



”En sko passar inte allas fötter”

En fallstudie kring medlemmars upplevelser av träningskortsanvändande

Emma Almström

Maja Lundin

2014

Praktik med examensarbete i Idrottspedagogik, 15 hp

Almström, Emma & Lundin, Maja (2014). *"En sko passar inte allas fötter" - en fallstudie kring medlemmars upplevelser av träningskortsanvändande*. (One shoe does not fit everyone's feet - a case study on member's experiences of training card usage). Praktik med examensarbete i idrottspedagogik, 15 hp. Idrottsvetenskapliga programmet, Pedagogiska institutionen. Umeå universitet.

Abstract

Physical exercise is a trend that continues to grow, especially at the gym, but there are still members that do not use their training card in full. The overall aim of this study was therefore to investigate infrequent member's experience of their training card. To answer this, focus was on motives to card purchase and perceived opportunities and difficulties of using the training card. The data was collected at IKSU through a group interview with four managers within the organization, a questionnaire replied by 39 infrequent members and of those 11 individual interviews. The results showed that the motives differed between the informants but the main was the physical health. The three factors that were identified as affecting were frame-, facility- and personal factors. The conclusions drawn was that training facilities can develop procedures to capture their infrequent members in three areas; the occasion for the card purchase, customized training card and follow-up.

Key words: Training facility, motives, drop out, adherence, consumer culture, infrequent members

Nyckelord: Träningsanläggning, motiv, avhopp, vidhållande, konsumtionskultur, sällananvändare

Innehållsförteckning

Inledning	1
Syfte och frågeställningar	2
Bakgrund och tidigare forskning	2
Metod	8
Urval	8
Genomförande	9
Enkät som metod	11
Intervju som metod	12
Analysmetod	14
Bortfall.....	16
Etiska överväganden.....	17
Reliabilitet, validitet och generaliserbarhet	17
Metoddiskussion	18
Resultat	20
Ökad medvetenhet	20
Inte helt nöjda	22
Motiv, möjligheter och svårigheter	25
<i>Informanterna</i>	25
<i>Olika motiv</i>	25
<i>Påverkande faktorer</i>	26
Diskussion	31
Slutsatser	37
Förslag på vidare forskning	39
Referenslista	40
Bilaga 1	43
Intervjuguide - Gruppintervju.....	43
Bilaga 2	44
Enkät med följebrev.....	44
Bilaga 3	50
Intervjuguide - Individuella intervjuer	50

Träning är en trend som fortsätter att växa, detta kan bland annat ses i att utbudet av träningsanläggningar ökar. Förutom att vara en plats för endast träning har dessa blivit en social mötesplats och ett träningskort kan även ses som en statussymbol (Kraupp & Norell, 2011). Enligt Söderström (1999) engagerar sig allt fler i den så kallade gymkulturen och menar att det inte längre bara handlar om träning utan även marknaden kring den, såsom hälsokost och klädmode. Trots denna träningstrend har IKSU, Idrottsklubben Studenterna Umeå, noterat att ett flertal medlemmar inte använder sitt träningskort till fullo (medlemskoordinatören, personlig kommunikation, 27 mars, 2014). Detta är något de vill undersöka närmare för att uppnå sin mission - att få människor att må bättre (IKSU, 2014a).

Söderström (1999) beskriver att gymkulturen är ett uttryck för det moderna samhället, vars utveckling influerar de aktiviteter som erbjuds på gym. Det finns många olika motiv för träning på friskvårdsanläggningar som kan påverka en individs träningsmönster. Dessa är framför allt relaterade till utseende, inre tillfredsställelse samt för att må bra. Något annat som påverkar är de hinder som upplevs i samband med aktiviteten. Bengtsson och Schultz (2006) beskriver att de som sällan använder sitt friskvårdskort upplever flera olika hinder och det vanligaste är brist på tid. Författarna menar att det krävs nya strategier för att minska upplevda hinder och på sätt underlätta för dessa individer att vara fysiskt aktiva. För att hitta rätt strategi är det väsentligt att fånga upp dessa individer. Kanske är det just upplevda hinder som orsakar det så kallade "drop out-fenomenet", eller avhopp, som enligt Annesi (2003) sker bland hela 40-65 % av dem som nyligen införskaffat ett träningskort. De medlemmar som tenderar att säga upp sitt träningskort tidigt är de som använder det mindre än en gång per vecka under de första månaderna efter inköp och därför bör dessa uppmärksammas (McCarthy, 2004). Annesi (2003) påstår att få anläggningar använder någon typ av evidensbaserad metod för att främja vidhållande av medlemmar på ett systematiskt sätt.

IKSU vill, trots ett stadigt ökande antal medlemmar (teamledarna för gruppträning respektive gym, personlig kommunikation, 1 april, 2014), fortsätta utveckla sin verksamhet för att uppnå, förutom sin mission, visionen om att ha Sveriges nöjdaste medlemmar, kunder och medarbetare (IKSU, 2014a). Ett medlemssegment som då är intressant för dem att fokusera på är de som innehar ett träningskort men använder det sällan, så kallade sällananvändare. Teoretiskt sett är sällananvändaren den optimala medlemmen för att maximera vinstmarginalen, men detta är något som går emot IKSU:s tankar om den nöjda medlemmen. En nöjd medlem för IKSU är en

medlem som är lojal, det vill säga använder träningskortet aktivt och regelbundet (medlemskoordinatör, personlig kommunikation, 1 april, 2014).

För att skapa förståelse kring hur sällananvändare väljer att använda sitt träningskort kan en utgångspunkt i motiv samt upplevda möjligheter och svårigheter kring användandet av det användas. Genom att undersöka sällananvändares upplevelser kan kunskap genereras kring vad träningsanläggningar kan och bör utveckla för att få nöjda och lojala medlemmar.

Syfte och frågeställningar

Det övergripande syftet med denna studie är att undersöka sällananvändares upplevelser av träningskortsanvändande. Utifrån detta finns även en intention att kunna ge förslag på hur träningsanläggningar kan utvecklas. De frågeställningar som kommer att fokuseras är;

- Vilka motiv för köpet av träningskort kan ses bland sällananvändarna?
- Vilka möjligheter och svårigheter upplevs bland sällananvändare angående träningskortsanvändandet?

Bakgrund och tidigare forskning

I detta avsnitt beskrivs träningsanläggningens roll i den rådande konsumtionskulturen, hur IKSU som organisation ser ut, hur de har uppmärksammat gruppen sällananvändare samt vilken forskning som tidigare har gjorts på området.

Smith Maguire (2008) menar att gymmet numera konkurrerar med andra aktiviteter på fritidsmarknaden. Den kroppsideal som råder idag framställs enligt Sassatelli (1999) genom bilder på den energiska, välformade kroppen och gymmet ses som den plats där denna skapas. Vad som sker här blir därför intressant att studera då det kan ses som ett direkt resultat av konsumtionskulturen. De normer som finns uppmuntrar individer att ta ansvar för sin kropp och att investera i sitt utseende. Något som är centralt inom konsumtionskulturen beskrivs av Featherstone (2007) som förvandlingskonceptet. Media framställer det oändliga utbudet av material och metoder för att förändra sin livsstil, identitet och kropp. Kroppen gestaltas som ett uttryck för det goda livet och måste upprätthållas, repareras och förbättras.

Enligt Söderström (1999) växer gymkulturen och likaså antal individer som engagerar sig inom den - det är därför svårt att få en bild av hur omfattande denna kultur faktiskt är. I grund och botten anses gymmet vara en lokal med tillgänglighet för fysisk träning där styrketräning är i fokus. Men trots detta växande fenomen är forskningsinsatserna få, kulturen relativt outforskad och med tanke på dess bredd blir det därför relevant att undersöka teorier som inte enbart är kroppsrelaterade när gym studeras. Ständig påverkan från media där kroppen står i fokus kan skapa motiv för att en individ ska engagera sig i träning och gymkulturen. Gym ses idag som en del av en modern kultur då den följer samhällets svängningar, inte bara i vilken typ av träningsform som är i tiden utan även gällande klädstil och uttrycksformer. Söderström (1999) lyfter fram olika "typer" på gymmet beroende på beteende, träningsstil och klädstil. På gymmet finns en mer osynlig hierarki än den som finns i akademins värld. Den finns där i form av vem som exempelvis är störst eller starkast. Detta blir därför utgångspunkter för vilken status och position individen har på ett gym. Att vara "rätt" klädd på gymmet blir också en viktig del då detta kopplas till att känna grupptillhörighet. Smith Maguire (2008) beskriver att kommersiella träningsanläggningar i USA har blivit den primära platsen för produktion och konsumtion av träning och involverar allt fler sociala grupper världen över. Att inneha ett träningskort på någon typ av träningsanläggning ger idag en viss status. Idag producerar träningsanläggningar träning som en aspekt av livsstil och fritidskonsumtion och utvecklingen har sedan 1970-talet gått från att fokusera på enskilt manligt och kvinnligt till att idag attrahera båda könen. Då gymmen idag är en viktig komponent i vardagslivet för många individer är det inte oväntat att allt fler anläggningar väljer att influera sitt utbud med ett underhållningsvärde för att bryta av vardagen.

Som en del av denna konsumtionskultur är IKSU en aktör på träningsmarknaden. De är en ideell idrottsförening, vilket innebär att det inte finns en ägare som kräver utdelning utan överskottet går direkt tillbaka till verksamheten. Föreningen "ägs" istället av medlemmarna. Dock bedriver IKSU en träningsverksamhet som på många sätt liknar kommersiella träningsanläggningar. Idag innehar IKSU Nordens största träningsanläggning. Under 2013 omsatte koncernen 108 miljoner kronor (sportchefen, personlig kommunikation, 24 april, 2014) och har omkring 22 000 medlemmar. De har tre olika anläggningar i Umeå; Sport, som är den största, Spa och Plus. Sport är beläget på campusområdet, Spa på Umedalen och Plus centralt i stadskärnan. På Sport erbjuds ett stort utbud av olika aktiviteter såsom gruppträning, gym, beachvolleyboll, simning, klättring, squash, golfsimulator samt utrymmen för ett flertal lagidrotter. Här finns även en avdelning för fysioterapi där det finns möjlighet att boka tid för massage, naprapati och sjukgymnastik (IKSU, 2014b). Träningsverksamheten erbjuder idag sex olika typer av

träningkort som erbjuder tillgång till anläggningarnas utbud i olika utsträckning (IKSU, 2014c).

IKSU:s *mission* är att få människor att må bättre. Verksamheten ska bidra till bättre hälsa, både ur fysiska och psykosociala dimensioner. Deras *vision* är att ha Sveriges nöjdaste medlemmar, kunder och medarbetare. Allt de gör ska utföras på ett sådant sätt att medlemmen trivs, tycker väl om dem och gärna stannar kvar inom verksamheten. *Verksamhetsidén* är att erbjuda ett varierat utbud med hög standard inom områdena fysisk aktivitet, hälsotjänster och rekreation. IKSU vill inspirera och motivera till en sund livsstil där alla är välkomna (IKSU, 2013).

IKSU arbetar just nu med kvalitetsutveckling av sin gym- och gruppträningsverksamhet och har i och med detta gjort en översikt av hur nyttjandegraden av träningkortet ser ut. Vid denna granskning framkom det att ett flertal medlemmar innehar ett träningkort men endast använder det 0-1 gång per vecka, så kallade sällananvändare. Vad som fokuseras i kvalitets- och utvecklingsarbetet baseras på information från 'The International Health, Raquet and Sportsclub Association' (IHRSA) där företag inom hälso- och fitnessindustrin kan bli medlemmar för att få verktyg till att bli än mer framgångsrika (IHRSA, 2014). I dokumentet "*IHRSA's guide to membership retention*" (McCarthy, 2004) nämns flera olika faktorer som kännetecknar en framgångsrik träningsanläggning. Bland annat ses ett tydligt samband mellan hög nyttjandegrad av träningkortet och lojala medlemmar. Detta samband kopplade IKSU till de identifierade sällananvändarna som därför har blivit en fokusgrupp för kvalitetsarbetet. Träningsverksamhetens medlemskoordinator menar att IKSU:s uppdrag är att få medlemmarna att må bättre och känna sig framgångsrika i sin träning på anläggningarna (medlemskoordinatorn, personlig kommunikation, 1 april, 2014). De sällananvändare som är missnöjda med sin nyttjandegrad ses därför som ett centralt kundsegment att genomlysa.

Det är få studier som har gjorts på nyttjandegrad av träningkort. Det som har fokuserats är bland annat drop out-fenomenet. Pridgeon och Grogan (2012) undersökte i sin kvalitativa intervjustudie vilka upplevelser aktiva och före detta gymmedlemmar hade kring vidhållande och avhopp från träning. En fenomenologisk analys användes för att analysera materialet, vilket innebar en tolkning av individernas berättelser om fenomenet. Denna studie fokuserade i analysen på skillnader mellan de aktiva och de före detta gymmedlemmarnas upplevelser. Tre teman kunde identifieras som gemensamma nämnare bland informanterna - förebilder, kultur och vanor. Temat träningsberoende diskuterades endast bland de aktiva och socialt stöd bland

de före detta gymmedlemmarna. Både de informanter som var aktiva och de före detta gymmedlemmarna ansåg det vara viktigt att ha en förebild för att hålla sig motiverad. Dock kunde en könsskillnad ses, då några kvinnliga före detta gymmedlemmar beskrev denna jämförelse med någon de ansåg vara starkare eller snyggare som negativt eftersom det fick dem att må dåligt. Temat kultur handlade om att vissa normer som existerar i gymmet som tävling, maskulinitet och stöttande atmosfär tilltalade de aktiva men inte de före detta gymmedlemmarna. En av de före detta manliga gymmedlemmarna menade att kulturen inte passade hans identitet och detta fick honom därför att sluta. Vanor var det enda tema som samtliga respondenter var överens om, där vikten av att ha en regelbunden träningsrutin var essentiellt för att fortsätta träna. De före detta gymmedlemmarna menade att ett stort hinder för dem att komma tillbaka till gymmet var att komma in i dessa rutiner igen. Träningsberoendet framkom som en stark faktor till att de aktiva medlemmarna gick till gymmet. Vissa av dem prioriterade till och med bort andra viktiga aspekter i sitt liv såsom relationer och arbete. Det sociala stödet lyftes fram i form av betydelsen av att ha en träningspartner, där förlorandet av denne var en framträdande anledning till att sluta träna. En träningspartner innebar för de före detta gymmedlemmarna ökat självförtroende, hålla sig fokuserad, bibehålla motivation samt kunna slå bort negativa tankar om sin träningsnivå. Författarna föreslår att gym bör beakta samtliga fem faktorer som nämnts ovan vid utformningen av sina erbjudna tjänster på anläggningen (Pridgeon & Grogan, 2012).

