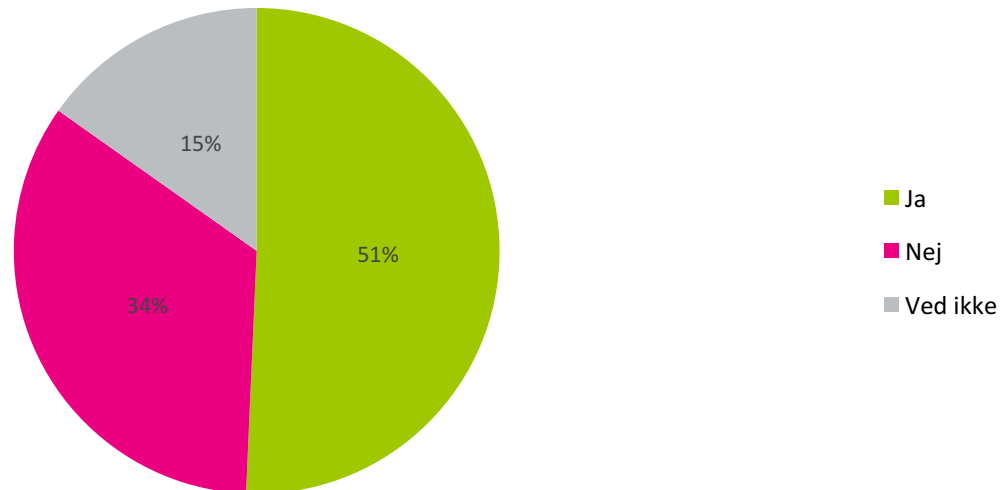
# Ønske om øget fysisk aktivitet

Halvdelen af målgruppen angiver (51 %), at de gerne vil være mere fysisk aktive, mens 34 % angiver, at de ikke ønsker dette og 15 % svarer 'ved ikke'.

*På næste side gennemgås, hvad det er, som karakteriserer dem, som gerne vil være mere fysisk aktive.*

---

Kunne du godt tænke dig at være mere fysisk aktiv, end du er nu? (Sæt ét kryds) (n=1008)



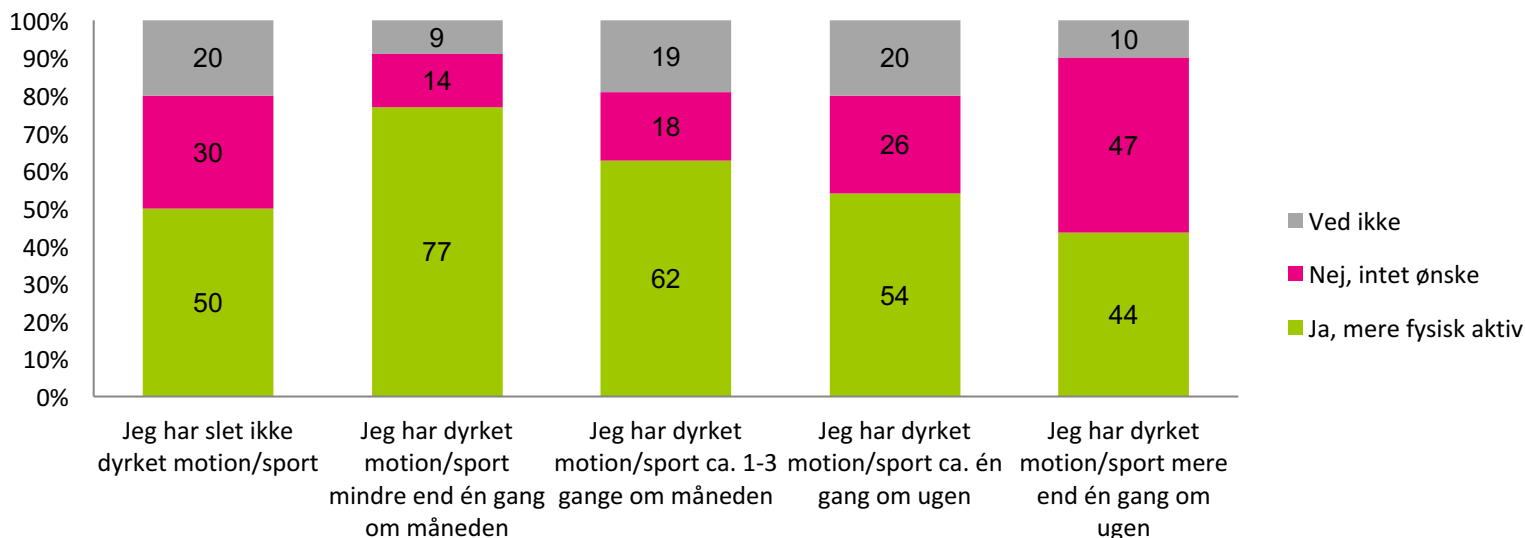


# Ønske om øget fysisk aktivitet

## Nuværende aktivitet

Undersøgelsen viser, at ønsket om at være mere fysisk aktiv bl.a. hænger sammen med målgruppens nuværende aktivitetsniveau. Jo mindre motion man dyrker, des større er ønsket om at være mere fysisk aktiv. Dvs. at flest blandt dem, som dyrker motion mindre end én gang om måneden, ønsker at være mere aktive (77 %), og færrest blandt dem som allerede er aktive flere gange om ugen (44 %). Dog ses et delt billede blandt dem, som svarer, at de slet ikke er aktive. Her vil halvdelen gerne være mere aktive, mens også 30 % svarer, at de ikke ønsker at være mere fysisk aktive. Ser man kun på de 6 %, som på nuværende tidspunkt hverken er aktive med motion eller anden fysisk aktivitet, så angiver 2/3, at de gerne vil være mere fysisk aktive (tal fremgår ikke i figur).

Hvor ofte dyrker du motion/sport? Fordelt på kunne du godt tænke dig at være mere fysisk aktiv, end du er nu? (n=985)



# Ønske om øget fysisk aktivitet

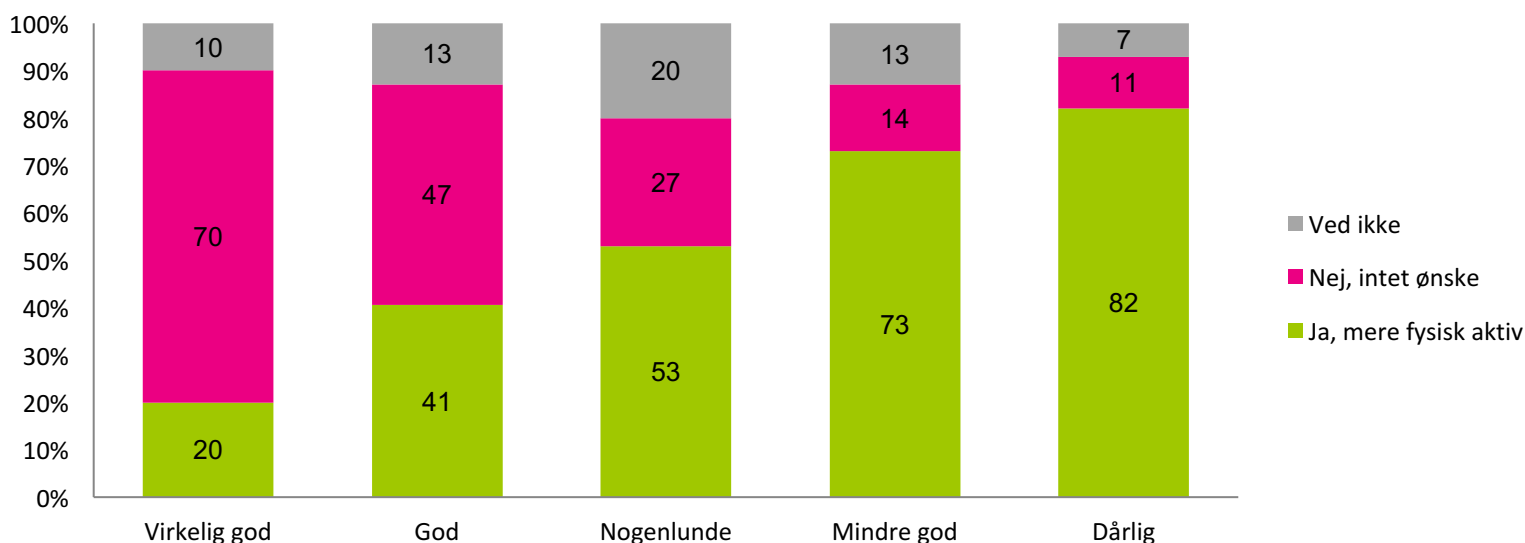
## Selv vurderet fysisk form

Undersøgelsen viser også, at ønsket om at være mere fysisk aktiv hænger sammen med målgruppens nuværende selv vurderede fysiske form.

