

Fyns Amt Sport, Idræt og Wellness

- en vækstskaber på Sydfyn

Oktober 2005

Rambøll Management
Olof Palmes Allé 20
DK-8200 Århus N
Denmark

Tlf: 8944 7800
www.ramboll-management.dk

Indholdsfortegnelse

1.	Executive summary	1
2.	Indledning	5
3.	Sammenfatning af kortlægningen	8
4.	Generelle tendenser inden for SIW	10
4.1	Professionalisering af idræt	10
4.2	Event og oplevelser	11
4.3	Købeidræt og wellness	12
4.4	Det strategiske fokus	14
5.	Professionalisering, kompetencer og innovation	15
5.1	Styrker og svagheder	18
5.2	Muligheder og trusler	20
5.3	SWOT-skema	22
6.	Event og markedskommunikation	23
6.1	Styrker og svagheder	25
6.2	Muligheder og trusler	26
6.3	SWOT-skema	27
7.	Wellness-turisme	28
7.1	Styrker og svagheder	30
7.2	Muligheder og trusler	30
7.3	SWOT-skema	31
8.	Strategiske anbefalinger	32
8.1	Spor 1: Sydfyns talent- og elitecenter	34
8.2	Spor 2: Internationalt idrætsakademi	41
8.3	Spor 3: Den sydfynske "event creator"	45
8.4	Spor 4: Den sunde region	47
8.5	Spor 5: Sydfynsk wellness	53

1. Executive summary

Det Regionale Vækstsamarbejde på Fyn har udpeget sport, idræt og wellness som et af de regionale styrkeområder, som både kan udgøre et fremtidigt udviklingspotentiale på Sydfyn og samtidig virke som brobygger mellem den sydfynske region og akse op til Odense. Der peges på, at denne udvikling bl.a. skal genereres gennem professionalisering og kommercialisering af idræt, uddannelse og sundhed.

Opdraget for denne analyse har været at komme et skridt nærmere, hvilke konkrete styrkepositioner der reelt er tale om, hvor potentialet er og endelig at pege på, hvor indsatsen skal lægges for at opnå en betydende vækst i regionen inden for sport idræt og wellness (SIW).

Indledningsvist er sport, idræt og wellness blevet kortlagt som et regulært erhverv i regionen, hvor bl.a. kompetencer, forbrug, omsætning og beskæftigelse er blevet belyst. Generelt kan det herudfra konstateres, at Sydfyn er en region, som er stærk repræsenteret inden for SIW-sektoren. Forbrugsmæssigt ligger regionen på niveau med resten af landet, men både beskæftigelsesmæssigt og omsætningsmæssigt ligger regionen pænt over landsniveauet. Regionen rummer samtidig markante fyrtårne inden for sektoren, som først og fremmest udgør væsentlige arbejdspladser og dernæst forårsager tydelige positive afledte effekter i regionen. Endelig har disse fyrtårne en stærk imageopbyggende effekt, som tilmed er med til at sætte regionen på det internationale landkort.

Kortlægning er fulgt op med en strategisk analyse, som har til formål at tegne et billede af grundlaget og mulighederne for fremtidig udvikling inden for SIW-erhvervet i regionen. Analysen er bygget op ved hjælp af en traditionel SWOT-analyse, som er en systematik, der sonderer mellem styrker, svagheder, muligheder og trusler.

Den strategiske analyse tager samtidig afsæt i tre fokusområder, som er udvalgt på baggrund af en gennemgang af andre analyser og studier samt drøftelser med eksperter på området. De udpegede fokusområder er:

- Professionalisering, kompetencer og innovation
- Event og markedskommunikation
- Wellness-turisme.

Fokusområderne er udvalgt, fordi de i særlig grad vurderes at opfylde tre krav, hhv. en generel stærk og vedholdende tendens, et betydeligt vækst- og beskæftigelsesmæssigt potentiale og endelig et sammenfald med de regionale styrker og muligheder inden for SIW.

Professionalisering af idrætten er en meget stærk trend, som kan læses inden for SIW. Det betyder først og fremmest, at efterspørgslen efter kompetencer, som kan løfte denne professionalisering og kommercialisering, vokser støt. Idræt anses i mange lande som et regulært erhverv, der har behov for kompetencegivende erhvervsuddannelser på lige fod med andre erhverv. Denne udvikling er endnu ikke slået fuldt igennem i Danmark, men allerede i dag ses mange initiativer inden for idrætsrelaterede uddannelser, og det er vurderingen, at denne udvikling fortsætter i takt med, at behovet stiger.

Set i relation til professionalisering, kompetencer og innovation kan det generelt konstateres, at Sydfyn i kombination med Syddansk Universitet i Odense har en meget stærk position inden for idræt og uddannelse, som samtidig også rummer forskning og innovation. Dels er der mange uddannelser, som er idrætsrettede, dels gøres der en stor indsats for, at elitesportsudøvere og idrætsinteresserede kan kombinere deres interesse/erhverv med en kompetencegivende uddannelse. Fyrtårne som Idrætskolerne i Oure, Ollerup Gymnastikhøjskole og håndboldklubben GOG Svenborg TGI er gode eksempler for den dynamik, der kendetegner regionen. Positionen udbygges løbende, og med det seneste skud på stammen – Sport Study Sydfyn – har man tilmed skabt et strategisk forum, hvor der tænkes fremadrettet mod nye initiativer i regionen.

Øget forbrug af oplevelser er også en stærk trend, som slår fuldt ud igennem inden for idræt. Idræt er blevet en voksende del af underholdningsudbuddet, og udviklingen fortsætter i mange forskellige retninger på nationalt, europæisk og globalt plan. Stævner, shows og events er blevet væsentlige forretningsområder inden for idrætserhvervet, som potentielt kan indeholde mange arbejdspladser. Men oplevelser indgår i dag ikke kun i en ren underholdningssammenhæng, idet oplevelser også har stigende betydning inden for erhvervsudviklingen. Mængden af workshops, messer, konferencer, seminarer, netværksmøder osv. er vokset stærkt i de senere år, men udviklingen er ikke at læse inden for de traditionelle konferencehoteller og mødefaciliteter. De foregår i stigende omfang i nye former og i utraditionelle omgivelser. Dernæst ses oftere og oftere, at videnformidling, kompetenceklynge og oplevelse er en effektiv og overbevisende sammensætning, når der skal tiltrækkes publikum.

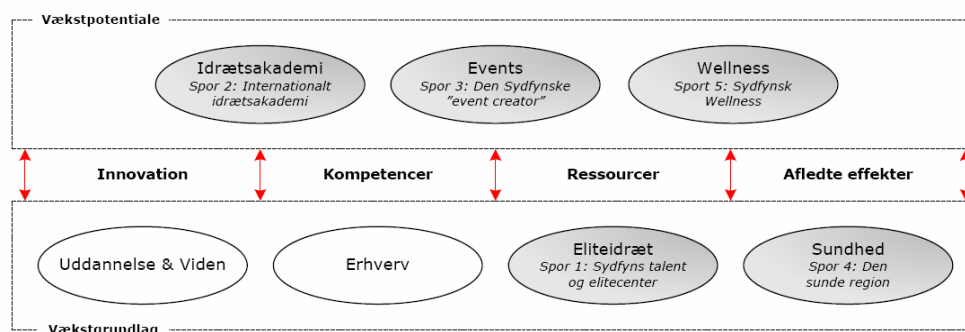
Den sydfynske region rummer en stærk entreprenant projektkultur, en effektiv infrastruktur og generelt gode rammer for at kunne satse på eventmarkedet. Events vil samtidig gå godt i spænd med den øgede fokus, der er på kultur og kreative erhverv i området. Den mest iøjnefaldende svaghed på dette område er dog manglen på opvisningsfaciliteter med en tidssvarende publikumskapacitet.

Den sidste og måske mest markante trend er udvikling inden for wellness-turisme, som spås en ganske betydelig udvikling i årene fremover. Der er flere tendenser, som påvirker denne udvikling – eksempelvis frygt for terrorisme, ønsket om et sundere liv, mere tid til afstresning og personlig fordybelser mv. Wellness-turismen er i europæisk sammenhæng et ganske betydeligt erhvervsområde, men udviklingen er indtil videre gået uden om Danmark, sandsynligvis af den simple årsag, at der ikke har været en national tradition på området. Ændringen er dog allerede i gang, og de første spa- og wellness-resorts er dukket op i Danmark. Men sammenlignes med vores nabolande Tyskland og Sverige, er der meget at hente endnu.

Sydfyn er med stærke kompetencer både inden for idræt, sundhed, kost mv. og inden for turisme og aktiv ferie en oplagt region for wellness-turisme. De idylliske og naturskønne omgivelser er tilmed et meget væsentligt aktiv i denne sammenhæng. Med de ideelle forudsætninger syntes det blot at være et spørgsmål om tid, før det første wellness-resort i en sydfynsk version viser sig.

Den strategiske analyse munder afslutningsvis ud i en udpegning af en række konkrete strategiske indsatsområder, der skal tjene som oplæg til den efterfølgende strategiske proces i Det Regionale Vækstsamarbejde. De konkrete strategiske indsatsområder er gengivet i fem "strategispor". Sporene er suppleret med en række cases fra Danmark og udlandet, som har stærke paralleller til sporene, og som derfor kan tjene som inspiration i det videre arbejde.

Temaerne for de fem strategiske spor fremgår af nedenstående figur.



Figuren viser, at de strategiske spor fordeles mellem en direkte og en indirekte effekt. De indirekte rettede strategispor har til formål at styrke forudsætningerne (vækstgrundlaget) for, at de direkte rettede strategispor kan indfri det fulde vækspotentiale. Strategisporene udgør et sammenhængende system og har derfor stærke indbyrdes relationer, hvilket dog ikke udelukker, at der kan prioriteres imellem dem.

Med sigte at påvirke den regionale vækst mærkbart, ligger det i kortene, at en ambitiøs målsætning er nødvendig. At have ambitiøse målsætninger gør det naturligvis ikke alene. Det er altafgørende, at målsætningerne udspringer af et reelt regionalt "commitment" og hermed ikke mindst en forpligtende politisk vilje. Denne vilje skal ikke blot udmøntes i beslutninger og ressourcefordeling, da det også er væsentligt, at de politiske beslutningstagere også påtager sig den koordinerende og "døråbnende" rolle.

Ud over at der rent politisk skal slås en "musketer ed", er det væsentligt at de strategiske indsatsområder forankres i et forum, som vedvarende sikrer igangsætning, fremdrift, opfølgning og evaluering. Det allerede etablerede konsortium Sport Study Sydfyn syntes at være oplagt at pege på i denne sammenhæng, idet der dels er tale om et kompetent forum, som allerede arbejder målrettet og dels er tale om en gruppe af aktører som rummer initiativ, idérigdom, mod og vilje.

De strategiske spor er kort ridset op i det følgende:

Spor 1: Sydfyns talent- og elitecenter

Kortlægningen og den strategiske analyse viser, at den regionale betydning af talentudvikling og eliteidræt har dybere betydning for regionen end blot at agere fyrtårn. Eliteidræt og talentudvikling er tydeligvis stærkt medvirkende til, at man kan fastholde det attraktive kompetenceniveau og den høje kvalitet i det idrætslæringsmiljø, som findes i regionen. Med elitens centrale betydning for den regionale klynges styrkeposition, er det en svaghed, at der ikke foreligger en regional strategi på området, og derfor foreslås det, at Sydfyn sigter mod at etablere en egentlig regional talentudviklingsstruktur.

Spor 2: Internationalt idrætsakademi

Erfaringerne fra udlandet viser, at et væsentligt skridt i retning af en anerkendelse af sporten som en selvstændig branche og en fuldgyldig del af fremtidens arbejdsmarked er opbygningen af et ambitiøst og bredt kompetencegivende uddannelsessystem på højt niveau. Derfor skal Sydfyn, som allerede har en reel styrkeposition, være vært for landets første egentlige akademiske uddannelse, som er rettet mod idræt som erhverv. Her uddannes trænere, erhvervsledere, eksperter mv. inden for idræt. Akademiet skal have et internationalt fokus, være specialiseret inden for et udvalg af idrætsgrene og fungere som center for erhvervsforskning inden for idræt.

Spor 3: Den sydfynske "event creator"

En væsentlig del af den kommercielle økonomi omkring sport og idræt udgøres af det oplevelsesprodukt, der er skabt omkring sport og idræt. Idræts- og sportsoplevelser er samtidig meget profilerende og identitetsskabende og har derfor en række afledte effekter, som ellers er vanskelige at opnå ved almindelige markedsføring og PR. En del af SIW-strategien bør derfor være at tiltrække og skabe oplevelser og events i regionen. Regionen skal derfor etablere en effektiv og resultatorienteret eventorganisation, som på professionel vis kan tiltrække, skabe, forberede og gennemføre events og oplevelser inden for sport, idræt og wellness.

Spor 4: Den sunde region

For at sikre en forankring for en langsigtet strategisk satsning er det nødvendigt at integrere strategien i den lokale folkekultur. Gevinsten vil være flersidig, idet man ikke blot vil opnå en sundere og mere fysisk aktiv befolkning, men også en særlig identitetskabelse og attraktivitet som region. Ved at SIW-strategien afspejles i den almene borgerpolitik, sikres også et bedre forretningsmæssigt grundlag for udviklingen af SIW som erhvervsklynge, idet der vil opstå et stærkere forbrug af SIW-ydelser i regionen. Sydfyn bør derfor gennem målrettede politikker positionere sig som landets foregangsregion mht. folkesundhed og motion.

Sport 5: Sydfynsk wellness

Wellnessturismen bliver spået et endog ganske betragteligt vækstpotentiale i den vestlige verden. Udviklingen er endnu ikke slået helt igennem i Danmark og slet ikke på Sydfyn, til trods for at regionen rummer et stort potentiale. Med etableringen af en regional wellness-taskforce er det formålet at afsøge konkrete muligheder for nye initiativer inden for wellness. Det handler om at afsøge interessenter, investorer, skabe relationer og alliancer og endelig være med til at udvikle ideer, som kan igangsætte en målrettet udvikling af wellnessturismen i området.

2. Indledning

En regional vækststrategi har som sigte at skabe mere dynamik i regionen specielt i form af nye arbejdspladser og mere omsætning. Oftest er fokus rettet mod at forbedre forudsætningerne for en positiv udvikling, men en vækststrategi kan også være direkte investeringer i nye arbejdspladser, som det ofte er tilfældet ved EU's regionaludviklingsmidler.

I teoriens verden er målet for en regional vækststrategi at opnå størst mulig positiv velfærdsøkonomisk effekt af en given indsats. Rationalet er således, at indsatsen rettes mod områder, hvor værdien af den anslåede effekt gange med sandsynligheden for, at effekten sker, er størst.

Hvilke indsatsområder, der kan opnå størst mulig effekt, beror i praksis på en kvalificeret vurdering, som identificerer et sammenfald mellem vækstpotentiale, regionale styrkepositioner og muligheder. En sådan vurdering er netop gengivet i Det Regionale Vækstsamarbejdes strategioplæg "Kick-start Sydfyn", hvori der af aktører i regionen er udpeget to overordnede væksttemaer, som udgør det samlede omdrejningspunkt for den fremtidige prioritering og gennemførelse af nye konkrete initiativer.

For væksttema II "Viden- og Oplevelsesøkonomi" er visionen, at mindst fem erhvervsområder skal kunne klare sig i konkurrencen med de bedste lande og bidrage væsentligt til, at Sydfyns vækst og beskæftigelse ligger over landsgennemsnittet.

Et af erhvervsområderne er idræts- og sportserhvervet, som er udpeget som en af styrkepositionerne, der kan udvikle nye unikke forretningsmuligheder, som den fremtidig vækst i regionen kan hvile på. Sport og idræt hører tilmed blandt de prioriterede indsatsområder, som vurderes at have største mulige udviklingsmæssig effekt for Sydfyn.

Derfor er følgende delvision for "Sport, idræt og sundhed som vækstskaber" (indsatsområde 5) formuleret:

"Sydfyn skal inden 2010 opbygge et worldclass sports-, idræts- og sundhedserhverv, der på en række områder regnes for et af Europas bedste for erhvervsmæssig kommercialisering af sport, idræt og sundhed."

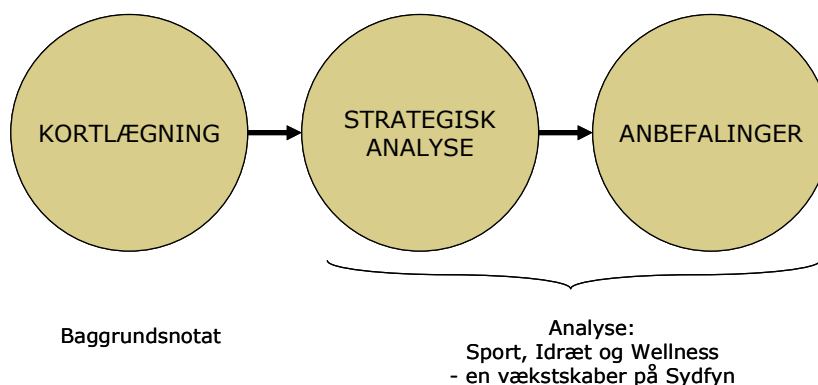
Delvisionen konkretiseres i følgende delmål:

"Moderne mennesker identificerer sig i stigende grad gennem aktiviteter og livsstil. På baggrund af et i forvejen stærkt grundlag skal der udvikles et nyt erhvervsområde, der kan udgøre en erhvervsmæssig styrkeposition på Sydfyn. Det skal ske gennem professionalisering og opsøgning af nye muligheder for kommercialisering af idræt, uddannelse og sundhed. Det er målet, at der inden 2010 skal være skabt 500 nye arbejdspladser."

Opdraget for denne analyse har været at komme et skridt nærmere, hvilke konkrete styrkepositioner der er tale om, hvor potentialet er og endelig at pege på, hvor indsatsen skal lægges for at opnå en betydende vækst.

Resultatet er at finde i nærværende rapport "Sport, Idræt og Wellness – en vækstskaber på Sydfyn" samt baggrundsnotatet "Kortlægning af Sport, Idræt og Wellness¹ på Sydfyn". Begge dele er udarbejdet af Rambøll Management. Kortlægningen er dog delvist udarbejdet i samarbejde med Center for Forskning i Idræt, Sundhed og Civilsamfund, Syddansk Universitet, som specielt har belyst idrætsforbruget og den foreningsorganiserede idræt.

I nedenstående figur er gengivet analyseelementernes sammenhæng. Indledningsvist gennemførtes kortlægningen af sport, idræt og wellness som en erhvervssektor. Herefter blev der foretaget en strategisk analyse, der primært har til formål at identificere et sammenfald mellem vækstpotentiale og styrkepositioner. Den strategiske analyse afsluttes med et sæt af konkrete anbefalinger, som skal tjene til inspiration i det videre strategiske arbejde i Det Regionale Vækstsamarbejde. Selve kortlægningen er sammenfattet i et baggrundsnotat, mens nærværende rapport indeholder den strategiske analyse og de tilhørende anbefalinger. En kort sammenfatning af kortlægningen er også at finde i nærværende rapport.



Det skal understreges, at kortlægningen er enestående af sin art, da der ikke tidligere er lavet tilsvarende analyser af andre regioner i Danmark. Sports-, idræts- og wellness-sektoren er en kompleks sektor, som dækker mange forskellige brancher og forbrugsformer, hvoraf kun delelementer er genstand for en systematisk statistisk registrering. Analysen har primært kunnet lade sig gøre inden for den afsatte ressourceramme pga. de sammensatte kompetencer fra Rambøll Management, Center for Forskning i Idræt, Sundhed og Civilsamfund samt en række eksperter, der har været rådført igennem analysen.

Kortlægningen har tjent som grundlag for at vurdere sport, idræt og wellness som et regulært erhverv i regionen, idet kortlægningen bl.a. belyser kompetencer, forbrug, omsætning og beskæftigelse. Generelt kan det herudfra konstateres, at Sydfyn er en region, som er stærkt repræsenteret inden for SIW-sektoren. Forbrugsmæssigt ligger regionen på niveau med resten af landet, men både beskæftigelsesmæssigt og omsætningsmæssigt ligger regionen og aksen op til Odense pænt over landsniveauet. Regionerummet rummer samtidig markante fyrtårne inden for sektoren, som først og fremmest udgør væsentlige arbejdspladser og dernæst forårsager tydelige positive afledte effekter i regionen. Endelig har disse fyrtårne en stærk imageopbyggende effekt, som tilmed er med til at sætte regionen på det internationale landkort.