I och med att drop out-fenomenet har uppmärksammats har strategier för vidhållande intresserat forskare. Effekter av träning är enligt Annesi (2003) ett välstuderat område men undersökningar om att börja och att vidhålla en viss träningsgrad saknas, detta trots att gymkulturen blir allt större. All information kring träning och de faktorer som spelar in i denna kultur anses vidare av författaren som inaktuell då 40-65 procent av nya medlemmar på träningsanläggningar tenderar att säga upp sitt träningskort efter 3-6 månader. För att kunna se hur vissa individer resonerar kring sitt tränande och föreslå hur mönster för vidhållande av träning kan stärkas rekommenderar Annesi (2003) utifrån sin studie evidensbaserade metoder i form av olika beteendeanalyser. Dessa metodteorier menar han kan vägleda medlemmar, minska tidiga avhopp, öka närvaro och därmed ändra negativa träningsbeteenden som kan ses på träningsanläggningar runt om i världen. Det krävs att de medlemmar som köper ett träningskort själva sätter upp konkreta mål samt planerar hur dessa ska uppnås då detta kan vara avgörande för om de väljer att fortsätta med sin träning eller inte. Träning påverkar känslor både positivt och negativt och de som känner en negativ känsla efter sin träning löper större risk för tidiga

avhopp. Ledare på träningsanläggningar är vanligtvis fysiologiskt skolade och saknar viss pedagogisk grund, vilket gör det svårare för dem att uppmärksamma vissa beteenden hos medlemmar. Med ett pedagogiskt perspektiv kan tre möjliga metoder enligt Annesi (2003) ses som lämpliga för intervention; förändring i träningsmängd, egna uppsatta mål och stöd i träningen. Vilken av dessa metoder som är mest effektiv är svårt att se men anses av författaren vara viktiga att behålla för att kunna vända trenden gällande tidiga avhopp och attrahera medlemmar till ett aktivare liv.

Ett annat område som har studerats tidigare är vilka motiv individer har för att träna. Ryan, Frederick, Lipes, Rubio & Sheldon (1997) genomförde ett projekt som innefattade två studier där de tittade på deltagarmotiv samt vidhållande av fysisk aktivitet. För att undersöka deltagarnas motiv användes formuläret "*motivation physical activity measure*". Fokus lades på initiala motiv som prediktorer för vidhållande där de inte gjorde något antagande om att dessa är stabila över tid. De hypoteser de utgick från var att a) tränande individer rapporterar yttre kroppsrelaterade motiv som de viktigaste till att de tränar, b) kroppsrelaterade motiv inte underlättar vidhållande av träning och c) större inre motivation för träning, specifikt nöje och kompetens, förutspår vidhållande. Resultaten visade att vidhållande associerades med motiv som nöje, kompetens och socialt samspel och inte med motiv relaterat till fitness eller utseende. Författarna föreslår att för att främja vidhållande bör motiv som nöje och kompetens marknadsföras mer än de kroppsrelaterade motiven och att fortsatt forskning kring hur inre motivation inom träningspromotion kan förhöjas skulle kunna bidra till ökat vidhållande av fysisk aktivitet.

Enligt Riksidrottsförbundet (RF, 2001) har svenskars motionsvanor på gym ökat kraftigt de senaste åren men vilka individer det handlar om och vad de har för motiv till att träna har RF svårt att uttala sig om. Därför kartlade RF träningsvanor och motiv för att träna i gymmiljö via en postenkät. Undersökningen visade att majoriteten tränar mellan 1-2 gånger i veckan och kvällstid. Det vanligaste motivet till att träna var både bland kvinnorna och männen för att "må bättre" och att "bibehålla/förbättra hälsan" samt "förbättra konditionen". Märkvärt fler kvinnor än män angav för att "det är roligt" och för att "gå ner i vikt" medan männen svarade mer frekvent att det var för att "få mer muskler". Majoriteten av respondenterna svarade för att "det är roligt", "själv få snyggare kropp" och "koppla av" utövade aerobics. Det framkom även att många använder styrketräning som komplement för att utöva en annan idrott. Det som påverkade valet av träningsanläggning mest var närheten till hemmet eller arbetsplatsen. Det

var även viktigt att det ska vara "prisvärt", det ska finnas "bra träningsredskap" och "bra utbud" samt att träningsanläggningen ska vara "öppen större delen av dygnet".

För att undersöka hur en träningsanläggning kan påverka medlemmars individuella närvaro, totala nyttjandegrad samt antal avhopp implementerade Bonkemeyer Haymond (2013) i sin studie ett viktningsprogram på ett amerikanskt gym. Data kring ovanstående punkter samlades in under två sexmånadersperioder innan respektive efter viktningsprogrammet för att jämföra eventuella skillnader. Till programmet anlätades två personliga tränare samt en dietist. Resultaten visade att cirka 91 procent av medlemmarna ökade sin närvaro. De slutsatser som drogs var att ett viktningsprogram som detta kan ha en positiv påverkan på gymmedlemmars närvaro. Viktningsprogrammet innefattade flera aspekter såsom träning, kost, utbildning och rådgivning. Författaren menar att vilken kombination som helst av dessa kan användas för att höja närvaron då deltagarna erbjuds en strukturerad träningsplan, en form av lagarbete genom gruppträning, vägledning av professionella instruktörer, ökat ansvarstagande från de gymanställda, regelbundna kontroller i form av invägning och fysiska tester samt ökad motivation genom viktning. Författarens förhoppning är att gymägare ska uppmuntras att införa liknande medlemsprogram för att höja närvaron.

Prichard och Tiggemann (2008) nämner att nyligen gjorda studier inte fokuserar på träningsfrekvensen utan istället individers tankar kring träningen och varför individer väljer att träna. Av tidigare studier har det framkommit att kvinnors motiv till att träna idag är för att förbättra sin vikt eller form. Gymkulturen bidrar till en ökad oro kring kroppsuppfattning då atmosfären på träningsanläggningar sätter den perfekt formade kroppen i fokus. Konstant jämförelse sker och detta i form av klädmode, bilder på den perfekta kroppen och andra individer som vistas på gymmet. Träningen blir alltså allt mer objektifierad. Med denna bakgrund syftade enkätstudien av Prichard och Tiggemann (2008) till att undersöka gym som en objektifierad miljö och anpassning för olika gymmedlemmar. Fokus låg på sambandet mellan olika träningsformer, objektifiering, självkänsla och relationen mellan dessa samt påverkan av engagemang eller avståndstagande från viss typ av träning i gymmiljön. I studien såg författarna att det erbjöds två typer av träning på gym - gruppträning och individuell träning - och att dessa två former attraherar olika individer. Motiven skiljde sig men de kategorier som motiven kan delas upp i är ofta desamma; hälsa, nöje, humör, vikt, kroppen och fysisk attraktionskraft. Författarna såg tydliga samband mellan vikt och attraktionskraft som starka motiv till att individer engagerar sig inom träning. De äldre kvinnorna tränade för hälsa och

kondition och yngre kvinnor för utseendet. Författarna menar att fokus på kroppen och viktnedgång stämmer överens med träningsanläggningars objektifierade natur men frågar sig om detta verkligen är hälsosamt. Att delta i gruppträningspass sågs som ett socialt tillfälle för många kvinnor men de faktorer som frambringade negativa känslor i gruppträningen var musik och instruktörer som inte motiverar deltagarna, vilka i vissa fall bidrog till avståndstagande från passen helt. Ett praktiskt exempel som lyftes i denna studie är att gym behöver ett mer funktionellt sätt att främja hälsa och njutning i träningen och ta bort fokus på hur kroppen ska framställas. Då det i studien tydligt framgick att kvinnors motiv till träning är relaterade till utseende är detta något som gym borde satsa resurser på att förändra (Prichard och Tiggemann, 2008).

Metod

För att besvara syftet och frågeställningarna valdes fallstudie som metod med en kombination av kvantitativ och kvalitativ datainsamling. En fallstudie är enligt Merriam (1994) en vetenskaplig metod som kan innehålla en mängd olika ämnesteoriska och filosofiska perspektiv. Fallstudien kan både utveckla och testa teorier utifrån kvantitativ och kvalitativ information, som i denna studie genererades genom gruppintervju, enkät och individuella intervjuer. Då syftet var att studera medlemmars upplevelser av träningskortsanvändande på en djupare nivå ansågs fallstudien vara lämplig då den kan ge insikt om komplexa sociala system som består av en mängd olika variabler.

Urval

Då det med studien fanns en intention att kunna ge förslag på hur träningsanläggningar kan utveckla sin medlemsverksamhet ansågs det vara relevant att undersöka vad anläggningen, i detta fall IKSU, gör idag, vad de är villiga att göra samt vilken uppfattning de har om sina medlemmar. Ett urval gjordes därför baserat på det Gratton och Jones (2010) kallar för "key informant technique". Detta innebär att fyra ansvariga inom träningsverksamheten - teamledarna för gruppträning respektive gym, medlemskoordinatören samt verksamhetschefen för träning – tillfrågades om att delta i en gruppintervju då de har specifika kunskaper kring och ett intresse för detta område. Data från denna intervju redovisas i resultatavsnittet för att kunna koppla till sällananvändarnas upplevelser.

Trost (2005) och Bell (2006) är ense om att urvalet ska vara så homogent och representativt som möjligt för den totala populationen. I relation till områdets bakgrund och tidigare forskning ansågs det därför vara väsentligt att populationen i denna studie skulle utgöras av individer som inte använder sitt träningskort till fullo. IKSU bedömdes vara en lämplig arena för datainsamlingen då de lyft problembilden kring sällananvändare, både författarna befann sig i Umeå samt att IKSU är stadens största träningsanläggning. I samspråk med medlemskoordinatören identifierades en lämplig målgrupp - de medlemmar som använder sitt träningskort 0-1 gång per vecka, som i studien alltså benämns som sällananvändare. För att avgränsa denna gjordes ett urval utifrån de som köpt någon typ av träningskort på IKSU under januari månad 2014 med en användarstatistik på 0-8 besökstillfällen under februari och mars. Denna typ av urval nämner Merriam (1994) som ett kriterierelaterat urval i och med att specifika kriterier skulle uppfyllas av målgruppen som kan kopplas till McCarthys (2004) påstådda samband. Detta resulterade i 289 utskickade enkäter som besvarades av totalt 21 individer. Då detta innebar en alltför låg svarsfrekvens gjordes ett ytterligare urval utifrån de som köpt sitt träningskort under februari månad med samma användarstatistik som de i det första urvalet men under mars och april. Detta resulterade i ytterligare 175 utskickade enkäter som besvarades av 18 individer. De två urvalen genererade alltså totalt 39 besvarade enkäter.

En form av kriterierelaterat urval användes även till de individuella intervjuerna. I detta fall var restriktionerna baserade på att informanterna skulle ha besvarat enkäten, angett sig som inte helt nöjd med nyttjandegraden av sitt träningskort samt vara intresserad av att ställa upp på en intervju. De så kallade "missnöjda" sällananvändarna ansågs vara relevanta att fokusera på då deras missnöje kan ses som ett tecken på en vilja att förändra sin situation. Med andra ord kan de anses som formbara. Totalt deltog 11 individer i dessa intervjuer för att bidra med mer kvalitativ data än vad enkäten kunde generera. Ett så högt antal informanter som möjligt blev viktigt för studien då svarsfrekvensen i enkäten var alltför låg.

Genomförande

Innan datainsamlingen kunde påbörjas genomfördes en inläsning på det utvalda området där relevant forskning och begreppsdefinitioner fokuserades. Umeå universitetsbibliotek besöktes där tillämpbar metodlitteratur lånades. Sökningar gjordes bland annat på databaserna Ebsco och Google Scholar med sökord som "träningskort + motiv", "drop out fenomen + gym", "gym

membership”, “gym dropouts” samt “exercise adherence + barrier”. Information från IKSU, i form av diverse dokument, deras hemsida och genom personlig kommunikation, insamlades även i detta stadium. Utifrån denna information konstruerades intervjuguiden (se bilaga 1) inför gruppintervjun som bokades in via IKSU:s medlemskoordinator. Denna pågick i cirka 60 minuter och skedde i ett konferensrum på IKSU Sport där båda författarna närvarade. Författarna hade huvudansvar att intervjua två informanter var. Då den ena författaren intervjuade antecknade den andra det som upplevdes som mest relevant utifrån studiens syfte och frågeställningar. Anteckningarna sammanfattades i efterhand för att kunna redovisas i resultatavsnittet.

Utifrån materialet som gruppintervjun genererade utformades en enkät där hänsyn även togs till studiens syfte och frågeställningar, något som Bell (2006) menar är grundläggande att utgå från vid konstruktionen av en enkät. Enkäten syftade till att kartlägga vad som påverkar de identifierade sällanvändarnas nyttjandegrad. För att leva upp till personuppgiftslagens krav skickades den färdigkonstruerade enkäten till IKSU:s medlemskoordinator, som i samspråk med marknadsansvarig anpassade enkäten så att den skulle vara lämplig att skickas ur via deras kanaler. De förde över frågorna till en webbmall som de vanligtvis använder sig av då IKSU själva skickar ut enkäter. Innan mailet, innehållande ett följebrev samt en länk till webbenkäten, skickades ut kontrollerades enkäten av studiens författare. Den slutgiltiga enkäten återfinns i bilaga 2. Data från denna sammanställdes av IKSU:s marknadsansvarige i form av en Excelfil som innehöll både sifferdata och färdiga diagram.

De respondenter som inte ansåg sig vara helt nöjda med nyttjandegrad av sitt träningskort samt angett sig vara intresserade av att delta i en individuell intervju, fem från första urvalet och 10 i det andra, kontaktades via den mailadress de lämnat i enkäten. Intervjuguiden till intervjuerna utformades utifrån de svar som enkäterna bidrog med och återfinns i bilaga 3. Av de 15 intresserade respondenterna genomfördes därefter individuella intervjuer med 11 av dem. Informanterna erbjöds att antingen bli intervjuade per telefon eller att träffas på IKSU Sport. Sex intervjuer genomfördes på IKSU Sport och fem per telefon. Telefonintervjuerna utfördes av en författare åt gången medan båda var aktiva vid dem på Sport. Dessa varade mellan 20-30 minuter vardera, förutom en som tog omkring 60 minuter. Intervjuerna spelades in med en iPhone 4 respektive 4s och transkriberades för att kunna analyseras. Materialet analyserades genom kategorisering för att kunna urskilja gemensamma nämnare i informanternas utsagor.

Enkät som metod

Enligt Gratton och Jones (2010) är en enkel definition av enkät en standardiserad uppsättning av frågor för att få information från en individ. Ejlertsson (1996) menar att det krävs ett omfattande planerings- och tankearbete innan själva frågorna kan formuleras. De frågor som ställdes i denna fas av studien var vilken information som behövdes för att besvara syftet och frågeställningarna. Utifrån detta bestämdes vilka frågor enkäten skulle behandla för att få den typ av information som önskades samt hur denna data kan analyseras för att kunna besvara frågeställningarna, detta menar Gratton & Jones (2010) är viktigt under förberedelserna. Denna enkät baserades därför i den information som insamlats i den grundläggande inläsningen samt de områden som framkom som relevanta utifrån gruppintervjun. Detta resulterade i ett antal "problemområden", exempelvis nyttjandegrad, möjligheter och svårigheter, som sedan bröts ner för att kunna identifiera delkomponenter. Dessa formulerades till konkreta enkätfrågor för att skapa mätbara variabler, som Ejlertsson (1996) beskriver är lämpligt.