Dog er sammenhængen omvendt proportional, hvilket vil sige, at jo dårligere fysisk form folk vurderer, at de er i, des større er ønsket om at være mere fysisk aktiv. Eksempelvis er der 82 % af dem, som vurderer, at de er i meget dårlig form, som ønsker at være mere aktive.

Sammenlignet med 20 % blandt dem, som vurderer, at de er i rigtig god form. Denne sammenhæng ses også, når vi ser på fysisk funktionsnedsættelse – dvs. at der er flere blandt dem, der oplever sig begrænsede i en eller flere handlinger, som gerne vil være mere fysisk aktive.

Hvordan vurderer du din nuværende fysiske form? Fordelt på kunne du godt tænke dig at være mere fysisk aktiv, end du er nu? (n=1006)

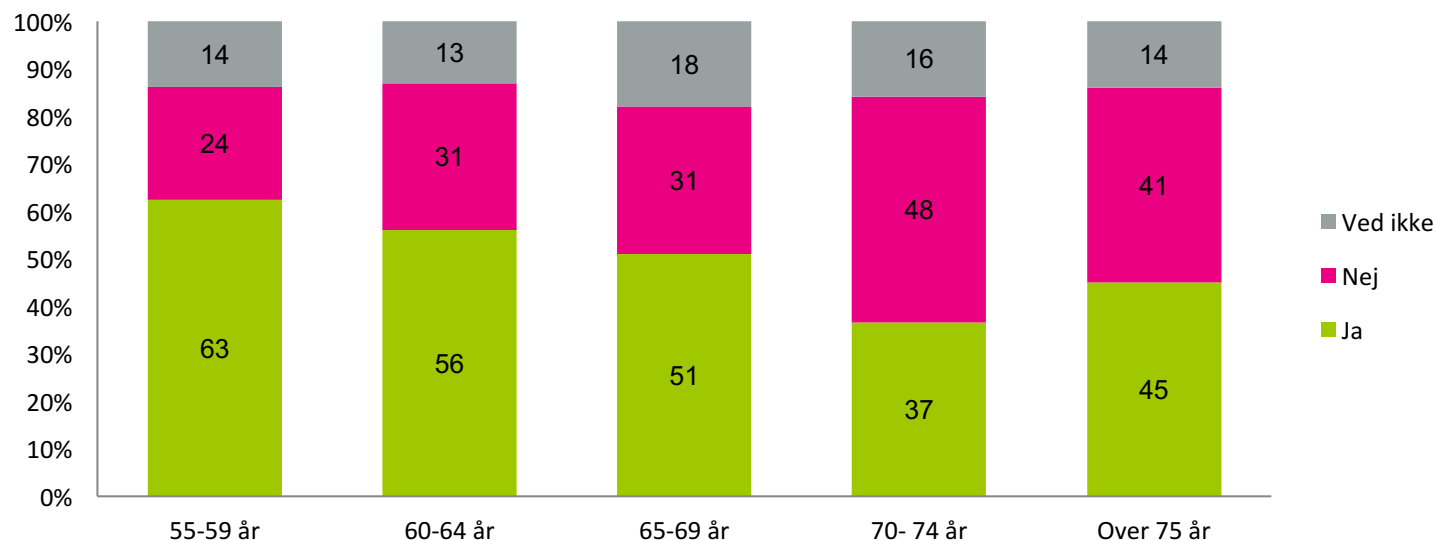


# Ønske om øget fysisk aktivitet

## Alder

- ✓ **Alder:** Der ses en næsten lineær sammenhæng mellem målgruppens alder og ønsket om at være mere fysisk aktiv. Således ses at jo yngre målgruppen er, des større er ønsket om at være mere fysisk aktiv. Eksempelvis vil 63 % af de 55-59-årige gerne være mere fysisk aktive, sammenlignet med de fx 75 år+, hvor 45 % ønsker at være mere aktive.
- Dette skal endvidere kobles sammen med, at flest i aldersgrupperne 65-74 år allerede er motionsaktive, og færre, der allerede er motionsaktive, ønsker at være mere aktive (s. 33).

Hvordan vurderer du din nuværende fysiske form? Fordelt på kunne du godt tænke dig at være mere fysisk aktiv, end du er nu? (n=1008)



# Ønske om øget fysisk aktivitet

## Andre demografiske forhold

- **Beskæftigelse:** Her ses at særligt personer med fuldtidsarbejde (61 %) ønsker at være mere fysisk aktive, men pensionister er den gruppe, hvor færrest ønsker at være mere fysisk aktive, dog vil 46 % i pensionistgruppen gerne være mere aktiv. Analyserne viser, at sammenhængen mellem beskæftigelse og ønske om øget fysisk aktivitet forsvinder, når man kontrollerer for bl.a. alder.
- **Uddannelse:** Analysen viser en svag sammenhæng mellem ønske om at være mere fysisk aktiv og målgruppens højeste uddannelsesniveau. Jo højere uddannelse, des mere aktiv ønsker målgruppen at være. Sammenhængen forsvinder, når man justerer for andre faktorer.
- **Køn:** Der ses ingen betydelige kønsforskelle.
- **Region:** Der ses nogle mindre regionale forskelle, hvor eksempelvis et lille flertal i Region Hovedstaden ønsker at dyrke mere motion end de andre regioner. Denne sammenhæng er dog ikke signifikant, når man kontrollerer for andre forhold, som fx alder.
- **Civilstatus:** Der ses ingen betydelige forskelle ift. civilstatus.

# Hvad kan få dem i gang?

## God fysisk form

37 % i målgruppen, som vurderer, at de har en god eller virkelig god fysisk form, ønsker at være mere aktive. Nedenfor ses en ordsky over, hvad de angiver kunne hjælpe dem i gang med at blive mere aktive. Det handler især om, at finde mere tid, nogen at gøre det med og motivation/ 'tage sig sammen'.

■ God fysisk form



*Hvis jeg havde nogen at gøre det med, men ikke et fitness center*

*Bedre tid og evt. Motionsfællesskab*

*En til at dyrke mere motion med når jeg har fri fra arbejdet, det er mere motiverende, når man ikke er alene*



# Hvad kan få dem i gang?

## Mindre god/dårlig fysisk form

Tre ud af fire blandt dem (76 %), som vurderer, at de har en mindre god eller dårlig fysisk form, ønsker at være mere aktive. Nedenfor ses en ordsky over, hvad de angiver kunne hjælpe dem i gang med at blive mere aktive. Eksempelvis træder ordet 'ikke' og 'jeg' stærkt frem. Mange sætninger indeholder 'ved jeg ikke'. Derudover er målgruppen præget af flere helbredsproblemer, som nævnes sammen med 'smerter'. Der nævnes således i mindre grad tid, som en væsentlig faktor og i højere grad deres eget helbred som en stopper for fysisk aktivitet og gruppen efterspørger alternativer og billigere muligheder.