¹ Sundhed er blevet præciseret mere i begrebet "wellness", som også har et stærkere kommercielt fokus. Af læsehensyn forkortes sport, idræt og wellness med bogstaverne SIW.

Denne rapport indeholder en strategisk analyse, som har til formål at tegne et billede af grundlaget og mulighederne for fremtidig udvikling inden for SIW-erhvervet i regionen. Analysen er bygget op ved hjælp af en traditionel SWOT-analyse, som er en systematik, der sonder mellem styrker, svagheder, muligheder og trusler.

Den strategiske analyse tager samtidig afsæt i tre fokusområder, som er udvalgt på baggrund af en gennemgang af andre analyser og studier samt drøftelser med eksperter på området. En sammenfatning heraf fremgår af kapitel 4. De udpegede fokusområder er:

- Professionalisering, kompetencer og innovation (kapitel 5)
- Event og markedskommunikation (kapitel 6)
- Wellness-turisme (kapitel 7).

Fokusområderne er udvalgt, fordi de i særlig grad vurderes at opfylde tre krav, hhv. en generel stærk og vedholdende tendens, et betydeligt vækst- og beskæftigelsesmæssigt potentiale og endelig et sammenfald med de regionale styrker og muligheder inden for SIW.

Ud over kortlægningen bygger analysen på 35 personlige interview af personer fra regionen. Endelig er der foretaget målrettet research i forhold til særlige problemstillinger og emner.

Kapitel 5 indeholder bl.a. et uddrag af analysenotatet "Sportssektoren – Et Notat om Økonomi, Beskæftigelse og Uddannelse" udarbejdet af Knud Larsen, Center for Forskning i Idræt, Sundhed og Civilsamfund, Syddansk Universitet.

Den strategiske analyse munder afslutningsvis ud i en udpegning af en række konkrete strategiske indsatsområder (kapitel 8), der skal tjene som oplæg til den efterfølgende strategiske proces i Det Regionale Vækstsamarbejde. De konkrete strategiske indsatsområder er gengivet i fem "strategispor", som er relateret til de tre udpegede fokusområder, som er nævnt ovenfor. Sporene kan betragtes som spydspidser (punktvisse indsatser), som har til formål at igangsætte en bredere udvikling. Strategisporene udgør et sammenhængende system og har derfor stærke indbyrdes relationer, hvilket dog ikke udelukker, at der kan prioriteres imellem dem.

Sporene er samtidig suppleret med en række cases fra Danmark og udlandet, som har stærke paralleller til sporene, og som derfor kan tjene som inspiration i det videre arbejde. I international sammenhæng er arbejdet med sport, idræt og wellness i sammenhæng med regional udviklingspolitik endnu på pionerstadiet, hvilket kommer til udtryk ved, at flere af de konkrete initiativer, som er omtalt i casebeskrivelserne, endnu er relativt nye. Af samme årsag foreligger der på nuværende tidspunkt ikke konkrete evalueringer, der giver en mere kvalitativ vurdering af indsatsen. Omvendt er der god inspiration at hente, ligesom man også kan få en fornemmelse af dimensioneringen af andre initiativer, som har et konkret sammenfald med sport, idræt og wellness på Sydfyn.

3. Sammenfatning af kortlægningen

Kortlægning af sports-, idræts- og wellness-erhvervet er forbundet med en række problemstillinger, som i sin væsentlighed udspringer af, at en del af sektoren (idrætsforeningerne) ikke registreres systematisk. Dernæst, at SIW-sektoren dækker over virksomheder, som tilhører mange forskellige brancher og kategorier, hvoraf flere ikke overordnet set kan henføres til SIW.

Den analyserede region, som er Sydfyn og akse op til Odense, indeholder et meget veludbygget netværk af viden- og kompetencegivende uddannelser inden for SIW. Regionen tæller i alt 24 videninstitutioner, rækkende fra folkeskoleniveau og op til længere videregående uddannelser. Derudover tæller regionen en række (der er i alt nævnt 25) øvrige aktører, netværk og virksomheder med særlige kompetencer inden for SIW.

Den idrætsforbrugende del af befolkningen (over 16 år) på Fyn er vokset fra 40 % i 1993 til 57 % i 1998, hvorefter forbruget stabiliseres. 23 % af forbruget hører under den uorganiserede idræt. De suverænt mest udbredte aktiviteter er svømning, gymnastik/aerobics, jogging og styrketræning. Særlig isoleret på foreningsidræt, er det gymnastik, badminton og fodbold, der er de største idrætsgrene. Traditionelt har mænd dyrket mere idræt end kvinder, men forskellen er reduceret væsentligt, og kvinderne er klart i overtal i motions- og fitness-centrene. Også aldersmæssigt er der sket end udjævning, idet den største vækst findes i aldersgruppen over 65 år.

Udviklingen i forbruget går imod en større differentiering og til dels også individualisering. Den uorganiserede idræt har haft den største vækst, som især udviklede sig igennem 90'erne, men foreningsidrætten har dog også haft gavn af det øgede idrætsforbrug. Der er en tydelig tendens til, at de mere individuelle motionsprægede idrætsgrene vinder frem, ligesom der også er en tendens til stigning i interessen for de små idrætsgrene. Boldspil, især badminton, tennis og håndbold, går generelt tilbage, dog nyder golf en stigende interesse, mens ridning taber terræn. Endelig kan det konstateres, at forbruget og forbrugsudviklingen på Fyn ikke adskiller sig væsentligt fra resten af landet.

I forhold til den økonomiske aktivitet, anslår en analyse af sporten i hele Danmark, gennemført af Konkurrencestyrelsen, at den økonomiske aktivitet, der direkte eller indirekte er knyttet til sporten udgør 10 mia. kr. - dvs. ca. 2.000 kr./indbygger eller ca. 1 % af BNP (1999).

En væsentlig del af idrætsudbuddet varetages af foreningerne. Foreningsidrætten har oplevet en positiv udvikling. De suverænt største foreninger hører under "flerstrengede" (dvs. tilbyder flere idrætsgrene) og holdspil. Nye foreninger dannes primært inden for motions- og rekreationsidræt og nye idrætsgrene, som primært henvender sig til midaldrende og ældre. Cirka halvdelen af foreningerne oplever medlemsfremgang, mens 15 % har problemer med at fastholde medlemsniveauet. Det anslås, at foreningerne på Fyn omsætter for ca. 340 mio. kr. om året inkl. offentligt tilskud/støtte, som er den største indtægtskilde, når faciliteter og refusion indregnes. Foreningerne på Sydfyn adskiller sig ved at skaffe væsentlig flere penge fra aktiviteter og arrangementer, mens de har vanskeligere ved at få sponsorstøtte.

Analysen peger på, at foreningerne har økonomisk vækst, men også at der sker en øget differentiering – de gode bliver bedre, og de svage får det vanskeligere. Hver femte forening har lønnede medarbejdere, og det formodes, at der er sket en stigning her. Foreningerne sætter dog stadig lid til frivilligheden og ønsker ikke en større professionalisering, ligesom de heller ikke ønsker et øget kommercielt forretningsindhold. Størsteparten af foreningerne mener heller ikke, at det er deres rolle i samfundet at påtage sig et større socialt ansvar.

Den del af idrætsforbruget, som ikke kan henføres til foreningsidræt, hører til "den uorganiserede idræt", som i vid udstrækning involverer kommercielle aktører. Denne gruppe indeholder bl.a. motions- og fitness-centre, som på landsplan har oplevet en betydelig vækst, omtrent en fordobling fra 480 mio. kr. i 1999 til 820 mio. kr. i 2003. Denne vækst er dog gået uden om Fyn, som har ligget på et rimeligt stabilt niveau. Den øvrige SIW-sektor viser en større andel på Sydfyn² inden for fremstilling, end hvad der er gældende for resten af landet. Det skyldes bl.a. en stærk repræsentation inden for fremstilling af sejlbåde og joller. Omsætningen i SIW-sektoren i de sydfynske kommuner lå på 270 mio. kr., men har varieret over perioden 1999-2003. For de midtfynske kommuner har der over hele den observerede periode været tale om et fald i omsætningen inden for SIW-sektoren på 100 mio. kr. – fra 431 mio. kr. i 1999 til 333 mio. kr. i 2003. I en relativ betragtning ligger SIW-omsætningen og investeringerne i de sydfynske kommuner på et højt niveau. Den overordnede tendens er, at investeringerne i de medtagne SIW-brancher følger udviklingen for investeringerne i alle brancher slået sammen.

På Fyn vurderes det, at foreningerne beskæftiger ca. 286 årsværk i lønnede stillinger, mens den frivillige arbejdskraft når op på 4.000 fuldtidsstillinger. SIW-sektoren i øvrigt udgør en meget lille del af den totale beskæftigelse og beskæftiger knap 1.400 årsværk på hele Fyn, heraf er ca. 385 på Sydfyn og 398 på Midtfyn (bemærk, at tallene bl.a. ikke indeholder idrætsskolerne). Overordnet set har Sydfyn en relativ højere beskæftigelse inden for SIW-sektoren. Tælles idrætshøjskolerne med, tilføjes yderligere 185 årsværk på Sydfyn, hvilket uden tvivl betyder (selv om der også findes idrætshøjskoler i andre regioner), at Sydfyn allerede i dag har en signifikant højere beskæftigelse inden for SIW, set i forhold til niveauet for hele landet.

Endelig skal det fremhæves, at Sydfyn har flere markante "fyrtårne" inden for SIW, som ikke blot udgør betydelige arbejdspladser og en væsentlig del af den dynamik, der findes inden for sport, idræt og wellness i regionen i dag. De har igennem deres virke en meget høj profileringsværdi for regionen – først og fremmest inden for idrætsverdenen, men de er i høj grad også med til at tegne region udadtil i sin helhed.

² Til Sydfyn hører Egebjerg, Faaborg, Gudme, Marstal, Rudkøbing, Svendborg, Sydlandsgeland, Tranekær samt Ærøskøbing. Til Midtfyn hører Ringe, Ryslinge, Årlev og Odense.

4. Generelle tendenser inden for SIW

Den indledende proces i forhold til den strategiske analyse har været at identificere de professionelle og kommercielle dele af SIW, som overordnet set er i vækst og dernæst, hvilke der med største sandsynlighed vil give største mulige udviklingseffekt for Sydfyn. Ud fra sektorafrænsningen, almindelig research og dialog med eksperter er der identificeret og vurderet i alt 9 potentielle forretningsområder inden for SIW:

1. Underleverandører – teknologi, services, koncepter m.v.
2. Mediebranchen
3. Bygge- og anlæg
4. Drift af faciliteter (svømmehaller, idrætshaller mv.)
5. Købeidræt (eksempelvis fitness, bowling)
6. Eliteidræt
7. Event
8. Uddannelse
9. Turisme (aktiv ferie og wellness)

³Mediebranchen og bygge- og anlægsbranchen, blev udelukket hurtigt. Mediebranchen først og fremmest fordi den allerede er veletableret og veludbygget og dernæst at den sydfynske region ikke har nogen relativ styrkeposition på dette område. Bygge- og anlæg blev udelukket, fordi der i Danmark er et meget lille marked for specialiserede virksomheder på dette område, med mindre der er tale om virksomheder, der hører til underleverandørindustrien (gruppe 1), som også rummer teknisk udstyr til sportsfaciliteter. Desuden ligger der allerede veludbyggede specialkompetencer inden for flere af de eksisterende store bygge- og anlægsvirksomheder.

Drift af faciliteter og købeidræt er siden hen blevet udelukket da der rent beskæftigelsesmæssigt ikke er noget nævneværdigt potentiale her. Endelig blev turismedelen reduceret til blot at handle om wellness, dels fordi aktiv ferie allerede er rimeligt veludbygget på Sydfyn (sandsynligvis en landets stærkeste regioner på området) og derfor vurderes at være over en "i gang-sætningsfase" og dernæst pga. analysens specifikke fokus på wellness delen.

Tilbage er således underleverandørindustrien, eliteidræt, event, uddannelse og wellness. Det skal understreges at eliteidræt er medtaget, fordi den fungerer som en "reaktor", der i sig selv har et begrænset beskæftigelsespotentiale, men som i høj grad er med til at understøtte de øvrige forretningsområders eksistensgrundlag. I det følgende fremgår en sammenfatning af de hovedtendenser der foregår inden for disse områder.

4.1 Professionalisering af idræt

En stærk trend inden for SIW er professionaliseringen af idrætten, som tydeligst kommer til udtryk inden for eliteidræt og talentudvikling. Det har betydet at en del af idrætten er trådt ud af "foreningslivet" og blevet til regulære kommercielle virksomheder med sport som forretningsområde. Men eliteidræt er ikke i sig selv en guldrandet forretning. En hurtig screening af økonomien blandt danske topklubber viser, at det endog er overordentligt vanskeligt at lave en konsoliderende og stabil forretning på eliteidræt. Erfaringer viser, at forretningspotentialet kræver både vedvarende topresultater – helst

³ Tips og spil er ikke medtaget i vurderingen!

også jævnlige på europæisk niveau – og samtidig skal eliteidrætten indgå i en concernsammenhæng, hvor der skabes indtægter ved en lang række andre, men oftest relaterede forretningsområder.

Eliteidrætten lever derfor i kraft af ressourcestærke personer og virksomheders interesse, lokalpatriotisme og velvilje. På 10 år er sponsorstøtten til dansk idræt tredoblet fra 290 mio. kr. til 973 mio. kr. i 2004. Netop denne livsnødvendige afhængighed skærper klubbernes voksende fokus på det gensidige partnerskab mellem klub og sponsor. Sponsorater – eller partnerskaber – er derfor en professionel kompetence, som klubberne skal beherske på samme niveau som de idrætsfaglige kompetencer.

Derfor er klubberne i dag ikke blot en god anledning til underholdning og VIP-arrangementer, men indtager også rollen som brændpunkt for erhvervs- og interessenetværk, som i sig selv skaber dynamik og vækst.

Eliteidrætten næres derfor i høj grad af et sundt, velfungerende og ressourcestærkt erhvervsliv. Man kan derfor meget hurtigt komme ud i en diskussion om "hønen og ægget" i forbindelse med at udvikle eliteidrætten som regional vækstdriver.

Men når det nu ikke er nogen guldrandet forretning i forhold til eliteidræt, kan man spørge – hvorfor så gøre det? Professionalisering af idrætten har jo aldrig været mere udtalt, end den er i dag. Ressourcestærke interessenter hælder flere og flere penge i klubberne, og der bliver bygget moderne arenaer og stadioner som aldrig før. Svaret på "hvorfor" kan nemt blive en filosofisk diskussion. Noget tyder på, at konkurrenceelementet er så stærk en del af vores natur, at "affekt og forfængelighed" kan være en del af svaret. Succes og fællesskab er traditionelt en god cocktail, som næsten kan gå hen og blive en selvforstærkende effekt. Dernæst er der også afledte effekter, såsom profilering, branding, prestige osv., som dog er vanskelige størrelser at opgøre.

En væsentlig pointe er dog, at eliteidrætten virker som et lokomotiv, fordi den giver forbilleder, skaber interesse og dynamik og hermed næring til det vækstgrundlag som idrætten generelt hviler på. Eliteidrætten har derfor også en væsentlig betydning for at skabe en erhvervsklynge for SIW, idet en del af det marked, som erhvervsklyngen skal servicere, hele tiden udvikles og udvides gennem eliteidrætten. Opbygningen af en SIW-erhvervsklynge er ikke direkte forudsat, at der også er tilknyttet eliteidræt i regionen, men der hersker ingen tvivl om, at eliteidræt i regionen giver en tyngdekraft, som ikke blot er med til at fastholde men også udvikle kompetencerne i regionen.

Professionaliseringen af idrætten generelt skaber dernæst et bedre forretningsgrundlag for at etablere en erhvervs- og videnklynge af virksomheder og institutioner, som kan fodre SIW-sektoren med kompetencer, udvikling, teknologi, viden og innovation. Heri ligger der regulære muligheder for at opbygge et vækstskabende erhvervsliv. Viden og kompetenceudbygning er derfor et område, som også kan indgå i et mere strategisk perspektiv for SIW som vækstdriver.

4.2 Event og oplevelser

En anden trend inden for SIW-sektoren som bør inddrages i en strategisk betragtning, er udvikling inden for oplevelse og kommunikation. Den nye viden- og oplevelsesbaserede økonomi er et udtryk for, at dynamik og udvikling kan stimuleres gennem mange kanaler. Oplevelsesøkonomi handler ikke blot om at skabe underholdning, men også at styrke den sociale og kommu-

nikative dimension i vores hverdag, hvor end vi færdes: på arbejdet, til kundemødet, på konferencen, på vejen til købmanden osv. Generelt kan det konstateres, at oplevelsesindholdet tillægges større og større værdi i det moderne samfund. Udviklingen dokumenterer klart, at der er forretning og dynamik at hente i stærke oplevelser, hvad enten der er tale om regulær underholdning eller blot nye former at kommunikere på.

Regeringen har indset vigtigheden af at styrke Danmarks position i oplevelsesøkonomien. Event-satsningen er ét blandt fem større initiativer, som Kulturministeriet og Økonomi- og Erhvervsministeriet i fællesskab har gennemført som led i "Vækst med vilje"-programmet fra 2003, under overskriften "Danmark i kultur- og oplevelsesøkonomien". Det er den danske regerings mål at tiltrække flere internationale begivenheder til Danmark og øge professionaliseringen i håndteringen af dem. Regeringen har afsat 5 mio. kr. om året fra 2005 til og med 2007 til Idrætsfonden Danmarks fremtidige arbejde for at løfte det op på et højere niveau. Danmarks Idræts-Forbund og Team Danmark matcher investeringen. Målet er så, at en styrket Idrætsfond skal bringe store internationale sportsbegivenheder til Danmark. Endvidere har den nyetablerede rådgivningsgruppe, EventDenmark, udviklet nye værktøjer til at hjælpe idéfolk med at få flere begivenheder placeret i Danmark. Det er desuden et sted, hvor lokale ildsjæle kan gå hen og få sparring i forbindelse med udvikling af kulturelle events.

Events og arrangementer kan i dag ses i mange afskygninger inden for idræt, såsom shows, ligakampe, stævner, mesterskaber, talentcamps, festivaler osv. Alt tyder på, at der fortsat vil være en betydelig udvikling inden for området. Men i forhold til udviklingen af SIW-erhvervsklynger kan events også få en anden betydning, idet erhvervsklynger i stigende grad profileres gennem events med viden- og forretningsformidling som fokus.

Samtidig med at SIW udvikles som et erhvervsområde, opstår naturligt et øget behov for markedskommunikation. Det er vurderingen, at antallet af konferencer, messer, seminarer og møder vil stige inden for SIW, og heri ligger der oplagte muligheder for at manifestere sig som erhvervsklynge og "videncenter" ved at sørge for at få værtsrollen for disse arrangementer. Erfaringer andre steder fra viser, at kombineres en klyngestrategi med en målrettet indsats som formidlingscenter, styrker man automatisk klyngerollen, ligesom man også hurtigere kan vinde international opmærksomhed.

4.3 Købeidræt og wellness

Endelig kan det konstateres fra kortlægningen, at det bærende element i befolkningens deltagelse i idrætsaktiviteter fortsat er foreningen, men der er tegn på, at forpligtende fællesskab lider af flere svaghestegn. Samtidig fremgår det af kortlægningen, at fleksibiliteten og den individuelt tilpassede idræt derimod er i stigende fokus for den bevidste idrætsforbruger med en travl hverdag. Her bygger organiseringsformen på en udstrakt grad af selvorganisering, bl.a. baseret på købeidrættens tilbud. Dette område har oplevet en stærk vækst op igennem 90'erne samtidig med at idrætsforbruget totalt set også er vokset. Meget tyder imidlertid på, at væksten i det totale forbrug er aftaget efter årtusindeskiftet for i dag at ligge på et rimeligt stabilt niveau. Væksttal fra fitness-branchen tyder dog på, at "købeidrætten" fortsat er i vækst, hvorfor man må antage, at foreningsidrætten mister "markedsandele".

Betalingsvilligheden for at dyrke motion stiger med andre ord, når motionen bliver tilført parametre som fleksibilitet, frihed og en individualisering gennem differentiering og personlig positionering (mode, produktudvikling

m.m.). Endelig kan også opsættes hypotesen, at der heri ligger, at "gennemsnitsdanskere" i stigende grad vil betale sig fra den "frivillige forpligtelse", idet købeidrætten er karakteriseret ved at have en kommercielt orienteret og lønnet ledelse.