Bell (2006) lyfter vikten av att placera frågorna i en lämplig ordning för att underlätta besvarandet för respondenten. I denna enkät gjordes detta genom att inleda med lättare bakgrundsfrågor för att gradvis övergå till mer specifika frågor kring motiv och nyttjandegrad. Syftet med enkäten var att generera kvantitativ data, alltså undersöka vilka motiv som finns hos sällananvändarna, vilka möjligheter och svårigheter som upplevs samt hur vanliga de är bland sällananvändarna för att kunna dra generaliserbara slutsatser. En mer strukturerad enkät valdes då Bell (2006) menar att det kan underlätta analysen av den. Detta kan i denna enkät ses i att majoriteten av frågorna var slutna, alltså hade fasta svarsalternativ.

Vid valet av denna metod övervägdes vilken typ av information som eftersträvades. Målet var främst att kunna generalisera svaren för att dra en rimlig slutsats kring hela populationen, det vill säga sällananvändarna. Därför krävdes ett större stickprov, som flera metodförfattare (Gratton & Jones, 2010; Bryman, 2002; Ejlertsson, 1996) anser kan möjliggöras genom att använda en enkät. Detta är även en av enkätens fördelar - att kunna få ett större urval till en lägre kostnad. Andra fördelar med en enkät menar Ejlertsson (1996) bland annat är att respondenten kan besvara frågorna i lugn och ro, medan Bryman (2002) lyfter fram att jämfört med intervjuer sparar enkäter enormt mycket tid då ett stort antal kan skickas ut samtidigt. Vid en korrekt utformning av enkätfrågorna påverkar forskaren heller inte respondentens svar i samma grad som vid en intervju och därmed minskar risken för felkällor.

Bryman (2002) nämner även de nackdelar som kan ses med en enkät. Om respondenterna är osäkra på vad en fråga innebär finns ingen intervjuare närvarande som kan förklara det och inga följdfrågor kan heller ställas för att få fylligare svar. Enkät som metod tenderar även till att ge stort bortfall (Gratton & Jones, 2010). För att försöka minska detta skickades enkäten ut via IKSU:s kanaler i form av mail, inklusive ett antal påminnelser till de som inte besvarat enkäten. Antal frågor begränsades då alltför många kan avskräcka respondenten om den upplevs ta alltför lång tid, syftet med enkäten klargjordes tydligt i ett följebrev samt att en webbenkät valdes för öka bekvämligheten för respondenterna. Vid en webbenkät finns dock ingen garanti för vem det är som verkligen har besvarat den. Trots detta blev bortfallet stort, vilket beskrivs mer ingående under rubriken "Bortfall" samt "Metoddiskussion". Bryman (2002) nämner att en fördel med enkät är att det går snabbare att administrera. Dock kräver enkäten mycket tid gällande konstruktionen av den då det är viktigt att frågorna är relaterade till syfte och frågeställningar samt att de är tydliga och lämpligt formulerade för respondenterna. För att kontrollera detta skickades en pilotenkät ut till ett tiotal personer som ombads ge kommentarer kring frågorna och svarsalternativen som resulterade i en mindre revidering.

Intervju som metod

Som redan nämnts genomfördes inledningsvis en gruppintervju samt 11 individuella intervjuer. Enligt Bell (2006) kan en gruppintervju innebära en informell träff innefattande individer som har samma intresse, vilket var fallet i denna studie. Trost (2005) anser att gruppintervjuer helst ska undvikas då de mest språksamma lätt tar över och att deltagarna kan påverka varandra. Dock var ett av motiven till att genomföra gruppintervjun att spara tid, som Bryman (2002) nämner kan förekomma, både för studien och informanterna. Detta blev den avgörande faktorn till denna intervjuform. En intervjuguide konstruerades med de olika verksamhetsområdena som teman (se bilaga 1) där en individ i taget intervjuades men där övriga närvarande kunde flika in med kommentarer och synpunkter. Gruppintervjun syftade till att få en bättre överblick kring hur träningsverksamheten ser ut och hur de arbetar idag, vilken uppfattning de ansvariga har gällande sällananvändare och bidra med information om vad enkäten skulle behandla för att kunna jämföra med sällananvändarnas upplevelser.

De individuella intervjuerna som genomfördes i denna studie var semi-strukturerade, som enligt Gratton och Jones (2010) karaktäriseras av en intervjuguide där intervjuledaren följer

förbestämda frågeställningar men kan vara flexibel under intervjuens gång genom att ställa lämpliga följdfrågor för att få mer information om ett specifikt ämne. Då denna studie hade specifika frågeställningar eftersträvades en viss typ av information från informanterna, vilket gjorde den semi-strukturerade intervjun till ett lämpligt metodval framför exempelvis en ostrukturerad intervju, där analysen kan försvåras om de olika informanterna skulle lyfta fram olika saker. Metodvalet motiveras även av att denna studie genomfördes av två studenter som valt att studera ett specifikt fält och ville kunna säkerställa en viss jämförbarhet mellan informanternas utsagor.

För att konstruera en lämplig intervjuguide användes en kombination av metodlitteratur (Bryman, 2002; Trost, 2005; Bell, 2006; Gratton & Jones, 2010). För att informanten redan från början ska känna sig bekväm menar Gratton och Jones (2010) att intervjun bör inledas med några enkla frågor som inte nödvändigtvis är direkt relaterade till studiens syfte. Först i slutet av intervjun kan mer personliga och provocerande frågor ställas då mer förtroende har skapats mellan intervjuaren och informanten. Detta gjordes i denna studie genom ett inledande tema med bakgrundsfrågor likt enkäten, detta även för att informanten inte kunde kopplas till en specifik enkät. Nästa steg är enligt Bryman (2002) att skapa teman. Dessa ska innehålla homogena frågor och vara följsamma för att skapa ett sammanhang. Frågorna ska vara relaterade till studiens syfte och frågeställningar, men inte vara alltför specifika. Resten av intervjuguiden resulterade i och med detta i tre teman; dåtid, nutid och framtid. Författaren betonar vikten av att informanten förstår frågorna, alltså att använda ett passande språk, för att kunna undersöka hur individen uppfattar och handlar kring ett specifikt fenomen. Enligt både Bryman (2002) och Gratton och Jones (2010) ska frågorna formuleras så att samtliga informanter tolkar dem på liknande sätt. Intervjuguiden bör vara väl övervägd i termer av *vilka* uppfattningar om *vad* som är relevant att behandla samt hur de ska formuleras för att studien ska bli så reliabel och valid som möjligt. Frågorna ska vara så pass öppna att alternativa idéer och synsätt kan framföras och därför ska ledande frågor undvikas. För att möjliggöra ovanstående utfördes en pilotintervju, som Bell (2006) anser vara kritiskt för att få ett reliabelt resultat. Pilotintervjuer menar Gratton och Jones (2010) vara avgörande för att se hur frågorna tolkas, hur lång tid intervjun tar, kunna avgöra om någon komplettering är nödvändig samt fungera som ett testtillfälle för att intervjuaren ska känna sig trygg i sin roll.

För att underlätta för informanterna erbjöds de att genomföra intervjun antingen på IKSU Sport eller per telefon. Bryman (2002) menar att telefonintervjuer är billigare och mindre

tidskrävande än direkta intervjuer. Något som både kan ses som en för- och nackdel är olika faktorer hos intervjuarna såsom kroppsspråk, kön och ålder. En telefonintervju distans minskar denna felkälla då intervjuaren och informanten inte ser varandra. Dock kan inte intervjuaren avläsa vilka uttryck informanten visar då denne besvarar vissa frågor och inte heller använda sig av visuella hjälpmedel för att förtydliga oklarheter. Något som kan uppstå under en telefonintervju är att fel individ intervjuas eftersom det inte kan säkerställas vem denne är enbart på rösten. I denna studie övervägde dock fördelarna då högsta prioritet låg vid att få tillräckligt många informanter, speciellt med tanke på den låga svarsfrekvensen från enkäten, vilken nämns under avsnittet "Urval".

Gratton och Jones (2010) anser att intervjuer är lämpliga att använda för att samla in kvalitativ data ur informantens perspektiv då de ger rikare svar. Bell (2006) menar att intervjuaren kan anpassa sig under intervjuens gång för att följa upp intressanta teman som informanten lyfter fram. Huvudsyftet i denna studie var inte att kunna generalisera insamlad data utan att kunna beskriva variationen i sällananvändares uppfattningar och upplevelser. I intervjuer ansågs därför bäst kunna bidra till detta. Det är just den flexibilitet och det djup som intervju som metod erbjuder som är dess fördelar, medan de nackdelar som föreligger är att det är en tidskrävande och subjektiv metod, eftersom intervjuaren ska tolka det informanten har berättat och därmed kan färga resultatet. Intervjuerna har i denna studie planerats noggrant i form av framställning av viktiga teman och frågeställningar, lämpliga analysmetoder, en tidsplan samt en pilotintervju.

Analysmetod

I en enkät sammanställs data i en tabell eller ett diagram som ger läsaren en överblick av vad respondenterna svarat (Bell, 2006). Som tidigare nämnts genomfördes sammanställningen i denna studie av IKSU:s marknadsansvarige som redan besatt verktyg för detta. Informationen från enkäten syftade till att undersöka vilka svarsalternativ som var mest förekommande bland sällananvändarna och därför utgjordes majoriteten av frågorna av så kallade alternativfrågor. På så sätt kan mönster bland de olika respondenterna ses som ger studien relevant kvantitativ information. Undantaget var en fråga där respondenterna fick möjlighet att med egna ord beskriva vad som skulle kunna bidra till att dennes användande av IKSU-kortet skulle öka.

Dessa svar analyserades genom en kategorisering där gemensamma nämnare bildade kategorier, i detta fall bland annat tid och specifika önskemål om gruppträningspass.

Bryman (2002) menar att kvalitativa forskare i en intervju är intresserade av både *vad* informanten säger och *hur* denne säger det. Studiens intervjuer spelades studien in och inspelningar skrevs därefter ut, det vill säga transkriberades. Fördelen med att göra detta är att informantens ord och sätt att uttrycka sig kan bevaras på ett sådant sätt att en rik analys kan åstadkommas. För att sedan analysera utskriften från de individuella intervjuerna användes i denna studie kategorisering som metod, vilket Kvale, Brinkmann och Torhell (2009) beskriver som ett sätt att systematiskt skapa en begreppsmodell kring ett uttalande och som skapar förutsättningar för kvantifiering. Syftet med detta var att kunna identifiera gemensamma nämnare hos intervjupersonerna av betydelse för studiens syfte och frågeställningar.

En del i kategoriseringen är enligt Kvale et al. (2009) att använda sig av kodning. Detta innebär att ett eller flera kodord knyts till ett textsegment för att underlätta senare identifiering av ett uttalande. Detta kan göras på flera intervjuer för att skapa ett sammanhang, vilket var fallet för denna studie. Intervjuutskriften granskades noggrant ett flertal gånger innan arbetet med kodning inleddes. Kodningen genomfördes därefter av båda författarna där utskriften studerades samtidigt och för studien relevanta begrepp identifierades som kodord. Kodorden i de separata intervjuutskriften jämfördes för att identifiera regelbundenhet och kunna tolka vilka av begreppen som kan anses mer intressanta än andra, detta för att skapa en helhet i utformningen av studiens resultat. De olika kodorden samlades under tre huvudkategorier; *ram-, anläggnings- och personliga faktorer* då dessa ansågs påverka sällan användarnas upplevda möjligheter och svårigheter med sitt träningskortsanvändande. Kodorden framställs i avsnittet "Resultat" som underkategorier (se tabell 2). Efter att kategorierna fyllts med kodord genomfördes en ytterligare tolkning. Detta innebär att faktorer utöver det direkt sagda diskuterades för att utveckla strukturer och relationer som inte framträdde omedelbart och tydligt i utskriften (Kvale et al., 2009). Denna slutgiltiga tolkning utgör underlaget för både resultat och diskussion.

Bell (2006) beskriver att det alltid finns en risk för bias, eller skevhet, när det gäller tolkningar av svar och meningar. Detta för att författaren till arbetet kan göra subjektiva tolkningar av de svar som erhållits under intervjun. Denna risk kan bli extra stor då forskaren ska använda egna kodningar och tolkningar av meningar för att underlätta hanteringen av en intervju. Kvale et al.

(2009) förklarar detta problem vidare genom att beskriva att den vanligaste invändningen mot tolkning av intervjuanalyser är att olika uttolkare ofta hittar olika innebörd i samma intervju. För att minska risken för bias genomfördes bearbetningen gemensamt av båda studiens författare.

Bortfall

Bortfall innebär enligt Ejlertsson (1996) att de individer inom målpopulationen som avsetts undersökas inte besvarade undersökningen. Det finns två typer av bortfall - externt och internt. Författaren beskriver det externa bortfallet som de individer i urvalet som vägrar eller inte har möjlighet att delta i undersökningen, medan internt bortfall innebär att enstaka frågor i en enkät inte har besvarats av ett antal respondenter. Enkät som metod medför generellt ett större bortfall än exempelvis intervjuer, i synnerhet webbenkäter då respondenterna kan se utskicket som skrappost eller liknande (Gratton & Jones, 2010). I denna studie gjordes två urval bestående av 289 respektive 175 stycken medlemmar som valdes utifrån tidigare nämnda kriterier. Enkäten skickades ut via IKSU:s kanaler bestående av ett mail med en länk till enkäten. Ett påminnelsemail gick ut en respektive två veckor efter utskickad enkät. Dessvärre besvarade endast 39 personer enkäten. Detta bortfall klassas alltså som externt, vilket Ainetdin och Tillgren (2001) menar påverkar den statistiska säkerheten i resultatet och kan därmed försvåra generaliserbarheten samt ger låg validitet. Bortfallet försöktes minskas genom ett flertal aspekter som Bryman (2002) nämner. I mailet med länken till enkäten bifogades ett följebrev innehållande bland annat studiens syfte, vikten av besvarandet av den och att informationen skulle behandlas konfidentiellt. Två påminnelser per enkät skickades ut. Enkäten innehöll omkring 20 frågor och beräknades ta högst 10 minuter, vilket kan definieras som en kort enkät. Alla frågor utom en hade fasta svarsalternativ. Enkäten var utformad utifrån IKSU:s mall vilket gav den en attraktiv layout. Varje fråga hade tydliga instruktioner. En bortfallsanalys genomfördes inte då en sådan inte upplevdes skulle generera värdefull information då svarsfrekvensen på enkäten var så pass låg och medlemmar troligen inte skulle visa mer intresse för en sådan undersökning.

Etiska överväganden

Vetenskapsrådet (2011) lyfter fram vikten av att följa de forskningsetiska riktlinjer som finns för god forskning vilket främst handlar om att skydda individen. Då enkäter och intervjuer ska användas som datainsamlingsmetoder i denna studie är detta viktigt att uppfylla för att forskningen ska avses vara etiskt rätt. *Informationskravet* i denna studie realiserar genom att deltagarna informerades innan både enkäterna och intervjuerna om studiens syfte, vilken uppgift de har i denna samt vilka villkor som gäller för deras deltagande. *Samtyckeskravet* verkställdes genom att informera deltagarna om att de själva fick bestämma kring sin medverkan samt att de gav sitt samtycke. Samtycket gavs i enkäten genom att de besvarade den och i intervjun gavs samtycket det muntligt. Något som kan vara mer problematiskt att tillgodose fullt ut i denna studie är *konfidentialitetskravet*, då IKSU nämns som uppdragsgivare. Dock kodades enkäterna och informanterna hålls avkodade i uppsatsen genom att använda fingerade namn för att skydda deras identitet. Till sist handlar *nyttjandekravet* om att de data som samlas in endast ska användas för detta examensarbets ändamål.