### ■ Mindre god fysisk form



*Bedre træningsmuligheder i nærheden, fx. rygskoler for folk med sidgigt.*

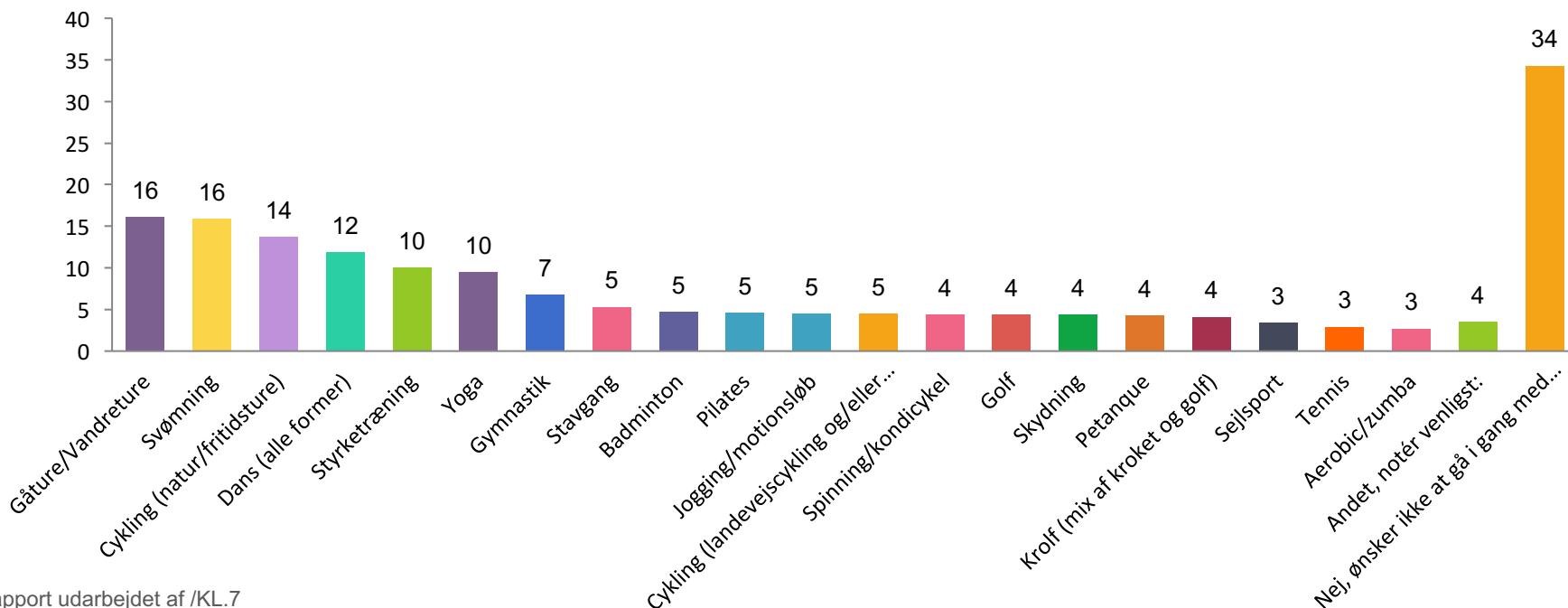
*Mere hjælp i huset, så jeg kunne bruge overskud & kræfter på at træne, og ikke være så træt og udmattet af husarbejdet*

*Et bedre helbred, det vil sige meget bedre, end det er nu*

# Hvad vil de i gang med?

Nedenfor er vist et overblik over hvilke typer af motion, som målgruppen ønsker at komme i gang med. De mest populære motionsformer er nogen, som er relativt 'skånsomme', så som gåture, svømning og cykling (natur/fritidsture). Dernæst kommer dans, styrketræning og yoga. Der er også 34 % af målgruppen, som angiver, at de ikke ønsker at gå i gang med nye eller andre former for motion.

Nedenfor er listet en række forskellige motionstyper. Er der nogen af disse aktiviteter, som du ikke allerede dyrker, som du godt kunne tænke dig at begynde at dyrke? (Det er muligt at sætte flere krydser). (n=1008)

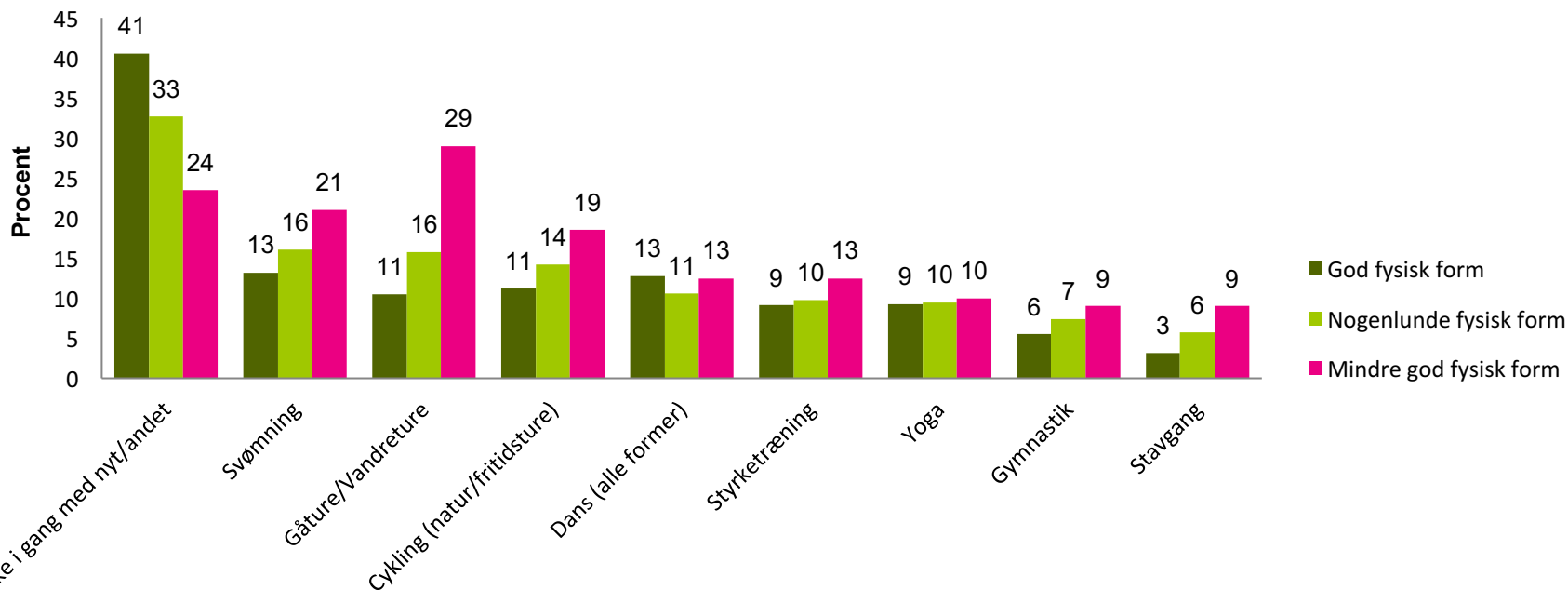




# Hvad vil de i gang med? (55+)

Nedenfor ses de motionsformer, som målgruppen 55+ gerne vil i gang med, opsplittet på deres fysiske form. Det overordnede billede ligner det fra forrige side, men der ses nogle yderligere nuanceringer. Eksempelvis er det primært dem, som er i god form, som ikke ønsker at gå i gang med nye eller andre motionsformer, mens dem, som er i mindre god form, gerne vil i gang med at gå ture, svømme og cykle i naturen.