Dette skifte er med til at dokumentere, at SIW er et voksende erhvervsområde. Fitness-centre bliver mere og mere "centre" med mange forskellige tilbud inden for motion, velvære og socialt samvær. Brancheudviklingen dokumenterer samtidig, at man er ved at være inde i en udvikling, hvor "børnesygdommene" er ovre, og man ser stærkere og større enheder på markedet. Konkurrencen udkæmpes nu på effektivitet, innovation og udviklingen af nye koncepter. Selv om fitness-branchen, som er "flagskibet" inden for købeidrætten i dag, har oplevet markante vækstrater, er det vurderingen, at der er mere vækst i vente, men der er stadig tale om et forholdsvis "rigid" marked, hvor vækst vil foregå over en længere periode, og hvor en stor del af indtjeningen samtidig kanaliseres videre til udstyrsleverandører, husleje, specialhåndværkere mv. Den økonomiske vækst skal derfor i lige så høj grad læses hos producenter af fitness-maskiner, tøj/modeproducenter, producenter af personlige plejemidler, kost osv. Alle producentgrupper er allerede domineret af store amerikanske og europæiske koncerner.

Sydfyn er eksempel på, at der er grænser for, hvor hurtigt fitness-branchen/købeidrætten kan udvikle sig. Sydfyns anvendelse af fitness per indbygger er så lav, at strukturelle forhold alene ikke kan forklare forskellen fra landsgennemsnittet. Konklusionen, der ligger lige for, er derfor, at der her er et uudnyttet vækstpotentiale, men tallene viser, at der vil være tale om relativt begrænset beskæftigelseseffekt⁴. Mere sandsynligt er det, at der ligger et vækstpotentiale i underleverandørindustrien til fitness-branchen/købeidrætten, hvorfor det ville give god mening at rette en strategi mod forskning og innovation inden for dette område.

Sammenfaldende med udviklingen inden for fitness er udviklingen inden for wellness, og begreberne vil i stigende grad "sammensmelte" i fremtiden. Det er vurderingen, at der for Sydfyn også her ligger et vækstpotentiale, hvis wellness kobles på det regionale turismeprodukt. Dette område er i stærk vækst i Europa, og det vurderes, at der for Danmarks og hermed også Sydfyns vedkommende er et uudnyttet potentiale – især, hvis der kan skabes en sydfynsk-version af wellness-konceptet.

Tyske samfundsøkonomer og turistøkonomer⁵ bekræfter denne udvikling og forudsiger, at den næste store trend inden for turisme bliver wellness. De forudsiger, at den årlige omsætning inden for wellness vil stige voldsomt og alene i Europa nå 1.000 mia. € inden år 2010. Forventningerne bygger på, at den generation, som i dag sidder med store friværdier, er i gode job, og hvor børnene er flyttet hjemmefra, er klar til at tage hul på deres anden ungdom.

⁴ På Sydfyn lå beskæftigelsesniveauet på 7,2 per 100.000 indbyggere i 2003, mod et landsgennemsnit på 14,8. Med ca. 100.000 indbyggere i den sydfynske region svarer det til, at der vil blive ansat ca. 7 medarbejdere, hvis niveauet på landsplan skal nås.

⁵ Fremgår blandt andet af en analyse, foretaget af Deutscher Wellness Verband, gennemført i forsommeren 2003.

4.4 Det strategiske fokus

Den ovenstående gennemgang fører til, at den strategiske analyse fokuserer på følgende områder inden for SIW:

- Professionalisering, kompetencer og innovation
- Event og markeds kommunikation
- Wellness-turisme.

5. Professionalisering, kompetencer og innovation

Med en professionalisering af idrætten kommer automatisk en stigende efterspørgsel efter specialkompetencer, som fortsat kan udvikle idrætten på alle fronter. Eliteidrætten er tydeligvis meget opmærksom på behovet og giver udtryk for, at der er et hul, der skal udfyldes her. Derfor skabes et marked for en lang række kompetencer, ligesom behovet for produktudvikling af idrætsteknologi og udvikling af faciliteter stiger. Med en målrettet sammenhæng mellem indsatser inden for kompetenceudbygning og erhvervsfremme har man mulighed for at få del i denne udvikling, som potentielt kan resultere i mange arbejdspladser og en fremtidsorienteret fornyelse af erhvervslivet. Derfor er det relevant at forfølge professionaliseringen af idrætten med målrettede indsatser inden for kompetenceudbygning og innovation.

I det danske idræts- og uddannelsessystem er forholdet mellem sporten på den ene side og erhvervsmæssig uddannelse og træning på den anden side historisk næsten udelukkende blevet opfattet som et spørgsmål om at sikre aktive elitesportsudøvere muligheder for at skabe sig en "civil" uddannelse sideløbende med deres sportskarriere, således at de er i stand til at sikre sig fodfæste på det ordinære arbejdsmarked, når de afslutter deres sportslige løbebane.

Desuden fremhæves det ofte, at idræt har særlige egenskaber, som betyder, at kombinationen idræt og uddannelse ikke nødvendigvis kun henvender sig til eliteidrætten, fordi idræt kan være med til at fastholde unge i et "civilt" uddannelsesforløb, selv om de ikke nødvendigvis dyrker idræt på topplan. Af særlige egenskaber nævnes:

- I idræt mødes de unge under andre rammer end skolens boglige.
- Idræt er en god pædagogisk metode for håndtering af ansvar.
- I idræt lærer man at respektere regelsæt og acceptere, at regelbrug har konsekvenser.
- Idræt har en stærk social dimension, der samtidig er koblet med konkurrence og præstation.
- Idræt stimulerer selvstændighedstrang og initiativ.
- Man lærer målrettet adfærd i mere end bogstavelig forstand.

Idræt er derfor dannende og karakteropbyggende, hvilket kan have særdeles positive effekter i tilknytning til gennemførelse af uddannelser – idet det giver ro, selvtillid og overskud. At udnytte denne styrke af idrætten i kombination med uddannelse er ikke noget nyt fænomen og har været praktiseret gennem årtier i eksempelvis i USA som led i en aktiv social- og uddannelsespolitik, som først og fremmest har tjent som isbryder mod den sociale arv.

Følgende uddrag er taget fra analysenotatet "Sportssektoren – Et Notat om Økonomi, Beskæftigelse og Uddannelse" udarbejdet af Knud Larsen, Center for Forskning i Idræt, Sundhed og Civilsamfund, Syddansk Universitet. Notatet kan hentes på www.cisc.sdu.dk:

I det omfang det er relevant at anvende begrebet "det danske sportsuddannelsessystem", er det – i lighed med idrætssystemet som sådan – generelt karakteriseret ved en meget høj grad af decentralisering og af mange forskellige og uafhængige aktører og institutioner. Det eksisterende uddannelsessystem, relateret til sportssektoren, kan følgelig beskrives som et meget

diversificeret og komplekst netværk af uddannelsesprogrammer, der er initieret "nede-fra-og-op" på mange forskellige niveauer og i mange forskellige institutionelle sammenhænge i såvel idrætssystemet som sådan som i det ordinære uddannelsessystem.

De vigtigste udbydere af uddannelser, relateret til sportssektoren, er utvivlsomt sportsorganisationer og specialforbund på nationalt og regionalt niveau. Hvert år deltager omkring 70-80.000 personer således i kurser eller programmer, der kvalificerer dem til at være ledere, trænere og instruktører på alle niveauer i idrætssystemet, fra helt basale grundkurser til uddannelser på niveau 4 i det såkaldte ENSSEE-system (dvs. et fælleseuropæiske kvalifikationssystem, initieret af "The European Network of Sport Science, Education and Employment"), der er det højeste uddannelsesniveau, som det for tiden er muligt at kvalificere sig til i Danmark.

Generelt er der ikke nogen klar skillelinje mellem programmer, som sigter på at kvalificere personer til frivilligt arbejde i sportsklubber og -organisationer, og programmer, som sigter på lønnet arbejde i sportssektoren. Der er således mange eksempler på trænere med de højeste træneruddannelser, der fungerer som frivillige trænere i fx fodbold- og håndboldklubber, og der er omvendt også enkelte professionelle trænere, som ikke har nogen formel træneruddannelse. I det danske idrætssystem er der således ikke noget krav om, at man skal have en bestemt uddannelse for at fungere som træner, hvad enten det er som frivillig eller professionel.

Ikke-sportsspecifikke offentlige uddannelsesinstitutioner som universiteter, seminarier og handelshøjskoler mv. spiller også en vigtig rolle som udbydere af uddannelsesprogrammer, relateret til sportssektoren. Der er en lang tradition for obligatorisk idrætsundervisning i såvel folkeskolen som gymnasiet, hvilket naturligvis forudsætter uddannelse af gymnastik- og idrætslærere. For så vidt angår folkeskolelærere, opnås uddannelsen som idrætslærer på et af landets mange lærerseminarier, mens idrætslærere i gymnasiet uddannes på universiteterne. Der er for tiden tre universiteter (Københavns Universitet, Århus Universitet og Syddansk Universitet), som tilbyder uddannelser som idrætslærer i gymnasiet.

På alle tre universiteter kan man desuden tage såvel en bachelor- som en kandidatgrad i idræt, men der findes, så vidt vides, ingen dokumentation for, hvilke job disse kandidater efterfølgende besætter. På Københavns Universitet er det desuden muligt at tage en toårig Master-uddannelse i "Idræt og velfærd", som sigter på ansættelse som idrætskonsulent i idrætsorganisationer og i kommuner mv. Endelig udbyder Syddansk Universitet i samarbejde med Danmarks Idræts-Forbund og Team Danmark en etårig uddannelse som "Diplomtræner".

Flere handelsskoler landet over udbyder desuden to 2-årige uddannelsesforløb som henholdsvis "Fitness og wellness manager" og som "Sport og event manager". Endelige kan man på flere lærer- og pædagogseminarier tage en etårig diplomuddannelse som "idrætspædagog".

Flere af sportens faglige/professionelle organisationer udbyder også uddannelser, som kvalificerer til ansættelse som professionel træner/instruktør i sportssektoren. PGA-Denmark (Pro Golf Association of Denmark) tilbyder således en treårig lærlinguddannelse som professionel golfinstruktør. Dansk Rideinstruktør Forening organiserer en treårig uddannelse som professionel rideinstruktør og en femårig uddannelse som professionel berider. Foreningen De Danske Danseskoler organiserer tre uddannelser som danseinstruktør med sigte på ansættelse i private danseskoler: en toårig uddan-

nelse som danseinstruktør i standard og latinamerikanske danse, en etårig uddannelse i sportsdans og en etårig uddannelse i såkaldte specialfag.

Der findes desuden et antal private virksomheder og uddannelsesinstitutioner i sportssektoren, som også tilbyder forskellige uddannelser. De fleste af de kommercielle fitness-kæder (eksempelvis "Equinox", "S.A.T.S", "Fitness.dk" og "Fin Form") har således deres egne uddannelsesprogrammer, hvor man uddanner instruktører og vejledere af forskellig art. I de fleste tilfælde kræves det, at man har taget disse uddannelser (som eleven selv betaler), hvis man vil ansættes i de pågældende virksomheder.

Dertil kommer et par private gymnastikinstitutter (Godtved-skolen og Paul Petersens Idrætsinstitut), der tilbyder henholdsvis en toårig uddannelse som bevægelsespædagog og en etårig uddannelse som idrætslærer.

Endelig har højskoler traditionelt spillet en væsentlig rolle som udbydere af uddannelse og træning rettet mod den frivillige idrætssektor. I de senere år er flere højskoler imidlertid også begyndt at udbyde uddannelsesforløb rettet mod at kvalificere eleverne til ansættelse som professionelle instruktører og trænere inden for forskellige områder af idrætssektoren. Der findes ingen samlet oversigt over de uddannelsesstilbud, som findes i den såkaldte "uformelle uddannelsessektor", men eksempelvis Ålborg Sportshøjskole udbyder for tiden seks forskellige 38-ugers uddannelser som instruktør/træner i henholdsvis fitness, aerobic, styrketræning, svømning, badminton og håndbold. Disse uddannelser er tilrettelagt i samarbejde med relevante specialforbund mv. og er i øvrigt udformet i overensstemmelse med kravene i den såkaldte "European Rinck Convention", der er en fælles europæisk uddannelsesstandard på idrætsområdet.

Man kan sammenfattende sige, at der endnu ikke eksisterer et "sportens uddannelses-, viden- og forskningssystem" i Danmark, hvis man med det mener et formaliseret, sammenhængende og reguleret system af faglige og erhvervsrettede uddannelser, som dels kan kvalificere personer til job som professionelle ledere, trænere, instruktører, rådgivere mv., dels kan føre til innovation og iværksætteri inden for sektoren.

I takt med at behovene for et formaliseret uddannelsesstilbud stiger, er det vurderingen, at der i fremtiden løbende gives plads til nye og mere erhvervsrettede uddannelsesstilbud inden for SIW. Det må formodes, at man i Danmark vil opleve en tilsvarende udvikling, som er foregået i de lande, hvor professionaliseringen af idrætten er mere fremskreden. Gennem de seneste år er sport management-programmer blevet introduceret på mange universiteter på flere niveauer rundt omkring i Europa. MBA-skoler overalt i verden er begyndt at introducere sportsspecifikke retninger til deres programmer. Der er en vedvarende debat om behovet for yderligere udbygning af uddannelsesstilbuddene, men som debatten forsætter, bliver det mere og mere klart, at sport allerede er blevet et meget kommercielt erhverv med højt fagligt/teknisk indhold. Derfor er det generelt vurderingen blandt internationale eksperter⁶, at denne udvikling fortsætter med uformindsket styrke.

⁶ Blandt andet TSE Consulting – en global rådgivervirksomhed inden for sportsverdenen med kontorer i bl.a. Lausanne, Atlanta, Beijing, London og Bahrain.

5.1 Styrker og svagheder

Kortlægningen viser klart, at den væsentligste styrke for regionen er at finde inden for kompetenceudbygning inden for idræt. Der er et bredt spekter af uddannelser og kombinationsmuligheder, lige fra de højeste folkeskoleklassetrin og op til længere videregående uddannelser. Denne styrkeposition er opstået af en kombination af traditioner, interesser og en målrettet udvikling inden for visse idrætsgrene og afhænger derfor også af, at disse traditioner, interesser og idrætsgrene fastholdes på det niveau, de har i dag.

Den målrettede udvikling inden for visse idrætsgrene betyder, at regionen i høj grad også byder på specialiserede kompetencer. Ikke mindst på grund af GOG Svendborg TGI, Oure Idrætsgymnasium og Ollerup Gymnastik Højskole arbejdes der meget målrettet med hhv. håndbold, ridning og gymnastik i regionen, mens den tidligere paradedisciplin – sejlsporten – ikke har tidligere tiders opmærksomhed, når der ses bort fra aktiviteterne på idrætsskolerne i Oure. Af kortlægningen fremgår det imidlertid, at det er håndbold og ridning, der har en tilbagegang i deltagelse, mens sejlsport og gymnastik er gået frem. Hvad angår sejlsport, er det den del af sporten, som ikke er organiseret, som går frem, hvilket tyder på, at væksten ligger inden for windsurfing, kitesurfing og lign., hvor mange udøvere ikke er organiseret. Hvad angår gymnastik, kan væksten sandsynligvis forklares med, at gymnastik er slået sammen med aerobics/workout, hvor der helt givet har været en vækst i de seneste 10 år.

Flere af uddannelsesmiljøerne fremstår også som stærke kulturbårne enheder med en klar identitet og et klart formuleret værdigrundlag, hvilket også bevirker, at regionen "skiller sig ud".

Af kortlægningen og de gennemførte interview fremgår også, at Sydfyn generelt har en stærk idrætsprofil for alle aldersgrupper. Idrætten dyrkes stadig tættest på befolkningen i lokaleområderne, hvilket er nødvendigt for at fastholde den brede interesse for idræt. Regionen har også et meget differentieret udbud af idræt, der giver en god komplementaritet, og man imødekommer hermed det i samfundet stigende behov for individualisering. Denne udvikling kan potentielt betyde, at regionen også kan opnå særlige styrkepositioner inden fra andre idrætsgrene.

Eliteidræt er repræsenteret i regionen, om end eliten ikke vurderes at have optimale vilkår. Der er tale om relativt få skrøbelige "fyrtårne", hvis største problem tilsyneladende er at få anerkendelse for betydningen af deres tilstedeværelse i regionen. Et godt eksempel for elitens betydning for "den kompetente idrætsregion" er GOG Svendborg TGI, som udvikler og fastholder egne talenter og trækker nye talenter til regionen. Hermed er klubben også med til at skabe grundlag for eksempelvis etablering af idrætsgymnasium og et sportscollege, som igen er med til at styrke kompetenceudbygningen inden for idrætten. Man kan naturligvis til en vis grad hævde, at "systemet virker begge veje", idet uddannelsesstilbuddene også kan trække talenter til GOG. Men det er nu engang talenternes ubeskudne natur generelt at stræbe efter prestige og de største udfordringer. Derfor er eliteidræt – helst inden for flere idrætsgrene – uden tvivl af meget stor betydning for at kunne fastholde det stærke uddannelsesmiljø inden for idræt.

En svaghed er også, at mange af de små lokale idrætsforeninger har vanskeligt ved at fastholde dynamikken og skabe de rette rammer for en målrettet talentudvikling. Det er generelt politikken, "at eliten trækker bredden", men filosofien er ikke sat ind i en regional kontekst. At der mangler incitamenter til at arbejde med talentudvikling på tværs af lokale skel, betyder for det første at man kan komme til at "holde" unødigt længe på talenterne. Dernæst, at man overlader talenterne til dem selv i deres søgen efter større udfordringer, hvilket kan resultere i, at eliten udvandes, og man mister lokomotivet, som både trækker bredden og er med til at fastholde kompetencerne i regionen.

Den førte politik på SIW-området i dag må i det store hele betegnes som traditionel og stadig forholdsvis institutionaliseret. Set i forhold til andre regioner er det tydeligt, at en reel og ambitiøs elite- og talentudviklingspolitik mangler for regionen. Men flere og flere initiativer formår at bryde med den traditionelle tankegang og har i virkeligheden banet vejen for, at man i dag overvejer at formulere en regulær vækststrategi inden for SIW.

Tilstedeværelsen af de mange "ildsjæle" på Sydfyn er af overordentlig stor betydning for at føre visionerne ud i livet, men desværre er de ofte en ressource, som oplever at blive ignoreret eller overset. Den meget stærke entreprenante kultur har bevist, at meget kan lade sig gøre – selv fra en "bar mark". Men entusiasmen syntes at lide under en politisk tøven og mangel på finansiel opbakning. "SIW-bevægelsen" er endnu ikke fuldt anerkendt som en af mulighederne for at skabe ny og styrket vækst i området og derfor har man også vanskeligt ved at samle kapitalinteresserne bag sig.

Lokalpatriotisme og rivalisering mellem kommuner, politikere, skoler, idrætsforeninger fylder endnu en del i debatten i regionen, men Sport Study Sydfyn er et godt eksempel på, at man vil den fælles indsats, og at man med den fælles indsats opnår et højere tempo og en styrket tro på at kunne gøre en forskel. Dette initiativ, som grundlæggende er et fremragende servicetilbud til kommende "uddannelseskøbere" i regionen, fremstår som endnu et bud på, hvorledes man kan styrke en fremtidig SIW-udvikling i regionen.

Netværket kan samtidig udgøre den strategiske platform som nye initiativer kan initieres fra, fordi man her har et forum, hvor man hurtigt kan samle nødvendige interesser og som samtidig besidder en ganske værdifuld viden på området. Fremtiden vil vise, om initiativet også giver et fornuftigt afkast i forhold til investeringen, men det bør allerede i dag roses for at være et visionært, konkret og helhjertet forsøg på at påvirke en positiv udvikling i regionen.

Den entreprenante kultur har med andre ord slået igennem i både regi af uddannelsesinstitutioner og i form af netværk og initiativer. Generelt trives lysten til selvstændighed også ganske godt, og forhåbentlig vil entusiasmen også føre til nye virksomheder i regionen. Dog mangler regionen et forum for videnskabelig innovation og anvendt forskning, som kan agere "fødsels-hjælp" for den mere videnskabeligt baserede entreprenørkultur.

Ved de gennemførte interview er der flere gange peget på at politikerne i regionen har været passive for længe. Nu er det ikke første gang, at politikere skal stå for skud, når der skal placeres ansvar, men grundlæggende efterlyses vilje til at reagere visionært og proaktivt i forhold til de erhvervs-mæssige omstændigheder, som regionen er underlagt. Objektivt set har regionen med lukningen af flere store virksomheder været alvorligt ramt inden for relativt kort tid. Der gives generelt anerkendelse for, at man har formået at

fastholde en udvikling, som trods alt har medført en genbeskæftigelse af en stor del af den ledige arbejdskraft.