Reliabilitet, validitet och generaliserbarhet

Reliabilitet, eller tillförlitlighet, är ett mått på i vilken grad ett datainsamlingsverktyg ger samma resultat vid olika tillfällen. Till exempel kan en fråga under en intervju eller i en enkät ge en viss typ av svar i en situation men ett helt annat vid en annan situation, detta sänker alltså studiens tillförlitlighet. En intervju ska alltså vara oberoende av vem som utför den (Bell, 2006). Validitet, eller giltighet, är ett mått som bedömer hur väl ett datainsamlingsverktyg mäter eller beskriver det som är tänkt att mätas. Syftet med validitet är alltså att kunna ge trovärdiga slutsatser. Då en intervjuguide eller enkät konstrueras är därför validiteten central för att kunna ge relevanta svar. Om en fråga saknar reliabilitet är den inte heller valid. Dock innebär inte hög reliabilitet per automatik att validiteten är likaså. Exempelvis kan en fråga ge liknande svar vid olika tillfällen utan att mäta det som är tänkt att mätas (Bell, 2006). För att möjliggöra hög validitet och reliabilitet i denna studie användes, som redan nämnts, relevant metodlitteratur samt att en pilotintervju genomfördes med två individer insatta i området. Generalisering (n.d.) innebär enligt Nationalencyklopedin "*härledning av allmän slutsats från enskilda exempel*". Att generalisera innebär alltså att göra något allmänt, det vill säga påstå att något gäller för allt eller nästan allt. Merriam (1994) beskriver att det inte finns någon enighet om resultatet från en fallstudie går att generalisera eller inte. Vissa forskare anser att denna metod har vissa

begränsningar medan andra anser att ett generaliseringsbegrepp som stämmer överens med kvalitativa studiers underliggande filosofi är lämpligare att använda. För att denna studie ska ha en hög generaliserbarhet ska alltså enkätrespondenterna och intervjupersonerna kunna representera en större grupp, i detta fall sällananvändare av träningskort.

Metoddiskussion

Valet att använda fallstudie som metod passade denna studie då det ansågs värdefullt att samla in både kvantitativ och kvalitativ data. Detta då målgruppen var så pass specifik och arenan för undersökningen omfattande. Enkäten, den kvantitativa datainsamlingen, syftade till att kartlägga samt få kontakt med urvalsgruppen. Störst fokus lades sedan på intervjuerna, den kvalitativa datainsamlingen, då målet med studien var att skapa djupare förståelse kring låg nyttjandegrad av träningskort. Det är även detta som är studiens styrka - kombinationen av flera olika datainsamlingsverktyg. Gruppintervjun, enkäten och de individuella intervjuerna kompletterar varandra som ger både en bred och djup bild av det undersökta området och kombinationen av dem höjer studiens reliabilitet, validitet och till viss del även generaliserbarhet.

Då syftet med denna studie var att kunna beskriva sällananvändares upplevelser av träningskortsanvändande betraktades IKSU som en lämplig arena att genomföra datainsamlingen på. En stor fördel med detta val är att organisationen är stor och innefattar en mängd olika kundsegment som är intressanta att studera. För att kunna dra generella slutsatser hade det varit optimalt att genomföra datainsamlingen på flera anläggningar för att fånga in så många grupper som möjligt med olika livssituation, exempelvis pensionärer, studenter och de med familj. IKSU är främst studentinriktat så det finns en möjlighet att studien har gått miste om andra grupper som kunde ha påverkat resultatet. Dock ansågs detta inte möjligt då studien inte hade tillräckligt med tid för förfogande, vilket Bell (2006) menar påverkar urvalet.

Den faktor som främst har påverkat denna studies reliabilitet är bortfallet i enkäten. Svarefrekvensen hamnade på cirka 8 procent, vilket enligt Bryman (2002) är oacceptabelt. Dock menar han att risken för skevhet minskar om man kan visa att de som inte besvarat inte skiljer sig från de som har det. Dock har dessa respondenter och informanter bidragit med information som även tidigare forskning har visat och anses därför kunna bidra till att besvara studiens

övergripande syfte. Både författarna och medlemskoordinatören på IKSU var redan innan datainsamlingens start medvetna om att denna målgrupp skulle bli svåra att få tag på men de kriterier som satts upp ansågs viktigare att följa än att höja svarsfrekvensen maximalt. De alternativ som finns för att lättare få tag på respondenter är exempelvis att stå på anläggningen och dela ut enkäterna men detta var varken lämpligt eller möjligt då, åter igen, kriterierna för målgruppen var så specifika. De åtgärder som var möjliga, inom IKSU:s ramar, att vidta för att minska bortfallet anses ha gjorts. En bortfallsanalys upplevdes inte vara erforderlig då svarsfrekvensen varit så pass låg och det därför var ytterst otroligt att de som valt att inte besvara enkäten skulle visa intresse för en sådan.

För att pröva enkätens kvalitet genomfördes en mindre pilotstudie. Dock hade denna kunnat vara mer omfattande då valet av frågorna samt deras formulering kan tänkas ha påverkat hur respondenterna graderade sin nöjdhet med nyttjandegraden av sitt IKSU-kort. Då det framkom att det främst var ram- och personliga faktorer som påverkade detta och att de egentligen var ganska nöjda med hur IKSU arbetar kanske de skulle ha graderat sin nöjdhet högre om andra frågor ställts. Likadant gäller för de individuella intervjuerna då analysen visade att få nämnde några yttre kroppsrelaterade motiv. Detta kan förklaras med att utseende kan vara ett känsligt ämne att diskutera i en situation som upplevs som mindre bekväm. Hade andra frågor eller relevanta följdfrågor ställts skulle eventuellt annan information ha framkommit.

Analysen, som genomfördes med hjälp av kategorisering enligt Kvale (2009), innebar en tolkning av informanternas utsagor. De förkunskaper författarna har, både genom inläsning av tidigare forskning och egen erfarenhet av IKSU, både underlättade kategoriseringen men kan även ha påverkat vad som har lyfts fram och inte. Denna analysmetod sågs ändå som bäst lämpad för intervjuerna för att kunna identifiera möjligheter och svårigheter och genom det se gemensamma nämnare bland informanterna. Stundtals upplevdes det som svårt att veta vilka kodord som passade in i vilken kategori. För att få klarhet i detta användes Merriams (1994) riktlinjer om att kodorden inom en kategori ska vara homogena, det vill säga ha någon slags likhet, men kategorierna ska sinsemellan vara heterogena, alltså ska skillnaderna mellan dem vara tydliga. Utifrån detta resulterade kategoriseringen i tre huvudkategorier som anses behandla samtliga informanternas upplevda möjligheter och svårigheter.

Resultat

Resultat från respektive insamlingsmetod redovisas i detta avsnitt enligt följande; gruppintervjun under ”Ökad medvetenhet”, enkäten under ”Inte helt nöjda” samt de individuella intervjuerna under ”Motiv, möjligheter och svårigheter”.

Ökad medvetenhet

I gruppintervjun nämnde teamledaren för gymmet att det totala antalet besökare på gymmet har ökat de senaste åren, vilket gjort det välbesökt alla öppettider och under större delen av året. Under högsäsong, det vill säga tidig höst och kring jul, erbjuder IKSU upp till 250 gruppträningspass per vecka. ”Prime time”, alltså den tid på dagen som är populärast att delta på gruppträningspass, infaller för majoriteten av passen mellan klockan 16-19 på vardagar, varpå de populäraste passen prioriteras. Teamledaren för gruppträning förklarade att denna verksamhet skulle vilja förbättra hur passen presenteras för medlemmarna på exempelvis hemsidan genom att bli tydligare. Hen förklarade att det vore mycket intressant att höra vad sällananvändarna tycker, främst de missnöjda, för denna kunskap saknas idag.

Högst tryck på gymmet är kvällstid, främst i början på veckan för att sedan minska framåt helgen. Här är kundsegmentet väldigt brett - elitidrottare, pensionärer, studenter och ”vanliga” motionärer, dock är majoriteten mellan 20-35 år. Målgruppen, som förr var män, har under de senaste tio åren skiftat till att vara både män och kvinnor i samtliga åldrar med olika målsättningar. Den personal som finns tillgänglig i lokalerna är personliga tränare och sjukgymnaster som arbetar med sina schemalagda kunder men gymmet är inte alltid bemannat. Tidigare fanns det alltid någon ansvarig i gymmet som besökarna kunde rådfråga men dessa har nu plockats bort då behovet inte ansågs vara tillräckligt stort. I samband med kortköp erbjuds kunden ett tillfälle för träningsvägledning som dock inte används i den grad som IKSU önskar. Teamledaren för gymmet menade att detta kan bero på att gymbesökarna får hjälp och stöd idag på andra sätt i form av träningspartners och mobilappar. Ett utvecklingsområde som gymverksamheten idag är medveten om är att möjliggöra större ytor för populär utrustning som kräver mycket plats, såsom konditionsenheter och skivstänger, då det för dem framkommit att vissa områden idag upplevs som trånga av många gymbesökare.

IKSU Plus fungerar som ett komplement till Sport- och spakorten vilket medlemskoordinatormenaden har gynnat speciellt Spa då medlemmarna med Spakort upplever ett mervärde av att även kunna träna inne i centrum. Den typ av kontakt som IKSU har med sina medlemmar idag är genom reception och telefon, diskussionsforumet Kundo, ett månadsvis medlemsbrev via mail, de sociala medierna Facebook och Instagram samt en egen mobilapp och hemsida. Något som hen även nämnde är avsaknaden av uppföljning efter ett kortköp. De vanligaste förekommande åsikterna de får från medlemmarna är att det bör städas bättre på anläggningarna, främst i omklädningsrummet samt att många maskiner är trasiga. Teamledaren för gruppträning påstod att gruppträningen får väldigt få klagomål överlag men det har framkommit önskemål om att specifika pass ska erbjudas på specifika tidpunkter. Ett projekt som hela träningsverksamheten arbetar med, men som fortfarande bara ligger i startgroparna, är att "uppfostra medlemmarna". Detta innebär att IKSU på olika sätt ska utbilda dem i bland annat vilka trivselregler som gäller och varför det är viktigt att följa dem.

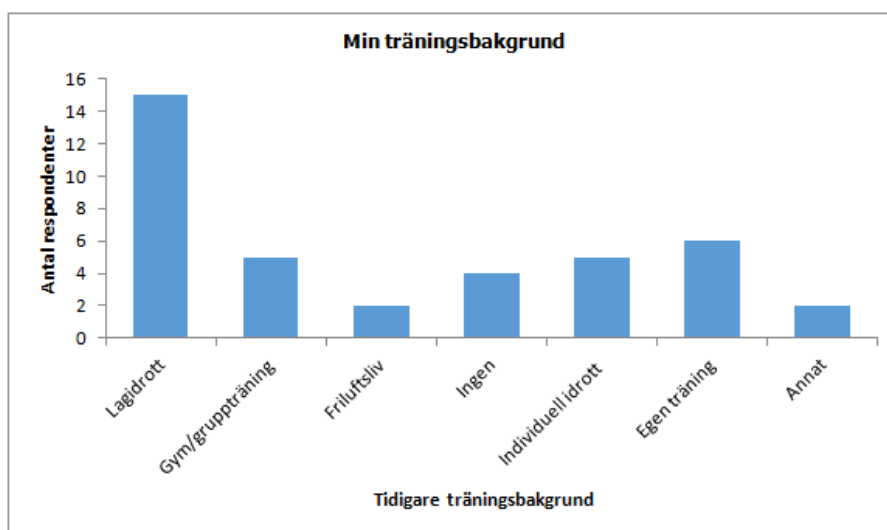
Träningsverksamheten ansågs av dennes ansvarige som den centrala inom IKSU och de är medvetna om att nöjda kunder tenderar att stanna längre. Är kunden nöjd har IKSU nått sitt mål men samtliga som närvarade vid gruppintervjun återkom ständigt till att de vill ha lojala kunder som är aktiva och nöjda för att uppnå det optimala IKSU. Något som även påverkar denna syn är att det på längre sikt är mer kostsamt att rekrytera en ny medlem än att behålla en gammal. Medlemskoordinatormenaden poängterade dock att det inte är kostnaderna som är mest relevant för verksamheten utan att fokus ligger på att medlemmarna ska må bra och trivas. Då tidsbrist är ett återkommande hinder för att gå och träna lyfte hen även att IKSU bör erbjuda mer stöd över internet samt marknadsföra barnpassningen mer.

Det som framkom som tydligast under gruppintervjun var att IKSU vill öka sin medvetenhet om medlemmarnas syfte med kortköpen. Medlemskoordinatormenaden motiverade detta genom att förklara att medlemmen i och med köpet har gjort ett aktivt val men att det i dagsläget är omöjligt att avgöra var under vägen medlemmen väljer att använda träningskortet eller säga upp det helt. En faktor som nämndes kan påverka träningskortanvändandet negativt var att träningskortet inte motsvarar de förväntningar som medlemmen hade då denne köpte träningskortet. Vilka trösklar för att nyttja träningskortet aktivt som upplevs av medlemmarna samt vilka motiv som de har för att träna anser IKSU är intressant att få mer kunskap om. Den träningsverksamhetsansvarige menade att IKSU måste minska det så kallade "glappet" mellan medlemmarnas mål och syfte med träningskortet genom att lägga fokus på att beskriva

realistiska mål för de som vill bli medlemmar. De är alltså inte intresserade av att dela in kundsegmenten i kön och åldrar utan mer utifrån medlemmarnas behov och drivkraft och därmed öka sin medvetenhet om vad medlemmarna vill.

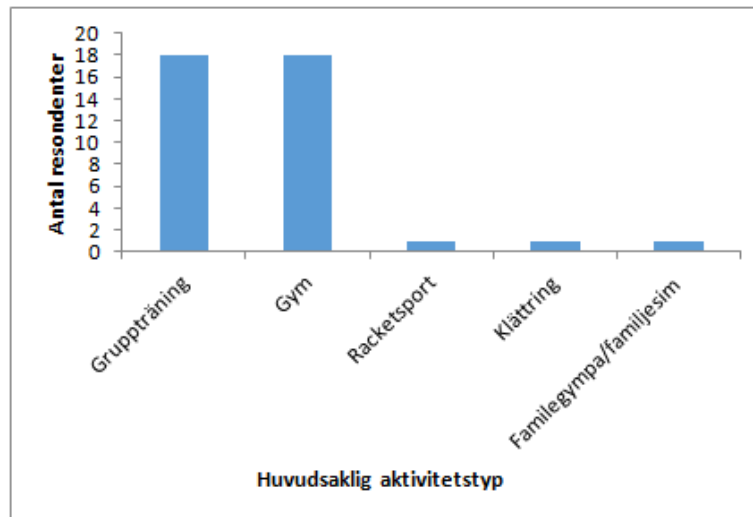
Inte helt nöjda

Totalt besvarade 39 av 464 individer enkäten. Dessa var mellan 20-66 år och majoriteten var kvinnor. Större delen av respondenterna levde i någon typ av partnerskap. 72 procent hade inga hemmaboende barn. Ungefär hälften av respondenterna studerade, 41 procent arbetade och en individ vardera var sjukskriven, pensionerad eller arbetsökande. Majoriteten hade vid svarstillfället ett Guldkort medan Spakortet var näst vanligast. De flesta tränade på eftermiddagen (33 procent) eller kvällen (41 procent).