Nedenfor er listet en række forskellige motionstyper. Er der nogen af disse aktiviteter, som du ikke allerede dyrker, som du godt kunne tænke dig at begynde at dyrke? (Det er muligt at sætte flere krydser). (n=1006)



# 4. Idrætsforeninger og målgruppen

BEVÆG  
DIG FOR  
LIVET

TrygFonden

NORDEA  
FONDEN

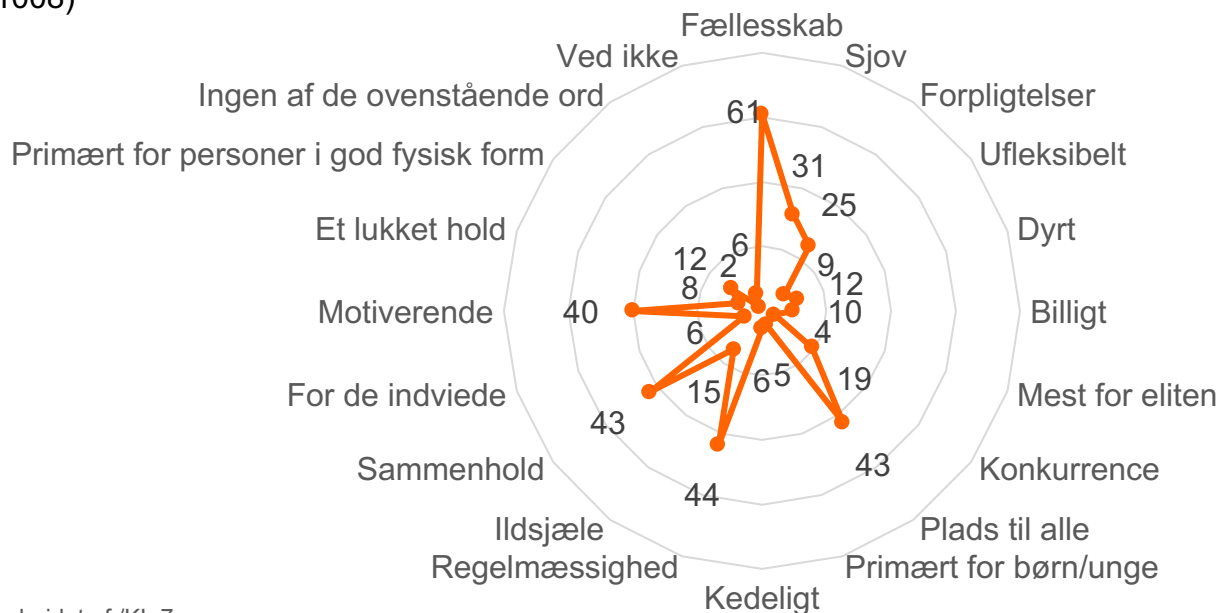
DGI



# Mental model

Målgruppen forbinder det at være medlem af en idrætsforening med fællesskab (61 %), Regelmæssighed (44 %), Plads til alle (43 %), Sammenhold (43 %), Motiverende (40 %) og Sjov (31 %). En lille del af målgruppen forbinder dog også idrætsforeninger med mere negativt klingende ord/sætninger, som fx Primært for personer i god fysisk form (12 %), Ufleksibelt (9 %), Et lukket hold (8 %), Kedeligt (6 %), mm. I kapitel 6 kan det ses, at det især er dem, som ikke ønsker at blive medlem af en forening, som har mere negative forestillinger om, hvad en forening er.

Du bedes vælge de ord, som du mener bedst karakteriserer det, at være medlem af en idrætsforening. Vi vil også meget gerne høre dit bud, selvom du måske aldrig har været medlem af en idrætsforening. Det er muligt at vælge flere ord. (n=1008)



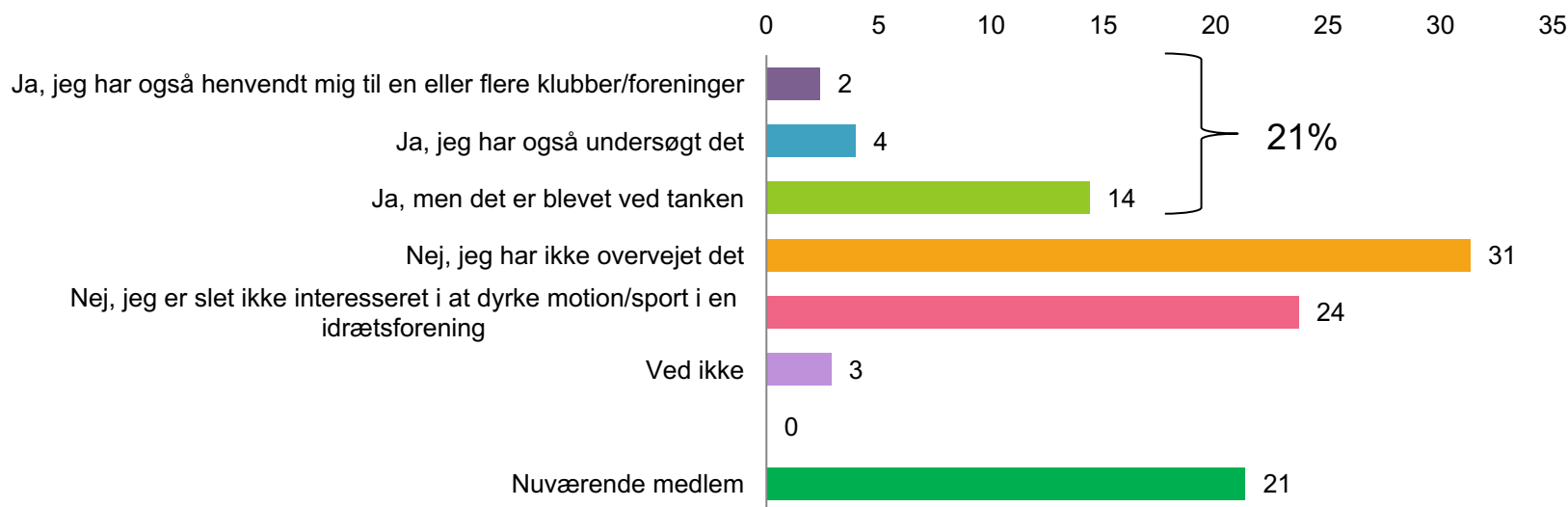
# Tilknytning og kendskab til idrætsforeninger

21 % af målgruppen angiver allerede at være aktive i en idrætsforening. 21 % af målgruppen svarer, at de har overvejet det inden for de seneste 2 år. 31 % har ikke overvejet det, mens 24 % svarer, at de ikke har interesse i at dyrke motion i en idrætsforening.

Der ses endvidere en sammenhæng mellem ønsket om at være mere fysisk aktiv, og om målgruppen har overvejet at begynde at dyrke motion i en idrætsforening. Således har 35 % af dem, som også ønsker at være mere fysisk aktive overvejet en forening.

---

Har du inden for de seneste ca. 2 år overvejet at begynde at dyrke motion/sport i en idrætsforening? (n=793)



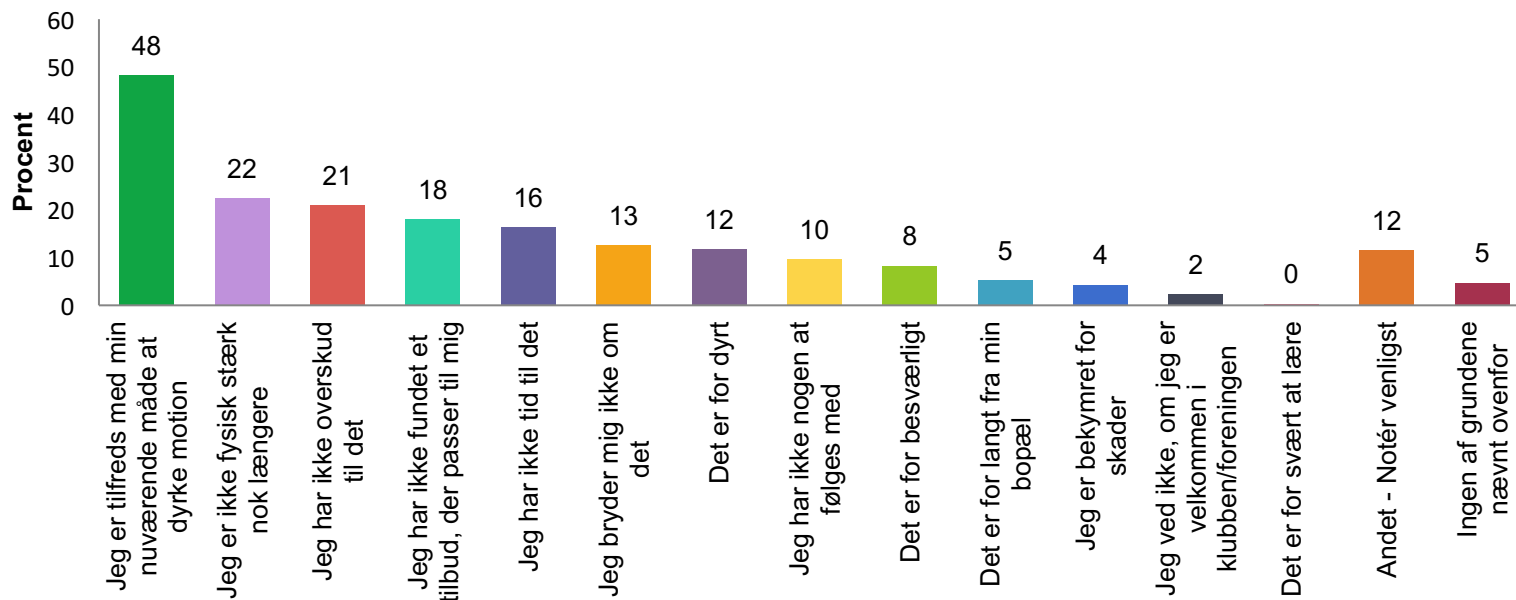
# Årsager til ikke at være medlem

Knap halvdelen af de adspurgte (48 %) svarer, at de er tilfredse med deres nuværende måde at dyrke motion, hvorfor de ikke er medlem i en idrætsforening. Derefter svarer 22 %, at de ikke er fysisk stærke nok længere, og på tredjepladsen kommer, at de ikke føler, at de har overskud til det (21 %).