Det, kritikken falder på, er i forhold til iværksættelse af en ny visionær handlingsplan, som også placerer Sydfyn på erhvervs- og kompetencekortet i Danmark om 20 år. Film Fyn roses dog som en af undtagelserne. For at bruge terminologien fra sundhedssektoren, gives der blandt de interviewede generelt udtryk for, at Sydfyn har været god til at "helbrede", men har omvendt været knap så god til at "forebygge".

5.2 Muligheder og trusler

På Sydfyn er man langt med arbejdet med at knytte idræt og uddannelse sammen. Der handles på flere fronter, og netværksaktiviteten er stærk på dette område. Samtidig byder regionen og aksen op til Odense på mange meget stærke kompetencer. Disse kompetencer udgør et særligt fundament, som gennem et koordineret samarbejde kan resultere i en meget stærk positionering af idrætsuddannelser og uddannelser i kombination med idrætsudøvelse.

Mulighederne er mange – især når aksen op til Odense inddrages. Der kan tænkes i nye samarbejder, nye konstellationer og nye uddannelsesstilbud. Med det voksende behov for at tilføre kompetencer inden for idræt i almindelighed og eliteidræt i særdeleshed, er der oplagte muligheder for at opbygge et efterspurgt uddannelsessystem inden for SIW. Flere af institutionerne i det sydfynske område arbejder allerede målrettet med at udvikle nye uddannelser inden for idræt, hvor det langsigtede mål netop er at skabe moderne kompetencegivende erhvervsuddannelser, som kan være med til at løfte den del af idrætten, som fungerer i mere professionelle rammer. Det kræver dog også, at Undervisningsministeriet og Videnskabsministeriet er villige til at gå den vej, også for hermed at skabe de nødvendige formelle rammer.

Med et videnmiljø, som også rummer solide forskningskompetencer, er der en god kilde til innovation og nye virksomheder. Mest tydelig er Institut for Idræt og Biomekanik på Syddansk Universitet i Odense. Men der foregår også forskning i andet regi, som kan henføres til SIW-sektoren. Gennem kobling mellem faglig og kommerciel uddannelse og forskning skabes helt særlige rammer for innovation på området. Dette fordrer bl.a. en målrettet innovationsstrategi, som netop kan bane vejen for ny viden, nye produkter og nye virksomheder inden for SIW.

En tematiseret innovationsstrategi har samtidig mulighed for at skabe stærke tilknytninger til andre innovative fagområder (fx sundhed, materialeteknologi, fødevarer osv.). Hermed er der basis for stærke partnerskaber og spin-offs, som kan forstærke udviklingen yderligere.

Det er i denne sammenhæng oplagt, at man etablerer en innovationspark, som har en stærk tilknytning til forskningsmiljøet i SDU, men som måske har et andet fokus end forskerparken i Odense. Her er det naturligvis oplagt at pege på SIW som et af fokusområderne, men det kunne samtidig være i samspil med andre af regionens styrkepositioner, såsom den maritime industri, brændselsceller, sundhed mv. Det forudsætter naturligvis et fuldt udbyrdet engagement fra Odense enten fra SDU eller Syddanske Forskerparker eller begge.

Med de regionale specialkompetencer er det samtidigt muligt at etablere nye markante fyrtårne i regionen. Eliteidrætten kan fortsat udbygges, men af andre oplagte muligheder er der eksempelvis etableringen af et Sejlerakademi eller et Internationalt Institut for rytmisk gymnastik, ballet og moderne dans. Med de rette ambitioner og ressourcer har man mulighed for at lave nye efterspurgte og meget profilerende fyrtårne, som tilmed kan opnå international opmærksomhed.

Der er dog flere latente trusler, som kan bremse udviklingen af regionens udbud inden for kompetenceudbygning og innovation. Først og fremmest er hele efterskolesystemet truet af en skolereform, som kan betyde, at 10. klassetrin helt fjernes. Dette vil sandsynligvis have fatale konsekvenser for idrætsefterskolerne, som primært har fokus på dette klassetrin.

Dernæst er Sydfyn ikke en region, som nyder opmærksomhed fra landets væsentlige aktører bag organiseringen og udviklingen af idræt i Danmark (eksempelvis Team Danmark og de store idrætsorganisationer). Det kan der naturligvis laves om på, såfremt det rigtige projekt bliver præsenteret for aktørerne, men generelt er blikket vendt i andre retninger.

For at sikre gennemslagskraft er det en stor fordel, såfremt den regionale strategi bakkes op af den nye syddanske region. Det er der pt. ikke noget, der tyder på, at den ikke vil, men der er endnu mange ubesvarede spørgsmål i forhold til roller og ansvarsområder og dernæst den endelige prioritering af ressourcer, at opbakningen meget vel kan forsvinde.

Der er samtidig flere regioner i Danmark, som allerede satser stærkt på idræt og uddannelse. Disse regioner er meget langt med specialtilbud og koncepter, som er meget attraktive. Derfor må Sydfyn forvente at få "kamp til stregen" i forbindelse med en satsning inden for SIW som regional vækst-driver.

Endelig kan regionen ikke pt. præsentere de vækstrater og den erhvervs-mæssige dynamik, som der ofte skal til, for at den finansielle velvilje også viser sig. Flere andre regioner, som har taget initiativ til strategisk satsninger inden for SIW, har nydt stor gavn af ressourcestærke personer og virksomheder, som har leveret en massiv økonomisk støtte til initiativerne. Der er pt. ikke oplagte emner, som kan indtage denne "mæcen"-rolle på Sydfyn, men omvendt kan det heller ikke udelukkes, ligesom det kan være relevant at knytte stærkere bånd til relevante interessenter uden for regionen både i Danmark, men også i udlandet.

5.3 SWOT-skema

STYRKER	SVAGHEDER
<ul style="list-style-type: none"> ▪ Bredt udvalg af uddannelses tilbud på alle niveauer ▪ Flere kulturbårne institutioner (kostskoler) med stærke identiteter ▪ Specialiserede kompetencer inden for idrætsgrene såsom håndbold, gymnastik, ridning og sejlsport ▪ Sundhedsuddannelser ▪ Stærk og differentieret idrætsprofil ▪ Regionale repræsentanter inden for eliteidræt ▪ Gode og markante initiativer, såsom Sport Study Sydfyn ▪ Entreprenant-kultur med mange ildsjæle ▪ Fokus på iværksætteri ▪ Mange idrætsfaciliteter fordelt i hele regionen 	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Mange svage, små selvstændige lokalkubber ▪ Manglende regional talentudviklingsstrategi ▪ Få og skrøbelige elite-”fyrtårne” ▪ Manglende anerkendelse af betydningen af eliteidræt ▪ Traditionel og institutionsorienteret idrætspolitik ▪ Manglende anerkendelse af SIW som erhvervsområde ▪ Indbyrdes rivalisering mellem enheder og initiativer ▪ Passiv erhvervs politik ▪ Manglende koordination med gymnasier, folkeskoler og øvrige institutioner ▪ Ingen opvisningsfacilitet med tilstrækkelig kapacitet ▪ Manglende forum for videnskabelig innovation og anvendt forskning
MULIGHEDER	TRUSLER
<ul style="list-style-type: none"> ▪ Man er allerede langt med initiativer inden for kompetenceudbyggende initiativer ▪ Nye uddannelser vil tiltrække flere studerende og hermed flere beskæftigede ▪ Innovationskilde: Idrætsforskning – Center for Idræt og Biomekanik, SDU ▪ Innovationskilde: Team DK testcenter – SDU ▪ Sport Study Sydfyn som strategisk udviklingsforum ▪ Markante positioneringer, såsom et Sejlerakademi eller Internationalt institut for rytmisk gymnastik, ballet og moderne dans ▪ Moderne opvisningsfaciliteter ▪ Forskerpark bl.a. rettet mod SIW 	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Nedlæggelse af 10. klassetrin ▪ Manglende dialog med og opmærksomhed fra Team Danmark ▪ Den nye region med ”centrum” i Vejle kan modsætte sig etableringen af akademi ved ikke at bakke op om projektet ▪ Konkurrence: Flere regioner satser på kombinationen mellem uddannelse og elite ▪ Mangel på lokal kapital og risikovillighed ▪ Manglende engagement fra betydningsfulde aktører (eksempelvis SDU)

6. Event og markedskommunikation

Det er tydeligt i dag, at store kulturelle og sportslige events er attraktive at få fat på for byer, der ønsker at markere sig i det nye globale netværk, hvor det er byer og regioner frem for nationer, der kæmper om at tiltrække de samme virksomheder og individer. I et internationalt perspektiv betragtes de store idrætsevents i dag som en oplagt mulighed for at skaffe midler til byudvikling og samtidig markere sig som effektiv, visionær og moderne by. I Danmark er der også i dag, både kommunalt og nationalt, en udpræget større forståelse for internationale sportsevents betydning, både for samfundet, dansk turisme og dansk idræt.

Visse idrætsgrene er for længst blevet en storsælgende underholdningsvare på lige fod med andre underholdningsprodukter. Både når forbrugerne selv dyrker den, og når de oplever den som tilskuer. Idrætten og underholdningsvirksomheder nærmer sig mere og mere hinanden, og virksomheder som traditionelt har beskæftiget sig med enten idræt, kultur, underholdning eller turisme er nu aktører på hinandens områder.

De kommercielle og sociale fordele, der udvindes af at være vært for succesfulde sportsbegivenheder, er også evidente for beslutningstagere på regeringsniveau, og mange lande har allerede implementeret fra 5 til 20-års eventudviklingsstrategier. Strategier der inkluderer events på alle niveauer, fra de lokale og regionale arrangementer til events med international appeal. Langsigtet, strategisk eventplanlægning er altafgørende for, hvorvidt et land eller en region bliver en succesrig og kompetent vært, der formår at tiltrække og afholde nationale såvel som internationale events. Lykkedes dette, kan frugten af anstrengelserne høstes godt ind i fremtiden.

Det nye marked for oplevelser har ført de professionelle idrætsklubber ind på nye områder. Deres portefølje er udvidet med nye produkter og idrætsgrene. Bl.a. bruger de deres specielle viden om organisering og ledelse af store idrætsarrangementer til også at omfatte koncerter og underholdningsshow. FC København går i front bl.a. som landets største koncert- og eventarrangør.

Den etablerede underholdningsindustri har tilsvarende øjnet muligheden for at bruge idrættens popularitet og forretningspotentiale og udvider forretningsområdet til også at omfatte idræt. Fx har Roskilde Festivalen opbygget én af Nordeuropas mest populære idrætsevents, som afholdes en gang årligt efter samme organisationsmodel som den eksisterende festival.

Flere analyser viser tilmed, at udbuddet af kultur- og fritidsaktiviteter er parametre, der har vist sig afgørende for visse befolkningsgruppers bosætningsmønstre. Men oplevelsestrenden er ikke blot et spørgsmål om at opbygge en underholdningsindustri og at kunne tiltrække og fastholde højtuddannede og kreative mennesker. Det har i dag også en meget væsentlig betydning i forhold til at skabe et dynamisk og innovativt erhvervsliv.

At opbygge en SIW-erhvervsklynge, som potentielt kan få status som kompetenceklynge, betyder også opbygningen af et videntcenter. Netop denne rolle giver anledning til også at være et dynamisk center for dialog og markedskommunikation, som kan styrke udviklingen af kompetenceklyngen yderligere og samtidig vil være en stærk løftestang i forhold til at øge erhvervsturismen i området.

Erhvervsturismeindustrien i Danmark har været igennem mange op- og nedture og konkurrencen er hård, men det er fortsat et attraktivt område at fokusere på. Mange byer og regioner i hele verden satser målrettet på erhvervsturisme på samme måde, som man stræber efter store idræts- eller kulturevents. Det er særligt de afledte effekter, som byer og regionerne naturligt er interesserede i, idet aktivitetsstigningen smitter af på mange lokale aktører.

Et godt eksempel på, hvad en oplevelsesstrategi kan medføre, er den franske middelhavsby Cannes. Cannes er først og fremmest kendt for sin filmfestival og alle de events og shows, der knytter sig til filmbranchen og de kendte skuespillere. Men Cannes er også i dag blevet et "Business-to-Business meeting point", ikke blot inden for filmindustri, men generelt inden for digitale medier, rækkende fra "virtuel reality" til satellitteknologi. Alt sammen vurderes at være en regulært spin-off af det oprindelige fokus på filmbegivenheder og filmindustri. Det har bl.a. medført, at store internationale koncerner inden for digital teknologi i dag har placeret store udviklingsafdelinger i området.

Forstår man at koble erhvervsturisme sammen med kompetent specialisering (eksempelvis i et fagområde som SIW) og oplevelse, har man et meget stærkt og konkurrencedygtigt produkt, som kan indeholde et endog særdeles stort potentiale, som kan tiltrække udenlandske investorer til området.

Derfor bør oplevelsesstrategien hvile på to ben: hhv. *events*, som skaber underholdning for publikum og udøvere og dernæst *markedskommunikation*, som er med til at profilere regionen som videntcenter for SIW.

Af andre effekter, som kan afledes af en SIW-specialiseret strategi inden for event og markedskommunikation, kan nævnes:

- Afholdelse af stævner og mesterskaber kan med de rette kompetencer skabe et bedre økonomisk grundlag for idrætten, men en mere langsigtet effekt er anerkendelse af idrætten som forretningsområde og hermed et bedre grundlag for udbygge idræt som et regulært erhverv.
- Gennem events profileres regionen som bosætningssted, erhvervsområde og turistmål. Såfremt der er tale om begivenheder med international bevågenhed, betegnes denne effekt ofte som "uvurderlig".
- Et oplevelsesbetonet fokus på sundhed og bevægelse kan også føre til en skærpet kulturprofil, som igen er med til at styrke oplevelsesprofilen. Der er tydelige tendenser for, at kultur og idræt i stigende grad smelter sammen og fremtræder som en integreret enhed. Dans er et klassisk eksempel på kombination af kultur og bevægelse og er da også et af de områder, der nyder stigende interesse. Men tendenserne peger også i retning af opførelsen af flere aktivitetshuse, som rummer kultur og idræt i mange former og udtryk. Erfaringer viser, at synergien i disse huse er enorm og hurtigt bliver meget stærke brændpunkter, især for unge. Samtidig fremtræder disse aktivitetshuse i stigende grad også som æstetiske symboler for en region.

6.1 Styrker og svagheder

Sydfyn besidder en dynamisk projektkultur, som dog mere eller mindre enstemmigt efterlyser politisk opbakning og vilje. Denne projektkultur kan nyttiggøres i mange sammenhænge, hvor events er en af de mest oplagte.

Uddannelsesinstitutionerne fremstår i øjeblikket som de væsentligste drivere mht. til iværksættelse af nye initiativer inden for SIW. Dette engagement tilfalder ikke kun et snævert forretnings sigte, men er generelt et udtryk for viljen til udvikling i regionen. Uddannelsesinstitutionerne kan derfor også blive væsentlige aktører inden for opbygningen af en eventkultur. Her findes utrolige mængder af initiativ og gå-på-mod, som også kan nyttiggøres i en eventkultur. Erfaringerne viser, at eleverne står på spring for at få praksisnære projekter, hvor de føler, at deres bidrag har en reel værdi og indflydelse. Samtidig er det en overordentlig god kilde til innovativ tænkning.

Hvad angår idrætsfaciliteter, står regionen som sådan rimeligt stærkt, set i forhold til resten af landet. Med udvidelsen af Ollerup Gymnastikhøjskole og Broholm Hestecenter er der her skabt moderne og motiverende rammer for udøvelse af hhv. gymnastik og ridning. Broholm har tilmed bevist, at man også kan løfte større stævner. Flere andre steder i regionen er der eksempler på moderne og tidssvarende anlæg.

Den mest iøjefaldende svaghed er dog, at regionen åbenlyst mangler en opvisningsarena, som er i stand til at skabe de nødvendige rammer for, at elitesporten kan udnytte sit potentiale som et underholdningsprodukt og hermed også muligheden for at skabe et bedre økonomisk eksistensgrundlag ad den vej.

Regionen har også særdeles gode kompetencer og faciliteter inden for erhvervsturisme. Her er der mange aktører og serviceudbydere, som kan indgå som underleverandører i ombygningen af en stærk sektor inden for erhvervsturisme. Det nævnes ofte, at kapaciteten inden for faciliteter såsom overnatning er utilstrækkelig, men det er vanskeligt at vurdere, om det er udtryk for en dårlig koordination, eller om der rent faktisk er underkapacitet.

Det kan samtidig konstateres, at regionen har et stigende fokus på den kreative industri. Ikke mindst er initiativet "Film Fyn" en markant satsning, som allerede er med til at stimulere regionens eventkultur.

Regionen har igennem nyere tid også tilegnet sig gode erfaringer som vært for større stævner og idrætsbegivenheder. Dette er ikke mindst en væsentlig parameter, når nye stævner skal trækkes til regionen, idet det konkret er dokumenteret, at man er i stand til at løfte større arrangementer.

Frivilligheden har også gode kår på Sydfyn. Dette kan udnyttes yderligere men det fordrer igen en meget professionel og resultatorienteret tilgang. Frivilligheden på eventmarkedet er nemlig afhængig af succes og identitets-skabelse. Det fremhæves flere steder fra, at arrangementers succes og gennemslagskraft har direkte indflydelse på mængden og kvaliteten af frivilligheden.

Endelig er det en tydelig svaghed for regionen, at eliteidrætten har relativt vanskelige kår, idet tilstedeværelsen af eliteidræt i høj grad er med til at styrke mulighederne for at tiltrække events og hermed mulighederne for at opbygge en eventkultur inden for SIW.

6.2 Muligheder og trusler

Der er i dag et hav af muligheder for at markere sig igennem events og markedskommunikation – kun fantasien sætter grænser. Således kan man differentiere sig inden for flere områder: stævner, mesterskaber, festivaler, opvisning, performance, show, talentcamps, idrætsmesser og -konferencer mv.

Det kræver først og fremmest, at man opbygger et fokuseret og resultatgivende "eventapparat", som skal evne at blive koblet på et hvilken som helst relevant arrangement og sikre en succesfuld gennemførelse af en tilpas høj standard, hvor alle profileringsmulighederne og indtjeningsmulighederne udnyttes fuldt ud. Det er oplagt, at man her også gør brug af entusiasmen og entreprenørkulturen hos uddannelsesinstitutionerne, som kan indgå som en reel effektiv ressource i udviklingen og gennemførelsen af spændende arrangementer.

I den sammenhæng er det også oplagt, at man overvejer at etablere faciliteter med en væsentlig større publikumskapacitet, end hvad regionen råder over i dag. Uden et stort og velfungerende publikumsgrundlag for idrætten mistes dynamikken og hermed også mediebevågenhed, sponsorinteresser etc. Uden en større kapacitet vil det på sigt blive meget vanskeligt for regionen at fastholde sine ambitioner om at være repræsenteret inden for eliteidræt, hvilket igen kan have fatale konsekvenser for hele SIW-strategien.

Mange andre byer/regioner satser også på eventmarkedet. Derfor er det vigtigt, at man udvikler effektiv og konkurrencedygtig eventkultur, som tilmed har de nødvendige faciliteter til rådighed. Såfremt man opfører nye opvisningsfaciliteter, som kan håndtere større kultur- og idrætsarrangementer, bør erhvervsturismedelen også indtænkes i konceptet, således at man også opnår ideelle rammer i relevante omgivelser for konferencer, messer mv. inden for SIW.

Et eventområde, som har været i stærk stigning inden for SIW i den seneste tid, er talent- og ungdomscamps. Dette er en eventform, som stammer fra USA, og som med stor succes finder stigende anvendelse i Europa. Den sydfynske region har tydeligvis kompetencerne, faciliteterne og omgivelserne til at rumme denne type events, hvorfor det er oplagt at satse på dette område også.

Desuden er det oplagt, at man også inddrager udviklingen inden for wellness som et af fokusområderne for event. Eksempelvis at udvikle en festival, som fokuserer på wellness, kultur og gourmet og de tendenser, som er aktuelle inden for dette område.

Endelig bør man overveje, om SIW-strategien også kan munde ud i egentlige publikumsattraktioner, såsom et eksperimentarium inden for idræt, sundhed, kost og velvære.