Figur 1. Tidigare träningsbakgrund.

Figur 1 visar respondenternas (n=39) tidigare träningsbakgrund innan införskaffandet av sitt IKSU-kort. De flesta har utövat någon form av lagidrott tidigare. Resultatet visar att denna grupp är mest frekvent när det gäller sällananvändare. Denna siffra bör dock förstås med viss reservation då respondenternas representativitet för den totala populationen kan ha påverkats av den låga svarsfrekvensen.

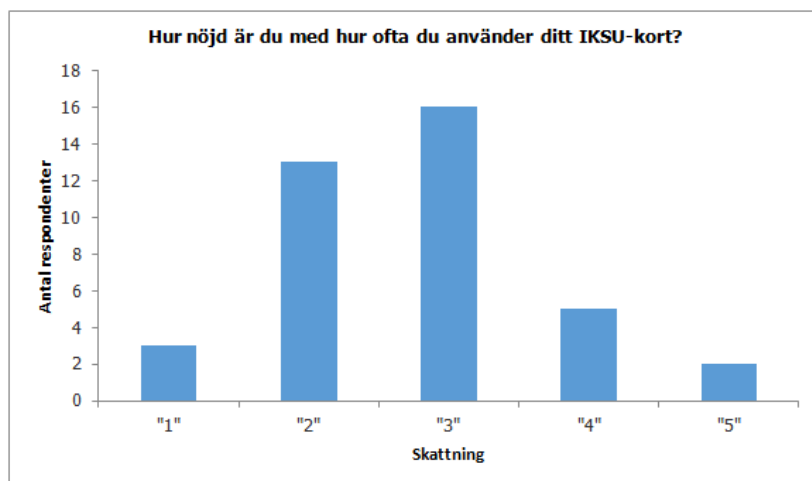


Figur 2. Huvudsaklig aktivitetstyp.

Figur 2 demonstrerar respondenternas (n=39) huvudsakliga aktivitetstyp på IKSU vid svarstillfället. Lika många utövade gruppträning och gick på gym, en individ vardera utövade racketsport, klättring och familjegympa/familjesim medan ingen av respondenterna utövade golf, mamma-baby-aktiviteter, bollsport eller simning.

Respondenterna fick i frågan om sina huvudsakliga skäl till införskaffandet av sitt IKSU-kort välja de två alternativ som de upplevde passar bäst in på dem. 29 av respondenterna angav ”den fysiska hälsan” som ett av de huvudsakliga skälen, det var även det svaret som var mest frekvent. Att ”det är roligt” samt för sitt ”psykiska välbefinnande” var två andra alternativ som utmärkte sig i som svar på denna fråga. Andra skäl som angavs var för ”den fysiska kapaciteten”, ”utseende” samt ”rehabilitering”. Motiven för att inneha sitt IKSU-kort idag skiljer sig inte anmärkningsvärt från då det köptes.

Det som hos respondenterna upplevde som det bästa med IKSU var utbudet av aktiviteter, vilket valdes av 54 procent. Det sämsta var antalet besökare samt andra faktorer, som ej motiverades närmare av dem.



Figur 3. Skattning av nöjdhet över sin nyttjandegrad av IKSU-kortet.

Respondenterna fick skatta på en skala mellan ett till fem hur nöjda de är med sin nyttjandegrad av IKSU-kortet. Ett innebar “mycket missnöjd” och fem “mycket nöjd”. Sammanfattningsvis kan resultatet ses som att majoriteten inte var helt nöjda. De som angav en etta, tvåa eller trea (n=32) ombads fortsätta besvara resterande frågor i enkäten då de därmed klassades som “missnöjda sällananvändare”, vilka var syftet att fokusera på i denna studie. Därför blev det intressant att undersöka orsakerna till missnöjet. De fick, likt frågan om de huvudsakliga skälen till införskaffandet respektive innehavet av sitt IKSU-kort, välja högst två alternativ som de upplevde passar bäst in på dem. Det mest frekventa alternativet var tidsbrist som valdes av 13 individer. Andra orsaker till missnöjet var motivationsbrist, skada eller sjukdom, den aktivitet som önskas utföras finns ej på önskad tid, avsaknad av kunskap om träning samt andra orsaker, som ej motiverades närmare av dem.

Respondenterna hade möjlighet att kommentera vad som skulle kunna bidra till att användandet av sitt IKSU-kort skulle öka. Flera av dem nämnde mån av tid som en avgörande faktor för nyttjandegraden, exempelvis “*Om vi hade 26-timmarsdygn...*” och “*Mindre att göra i mitt övriga liv*”. Andra faktorer som lyftes var sjukdom, planering av vardagen samt att kunna träna med sin partner. De önskemål som framkom var specifika tidpunkter för och antalet gruppträningspass, exempelvis “*Fler gruppPASS mellan klockan 11-14*”, längre öppettider, barnpassning på IKSU Spa samt att minska antalet besökare på IKSU Plus.

Motiv, möjligheter och svårigheter

I detta avsnitt redovisas resultaten från de individuella intervjuerna. Inledningsvis beskrivs informanterna och deras motiv till inköpet av sitt träningskort. Därefter redogörs för de faktorer som informanterna upplevde påverka sitt träningskortsanvändande, det vill säga de upplevda möjligheterna och svårigheterna.

Informanterna

För att bevara informanternas anonymitet benämns de i uppsatsen med fingerade namn. Samtliga besvarade enkäten och angav sig som inte helt nöjda med sin nyttjandegrad. Informanterna kunde dock inte kopplas till en specifik enkät.

Eva: 56 år, gift, har vuxna barn som tillfälligt bor hemma, arbetar heltid.

Moa: 26 år, har en partner, inga hemmaboende barn, studerar på heltid.

Per: 66 år, gift, inga hemmaboende barn, pensionerad.

Ida: 21 år, singel, inga hemmaboende barn, studerar på heltid.

Pia: 49 år, ensamstående, två hemmaboende barn, arbetar heltid.

Anna: 22 år, har en sambo, inga hemmaboende barn, studerar på heltid.

Alva: 25 år, singel, inga hemmaboende barn, studerar på heltid.

Karl: 24 år, singel, inga hemmaboende barn, studerar på heltid.

Mona: 41 år, gift, inga hemmaboende barn, sjukskriven på heltid.

Emil: 35 år, har en sambo, har två hemmaboende barn, arbetar heltid.

Sara: 52 år, har en sambo inga hemmaboende barn, arbetar heltid.

Olika motiv

Eva köpte sitt IKSU-kort för att Spa byggdes. Hon var utbränd och ville återhämta sig genom att hålla igång kroppen i en avslappnande miljö. För *Moa* kändes valet ganska naturligt eftersom att hon hört mycket om IKSU. Det var framför allt utbudet som tilltalade henne. Hon innehar sitt kort för hälsans skull, för att hålla sig hel. *Per* hade som motiv att göra träningen mer kontinuerlig efter sin hjärtoperation för ett par år sedan. Då han nyligen gått i pension och därmed inte längre får ett IKSU-kort via sitt arbete valde han att köpa det där själv. *Ida* fick sitt första IKSU-kort via sin gymnasieskola. När hon tagit studenten och började studera vid

universitetet valde hon att fortsätta träna här. För henne var det viktigt att kunna komplettera sin kampsportträning. *Pia* bestämde sig för att köpa sitt träningskort när hon fick höra talas om IKSU Spa, liksom *Eva*. Då hon arbetar inom kommunen ingick ett träningskort där i friskvårdsbidraget. *Pia* var för en längre tid sedan med om en ridolycka som gjort att hon knappt kunnat träna alls, men när Spa öppnades såg hon möjligheten att kunna utöva mer vattenträning eftersom att det var det som fungerade vid den tidpunkten. Hon ville träna mer regelbundet. Både *Anna* och *Alva* föll för gruppträningen när de bestämde sig för att införskaffa ett IKSU-kort. En viktig aspekt för dem var att det skulle finnas gruppträningspass för att det är roligast. *Anna* upplevde att hon här fick allt i ett. En viktig faktor för henne var från början den sociala biten men detta är inte avgörande längre. *Alva* lockades även av det stora utbudet. Även *Karl* blev rekommenderad av bekanta att träna på IKSU. Då han läser till fysioterapeut och mycket undervisning sker på IKSU underlättade ett innehav av träningskort här. *Karl* tränar för det mesta utomhus men ville kunna komplettera detta för att få en bra variation. *Mona* bor på Umedalen och när IKSU Spa öppnades blev därför det korta avståndet en avgörande faktor till kortköpet. Hennes motiv var att underhålla kroppen för att må bra. *Mona* lider av kronisk migrän och var även för en tid sedan med om en stroke, vilket påverkar hur hon kan träna. Innan hon förnyade kortet i början av detta år hade hon haft ett längre uppehåll, så denna period har syftat till att bygga upp träningen igen. Även *Emil* bor på Umedalen och tränar endast på IKSU Spa då det korta avståndet var en avgörande faktor för var han skulle köpa träningskort. En annan orsak är att även hans sambo tränar där. Det viktiga för honom var att ha ett gym, en funktion som han upplever att Spa uppfyller. För *Sara* handlade kortköpet enbart om att förbättra sin fysiska hälsa och det som var viktigt för henne var att anläggningen, Plus, låg nära.

Påverkande faktorer

I tabell 2 på nästkommande sida presenteras de huvudkategorier med tillhörande underkategorier som i kategoriseringen identifierades som gemensamma nämnare bland informanterna.

Tabell 2. Kategorisering av intervjumaterialet

Ramfaktorer	Anläggningsfaktorer	Personliga faktorer
Tidsbrist Svårighet: Brist på tid Möjlighet: Planering	Atmosfär Svårighet: Gymkulturen tilltalar ej Möjlighet: Lugnet på Spa	Motivation Svårighet: Låg motivationsgrad Möjlighet: Gruppträning, träningspartner
Avstånd Svårighet: Långt avstånd Möjlighet: Kort avstånd	Lokaler Svårighet: Uppdelning Möjlighet: Fräscht, vackert och redskap	Roligt Svårighet: Tråkigt Möjlighet: Roligt
Andra intressen Svårighet: Annat prioriteras Möjlighet: Komplement	Mycket folk Svårighet: Trångt, väntetid Möjlighet: Livfullt	Hälsa Möjlighet: God fysisk/mental hälsa
Ekonomi Svårighet: Valuta för pengarna Möjlighet: Friskvårdsbidrag	Utbud Svårighet: Tidpunkt Möjlighet: Bredd, variation	Vardagen Möjlighet: Orka vardagens sysslor
Skada/sjukdom Svårighet: Träningsform/-mängd	Passbokning Svårighet: Avbokning	Socialt Svårighet: Mindre uppmuntran Möjlighet: Samhörighet
		Resultat Möjlighet: Se framsteg

Ramfaktorer

Denna huvudkategori innebär de faktorer som har en yttre karaktär, det vill säga är sådana som informanterna själva inte har möjlighet eller har svårt att påverka själva. De kodord som identifierades som underkategorier till ramfaktorerna var tidsbrist, avstånd, andra intressen, ekonomi och skada/sjukdom. Tidsbrist var den faktor som på något sätt nämndes av samtliga informanter. I en fullspäckad vardag upplevdes det som en svårighet att kunna använda sitt träningskort men god planering innebar en möjlighet att hitta tid till att träna. För flera handlade detta om hur omfattande deras arbete eller studier är. Eva sa exempelvis *“Jag jobbar för mycket”* och förklarade att hon skulle använda sitt träningskort mer frekvent *“(…) när jag börjar jobba mindre så man får mera fritid”*. För Emil handlade det om *“(…) när man har barn och så vidare så är det ganska svårt att hålla rutinerna alltid, det blir lite pusslande (..) det som kan få mig att bli mer frekvent det är ju egentligen jag själv, hur jag planerar mina dagar”*.

Avståndet till träningsanläggningen påverkade några av informanterna, däribland Moa *“Det är en viktig grej faktiskt, just avstånden, för om det börjar bli för långt för att ta sig och träna är det inte värt det”* och Per *“Jag skulle helt klart träna oftare och mer om jag bodde i stan”*. De informanter som hade andra intressen utöver sin träning på IKSU upplevde att det påverkade nyttjandegraden. Alva menade att *“Jag pluggar och nu extrajobbar jag också och vill umgås med vänner på kvällen och hinna plugga, så det finns inte all tid man önskar”*. För Karl och Ida fungerar IKSU mestadels som ett komplement till sina idrotter, som Karl berättade *“(…) nu tycker jag om att träna mycket och speciellt utomhus (..) och då blir det ganska lite som jag är här på IKSU”*.

Mona förklarade att ekonomin påverkar upplevelsen av att ha träningskortet då hon sa vad hon tyckte att IKSU kan förbättra *“(…) det skulle vara en billigare peng att betala, jag tror det skulle driva mig mer att köpa ett kort från början, att man slipper det dåliga samvetet över att det kostar så mycket”*. Emil ville ha möjlighet att dela upp sitt Spakort då han endast utnyttjar gymavdelningen *“(…) det skulle kännas bra mycket roligare i alla fall, då blir det bra mycket billigare också”*. Införskaffandet av träningskortet motiverade Sara till viss del av att *“(…) det är tack vare att jag har ett friskvårdsbidrag (via arbetet, författarnas anmärkning) (..) skulle jag inte få detta bidrag så skulle det inte vara värt det”*. Till sist berättade några av informanterna i sina utsagor om skador eller sjukdomar som påverkade hur mycket och till vad de kunde använda sitt träningskort. Pia var för 15 år sedan med om en ridolycka som har haft en omfattande inverkan på hennes liv *“(…) de problem jag haft med nacken och ryggen (..) då vart det tvärstopp kan man säga så det påverkar ju”*. Dock menade hon att träningen har haft en rehabiliterande effekt på henne då hon om en träningsform sa *“Det är fantastiskt att jag inte får ont”*.

Anläggningsfaktorer

Den andra huvudkategorin behandlar de faktorer som har att göra med det som utspelar sig på själva träningsanläggningen. De kodord som identifierades som underkategorier här var atmosfär, lokaler, mycket folk, utbud och passbokning. Atmosfären framstod som en påverkande faktor för upplevelsen av anläggningen. De som hade Spakort lyfte fram den harmoniska och avslappnande känslan av att befinna sig där. Eva beskrev att *“Miljön på Spa är fantastisk för den är ju som avslappnande men du kan ju ändå träna hårt”*. Sara påverkas inte nämnvärt av atmosfären då hon pratade om konsten på Plus *“Skulle de ta bort det skulle jag*

inte sluta av den anledningen". Några av informanterna lyfte specifikt fram gymavdelningarna som stundtals besvärande att vistas i. Anna beskrev "Är man inne i gymmet så är det en viss känsla, ja men där har man fräcka kläder på sig och är jättepumpad och är man ute bland crosstrainers är det en annan typ av människor där. Ibland kan det kännas väldigt uppdelat, vad vissa typer av människor gör".