Under 'andet', som 12 % svarer, angives bl.a. skiftende arbejdstider, manglende tid og prioritering, helbredsskavanker, andre alternative måder at dyrke motion selv eller i fitness.

*Der vil blive kigget nærmere på, hvem der angiver hvilke årsager i næste afsnit.*

Der kan være mange årsager til, at man ikke dyrker sport/motion i en idrætsforening. Nedenfor har vi listet nogle forskellige bud. Vælg venligst op til tre årsager, som du vurderer er de væsentligste for dig. (n=793)



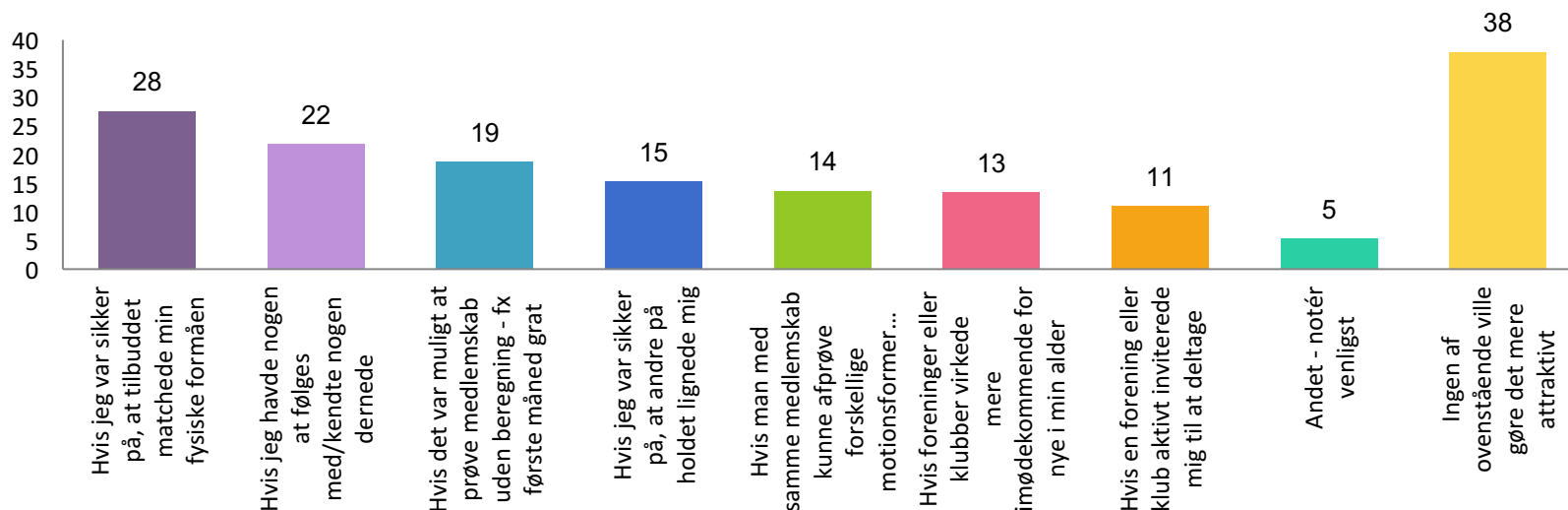
# Hvad kunne få dem til at overveje medlemskab? (I)

De 55+ årige, som ikke er afvisende overfor at blive medlem af en forening, har fået spørgsmålet om, hvad der kan gøre det attraktivt for dem, at blive medlem af en forening. Det primære, der svares, er, at de gerne vil være sikre på, at tilbuddet matcher deres fysiske formåen (28 %), dernæst at have nogen at følges med (22 %) og som det tredje, hvis det var muligt at prøve et medlemskab uden beregning.

Der er dog også 38 %, der angiver, at der ikke er nogle af de nævnte forhold, der kunne gøre en forening mere attraktiv for dem.

*Der vil blive kigget nærmere på, hvem der angiver hvilke årsager i næste afsnit.*

Angiv venligst om nogle af nedenstående ting kunne gøre det mere attraktivt for dig at dyrke motion/sport i en idrætsforening eller klub? (Det er muligt at sætte flere krydser). Blandt personer, som ikke afviser foreninger helt. (n=554)



# Hvad kunne få dem til at overveje medlemskab? (II)

I undersøgelsen er den del af målgruppen, som ikke er afvisende overfor idrætsforeningerne også blevet bedt om selv at komme med nogle forslag til, hvad der kunne hjælpe dem med at komme i gang. Mange af deres åbne svar lægger sig op af de svar, de har givet tidligere. Det handler således om, hvis det lå tættere på deres bopæl; hvis der var relevante tilbud for folk med skavanker; hvis hold var mere fleksible; hvis det var billigere, eller man kunne betale pr. gang; hvis man fik et skub i gang; større oplysning om tilbud og prøvegange, mm.

Har du selv nogle idéer til, hvad der skulle til for, at en idrætsforening kunne blive attraktiv for dig?

*Jeg har engang gået til gymnastik hvor det var elever i sport der underviste. Man mødte bare op i en time og betalte 10 kr. hver gang. Man måtte selv bestemme hvornår man kom og skulle ikke melde afbud hvis man var forhindret. Det var hyggeligt*

*Mer åbenhed og viden om, hvad der foregår, fx på sociale medier*

*Tja, jeg har ikke så meget tid i hverdagen. Mere fritid*

*Kun mig selv til at tage initiativ til det*

*Hvis der var helt bevidste tilbud til folk, der er kommet helt ud af form, så de kunne være på hold med nogle med samme problematikker og i samme alder (56 år)*

*At de kan skaffe en instruktør og opretter et hold der passer til mig og ligestillede*

*Mulighed for at betale pr. Gang, evt fleksible hold*

# 5. Kaldenavn til målgruppen

BEVÆG  
DIG FOR  
LIVET

TrygFonden

NORDEA  
FONDEN

DGI





# Egne forslag til kaldenavn (I)

Nedenfor ses eksempler på de ting, som målgruppen har skrevet, når vi spørger dem om, hvilket ord, man skal bruge for at betegne hold til målgruppen 55+. Citaterne er ikke udvalgt pba. hvor ofte de er nævnt, men for at give inspiration til andre navne til målgruppen. Flere gange nævnes det, at funktionsevne er vigtigere end selve alderen. Alle forslag kan ses i den fulde tabelrapport.