6.3 SWOT-skema

STYRKER	SVAGHEDER
<ul style="list-style-type: none"> ▪ Stærk og entreprenant-projektkultur ▪ Stort engagement fra uddannelsesinstitutioner ▪ Frivilligheden har gode kår ▪ Mange komplementære specialkompetencer inden for SIW, både idræt, sundhed og kost ▪ Kompetente udbydere af erhvervsturisme og events ▪ Mange serviceerhverv ▪ Fokus på kreativ industri (bl.a. film) – gode erfaringer ▪ Gode erfaringer og kompetencer inden for afvikling af stævner, mesterskaber og events 	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Manglende politisk og erhvervsmæssig opbakning ▪ Manglende koordination inden for erhvervsturisme ▪ Begrænset overnatningskapacitet ▪ Ingen egentlige opvisningsfaciliteter ▪ Få professionelle klubber
MULIGHEDER	TRUSLER
<ul style="list-style-type: none"> ▪ Opbygning af professionel og resultatorienteret eventstruktur på Sydfyn ▪ SIW viden-, formidlings- og conferencehus ▪ Fokus på koblingen mellem idræt og kultur, sidestilling mellem kulturpræstationer og idrætspræstationer ▪ Ungdomscamps ▪ SIW-konferencer og -messer ▪ Wellness- og kulturfestival, wellness- og gourmetfestival ▪ Danske/internationale stævner inden for gymnastik, ridning, håndbold, sejlsport ▪ Udvikling af SIW-attraktioner 	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Mange andre byer og regioner satser stærkt på eventmarkedet – eksempelvis København og Århus

7. Wellness-turisme

Mange ønsker at realisere sig selv og deres drømme med rejser, oplevelser osv. Ifølge fremtidsforskere har der i mange år været fokuseret på det åndelige, men nu er det fysiske velvære i fokus. Vi har behov for at hvile i og fokusere på os selv. Samtidig har vi fået flere penge mellem hænderne og dermed råd til at give os selv et kurophold til flere tusinde kroner, hvis det er det behov, vi har. En stor del af den voksne befolkning, som ikke har børn, eller hvor børnene er blevet store, ønsker derfor i højere grad at forkæle sig selv. Derfor øges behovet for bl.a. wellness-faciliteter ganske betydeligt. Alene den tyske befolkning udgør et kæmpestort marked, idet over 20 millioner tyskere overvejer at tage på en regulær wellness-ferie i 2005.

I det hele taget er helhedsoplevelser i fokus. Enkelte sportsfaciliteter er ikke nok mere – nu skal det integreres med kurbade og øvrige helseaktiviteter. Og det er ikke bare et storbyfænomen. Man vil også have det ude i den barske natur, strandområder eller blot naturskønne og isolerede områder.

En analyse, gennemført af den tyske wellness-forening, viser, at interessen for, at ferie- og weekendophold skal have et wellness-mæssigt indhold, er steget voldsomt. Det fastslås, at over 30 % af tyskerne i dag ønsker, at ferien skal have et wellness-mæssigt indhold, hvor det i 1985 blot var 18 %. Langt den overvejende del (over 70 %) af ferier/rejser, som har et entydigt wellness-formål, placeres dog inden for Tysklands egne grænser. Derudover er det lande som Schweiz, Østrig, Ungarn, Tyrkiet, Spanien, Grækenland og Tunesien. Wellness-turisme, alene i Tyskland, vurderes at overstige 35 mia. euro om året.

Wellness-industrien er derfor et af områderne, hvor det vurderes relevant at rette et strategisk fokus mod, da den internationale rejseaktivitet for alvor er begyndt at rette sig efter 11. september-katastrofen. Alene i 2004 skønnede World Tourism Organisation, at rejseaktiviteterne var steget med over 10 % på verdensplan og ca. 7 % for Nordeuropas vedkommende. De udenlandske overnatninger er dog faldet med 6 % i Danmark. Trods dette, har der været en positiv realvækst i omsætningen på godt 1,5 %, hvilket indikerer, at den danske turismeindustri har færre overnatninger i antal, men det mere end opvejes af en omsætningsstigning per overnatning. Det lader til, at Danmark derfor har fået bedre fat i det købestærke publikum, og Visit Denmark vurderer, at denne tendens fortsætter.

En revitalisering af det tyske turismemarked og til dels også det norske og svenske turismemarked er en forudsætning for fornyet vækst i turismeindustrien i Danmark. Det er vurderingen, at wellness kan være et væsentligt indsatsområde, da det samtidig henvender sig til det mere købestærke publikum. Wellness passer samtidig godt med de generelle tendenser i den europæiske rejseadfærd, som går i retning af flere, men kortere ferier, da wellness er et godt produkt for den "forlængede weekend".

For at blive en attraktiv wellness-region må der foretages investeringer – endog massive investeringer – fordi det europæiske wellness-marked er meget kvalitetskrævende. Erfaringer viser, at der er basis for en ganske lukrativ forretning, hvis man er villig til at foretage de nødvendige investeringer og samtidig er i stand til at skabe unikke wellness-produkter og -rammer. Det skal i øvrigt bemærkes, at det tit er naturen, der skaber grundlaget for etableringen af wellness og giver klynger af wellness-resorts. Ofte finder man dem i bjerglandskaber, ved søer, ved kysten eller blot smukt placeret i storlået natur.

Kvalitetskravene skal tages meget seriøst, da den etablerede branche – primært i det øvrige Europa, men også i Danmark – ser inflationen i begreberne "wellness" og "spa" som deres største trussel. Et typisk problem er konferencehotellet, som vælger at investere i en "wellness-afdeling" i form af et bademiljø og massagecenter, som bliver integreret i hotellet. Der er som sådan tale om et udmærket tilbud til den forretningsrejsende, som lige har behov for en times afslapning, men problemet består i den grundlæggende forskel mellem idegrundlaget for hhv. hotelvirksomhed og wellness-virksomhed.

Inden for almindelig hotelvirksomhed er personalet serviceorienteret, men samtidig føres en meget stram omkostningsstyring bl.a. på lønninger. Konsekvensen er, at man forsøger at optimere antallet af overnatninger per medarbejder, hvilket naturligvis også påvirker den medarbejdertid, der er til rådighed per gæst, negativt. I wellness-virksomheden er en del af produktet, at personalet tager sig tid og er ekstremt serviceorienteret, hvor flere er specialuddannede fagfolk. Wellness skal samtidig indgå et helhedskoncept, hvor det ikke blot er massagerummet, som fremstår som et "stressfrit" miljø, men hvor helheden nærmest oser af ro og fordybelse. Derfor refereres de rigtige wellnessresorts eller spa-faciliteter ofte som "templer". Oplevelsen skal være helstøbt og original med noget for alle sanser. De må tilmed gerne være i naturskønne eller historiske rammer. Det skal i øvrigt bemærkes, at wellness-konceptet som sådan ikke er afhængig af vejr- og klimaforhold.

Wellness ikke et beskyttet produktnavn, men den bevidste wellness-forbruger er meget kræsen og er i stigende grad opmærksom på pseudo-produkterne. Derfor gør branchen meget ud af "at skille fårene fra bukkene" vha. certificeringsregler, branchesamarbejder og kvalitetskrav.

Wellness-temaet har sin største fordel i et enormt og stigende marked, både tæt på og fjernt fra Danmark (japanere og amerikanere er store wellness-forbrugere og rejser gerne for det). Dernæst den danske profil med ro, stilhed, frisk luft, tryghed og en række af de bløde elementer, som indgår i en mentalhygiejnisk genopladning.

Wellness spiller derfor generelt godt sammen med det danske ferieprodukt, men potentialet er langt fra udnyttet. Det er først og fremmest, fordi der ikke har været tradition for kurophold og badstuer, som man kender det fra Tyskland og Sverige. Dernæst har den danske turismeindustri uden for storbyerne (hvor wellness-resorts typisk befinder sig) kapital- og lovgivningsmæssigt ikke været gearet til store kommercielle investeringer.

7.1 Styrker og svagheder

Men Sydfyn synes som region at have et særligt potentiale inden for wellness. Regionen har allerede en stærk profil inden for aktiv ferie, hvor regionens helt enestående omgivelser allerede udnyttes til at skabe en "turismeindustri" på områder inden for sejlads, cykelferie og golfturisme.

Sydfyn har ikke regulære "fyrtårne" inden for wellness endnu, men flere ligger og "ulmer", ligesom potentialet og mulighederne uden tvivl er der. Der er først og fremmest tale om naturskønne omgivelser, som traditionelt har trukket turister til området. Med flere end 25 campingpladser, flere end 20 lystbådehavne, over 30 hoteller og kroer og over 20 vandrehjem/bed and breakfast/gårdferier inden for et relativt lille område dokumenteres det, at turismeindustrien har fået et godt fæste i regionen.

Dernæst har regionen tydelige særkender, som et wellness-tema kan bygges over, såsom herregårde, det sydfynske øhav, maritime miljøer, skov og strand, idyl og ro osv. Samtidig besidder regionen et veludbygget netværk af kompetencer inden for fysisk aktivitet, kost og sundhed, hvilket betyder, at den kompetente arbejdskraft allerede er i regionen. Med det brede udvalg af uddannelsesinstitutioner findes tilmed en fleksibel arbejdskraft, som kan optage sæsonvariationer.

Set i relation til det rigtige koncept bør det fremhæves, at de sydfynske øer typisk ikke inddrages i regionens udviklingsmæssige kontekst, men i forbindelse med wellness er her en oplagt mulighed. Ses på wellness-resorts i udlandet findes de ofte i mere isolerede omgivelser, hvor man overlades til den personlige fordybelse.

Den mest markante svaghed i denne sammenhæng er dog regionens adkomst, som dog forbedres væsentligt med den nye motorvej. Der er dog stadig lang vej fra Nordtyskland til Ærø, ligesom der heller ikke forefindes nogen lufthavn i umiddelbar nærhed af regionen. Det skal i den sammenhæng bemærkes, at den sidste sejltur fra Svendborg til Ærø (hvis det var her, et wellness-resort kom til at ligge) behændigt kan gøres til en del af totaloplevelsen, mens køreturen fra Padborg til Odense ville være den reelle gene.

7.2 Muligheder og trusler

Der synes derfor oplagte muligheder for at skabe en wellness-industri i regionen, og det er da også ved de gennemførte interview blevet bekræftet, at flere aktører har fokus på dette område. Hvorfor der endnu ikke eksisterer et wellness-resort i regionen endnu, er uvist, men skyldes givetvis, at sammenfaldet mellem det rigtige projekt og de rigtige investorer ikke er sket endnu.

Der er mange muligheder for at lave en sydfynsk udgave af wellness-turisme, og regionen har allerede vist, at man er i stand til at udvikle koncepterne, eksempelvis inden for aktiv ferie.

Det vil dog være oplagt, at regionen etablerer et strategisk organ – en slags taskforce – som kan være med til at sætte en udvikling i gang. Dette organ kunne formulere en konkret strategi, ligesom man kunne afsøge kapitalinteresser og gennemføre idékonkurrencer.

Med denne industri har man samtidig mulighed for at skabe en løftestang i de mere marginaliserede områder. Det kræver naturligvis også, at det rent lovgivningsmæssigt kan lade sig gøre. Den væsentligste hindring for at lave banebrydende og attraktive sydfynske wellness-koncepter ligger i miljø- og planlovgivningen.

7.3 SWOT-skema

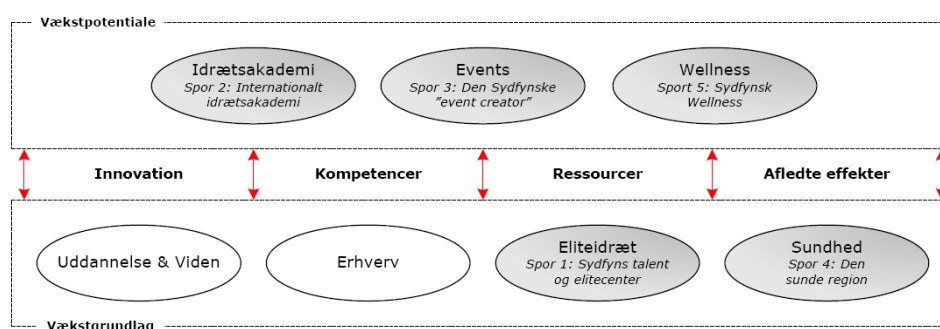
STYRKER	SVAGHEDER
<ul style="list-style-type: none"> ▪ Omfangsrig turismeindustri med smuk natur, god logistik og mange overnatningsmuligheder som væsentlige styrker ▪ Mange aktiv feriekoncepter og fortsat udvikling heraf ▪ Flere store udbydere af aktiv ferie koncepter ▪ Perfekte rammer for opbygning af wellness-turisme – natur, ro og idylliske herregårde ▪ Fokus på helse, kost og plantemedicin ▪ Mange serviceerhverv ▪ Veludviklet sundhedssektor ▪ Kompetent arbejdskraft 	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Øerne inddrages for lidt i helhedstænkningen. De opfattes som en svaghed, men burde fremtræde som en styrke med mange muligheder ▪ Ingen eksisterende wellness-koncepter ▪ Passiv kapital ▪ Logistik/adkomst
MULIGHEDER	TRUSLER
<ul style="list-style-type: none"> ▪ Aktiv ferie og wellness – stort potentiale – gode muligheder for udvikling af professionelle koncepter ▪ Opbygning af venture-fokuseret wellness-netværk ▪ Kobling SIW-erhvervsturisme med wellness ▪ Øerne: mulige drivere, fx moderne ø-lejr-koncept ▪ Aktiv ferier som koncept, udnytte natur og friluftsliv ▪ Wellness som sydfynsk brand 	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Plan- og miljølovgivningen ▪ Andre regioners satsninger på området

8. Strategiske anbefalinger

Det følgende kapitel indeholder en udpegning af en række konkrete strategiske indsatsområder, hvor der kan opbygges et kommercielt sports-, idræts- og sundhedserhverv på Fyn, og hvor idrætten mere generelt kan bruges som vækstdriver. Det er hensigten, at disse anbefalinger skal tjene som oplæg til den efterfølgende strategiske proces i Det Regionale Vækstsamarbejde. Der er tale om konkrete bud på, hvorledes udviklingen inden for sport, idræt og wellness kan påvirkes både på kort sigt og på lang sigt.

De konkrete strategiske indsatsområder er gengivet i fem mulige "strategispør", som direkte eller indirekte relateres til de tre udpegede fokusområder, som er nævnt ovenfor. Sporene kan betragtes som spydspidser (punktvisse indsatser), som har til formål at igangsætte en bredere udvikling.

Temaerne for de fem strategiske spor fremgår af nedenstående figur.



Figuren viser, at de strategiske spor fordeles mellem en direkte og en indirekte effekt. De indirekte rettede strategispør har til formål at styrke forudsætningerne (vækstgrundlaget) for, at de direkte rettede strategispør kan indfri det fulde vækstpotentiale. Strategisporene udgør et sammenhængende system og har derfor stærke indbyrdes relationer, hvilket dog ikke udelukker, at der kan prioriteres imellem dem.

Elementerne "Uddannelse & Viden" og "Erhverv", som udgør en del af vækstgrundlaget, er ikke tilføjet strategiske anbefalinger, da de allerede udgør regionale styrkepositioner. Kortlægningen og den strategiske analyse fastslår for det første, at regionen allerede har et veletableret og veludbygget viden- og kompetencenetværk. Dernæst er det konklusionen, at regionen har en veludbygget erhvervsstruktur, som netop kan understøtte de direkte rettede strategiske spor, der her peges på.

I Det Regionale Vækstsamarbejdes strategioplæg "Kick-start Sydlyn" fremgår det, at ambitionen er at opnå en merbeskæftigelse på 500 medarbejdere inden for sport, idræt og wellness (indsatsområde 5). Med den nuværende beskæftigelse inden for SIW på godt 600 årsværk i den sydfynske region er det klart, at der er tale om en målsætning, som er ambitiøs, men dog ikke umulig, hvis afledte effekter indgår som en del af målsætningen.

Merbeskæftigelsen er dog ikke den eneste vækstindikator, som har betydning i regional sammenhæng. Det foreslås derfor, at de strategiske anvisninger bliver genstand for måling på følgende indikatorer:

Primære indikatorer	Sekundære indikatorer
<ul style="list-style-type: none"> • Vækst i omsætning (erhverv) • Øget beskæftigelse • Øget søgning til relevante uddannelser/gennemførelse af uddannelser • Skabelsen af nye job/jobområder • Opbygning af erhvervsklynge og senere kompetenceklynge • Iværksætter • Øget bosætning/tilflytning • Forbedret udskrivningsgrundlag 	<ul style="list-style-type: none"> • Branding • Talent (idrætsmæssige præstationer/resultater) • Overnatninger • Øget idrætsaktivitet i alle aldersgrupper (både i tid per udøver og antal udøvere) • Sundhed (livstilssygdomme mv.) • Sociale parametre (integration/ kriminalitet mv.) • Internationalisering (partnerskaber, besøg, udvekslinger etc.)

Med sigte at påvirke den regionale vækst mærkbart, ligger det i kortene, at en ambitiøs målsætning er nødvendig. At have ambitiøse målsætninger gør det naturligvis ikke alene. Det er altafgørende, at målsætningerne udspringer af et reelt regionalt "commitment" og hermed ikke mindst en forpligtende politisk vilje. Denne vilje skal ikke blot udmøntes i beslutninger og ressourcefordeling, da det også er væsentligt, at de politiske beslutningstagere også påtager sig den koordinerende og "døråbnende" rolle.

Ud over at der rent politisk skal slås en "musketer ed", er det væsentligt at de strategiske indsatsområder forankres i et forum, som vedvarende sikrer igangsætning, fremdrift, opfølgning og evaluering. Det allerede etablerede konsortium Sport Study Sydfyn syntes at være oplagt at pege på i denne sammenhæng, idet der dels er tale om et kompetent forum, som allerede arbejder målrettet og dels er tale om en gruppe af aktører som rummer initiativ, idérigdom, mod og vilje.

I det følgende er det foreslåede strategiske spor suppleret med en række cases fra Danmark og udlandet, som har stærke paralleller til sporens indhold, og som derfor kan tjene som inspiration i det videre arbejde. I international sammenhæng er arbejdet med sport, idræt og wellness i sammenhæng med regional udviklingspolitik endnu på pionerstadiet, hvilket kommer til udtryk ved, at flere af de konkrete initiativer, som er omtalt i casebeskrivelserne, endnu er relativt nye. Af samme årsag foreligger der på nuværende tidspunkt ikke konkrete evalueringer, der giver en mere kvalitativ vurdering af indsatsen. Omvendt er der god inspiration at hente, ligesom man også kan få en fornemmelse af dimensioneringen af andre initiativer, som har et konkret sammenfald med sport, idræt og wellness på Sydfyn.

At sporene er nummereret er ikke et udtryk for en prioritering, da de som ovenfor beskrevet udgør et samlet system med indbyrdes relationer.

8.1 Spor 1: Sydfyns talent- og elitecenter

Vision

Sydfyn skal være repræsenteret på eliteniveau gennem egen talentudvikling inden for udvalgte idrætsgrene og dernæst udgøre en talentkilde i forhold til andre idrætsgrene, som står stærkt på Fyn.

Mission

Måltrettet indsats for udvikling af nye idrætstalenter og styrke grundlaget for elitesporten i regionen.

Formål

Kortlægningen og den strategiske analyse viser, at den regionale betydning af talentudvikling og eliteidræt er dybere end blot at agere fyrtårn. Eliteidræt og talentudvikling er tydeligvis stærkt medvirkende til, at man kan fastholde det attraktive kompetenceniveau og den høje kvalitet i det idrætslæringsmiljø, som findes i regionen. At idræt udøves på topplan, er direkte årsag til, at udøvere søger til regionen, og der er tale om kompetente brugere, som ønsker at blive udfordret, både teknisk og fagligt.

Med elitens centrale betydning for den regionale klynges styrkeposition, er det en svaghed, at der ikke foreligger en regional strategi på området, og derfor foreslås det, at Sydfyn sigter mod at etablere en egentlig regional talentudviklingsstruktur.

Indhold

Det foreslås, at Sydfyn fastlægger en fælles talentudviklingsstrategi, som skal føre frem til en målrettet regional håndtering af talenternes naturlige udviklingsforløb. Det er talentets iboende natur hele tiden at stræbe efter nye udfordringer, som kan bidrage til talentets fortsatte udvikling og opnåelse af nye præstationer. Jo mere flydende og problemfri denne bevægelse er, jo større sandsynlighed er der for, at talentet indfrier det fulde potentiale.

Der opbygges en struktur, således at der skabes en naturlig bevægelse for talenterne fra lokalforeningerne (mange) over talentudviklingsklubberne (færre) til eliteklubberne (enkelte). Koblingen til Odense er afgørende, da man inden for visse idrætsgrene er nødt til at udvide oplandet og den professionelle tyngde for dels at opnå den kritiske masse, der sikrer, at man har tilstrækkelig mange talenter med elitepotentiale, dels for at indsatsen også fører til resultater på topplan.