Vid ett flertal tillfällen kom lokalerna på de olika anläggningarna på tal. Spa beskrevs bland annat av Eva som "(...) jag gillar ju den här kombinationen som ni har där uppe med konst och såhär (...) jag har svårt att hålla igång min träning, men det blir roligt att fara och träna i fina och trevliga lokaler". När de skulle beskriva vad de önskade ska finnas på en träningsanläggning sa både Moa och Ida att det ska kännas fräscht. Moa poängterade även "(...) att saker och ting är i ordning, man behöver inte gå och leta saker" och Ida "(...) det finns många löpband och så och mycket plats". Anna och Ida berättade att såsom gymmet på Sport ser ut idag bidrar det till känslan av uppdelning. Anna sa "Det är ju uppdelat i gymmet lite så att man kan hamna i "fel" del av gymmet och tänka att vi inte borde vara här". Ida lyfte fram "(...) det utrymmet som är längst in i gymmet är ofta väldigt fullt med folk och typ väldigt mycket killar. Man kanske skulle vilja köra sådant mer och så är man tjej och vet inte riktigt vad man ska göra och så vågar man inte".

Något som lyftes fram som både positivt och negativt på samtliga anläggningar var mängden besökare. Det positiva beskrevs som känslan att det händer mycket medan det negativa handlade om det praktiska, såsom Per förklarade "(...) om det är mycket folk ja då hinner man ju bli kall innan man får låna det där verktyget". Även Eva beskrev detta då hon ansåg att själva spakänslan på Spa har börjat gå förlorad då allt fler tränar där "Det är ju en samvets- eller ekonomifråga för Spa, att hur många ska vi ta in, när tappar man spakänslan? För så är det ungefär nu och det är ju känslan som man betalar dyrt för". Karl berättade att han väljer att träna på förmiddagen för att "Det är lite lugnare och skönare då, men tar man måndagskvällar så är det väldigt fullt här faktiskt". Det stora utbudet är något som samtliga informanter förknippade med IKSU och såg som något mycket positivt. Flera lyfte fram de möjligheter som ges, att kunna välja och vraka mellan olika aktiviteter, som bidrar till en variation som många eftersökte. De kommentarer som kom upp var önskemål om mer specifika tider för och nivåer av gruppträningspass. Pia och Anna skulle gärna se fler pass mitt på dagen, men var medvetna om att det kan vara svårt rent praktiskt för IKSU. Pia sa även "Även om det finns förklaringar på olika pass så tycker jag ändå att det är lite svårt att hitta olika saker som är för den som inte

är så van (...) att det finns fler nybörjarpass och olika träningspass som tilltalar olika grupper, det är det jag kan sakna”.

Avslutningsvis identifierades bokning av gruppträningspass som en faktor vars begränsning påverkade några av informanterna. Det som nämndes var att vissa gruppträningspass fort blir fyllda så att man som deltagare behöver planera i god tid för att kunna gå på det. Karl sa “(...) man måste vara så långt i förväg och välplanerad, jag är mer så att jag kör spontant”. Eva lyfte IKSU:s bokningssystem som något negativt då passen måste avbokas senast en timme innan start “Jag känner att jag inte vill boka pass för att händer det något i närtid innan jag ska träna åker jag på onödigt administrativt arbete”.

Personliga faktorer

Den tredje och sista huvudkategorin berör de faktorer som finns hos individen själv, faktorer som träningsanläggningar inte kan eller har svårt att påverka. De kodord som identifierades som underkategorier var motivation, roligt, hälsa, vardagen, socialt och resultat. Gällande motivation berättade informanterna dels vad som motiverar dem samt hur graden av motivation påverkar nyttjandegraden. Alva förklarar varför hon utövar gruppträning “(...) det är nog att jag inte har tillräckligt med självdisciplin att gymma. Jag vill gärna inte tänka så mycket när jag tränar, jag vill gärna ha någon som säger åt mig “nu gör vi det här” och då gör jag det”. För Sara, som ser träningen som ett måste, handlar motivation om att göra träningen till en del av livet “(...) jag bara hoppas att jag ska överraska mig själv och stå ut lite längre än vad jag brukar göra”.

Nästan alla informanter nämnde att träningen ska vara rolig för att de ska vilja utöva den eller att de tränar för att det är roligt. Moa beskriver IKSU som “(...) det är ju lite som en lekplats för vuxna och det är jätteroligt”. En individ stack dock ut från mängden - Sara ser inget nöje med träningen alls. “Jag tycker att det är vansinnigt tråkigt att träna (...) jag har gett upp tanken på att jag någonsin ska tycka att det är kul att träna”. En annan faktor som återkom frekvent i informanternas utsagor var att de tränade för att förbättra eller bevara sin hälsa, både fysiskt och mentalt. Både Per och Emil nämnde den fysiska hälsan då Per sa “(...) man skulle ju vilja gå ner lite mer i vikt samtidigt (...) det är för att det är nyttigt, tror jag” och Emil “Att bli starkare och mer hälsosam” vid frågan om vad de vill ha ut av träningen. Mona förklarade hur viktig träningen är för hennes välmående “Det är väl en känsla utav harmoni i kroppen, att det

inte bara ska göra ont (...) det är väl även det mentala, att hitta ett inre lugn". För Sara handlar träningen uteslutande om hälsan *"Jag behöver få upp min kondition och jag vet ju, både intellektuellt och rationellt, att man måste liksom ändå ta hand om sig själv lite grann. Det handlar bara om det, inget annat"*.

Underkategorin vardagen syftar till vad träningen bidrar med i det vardagliga livet för informanterna. För Emil handlade det om att *"(...) orka med ungarna bättre"*, för Pia var det *"(...) att orka leva och kunna göra alla saker som gör att man mår bra"* och Sara ville kunna känna ork vid familjens årliga skidresor *"(...) att kanske slippa det här med att upptäcka "åh, hade jag tränat hade jag inte blivit så trött"*. Några av informanterna nämnde det sociala med att använda sitt träningskort. Pia sa *"För hur det än är så är vi ju lite av flockmänniskor, man vill känna samhörighet"* när hon pratade om gruppträningens fördelar som aktivitetsform. Moa berättade att *"jag har en kompis jag ofta tränar med (...) det är roligare att träna tillsammans, man blir lite mer peppad då"*. Karl motiverar sitt innehav av träningskortet bland annat med *"Alla kompisar är ju här också så då kan ju jag vara här"*.

Till sist identifierades resultat som en underkategori bland de personliga faktorerna. Ida, vars motiv till att inneha sitt träningskort är att komplettera sin kampsportträning, menade att *"Det är väldigt viktigt att man måste ha väldigt bra kondition för att orka och jag har ganska bra styrka så jag känner att jag vill fokusera på mina svagheter"*. För henne var det alltså viktigt att träningen på IKSU gav resultat i hennes idrott. För att Emil skulle känna sig nöjd med sin träning och nyttjandegrad var det för honom viktigt att se sina framsteg i styrketräningen. Om han fick tid att träna så mycket som han ville *"(...) skulle jag känna mig mer nöjd eftersom jag vet att jag skulle öka så mycket mer, jag skulle höja min lägstanivå hela tiden (...) sen om man skulle få en vackrare kropp är ju bara en bonus"*.

Diskussion

Likt Prichard och Tiggemanns (2008) studie varierade motiven till att införskaffa träningskortet bland denna studies deltagare. I enkäten var det mest förekommande motivet den fysiska hälsan, vilket även nämndes i de individuella intervjuerna. Detta resultat ligger i linje med RF:s (2001) undersökning och IKSU:s mission - att få medlemmarna att må bättre. Detta kan tolkas som att dessa individer är en del i och påverkas av konsumtionskulturen som råder i samhället. För

ingen kan ha gått miste om de normer, som även Sassatelli (1999) nämner, som flera organisationer uppmanar oss att följa, däribland landstingen och media. Kroppen ska tas hand om och investeras i, vilket informanterna är medvetna om och har påverkat dem, medvetet eller omedvetet, vid införskaffandet av korten.

Flera av informanterna nämnde att avståndet är avgörande vid valet av träningsanläggning, något som även kan ses i rapporten från RF (2001). Detta kan kopplas till den tidsbrist som nämndes, både i enkäterna och intervjuerna. Att ha träningsanläggningen nära innebär ett underlättande i planeringen för att få vardagen att gå ihop, vilket kan ses som en möjlighet för att kunna använda träningskortet på önskat sätt. Svårigheten med avståndet upplevdes alltså av dem som bodde längre ifrån IKSU:s anläggningar, exempelvis Eva och Per. Något annat som verkade påverka valet av träningsanläggning framkom i de individuella intervjuerna som att IKSU hade ett gott rykte om sig, "(...) *du måste ha ett IKSU kort för det har man*", som Anna uttryckte att hennes bekanta sa. I Umeå bidrar ett IKSU-kort med en underförstådd status som kan kopplas till Featherstones (2007) resonemang om kroppen som ett uttryck för "det goda livet". Ett IKSU-kort bidrar med andra ord till en identitet som är eftersträfvansvärd i dagens konsumtionskultur.

Något som var viktigt för svenskarna i RF:s (2001) undersökning men även för denna studies informanter var utbudet på träningsanläggningen. Vid införskaffandet av träningskortet attraherades de av det stora utbudet IKSU har men vid en analys av både enkäten och intervjuerna framkom det att majoriteten endast utnyttjar gymmet och gruppträningen. Möjligheten att kunna variera sin träning verkar vara en viktig aspekt för att inneha kortet men få utnyttjar det. Karl övervägde om träningskortet var värt pengarna med tanke på att han utnyttjade det så lite, men möjligheten att kunna utöva olika aktiviteter på anläggningen övervägde och idag ser han inget annat alternativ än att fortsätta träna på IKSU. RF (2001) nämnde i sin rapport att de som utövade styrketräning gör det som ett komplement om de huvudsakligen ägnar sig åt en annan idrott, likt Karl och Ida. Detta kan tolkas som att deras kortinköp var väl genomtänkt, till skillnad från dem som kan tänkas ha påverkats av konsumtionskulturen och endast köpte det för att inneha ett träningskort.

Något som Prichard och Tiggemann (2008) hade sett i tidigare studier var att kvinnors motiv till att träna var för att förändra sin vikt eller form. Detta är inte något som framkom tydligt i denna studie men spår av det kunde ses bland några av informanterna. Ingen sa uttryckligen att

de köpte träningskortet för att gå ner i vikt eller förändra sin kropp men de som nämnde detta gjorde det endast förbigående, som en parentes. De bör dock inte uteslutas att de kan ha utseende som motiv och drivkraft endast för att de inte nämnde det under intervjuerna. Detta diskuteras vidare under avsnittet ”Metoddiskussion”.

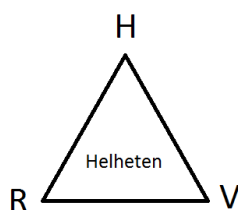
De tre huvudkategorier som i analysen sågs påverka nyttjandegraden av träningskortet, och därmed vilka möjligheter och svårigheter de upplevde, var ram-, anläggnings- och personliga faktorer. Bland informanterna var det anläggningsfaktorerna som var de minst förekommande och därför inte kan sägas påverka nyttjandegraden i lika stor grad som de andra två. Det som ändå kan diskuteras kring anläggningen är atmosfären och utbudet. Utbudet har tidigare nämnts angående vad som attraherar medlemmarna och detta följer även IKSU:s verksamhetsidé om att erbjuda ett brett och varierat utbud som ska inspirera och motivera. Om, vad och hur de inspirerar sina medlemmar är dock en intressant fråga att ställa sig då det i denna studie framgick att det främst är gymmet och gruppträningen som utnyttjas. Att utbudet attraherar speglas även i enkäten där majoriteten angav att de har ett Guldkort som innebär tillgång till samtliga aktiviteter på Sport och Plus. Utbudet upplevs av informanterna som en möjlighet och träningsanläggningar bör därför göra detsamma. Det som blir relevant för dem är att arbeta med hur de framställer sitt utbud. Detta är något som IKSU redan till viss del är medvetna om då det i gruppintervjun framkom att de redan nu arbetar med att uppdatera informationen.

Atmosfären lyftes på olika sätt fram under de individuella intervjuerna, vilket även underkategorierna lokaler och mycket folk kan kopplas till. Den möjlighet som framställdes var bland dem som tränade på Spa. I den fullspäckade vardagen blir spaanläggningen en slags tillflyktsort, något som kan sägas ligga i tiden för den rådande konsumtionskulturen. På Sport handlade det mer om att miljön inte tilltalade samtliga informanter som upplevde en tydlig uppdelning likt den osynliga hierarki som Söderström (1999) nämner. Detta var något som framför allt Anna beskrev då hon talade om att en viss typ av människor är vid en viss typ av redskap. På gymmet råder en viss kultur och på IKSU verkar det inte vara något undantag. Alla dras inte till denna kultur och kan därför känna sig obekväma i gymmiljön. Även om teamledaren för gymmet har sett en förändring i målgruppen kan en insats behövas då det för IKSU inte endast handlar om medlemmarnas könstillhörighet utan vad de har för behov och drivkraft. Något annat som informanterna ofta nämnde i sina utsagor var att det var mycket folk, främst på Sport men även på de andra anläggningarna, och upplevde detta främst som en svårighet. Detta motiverades av att det blir väntetider och trångt, något som teamledaren för

gymmet noterat, vilket försämrar träningsupplevelsen. I enkäten angav majoriteten att de besöker IKSU i syfte att träna på eftermiddagen eller kvällen. Upplevelsen av mycket folk kan då tänkas vara en konsekvens av detta då denna tid har bekräftats vara den populäraste att träna på. Mellan raderna kan dock en möjlighet i detta ses då mycket folk, i bemärkelsen konsumtion, kan vara en markör för vad som är bra eller "inne". Jämför exempelvis det fulla gymmet med en välbesökt restaurang eller bio - det är tecken på att många är nöjda. Detta bekräftar Smith Maguire (2008) tes om gymmet som konkurrent på konsumtionsmarknaden.

De personliga faktorerna var en huvudkategori som framträdde något starkare än anläggningsfaktorerna. Tidigare forskning lyfter framförallt dessa när de beskriver vad som driver individer att börja träna och fortsätta med det. Gällande motivation kan en träningspartner enligt Pridgeon och Grogan (2012) vara en stark motivator för att hålla träningen regelbunden och även en bidragande orsak till avhopp om denna förloras. Bland informanterna i denna studie framkom inte detta lika starkt men gruppträningen var för dem som utövade den en motivator i sig då de trivs med att ledas av någon samt att göra det tillsammans med andra. Pia uttryckte detta tydligt när hon pratade om behovet av att känna samhörighet. Värt att notera är att den huvudsakliga träningsbakgrunden bland respondenterna i enkäten var lagidrott. Denna bakgrund skulle kunna tänkas speglas i gruppträningen som motivator då både den och lagidrott kan bidra med en känsla av samhörighet. Ryan et al. (1997) undersökte huruvida yttre kroppsrelaterade motiv uppmuntrar individer att vidhålla regelbunden träning och kom fram till att det initialt handlade om inre motiv som nöje, kompetens och socialt samspel. Detta stämmer överens med denna studie då ingen uttryckte klart och tydligt att det var yttre motiv som drev dem till att köpa sitt träningskort. Som dock diskuterades tidigare är det svårt att uttala sig om dessa utsagor är det informanterna verkligen känner eller antar att de "bör" säga. Detta är enbart en tolkning och kan därför endast spekuleras i.