**Ønsker ikke at blive "placeret"** 😞.  
går på hold med 35 ( alder spænder  
fra 17 - 72 ) crossdance -  
cirkeltræning og yoga Og I  
Motionscenter "formiddag" ( pga pris  
og tidspunkt ). Kvinde, 71 år

**Voksne!!!** - IKKE "seniorer", slet  
ikke "ældre". "Motion for voksne"  
lyder positivt: alle andre har en  
negativ klang, som om dåbsattesten  
er et problem i sig selv!!! Mand, 59 år

Vi har et **tilbud til dig m/k 55+** der vil  
sundhed, fællesskab med ligestillede,  
alle kan være med da vi har hold  
inden for mange former for fysisk  
udfoldelse og på alle niveauer.  
Mand, 66 år

**Ældre**, men i god fysik. **Senior** med  
masser af kraft i reservetanken.  
Mand, 72 år

Vi er jo meget  
forskellige, og kan vidt  
forskellige ting  
Kvinde, 78 år

**Veteran**  
Nævnes af flere på 57-69 år, primært  
mænd

**Ældre end de unge**; men med de  
samme behov for kvalificeret træning  
under gode træningsforhold både  
hvad angår tid og sted. Mand, 73 år

**Ældreaktiv.**  
Aktivgruppen for ældre.  
Mand, 69 år

**Ældre end de unge**; men med de  
samme behov for kvalificeret træning  
under gode træningsforhold både  
hvad angår tid og sted. Mand, 73 år

**Stadig aktive.**  
Kvinde, 55 år

**Slowmotionist, "for  
pusterne",  
alderskapitalister**  
Mand, 63 år

# Egne forslag til kaldenavn (II)

Problemet er, at vi +55 er meget mere forskellige fysisk og helbredsmæssigt end andre aldersgrupper. Det er utrolig vanskeligt at vide, hvad man får af tilbud. Nogle vil helst have meget tilpasset og forsigtig træning, medens andre gerne vil og kan give den gas, selvom vi har en eller anden skavank.

**Hyggemotionister**  
Mand, 69 år

Man skal **undgå aldersinddelinger** mål hellere på kunne, formåen  
Mand, 68 år

**Livserfarne.** Mand, 59 år

**Motionshold for det grå guld**  
Mand, 76 år

**Motion for de dovne.** Rør dig, lidt men godt. Det er ikke kun motion, vi hygger os også.  
Mand, 62 år

**Modne kvinder 55 +**  
Kvinde, 62 år

Jeg syntes at hvis der blot skrives **+55**. Vil det få min opmærksomhed  
Kvinde, 59 år

Aktive voksne, aktive sociale, aktive seniorer, aktive pensionister, aktive livsnydere  
Variationer nævnes af flere

Motion uden at skabe tabere, motion under hensyntagen til skavanker  
Mand, 56 år

**Friske seniorer**, der ikke ønsker at være "bundet" af faste tider. Efter et arbejdsliv med faste mødetider, er det dejligt at kunne tage afsted, når det passer os. Passer børnebørn efter behov, strand og vandreture, når vejret er godt m.m. Ønskeligt er alsidighed i sportstilbud i klubber. F.eks seniorholdsport, badminton og udendørs motion i rette vejrforhold.  
Kvinde, 64 år.

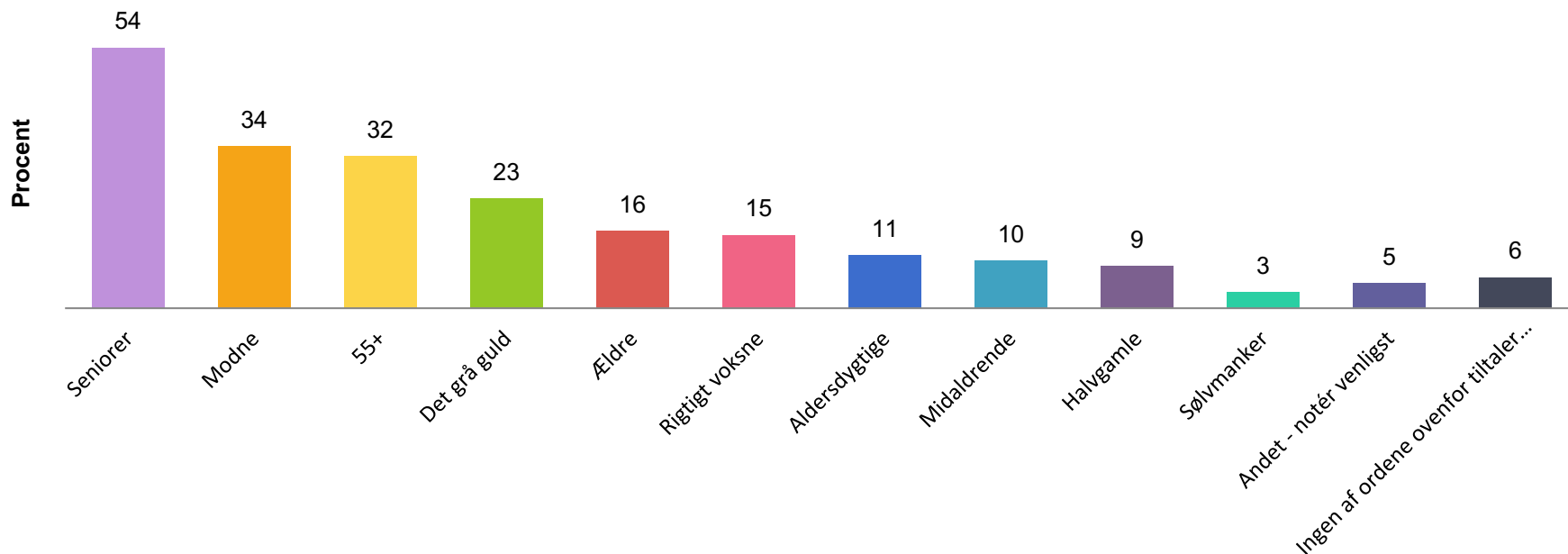
I form hele livet Høj alder, høj kondital Hank = høj alder, no kids!!  
Kvinde, 58 år

# Hvad vil målgruppen kaldes?

Nedenstående figur viser, at målgruppen som helhed synes bedst om ordet 'Senior'. Som hele 54 % af målgruppen foretrækker. Dernæst kommer 'Modne' og '55+' med 34 % og 55+ med 32 %.

På næste side kan ses, at hvilke ord, som målgruppen foretrækker, i høj grad hænger sammen med deres alder.

Nedenfor er en række ord, der kunne beskrive danskere i aldersgruppen 55+. Tænk gerne over, hvilke du bedst kan identificere dig med. Vælg venligst op til tre ord, som du synes bedst om. (n=1008)