Det handler først og fremmest om at tage udgangspunkt i talentets behov og vilkår. Derfor skal der skabes en målrettet talentudviklingsstruktur, hvor ressourcerne prioriteres hensigtsmæssig i forhold til den udvikling, talentet skal igennem for at indfri potentialet. Der er allerede slået de indledende takter til en ansvarlig talentudviklingsstrategi, bl.a. ved etableringen af Idrætsgymnasiet i Oure, Fyns Sportscollege og Sport Study Sydfyn, hvor der er fokus på, at talentudviklingen ikke skal ske på bekostning af den personlige udvikling. Disse initiativer er oplagte at inddrage i en helstøbt talentstrategi.

Talentudviklingsstrukturen skal samtidig indeholde tilstrækkelige incitamenter, der sikrer, at strukturen ikke "falder fra hinanden". Derfor skal strukturen have et fornuftigt tilbageløb, som motiverer både store og små foreninger og klubber til at være en del af strukturen. Tilbageløb kan eksempelvis være i form af træneruddannelser, ligatræner eller -spillerbesøg, talentture, events, ligabilletter osv.

Strategien bør blandt andet også indeholde:

- En klar prioritering af, hvilke idrætsgrene man ønsker at satse på, og hvilket niveau man ønsker at opnå.
- Alle deltagende foreninger formulerer en talentudviklingsstrategi i overensstemmelse med overordnet strategi.
- Der etableres en professionel ledelse af strukturen. Det er vigtigt, at de deltagende foreninger og professionelle klubber går sammen om styringsenheden (evt. et sekretariat) med fælles administrations- og stabsfunktioner, som kan styre den overordnede udvikling og bistå foreningerne med administration, trænerrekruttering, ekspertbistand, planlægning osv.

Relation til strategiske fokusområder

Dette spor har til hensigt at vedligeholde og styrke de forudsætninger, som muliggør, at SIW kan indgå som regional vækstdriver. Sporet har specielt til hensigt at skabe et bestyrket grundlag for en yderligere udbygning af idrætsrelaterede uddannelser i regionen. Dernæst udgør eliteidrætten også et centralt element i udviklingen af en eventstrategi for regionen.

Regionale effekter

Den egentlig væksteffekt vil derfor primært være afledt i form af de resultater, de styrkede forudsætninger giver, jf. relationen til de strategiske fokusområder. En regional talentstrategi vil i direkte effekt typisk føre til et øget antal lønnede medarbejdere i en fælles administrativ enhed, som kan understøtte alle foreningerne, der indgår i samarbejdet. Denne effekt vurderes at være rimelig beskeden i opstartsfasen, men det er erfaringerne fra andre steder i Danmark, at en succesfuld strategi kan føre til en øget beskæftigelse på mellem 20 og 50 arbejdspladser, afhængig af, hvor mange idrætsgrene man ønsker at rumme i strategien. Det skal samtidig understreges, at en succesfuld talentudviklingsstrategi også vil have den væsentlige effekt at tiltrække ressourcestærke unge til regionen.

8.1.1 Case

I det følgende fremstilles to cases. Casen "Sønderjysk Elitesport" er interessant i forhold til SIW-strategiens fokus på eliteudviklingen i regionen, ved at flere lokale aktører tager del i en overordnet regional strategi inden for sport. Casen viser, at man gennem professionel ledelse og struktur kan løfte det sportslige niveau og samtidig skabe en fælles regional identitet, der stækker sig ud over bygrænserne. Herigennem er det muligt at skabe større opmærksomhed om den elitære udvikling og dermed også tiltrække flere og større sponsorer gennem bedre erhvervsmæssig tilknytning.

Dernæst er medtaget en case fra England – Change 4 Sport – som er et projekt i East Midlands i England, der tager afsæt i ønsket om at få OL til London i 2012. Projektet er interessant, fordi der er tale om et visionært og ressourcemæssigt stort projekt, der ikke kun sigter på eliteudvikling, men i lige så høj grad koncentrerer sig om de afledte effekter ved den sportslige fokus. Gennem investering i såvel fysiske aktiver som menneskelige ressourcer søges de bedste rammebetingelser for vækst inden for idrætten som helhed. Casen viser bl.a., at det kan være svært for de mindre klubber at se sig selv i en større kontekst, og at de derfor let bliver meget små, set i relation til en regional udviklingsstrategi.

Den sønderjyske region: Sønderjysk Elitesport

I Sønderjylland har man indset, at det er vigtigt at have et fælles mål, og man har derfor samlet ressourcerne for at opnå en optimal udvikling. Således har kommuner, amtet, erhvervsliv, viden- og uddannelsesinstitutioner samt foreningslivet udviklet en vision for hele landsdelen. Der satses nu på fem områder: Vækstcenter, innovation, infrastruktur, bosætning og uddannelse.

Til at realisere visionen om en stærk og betydningsfuld region sættes der stor fokus på sporten i regionen. I januar 2004 etablerede man derfor den stærkt kommercielle organisation, Sønderjysk Elitesport A/S, der skal skabe det økonomiske og organisatoriske fundament for de sportslige resultater.

Formål og vision

Det er Sønderjysk Elitesports vision at:

- Markere Sønderjylland på det danske og internationale landkort.
- Skabe synergi mellem idræt og erhverv i hele Sønderjylland.
- De sønderjyske tophold bliver placeret i top5 i de bedste ligaer.
- Skabe de bedste vilkår for talenter og klubberne.
- Udvikle en topprofessionel elitesportsorganisation.
- Være trendsættende i udvikling af erhvervs- og eventkoncepter.
- Få professionel sport og foreningslivet til at arbejde sammen.

Baggrund for planen

Baggrunden for planen og etableringen af Sønderjysk Elitesport A/S tager afsæt i den regionale vækststrategi, hvor man søger at:

- udvikle Sønderjylland til et attraktivt sted for kvalificeret arbejdskraft.
- tiltrække og fastholde arbejdskraft.
- slå bro mellem topidræt og erhvervsliv.
- fortsætte den dynamiske og internationalt orienterede vækst for både virksomheder, medarbejdere og idræt.

Struktur og koncept

De fem klubber, Haderslev Fodboldklub, TM Tønder, Sønderjyske HK, Vojens BI og IK Sønderjylland, fusionerer og stifter et fælles selskab. Det nye selskab er samlingspunkt for de fem klubbers førstehold og deres salg, markedsføring, økonomi og forretningsudvikling og danner tillige basis for talentudvikling i samarbejde med moderklubberne.

En omfattende samarbejdsaftale binder klubberne sammen med selskabet. Gennem samarbejdsaftalen sikres selskabet licens til førsteholdene, tæt samarbejde med klubberne, frivillig arbejdskraft og sponsorrettighederne til alle klubbernes hold. Moderklubberne modtager til gengæld betaling, der sikrer en sund drift med fokus på at drive forening og udvikle talenter i hele området. Der er altså tale om en stærk forretningsdrevet organisation med fuldtidsansatte og en bestyrelse, der repræsenterer såvel erhvervsliv som klubber.

Centrale funktioner – ledelse, salg, markedsføring, økonomi og administration – er samlet på hovedkontoret i Haderslev Idrætscenter, mens de sportslige enheder er placeret i hele regionen. Dette for at bevare forgreningen til det lokale foreningsmiljø. Fodbold spilles og udvikles derfor i Haderslev, ishockey i Vojens, damehåndbold i Åbenrå og herrehåndbold i Tønder. I Sønderborg udvikles et talentudviklingscenter med tilknytning til Syddansk Universitet.

Tidshorisont

Projektet blev søsat ultimo 2003 og blev realiseret for alvor ved etableringen af Sønderjysk Elitesport A/S pr. 1. januar 2004. Ansvar for den kommende udvikling påhviler organisationen.

Etablering af koncept

Afgørende for etableringen af Sønderjysk Elitesport A/S har været de fem klubbers vilje til at afgive suverænitet i forhold til deres tophold. I alle klubberne står der enstemmige bestyrelsesbeslutninger bag opbakningen til Sønderjysk Elitesport.

For klubbernes vedkommende har incitamentet til at indgå i det ambitiøse projekt været den solide og lokale forankring i en sønderjysk profil samt den massive opbakning fra erhvervslivet i hele regionen. Klubberne har nemlig erkendt, at man kun kan komme til at præge toppen af dansk idræt kontinuerligt (og ikke blot sporadisk) gennem et samarbejde i hele regionen.

Den lokale forankring sikres ved, at sporten spilles og udvikles lokalt, og ved at holdene er synlige i hele regionen (fælles identitet). Der arrangeres således opvisningskampe og aktiviteter lokalt. Endelig har klubberne mulighed for at påvirke den sportslige udvikling ved at deltage i sportsråd, der bliver dannet for at sikre både en massiv og integreret talentudvikling samt opbakning fra foreningerne, således at frivillig arbejdskraft kan danne grundlaget for både at afvikle hjemmekampe og erhvervsaktiviteter.

Talentudviklingen sikres gennem samarbejde mellem mange klubber i hele Sønderjylland samt gennem etablering af kraftcentre.

Afsatte midler

De fem klubber har i dag sponsorindtægter i niveauet 16 mio. kr. og samlede indtægter på ca. 20 mio. kr. Målet er gennem etableringen af selskabet Sønderjysk Elitesport A/S og et markant udvidet samarbejde med det sønderjyske erhvervsliv at øge omsætningen gradvis fra ca. 40 mio. kr. i 2004/2005 til et niveau på ca. 70 mio. kr. i 2008/2009. Målopfyldelsen forudsætter bred opbakning i erhvervskredse, eftersom udviklingen i indtægterne især skal komme gennem tiltrækningen af flere og større sponsorer og fra udviklingen af events og aktiviteter, der kan samle bred opbakning i landsdelen. Desuden vil realiseringen af de sportslige målsætninger være med til at skabe tv-indtægter, både fra tv-transmissioner og sponsering via eksponering.

Evaluering af plan

Der har været massiv opbakning til projektet i såvel klubber som i erhvervslivet. Dette er en af de medvirkende årsager til, at man allerede nu, september 2005 (mindre end to år efter projektets begyndelse), har tegnet et sponsorat med Sønderjyllands Amt, der skal være med til at sikre en kontinuerlig udvikling af eliten. At den nye sponsor er amtet, verificerer, at projektet bakkes op politisk. Amtet søger gennem sponsoratet, der sikrer klubben 500.000 kr. årligt de næste 3 år, at profilere regionen. Allerede marts 2004 kunne klubben præsentere 25 sponsorer, hvilket var med til at realisere et langt bedre resultat for sæsonen end ventet.⁷

⁷ Jf. Amtet og pressemeddelelse.

Baggrundsmateriale og kontaktpersoner

Sønderjyske Elitesport A/S: www.soenderjyske.dk

Sponsorat fra amtet:

<http://www.sja.dk/sja/sjamt.nsf/0/c829c2eee0fbf954c1256e91003a956e?OpenDocument&Print>

Change 4 Sport

Formål og vision

Formålet er at forene *East Midlands* om et mål, nemlig at være de bedste til at styrke niveauet af fysisk aktivitet gennem sport og idræt og samtidig være de bedste til at hjælpe de bedste talenter til at vinde betydelige internationale sportslige arrangementer. Formålet understøtter regionens vision:

*"The East Midlands will be the most progressive region in Europe, recognised for its high quality of life achieved through a vibrant economy, rich cultural and environmental diversity and sustainable communities."*⁸

Baggrund for planen

Initiativet *Change 4 Sport* udspringer bl.a. af ønsket om afholdelse af OL 2012 i London, jf. Game Plan 2002, der sætter særlig fokus på sport, sundhed og velvære i hele England. I den forbindelse vil *East Midlands* positionere sig som førende, nok især på baggrund af konklusionen i Game Plan, der vurderer, at fysisk inaktivitet årligt koster den engelske stat i omegnen af £ 2 mia., svarende til kr. 22 mia., i form af tabt arbejdsevne og for tidlig død.⁹ Game Plan peger endvidere på en række afledte effekter – reducere kriminalitet, bedre uddannelse, regional styrkelse, flere frivillige ildsjæle inden for sporten og bedre relationer/netværk.

Sport anses i dag som en af de væsentligste drivere i regionen med over 16.000 job, der relaterer sig til sportssektoren, i 1997. Dette svarer til en forøgelse på 92,5 % i forhold til 1991, jf. interview.

Målgruppe og delmål

Projektet omfatter 4,1 mio. mennesker i regionen: Distrikterne Derbyshire, Leicestershire, Lincolnshire, Northamptonshire, Nottinghamshire og Rutland samt byerne Derby, Nottingham og Leicester.

Der er udarbejdet følgende delmål:

- Forøgelse af deltagelse i sport med 4 %.
- Regionen skal være den mest succesfulde inden for sport
- Reducering af ulighed (alle kan/skal deltage i sport på tværs af køn, social status, kultur mv.).
- Forbedring af folks helbred gennem mere motion og sunde vaner.
- Stærkere og sikrere samfund, dvs. blandt andet mindre kriminalitet.
- Forstærkning af uddannelser og livslang læring.
- Styrkelse af lokal økonomi.
- Bedre organiseret sportssystem.

⁸ Jf. side 9, *Change 4 Sport*.

⁹ Jf. side 5, *Change 4 Sport*.

For at illustrere seriøsiteten af planen kan det nævnes, at der sigtes mod en markant forøgelse af det sportslige engagement. Målet er, at 70 % af befolkningen dyrker moderat sport 30 min., 5 dage om ugen, mod 30 % i dag.

Tidshorisont

Projektet blev søsat 2004 og løber foreløbig frem til 2009.

Hvordan sættes initiativet i gang?

Projektet tænkes implementeret ud fra tre principper, som alle i regionen med relationer til "levering" af sport skal tage til sig og integrere i hverdagen:

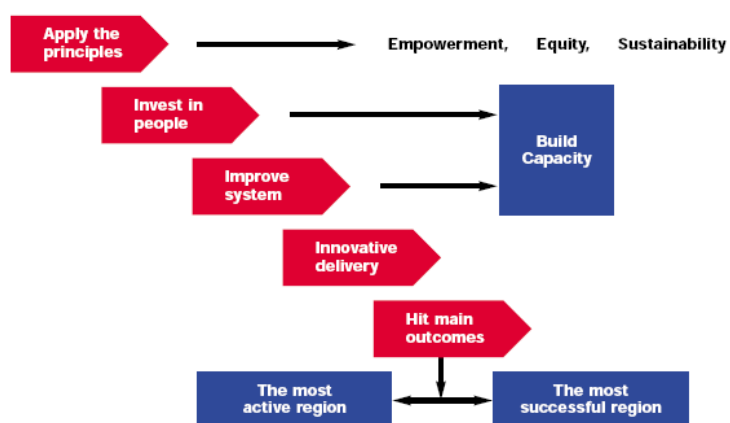
- *Sustainability*: Der foretages langsigtede strategiske investeringer
- *Equity*: Alle er lige, og alle skal kunne være med
- *Empowerment*: Områder, organisationer og individer støttes ved beslutningstagning.

Hensigten er, at planen forankres gennem frivillighed og ved, at der stilles midler til rådighed i forbindelse med regionale initiativer, der kan understøtte planens mål og delmål. Midlerne kan søges af alle. Man forsøger altså at give sporten og dennes interessenter de bedst tænkelige rammer for selvstændigt at kunne udvikle sig på regionalt plan frem for at tvinge specifikke projekter igennem. Gennem denne kulturændring i sport management-strukturen søges det opnået at:

- forenkle systemer
- spare tid ved udvikling af relationer og netværk
- undgå lokal patriotisme
- der tænkes i større sammenhænge
- lokale organisationer tvinges til at identificere deres egen rolle og deres betydning for regionen som helhed.

Det forventes, at alle deler af deres værdifulde erfaring til glæde for hele regionen.

Vejen til succes skal findes i følgende plan. For nærmere beskrivelse af de enkelte delelementer henvises til *Change 4 Sport*, side 14.



Økonomiske midler

Sporten i England finansieres gennem flere kilder; Gennem Sport England, der kan sammenlignes med Team Danmark, og gennem kommunal statslig støtte. Midlerne fra Sport England stammer hovedsageligt fra tipsmidler.

Projektet Change 4 sport i East Midlands finansieres gennem de midler, regionskontoret for Sport England i Nottingham modtager fra Sport England.

Skønsmæssigt vurderes det, at der samlet set anvendes ca. £ 125 mio. i East Midlands på sportsrelaterede services og ydelser, jf. interview.

Nationale investeringer, der foretages af Sport England

På nationalt plan (inkl. East Midlands) investerer Sport England årligt omkring £ 130 mio., svarende til kr. 1.43 mia., i forbindelse med verdenseliten.

Midler fra lokale myndigheder¹⁰

Lokale myndigheder i regionen forventes at bruge op mod £ 75 mio. årligt på sport, svarende til i alt kr. 825 mio. eller ca. kr. 200 pr. indbygger.

Midler fra East Midlands' kontor i Nottingham¹¹

Non-profit organisationer, bl.a. små klubber mv., støttes årligt med £ 2,8 mio., svarende til i alt ca. kr. 31 mio. eller ca. kr. 7,5 pr. indbygger. 15 % af midlerne blive anvendt til at oprette en fond, der skal hjælpe ved opførelsen af nye sportsfaciliteter for at imødegå planen, mens de resterende 85 % vil blive brugt til at oprette nye job, udvikle kompetencer og til at forøge kapaciteten i de nuværende faciliteter.¹²

Det tilsigtes at sikre sponsorater på én kr. pr. investeret krone (50/50). Midlerne kommer fra Sport England, og det årlige tilskud løber frem til 2009.

De afsatte midler kan søges direkte hos Regionskontoret for Sport England i East Midlands, som periodevis vurderer, hvilke initiativer der skal støttes. For at støttekronerne kan give størst muligt "afkast", vil der primært ydes relative små, men derfor også flere bidrag. Bredden er central.

Der fokuseres på følgende ved tildeling af støtte:

- Årlig forøgelse af antal aktive med minimum 1 % (aktivitet defineret som 30 min. tre gange ugentligt).
- Initiativer, der henvender sig til underudviklede områder, personer over 45 år, minoriteter, handicappede og piger over 16 år prioriteres højst.
- Forbedring af idrætsrelaterede præstationer (resultatmæssigt).
- Der tages hensyn til opfyldelse af planens delmål.

Det er vigtigt at bemærke, at der ikke er tale om tilførsel af yderligere kapital i forhold til før projektets begyndelse. Fordelingen af midlerne er bare ændret, således at strategien underbygges. Investeringsansvarlig Margaret Brout fra regionskontoret i Nottingham kan dog fortælle, at tilskuddene fra Sport England de seneste 6 måneder er mere end fordoblet.

¹⁰ Jf. side 8, *Change 4 Sport*.

¹¹ Jf. *East Midlands priorities for funding samt Community Investment Fund*.

¹² Jf. Margaret Brout.

Evaluering af plan

Det er endnu alt for tidligt at komme med en egentlig evaluering af initiativerne. Margaret Brount kan dog fortælle, at det har været et problem at få klubberne til at få øjnene op for projektet. Det er jo klubberne, der lokalt skal drive udviklingen (i henhold til strategien). Mange mindre klubber søger stadig andel i de gamle, nu ikke-eksisterende puljer, hvilket naturligvis er et problem.

På kort sigt er projektet et problem for de mindre klubber, fordi de ikke kan leve op til reglerne om støtte pga. de nye fordelingsnøgler. På længere sigt er det dog hensigten, at succes fra de større klubber skal smitte af på de mindre klubber gennem bedre ledere mv.

Baggrundsmateriale og kontaktpersoner

Baggrundsmateriale:

Change 4 Sport: [Change 4 Sport - Report](#)

Valutakurs: 1 GBP = 11 DKK, jf. www.valutakurser.dk

East Midlands priorities for funding: www.sportengland.org

Community Investment Fund: www.sportengland.org

Game Plan 2002:

Interview, der kan findes på East Midlands Sport' hjemmeside:
www.nottinghamcity.gov.uk/emsports/docs/top20.doc

Kontaktpersoner:

Emily Leigh, Sport England East Midlands

E-mail: emily.leigh2@Sport England.org

Tlf.: 0044 115 982 1887

Margaret Brount, Sport England East Midlands

E-mail: Margaret.Blount@sportengland.org

Tlf.: 0044 115 982 1887

8.2 Spor 2: Internationalt idrætsakademi

Vision

Sydfyn skal være foregangsregion med hensyn til kompetencegivende uddannelser inden for sport, idræt og wellness.