Något som efter kategoriseringen kunde ses som ett samband var underkategorierna hälsa, roligt och vardag som illustreras nedan i figur 4.



Figur 4. Samband mellan underkategorierna hälsa, roligt och vardag.

Samtliga informanter angav på något sätt att de tränar för sin hälsas skull. För att upprätthålla eller förbättra den var det för flera viktigt att uppleva träningen som rolig, vilket sågs som en möjlighet. Ses träningen som rolig blir den lättare en naturlig del i vardagen som för många av informanterna var viktig att orka med. Träningen sågs då som en möjlighet att kunna göra det. Att se träning som rolig är även en återkommande faktor för att vidhålla regelbunden träning. Ett bra exempel på detta är Sara som upplevde träningen som "fruktansvärt tråkigt" och därför har svårt att göra träningen till en vardagsrutin, det vill säga upplever det som en svårighet. Om träningen upplevs kunna bidra till att orka vardagen bättre medför detta större möjligheter att uppnå en god hälsa, både fysiskt och mentalt. Just hälsan kan kopplas både till RF:s (2001) undersökning och Prichard och Tiggemanns (2008) studie där det framgick att det vanligaste motivet till att träna var för att må bättre men även att uppleva nöje. Dessa tre komponenter kan sägas skapa "helheten" som flera av informanterna uttryckte var viktig att uppnå.

Pridgeon och Grogan (2012) såg att det sociala stödet upplevs kunna uppmuntra vidhållande men avsaknad av det kan orsaka avhopp i träningen. Flera av informanterna hade en partner eller vänner som tränar och det faktum att de inte la någon tyngd vid detta kan tolkas som att ett stöd hemifrån redan finns. Om detta är fallet stöds Pridgeon och Grogans (2012) resonemang. Bland några av informanterna framgick det att det var viktigt att kunna se resultat i sin träning. Dock nämndes detta inte i samband med motiven till kortköpet utan när de beskrev vad de ville att träningen ska ge dem. Vad som vore intressant att veta är vilka förväntningar de hade då de införskaffade kortet och om deras nyttjandegrad har påverkats negativt för att dessa inte har uppfyllts. Detta är något som den träningsverksamhetsansvarige själv nämnde i gruppintervjun och menar att IKSU är intresserade av att veta. Annesi (2003) påpekade dessutom att det är essentiellt för medlemmen som köper ett träningskort att själv ha satt upp mål samt utformat en strategi för hur dessa ska uppnås för att vidhålla sin träning. Därför ses det som centralt för träningsanläggningen att redan vid första besöket fånga upp detta för att bidra till att medlemmens förväntningar uppfylls och därmed stannar.

De faktorer som ändå framträdde starkast bland informanterna var ramfaktorerna. Bland dessa nämndes tidsbristen mest frekvent. Det som är värt att notera är att de vetenskapliga studier som har använts som utgångspunkt i denna studie inte har berört tidsbrist som en upplevd svårighet till att träna eller en orsak till avhopp. Dock kunde Bengtsson och Schultz (2006) se detta då de undersökte låg nyttjandegrad av friskvårdskort i sitt examensarbete. Det som endast kan spekuleras i är om detta beror på om tiden verkligen inte finns eller att det handlar om brist

på planering. Samtliga informanter uttryckte en önskan om att ha mer tid för träning då de själva ansåg att de "borde" träna oftare och det var detta som orsakade missnöjet över nyttjandegraden. Något som är intressant var att det i enkäten framgick att en klar majoritet inte hade hemmaboende barn. Detta skulle annars kunna tänkas vara en bidragande faktor till upplevd tidsbrist. I detta fall orsakas tidsbristen av något annat. En träningsanläggning kan dessvärre inte trola fram fler timmar på dygnet men kan för den sakens skull ändå beakta detta vardagsfenomen och utarbeta någon form av stöd för att underlätta för sina medlemmar. En annan ramfaktor är avståndet, som redan nämnts tidigare angående motiv, som av vissa informanter upplevdes påverka nyttjandegraden av sitt träningskort. Detta är ett behov som IKSU till viss del redan har försökt ta hänsyn till då de öppnade både Spa och Plus. Tanken med Plus menade medlemskoordinatören var att det skulle fungera som ett komplement till Sport- och spakorten. Denna insats ses som positiv då de olika anläggningarna gör att en större andel av populationen i Umeå attraheras att köpa sitt träningskort där.

Trots att ett träningskort står högt i kurs i dagens konsumtionskultur vill inte alla spendera hela sin fritid på träningsanläggningen utan prioriterar andra intressen. Det kan tolkas som att träningskortet som en statussymbol inte är ett tillräckligt starkt motiv för att träna regelbundet. De intressen som framkom i intervjuerna var exempelvis att umgås med vänner och familj, studera, pyssla i hemmet eller utöva andra idrotter. Utgångspunkten i IHRSA:s dokument (McCarthy, 2004) kan ha bidragit till IKSU:s bild av den nöjda medlemmen - den aktiva medlemmen. IKSU definierar sällananvändare som de som använder sitt kort 0-1 gånger per vecka. Jämförs detta med RF:s (2001) undersökning, där den vanligaste träningsfrekvensen var 1-2 gånger per vecka, kanske de behöver acceptera att många trivs med den här nyttjandegraden. Detta visar på att en studie som denna är relevant att genomföra på träningsanläggningar då det framkommit att de kan behöva lära känna sina medlemmar bättre, det vill säga vara medvetna om vad de har för motiv och drivkraft till sin träning då det setts påverka deras nyttjandegrad.

Flera av informanterna påpekade att de upplevde att träningskortet är dyrt. Detta kan kopplas till att de faktiskt inte utnyttjar hela utbudet som erbjuds inom ramen för den typ av träningskort de innehar. Både Emil och Karl skulle känna sig mer nöjda om de kunde anpassa träningskortet efter sina behov. Karl kom med förslaget att ha ett kort som exempelvis kan laddas på med ett begränsat antal passbokningar. Detta förslag grundar sig i hans funderingar kring om träningskortet är värt pengarna när han utnyttjar vissa delar av utbudet så pass sällan. Det som

eftersöks av informanterna är alltså en form av skräddarsytt träningskort. Dock blir detta en praktisk fråga för träningsanläggningarna som då behöver fundera över hur eller om det kan lösas på ett smidigt sätt på anläggningen, i form av exempelvis avgränsningar och kortläsare, för att utbudet inte ska missbrukas.

Den sista ramfaktorn som kan diskuteras är skada/sjukdom, som i intervjuerna framkom som en svårighet. Människor blir sjuka ibland och detta är något som varken individen eller träningsanläggningen kan rå för men det kan leda till att nyttjandegraden under vissa perioder sänks. Dock kan flertalet skador rehabiliteras genom träning och det är där träningsanläggningen kan stötta medlemmen att kunna komma tillbaka så snabbt som möjligt. Detta skulle underlätta för exempelvis Mona och Pia som har bestående besvär och därför har begränsade förutsättningar till att utnyttja utbudet.

Slutsatser

Den övergripande slutsats som kan dras utifrån de tolkningar som gjorts av denna studies resultat är att träningsanläggningar kan utveckla rutiner för att fånga upp sina sällananvändare. Denna slutsats kan delas in i tre områden inom träningsanläggningens verksamhet vilka kan ses som möjliga att göra en insats inom för att stödja sällananvändarna; tillfället för kortinköpet, skräddarsytt träningskort samt uppföljningar på medlemmarnas nyttjandegrad.

Tillfället för kortinköpet kan vara avgörande för vilken bild medlemmen får av anläggningen samt hur hen väljer att använda sitt träningskort. Idag efterfrågas endast personuppgifter vid köpet samt vilken typ av träningskort som önskas. Under intervjuerna framkom det att flera av informanterna inte fått ta del av erbjudandet om ett tillfälle med kostnadsfri träningsvägledning. Denna information finns på hemsidan men medlemskoordinatören förklarade under gruppintervjun att denna förmån inte används i den grad som IKSU önskar. Samtidigt klargjorde den träningsverksamhetsansvarige att IKSU vill minska glappet mellan medlemmarnas mål och syfte med sitt träningskort genom att, istället för att kategorisera dem utifrån ålder och kön, fokusera på deras behov och drivkrafter. Genom att redan vid kortköpet undersöka vad kunden har för motiv till att köpa kortet samt vilka förväntningar hen har på medlemskapet kan en god vägledning till det optimala träningskortet möjliggöras. Bonkemeyer Haymond (2013) menar att genom att lägga större ansvar hos de gymanställda, i det här fallet receptionisterna, kan nyttjandegraden hos medlemmarnas främjas. Detta skulle kunna innebära

att receptionisterna utbildas för att kunna identifiera just behov och motiv och på så sätt kunna plocka fram det kort som passar kunden bäst.

Vad är då det optimala träningskortet? Enligt denna studie handlar det om att kunna anpassa kortet för att möjliggöra en upplevelse av valuta för pengarna. Trots att det stora utbudet tilltalade många av informanterna utnyttjade de inte det till fullo och detta var en bidragande faktor till missnöjet med nyttjandegraden. Emil uttryckte att han skulle tycka att det var roligare att ha kortet om han kunde anpassa det efter sina behov, som var att endast utnyttja gymmet på Spa. Då RF (2001) genomförde sin undersökning var de största träningsformerna styrketräning, aerobics och motionsgymna. Idag har utbudet expanderat markant vilket tyder på att det finns en stor variation i vad som tilltalar medlemmar på träningsanläggningar. Med andra ord ska många olika behov uppfyllas. Därför är det skräddarsydda träningskortet, i form av ett grundkort som kan byggas på med önskade aktiviteter, något som skulle ligga helt rätt i tiden och göra att träningsanläggningarna kan attrahera fler. Inte endast i bemärkelsen *fler* medlemmar utan mer att attrahera *olika* individers behov.

När tillfället för kortinköpet har förbättrats och det optimala skräddarsydda kortet skapats uppstår frågan - hur ser vi till att korten används på önskat sätt så att medlemmarna är nöjda och stannar kvar? Svaret är uppföljning. Utan en sådan är det omöjligt för träningsanläggningen att veta var under vägen som medlemmen väljer att använda sitt kort mindre och kanske även till och med säger upp det. Anläggningen måste fånga upp medlemmen tidigare, innan hen har hunnit bli missnöjd och ifrågasätter sitt medlemskap. Då IKSU redan har ett fungerande statistikregister på hur ofta medlemmarna använder sina kort kan detta användas för att fånga upp de som under en period har sänkt sin nyttjandegrad. Dessa kan då kontaktas för en uppföljning om vad detta beror på och om IKSU kan stödja hen på något sätt. Att vägleda och stödja medlemmarna genom exempelvis regelbundna kontroller är något som både Annesi (2003) och Bonkemeyer Haymond (2013) kom fram till i sina studier och menar kan minska tidiga avhopp och höja nyttjandegraden. Upplever sällananvändaren ett behov av att få hjälp med att hitta rätt spår i sitt användande av kortet kan då förslagsvis motiverande samtal med en typ av hälsocoach på anläggningen eller liknande erbjudas.

Denna studie visar att sällananvändare av träningskort är ett kundsegment som är svårfångat men ack så viktigt att engagera sig i då de kan bidra med nyttig information som träningsanläggningen kan använda för att utveckla sin verksamhet. Träningsanläggningar

behöver därför lära känna sina individuella medlemmar för att veta vad som passar dem för att kunna möta deras behov. Ett exempel som detta skulle kunna jämföras med är en kund som ska köpa löparskor. Hen går in i butiken utan att veta riktigt vad hen behöver och får se sju olika modeller att välja mellan. Skoförsäljaren måste därför ställa vissa frågor för att möta hens behov och hitta rätt sko. I detta exempel är träningsanläggningen skoförsäljaren och kunden medlemmen. För IKSU kan detta hjälpa dem att uppnå sin vision - att ha Sveriges nöjdaste medlemmar som tycker väl om dem och stannar kvar länge. IKSU:s styrka är att nå ut till bredden med sitt stora utbud men för individer som ännu inte har ett tydligt motiv med sitt träningskort kan ha svårt att orientera sig i detta. Träningsanläggningen skulle då kunna erbjuda individuell guidning för att individen ska hitta rätt riktning. Som det norska talesättet säger: "*En sko passar inte allas fötter*".

Förslag på vidare forskning

Det som framkom som den tydligaste upplevda svårigheten i denna studie var tidsbrist. Trots detta verkar lite forskning som studerat eller visar på detta finnas. Bengtsson och Schultz (2006) såg detta men kunde likt denna studie inte ställa den mot någon vetenskaplig forskning. Därför vore det av intresse att studera tidsbrist som svårighet till att utnyttja sitt träningskort närmare. Både denna studie och RF:s (2001) undersökning visade att utbudet är en viktig komponent och upplevd möjlighet för att kunna träna och på så sätt använda sitt kort på ett, för individen, önskvärt sätt. Med denna kännedom vore det adekvat att fördjupa sig i vilka individer som attraheras av olika typer av träningsformer. Detta för att matcha individens behov. Då denna studie hade en tidsbegränsning på 10 veckor fanns det ingen möjlighet att studera och jämföra flera olika träningsanläggningar. Dock skulle även detta kunna vara intressant att fokusera på i fortsatt forskning för att få en ökad bredd och då kunna uppnå större generaliserbarhet så att även mindre anläggningar med mindre kundsegment lättare kan applicera slutsatserna på sin verksamhet.

Referenslista

Ainetdin, T. & Tillgren, P. (2001). *Folkhälsoenkäter och bortfallsproblematik i Stockholms län*. Socialmedicin 2001:7. Stockholm: Centrum för epidemiologi och samhällsmedicin.

Annesi, J. J. (2003, november). Effects of a cognitive behavioral treatment package on exercise attendance and drop out in fitness centers. *European Journal of Sport Science*, 3(2), 1-16. Hämtad 5 mars, 2014, från <http://dx.doi.org/10.1080/17461390300073206>

Backman, J. (2008). *Rapporter och uppsatser (2 uppl.)*. Lund: Studentlitteratur.

Bell, J. (2006). *Introduktion till forskningsmetodik (4 uppl.)*. Lund: Studentlitteratur.

Bengtsson, A. & Schultz, C. (2006). *Användning av friskvårdskort i en kommun i sydvästra Sverige - en enkätstudie* (examensarbete från Idrottsvetenskapliga programmet). Högskolan Halmstad, Sektionen för Hälsa och Samhälle, 301 18 Halmstad.

Bonkemeyer Haymond, S. (2013). *The Effect of Implementing a Weight Loss Program on Participant Attendance, Club Usage, and Gym Membership Attrition* (A plan B report in partial fulfillment of the requirements for the degree of Master of Dietetics Administration, paper 294). Utah State University, Nutrition, Dietetics and Food Sciences, Utah.