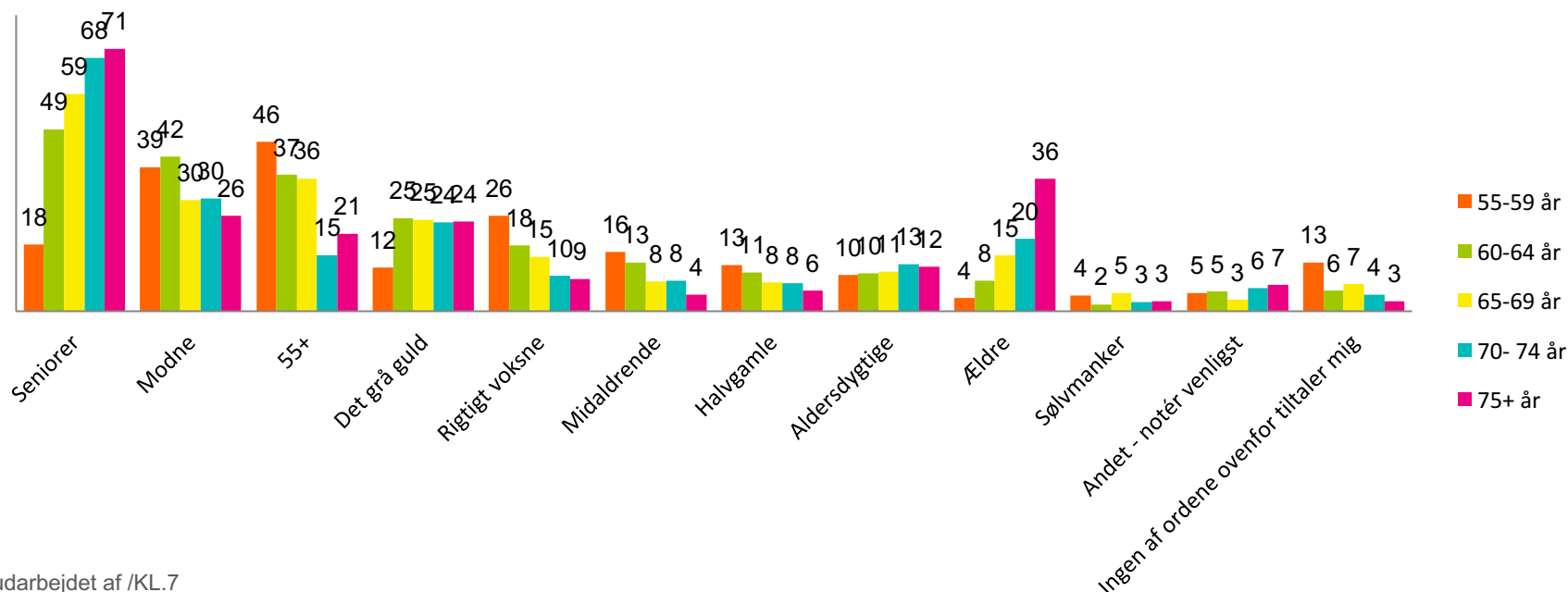


# Hvad vil målgruppen kaldes?

## Fordelt på aldersgrupper

Figuren nedenfor viser, at der er store aldersmæssige forskelle ift., hvad målgruppen identificerer sig med af ord. Seniorer foretrækkes jo ældre man bliver, mens kun 18 % af de 55-59-årige bryder sig om ordet 'Senior'. Derimod foretrækker de 55-59-årige 'Modne' eller '55+'.

Nedenfor er en række ord, der kunne beskrive danskere i aldersgruppen 55+. Tænk gerne over, hvilke du bedst kan identificere dig med. Vælg venligst op til tre ord, som du synes bedst om. Fordelt på alder. (n=1008)



# 6. Potentialiet i målgruppen

Obs disse sider findes også i starten under opsummering. Der foreligger en tabelrapporter, hvor man kan dykke ned i detaljer for hvert segment.

# Baggrund for analyse af potentialet

Som nævnt i begyndelsen af afrapporteringen, har indsatsen Bevæg Dig For Livet to overordnede mål:

1. At 75 % af danskerne skal være aktive inden 2025
2. At 50 % af danskerne skal være medlem af en forening inden 2025

Og under indsatsen for 'seniorer' er der identificeret tre målgrupper, at kommunikere til:

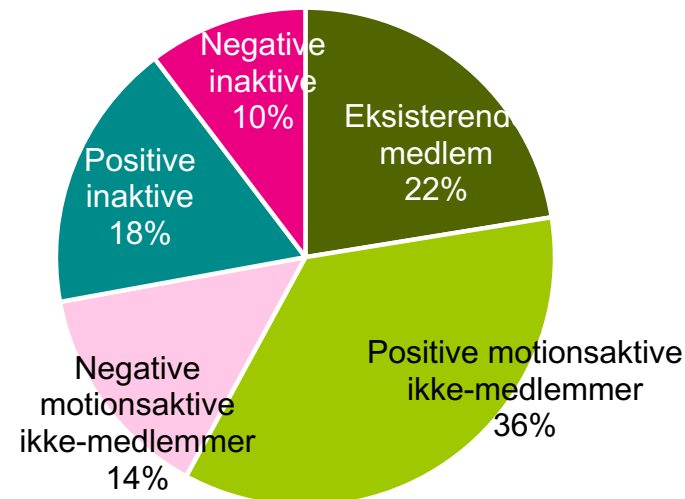
- Voksne foreningsmedlemmer, der skal fastholdes længere
- Selvorganiserede, der inviteres ind i foreningerne
- Inaktive, der aktiveres enten i forening eller selvorganiseret

Ovenstående målgrupper for kommunikation danner baggrund for 5 segmenter, som der går i dybden med at lære at kende og forstå i dette afsnit.

Fordelingen af de 5 segmenter er vist til højre i figuren og er:

1. **Eksisterende medlemmer** (opfylder delmål 1 og delmål 2)
2. **Positive motionsaktive ikke-medlemmer** (opfylder delmål 1, potentiale for delmål 2)
3. **Negative motionsaktive ikke-medlemmer** (opfylder delmål 1, ikke delmål 2)
4. **Positive inaktive** (potentiale for både delmål 1 og 2)
5. **Negative inaktive** (muligt potentiale for delmål 1, men ikke 2)

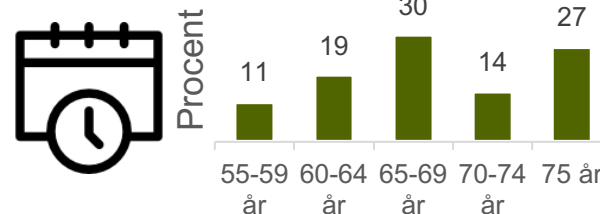
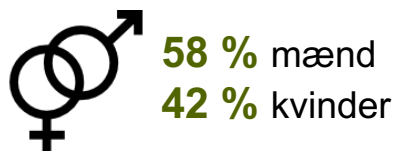
Der foreligger en tabelrapport med alle uddybede resultater for segmenterne.



# Profil: Eksisterende medlem (21 %)

BEVÆG  
DIG FOR  
LIVET

## Baggrund



## Fysisk aktivitet og motion



### Top 3:

Vil i gang med:

1. Dans (12 %)
2. Svømning (11 %)
3. Yoga (11 %)

## Tanker om foreninger:



### Foreninger er:

1. Fællesskab (78 %)
2. Motiverende (54 %)
3. Plads til alle (54 %)
4. Regelmæssighed (51 %)
5. Sammenhold (51%)



✓ Fysisk aktive

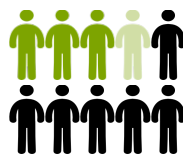



✓ Medlem af  
forening

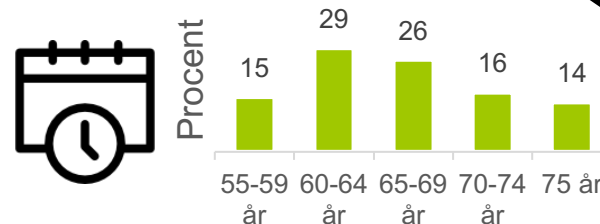
# Profil: Positive motionsaktive ikke-medlemmer (36 %)

BEVÆG  
DIG FOR  
LIVET

## Baggrund

 **36 %**  
af den samlede senior-målgruppe

 **50 %** mænd  
**50 %** kvinder



## Fysisk aktivitet og motion


 **85 %**  
dyrker motion ugentligt eller oftere.  
1/6 i gruppen går/cykler kun.

 **46 %**  
er i virkelig god eller god **fysisk form**. **15 %** mindre god/dårlig form.

 **56 %**  
Ønsker at være **mere fysisk aktive**

 **Top 3:**  
Vil i gang med:  
1. Svømning (20 %)  
2. Cykling (natur) (14 %)  
3. Dans (13%)

## Tanker om foreninger:


 **38 %**  
har overvejet medlemsskab


 **Foreninger er:**  
1. Fællesskab (63 %)  
2. Motiverende (46 %)  
3. Regelmæssighed (46 %)  
4. Sammenhold (45 %)  
5. Plads til alle (45 %)

 **Barrierer:**  
1. Tilfreds med nuværende (54 %)  
2. **Ikke fundet relevant tilbud (19 %)**  
3. Ikke fysisk stærk nok længere (19 %)

 **1** ✓ Fysisk aktive

 **2** ❖ **Potentiale** for medlemsskab

 **78 %**  
på egen hånd.  
33 % af disse i fitness center

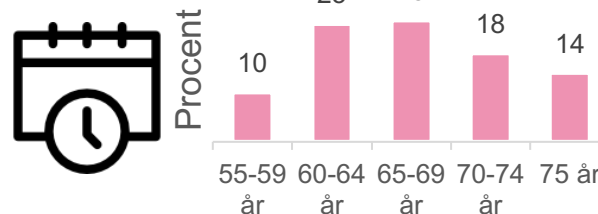
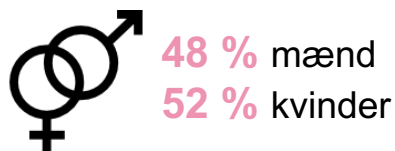
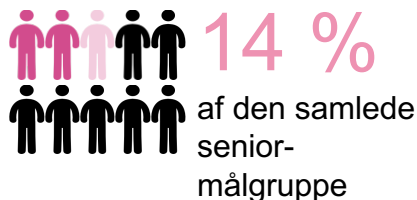
 **Drivere:**  
1. Ingen af nævnte (38 %)  
2. Matche fysiske formåen (26 %)  
3. Nogle at følges med/kende dernede (21 %)  
4. **Prøve medlemskab (20 %)**