Mission

Regionen skal være vært for landets første egentlige akademiske uddannelse, som er rettet mod idræt som erhverv. Her uddannes trænere, erhvervsledere, eksperter mv. inden for idræt. Akademiet skal have international fokus, være specialiseret inden for et udvalg af idrætsgrene og fungere som center for erhvervsforskning inden for idræt.

Formål

Gennem udviklingen af et attraktivt uddannelsesstilbud er formålet at udvikle SIW-klyngen til en reel kompetenceklynge med et højt niveau inden for viden, forskning og innovation.

Erfaringerne fra udlandet viser, at et væsentligt skridt i retning af en anerkendelse af sporten som en selvstændig branche og en fuldgyldig del af fremtidens arbejdsmarked er opbygningen af et ambitiøst og bredt kompetencegivende uddannelsessystem på højt niveau. Som det er i dag, er uddannelserne primært rettet mod pædagogik og grundforskning, mens der reelt mangler egentlige erhvervskompetencegivende uddannelser inden for idræt. Sydfyn kan meget vel være landets "bannerfører" på dette område, da det vil være en naturlig opfølgning på de traditioner, styrkepositioner og allerede igangsatte initiativer, som gør sig gældende i regionen.

Indhold

Det foreslås, at Sydfyn etablerer et internationalt idrætsakademi, som skal udfylde kompetencebehovet, der er opstået som en konsekvens af professionaliseringen af idrætten.

Der skal være tale om et prestigøst og banebrydende uddannelsesstilbud til danske og internationale studerende. Akademiet skal tilbyde målrettede specialer inden for udvalgte idrætsgrene og have særkompetencer inden for områder som biomekanik, psykologi, biologi, biokemi, ligesom akademiet også skal tilbyde kommercielle fag, såsom forretningsledelse, markedsføring, sponsorship osv.

Konkret kunne man forestille sig, at akademiet bl.a. omfattede et institut for moderne dans, rytmisk gymnastik og ballet i en arkitektonisk banebrydende bygning, indeholdende moderne scenefaciliteter og placeret på havnefronten i Svendborg. Tilsvarende kunne man forestille sig et institut for sejlsport, som også kunne fungere som et af landets elitecentre inden for idrætsgrenen.

Regionen har allerede en stærk uddannelseskultur og de rette kompetencer, som kan udgøre grundlaget for etableringen af akademiet. Flere af disse uddannelsesinstitutioner fungerer allerede som "gateways" til regionen og demonstrerer, at uddannelse og idræt kan gøres til en betydningsfuld forretning for regionen. Idrætsakademiet kan etableres i et samarbejde mellem eksisterende uddannelsesinstitutioner i regionen, men akademiet bør i høj grad også hvile på internationale partnerskaber med andre uddannelsesinstitutioner, som har særlige kompetencer inden for relevante områder.

Det er også oplagt, at der i relation til akademiet og i samarbejde med Syddansk Universitet skabes et tematiseret innovationsmiljø inden for sport, idræt og wellness, som kan skabe de rette faglige og kommercielle rammer for målrettet at udvikle nye produktidéer, koncepter, services og potentielt nye virksomheder.

En tematiseret innovationsstrategi har samtidig mulighed for at skabe stærke tilknytninger til andre innovative fagområder (fx sundhed, materialeteknologi, fødevare osv.). Hermed er der basis for partnerskaber og spin-offs, som kan forstærke udviklingen yderligere. En tematiseret innovationsstrategi kan samtidig indgå som et delelement i en overordnet innovationsstrategi for regionen. Således udnyttes kompetencer, erfaringer og systemer på tværs af fagområder i en overordnet regional innovationsstrategi for herved at sikre en optimal udnyttelse af ressourceindsatsen inden for innovation og iværksætteri.

Relation til strategiske fokusområder

Strategisporet er direkte rettet mod vækstpotelet, skitseret under temaet "professionalisering, kompetencer og innovation".

Regionale effekter

Med etablering af et internationalt idrætsakademi, er det givet, at der vil blive skabt flere arbejdspladser i regionen, idet initiativet både vil have direkte og indirekte effekter for regionen. I forhold til den direkte beskæftigelse er tommelfingerreglen en ansat per 8 elever. Målsætningen for elevantal bør ligge et sted mellem tre og fire hundrede elever inden for en 10-årig periode og hermed ca. 50 arbejdspladser. De afledte effekter kan der kun gisnes om, men der vil være tale om mærkbare effekter i både etablerings- og driftsfasen.

Afhængig af ambitionsniveau, er der samtidig gode muligheder for at profilere regionen med en generelt image- og interesseeffekt til følge, som potentielt kan stimulere bosætning, turisme og erhvervsinteresser.

8.2.1 Case

Nedenstående case omhandler et australsk sportsinstitut, som oprindeligt blev etableret for at sikre en resultatmæssig fremgang ved Australiens deltagelse i internationale events, såsom OL. Det har udviklet sig til i dag at være et internationalt efterspurgt kompetencecenter, særligt inden for svømning og atletik. Der er ikke tale om et egentlig universitet, men instituttet har stærke relationer til universitetsmiljøet og er samtidig bygget op omkring campusideen, ligesom instituttet også rummer reelle forskningsaktiviteter.

I relation til SIW-strategien er casen interessant, da der vil kunne drages mange paralleller mellem udviklingen af det australske institut og et Sydfynsk idrætsakademi. Projektet viser bl.a., at der både kan hentes sports- og erhvervs- og erhvervsresultater gennem øget fokus på kompetenceudvikling på regionalt basis.

Australian Institute of Sport (AIS)

Det australske sportsinstitut er den australske regerings nationale sportsinstitut. Instituttets kerneforretning er at garantere et verdensklasse-træningsmiljø til at understøtte instituttets atleter og trænere.

Formål og vision

AIS' formål er at støtte og udvikle unge elitesportsudøvere på et personligt såvel som et praktisk træningsmæssigt plan og at give unge australiere muligheden for at udvikle deres potentiale. AIS er en del af ASC (Australian Sports Commission) og arbejder således efter ASC' mission om at berige alle australiers liv gennem sport.

Baggrund for planen

En rapport fra 1975, udarbejdet af en arbejdsgruppe under Ministeriet for Sport og Fritid, anbefalede den australske regering at iværksætte en sportsinstitution, der efter europæisk forbillede skulle udvikle sportstalenter på eliteplan. AIS blev officielt indviet i 1981, og missionen var, mere eller mindre uofficielt, at gøre en målrettet indsats for at rette op på Australiens noget krakelerede rygte i international sportssammenhænge.

Målgruppe og delmål

AIS henvender sig til seriøse talentfulde unge sportsudøvere, der dyrker idræt på eliteplan. AIS har hjemsted i Canberra, men er for alle australiere. AIS tilbyder stipendier til alle aldersgrupper fra helt ned til junioralderen (ca.10 år).

AIS' delmål er at levere undervisning på højeste niveau, adgang til træningsfaciliteter, coaching på det sportsmæssige plan og rådgivning i forbindelse med uddannelse og karriere. Nogle AIS-talenter er indkvarteret på campus, mens andre følger programmer fra deres normale bopæl.

AIS er samtidig et forum for trænere, sportspsykologer, læger, fysioterapeuter og lign., der har gjort karriere inden for sportserhvervet.

Tidshorisont

AIS blev indviet i 1981 og kører på et kontinuerligt plan.

Hvordan er initiativet sat i gang?

AIS er direkte etableret af den australske regering og forankret i ASC (Australian Sports Commission). Instituttet ledes af Peter Fricker, professor i idræt. AIS' direktion er udvalgt af ASC's bestyrelse på 11 personer, der igen er udpeget direkte af Minister for the Arts and Sports, Senator Rod Kemp.

Overvejelser omkring AIS' fremtid er en del af ASC samlede strategi. Blandt andet lyder det fra ASC's strategiplan, at ASC vil:

... styrke AIS' virke gennem en kontinuerlig forbedringsfilosofi bl.a. ved at implementere et "performance enhancement program" for alle træningsprogrammer for at sikre kvalitet i programmerne. Desuden indebærer forbedringsfilosofien løbende evalueringer af AIS, benchmark-analyser og nationale tiltag inden for ACE (Athlete Career and Education), der rådgiver elitesportsudøvere om uddannelse og karriere.

Forbedringsfilosofien hviler på et holistisk grundlag, der tager sit udspring i en atletcentreret/trænerdrevet tilgang til udviklingen af talenter.

Desuden tilbyder AIS, ud over uddannelse- og karriererådgivning, også programmer inden for sportsforskning og -medicin. (SSSM, sports science and sports medicine).

Afsatte midler

AIS er finansieret gennem ASC, der er en statslig organisation. AIS modtog i det finansielle år 2002-03 24 % af ASC samlede indtægter på \$148 millioner (australske dollars), hvilket svarer til \$35,52 millioner til kurs 463. AIS havde altså et budget på ca. DKK 164 millioner.

Heraf anvendte AIS 63 % (DKK 103 millioner) til sportsprogrammer, 30 % (DKK 49 millioner) til "Athlete & Coach service" og 7 % (DKK 3 millioner) til teknisk administration.

Evaluering af plan

AIS evaluerer deres succes på baggrund af opnåede medaljer ved nationale og internationale konkurrencer og på baggrund af opfyldelse af de opstillede mål – se punktet "baggrundsmateriale og referencer" for link til AIS' performance indicators.

Resultater fra OL i Sydney i 2000 understreger det store forarbejde, som AIS har bidraget med til Australiens samlede succes inden for sportsverdenen.

Mere end halvdelen af den australske delegation på 620 personer var daværende eller tidligere AIS-atleter, og tilsammen vandt de 32 af Australiens i alt 58 medaljer, hvilket i øvrigt var rekordår for Australien.

Ved Handicap-OL i Sydney i 2000 vandt daværende eller tidligere AIS-atleter halvdelen af de i alt 149 medaljer. Ligeledes rekord.

AIS-atleter udmærker sig, ud over ved OL, i forskellige sportsligaer og divisioner verden over. Blandt andet i cricket, netball, rugby, NBA Basketball ligaen, Premier League (UK) og Grand Slam-turneringer (tennis).

AIS er derudover en væsentlig turistattraktion i Canberra. Rundvisninger, foredrag og events arrangeres på campus, så turister og andre interesserede kan se, hvordan atleterne træner og lever.

Baggrundsmateriale og kontaktpersoner

Baggrundsmateriale og referencer:

<http://www.ausport.gov.au/fulltext/1999/feddep/ShapeUp.pdf>

En rapport, udarbejdet af en Task Force (Sport 200 Task Force) for Ministry for Sport and Tourism om "Commonwealths Involvement in sport and recreation". Rapporten evaluerer strategier og tiltag fra Key Sport agencies.

<http://www.sirc.ca/>

Verdens førende sportsinformation og -research-leverandør. Arbejder under mottoet: Easy-Affordable-Fast

<http://www.ais.org.au/> AIS' egen hjemmeside.

<http://www.ausport.gov.au/publications/annualreport2004/scholarships.asp>

Performance indicators for AIS' programmer.

Kontakt:

Australian Institute of Sport
Leverrier Crescent Bruce ACT 2617 AUSTRALIA
PO Box 176 Belconnen ACT 2616 AUSTRALIA
Phone: +61 2 6214 1111
Fax: +61 2 6251 2680
Mailadresse: ais@ausport.gov.au
Husk tidsforskel (+8h i Canberra)

8.3 Spor 3: Den sydfynske "event creator"

Vision

Sydfyn skal i fremtiden være vært for flere større og mange mindre SIW-events med underholdningsmæssigt eller erhvervsmæssigt fokus

Mission

Etableringen af en effektiv og resultatorienteret eventorganisation, som på professionel vis kan tiltrække, skabe, forberede og gennemføre events og oplevelser inden for sport, idræt og wellness.

Formål

En væsentlig del af den kommercielle økonomi omkring sport og idræt udgøres af det oplevelsesprodukt, der er skabt omkring sport og idræt. Idræts- og sportsoplevelser er samtidig meget profilerende og identitetsskabende og har derfor en række afledte effekter, som ellers er vanskelige at opnå ved almindelige markedsføring og PR. En del af SIW-strategien bør derfor være at tiltrække og skabe oplevelser og events i regionen.

Dernæst er det også oplagt, at man som SIW-erhvervsklynge stræber efter de mere erhvervsrettede events inden for temaet, såsom konferencer, messer mv., da dette både vil styrke klyngens erhvervmæssige status og dernæst styrke grundlaget for erhvervsturismen i regionen.

For at opnå den positive økonomiske udvikling og imageskabelse omkring sport- og idrætsoplevelser kræves et højt professionelt niveau. Det handler først og fremmest om at hvile events og oplevelser på en solid forretningsbetonet tilgang, hvad enten der er tale om små eller store, lokale eller internationale events, festivaler, stævner, turneringer, messer, konferencer mv. Dernæst handler det om at nyttiggøre de kompetencer, netværk og relationer, som regionens øvrige aktører besidder.

Regionen besidder de nødvendige erfaringer, kompetencer og ideer til at styre regionens eventprofil, ligesom regionen også besidder den nødvendige infrastruktur, når der ses bort fra den åbenlyse mangel på opvisningsfaciliteter.

Indhold

Det foreslås derfor, at man på Sydfyn opbygger en eventstruktur, som har det tilstrækkelige professionelle niveau til at gennemføre et rimeligt antal arrangementer på et højt niveau. Strukturen kan evt. bestå af et netværk af interessenter, hvor der er skabt et fælles sekretariat, som kan løfte konkrete opgaver, tilbyde ekspertise og være i stand til at koordinere initiativer og delopgaver. Strukturen skal i sin helhed hvile på en incitamentsstruktur i form af et selskab eller en "resultatkontrakt", der skal sikre, at man årligt når de opstillede mål.

Strukturen skal fungere som en koordinerende enhed, der på effektiv vis engagerer de relevante kompetencer og ressourcer, der er til stede i regionen. Som projektorganisation er det bl.a. oplagt at udnytte muligheden for et tæt samarbejde med en uddannelsesinstitution som Svendborg Erhvervsskole, der vægter entrepreneurship, praksisnære projekter og eventmanagement meget højt.

Mulighederne for events er naturligvis begrænset af de fysiske rammer man har til rådighed. I det store hele er det vurderingen at regionen har en god infrastruktur som sandsynligvis kan udnyttes endnu bedre med en fælles koordination i forbindelse med events.

Det skal i denne sammenhæng og i sammenhængen med en mere målrettet satsning på elitesport understreges, at regionens klare svaghed er manglen på en opvisningsfacilitet med en tidssvarende publikumskapacitet. En opvisningsfacilitet i form af en arena, som også kan bruges til kulturelle formål, vil styrke mulighederne for at profilere regionen som "event-region" væsentligt.

Relation til strategiske fokusområder

Strategisporet er direkte rettet mod vækstpotentialet, skitseret under temaet "Event og markedskommunikation".

Regionale effekter

Eventorganisationer vil typisk være en forholdsvis lille gruppe af projektledere, som benytter sig af eksterne samarbejdspartnere og evt. projektansættelser. Strategisporet sigter derfor primært på afledte effekter hos allerede etablerede aktører i regionen, men kan ved en succesfuld strategiimplementering også føre til nye virksomheder i regionen.

Større internationale arrangementer, såsom EM i håndbold eller badminton, vurderes at have en beskæftigelsesmæssig virkning¹³ på mellem 70 og 100 årsværk og mindre stævner, såsom DM i badminton, ca. 20 til 30 årsværk. Størstedelen af effekterne ligger typisk lokalt, men ofte vil større arrangementer foregå i flere (større) byer, hvorfor "effekterne" naturligvis skal fordeles mellem disse.

I forhold til erhvervsturisme er det vanskeligt at estimere en effekt, men man kan gå ud fra, at en omsætningsstigning på 1 mio. kr. svarer til en fuldtidsstilling. Med et gennemsnitligt forbrug på 2.300 kr. i døgnet omsætter en konferencegæst for ca. 7 gange mere en den almindelige sommerhusturist og er i omsætningsmæssig sammenhæng en meget mere attraktiv turist at få til regionen.

8.4 Spor 4: Den sunde region

Vision

Sydfyn vil være foregangsregion i forhold til folkesundhed og motion.

Mission

At øge borgernes daglige motionering samt skabe øget almen interesse for sundhed.

Formål

For at sikre en forankring for en langsigtet strategisk satsning er det nødvendigt at integrere strategien i den lokale folkekultur. Gevinsten vil være flersidig, idet man ikke blot vil opnå en sundere og mere fysisk aktiv befolkning, men også en særlig identitetsskabelse og attraktivitet som region.

Ved at SIW-strategien afspejles i den almene borgerpolitik, sikres også et bedre forretningsmæssigt grundlag for udviklingen af SIW som en erhvervs-klynge, idet der vil opstå et stærkere forbrug af SIW-ydelser i regionen.

Tendensen i samfundet er, at der fokuseres mere og mere på sundhed og sundhedsrelaterede ydelser. Derfor er det et oplagt potentiale for Sydfyn at positionere sig som landets sunde region. Dette kan bl.a. styrke markedsføringen af regionen, der igen kan være med til at danne rammen om en positiv bosætningsudvikling og et imageløft. Der er altså mange afledte effekter ved et sundhedskoncept.

Med status som den sunde region sikres samtidig et godt udgangspunkt for at udvikle en lukrativ wellness-industri. Man skaber ikke blot et "hjemmemarked" for produkter, man sikrer også et godt grundlag for en kompetent og engageret arbejdskraft, hvilket er en altafgørende forudsætning for at kunne udvikle en succesfuld wellness-industri.

¹³ Tallene stammer fra Visit Danmarks TØBBE-analyser.

Indhold

Region skal formulere og implementere en ambitiøs sundhedspolitik, som dækker hele aldersspektret fra vuggestue til ældre hjem. Der skal være tale om en markant styrkelse af daglige sundheds- og motionsindhold ved målrettede tiltag på institutioner og arbejdspladser.

Man kan formulere klare målsætninger, som fx " alle folkeskoleelever skal som minimum sikres en times idræt om dagen", eller "SFO-aktiviteter skal som minimum bestå af en tredjedel målrettet fysisk aktivitet" osv. Der kan samtidig være mere målrettede initiativer mod rygning og fedme blandt unge.

Der er mange muligheder for en banebrydende sundheds- og motionspolitik. Gennem det nu nedlagte Idrætspolitiske Idéprogram er der oparbejdet en lang række erfaringer fra hele landet om motion og sundhed for den brede befolkning. Initiativerne under programmet er evalueret i en redegørelse, som i dag fungerer som et "inspirationskatalog" for kommuner, der ønsker at styrke indsatsen inden for motion og sundhed. Eksempelvis er det muligt at læse om "Idræt og SFO 2001" (SFO – Skolefritidsordningen), et initiativ fra Århus med særlig fokus på ikke-idrætsaktive SFO-børn.

Strategien "den sunde region" kan tilmed tilknyttes innovationsindsatsen ved at koble sundhedspolitikken op mod forskning, udvikling, testning og produktion af forskelligere former for sundhedsfremmende produkter, koncepter og services.

Relation til strategisk fokusområde

Dette spor har til hensigt at vedligeholde og styrke de forudsætninger, som muliggør, at SIW kan indgå som regional vækstdriver. Sporet har specielt til hensigt at skabe større forbrug af sundheds- og motionsydelser og endelig at skabe almen anerkendelse af betydning af idræt som et samfundsøkonomisk vækstområde.

Regional effekt

Øget forbrug af motion og sundhed vil have en beskæftigelseseffekt, men som det fremgår af kortlægningen, vil der være tale om relativt få nye job. Den primære effekt, der her stræbes efter, er derfor at hæve sundhedsniveauet i regionen. Tal fra Indenrigs og Sundhedsministeriet viser, at der kan ligge betydelige gevinster i form af produktionsgevinst, nettobesparelse i sygehusvæsen og besparelse i sygedagpenge ved blot en relativ beskeden ændring af borgernes daglige motionsindhold. Dernæst er det formålet generelt at skærpe interessen for SIW og hermed sikre et endnu stærkere grundlag for opbygning af sport, idræt og wellness som et hovederhverv i regionen. Endelig vil fokus på sundhed og motion også have en profilerende effekt for regionen.