Bryman, A. (2002). *Samhällsvetenskapliga metoder* (B. Nilsson övers.). Malmö: Liber (Originalarbete publicerat 2002).

Ejlertsson, G. (1996). *Enkäten i praktiken - En handbok i enkätmetodik*. Lund: Studentlitteratur.

Featherstone, M. (2007). *Consumer Culture and Postmodernism (2nd ed.)*. London: SAGE.

Generalisering. (n.d.). I *Nationalencyklopedin*. Hämtad 15 april, 2014, från <http://www.ne.se/lang/generalisering>

Gratton, C. & Jones, I. (2010). *Research methods for sports studies (2nd ed.)*. Routledge: New York.

IHRSA. (2014). *About IHRSA*. Hämtad 7 april, 2014, från <http://www.ihrsa.org/about/>

IKSU. (2013). *Årsredovisning 2012*. Hämtad 10 mars, 2014, från http://www.iksu.se/wp-content/uploads/2013/01/IKSU-2013-lowres_P1.pdf

IKSU (2014a). *Strategisk plan och verksamhetsplan 2014-2017*. Hämtad 14 april, 2014, från <http://www.iksu.se/wp-content/uploads/2014/03/Strategisk-plan-2014-2017.pdf>

IKSU (2014b). *Anläggningar*. Hämtad 6 maj, 2014, från <http://www.iksu.se/anlaggningar/>

IKSU (2014c). *Medlemskap och priser → Olika IKSU-kort*. Hämtad 6 maj, 2014, från <http://www.iksu.se/bli-medlem/olika-traningskort/>

Kraupp, S. & Norell, E. (2011). *Mer än bara träning - en studie om kundupplevelsefaktorers påverkan vid valet av träningscenter* (examensarbete i företagsekonomi). Karlstad universitet, Fakulteten för ekonomi, kommunikation och IT, 651 88 Karlstad.

Kvale, S., Brinkmann, S. & Torhell, S-E. (2009). *Den kvalitativa forskningsintervjun (2 uppl.)*. Lund: Studentlitteratur AB.

McCarthy, J. (2004). *IHRSA's guide to membership retention. Industry lessons on what - and what not - to do* (the International Health, Raquet and Sportsclub Association, 263 Summer Street, Boston, MA 02210).

Merriam, S. B. (1994). *Fallstudien som forskningsmetod* (B. Nilsson övers.). Lund: Studentlitteratur (Originalarbete publicerat 1988).

Prichard, I., Tiggemann, M. (2008). Relations among exercise type, self-objectification, and body image in the fitness centre environment: The role of reasons for exercise. *Psychology of Sport and Exercise*, 2008, (9), 855–866.

Pridgeon, L. & Grogan, S. (2012). Understanding exercise adherence and dropout: an interpretative phenomenological analysis of men and women's accounts of gym attendance and non-attendance. *Qualitative Research in Sport, Exercise and Health*, 4, (3), 382–399.

RF. (2001). *Svenska folkets träning med motionsgympa, aerobics och styrketräning*. Stockholm: Riksidrottsförbundet.

Ryan, R., M., Frederick, C., M., Lipes, D., Rubio, N. & Sheldon, K., M. (1997). Intrinsic Motivation and Exercise Adherence. *International Journal of Sport Psychology*, 28, 335-354.

Sassatelli, R. (1999). Interaction Order and Beyond: A Field Analysis of Body Culture Within Fitness Gyms. *Body & Society*, 5, 227-248.

Smith Maguire, J. (2008). *Fit for consumption: sociology and the business of fitness*. Routledge: Abingdon.

Sohlberg, P. & Sohlberg, B-M. (2009). *Kunskapens former – Vetenskapsteori och forskningsmetod (2 uppl.)*. Malmö: Liber.

Söderström, T. (1999). *Gymkulturens logik- om samverkan mellan kropp, gym och samhälle* (avhandling för doktorexamen från pedagogiska institutionen, Umeå universitet, 1999).

Trost, J. (2005). *Kvalitativa intervjuer*. Lund: Studentlitteratur.

Vetenskapsrådet (2011). *God Forskningssed*. Stockholm: CM-Gruppen AB.

Bilaga 1

Intervjuguide - Gruppintervju

Teamledare gruppträning

- Hur ser gruppträningsverksamheten ut idag? (Antal pass, antal träningsformer, tider för passen, antal deltagare, antal instruktörer)
- Vilka utnyttjar gruppträningen?
- Hur skulle ni kunna utveckla gruppträningen?

Chef gym

- Hur ser gymverksamheten ut idag? (Vilka dagar/tider är gymmet mest/minst besökt? Vad innefattar gymmet? Personal?)
- Vilka besöker gymmet?
- Hur skulle ni kunna utveckla gymverksamheten?

Medlemskoordinator

- Vilka tjänster/produkter (typ av träningskort, gym/gruppträning, andra aktiviteter) utnyttjas mest/minst av medlemmarna?
- Vilken typ av kontakt har ni med medlemmarna?
- Vilka är de vanligaste åsikterna ni får höra från medlemmarna?

Verksamhetschef träning

- Vad har ni för mål med träningsverksamheten?
- Hur skulle "drömscenariot" se ut - det optimala IKSU?
- Vilken typ av information ni intresserade av att få från sällananvändarna?
- Vi antar att det finns "nöjda" och "missnöjda" sällananvändare - varför är det intressant för IKSU att undersöka varför de är missnöjda?

Bilaga 2

Enkät med följebrev

Hur använder du ditt IKSU kort idag?

På uppdrag av IKSU, har två studenter vid Umeå universitet och Idrottsvetenskapliga programmet (inriktning ledarskap, hälsa och friskvård vid Umeå universitet) fått möjlighet att skriva sitt examensarbete hos oss. Syftet med undersökningen är att få bättre kunskap om hur nöjd du som medlem är med ditt användande av ditt IKSU-kort. Vi i IKSU är glada över att vi får Emmas och Majas hjälp att genomföra denna undersökning som förhoppningsvis kan hjälpa oss i vår strävan att bibehålla nöjda medlemmar. Därför är vi tacksamma om du tar dig tid att besvara frågorna som beräknas ta ca 10 minuter att besvara.

Välj det alternativ som du anser passar bäst in på dig och svara så ärligt som möjligt. I de frågor som handlar om hur du använder IKSU-kortet idag vill vi att du tänker på ditt användande under de senaste 2-3 månaderna.

Det insamlade materialet kommer ej att användas offentligt utan endast i utbildnings- och utvecklings syfte, och undersökningen är helt anonym.

Utifrån denna enkät har Emma och Maja för avsikt att även genomföra några individuella intervjuer. Du som kan tänka dig att ställa upp på en sådan intervju kommer att kontaktas via mail under de närmsta veckorna efter att enkäten har stängts. Deltagandet i en intervju sker också anonymt, är frivilligt och du kan när som helst välja att avbryta din medverkan.

Har du några frågor är du välkommen att kontakta någon av oss:

Emma Almström: emma_almstrom@hotmail.com

Maja Lundin: majalundin90@gmail.com

Anna Strömbom: anna.strombom@iksu.se

Tack på förhand!

Medlemsundersökning angående träning och ditt användande av ditt IKSU-kort

Tack för din medverkan

1. Ålder

Ange ditt födelseår (4 siffror)

2. Kön

Jag är: Kvinna/Man

3. Ange ditt bostadsområde/din bostadsort

4. Civilstatus

Ange din nuvarande civilstatus

- Singel
- Sambo
- Pojkvän/flickvän
- Gift
- Särbo
- Änka/Änkling

5. Hemmaboende barn

Har du hemmaboende barn?

- Ja
- Nej

6. Sysselsättning

Vilken sysselsättning har du?

- Studerar
- Pensionerad
- Föräldraledig
- Arbetar
- Sjukskriven
- Arbetssökande

7. IKSU-kort

Vad har du för typ av IKSU-kort just nu?

- Guldkort
- Guldkort dag
- Silverkort
- Spakort
- Sport- & spakort

8. Min träningsbakgrund

Vilken är din huvudsakliga träningsbakgrund? Vid flera passande alternativ, välj de alternativ som varit mest dominerande

- Lagidrott (ex: fotboll, ishockey)
- Gym/ gruppträning
- Friluftsliv
- Ingen tidigare träningsbakgrund
- Individuell idrott (ex: skidor, ridning)
- Egen träning
- Annat (Skriv själv)

9. Huvudsaklig aktivitetstyp

Vilken typ av aktivitet utövar du huvudsakligen då du besöker IKSU? Endast ett alternativ kan anges

- Gruppträning
- Simning
- Bollsport
- Golf
- Mamma- Baby
- Gym (styrketräning och/eller konditionsträning)
- Racketsport (squash, badminton, bordtennis)
- Klättring
- Familjegympa/familjesim
- Annat

10. Besökstid på IKSU

När på dygnet besöker du huvudsakligen någon av IKSU anläggningar i syfte att träna? Ange det alternativ som passar bäst in på dig

- Förmiddag (06-11)
- Lunch (11-14)
- Eftermiddag (14-18)
- Kväll (18-23)

11. Huvudsakliga skäl till att införskaffa ett IKSU-kort

Vilka var de två huvudsakliga motiven till att du införskaffade ett IKSU-kort? Max två alternativ kan anges

- Min fysiska hälsa
- Min fysiska kapacitet (ex: styrka, kondition)
- Mitt utseende
- Socialt umgänge
- För att det är roligt
- För att mäta mig mot andra
- För att utmana mig själv
- För att uttrycka mig estetiskt
- För att det är avslappnande

- För mitt psykiska välbefinnande
- För att röra mig till musik
- För att förbättra mina motoriska/idrottsliga färdigheter (ex: teknik)
- För rehabilitering
- Annat

12. Huvudsakliga motiv till att inneha ett IKSU-kort idag

Vilka är idag dina huvudsakliga motiv till att inneha ett IKSU-kort? Ange max två alternativ

- Min fysiska hälsa
- Min fysiska kapacitet (ex: styrka, kondition)
- Mitt utseende
- Socialt umgänge
- För att det är roligt
- För att mäta mig mot andra
- För att utmana mig själv
- För att uttrycka mig estetiskt
- För att det är avslappnande
- För mitt psykiska välbefinnande
- För att röra mig till musik
- För att förbättra mina motoriska/idrottsliga färdigheter (ex: teknik)
- För rehabilitering
- Annat

13. Det bästa med IKSU

Vad upplever du är bäst med IKSU? Endast ett alternativ kan anges

- Utbudet av aktiviteter
- Lokalerna
- Gruppträningspassen
- Personalen
- Flera anläggningar
- Atmosfären på anläggningen
- Instruktörerna
- Gymmet
- Öppettiderna
- Priserna
- Det sociala umgänget
- Barnpassningen
- Annat

14. Det sämsta med IKSU

Vad upplever du är sämst med IKSU? Endast ett alternativ kan anges

- Utbudet av aktiviteter
- Lokalerna
- Gruppträningspassen
- Personalen

- Antalet besökare
- Atmosfären på anläggningen
- Instrukörerna
- Storleken på gymmet
- Fokus på kläder och utseende
- Informationen vid kortköp
- Städningen
- Annat (skriv själv)

15. Hur nöjd är du med hur ofta du använder ditt IKSU-kort

- 1 - mycket missnöjd
- 2
- 3
- 4
- 5 - Mycket nöjd

- om du har angett svarsalternativ 4 eller 5 på ovanstående fråga tackar vi för din medverkan och du kan direkt klicka på "slutför" nedan.

- om du har övriga kommentarer som du skulle vilja lägga till finns utrymme för det längst ner i enkäten.

- om du har angett svarsalternativ 1,2 eller 3 ska du fortsätta besvara resten av frågorna.

16. Orsak till missnöje med mitt IKSU-kort

Vad är orsaken till att du är missnöjd med hur ofta du använder ditt IKSU-kort? Max två alternativ kan väljas

- Jag får inte de resultat jag vill ha
- Tidsbrist
- Det jag vill göra finns inte på önskad tid
- Motivationsbrist
- Det är tråkigt att träna
- Jag saknar kunskap om träning
- Anläggningarna ligger för långt ifrån där jag bor
- IKSU erbjuder inte allt jag önskar
- Skada/sjukdom
- Jag saknar stöd från min omgivning
- Gymkulturen tilltalar inte mig
- Jag har ingen träningspartner
- Annat

17. Vad skulle kunna bidra till att användandet av ditt IKSU-kort skulle öka?

18. Skulle du kunna tänka dig delta i en individuell intervju rörande detta område under de närmaste veckorna? Som tack för din medverkan kommer du att få en liten “goodie-bag” från IKSU.

- Ja

- Nej

19. Om du svarat ja på frågan om att vilja delta i en individuell intervju, skriv din e-postadress i rutan nedan. E-postadressen kommer inte knytas till dina svar i denna enkät.

20. Övriga kommentarer som du vill tillägga till enkäten

Tack för att du tog dig tid att medverka i denna undersökning!

Vänligen Emma och Maja genom IKSU

Bilaga 3

Intervjuguide - Individuella intervjuer

Inledning/personfakta

- När är du född?
- Vad har du för civilstatus?
- Har du några hemmaboende barn?
- Vilken är din huvudsakliga sysselsättning?
- Vilken är din högsta avslutade/pågående utbildning?
- Vart bor du? (Bostadsort/område)
- Har du någon tidigare träningserfarenhet? Vad?
- Vad har du för typ av IKSU-kort idag?

Dåtid

- Hur fick du höra talas om IKSU och vad sades om IKSU? Vad tänkte du då?
- Hur kommer det sig att du köpte ditt IKSU-kort? (motiv)
- Vad var ditt första intryck av IKSU? (hur ser din uppfattning ut idag?)
- Det motiv du hade för att köpa ett IKSU-kort, har det ändrats något till idag?
- Vad är det i så fall idag som är motivet?
- Anser du att din träningsbakgrund påverkar hur du tränar idag? På vilket sätt?

Nutid

- Hur ofta besöker du IKSU, i syfte att träna, i genomsnitt per vecka? Hur kommer detta sig?
- Vilka träningsformer utövar du på IKSU idag? Hur kommer det sig att du utövar just dessa?
- Vad vill du att träningen ska ge dig/ få ut av den? (prestation, träning, upplevelse)
- Vilken tid besöker du IKSU i syfte att träna - hur kommer detta sig? Trivs du med att träna denna tid?
- Du angav i enkäten att du inte är helt nöjd med din nyttjandegrad av ditt IKSU-kort, vad beror detta på? (konkreta faktorer)
- Vad ska en träningsanläggning som IKSU erbjuda/ha för att den ska vara attraktiv för dig? (ex. städning, redskap, utbud etc.)

Framtid

- Om du tänker tillbaka på skalan där du angav att du är mindre nöjd med din nyttjandegrad - vad skulle göra att du besökte IKSU, i syfte att träna, oftare och därmed blev mer nöjd?
- Vad kan IKSU förbättra, något de bör fokusera extra mycket på?
- Om du får drömma helt fritt - hur skulle din optimala träning på IKSU se ut? (frekvens, tid på dygnet, aktivitet, känsla etc.)
- Vad skulle IKSU kunna bidra med för att du ska uppnå detta?



Pedagogiska institutionen, Umeå univiersitet
S- 901 87 Umeå
www.umu.se