# Profil: Negative motionsaktive ikke-medlemmer (14 %)

BEVÆG  
DIG FOR  
LIVET

## Baggrund



## Fysisk aktivitet og motion



### Top 3:

Vil i gang med:

1. Dans (10 %)
2. Gå-/vandreture (10 %)
3. Cykling (natur) (9 %)

## Tanker om foreninger:



### Foreninger er:

1. Fællesskab (50 %)
2. Regelmæssighed (43 %)
3. Sammenhold (30 %)
4. Plads til alle (29 %)
5. **Forpligtelser (27 %)**



### Barrierer:

1. Tilfreds med nuværende (74 %)
2. **Bryder mig ikke om det (23 %)**
3. Ikke fysisk stærk nok længere (21 %)



✓ Fysisk aktive

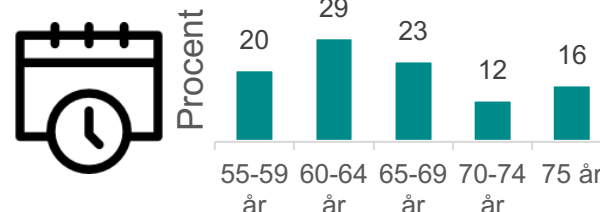
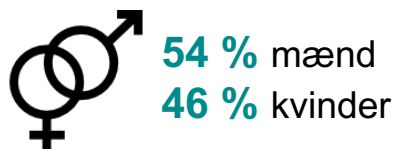


**76 %** på egen hånd. 24 % i fitness center

# Profil: Positive inaktive (18 %)

BEVÆG  
DIG FOR  
LIVET

## Baggrund



## Fysisk aktivitet og motion



### Top 3:

Vil i gang med:

1. Gå/vandreture (35 %)
2. Svømning (23 %)
3. Cykling (natur) (20 %)

## Tanker om foreninger:



### Foreninger er:

1. Fællesskab (59 %)
2. Plads til alle (43 %)
3. Regelmæssighed (43 %)
4. Motiverende (35 %)
5. Sjov (29 %)



### Barrierer:

1. Har ikke overskud (34 %)
2. Ikke fysisk stærk nok længere (31 %)
3. Tilfreds med nuværende (28 %)



### Drivere:

1. Ingen af de nævnte (34 %)
2. Matche fysiske formåen (34 %)
3. Nogle at følges med/kende nogen (24 %)
4. Andre på holdet ligner mig (18 %)



- ❖ **Potentiale** for  
fysisk aktiv




- ❖ **Potentiale** for  
medlemsskab

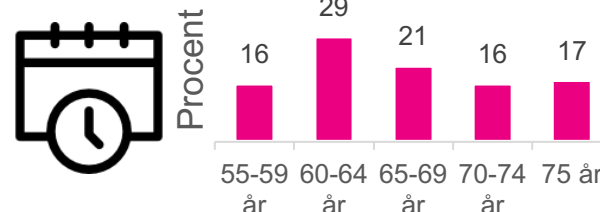
# Profil: Negative inaktive (10 %)

BEVÆG  
DIG FOR  
LIVET

## Baggrund

 **10 %**  
af den samlede  
senior-  
målgruppe

 **55 %** mænd  
**45 %** kvinder



## Fysisk aktivitet og motion

 **90 %**  
dyrker slet  
ikke motion

 **25 %**  
er i virkelig god  
eller god **fysisk**  
**form. 33 %** mindre  
god/dårlig form.

 **36 %**  
Ønsker at være  
**mere fysisk**  
**aktive**



### Top 3:

Vil i gang med:

1. Gå/vandreture (29 %)
2. Cykling (natur) (17 %)
3. Svømning (12 %)

## Tanker om foreninger:

 **0 %**  
i målgruppen  
vil i forening



**Foreninger er:**

1. Fællesskab (41 %)
2. **Forpligtelser (36 %)**
3. Regelmæssighed (32 %)
4. Sammenhold (30 %)
5. Plads til alle (26 %)



### Barrierer:

1. **Bryder mig ikke om det (37 %)**
2. Tilfreds med nuværende (35 %)
3. **Har ikke overskud (30 %)**



❖ Mindre potentiale  
for fysisk aktivitet

# 7. Metode

BEVÆG  
DIG FOR  
LIVET

TrygFonden

NORDEA  
FONDEN

DGI



# Fordelinger i data

Nedenfor ses fordelinger i data. Data for at beregne idealfordelinger er trukket fra Danmarks statistik for målgruppe 55-95 år. Der ses enkelte afvigelser ift. den ideale fordeling i populationen og data, når man ser på alder, hvor målgruppen af de helt ældre 75+ år er en smule underrepræsenteret og gruppen 65-74 år en smule overrepræsenteret. Ellers ses flotte fordelinger for både køn og region ift. idealfordelingerne.

Køn	Mand	Kvinde			
Fordeling i data	52%	48%			
Idealfordeling DST	48%	52%			

Alder	55-64 år	65-74 år	75-95 år		
Fordeling i data	41%	41%	18%		
Idealfordeling DST	39%	36%	25%		

Region	Region Hovedstaden	Region Sjælland	Region Syddanmark	Region Midtjylland	Region Nordjylland
Fordeling i data	30%	16%	21%	24%	10%
Idealfordeling DST	28%	16%	23%	22%	11%

# Repræsentativitet

- Den indsamlede data er overordnet repræsentativ for målgruppen på køn, alder og region, dog med en lille underrepræsentation af den helt ældre målgruppe (75-95 år). Endvidere er der i analyserne forsøgt, at tage højde for evt. skævvridninger i data.
- Ligesom for andre panelundersøgelser, kan der være en risiko for, at det er personer med særlig interesse for emnet, der svarer. I dette tilfælde ældre, som er i god fysisk form. Dette kan vi dog afvise, da der kun har været et frafald på 8 %, blandt de ældre, de har begyndt undersøgelsen, hvilket er et meget lavt frafald. Og respondenterne inden påbegyndelse af undersøgelsen ikke kender til emnet. Dette betyder at risikoen for at resultaterne er skævvredet pga., at det er en selekteret gruppe på panelet, der svarer, er usandsynlig. Dog kan vi ikke vide, om det er en særlig gruppe af ældre, som er aktive på panelerne – fx de som er mere fysisk stærke o.lign.
- Ift. IDAN's undersøgelse for 2016, ses der i denne undersøgelse et lidt højere niveau af fysisk aktivitet blandt den ældre målgruppe - 70 % vs. 61-66 % Der kan være flere årsager til denne afvigelse 1) Der spørges ind på 2 forskellige måder til fysisk aktivitet, 2) data er indsamlet forskelligt hhv. via et panel (denne undersøgelse) og via et CPR-udtræk, hvor der er sendt spørgeskemaer til og fulgt op på telefon.
- Desuden ses at flere i IDAN's undersøgelse angiver at være medlem af en forening mellem 35-44 % i målgruppen, hvor tallet er 28 % i denne undersøgelse, når man ser på dem som er idrætsaktive og 21% i hele målgruppen. DGI og DIF's tal siger, at hhv. 306.000 og 222.000 medlemmer i aldersgruppen (60+) (BDFL visionen). Justeret for at ca. 1/3 af medlemskaberne er overlappende mellem DGI og DIF (jf. Idrætten i tal 2016), svarer dette til forventet medlemskab på ca. 20 % i målgruppen, hvilket stemmer godt overens med de tal, som er fundet i denne undersøgelse.

Analyse og afrapportering er gennemført af /KL.7.

For spørgsmål, kontakt venligst  
Lilie Darsø, adfærdsanalytiker  
[Lilie@kl7.dk](mailto:Lilie@kl7.dk)

/KL.7  
Overgaden Oven Vandet 10, 1  
København k