8.4.1 Case

Den følgende case er taget fra Canada, hvor en statslig instans har formuleret en motionsstrategi for hele landet. Fokus er på den almindelige borger. Samtidig er det forhåbningen, at man kan styrke talentgrundlaget. I strategien er dernæst formuleret en række delmål, som strækker sig over en lang række emner med relevans for idræt. Casen er interessant i forhold til den sunde region pga. analoge mål og delmål; Blandt andet bedre interaktion mellem institutioner, foreninger mv., større idrætsaktivitet og etablering af rette rammebetingelser for vækst på området for sundhed. Det er hensigten, at der foretages løbende evaluering frem mod 2012. Af casen fremgår bl.a. betydningsfuld af tilførslen af igangsættende midler.

The Canadian Sport Policy – Sport Canada

Sport Canada er en afdeling under Department of Canadian Heritage (en afdeling under regeringen), som arbejder med formidling og profilering af canadisk samfunds- og kulturarv. Sport Canada's kerneområder er sport og fritid.

Formål og vision

Sport Canada's vision er at forbedre alle canadiers muligheder for at deltage og udmærke sig i sport.

The Canadian Sport Policy er et langsigtet strategisk tiltag, der iværksættes på forskellige strukturelle niveauer (nationalt, regionalt og kommunalt) og i forskellige perioder. I øjeblikket arbejder Sport Canada med planen "The federal-provincial/territorial priorities for collaborative action 2002-2005".

Canada Sport Policy's vision er inden 2012 at have tilvejebragt et dynamisk og inspirerende sportsmiljø, der gør det muligt for alle canadiere at udøve, involvere sig i og nyde sport i den grad, deres evner og interesser tillader det.

Baggrund for planen

Trods positive resultater ved vinter-OL i 2002 skuffede canadiske idrætsudøvere generelt i de efterfølgende internationale stævner og konkurrencer, og der blev sået tvivl om det nuværende systems effektivitet i forhold til andre landes systemer. Derfor blev Canada Sport Policy iværksat. Canada Sport Policy skal fungere som en fælles referenceramme, et fælles sprog, som alle fremtidige planer og initiativer inden for sport og fritid skal udvikles i overensstemmelse med. Canada Sport Policy er således et gennemgribende tiltag, der skal give alle sports- og fritidsinitiativer i Canada et fælles ansigt og bl.a. forbedre samarbejde og koordination mellem stat og regioner og mellem regioner og kommunale sportsforeninger.

Baggrunden for planen skal også findes i ønsket om at reducere de omkostninger, der kan relateres direkte til manglende motion, som skønnes at koste ca. 2,1 mia. canadiske \$ om året.¹⁴

¹⁴ Rapport: Canada Sport Policy.

Målgruppe og delmål

Målgruppen er alle canadiere. Canada Sport Policy er altså ikke et decideret talentudviklingstiltag, men er i højere grad rettet mod at stimulere til et større idrætsforbrug og bl.a. herigennem at øge potentialet for flere talenter.

Canada Sport Policy beskriver følgende delmål:

Forøget deltagelsesprocent: En signifikant højere procentdel af personer fra alle samfundssegmenter skal involveres i alle former for sportsaktiviteter i alle former for deltagelse (aktiv, træner, hjælpefunktion o.l.). Forøget deltagelsesprocent skal opnås gennem følgende prioriteringer: 1) Information om deltagelse i sport og 2) Fokus på idræt og andre fysiske aktiviteter i skolerne.

Bedre excellence: Talentmassen skal forøges og canadiske atleter og hold skal løbende opnå verdensklasseresultater på højeste internationale niveau gennem fair og etisk korrekt træningsmåde. Bedre excellence skal opnås gennem følgende prioriteringer: 1) Forbedring af Atlet & Sport præstations-systemet (internt system).

Forøget kapacitet: De essentielle komponenter i et etisk atlet/deltager-centreret system skal på plads og løbende undergå moderniseringer og forbedringer. Forøget kapacitet skal opnås gennem følgende prioriteringer: 1) Implementering af et CBET-program (Competency Based Education and Training), 2) Udvikling af en Sport Event Hosting strategi¹⁵, 3) Forbedring af sport- og fritidsfaciliteter, 4) Implementering af "Canadian Strategy on Ethical Conduct in Sport" og 5) Økonomisk styring af sportsforeningers ressourcer.

Forbedret interaktion: Komponenterne i it-management-systemerne skal være bedre forbundne og kommunikere bedre til glæde for systemets interessenter. Forbedret interaktion skal opnås gennem følgende prioriteringer: 1) Forbedring af kendskabet til sport i de forskellige ministerier og oplysning om fordelene ved sportslig engagement, 2) Løbende kommunikation med sportsforeningerne, 3) Forbedret samarbejde mellem sportsforeningerne og 4) Forhandling af bilaterale aftaler til fremme for Canada Sport Policy.

Disse delmål støber fundamentet for den videre udvikling af Canada Sport Policy – den plan, der skal afløse/erstatte den nuværende plan (the federal-provincial/territorial priorities for collaborative action 2002-2005).

Tidshorisont

Handlingsplanerne igangsættes på rullende basis og overlapper således hinanden. Det har ikke været muligt at fremskaffe en oversigt over de forskellige planers (kommende) starttidspunkt. I øjeblikket er førømtalte plan (the federal-provincial/territorial priorities for collaborative action 2002-2005) for samarbejdet mellem stat og regioner ved at nærme sig sin afslutning.

Implementeringen af Canada Sport Policy løber frem til 2012.

¹⁵ Denne Hosting Plan skal arbejde for at tiltrække store internationale stævner til landet og skabe opmærksomhed omkring de økonomiske, kulturelle og sociale sidegevinsten, der skabes ved at arrangere store stævner. Hosting Plan opfylder altså flere end blot sportslige mål for den canadiske regering.

Hvordan sættes initiativet i gang?

Canada Sport Policy' visioner og mål opnås gennem udvikling og implementering af en samlet handlingsplan på fire niveauer.

- 1) En føderal regeringshandlingsplan
- 2) Handlingsplaner på regionsniveau (forskellig fra region til region)
- 3) En kollaborativ forbunds(national)-regional handlingsplan
- 4) Handlingsplaner administreret af de enkelte sportsforeninger (nærmest kommunalt niveau).

Afsatte midler¹⁶

Budgettet for Sport Canada 2004 lå på canadiske \$100 millioner, svarende til kr. 511 millioner. Midlerne kommer fra den canadiske regering, der gennem de årlige ydelser søger at implementere den nye idrætspolitik. Det er alment anerkendt, at de \$ 100 mio. ikke rækker til at sætte gang i en decideret fornyelsesproces. Derfor har den nuværende minister for sport i sinde at søge nye midler for at sætte gang i udviklingen.

Da Canada Sport Policy er den overordnede nationale strategi, kan samtlige afsatte ressourcer relateres direkte til projektet gennem de beskrevne handlingsplaner.

Evaluering af plan

Der er planlagt gennemførelse af dels cost-benefit analyser, dels "economic impact"-studier i forbindelse med evalueringer af de forskellige handlingsplaner. En "interim report" dokumenterer bl.a. følgende fremskridt inden for de forskellige opstillede delmål:

Forøget deltagelsesprocent:

- Nationale-territoriale aftaler vedtaget i 2003 med initial fokus på at forøge deltagelsen i sportslige aktiviteter.
- Politisk godkendelse af Canadian Strategy on Sport and Physical Activity for Girls and Women (2004), der fokuserer på specielt piger og kvinders deltagelse i sportslige aktiviteter.
- Et specielt program for benchmarking og tilsyn med deltagelse i sportslige aktiviteter blandt børn, unge, piger, kvinder og urbefolkningens aktivitetsniveau er blevet iværksat.
- Adskillige nationale-territoriale aftaler om sport i skoler er vedtaget.
- Det konkluderes i rapporten, at markant flere canadiere er involveret i sportslige aktiviteter.

¹⁶ http://www.canadianheritage.qc.ca/proqs/sc/pubs/tablesroundes-roundtables/synopsis/2_f.cfm

Bedre excellence:

- Det regionale udvalg har bl.a. godkendt følgende:
 - udviklingen af en langsigtet atlet-udviklingsmodel, der skal fungere som hjælpemodell til sportsorganisationer i arbejdet med planlægning og programlægning af atleternes karriere og træningsforløb.
 - indsættelsen af et sportspanel, der skal levere ledelsesrådgivning og investeringsanbefalinger til nationale investeringspartnere.
- Større nationale investeringspartnere (Sport Canada, Canadian Olympic Committee, CODA) har taget tiltag til at harmonisere deres investeringer for sport på eliteplan.
- Den canadiske regering har øget det årlige tilskud til sport på eliteplan til historisk højt niveau (CAD \$143,4 M årligt, hvilket svarer til ca. DKK 730 millioner).
- Udarbejdelse for anbefalinger for målsætninger til vinter-OL og Paralympiade 2010.
- Det konkluderes endvidere, at talentmassen er forøget, og at canadiske atleter og hold skal opnå verdensklasseresultater på højeste internationale niveau gennem fair og etisk korrekt træningsmåde.

Forøget kapacitet:

- Det regionale udvalg har godkendt følgende:
 - strategisk ramme for hosting-strategien, der har til formål at tiltrække store internationale sportsarrangementer til Canada.
 - indledende planer for en international sportsarrangementskoordinationsgruppe.
- Formulering af handlingsplan for et tiltag, der har til formål at fremme etisk opførsel i sport.
- Formulering af handlingsplan for et tiltag, der har til formål at bekæmpe doping i sport.
- Formulering af handlingsplan og anbefalinger til ministre for et tiltag, der har til formål at øge urbefolkningens deltagelse i sport.
- Optællinger over eksisterende inventar og faciliteter er gennemført, behovsanalyser opstillet og en ramme for en infrastrukturpolitik er opstillet.
- Undersøgelse om urbefolkningens deltagelse i sport- og fritidsaktiviteter gennemført (2002).
- Det konkluderes endvidere, at de essentielle komponenter i et etisk atlet/deltagercentreret system er på plads og undergår løbende moderniseringer og forbedringer.

Forbedret interaktion:

- Udarbejdelse af anbefaling til det regionale udvalg om at godkende en række nøglefaktorer, der belyser fordelene ved deltagelse i sportslige aktiviteter og fysisk aktivitet.
- Kommunale sportseksperter er blevet medlemmer af nationale-territoriale sportskommissionsarbejdsgrupper.
- Kommunikationsplan iværksat for at fremme regeringens interaktion med sportsforeninger.
- Det konkluderes endvidere, at komponenterne i it-management-systemerne er godt forbundne og kommunikerer godt til glæde for systemets interessenter.

Baggrundsmateriale og kontaktpersoner

http://www.pch.gc.ca/progs/sc/pubs/fptact/1_e.cfm

Selve Canada Sport Policy' hjemmeside.

http://canada.gc.ca/main_e.html

Canadas public service hjemmeside.

http://www.pch.gc.ca/progs/sc/index_e.cfm (officiel hjemmeside)

Sport Canada's officielle hjemmeside.

http://www.pch.gc.ca/progs/sc/pol/pcs-csp/2003/polsport_e.pdf

Rapport: Canada Sport Policy.

Kontakt:

Christine Vezina

christine_vezina@pch.gc.ca

Tlf.: 0+001+819+934+0389

Sidder i Canadian Heritage og arbejder i afdelingen med Canada Sport Policy.

8.5 Spor 5: Sydfynsk wellness

Vision

Sydfyn – Danmarks stærkeste og mest foretrukne wellness-region.

Mission

At etablere en wellness-taskforce, som kan igangsætte en målrettet udvikling af wellness-turismen i området.

Formål

Wellness-turisme bliver spået et endog ganske betragteligt vækstpotentiale i den vestlige verden. Udviklingen er endnu ikke slået helt igennem i Danmark og slet ikke på Sydfyn til trods for, at regionen rummer et stort potentiale.

Med etableringen af en regional wellness-taskforce er det formålet at afsøge konkrete muligheder for nye initiativer inden for wellness. Det handler om at afsøge interessenter, investorer, skabe relationer og alliancer og endelig være med til at udvikle ideer.

Det er vurdering at der her kan opnås en betydelig beskæftigelsesmæssig effekt, men det kræver, at ambitionerne sættes højt, og at man er i stand til at tilvejebringe regulære wellness-resorts i regionen.

Indhold

Taskforcen skal formulere en strategi, der både tager højde for den eksisterende lovgivning, regions- og lokalplan og samtidig peger på konkrete mulige placeringer og aktørsammensætninger for potentielle wellness-initiativer.

Taskforcen skal bestå af en gruppe mennesker, som både har det lokale og regionale kendskab, og som samtidig er bekendt med wellness temaet, og hvad det konkret skal indeholde for at blive til attraktive wellness-produkter, der har international appeal.

Der bør sættes et konkret mål for taskeforcen, eksempelvis at man inden for et antal måneder grundigt har afsøgt mulighederne for at etablere regulære initiativer og faciliteter rettet mod wellness-forbrugeren. Herefter skal taskeforcen præsentere en liste med potentielle projektideer med tilhørende interessenter, finansiering osv.

Relation til strategiske fokusområder

Strategisporet er direkte rettet mod vækstpotentialet, skitseret under temaet "Wellness-turisme".

Regionale effekter

De regionale effekter kan blive betydelige, men det forudsættes, at man har vilje til at gå vejen. Med etableringen af wellness-resorts kan turismeudviklingen sandsynligvis styrkes væsentligt, ligesom man også har mulighed for at øge omsætningen uden for den typiske feriehøjsæson.

Inden for de seneste 10 år er der skabt mere 200 arbejdspladser på Sydfyn inden for hotel- og restaurationsbranchen, men væksten har været aftagende de seneste par år. Wellness kunne være et godt bud, hvordan vækstraten kan rettes op igen. I Tyskland er der flere eksempler¹⁷ på, at man forventer, at wellness-bølgen alene vil medføre turismeindustrien en vækst på 10 % over en 5-årig periode, og det er endda i et område, hvor der allerede er en veludbygget wellness-industri. De 200 nye arbejdspladser, der er skabt inden for turismeindustrien i region i de seneste 10 år, svarer netop til en stigning på 10 %.

8.5.1 Case

Den følgende case har fokus på en østrigsk wellness-strategi, som har en meget ambitiøs målsætning om at blive Europas wellness-nation nr. 1. Casen er yderst relevant i forhold til udviklingen af Sydfyn til et centrum for wellness, da Østrig på mange områder er langt fremme i udviklingen af en sådan region.

Casen viser, at der gennem interaktioner mellem branchens aktører kan skabes et marked for wellness-turisme ved at udnytte de allerede eksisterende kompetencer i regionen. Ved at skabe en fælles identitet i forhold til kvalitet og image oplever branchen i dag en betydelig større vækst, end der ellers ville have været set. Casen viser også, at der kan skabes vækst på området alene ved, at private aktører bliver enige om en fælles strategi, fx ved at nedsætte en taskeforce i samråd med regionale/nationale udviklingsråd mv.

¹⁷ Eksempelvis Reiseland Niedersachsen.

Austria - Wellbeing Destination of Europe

"Austria-Wellbeing Destination of Europe" er titlen på et program, som det østriske turistråd, Austrian National Secretary for Tourism (ANST), har søsat for at gøre landet til destination nr. 1 inden for sundhedsturisme.

Formål og vision

Formålet med projektet er at positionere Østrig som destination nr. 1 i international turisme. I erkendelse af nødvendigheden af en differentieringsstrategi har man valgt at satse på en firstrengnet klyngestrategi med fokus på hhv. wellness, kur, rehabilitering og klinikophold – kort sagt alt inden for sundhedsturisme.¹⁸



Baggrund for planen

Baggrunden for planen er en tilpasning af markedet for turisme.¹⁹ Turismen er et meget væsentligt erhverv i Østrig, hvor det anslås, at erhvervets godt 500.000 beskæftigede tegner sig for 10 % af landets bruttonationalprodukt.²⁰

Turismens betydning skyldes bl.a., at landet i modsætning til mange andre lande (fx Danmark) har 2 højsæsoner – vinter og sommer.

Der satses på ydelser af høj kvalitet, og deres motto lyder; "Wo in Österreich Gesundheitstourismus draufsteht ist auch nachweislich Gesundheit drin."

Målgruppe og delmål

Målgruppen er primært kapitalstærke udenlandske turister, især tyskere, der har råd til at dyrke sundhed og velvære i forbindelse med ferieophold. Der satses således mest på eksklusivitet.

¹⁸ <http://www.wellbeingdestination.com/austria.htm> (her fremgår delelementerne i de fire strategier i oversigtsform).

¹⁹ Østrigs samlede areal er på knap 83.870 km², dvs. dobbelt så stort som Danmarks, og har et samlet befolkningstal på 8,131 mio. Kilde: <http://www.ambwien.um.dk>.

²⁰ Turismeanalyse, jf. kilder.

Tidshorisont og struktur

Visionen er, at Østrig år 2010 betragtes som turistmål nr. 1 i Europa inden for sundhedsturisme, "Zentrum Europas". Projektet tog form i starten af 2001, og første fase løb til december 2002, hvor man dannede det klynge-lignende selskab "Wellbeing Destination Austria GmbH", der har til opgave at føre projekterne videre og dermed realisere turismeerhvervets visioner.

Selskabet "Wellbeing Destination Austria GmbH" har en helt unik struktur i form af en mangfoldig blanding af aktører/partner; Offentlige som private repræsentanter, virksomheder, sammenslutninger, regionale og nationale organisationer. Foruden turistorganisationerne er der således mere end 120 selvstændige virksomheder, der står bag selskabet, der derfor på mange måder er enestående, både i national og international henseende. Parterne har i fællesskab ansvaret for udviklingen og opretholdelsen af landets kompetencer inden for sundhedsturisme og synergier mellem turisme og sundhed.

Hvordan sættes initiativet i gang?

Projektet blev sat i gang ved hjælp af 11 nøgleprojekter²¹, der styres og ledes af "Wellbeing Destination Austria GmbH", jf. figur. Alle projekter og aktiviteter organiseres i seks områder:

- 1) Udvikling af brand: Austria - Wellbeing Destination of Europe
- 2) Kvalitetssikring (Seal of Quality): Forbedring/kontrol af serviceniveau
- 3) Marketing og distribution: Udvikling af nye markeder
- 4) Kvalificering: Sikring af uddannelsers faglighed i forhold til projektet
- 5) Research og innovation: Proaktiv holdning
- 6) Marketing af location: Sikre investeringer i Østrig.



²¹ De respektive projekter, jf. figur, er beskrevet på website: <http://www.wellbeingdestination.com/austria.htm>.

Finansiering

Finansieringen af initiativer mv. styres af non-profit selskabet "Wellbeing Destination Austria GmbH", der efter startfasen (2003-2004) skal køre med en selvstændig økonomi uden statstilskud. I opstartsfasen finansieres udviklingen af selskabet af selskabets ejere og statstilskud.

Incitamentet til at indgå i partnerskab er fordele som bedre kommunikation, indflydelse på udvikling, videndeling, fælles branding, etc.²²

Den samlede investering (kapitalgrundlag) beløber sig til ca. 635.000 Euro, svarende til ca. 4,7 mio. kr.

Evaluering af plan

Ifølge projektdeltager Ernst Miglbauer er det stadig for tidligt at drage konklusioner på de igangværende initiativer. Umiddelbart er hans konkrete bud, at der er skabt en tilvækst på 10 % i det årlige antal turister, alene pga. initiativerne. Om de langsigtede mål nås, vil først synliggøres ved projektets afslutning. Dog er det et faktum, at der har været en stigende international anerkendelse af den kvalitetsmæssige positionering. Denne anerkendelse betragtes som en stor succes, da dette danner grundlag for en øget turisme i fremtiden.

Baggrundsmateriale og kontaktpersoner

Turismeanalyse:

<http://ny.oem.dk/Diverse/Turisme04/Turismdelanalyse3.pdf>

Generelt om Østrig:

<http://www.ambwien.um.dk>

Internetsider relateret til projektet:

www.wellbeingdestination.com/

Konkrete link:

<http://www.wellbeingdestination.com/presse/presseinfos/PA%201%20Jahr%20Austria%20-%20Wellbeing%20Destination%20of%20Europe.pdf>

<http://www.wellbeingdestination.com/presse/presseinfos/Projektbeschreibung05-01.pdf>

<http://www.wellbeingdestination.com/austria.htm>

Kontaktpersoner:

Mag. Ernst Miglbauer

Partner, Invent GmbH

Projektdeltager i "Wellness Destination in Europe"

Tlf.: +43 (0)7234-83627

Günther Nowak, Best Health Austria Gesellschaft für Gesundheitstourismus GmbH

Tlf.: +43 (0)427236-2031 (arbejde) / +43 664203-1360 (mobil)

guenther.nowak@strafinger.at

²² For detaljerede oplysninger om fordelene ved samarbejdet henvises til: <http://www.wellbeingdestination.com/austria.htm>.